



RADIO : QUELLE PLACE POUR LES AUTEURS ?

Un état des lieux de la création radiophonique
par **Hervé Marchon**

Scam*
*Société civile des auteurs multimedia

La radio est l'endroit où l'humilité est convoquée. C'est un merveilleux instrument de savoir et de transmission. Sa mission reste de s'adresser à l'intelligence et parfois susciter l'émotion et le rêve surtout, de rester notre complice.

Alexandre Héraud, auteur, animateur et producteur radio

Sommaire

Édito : La radio cherche sa voie, par Carole Pither (présidente de la commission du répertoire sonore)	p. 4
Édito : La belle étincelle, par Thomas Baumgartner (membre de la commission du répertoire sonore)	p. 6
I. À la radio, beaucoup d'auteurs, peu de diffuseurs	p. 9
Auteur radio, un métier ?	
II. « Nous allons vers une radio de flux, une sorte d'easy-listening »	p. 12
Entretien avec Kathleen Evin	
III. Le château de cartes économique des auteurs radio.	p. 17
La précarité d'un métier déconsidéré racontée par ceux qui la vivent au quotidien	
IV. « Les radios associatives peuvent devenir des viviers d'auteurs »	p. 22
Entretien avec Loïc Chusseau	
V. « La radio est un objet politique non négligeable »	p. 28
Entretien avec Jean-Yves Breteau	
VI. La radio dominée par l'information	p. 31
VII. Le podcast « est un secteur à défricher, où la marge de manœuvre est grande »	p. 36
Entretien avec Joël Ronez	
VIII. Les bonnes ondes de la production radio	p. 40
Les webradios / Une production radio indépendante / La radio sans antenne / Le podcast	
IX. « En France, personne n'est habitué à payer pour écouter la radio »	p. 48
Entretien avec Floriane Pochon	

LA RAD CHERCH SA VO

Edito par

Carole Pither

Il était une fois... la radio parlait à ses auditeurs. C'était il n'y a pas si longtemps d'ailleurs où l'on pouvait deviner la station par le ton de l'animateur, la programmation musicale ou le contenu des publicités. Cette radio s'écoutait dans la voiture, à l'atelier, sur le chantier, dans la salle de traite ou depuis son lit d'hôpital. On l'écoutait pour s'évader pendant son travail, connaître l'état des routes ou du monde, savoir ce qui passait dans le ciel ou au centre commercial du village.

Avant l'invention d'internet, les images n'étaient pas omniprésentes et tout le monde ne possédait pas de téléviseur – mais la radio était indispensable. Les vrais accros changeaient de station selon l'heure et pouvaient écouter France Inter, FIP, RTL et la radio du quartier dans la même journée.

Contrairement aux « gens de la télé », ceux de la radio ne devenaient pas riches. On avait la convivialité, l'ambiance et la liberté d'expression à la place des cachets exorbitants, mais on était rémunéré correctement pour nos prestations, ce qui n'est pas toujours le cas aujourd'hui. Ma première séance d'enregistrement en 1975, pendant laquelle je n'ai fait que parler pendant une heure, a été récompensée par un chèque de 500 francs (342 euros de nos jours). Un documentaire récent pour lequel j'ai travaillé quinze jours a été payé 847 euros nets. Il n'est pas étonnant que, pour « faire de la radio » maintenant, il faille avoir d'autres revenus pour pouvoir payer ses factures.

Pour celui ou celle qui, comme moi, voulait « faire de la radio », l'ouverture de la bande FM a été une aubaine car la multiplicité des stations représentait autant de possibilités de s'essayer à l'animation ou à la création. À cette époque bénie, la Maison de la Radio n'était pas un bunker protégé par des

codes électroniques – il suffisait de dire bonjour aux plantons et avoir l'air de savoir où l'on allait pour pénétrer dans les coulisses du bonheur. Il était possible de taper aux portes et de proposer une chronique, une idée, un reportage aux dirigeants de la chaîne de son choix ou à son animateur préféré. Pour ceux qui avaient l'intention de déloger les vedettes des chaînes, il existait des émissions comme *Les bleus de la nuit* ou les séries d'été pour s'essayer au micro et prouver ses capacités, avec des techniciens toujours prêts à donner des conseils.

Quelque part, sournoisement, s'est introduit dans la tête des dirigeants des radios, l'idée saugrenue qu'il fallait davantage de contrôles sur les antennes. Il fallait donc plus de contrôleurs (appelés autrement « gens de bureau », administratifs, gestionnaires...), et plus de chefs pour contrôler les contrôleurs. Petit à petit la pyramide s'est inversée et il y a maintenant beaucoup trop de contrôleurs par rapport aux animateurs/créateurs. Alors tous ceux qui veulent « faire de la radio » – et ils sont encore très nombreux – sont contraints à travailler seuls avec leurs propres moyens et à tenter de trouver un moyen de diffusion autre que les ondes traditionnelles.

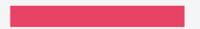
Je regrette beaucoup la tendance actuelle qui consiste à élaguer les antennes de leurs chroniques et petits reportages qui étaient souvent le meilleur moyen pour les anciens de passer la main aux jeunes.

Selon certains, il y aurait également un « problème » de vieillissement de l'auditoire. C'est un faux problème, il faut surtout améliorer la qualité de l'offre. Croyez-moi, si la radio investissait dans les voix, elle retrouverait sa voie.

Carole Pither

Présidente de la commission
du répertoire sonore de la Scam

LA BELLE



Edito par
**Thomas
Baumgartner**

ÉTINCELLE

Les dimensions sont tangentes. Point de contact et lieu de friction : la radio. Car entendons-nous bien, les ondes permettent le surnaturel. Je suis là mais je ne suis pas là. Tu m'écoutes, je parle, mais pourtant à tes côtés je n'ouvre pas la bouche. La jungle ensoleillée en pleine nuit, les fonds marins dans ton salon, et ta voisine inconnue qui susurre. Robert Houdin, sans truc ni trucage. Il y a d'une part le monde physique, réel, ouvrez-les yeux, oui c'est bien là, touchez, touchez Messieurs-Dames. D'autre part le monde des possibles incarnés, de l'invisible peuplé, de l'ubiquité normale, des accélérations sensibles, des fusions mixages, des densités montages. Le monde de la radio, quoi. Et alors cocktail : l'un + l'autre, oh la belle étincelle. La centenaire ne fait pas son âge. Le son va bien, il prend de l'ampleur. Bientôt il nous submerge, pour les plus belles inventions sensibles. Vas-y voir dans la dernière partie de cet « état des lieux » : le paysage des acteurs, activistes, amoureux, praticiens, amateurs professionnels de la radio est luxuriant. Baobabs majestueux et broussailles prometteuses, on y trouve de tout, en mouvement. On n'en revient pas de la radio. Légère, accessible et partageable, elle est contemporaine. Fluide, directe, nomade, individuelle et collective, elle conserve des qualités qui lui permettent d'accompagner encore les révolutions technologiques, mieux que tout autre média. L'écriture d'une radio élaborée rallie régulièrement de nouveaux talents et passionnés. Qui se découvrent auteurs. Mais pourquoi la radio ne permet-elle pas plus de tenir en tant qu'auteur d'elle-même ? L'état des lieux que vous avez entre les mains, témoignages, chiffres, entretiens et analyses à l'appui, pose la question et (re)lance le débat.

Thomas Baumgartner

Membre de la commission
du répertoire sonore de la Scam

**Ce qui m'importe
en radio c'est la
sonorité de la voix.
Quand j'écoutais
les archives des
voix des grands
écrivains, ensuite
je ne les lisais plus
de la même façon :
j'entendais leur
respiration.**

Radio : quelle place pour les auteurs ?

Janine Marc-Pezet, auteure radio

I. À la radio, beaucoup d'auteurs, peu de diffuseurs

Alors qu'une nouvelle génération d'auteurs a éclot avec l'avènement des outils numériques, le paysage radio reste bouché. Peu d'auteurs vivent de leur production faute de diffuseurs capables de les rémunérer.

La France est sans doute un des pays les plus radio-phoniques d'Europe, mais les auteurs de reportages, de documentaires ou de fictions radio n'arrivent pas à vivre de leur travail. C'est un paradoxe bien français. Avec plus de 850 radios réparties sur l'ensemble du territoire, des radios commerciales organisées en puissants réseaux, des radios locales fortes, des radios associatives nombreuses qui maillent le territoire et des radios nationales privées (les périphériques) et publiques (Radio France) très écoutées, les diffuseurs français sont nombreux. Mais ils ne permettent qu'à très peu d'auteurs radio de vivre de leur travail. La Scam recense plusieurs milliers d'auteurs de radio dont environ 900 seulement déclarent au moins une œuvre par an. Pour produire de la création radio, il existe deux endroits, peut-on schématiser : Radio France et Arte radio sont les deux structures qui rémunèrent. Il convient d'ajouter Là-bas.org, la radio de podcasts de Daniel Mermet qui a commencé à produire émissions et reportages en janvier 2015 et dont le modèle économique est basé sur les abonnements. Avec 26 000 abonnés, Là-bas.org annonce rémunérer « une dizaine d'équivalents temps plein »* quand Arte radio née en 2002 compte trois postes équivalents temps

plein (ingénieurs du son et agents administratifs). À côtés de ces trois structures, comptons aussi des radios commerciales comme Nova, la grande variété des radios associatives, ou des diffuseurs en dehors des circuits radios traditionnels dont nous rendons compte dans cette étude.

« *Le gâteau radio est tout petit* », dit Silvain Gire, directeur éditorial d'Arte Radio, « *mais il y a beaucoup de monde autour* ». Il y a quinze ans, avec l'arrivée des outils numériques, une nouvelle génération d'auteurs radio est née. Depuis sa création, Arte radio a vu passer 379 auteurs qui ont produit plus de 2 000 œuvres. Mais seulement un peu plus de 150 auteurs en ont produit plus de deux. Et une grosse centaine plus de cinq. « *Arte radio doit tout à ses auteurs* », lance Silvain Gire. « *Mais Arte radio ne peut pas être un entre-soi et faire travailler toujours les mêmes. Comment s'appuyer sur l'expérience des auteurs confirmés et se renouveler grâce à de nouveaux auteurs ?* ». Avec 300 000 euros de budget annuel dont 170 000 pour produire 150 créations par an, « *c'est une équation insoluble* », regrette Silvain Gire.

Mêmes regrets dans la bouche de Sandrine Treiner, directrice de France Culture, l'autre gros employeur des auteurs, radios qui exprime son « *importante* (suite p.10)

préoccupation sociale à l'égard des auteurs, probablement parce que je suis auteur moi-même ». « 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. À l'inverse de Silvain Gire, la directrice de France Culture dit vouloir surtout « capitaliser sur l'expérience. Je préfère 40 auteurs réguliers à 150 occasionnels », formule-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. J'ai besoin de compter sur des gens pour faire de la radio ». Et d'annoncer : « Nous allons miser sur des séries documentaires : les auteurs partiront pour des séries de longue haleine, une semaine, un mois. Pour des séries de quatre documentaires comme on fait des séries fictions. Partir pour un seul documentaire, ce n'est pas raisonnable. On doit garantir l'emploi de l'argent public ».

Une déclaration qui rejoint la demande de DocRF (Collectif des producteurs de documentaires de Radio France) qui, après sondage auprès des producteurs réguliers calcule que « 50 % des personnes interrogées considèrent que le contrat grille est plus adapté à leur pratique de travail dans l'entreprise » (contrat qui garantit à un auteur indépendant un certain nombre d'heures de travail). Autrement dit par son porte-parole Stéphane Bonnefoi, DocRF demande que la production de documentaires s'organise autour d'un « noyau dur » de producteurs autour duquel gravitent des producteurs plus occasionnels qui garantiraient l'ouverture à tous de la radio. Mais pas trop, tempère Sandrine Treiner : « Il y a une phase où France Culture s'est ouvert. Trop ouvert ». « Comme dans les années 60 où les gens s'équipaient d'appareil photo, aujourd'hui ils achètent des enregistreurs numériques », dit Silvain Gire pour expliquer cet afflux de nouveaux auteurs qui ont bouleversé les modes de production de la radio en général et de France Culture en particulier où ils ont pris la place d'une génération vieillissante qui vivait de contrat de grille et ne permettait plus à la radio de répondre à l'ambition d'ouverture sur le monde.

« 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. « Si aujourd'hui, un auteur nous propose une œuvre qui nous intéresse, nous ne pourrions pas l'ajouter à notre catalogue avant septembre 2018. Tout est plein à craquer avant ». À la mort de l'Epra (Echanges et Productions Radiophoniques) en 2012, beaucoup d'auteurs ont frappé à la porte de CAMCF, de Radio France, d'Arte radio et des radios associatives. « L'Epra avait appris aux producteurs indépendants qu'ils pouvaient gagner leur vie grâce à la radio », explique Patrice Berger, figure historique de la FM lyonnaise et cofondateur de l'Epra. « Mais sa fin n'a pas été compensée. Les radios associatives ont réduit leur volume de production ». Née en 2002, l'Epra groupement d'intérêt public (GIP) chargé d'acheter et de redistribuer les reportages, émissions, entretiens et documentaires des radios associatives avait, en vingt

ans, acquis et placé 10 000 heures de programmes enregistrés par près de 2 000 auteurs. Son économie pouvait représenter un dixième du budget de certaines radios associatives. « Les ressources de l'Epra permettaient de financer l'emploi des journalistes de beaucoup de radios » qui assuraient chroniques et reportages, explique Jean-Yves Breteau, président de la Confédération des radios associatives (CNRA) et de Radio Alpa au Mans. « Sa suppression a été un coup derrière la tête à l'expression radiophonique » (lire son entretien p.28).

Autres points de fragilité des radios associatives listés par Jean-Yves Breteau : le montant du FSER (fond de soutien à l'expression radiophonique) qui n'augmente pas (bloqué à vingt-neuf millions d'euros depuis 2011), le changement du découpage régional qui fait peser une incertitude sur la continuité des subventions régionales aux radios associatives, et le déploiement de la RNT avec qui les radios FM vont devoir composer économiquement. « Baisse à Radio France de la création radio émergente et baisse des budgets des radios associatives : la création radio est dans un entonnoir », explique Loïc Chusseau, délégué National aux Affaires Culturelles du SNRL et président de Jet FM à Nantes (lire son entretien p. 22). Dernier point de fragilité de l'économie des radios associatives où émergent beaucoup d'auteurs : la stagnation du marché publicitaire. En janvier 2015, les données de l'Irep (Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires) faisaient apparaître une baisse de 14,6 % depuis 2006 du chiffre d'affaires net de la radio. Or, ce chiffre d'affaires publicitaire des radios commerciales détermine le montant de leur versement au FSER et à la Scam. Un chiffre d'affaires publicitaire en baisse et ce sont les budgets des radios associatives qui sont touchés et le tarif minutaire de la Scam qui baisse.

Pour sortir d'un marché français de la création radio bouché, les auteurs se tournent vers l'étranger, notamment la Belgique ou la Suisse. À Bruxelles, l'émission Par *Oui-Dire* de la RTBF ou l'ACSR (Atelier de création sonore radiophonique, association qui met à disposition des auteurs des moyens techniques et financiers) accueillent des producteurs français. À Genève, la RTS (Radio télévision suisse) et ses émissions *Détours* ou *Le Labo* font figure de petit eldorado pour les auteurs français grâce à une grande indépendance qui leur est laissée et des cachets de mille francs suisses pour un documentaire d'une heure. Mais trop d'auteurs et la porte se refermera. Celle des webradios n'est pas encore ouverte : « payer les auteurs serait un rêve », dit David Oussadon de Radio Piiaf. « On cherche à rémunérer nos producteurs pour les professionnaliser, mais la rentabilité dans les médias est hasardeuse ». Un nouveau paysage radio, celui qui inventerait de nouveaux moyens de financement des œuvres radios, est à l'état de brouillon (lire Les bonnes ondes de la production radio p.40). En attendant son éventuel achèvement, les auteurs réclament à France Culture, par la voix de Docrf, une revalorisation de leur cachet : pour un documentaire de cinquante-cinq minutes, ils réclament mille neuf cent euros nets au lieu des huit cent cinquante euros pour huit jours déclarés. « À Arte radio, un auteur de documentaire est payé cent-qua-

rante euros par jour s'il est débutant, deux cent euros par jour s'il est professionnel. On ne paye jamais moins de trois jours pour un son de cinq minutes», compare Silvain Gire. « Dans un contexte économique très contraint je ne peux pas augmenter plus le cachet des auteurs », regrette Sandrine Treiner, la directrice de France Culture qui précise qu'il « a déjà augmenté de 20 à 41 % sur les tranches documentaires ». Dans ces conditions, beaucoup d'auteurs disent qu'il n'y a aucun intérêt financier à travailler pour la radio mais un « inté-

rêt intellectuel et promotionnel ». « France Culture engendre beaucoup de frustration car il est le seul sur ce terrain », répond Sandrine Treiner. « Beaucoup de reproches sont légitimes mais je ne peux pas résoudre tous les problèmes. Moi je dis aux auteurs, ne lâchez pas votre boulot pour vivre de la radio ». Et Silvain Gire de conclure : « Auteur, c'est un métier mais pour très peu de gens ». ✱

* Informations tirées du site internet la-bas.org. Daniel Mermet n'a pas répondu à nos demandes d'entretien.

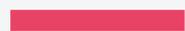
Auteur radio, un métier ?

Les producteurs radio souffrent de la conception romantique de leur profession : auteur serait un don, pas un métier.

« Je suis de la dernière génération qui croit que la radio peut être un métier à plein temps, un métier d'auteur », dit Alexandre Héraud, producteur à Radio France depuis 1991 qui a fait ses premières voix sur la FM à Orléans. D'autres ne voient pas la radio comme un métier mais comme un « moyen d'expression ». Les auteurs ont du mal à s'entendre sur la caractérisation de leur métier. « J'écris le son », dit Amandine Casadamont, productrice de documentaires et de fictions à France Culture. Beaucoup d'autres disent plus simplement « faire de la radio ». Une formule qui veut tout dire et rien. « Faire de la radio c'est un métier dans le sens où il existe un savoir-faire qui obéit à des règles », précise Sandrine Treiner, directrice de France Culture. « Mais auteur à la radio n'est pas un métier salarié mais un métier de création qui ne garantit pas le salariat ». Une vision déplorée par certains auteurs comme Stéphane Bonnefoi du collectif Docrf : « La radio n'est plus un métier, c'est une occupation, un hobby ». Elise Andrieu, auteur à Radio France et Arte Radio nuance : « Auteur radio, c'est un métier qu'il faut encourager pour le faire vivre. Donc il faut faire venir des nouveaux auteurs à la radio pour le dynamiser. Mais du coup, ça encourage la précarité. Et l'expression radio manque de professionnalisme ». David Christoffel, auteur qui collabore avec de nombreux diffuseurs abonde : « Auteur radio, c'est un statut mais pas suffisamment établi pour pouvoir le vivre à plein temps ». D'autres disent qu'ils sont des

« artisans sonores », qu'auteur radio est juste « une activité ». Souvent, ils travaillent pour d'autres médias ou d'autres milieux artistiques. « Il faut s'affirmer parce ce qu'on fait pas par ce qu'on est », reprend Mehdi Ahoudig, qui produit documentaires radio et webdocs et fabrique des bandes-son pour le théâtre où il est aussi régisseur. « Il faut arrêter de penser que son travail d'auteur va prendre en charge sa nécessité financière. Je n'ai pas l'impression que ce que je dois raconter en documentaire radio est tellement essentiel que je dois en mourir pour le raconter ». Comme lui, beaucoup d'auteurs refusent la précarité associée à la condition d'auteur. « Sous prétexte que nous sommes des artistes, que nous avons un esprit bohème, on nous astreint à un statut bohème », dit David Christoffel. « En France, nous avons une conception très romantique de l'auteur qui nous vient du dix-neuvième siècle », décrypte Denis Bourgeois, directeur du Créadoc d'Angoulême qui forme des auteurs polyvalents (radio, télévision, cinéma, littérature). « Écrire ne s'apprendrait pas, ce serait un don de dieu ». Les auteurs radio ne pourraient donc former une profession, structurée par un cadre légal, une convention collective, un sentiment d'appartenance commune. « Une telle vision est destructrice pour le rôle et la place sociale de l'auteur », reprend Denis Bourgeois. « La conception française de l'auteur devrait devenir un statut social », conclut-il alors que d'autres pensent qu'être auteur est une vocation, plutôt qu'un métier. ✱

II. « Nous allons vers une radio de flux, une sorte d'easy-listening »



Entretien avec

Kathleen Evin

Kathleen Evin, productrice à France Inter depuis 1988, raconte l'évolution de son métier dans une radio qui ne cesse de devoir faire des économies.

À quoi ressemblait le métier de producteur lorsque vous êtes entrée à France Inter en 1988 ?

Je suppose que c'était un métier pour les gens ayant du mal avec l'autorité, pour ceux qui ont besoin d'autonomie... Producteur à Inter cela signifiait qu'une fois votre concept d'émission accepté, et votre contrat de grille signé, vous étiez totalement libre dans votre travail, vos horaires, le choix des thèmes abordés, des invités, dans votre façon d'occuper l'antenne dans le temps qui vous était imparti. La radio mettait ses moyens techniques à votre disposition. Et, à moins d'un accident de parcours, de commettre quelque chose de terrible à l'antenne, vous aviez devant vous dix mois (ou deux en grille d'été) pour réaliser vos rêves, vos envies. En ce temps-là, l'audimat n'avait pas l'importance qu'il a aujourd'hui. Bien sûr la direction en était informée et pouvait discuter d'améliorations avec le producteur dont l'audimat baissait. Mais chacun avait le temps d'installer son émission, d'attirer les auditeurs.

Et puis il y avait un vrai brassage des métiers. On pouvait commencer assistant et devenir réalisateur, ou chroniqueur, et un jour producteur. C'était même bien vu. On apprenait le métier – car c'est un métier, qui n'a que peu à voir avec le fait de savoir parler – en regardant nos aînés. Ça se faisait naturellement, au fil du temps. Et puis on faisait rentrer des jeunes pour les former à l'esprit et au « son Inter ». C'était même une des missions de cette radio : se créer son propre vivier de nouveaux talents.

Et aujourd'hui ?

Tout s'est rigidifié me semble-t-il. Il n'y a plus guère de passerelles entre les métiers. Les jeunes qui entrent en stage puis en CDD sont poussés vers la porte au bout de trois ans car sinon la radio devrait les embaucher en CDI. Nous avons l'impression de former des gens pour rien. Il n'y a plus de postes créés pour l'antenne. Au contraire : certains départs en retraite ne sont plus compensés. En revanche Radio France ne cesse de créer de nouveaux postes : à la communication, au marketing et au web. L'antenne est devenue la variable d'ajustement dans une période où l'on nous demande des économies.

Du coup, les producteurs « à l'ancienne », ceux qui ont été habitués à une certaine façon de travailler, qui ne sont pas assez souples, qui sont trop autonomes, deviennent des anomalies, des survivances du passé. Les directions veulent dorénavant des « animateurs »,

des gens, généralement « vus à la télé », qui viendront faire un petit tour et puis s'en vont. À ceux-là on propose une émission déjà prédéfinie. Et quand ils partent on les remplace sans problème.

Nous sentons bien tous que nous allons vers une radio « de flux », une sorte d'easy-listening. Beaucoup d'invités autour de la table, des débats, des appels d'auditeurs pour une part, et pour une autre de la légèreté, avec de l'humour (ah cette nouvelle mode du rire à tout prix !) et de la musique. Ça coûte moins cher, on n'a plus besoin de moyens de production, et peu importe celui ou celle qui tient la tranche. C'est ainsi que disparaît peu à peu le reportage dans les émissions. Ce n'est plus pour Inter, alors que cela faisait partie de son ADN ! Il paraît que les auditeurs veulent une « radio pétillante »... Moi, quand je suis arrivée, Pierre Bouteiller m'avait pourtant mise en garde : aucune familiarité à l'antenne avec les invités, les vouvoyer, les appeler par leur nom, parler en bon français, ne pas se coucher sur le micro, laisser les gens aller au bout de leur phrase et de leur pensée, donner du grain à moudre à nos auditeurs qui sont attentifs et exigeants. Serait-ce de la « vieille radio » ?

Les moyens de production ont-ils changé ?

L'an dernier, pendant la grève, quelle que soit l'appartenance à une radio, ou même le métier exercé, j'avais, comme tout le monde, été frappée d'entendre partout exprimer la même colère, le même désarroi. Les économies budgétaires qui sont mises en avant ont bon dos. Depuis douze ans la Maison de la Radio est en travaux. Le coût initial du chantier a été multiplié par trois. Tout a été mal fait, des studios sont inutilisables ainsi que des cellules de montage, les émanations toxiques ont entraîné des fermetures, tout nous reste dans les mains, ça fuit de partout. Le nouveau système informatique et les sites buguent sans cesse. La fermeture pour travaux des studios moyens impacte terriblement la fabrication des émissions. Nous nous disputons ceux qui restent à notre disposition. Les équipes sont réduites et il n'est pas rare que de simples congés ne puissent donner lieu à des remplacements dans les équipes. On se débrouille sans cesse. Mais les économies sont toujours pour les mêmes, pour ce qui permet de faire la radio. Quand celle-ci se sera appauvrie, qu'est-ce que le web, le marketing et la communication, services qui ne connaissent pas la crise, auront à promouvoir ? Tout le monde exprime cette même incompréhension, ce même chagrin de voir maltraiter notre cœur (suite p.14)

de métier. Dorénavant Radio France fait de l'événementiel: défilés de mode, séminaires de formation à la radio pour cadres, concerts privés, etc. Bientôt un restaurant de luxe ouvrira ses portes et un bon quart de nos espaces vont être loués. Du coup on nous annonce le retour des open-spaces pour les émissions! La radio ne sera plus, bientôt, qu'un petit événement non rentable dans ce lieu dédié à des activités bien plus rémunératrices.

Vous avez été à l'origine de la création de la Société des Producteurs d'Inter en 2004, pour quoi ?

Lorsque le nouveau PDG, Jean-Paul Cluzel, a nommé Gilles Schneider à Inter, cela a été extrêmement violent. Alors qu'il ne savait rien de nous ni de nos émissions, il a voulu bouleverser la grille de fond en comble. Beaucoup de producteurs se sont vus signifier leur départ en juin, sans argument, en trois minutes. Et même au milieu de l'été, une productrice qui avait eu la chance d'être confirmée, s'est vue rappelée à Paris pour s'entendre dire que finalement elle était virée: « *c'est comme au billard, une boule chasse l'autre* », il fallait faire de la place pour un copain du directeur. Nous nous sommes organisés pour tenter de nous défendre et de faire entendre notre voix auprès d'une direction qui nous traitait particulièrement mal. Louis Bozon en a été le premier président. Alors, c'est vrai, nous sommes des CDD. Nous avons, délices du droit français, des contrats à durée déterminée « d'usage ». Ce qui veut dire que nous cumulons tous les inconvénients des précaires car les CDD « normaux » ont, eux, une prime de précarité que nous n'avons même pas. Aux yeux de la loi, devant un tribunal, nous sommes des CDI. Mais pour Radio France, « *nous ne faisons pas partie de l'entreprise* », c'est la phrase que l'on entend le plus souvent. En bientôt trente années de présence, je l'ai beaucoup entendue, et pourtant je suis déléguée du personnel!

Notre statut extrêmement précaire ne pousse pas les producteurs à faire preuve de beaucoup de combativité. Mais, à la suite de la grève l'an dernier, une société des producteurs de Radio France, trans-chaînes, la Sparf, a été créée. C'est un bon signe. La solidarité, le combat collectif c'est toujours mieux que tenter de surnager tout seul dans le courant!

Des négociations sont en cours à Radio France pour élaborer une nouvelle convention collective. Certains demandent que les CCDU

deviennent des CDI au terme de plusieurs contrats renouvelés. Ce serait un grand changement que certains producteurs n'envisagent pas toujours favorablement.

Une majorité se dessine pour ce passage au CDI, et c'est la résultante de ces changements à l'intérieur des radios dont nous venons de parler. Notre métier change. Notre autonomie s'amenuise. Notre maltraitance augmente. Beaucoup n'envisagent plus de sacrifier autant d'énergie, de temps, sans les compter, pour une radio qui risque d'être profondément différente à court terme. Si la passion pour notre métier s'effrite, notre désir de sécurité augmente, c'est normal. Ce que l'on pouvait accepter lorsque nous avions le sentiment d'avoir un projet commun, cesse d'être supportable si nous ne nous y reconnaissons plus. Entendre aujourd'hui le Medef continuer à réclamer des coupes claires dans le régime d'indemnisation des intermittents est un comble. Il devrait plutôt nous décerner des médailles: nous sommes les travailleurs du futur tel que Pierre Gattaz les rêve: payés à la tâche effectuée, avec des CDD renouvelables selon le bon vouloir du patron, inconnus dans l'entreprise dès qu'il y a maladie, accident ou congé, rarement augmentés, sans ancienneté même au bout de trente ans, payés dix mois sur douze, et avec des retraites inférieures de 20% à celles des CDI...La radio ce n'est vraiment pas un métier comme les autres. Pour accepter tout ça, il faut un amour violent pour ce que l'on y fait. Et l'amour, parfois, ça s'envole. ✨

Quelques chiffres sur le podcast

6 millions de personnes écoutent la radio en replay sur internet chaque mois, soit 14% des internautes (source Médiamétrie)

Le nombre de téléchargements de podcasts ces cinq dernières années

x4

Près de **60** millions de podcasts sont téléchargés chaque mois début 2016

En 2015, **270** millions de podcasts téléchargés sur Radio-France, 95 millions sur Europe 1 (chiffres fournis par les radios)

Ce sont les voix qui donnent envie de faire de la radio. La première, celle de Fabrice Bouteiller : spirituelle et pertinente. La voix carismatique et espiègle de Christophe Villers. La voix profonde et subtile de Francesca Ferrantini. La voix solitaire et feutrée d'Alain Veinstein. Et mille autres...

Claire Hauter, auteure radio

onnent
dio !
Pierre
et im-
res-
Claude
de et
Piolot.
trée

III. Le château de cartes économique des auteurs

La précarité d'un métier déconsidéré racontée par ceux qui la vivent au quotidien.

« *Mon studio c'est mon ordinateur* », raconte une auteure radio qui, comme beaucoup d'autres auteurs, travaille chez elle*. 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* ». « *Je suis beaucoup toute seule et j'en ai un peu marre* », rajoute-t-elle. Auteure radio, métier solitaire, mais aussi métier de solitude qui en décourage beaucoup. « *On est invisibles* », dit un autre qui travaille pour Radio France, un de ses principaux employeurs. « *On n'a pas de bureau, pas de numéro de téléphone ou d'adresse électronique professionnels. Un signe : on n'a pas le droit aux avantages du CE réservés aux salariés de Radio France* ». Malmenés ou isolés, les auteurs de documentaires de la Maison ronde ont créé Docrf (Collectif des producteurs de documentaires de Radio France) au sortir de la longue grève qui a paralysé les antennes de Radio France au printemps 2015, un collectif pour parler d'une voix. Les producteurs de Radio France, eux, ont fondé la (suite p.18)

Radio : quelle place pour les auteurs ?

Sparf (Société des producteurs associés de Radio France) « pour la défense d'une véritable radio de service public pour les auditeurs ». Entre producteur de documentaires et producteur associé, les réalités sociales économiques sont très différentes mais les deux vivent avec « le sentiment d'être interchangeables », résume un auteur qui compte plus de 25 ans d'exercice à Radio France. « Nous avons peur de la chute et du déclassement. Notre métier est précarisé, déconsidéré ». Producteur « est un métier extrêmement individualiste. Un sentiment de lâcheté flotte quand tu restes alors que les autres sont virés », avoue ce même auteur. Même sentiment recueilli auprès d'une jeune auteure dans les couloirs de Radio France : « On est tout le temps en concurrence les uns avec les autres. Personne ne se fait confiance. On ne peut pas discuter entre nous : tout le monde a peur de se faire piquer ses idées et sa place de précaire ». Un autre auteur encore : « nous avons beaucoup de difficultés à nous solidariser, à nous mobiliser parce que nous avons peur qu'on nous confie moins de travail ». « On est éclatés, dilués, mais solidaires », nuance un autre qui se dit « permittent » (qui bénéficie du statut d'intermittent du spectacle en travaillant pour un seul employeur) à Radio France. « Ce qui est compliqué c'est qu'on ne se voit jamais ensemble, c'est qu'on se bat sans cesse pour garder son boulot ». Pas étonnant alors que la radio, en général, et le documentaire radio, en particulier, aiment traiter de la précarité : « Soit on se révolte contre sa précarité, soit on tend le micro à ceux qui y sont », analyse une auteure. « On se réfugie dans l'écoute des autres. Faire parler les autres, c'est une façon de parler de soi ». La radio est « le média où tu es précaire le plus longtemps », lance un journaliste qui multiplie les piges dans les radios associatives et les périphériques. Désabusée ou réaliste, la nouvelle génération d'auteurs radio concède « ne plus croire à l'épanouissement dans le travail » et explique avoir intégré la précarité dans tout fonctionnement professionnel. « On n'attend pas trop du boulot. 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. Une enquête parue en 2011 dans Libération relevait que les auteurs de documentaires étaient aussi « gardiens de musée, pions, scriptes, travailleurs sociaux, serveurs de fast-food, baby-sitters, hôtesses d'accueil, accor-déonistes, profs ». C'est encore vrai en 2016. Et la

débrouille ne s'arrête pas là. Pour boucler les fins de mois difficiles, certains auteurs louent leur appartement sur Airbnb quand ils partent en tournage ou simplement quand ils manquent vraiment d'argent. Ils vont alors dormir chez des copains ou leurs parents. Auparavant, ils ont pu devenir locataires en se fabriquant de fausses fiches de salaire de Radio France. La pratique est courante.

« Ce sont mes droits d'auteur qui me servent de trésorerie d'appoint », dit une auteure. « Ils me permettent de payer mon loyer quand j'ai zéro euro de cachet. Par exemple en été où je passe deux ou trois mois sans revenus. Ma trésorerie est très tendue. Je gagne juste ce qu'il faut ». Pour un producteur d'une émission quotidienne sur une chaîne de Radio France, les droits d'auteur représentent un treizième mois selon les calculs de l'un d'eux. « Avec les droits d'auteur et le complément chômage, je m'en sors, rajoute un auteur 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 rencontrés pour cette enquête et qui vivent de la radio en intermittent racontent que leur système économique est un château de cartes.

Retirer une collaboration et c'est la perte de son statut. Un premier auteur indique que la fin de l'Epra l'a « foutu dans la merde » en lui supprimant la moitié de ses heures d'intermittence et beaucoup de ses droits d'auteur. Une deuxième que la fin d'une émission comme *Les Passagers de la nuit* sur France Culture en 2011 l'a prise de court et l'a obligée à travailler au noir comme manutentionnaire pour compléter ses revenus. Une troisième qu'un pépin de santé en 2011 l'a fait « disparaître des plannings » des radios avec qui elle collaborait et qu'elle a « mis deux ans à revenir ». Il suffit parfois d'un simple report de deux semaines d'un projet de production pour que l'auteur perde son statut d'intermittent faute d'heures. « Une année j'ai été obligé d'acheter des heures pour avoir mon statut d'intermittent », rapporte l'un (pratique qui consiste, pour un auteur, à payer un employeur qui l'embauche fictivement et déclare des heures de travail). Pire, c'est quelquefois une erreur administrative d'une DRH qui cause la perte du statut d'intermittent. « La fragilité des auteurs est maintenue par la négligence », dit une autre qui parle de « violence sociale ». « Pas un seul contrat de travail ne m'a été envoyé avant le début d'une collaboration », explique une auteure. « En

décembre dernier, j'ai reçu un contrat pour un travail daté de mai ».

Les auteurs radio courent après leurs heures. Négocient la durée de leurs contrats plutôt que le montant de leur rémunération toujours trop faible. « Pour Radio France, quand je suis payé pour six jours, ça correspond en fait à un mois de travail. Je fais du bénévolat pour Radio France », explique un auteur. Même commentaire pour cette autre auteure qui dit « payer pour travailler à la radio ». Et d'abdiquer : « tant pis, je vis de ma passion ». La passion, un argument qu'utilisent souvent les employeurs pour justifier les faibles rémunérations proposées aux auteurs. Qui vivraient uniquement de satisfaction créative ? Parfois les diffuseurs demandent même aux auteurs de trouver une partie du financement de leur production : billets d'avion, logement. Ils ne payent que le cachet. « J'avais trouvé le moyen de me faire financer un voyage en Amérique du sud pour un reportage », raconte un auteur. « Ça ne coûtait rien à la RFI qui m'embauchait. Avant de partir, le diffuseur m'a annoncé fièrement qu'il me signait un contrat pour une prise en charge à 0%. Ça veut tout dire. En plus le montant du cachet était vraiment ridicule ».

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 ». « Je suis le premier à descendre dans la rue pour défendre les retraites mais je ne cotise pas », regrette un jeune auteur. « Mon niveau de vie a baissé, le nombre de mes cachets et leur montant ont baissé. De 2003 à 2009 je gagnais mieux ma vie », dit une auteure. « À 22 ans, je vivais avec un contrat chez un employeur radio. Aujourd'hui, j'ai vingt employeurs. Et ce n'est plus possible pour moi, et pour quiconque, de vivre de la création radio », dit un auteur qui multiplie les collaborations à Paris et en Province, avec Radio France et des radios associatives. Le tableau quotidien de leur métier peint par les auteurs radio est sombre. « En sortant de mes études à Louis Lumière, j'ai vite compris que la radio ce n'était pas viable », raconte une ingénieure du son qui pratique la radio très épisodiquement. Elle préfère travailler pour le cinéma. Même constat pour cette JRI de la télé qui produit parfois des documentaires radio : « moi je veux vivre de mon boulot. À la radio ce n'est pas possible ». La précarisation est due aussi au « temps phénoménal » à faire du travail administratif, selon les auteurs rencontrés pour cette enquête. « Le travail administratif me prend un quart de mon temps », quantifie un

auteur aguerris. « C'est énorme. Ça me pèse beaucoup. C'est du temps perdu pour développer mes autres projets ». Les tâches administratives sont un gouffre pour certains qui y « perdent de vue la qualité artistique de leur production ».

Réserver les hôtels, trouver les horaires de train, acheter les billets, organiser les rendez-vous, rappeler les gens une fois l'œuvre diffusée, envoyer des CD : « je compte deux jours complets de travail administratif par documentaire », estime une auteure. Tout un travail de préparation et de relations publiques au nom du diffuseur qui n'est pas payé. « Moi, j'estime à plus d'un mois par an le travail administratif », rapporte un autre. « Et il faut être hyper organisé : j'ai monté des tableaux Excel pour tenir à jour la comptabilité, la diffusion, le paiement, la déclaration de chacune de mes productions ». « On passe un temps fou en paperasse ». À tel point que certains auteurs renoncent à envoyer leurs projets à certains diffuseurs. Il faut attendre des semaines voire des mois avant d'avoir une réponse de Radio France ou même d'Arte radio. Pas envie de « perdre toute son énergie » à écrire des courriels, à remplir des dossiers, à relancer. La créativité se dilue dans la précarité. ✱

* Pour cette partie de notre enquête, tous les auteurs interrogés ont souhaité rester anonymes.

La radio en chiffres

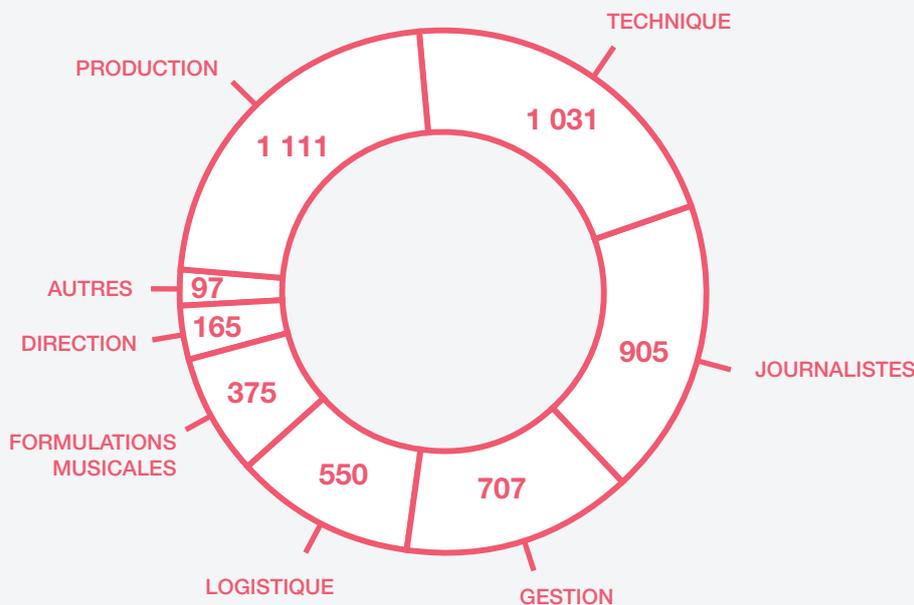
Aujourd'hui, à côté des groupes publics que sont Radio France pour la France métropolitaine, RFO pour la France outre-mer et RFI pour les autres pays, près de 900 opérateurs privés émettent dans l'Hexagone sur 4 700 fréquences, dont 20 % de radios associatives (source CSA).

STRUCTURES DES EFFECTIFS DE RADIO FRANCE :

• par MÉTIERS

4 941 SALARIÉS

Effectifs CDI + CDD + Alternants
présents le 31/12/2014



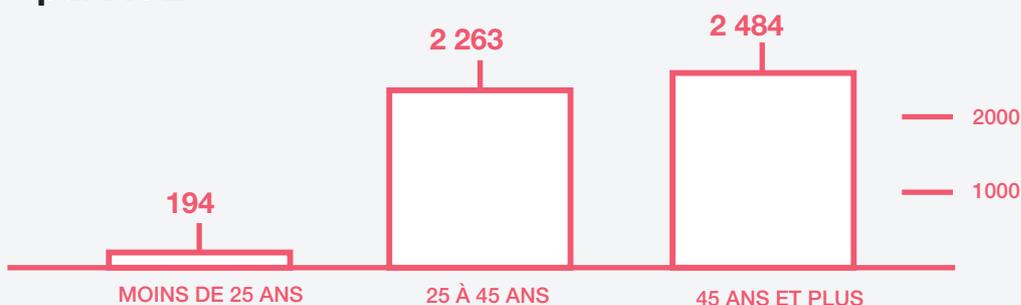
• par TYPE DE CONTRAT

4 658 SALARIÉS

Effectifs CDI + CDD
présents le 31/12/2014



• par ÂGE



Évolution 2013/2014

↗
+ 3 %

↘
- 1 %

↗
+ 2 %

IV. « Les radios associatives peuvent devenir des viviers d'auteurs »

Entretien avec
Loïc Chusseau

Loïc Chusseau, délégué national aux affaires culturelles du Syndicat national des radios libres (SNRL) et président de Jet FM (Nantes), explore les pistes qui pourraient permettre aux radios locales de devenir enfin des diffuseurs pérennes de créations radiophoniques.

Quelle est la situation économique des radios associatives en 2016 ?

L'économie des radios associatives est fragile et composée en grande partie de financements publics dont le FSER (Fonds de soutien à l'expression radiophonique). Le montant du FSER, qui est un financement inscrit dans la loi, et quasi incontournable pour les radios associatives, n'a pas évolué depuis plusieurs années. Le fonds a été abondé de deux millions d'euros en 2010 mais le besoin de financement des radios se faisait déjà fortement sentir et le nombre des radios associatives financées n'a cessé de croître. Par ailleurs, les subventions attribuées par les collectivités locales restent précaires

et sont même de plus en plus fragilisées à cause du contexte économique tendu lié notamment à la baisse des dotations de l'Etat aux communes. Et on ne sait pas quelles conséquences la refonte territoriale des régions aura sur certaines aides régionales.

Enfin, la disparition de dispositifs comme l'Epra (Echanges et productions radiophoniques) en 2013, qui était une ressource possible pour les radios associatives faisant de la production radio ayant trait à la diversité, aux minorités et à la prévention des discriminations, a participé à contraindre les sources de financements pour les radios associatives.

Dans le même temps, les charges sont en constante

augmentation. Par exemple, la NAO (négociation annuelle obligatoire) dans le cadre de la convention collective nationale de la radiodiffusion, revalorise les salaires en moyenne de 1 % chaque année, impactant les charges des associations qui ont beaucoup de personnel. La mise en place depuis le 1^{er} janvier 2016 de la complémentaire santé va également peser sur le budget des radios. Au regard de la masse salariale globale des radios associatives au niveau national (plus de 2 800 salariés), tout cela est loin d'être négligeable.

N'y a-t-il pas d'autres sources de financement pour les radios associatives ?

Le SNRL demande depuis longtemps que les associatives puissent, par exemple, bénéficier de la diffusion des messages d'intérêt général qui sont réservés notamment au service public.

Également, il n'existe pas d'appels à projet pour les radios associatives qui pourraient faire émerger des auteurs et des productions. Les radios associatives sont pourtant les premiers vecteurs d'émergence des artistes locaux et des auteurs radio, et sont souvent une porte d'entrée vers la professionnalisation et une première diffusion publique. L'Epra y contribuait.

Nous aimerions que le travail de création et de production qu'une radio associative peut faire sur son territoire soit accompagné financièrement. C'était une des préconisations que nous avons portée entre autres dans le cadre de l'Association de Préfiguration du Centre National de la Musique (APCNM) en 2012 pour la diversité et l'émergence musicale. Au final, les 600 000 euros de l'Epra n'existent plus et on n'a jamais vu le million d'euros prévu dans le cadre du CNM, puisque ce dernier n'a finalement pas vu le jour.

Les outils de financement vertueux n'existent donc pas vraiment en dehors du FSER. Il faudrait pourtant que les pouvoirs publics s'attachent à mieux reconnaître celles et ceux qui font bien leur travail et qui vont au-delà du minimum imposé et, tout cela, dans un cadre beaucoup plus large que la radiodiffusion à l'antenne. Il faut imaginer comment favoriser la diversité et l'émergence de la création et la production dans nos radios. On peut néanmoins se féliciter que l'éducation aux médias fasse l'objet d'une attention plus particulière depuis 2015 ; mais le dispositif ira-t-il jusqu'à accompagner la mise en place de chargés d'actions éducatives dans les radios pour répondre aux enjeux de l'éducation aux médias ou financera-t-il uniquement quelques projets sous forme de saupoudrage ?

Et des sources de financement privé ?

Il a toujours été possible pour un particulier ou une entreprise de faire un don à une association. Mais pour que la contrepartie en réduction fiscale soit effective, il faut que l'association soit éligible au mécénat culturel ; ce qui était compliqué pour les radios associatives car l'administration fiscale ne leur reconnaissait pas systématiquement le caractère culturel au prétexte qu'elles faisaient de la rediffusion d'œuvres culturelles et pas de la diffusion. Pour l'administration fiscale, une émission radio ou une production de type documentaire, n'était pas une œuvre. En 2013, un travail conjoint entre Jet FM et le SNRL a permis de faire reconnaître le caractère culturel des radios associatives par l'administration fiscale. Depuis, les radios associatives d'intérêt général sont reconnues à caractère culturel et peuvent faire appel au mécénat pour financer des productions et leur travail à l'antenne. À Jet FM, les dons représentent ainsi 5 000 euros par an, c'est peu par rapport à certaines radios mais c'est un complément bienvenu. Cependant, le mécénat n'est pas une source miracle et LA solution aux problèmes de financement. Le mécénat culturel s'intéresse avant tout au patrimoine et gros événements culturels ; il finance peu la production radiophonique. De plus, les mécènes sont de plus en plus sollicités. Pour certaines radios, il faut trouver des mécènes qui restent dans le périmètre des valeurs du projet associatif. Tous ces paramètres compliquent le développement des financements liés au mécénat.

Dans ces conditions budgétaires tendues, comment varier l'expression radiophonique ? Comment faire de la création, du reportage, du documentaire, de la fiction ?

Les radios associatives ne sont pas tenues de faire de la création radiophonique. Elles sont tenues de radiodiffuser. Ce qui est financé par le FSER au titre de l'aide automatique, c'est une antenne, un technicien, un journaliste. Autrement dit, de la musique et des infos. La mission des radios associatives est avant tout d'assurer une mission de communication sociale de proximité, c'est déjà beaucoup. Au titre de l'aide du FSER, les radios associatives sont donc aidées pour favoriser la promotion des actions locales et culturelles, le développement local, la lutte contre l'exclusion... Par ailleurs, la création radiophonique n'est pas définie dans les axes de politique publique culturelle ; dans ces conditions, quand une radio veut demander des subventions auprès des collectivités locales ou d'une Direction régionale (suite p.24)

des affaires culturelles (Drac) pour une création, elle tombe dans un no man's land. Il est donc, dans un premier temps, difficile de trouver une oreille attentive et bienveillante ; et ensuite, selon l'interlocuteur, la création radio peut éventuellement entrer dans la ligne budgétaire spectacle vivant, musique ou audiovisuelle. Sans aucune logique, ce qui complique le montage de projet. Il n'existe donc aucun outil de financement dédié à la création radio, donc aucune reconnaissance locale et nationale de ce travail et des porteurs de projets.

Les radios qui font de la création sont donc méritantes. Comment reconnaître leur travail ?

Je ne sais pas si elles sont plus méritantes que les autres parce que chaque radio a ses priorités en fonction de son territoire et de son projet associatif. Une radio en milieu rural n'a pas du tout les mêmes moyens humains et financiers pour développer ou produire du documentaire qu'une radio en milieu urbain. Il est donc nécessaire de créer les conditions pour que les radios puissent, si elles le souhaitent évidemment, entrer dans un processus de création au sens large. La création radio demande des investissements en temps, en ressources humaines et matérielles. Et, généralement, la création ne génère aucun revenu.

Pour la création cinématographique, il existe des aides à la production aux courts métrages, des aides à la diffusion pour les festivals de cinéma et un label « Art et essai » entre autres. Il faudrait imaginer une déclinaison de certains dispositifs au niveau de la radio : pour la production de documentaire radio, pour les festivals et radios qui diffusent et font de la création radiophonique. Inventons un label « Radio de création » reconnu nationalement qui permettrait de dialoguer plus facilement avec les collectivités locales et les Drac, de trouver des partenaires qui sauraient à quoi sert leur financement, qui se reconnaîtraient dans un travail radiophonique et de pérenniser les activités de création.

Je milite également pour un projet plus large qui serait une plateforme nationale dédiée à la radiodiffusion associative développant plusieurs axes : production, création, éducation, diffusion, archivages permettant la labellisation des radios en lien avec des dispositifs et le financement de projets. En fait, il s'agirait de changer de paradigme et de voir la radiodiffusion dans toutes ses composantes comme cela se fait pour le cinéma. Les partenaires de la radiodiffusion, comme la Scam, y seraient d'ailleurs gagnants puisqu'ils pourraient s'appuyer sur un réseau d'acteurs présents en région avec des ressources et des compétences ; enfin, l'emploi pourrait être développé sur des métiers qui, pour le moment, sont pratiquement absents dans les radios associatives.

Malgré les difficultés, il existe des radios associatives créatives et de nombreux auteurs y ont émergé.

Oui, c'est vrai. Pendant longtemps, les auteurs étaient bloqués dans leur radio associative ou ne trouvaient pas d'espace d'expression. Au début des années 2000, Arte radio a fortement contribué au développement des auteurs et à la diffusion de la création radiophonique. Elle a été un maillon entre les radios associatives et Radio France. Ces auteurs, parfois refusés par Radio France parce que pas assez expérimentés, pas assez reconnus, ont pu faire leurs premières armes à Arte radio. Une

nouvelle génération d'auteurs est née qui a trouvé une rémunération à son travail. Mais aujourd'hui, la question est de trouver comment les radios associatives peuvent avoir les moyens de produire de la création radio et aussi devenir des espaces de production complémentaire à Radio France ou Arte radio qui ne peuvent pas accueillir tous les projets, tous les auteurs. Les radios associatives peuvent être des viviers d'auteurs, des espaces permanents et pérennes de production et de diffusion, pas seulement un élément de la chaîne qui peut aboutir à Radio France.

Comment sont vécues les menaces qui continuent de peser sur Sophia, la banque de programmes de Radio France à destination des radios associatives ?

Ce dossier est à l'image des autres. Les radios associatives sont les premières utilisatrices des programmes de Sophia donc voyaient bien qu'on allait dans le mur. Mais nos alertes n'ont pas été entendues et encore moins nos propositions. Les programmes de Sophia rapportent aux radios associatives une plus-value très importante, qui est l'information fournie par Radio France, une information de service public. Si ces programmes disparaissent, ce sont les missions d'intérêt général des radios associatives qui seront entamées. On sent bien que Radio France veut se débarrasser de Sophia, ou créer les conditions de sorte que Sophia ne soit plus viable. Son déficit s'élève à 200 000 euros à peine : une goutte d'eau dans un budget global de plus de 800 millions d'euros. Ce qu'on demande, c'est l'échange et la construction, pour qu'une banque de programmes qui bénéficie aux radios associatives puisse encore exister, au sein de Radio France ou pas, mais toujours dans un cadre d'intérêt général et public. Nous restons vigilants.

Pourquoi ne pas monter un réseau de radios associatives créatives pour échanger des créations sonores sur le modèle de l'Epra ?

Il existe Radia, un réseau international de 26 radios dont Jet FM, Radio Grenouille (Marseille), Radio Campus Paris, Radio Panik (Bruxelles) font partie. Chaque radio doit produire deux fois par an trente minutes de création. Chaque radio du réseau Radia diffuse donc une création radio par semaine. Radia fonctionne sans financement, c'est une plateforme d'échanges fragile : si plusieurs radios se retirent, ça ne fonctionne plus. En France, très peu de radios sont engagées dans cette démarche. Avec la fragilité économique, ce n'est pas simple de s'engager dans un tel processus de création. Les radios préfèrent rester dans ce qu'elles savent faire et dans ce qu'on leur demande de faire : de la radiodiffusion. ✨

Les auteurs de radio à la Scam

6,56 millions d'euros ont été versés en 2015 par la Scam aux auteurs au titre du répertoire radiophonique, soit 6,9 % des montants mis en répartition.

2 060 auteurs ont perçu des droits de la Scam en 2015, pour au moins une œuvre radiophonique diffusée, toutes radios confondues, dont environ 1/3 sur les radios locales privées.

382 radios traitées et analysées dont **320** radios locales privées.

9 108 déclarations d'œuvres radiophoniques enregistrées à la Scam en 2015, niveau comparable à 2014.

44 725 heures d'œuvres radiophoniques ont été traitées en 2015 au titre des diffusions 2014 sur les radios françaises.

Le FSER

(fonds de soutien à l'expression radiophonique locale)

Chaque année, près de 700 radios associatives bénéficient de l'aide du FSER (665 en 2014) qui représente en moyenne 40 % de leurs ressources

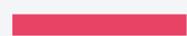
Évolution du budget du FSER :

2010	27,30 M€
2011	28,78 M€
2012	28,50 M€
2013	29,00 M€
2014	28,80 M€
-	-
2016	29,2 M€

Faire de la radio,
c'est un peu
comme dans le
film *Pump up the
volume*, s'adresser
à une commu-
nauté invisible
pour élargir ou
dissiper les possi-
bilités de la parole
et de la pensée.

David Christoffel, auteur radio

V. « La radio est un objet politique non négligeable »



Entretien avec

Jean-Yves Breteau

Jean-Yves Breteau, président de la CNRA (Confédération nationale des radios associatives) et président de Radio Alpa (Le Mans), s'inquiète de la baisse du budget des radios associatives et rappelle leur rôle dans le débat public.

Le 30 mai dernier, la CNRA accompagnée par le SNRL, étaient reçus par Roland Husson, directeur-adjoint du cabinet de la ministre de la Culture et de la Communication. Quel était l'objet de cette entrevue ?

Roland Husson connaît bien le monde de la radio parce qu'il a été sous-directeur de l'audiovisuel à la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC). Les deux organisations syndicales représentatives des radios associatives, CNRA et SNRL, demandent la même chose : l'augmentation d'un million d'euros du Fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) en 2016 et une augmentation conséquente du fonds dans la prochaine loi de finances. Le FSER est constant depuis 2011 à 29 millions d'euros. Or les charges des radios associatives et le nombre des radios (nouvelles radios hertziennes et radios de la RNT) qui se partagent ce fonds, augmentent.

Nous avons été bien reçus par le ministère, ce qui ne veut pas dire entendus. La ministre de la Culture, Audrey Azoulay, comme sa prédécesseure Fleur Pellerin, semble tout à fait consciente du problème et aurait inscrit à son budget l'augmentation du FSER. Mais cette augmentation n'a pas été validée par Bercy, nous a-t-on expliqué. C'est le constat.

Un million ne changera rien à la situation difficile des radios associative. N'est-ce pas trop peu ?

Oui, c'est peu mais il faut être réaliste. On pourrait demander 5 millions. Mais ça ne sert à rien alors qu'on a déjà du mal à obtenir le minimum nécessaire, c'est à dire au moins 2 millions en 2017 pour que le FSER soit rééquilibré. Il appartient au ministère et au CSA de préparer l'avenir alors que nous ne cessons de les alerter sur la situation économique précaire des radios locales

depuis plus de trois ans. Nous ne représentons pas que des structures mais aussi des femmes et des hommes bénévoles ou salariés des radios associatives. Nous sommes conscients que l'Etat essaie de réduire la dette publique et fait des économies. Mais nous n'allons pas au nom de cette réduction de la dette nous suicider. Perdre 1 000 euros pour une radio associative, micro-entreprise de l'économie sociale et solidaire dont le budget moyen est passé de 110 000 euros en 2009 à 100 000 euros en 2015 c'est catastrophique. Conséquence, comme toutes les entreprises, qui souffrent d'un manque de ressources, les radios associatives baissent leurs charges et commencent à licencier. Sur les 1 600 emplois comptabilisés en 2014, deux tiers des emplois dans les radios associatives sont en CDI : animateurs, techniciens, journalistes, programmeurs, administratifs. Une baisse budgétaire peut influencer sur la ligne éditoriale d'une radio. Plutôt que de produire un reportage, elle passera un disque. Parce que c'est plus facile. L'expression radio peut donc s'appauvrir.

Les 20 et 21 mai derniers, la CNRA tenait son congrès annuel à Strasbourg. Quelles doléances les radios associatives ont-elles exprimées ?

Les militants des radios associatives sont fatigués de se battre : leur énergie ne doit pas être mobilisée qu'à la défense des radios. Ils veulent la dépenser dans la création de programmes originaux. La dernière fois que nous avons vu un ministre à un de nos congrès, c'était Renaud Donnedieu de Vabres en 2006 à La Rochelle. C'est regrettable. On ne peut pas dire que les ministres de la Culture marquent un intérêt fort pour les radios associatives contrairement aux cérémonies que sont le Midem, les César et autres récompenses du milieu artistique. Pourtant, il est tout aussi important que ceux qui représentent l'Etat rencontrent les femmes et les hommes des médias locaux qui font vivre la démocratie, la citoyenneté, l'éducation aux médias, le débat politique local, les initiatives du développement territorial, la lutte contre les discriminations ; donc tout ce qui est propre aux contenus de communication sociale de proximité des radios associatives.

La dépendance des radios associatives à l'argent public n'est-elle pas domageable ?

Les radios associatives sont tout autant dépendantes de l'argent public que Radio France. Ce n'est pas honteux. Si l'argent public n'accompagnait pas nos pro-

grammes, on diffuserait de la musique, celle qu'on écoute sur les dancefloor par exemple. On ne parlerait plus de communication sociale de proximité, on aurait moins de personnel. Nous vivons aujourd'hui dans une société où il est important d'éveiller à l'essentiel qui fonde les valeurs républicaines. Ecouter les radios associatives demande un effort pour une société qui se contente peut-être beaucoup de divertissement. Nous abordons des questions importantes qui ne sont pas traitées par les autres radios commerciales ou musicales. Avec le service public, nos radios contribuent à la construction du bien-vivre ensemble. Cela mérite un soutien par le financement public de l'Etat.

Ce soutien nous permettrait aussi de préparer l'avenir : les radios associatives s'intéressent aux nouvelles habitudes d'écoute des auditeurs, notamment chez les plus jeunes. Elles se posent la question de la diffusion sur tablettes, smartphones, mais aussi sur la façon de faire de la radio pour rester attractives et interactives avec les auditeurs sur les réseaux sociaux et leur diffusion sur internet.

Cette façon de faire de la radio passe par un renouvellement des producteurs. Les radios associatives arrivent-elles à attirer de nouveaux auteurs ?

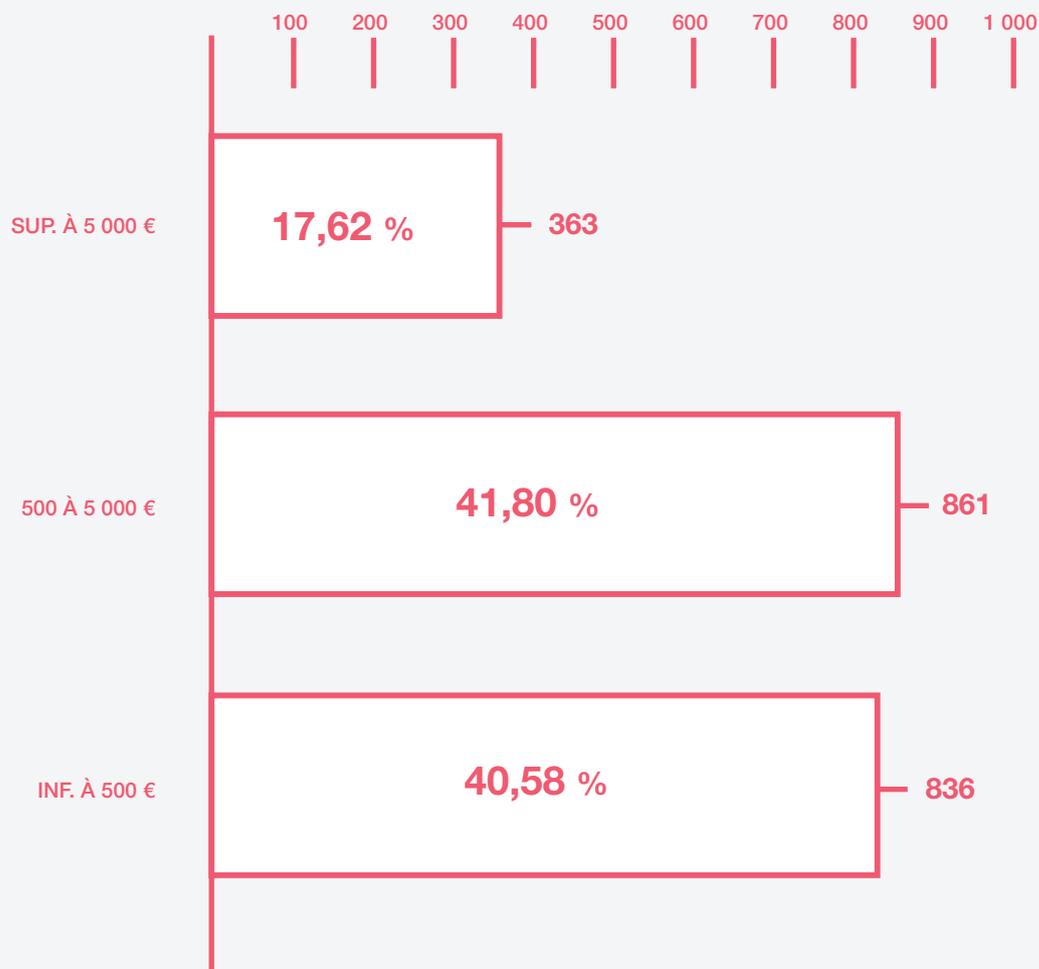
Quand j'interviens dans les collèges et dans les lycées pour des ateliers radios, je raconte l'esprit de liberté qu'a été l'avènement des radios libres en 1981, le sens de cette libération de la parole. Car les jeunes que je rencontre pensent que nos radios ne sont accessibles que par des professionnels. Pourtant la grande majorité de nos programmes est faite par des bénévoles. Lesquels peuvent devenir auteurs professionnels. Les radios associatives ont formé nombre d'auteurs qui travaillent aujourd'hui dans les médias régionaux, nationaux, pour le service public.

La précarité économique des radios associatives nous met face à une décision qui ne peut être que politique : il y a trente-cinq ans, on libérait les ondes, on libérait l'expression. Aujourd'hui, est-ce que la gauche veut être responsable d'une mise en bémol des radios associatives qui maillent le territoire ? La radio donne la parole. Je pense que le simple fait de donner la parole réduit déjà beaucoup de tensions parce que celui qui parle se sent considéré. Il faut aussi qu'il soit entendu. En ce sens la radio, et pas n'importe quel type de radio, est un objet politique important. La négliger, c'est abîmer la démocratie. ✱

Exploitations radiophoniques

VENTILATION DES AUTEURS PAR MONTANTS DE DROITS PERÇUS À LA SCAM EN 2015

Radio : quelle place pour les auteurs ?



VI. La radio dominée par l'information

Faute de moyens, l'expression radio s'uniformise : sujets, angles, traitements sonores, le documentaire laisse la place au reportage et au studio.

C'est un mot en forme d'inquiétude qui est souvent revenu dans les propos des auteurs rencontrés au cours de l'enquête : « journalissisation ». Un barbarisme pour raconter le formatage de la radio qui adopte de plus en plus les codes journalistiques, même dans ses genres les plus singuliers comme le documentaire voire la création sonore. Mais pas l'expression d'un quelconque mépris pour la profession en référence car tous sont conscients que les journalistes eux-mêmes souffrent des mêmes maux à leur niveau.

« *La radio est envahie par les magazines, la musique et les news* », dit une auteure* qui a de plus en plus de mal à trouver sa place dans une production radio qu'elle juge uniforme. « *On va vers un espace qui fait la course à l'actualité. Un espace de moins en moins libre, de plus en plus étriqué* », déplore un autre, déçu, comme beaucoup d'autres, par *Un Jour en France* sur France Inter, l'émission de reportage « *au plus près du terrain* », comme l'avait annoncé Laurence Bloch, la directrice de la chaîne dans son édito de rentrée d'août 2015. « *Au lieu de prendre un auditeur au téléphone, on l'interroge dans la rue, oui c'est plus joli* », assène un auteur, pas tendre. « *Ils ne veulent plus parler de documentaire ou de longs formats à France Inter mais de "magazine documentaire". Ils ont même inventé le terme mag-do* ». « *C'est affreux* », achève un dernier, impitoyable.

En mal de *Là-bas si j'y suis* de Daniel Mermet, beaucoup d'auteurs attendaient trop de l'émission *Un Jour en France* de Bruno Duvic, qui agrégeait des formes sonores diverses, un son in situ, une interview, une question au

téléphone et savait pourtant varier les rythmes. En mélangeant, « *témoignages, réactions des auditeurs, et contrepoint des experts* », l'émission répondait, à la feuille de route de Laurence Bloch de créer un « *véritable espace démocratique, modeste mais bien réel* ». Bien que récompensée du prix Reporters d'espoir en mai dernier, elle a disparu à la rentrée de septembre. Officiellement pour laisser la place à une émission de consommation absente de la grille de France Inter. Officieusement parce qu'elle coûtait cher, plus cher qu'une émission de plateau.

Sur d'autres ondes, périphériques, associatives, web, à d'autres moments de la journée, en broadcast ou en podcast, on peut entendre des documentaires ou des œuvres de création sonore très diverses. « *À la radio les choses que j'ai le plus entendues, sont le personnage, la narration, l'histoire. Il y est impossible de penser les choses en dehors de ces catégories-là* », décrypte pourtant un créateur sonore qui collabore épisodiquement avec Radio France mais écoute attentivement la radio, les radios. « *Sur Arte radio, je n'entends que des sujets* », continue-t-il. « *La radio se gargarise un peu quand elle parle de sonore. Elle ne vit pas ses plus grandes heures* ». La sentence est lourde. Mais pourquoi cette impression d'être « *devenu des prestataires, des fournisseurs de contenus* » comme l'exprime une auteure aguerrie ? Début d'explication avec le manifeste publié par Docrf (le Collectif des producteurs de documentaires de Radio France) qui, en début d'année, écrivait : « *Nous croulons sous une information qui nous parle de tout et dans un temps toujours plus court. Dans ce concert frénétique, où le singulier, le rare, le sensible, le fouillé,* (suite p.33)

La radio est un labo
qui permet de
résister à l'infobésité.
Elle est le garant
d'une petite bulle
de respiration à côté
de l'urgence de
l'information. Il faut
préserver ça en
évitant d'aller vers
le tout marchand.

Radio : quelle place pour les auteurs ?

Loic Chusseau, délégué national aux affaires culturelles du
SNRL et président de Jet FM

peinent à exister, comment pourrait-on se priver de l'oxygène offert par le documentaire radiophonique ? Au-delà du risque d'asphyxie, cela constitue un nivellement par le bas du formidable savoir-faire de nos techniciens, preneurs de son, réalisateurs, avec lesquels nous avons remporté de tous temps de très nombreux prix internationaux ». Autrement dit, les auteurs reprochent à la radio de se recroqueviller dans ses studios. Mais aussi, de « coller à l'actu, aux anniversaires, aux gens connus ». Ce que revendique Sandrine Treiner, directrice de France Culture en déclarant que « ce qui est important c'est le contemporain. On passe notre vie à être dans l'actualité ».

Une auteure de Radio France déplore ce manque de curiosité, ce suivisme : « La radio devient de plus en plus une deuxième mise en ondes de propos déjà lus dans la presse. En réunion de rédaction, on épluche les journaux pour trouver des clients, pas des sujets, des clients ! ». Ce que certains producteurs résumant par un mot d'ordre : « pas d'intellectuels ». « C'est un choix fort, qui, au fur et à mesure des années, pourrait finir par être perçu comme un formatage », s'inquiète une auteure. « Car la mise en regard apportée par les penseurs offre aussi un champ de création ». Une autre auteure reprend : « la radio a encore besoin de saltimbanques ». Aucune radio n'est épargnée par ces critiques. Les radios périphériques et les réseaux commerciaux où les formes autres que journalistiques sont inexistantes ; France Culture dont la parole serait « formatée pour récupérer les auditeurs de France Inter » ; France Inter dont « les moyens de production (montage au casque dans les bureaux, mixage en direct dans l'urgence à l'antenne) ne peuvent pas correspondre aux critères de production de documentaire », comme le raconte un auteur ; Arte radio, « trop marquée par son directeur dont les œuvres sont désormais « trop formatées : même sonorité, même tempo, même rythme des bruitages », déplore une productrice de documentaires et de fictions ; les radios associatives qui copient les radios nationales. « Pour entrer dans un lieu de production, il faut adopter ses codes. Ça va mal avec l'idée de création », dit un auteur. Un autre déplorera plus prosaïquement : « si tu viens de province et si tu as un accent c'est compliqué de travailler à Paris, à la radio ».

Les producteurs formateraient leurs productions, jusqu'à leur accent, par nécessité économique ? Oui, déplorent beaucoup. « Il y a un tel problème de salaire à Radio France que ça nous pousse à devenir cachetier et à faire des trucs ordinaires, bâclés. On enchaîne les produc-

tions », 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. « Si on était payé correctement on ne ferait pas de la sous-qualité », dit encore une dernière. Qui rajoute : « Je préfère faire de la bonne radio commerciale que du mauvais France Culture ». Tous les auteurs n'ont pas ce choix. « Si un auteur veut obtenir ou garder son statut d'intermittent, il doit cachetonner », calcule un auteur. « Donc faire des trucs faciles. À la chaîne ».

« 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. « Ce n'est pas en étant mieux payés qu'on fera de meilleurs documentaires mais en ayant plus de temps et d'autonomie. Les moyens de production de France Culture sont très agréables, mais ils ne sont pas adaptés au travail documentaire. Ils sont tellement lourds et le travail est tellement mal payé, que pour un tournage, moi je pense unité de lieu, unité de personnage. Je me déplace le moins possible ». Une obsession de temps que confirme une productrice : « Il faut être efficace. Les chargés de réalisation disent aux auteurs de ne pas trop enregistrer » pour éviter les heures de dérushage. « Le chargé de réalisation devient un contremaître : il n'a pas le choix de la matière pour sa réalisation. Il n'a pas le temps de creuser. Il travaille selon des formules toutes faites. Il va au minimum », dit ensuite une autre productrice. « Oui, il m'est arrivé de mettre du contenu inintéressant dans un documentaire parce que ça devait faire 52 minutes », confirme un auteur. « À force d'aller à l'économie on appauvrit le propos », conclut un auteur multidiffusé. « Les documentaires font entendre sur des formats longs, des voix et des histoires délaissées par les autres médias », écrit le manifeste de Docrf. « Nous, documentaristes radio, disposons de ce dont les journalistes ne disposent pas ou très rarement : du temps. Du temps pour comprendre, du temps pour enregistrer, du temps pour élaborer notre sujet ». 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 « journalissime » même si les journalistes dénoncent eux-mêmes de leur côté des conditions de travail qui se dégradent fortement. Mais attention, prévient une auteure qui ne veut pas non plus voir la radio tomber dans « l'auteurisme », « il ne s'agit pas d'empêcher les journalistes de produire des documentaires car beaucoup ont un point de vue (suite p.34)

documentaire », il s'agit d'arrêter la course à l'actualité, de sortir la radio des studios et 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.

« *Arte radio a supprimé les formats avec ses podcasts* », explique son responsable éditorial Silvain Gire. « *52 minutes pour un docu, pourquoi ? C'est formaté* ». « *En radio nous sommes enfermés dans des grands formats ou dans des séries* », dit une auteure qui travaille plutôt pour Radio France. « *Il n'y a plus de petites formes à la radio. La grille radio devrait être une feuille blanche* ». Argument économique qui expliquerait cette absence de petites formes sonores : produire une minute de format court coûte plus cher qu'une minute de format long. Argument que réfutent certains auteurs. « *Les formats courts sont donc toujours à la charge d'une émission. Et quel que soit leur genre, ils sont appelés chroniques. Il y a donc plus généralement un tabou sur les genres à la radio* », explique cet auteur qui touche à tout. Documentaire, reportage, fiction, chronique : « *on ne peut pas parler de forme à la radio. On sanctuarise les genres* », dit-il. Avant de remarquer quand même que France Inter avec les émissions de Philippe Katerine de l'été 2015 ou les chroniques *À votre écoute* coûte que coûte diffusées en 2012 était la seule chaîne dernièrement à s'être essayée à l'entre-genre et à avoir osé le format court.

« *France Culture n'est pas armée pour produire des formats courts* », explique Sandrine Treiner sa directrice. « *On a essayé sur le web, on s'est plantés. On arrête. Notre grande richesse c'est l'antenne* », dit-elle. Le web alors pour sortir la radio du formatage ? C'est tentant. Mais si « *le web suscite de l'intérêt en postant des nouveautés* », explique une auteure « *l'idée qu'il ne serait pas formaté car il n'y a pas de contrainte de durée n'est pas tout à fait exacte* ». Il n'existe pas ou peu de formats longs sur le web, qui privilégie les formats courts mais en feuilleton. Un format qui se heurte lui aussi au manque de moyens : « *pour faire du court très bon, il faut y mettre les moyens, en montage et mixage notamment, car la question du rythme est essentielle* », dit toujours cette productrice. Pour une autre auteure, « *la multiplication des formes ultra courtes traduit cette absence d'imagination de la radio. Elles se ressemblent. Les gens de radio sont parfois très normés, très compétitifs. C'est un monde moins libre qu'on ne le pense* ». ✱

* Pour cette partie de notre enquête, tous les auteurs interrogés ont souhaité rester anonymes.

**Petite, j'habitais
en montagne,
en altitude. Les
sons montaient de
la vallée en stéréo-
phonie. J'ai toujours
habité un paysage
sonore. La radio est
un outil rassurant
et consolant pour
les gens. Elle les
accompagne.**

Véronique Macary, journaliste et auteure radio

VII. Le podcast « est un secteur à défricher, où la marge de manœuvre est grande »

Entretien avec

Joël Ronez

Joël Ronez, ancien directeur des Nouveaux Médias de Radio France et fondateur du média Binge Audio, passe en revue le marché du podcast français, de la radio publique aux programmes amateurs.

Quelles missions vous ont été confiées à votre arrivée à la tête de la direction des Nouveaux médias de Radio France ?

Je suis arrivé à Radio France en juillet 2011. J'en suis parti en septembre 2014. La direction des nouveaux médias était une structure qui dépendait de la direction générale. Elle était liée au programme de la présidence de Jean-Luc Hees concernant l'ensemble des questions numériques : distribution, édition des sites, applications mobiles, stratégie, projets, lien avec les chaînes. Il fallait une impulsion et répondre à la question : qu'est-ce que « faire du numérique » dans un groupe de radio ?

Quel était l'état du numérique de Radio France à votre arrivée ?

Il fallait tout remettre à niveau. On a quasiment doublé les budgets sur l'exercice 2012 ; on est passé à 6,7 millions de budget (dont 2 millions d'investissements). Production, diffusion, refonte technique, marketing. On a investi un million dans la production d'offre et de contenu original, notamment dans la production vidéo.

Comment ont été accueillis les projets numériques ?

Bien. Parce que tout le monde voyait que les sites et applications n'étaient pas au niveau, et que nous manquions de vision. Le besoin était criant. Il y avait un consensus chez les cadres dirigeants, le management intermédiaire, les journalistes, les techniciens, les organisations syndicales pour que ça fonctionne. Mais aussi de grosses attentes, ce qui a évidemment créé des frustrations car on ne pouvait répondre partout comme il le fallait. En imposant un modèle nouveau de mise en œuvre, mu par une politique volontariste et parfois, il faut bien le dire, des maladresses ou un excès de confiance, on a forcément suscité des réactions et blocages.

Le multimédia a-t-il été vécu comme une perte d'identité pour Radio France ?

Non. Les points de friction pouvaient concerner la méthode et la légitimité des priorités, mais pas l'effort global. Quand je suis arrivé, il y a par exemple eu des discussions sur la vocation de Radio France. Qu'est-ce que veut dire « faire de la radio » ? Doit-on s'en tenir au format sonore unique ? Se développer sur l'image ? On pouvait discuter dans le détail, mais sur le fond, tout le monde avait envie d'avancer. Peu à peu, le niveau d'exigence s'est déplacé : la question qu'on nous

posait n'était plus « pourquoi faire du web alors que mon métier c'est la radio », mais « pourquoi mon site ne marche pas assez bien ? ».

Le numérique a-t-il été un nouvel espace d'expression pour les auteurs radio ?

Nous avons investi un million dans la production d'offre et de contenus originaux entre 2011 et 2014. Nous avons revendiqué le fait de nous occuper d'une question centrale : le contenu, la production, la création. Nous avons créé une cellule de production composée de quatre chargés de programmes. Pour le Mouv', dont j'ai pris la direction en 2013-2014, nous avons réinvesti 10 % du budget des programmes antenne (70 000 euros sur six mois) en production spécifique web : la webligne. Dans l'histoire de Radio France, après France Culture Plus, c'était la deuxième fois qu'une chaîne allouait une partie de son budget programmes à une production de contenus web. En matière d'information, la seule offre numérique native avait été la cellule de webreporters mise en place à l'orée des années 2000 par Michel Polacco, qui avait ensuite été réintégrée dans les chaînes. Par ailleurs, nous avons lancé nouvOson, la première offre de radio en multicanal et binaural accessible en stream sur le web et le mobile.

Quels sont les freins techniques concernant le développement du numérique à Radio France ?

Le système de production de Radio France repose sur un paradigme purement broadcast linéaire. Le référentiel c'est le hertzien, et les fondamentaux sur ce point sont connus et solides. Radio France est prospère avec ses quatorze millions d'auditeurs par jour, elle n'a pas d'urgence à changer. Pourtant, petit à petit, le paradigme est en train d'être remis en cause, techniquement et éditorialement. Les auditeurs vieillissent. Éditorialement, Radio France a loupé la question des nouvelles écritures numériques donc du podcast au sens américain du terme, c'est-à-dire 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.

Après votre départ de Radio France, vous avez créé Binge Audio, un média de podcasts radio. L'avenir du podcast et de la (suite p.38)

radio se joue-t-il sans les diffuseurs traditionnels ?

Aujourd'hui ce qui m'intéresse est de travailler des nouvelles formes de production et de diffusion. L'objectif, c'est une radio délinéarisée, une marque qui produit des programmes, les édite, les distribue en ligne, presque exclusivement. Je me suis intéressé au petit marché français du podcast (deux millions de personnes régulières en France) très différent du marché américain : un marché intérieur de trois cent millions de personnes, un marché radio très local, sans réseau national, sans service public, où le podcast de qualité a facilement pris une place que personne n'occupait. En France, le public est moindre, les réseaux nationaux privés et le service public sont forts et de bonne qualité. L'offre de podcasts est faible et très amateur, très geek, très niche. Par contre il y a des forts taux de fidélisation autour de ces formats.

Nous produisons des podcasts dont la durée correspond à un trajet pour le boulot ou à un jogging, dont les données et métadonnées sont finement éditées, dont on travaille le marketing, la fidélisation et la promo sur différents réseaux (Youtube, Soundcloud, iTunes, Mixcloud, Deezer) et également sur une appli qui permet l'écoute à la demande et l'accès à des flux. Les sujets traités intéressent les 20-35 ans que la radio attire moins. Je fais le pari qu'en produisant de manière professionnelle, à la fois sur du talk, du documentaire et de la fiction, on va toucher des nouvelles audiences. C'est la radio hors du poste radio. On a commencé avec des formats assez traditionnels, assez broadcast. On va aller progressivement vers des formats plus étudiés, plus montés, plus sonores, en adoptant la force du storytelling qui fait le succès du podcast américain. On essaie, on teste. On enregistre avec des moyens nomade : cinq micros, une table de mixage SoundCraft, une carte son, un ordinateur, un logiciel de montage. Techniquement ce n'est pas parfait mais mieux vaut mettre l'argent dans les piges des chroniqueurs qu'ailleurs.

Quel financement, quel budget, quel modèle économique ?

Le budget total n'est pas significatif aujourd'hui parce que c'est mon investissement d'amorçage. J'ai financé le montage de ce projet en 2015 par 50 000 euros de fonds personnel et par de la prestation de service. Dans une deuxième phase, il faut qu'on lève entre 300 et 500 000 euros. Le modèle économique sera un peu de payant, un peu d'annonce, de publicité et un peu de contenu de marques ou d'événements, c'est-à-dire de programmes sur mesure pour un sponsor. L'appli sera gratuite, un abonnement de 2,99 euros par mois donnera droit à quelques programmes en plus, une fonction offline, etc.

Quelle est l'ambition ? Révolutionner la radio ?

L'ambition est de créer un média numérique à 100 % avec une identité forte sur l'audio, qui soit donc perçu comme un média d'écoute, mais pas seulement. Il y aura de l'écrit, de la vidéo. L'objectif est d'avoir la main sur la distribution. Une distribution pensée d'emblée pour le numérique, et jouant totalement sur la plateformisation. L'audio est un secteur où il y a eu assez

peu d'innovations, où la marge de manœuvre est grande, il y a des places à prendre. C'est un secteur intéressant à défricher.

Mais comment être rentable dans un marché inexistant ?

Si le modèle économique était connu, ça se saurait et tout le monde l'aurait adopté. Je fais le pari qu'il y a une place à prendre entre Radio France, le podcast amateur dans une cave et *Serial*. Le podcast amateur pour le côté do it yourself, *Serial* pour l'exigence et le format adapté au numérique, et Radio France pour le standard de qualité.

La radio broadcast va rester dans les usages de manière importante et pendant longtemps. Mais la place de la radio à la demande va progresser. Cette logique va s'imposer, c'est dans le sens de l'histoire. Regardez Netflix face à Canal Plus. Les gens ont des mobiles et des moteurs de recherche, ils veulent ce qu'ils veulent au moment où ils veulent. Ils commencent à écouter les podcasts des radios établies parce que là sont les programmes de qualité et petit à petit ils se tourneront vers les nouveaux producteurs de podcasts car le ton, les sujets et le mode de traitement seront différents. La radio est un média d'offre et de demande : je fais le pari qu'à partir du moment où il y a une demande, il y a moyen de se glisser pour proposer des contenus avec d'autres types d'écriture.

Y a-t-il des investisseurs pour des radios de podcasts ?

Si le marché du podcast est occupé à 90 % par Radio France, RTL et Europe 1, il ne se passera rien. Le marché est petit mais il est dynamique. Donc il va progresser. Par exemple, Deezer a racheté Stitcher, une application permettant d'accéder à des stations de radio et des podcasts. Il existe un débouché dans l'audio car les auditeurs veulent des programmes originaux faits pour l'écoute sur smartphones et tablettes. Ces programmes génèrent de l'intérêt, des revenus, des droits, donc un écosystème. Il faut donc une production indépendante professionnelle audio. Je propose une offre spécifique privée, qui va créer du mouvement. Mais ça ne marchera que si nous sommes plusieurs, une petite dizaine de producteurs et de diffuseurs. ✨

**Si on
permettait
aux jeunes
de faire
de la radio,
ils s'écoute-
raient mieux.**

Etienne Noiseau, rédacteur en chef de *Syntone*

VIII. Les bonnes ondes de la production radio

Sur le web, par les smartphones, pour des expositions, dans les festivals, les auteurs délaissent le hertzien pour diffuser leurs créations. Des nouveaux marchés émergent.

Les webradios

Sans émetteurs et subventions, elles grandissent hors de tout cadre. Les webradios cherchent à inventer un nouveau modèle économique.

Acheter un émetteur FM, demander une autorisation d'émettre au CSA, remplir chaque année un dossier de financement au FSER (fond de soutien à l'expression radio), respecter les quotas de diffusion de chanson française ? Très peu pour elles. Les webradios s'affranchissent des règles pour inventer une nouvelle façon de faire de la radio sur internet. « La radio à papa est

lourde », dit Damien Raclot-Dauliac, fondateur de Radio Marais, née en 2013, dont les studios et les bureaux sont installés dans une ancienne boutique du centre de Paris. « Ici, on est ouvert sur la rue. Si un camion-poubelle passe pendant une émission, on le fera écouter. On nous a fait croire que pour faire de la radio, il fallait un studio aseptisé, sans un bruit parasite. Ce n'est pas vrai, la radio est faite pour sentir le réel ». À quelques rues de Radio Marais, le studio de Radio Piiaf, une autre webradio est installée dans un deux-pièces cuisine au premier étage d'un immeuble parisien. Les murs sont couverts de dessins et de mots griffonnés par les invités des émissions. Une table en formica blanc, quelques micros, une régie installée dans un coin suffisent pour diffuser une petite vingtaine d'émissions par semaine que fabriquent une cinquantaine de personnes. « Radio Piiaf c'est une radio sur un écran. Elle est écoutée et regardée. C'est une radio avec toutes les possibilités d'internet », raconte David Oussadon, un des trois fondateurs. Radio Marais, elle, a déjà pro-

duit 2 200 émissions depuis sa naissance, selon les comptes de Damien Raclot-Dauliac. Avec d'autres, tant d'autres, les webradios forment une galaxie en formation. Elles émettent 24 heures sur 24, elles sont les pionnières d'une nouvelle génération radiophonique qui grandit hors de tout cadre.

Phaune radio est sans doute la plus créative, extrémiste et inventive des webradios françaises. Toutes sont animées par la volonté de faire « écouter autre chose ». Mais là où Radio Marais, Piiaf, Radio Meuh, Mellotron, Rinse, Radio Bellevue web ou Faubourg Simone ont d'abord été conçues comme des radios musicales avant de devenir, pour certaines d'entre elles, des radios culturelles, Phaune est une radio « expérimentale ». Elle diffuse « des choses qui ne s'entendent pas ailleurs », comme l'explique Floriane Pochon, une de ses créatrices. Des « choses », soit des œuvres de création sonore qui, en 2015, ont été récompensées de deux prix : le Prix découverte de l'année de la Scam pour la série sonore *Polyphaune*, et le Grand prix SGDL de fiction radiophonique pour *Fragments hackés* d'un futur qui résiste. Diffuseur, créateur de sons et producteur de créations sonores, Phaune radio annonce un budget de fonctionnement de 19 000 euros pour l'année 2016. Dont 6 200 euros pour « financer de la création originale », donc rémunérer les auteurs. « C'est modeste, mais symboliquement, c'est important pour nous », précise Floriane Pochon. Phaune Radio a commencé par diffuser des créations trouvées sur Bandcamp, Soundcloud ou Mixcloud. Elle reçoit maintenant beaucoup d'œuvres que les artistes sonores lui envoient spontanément. Elle est aujourd'hui productrice d'œuvres originales. « On a envie de changer les façons de faire de la radio. Mais on est tout petits. Si on arrive à faire la révolution ce ne sera qu'un dommage collatéral ». Conçue comme une radio éphémère, Radio Debout, elle a accompagné les revendications et les envies de changement du mouvement Nuit debout. Installée place de la République à Paris sur des tréteaux, une planche, quelques chaises, équipée de trois micros et une console de mixage alimentée par un groupe électrogène, Radio Debout a diffusé sur le web tous les soirs pendant des semaines, relayant en direct l'agitation, les idées et les témoignages. Ses enregistrements faits sans un euro sont à écouter en ligne.

À Radio Marais, le budget annuel est de 90 000 euros, à Piiaf 30 000 euros. Un loyer, un abonnement internet, un serveur web et un abonnement EDF constituent les frais fixes. Le reste fonctionne à l'énergie et au roman-

tisme comme au début des radios libres. Les webradios essayent d'inventer un nouveau modèle économique fait d'événementiel et de publicité. Radio Marais produit des émissions pour des marques, des clubs, des artistes. « Par exemple on a vendu douze émissions à Rosa Bonheur », la guinguette du parc des Buttes-Chaumont à Paris où Radio Marais a émis en direct. « On fait de la culture avec ce qu'ils sont », dit Damien Raclot-Dauliac. Autre client en vue, le Forum des Halles de Paris pour une émission mensuelle sous la canopée inaugurée début avril. Autre revenu, la pub : « mais pas le modèle classique de la pub antenne », explique David Oussadon de Piiaf qui cherche à copier le modèle des podcasts américains où la pub fait partie du contenu éditorial de l'émission. À Radio Bellevue web, une webradio lyonnaise, créée par les anciens de la mythique FM radio Bellevue, on « développe des formes de partenariats culturels en coproduction avec des institutions pour produire de la matière sonore : le festival Montpellier danse, ou la Gaité Lyrique », détaillent Robert Lapassade et Alain Garlan, qui ont présidé à la renaissance de cette radio sur le web. « Une vraie économie est en train de se créer », prévient-on à Radio Marais dont un producteur a été débauché par Mou' l'année dernière. « Nous sommes des précurseurs. Il faut qu'on passe à un palier supérieur pour ne pas se faire vampiriser », dit encore son fondateur. « L'écoute de la radio sur Internet va prendre de plus en plus de place avec les autoradios connectés et les usages mobiles », prévoit David Oussadon de Piiaf. « Nous sommes la nouvelle génération de radios » où des auteurs aguerris trouvent un nouveau terrain d'expression et où les auteurs de demain sont en train de faire leurs armes. ★

(suite p.42)

Une production radio indépendante

Les auteurs radios se regroupent en de petites structures de production indépendante pour partager matériel, savoir-faire et carnet d'adresses.

Elles sont de plus en plus nombreuses et portent des noms poétiques et évocateurs qui, mis en liste, amusent : Le Bruitagène (à Nantes), Folles de sons et Le Zèbre et La Mouette (à Lyon), Faïdos Sonore (à Toulouse et Paris), Le chant du moineau (en Dordogne), Le Vestibule et L'Orage (dans les Bouches-du-Rhône), Microsillons (à Rennes), Le Frigo (à Paris), Le Sonographe (à Cholet), Limitrophe, Le Moineau Phonique ou encore La Route des ondes. Les associations de création sonore dessinent en France une nouvelle carte de la production radiophonique. « Il y a 15 ans, avec l'arrivée des outils numériques, enregistreurs et logiciels de montage, beaucoup de gens se sont mis à créer sans rien demander à personne », raconte Mariannick Bellot, auteure radio et présidente de l'Addor (Association pour le développement du documentaire radiophonique). « La création sonore est très vivante ». Depuis sa création en 2002, Arte radio a contribué à faire émerger cette nouvelle génération. Si beaucoup d'associations d'auteurs œuvrent en province, ce n'est pas un hasard. « Pour nous provinciaux, Paris c'est le far-west. Si tu n'as pas tes entrées à Radio France ou à Arte radio, tu es mort », explique Véronique Macary, membre de Folles de sons, une association lyonnaise de producteurs sonores qui se sont regroupés pour se sentir plus forts. « À Longueur d'ondes, festival de la radio et de l'écoute, à Brest les producteurs indépendants sont cantonnés dans un petit espace. Le grand espace est réservé à France Culture », remarque Véronique Macary. « Les Parisiens ne te font confiance que si tu es dans le réseau », confirme Anaïs Denaux

du Bruitagène à Nantes. Fonder une association de producteurs sonores, c'est créer une branche de ce réseau. Plus pratique, se regrouper permet aux auteurs de partager du matériel. « Notre structure Faïdos sonore nous a permis d'acheter, par exemple, des bons micros », expliquent Benoit Bories et Charlotte Rouault. « On a créé l'association Le Bruitagène pour pouvoir faire des factures, et pour demander des subventions », dit Anaïs Denaux. Ces regroupements d'auteurs sont aussi des coopératives de distribution d'œuvres auprès des radios. Le Bruitagène diffuse ses productions sur Jet FM, Radio Grenouille, les Radios Campus et autres radios associatives mais aussi sur la RTBF. « On fait un travail de communication sur nos œuvres, ça profite à tout le monde », dit Anaïs Denaux. Faïdos sonore a aussi son réseau de diffuseurs. Chez CAMCF, coopérative d'auteurs basée à Valcabrière en Haute-Garonne, la distribution d'œuvres radio est l'activité principale. « L'auteur nous commissionne pour diffuser ses productions auprès de notre réseau de cent-vingt radios associatives », détaille Maurice Clément-Faivre qui a monté cette activité en 1983. « L'auteur est suivi de bout en bout : studios, enregistrement, formations juridiques, prise de son, visuel, comédiens, matériel, musiques. Une fois l'émission placée, on récupère les attestations de diffusion et on édite les déclarations Scam, Sacem et SACD ». Cent-trente-six œuvres et quarante-quatre auteurs au catalogue de CAMCF, « l'union fait la force », dit son directeur.

La force c'est aussi « l'autonomie technique », assurent Benoit Bories et Charlotte Rouault, de Faïdos Sonore, qui savent enregistrer, monter, réaliser, mixer, comme toute la nouvelle génération d'auteurs radio. « Il faut savoir tout faire car on n'a aucune sécurité de l'emploi ». « Je me souviens d'une ancienne réalisatrice de Radio France qui en vingt-cinq ans de métier n'avait jamais touché un micro », raconte éberluée Charlotte Rouault. « Elle ne pouvait pas évoluer professionnellement. En dehors de Radio France, elle n'était bonne à rien ». « Moi j'aime porter le micro », dit Julie Roué du Frigo qui après ses études d'ingénieure son à Louis-Lumière a préféré faire du cinéma car à Radio France elle n'aurait pas pu « toucher le son ». Au Frigo, les nouveaux arrivés sont formés aux techniques d'enregistrement et de montage par les anciens. « Combien de gens de Radio France ne sont pas au contact direct du son ? », demande Clément Baudet, producteur et réalisateur à la Maison ronde mais aussi à Phaune radio où les méthodes de production sont évidemment très différentes. « La dis-

inction technicien, réalisateur, producteur n'a aucun sens», disent tous ces auteurs qui n'ont jamais connu la bande magnétique. « La technique fait partie de l'écriture: jouer avec la stéréo, la profondeur. C'est écrire le son. Ne pas enregistrer c'est être dépossédé d'un élément fondamental de notre métier ». « Dans mon approche, il y a le travail journalistique et le travail esthétique, le fond et la forme, explique Véronique Macary. « Rien ne sert d'avoir du fond si le son est mauvais ». Les auteurs radios savent tout faire et leurs petites structures, souvent associatives, se comportent comme des sociétés de production. « Microsillons nous permet de répondre aux appels à projets de la commande publique », explique Anne Kropotkine à Rennes, qui travaille à la création d'une fresque sonore pour les cinquante ans du Havre en juillet 2017. Faïdos Sonore et Le Bruitagène ont toutes les deux signé le son des diaporamas sonores du pavillon français de la Biennale d'architecture de Venise cette année. Alors, la radio pourrait-elle faire appel à de la production externe ? Arte radio, qui a pour principe de ne jamais accepter d'œuvres toutes faites, a fait une exception à cette règle l'année dernière en diffusant *Total vocal*, une série de douze fictions produite, réalisée et mixée à la maison par son auteur Nicolas Guadagno. Pour leurs émissions de reportages et de création, la RTS et la RTBF délèguent la production et le montage aux auteurs pour se réserver le montage final et le mixage. Sud Radio a déjà adopté un système proche de celui des productions externes de la télé pour certaines de ses tranches horaires. Un exemple avec l'émission culturelle *C'est tendance*: « Je suis producteur indépendant », explique Olivier Monssens. « Ma société facture mensuellement mes services (production artistique, rédaction en chef et présentation) à la chaîne. Je ne suis pas salarié et ne travaille pas au siège de Sud Radio mais je ne prends pas en charge la réalisation technique et logistique de l'émission, dont s'occupe Sud Radio ».

Joël Ronez, ancien directeur des Nouveaux Médias de Radio France estime que le système d'une production externe pourrait apporter de la vitalité à la création radiophonique: « Radio France devrait faire appel pour une partie de son inventaire de programmes à de la production déléguée. Elle passerait commande à des boîtes externes qui devraient répondre à un cahier des charges techniques et éditorial. Cela créerait un écosystème qui permettrait à la production indépendante de vivre. Cela donnerait envie aux auteurs qui sortent d'école de se lancer dans ce métier. Un nouveau réseau

de producteurs émergerait. La marge entre production indépendante et production Radio France serait réduite. On sortirait des méthodes de production très intimidantes de Radio France. Cela renouvellerait le genre radiophonique. Ce serait dans l'intérêt du service public ». Stéphane Marin, de la compagnie Espaces Sonores producteur de créations sonores qui a déjà travaillé pour France Culture, abonde: « Nous, boîtes de production, pouvons faire de la production extérieure à moindre frais de fonctionnement, de gestion du personnel, de matériel. Nous pourrions vendre nos œuvres clés en main, produites et réalisées en beaucoup moins de temps. Ce serait de la concurrence dans le bon sens du terme: de l'émulation ». Interrogée sur cette proposition, Sandrine Treiner, directrice de France Culture estime qu'elle « n'a aucun intérêt économique car le secteur privé de la production radio n'existe pas ». Si à France Inter, les auteurs-réalisateurs de formes sonores courtes existent (Caroline Cartier par exemple qui a produit de nombreuses pastilles jusqu'en juin 2015), à France Culture leur existence est « taboue », selon le mot d'un auteur qui aimerait « auto-réaliser » ses productions. « Souvent, des producteurs arrivent avec des idées de réalisation très précises », raconte Inès de Bruyn, attachée de production de l'émission *Creation on air* sur France Culture. Produire, réaliser, mixer, ils savent tout faire. Ils en ont la culture et les compétences. « Mais il est impossible de tout faire bien tout seul », tempère-t-elle. « Radio France leur apporte des paires d'oreilles supplémentaires ». « Les producteurs de type JRI ne sont pas à l'ordre du jour », confirme Sandrine Treiner. « Une telle évolution ne pourrait se faire qu'à condition de garantir une qualité de service public. Si besoin, nous saurons faire évoluer les pratiques à l'intérieur de la maison ». ★

(suite p.44)

La radio sans antenne

Musées, expositions, fondations, parcours sonores, installations de rue, la vitalité de la création radiophonique déborde de la radio.

Une radio « festive ». L'adjectif est prononcé par Anaïs Denaux, du collectif Le Bruitagène qui a organisé fin août à Challain-la-Potherie (Maine-et-Loire), Utopie Sonore, une rencontre sonore, « *une colonie de vacances bordélique et acousmatique, un summer camp décadent et sonore* », disait-elle au magazine en ligne Syntone. Quand la radio sort de ses murs, quand la radio émet sans antenne, elle est joyeuse. Au musée, dans les rues, dans les festivals, le temps d'un après-midi ou d'une semaine, d'un atelier de travail ou d'une rencontre, les auteurs radio rencontrent de plus en plus souvent leurs auditeurs. Ils trouvent dans ces formes de diffusion sonore un nouveau débouché économique. « *Les installations et les performances sonores c'est sept à huit fois mieux payé pour le même temps de travail que le documentaire* », calcule Benoit Bories de Faïdos Sonore qui en octobre 2015 jouait live au Couvent des Jacobins à Paris une création sonore ou présentait une installation cross-média à la Nuit blanche à Paris en septembre de la même année. « *Quand on me passe une commande, je demande trois cent euros bruts par jour. Les musées et les institutions ne rechignent pas à payer: ils ont conscience du temps de travail que demande la création sonore* ». C'est grâce à cette activité de créateur sonore, économiquement rentable, qu'il peut produire, à perte, des documentaires sonores pour Radio France. La radio, c'est « *ma danseuse* ». « *Il vaut mieux faire des "zing zing" sonores, tu es plus considéré* », dit Silvain Gire, directeur éditorial d'Arte radio, qui a le sens de la formule. Et de raconter que Frédérique Pressmann, auteure de nombreux documentaires pour Arte radio et Radio France s'est présentée comme plasticienne sonore pour devenir membre de la Villa Velasquez à Madrid. « *Auteur radio, ça ne veut rien dire* ».

« *Le renouveau de la radio viendra d'endroits hors de la radio. Des endroits libres et pas marchands* », croit Stéphane Marin de la compagnie Espaces Sonores, producteur de « *créations sonores environnementales* ». « *Avec l'audio mobilité, l'art sonore vient se mêler avec le dehors, le réel. Ici il y a de l'invention, de l'inventivité* ». Les initiatives de ce genre sont nombreuses, aux frontières du field recording, de la musique acousmatique et de la radio, elles renouvellent l'écoute et la grammaire radiophonique. En public, en dehors. On citera *Sous Casques* de Jules Wysocki, des écoutes sauvages dans la rue de créations sonores; *Les Déambulies*, un spectacle en marchant de la compagnie Fictions collectives en avril dernier à Montreuil; *Le Bivouac radio*, une randonnée sonore organisée dans les Cévennes par Radio Escapade et mise en ondes par Phaune radio en octobre dernier; *City Sonic* un festival des arts sonores sous forme de parcours dans la ville de Mons en Belgique; l'application Zoophonie du parc zoologique de Paris: d'abord sujet d'une émission Creation on air de France Culture avant de devenir un parcours immersif dans les allées du zoo; *Radio Live* des productrices Caroline Gillet et Aurélie Charon où la radio monte sur scène à la rencontre de ses auditeurs; ou *Sur les Bancs*, une application mobile de réalité sonore augmentée, concoctée par Thomas Baumgartner qui propose une série de fictions en binaural à écouter in situ sur les bancs de parcs parisiens.

Dans un article titré « *Vers un tourisme sonore* », daté de juillet 2015, Syntone remarquait un phénomène en expansion: « *Depuis quelques années, le son autre que musical est activement investi par les milieux de l'art, de la culture et du patrimoine: sites acoustiques remarquables, installations paysagères, promenades à oreilles nues ou casquées, réalité augmentée, le sonore a le vent en poupe. Dans ce paysage touristique en cours de constitution, se croisent activistes de longue date de l'écoute, collectivités locales soucieuses de marketing territorial, artistes en recherche de nouvelles formes* ». « *On en arrive à une situation où la création radio est très en vogue dans les lieux culturels et artistiques mais ostracisée à Radio France* », lance même un auteur. Dehors, pas toujours. Entre quatre murs, les auteurs sonores trouvent aussi de nouveaux lieux de diffusion. Souvent pour des musées ou des fondations. Pour une expo, une installation. « *Créer des œuvres pour des systèmes de diffusion est beaucoup plus intéressant que faire de la phonographie écoutée n'importe où n'importe comment* », dit Stéphane Marin. En mars, l'ex-

position *F(((o)))rêt* à Paris exposait des œuvres sonores mixtes, entre pièce radiophonique et électroacoustique d'auteurs très divers. Le collectif Mixage Fou organisait en mars dernier une déambulation sonore et interactive à travers la collection du musée de la Chasse et de la Nature à Paris pour le week-end des musées de Télérama. Début juillet, la fondation Louis Vuitton à Paris présentait la troisième édition de sa *Radio*. Vingt-quatre heures de programmes consacrés à la création poétique contemporaine conçus par l'artiste Anne-James Chaton. Les émissions de *Radio*, la bien nommée, se déroulaient en public, étaient diffusées en direct et podcastables. Au festival Printemps des Arts à Monte-Carlo en mars-avril 2016, c'est David Christoffel, producteur habitué des couloirs de Radio France qui avait imaginé la radio du festival. Diffusion vingt-quatre heures sur vingt-quatre en ligne pour des émissions autour des œuvres, des concerts, des rencontres avec les artistes. Son nom : *Radio Parfaite*. Tout un programme. Tellement évocateur du plaisir que prennent les auteurs radios quand ils s'affranchissent des limites de la diffusion hertzienne. Plaisir que l'on retrouve dans les écoutes collectives en public d'Arte radio, à la maison de la poésie, au Centre Georges-Pompidou (en mars dernier) ou au musée d'Orsay (en février), à Paris. Dans les apéros sonores du Bruitagène à Nantes ou ceux du Frigo à Paris, les séances d'écoute d'Addor (l'Association pour le Développement du Documentaire Radiophonique). Ou celles des festivals sonores, Utopies Sonores donc, Longueur d'ondes à Brest, les Echappées radiophoniques (annexes du Festival de cinéma de Douarnenez), ou encore la Nuit de la radio de la Scam. ★

Le podcast

Nouveau marché de création radiophonique, le podcast attire les auteurs et diffuseurs, traditionnels ou nouveaux. La production existe mais pas encore sa rentabilité.

Depuis sa mise en ligne fin 2014, le podcast américain *Serial* sert de modèle à tous ceux qui croient que l'audio à la demande peut se faire une place de choix aux côtés de la radio de flux (hertzienne ou web). Il faut dire que le succès de cette série audio en douze épisodes est phénoménal et fait des envieux : dès le début de sa dif-

fusion, *Serial* est numéro un des écoutes sur iTunes et, en novembre 2014 (à peine un mois après la mise du premier épisode), il devient le premier podcast à atteindre les cinq millions de téléchargements et d'écoutes en streaming. En proposant d'élucider un crime commis cinq ans plus tôt, son auteur Sarah Koenig reconstitue l'histoire pas à pas et tient en haleine ses auditeurs. Pensé pour une diffusion sur téléphone mobile, *Serial* est arrivé dans le paysage radio au moment où une mise à jour de l'OS d'Apple installait par défaut son application Podcast sur tous les iPhones, iPods et iPads. La série bénéficiait aussi de la force de frappe de NPR (National public radio), association d'un millier de radios indépendantes américaines qui s'échangent des émissions selon le système de la syndication.

Aujourd'hui en France, tout le monde ne jure que par elle et rêve de rééditer son audience. « *Les auteurs qui seraient intéressés chez nous peuvent commencer à y réfléchir... Il n'y a pas de raison que les séries soient réservées à la télévision* », déclare Sandrine Treiner, directrice de France Culture au magazine de la Scam, *Asterisque*, en mars dernier. L'appel est lancé. Le podcast serait donc un nouveau marché de création radiophonique sur lequel les auteurs rencontreraient de nouveaux diffuseurs.

Aux États-Unis, de nombreux podcasts sont de « *véritables blockbusters* », comme le remarquait le journaliste et chercheur Frédéric Martel dans un article de Slate.fr sur « *les treize mutations qui sont en train de révolutionner la radio* ». Par exemple *The Axe files* de David Axelrod ou WTF du comique américain Marc Maron, qui avait même reçu dans son émission Barack Obama en juin 2015. Signe du succès indéniable de ce format radio. Lequel est désormais vu aux États-Unis comme une menace pour la diffusion hertzienne : par un curieux retournement de l'histoire, le conseil d'administration de NPR a décidé en mars dernier qu'il ne serait désormais plus possible de faire la promotion des podcasts de NPR sur les antennes des radios adhérentes au réseau.

En France, on est encore loin de cette situation : aucune production indépendante de podcasts n'est en mesure de bousculer les audiences de la production broadcast. Toutes les radios continuent de faire la promo de leur site internet et encouragent ses auditeurs à podcaster leurs productions. Seules les plus petites, les radios associatives qui n'ont pas les moyens de se faire connaître dans un univers où il n'existe aucune régulation étatique, pourraient faire les frais de cette mutation des usages de l'écoute radio. « *Les ados écoutent* (suite p.46)

la radio sur smartphone et ordinateurs. Ils écoutent celles qui ont les moyens de se mettre en avant, celles qui savent faire du business, donc pas les radios associatives», explique Luc Magrina, directeur de Radio-Radio à Toulouse.

Le podcast (programmes audio diffusés à la demande, en téléchargement ou en streaming, sur le web ou sur une appli mobile), prend ses habitudes en France (lire l'interview de Joël Ronez p.36). Selon une étude de Médiamétrie datée 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, les médias se délinéarisent: les podcasts s'écoutent sur mobile. Arte radio, qui a mis en ligne plus de 2 000 créations depuis sa création en 2002, a prouvé qu'une radio de stock pouvait vivre dans un paysage de radios de flux. Le succès des podcasts de France Culture deuxième radio la plus podcastée, prouve qu'il existe une demande pour des programmes radios à la demande de qualité. À côté d'Arte radio, France Culture, et les radios périphériques, existe un vaste pan de production podcast méconnue. Largement amateur, elle a beaucoup de succès auprès d'un auditoire jeune, pour qui l'écoute de la radio sur un transistor ou une chaîne hi-fi est une habitude du siècle dernier. Parmi cette production indépendante citons les « Sagas mp3 », des fictions sonores de science-fiction ou d'heroic fantasy qui ignorent tout des circuits officiels de production radio au point de ne même pas prendre le nom de podcast. Ses auteurs, nombreux, diffusent sur des sites comme Netophonix ou Audiodramax. Ils organisent des journées de discussions et de rencontres avec leurs auditeurs, comme le 25 juin dernier à l'université de Paris-Jussieu où ils ont dû refuser du monde. *Le Donjon de Naheulbeuk*, une saga mp3 créée en 2001 par John Lang est un tel succès qu'elle connaît ses déclinaisons en bandes dessinées et en romans. Une autre fiction, *Poséidon*, de David Uystpruyst, scénariste, réalisateur, compositeur et sound designer, a, elle, été récompensée par le Grand Prix d'automne de la Fiction Radiophonique décerné par la Société des Gens De Lettres en 2012.

Fictions, documentaires ou émissions, les podcasts s'essayent à tous les genres. Le micro de WGR, la radio des Grands reporters, qui émet depuis 2013 en podcast (mais aussi en continu), est tenu par des photoreporters, reporters et écrivains voyageurs. Sur la plateforme Radiokawa basée en Suisse, réseau francophone indépendant de podcasts, une trentaine d'émissions sont

prises en ligne chaque mois. Musique, jeux-vidéos, cinéma, culture, les producteurs enregistrent chez eux leurs émissions qu'ils pilotent grâce à une interface dédiée sur le site. Les deux fondateurs de Radiokawa choisissent les émissions diffusées sur leur plateforme. Sur Soundcloud, autre plateforme de diffusion de productions audio en tout genre, ce sont *Studio 404*, un podcast traitant de la culture numérique, ou *Riviera Détente*, un podcast sous forme de conversation improvisée, qui commencent à plaire au public. À Lyon, Prochecast, montée par Renaud Volle un animateur de RCF, retrouve les vertus de la radio de proximité. Sur *L'originale.net*, Thomas Hercouët, un jeune auteur qui a travaillé pour Radio France, s'essaye à de nouveaux formats: il enregistre des émissions de 16 heures.

À côté du podcast amateur ou de niche, le marché est bien sûr investi par les gros acteurs du secteur. Google Play a lancé son application de podcast au printemps. Amazon, qui veut produire ses propres podcasts originaux, a racheté la société Audible spécialisée dans les contenus sonores pour proposer un service de podcasts réservés aux abonnés de son service Prime. Frédéric Courtine, PDG de Mediameeting leader de la radio de marque et d'entreprise en France, dit surveiller de près ce média qui fait désormais partie de « l'arsenal de la com'. *Nous pensons à produire des podcasts de niche: pour les femmes enceintes ou les camping-caristes par exemple* ». Les médias en ligne se tiennent prêts à produire des podcasts dès que le marché sera mûr. Avant les autres, en juin dernier, Slate.fr a mis en ligne ses premiers podcasts narratifs à la mode américaine. Du story-telling: à une ou deux voix, le ou les personnages racontent ou discutent. La production est financée par Audible, l'appli de podcasts d'Amazon. Budget conséquent pour les auteurs. D'autres journaux, comme Libération ou Télérama, ont lancé trop tôt leur offre podcast sur le marché en 2007 et se sont épuisés, faute de ressources financières, à produire de l'audio. Seul le podcast *Silence on joue* consacré à l'actualité des jeux vidéo, entame sa dixième saison sur Libération.fr. Il faut partir à temps. Avec *La-bas.org*, Daniel Mermet, lui, continue ses émissions, à télécharger, sur le web. Financée par abonnement, La-bas.org fait travailler auteurs, techniciens et réalisateurs dans des conditions professionnelles. Pascale Clark, qui a quitté France Inter fin juin dernier, a annoncé la création de BoxSons, une radio de podcasts sur abonnement qui devrait être en ligne en novembre. Si la production démarre vraiment, les auteurs radio pourraient en profiter. La question est juste de savoir comment et par qui elle sera financée. ✘

Le répertoire radio de la Scam

Les genres d'œuvres gérés par la Scam, toutes radios françaises confondues pour les diffusions 2014 traitées en 2015.

23 % du répertoire concernent des émissions d'entretiens, interviews, débats.

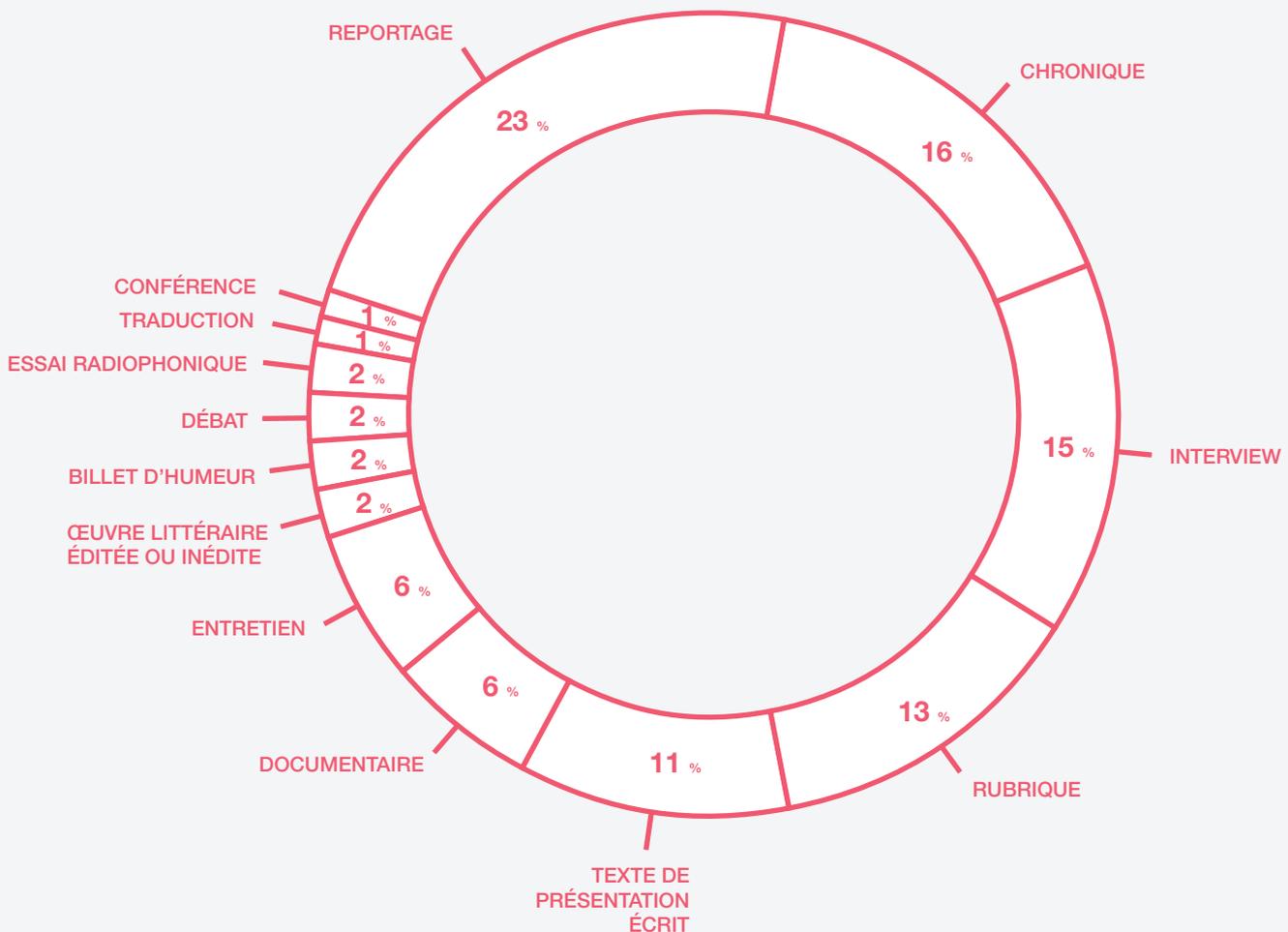
Les œuvres dites de création sonore (documentaires, essais radiophoniques) représentent 8 % du minutage et 31 % si l'on y ajoute les reportages.

Les œuvres d'écriture personnalisée, narratives, de type

chroniques et billets d'humeur sont présentes dans le minutage à hauteur de 19 % (ce chiffre monte à 43 %

avec les rubriques et textes de présentation écrits).

Les œuvres littéraires (récits originaux édités ou inédits, ainsi que conférences de philosophes, hommes de lettres, universitaires) représentent près de 3 % du minutage.



IX. « En France, personne n'est habitué à payer pour écouter la radio ».

Floriane Pochon raconte les ressorts qui permettent à Phaune radio, dont elle est co-fondatrice, de vivre.

Entretien avec Floriane Pochon

Quelle drôle d'idée de créer une webradio de flux quand la radio se délinéarise, qui plus est une radio de création sonore quand la radio d'information, de talk ou de musique domine.

À l'heure où certains semblent s'inquiéter de l'avenir de la radio dans le monde numérique, oui c'est une drôle d'idée car ça demande énormément d'énergie et de passion. Dès l'origine de Phaune Radio, il y a un vrai désir collectif de mettre en partage une expérience d'écoute un peu différente, affranchie des cadres habituels, des temporalités classiques.

Phaune est un drôle de cabinet de curiosités sonores où se croisent paysages sonores, esthétiques musicales, samples de films, poésie brute, jeux d'archives, mix, prises de sons naturels, collages, détournements, bricolages sonores... Il y a un monde où la radio peut se permettre de jouer de manière totalement décomplexée. Ce rêve de radio a reçu très vite des retours gratifiants de la part des auditeurs qui apprécient la liberté qu'on déploie chaque jour et qui découvrent de nouvelles manières d'écouter. Des auditeurs qui se trouvent dans le monde entier.

D'où vient cette passion de la radio de création ?

J'ai toujours beaucoup écouté la radio : Radio France, radios libres. Radios commerciales aussi comme Fun parce qu'il s'y passait tout à coup quelque chose de différent. C'est la radio comme compagnon permanent qui m'intéresse. Celui qui est toujours là quand tu en as besoin, et que tu peux éteindre quand tu as besoin d'autre chose. Qui continue à grandir, à évoluer, à faire sa vie sans toi. Qui continue à te surprendre, même après des années, avec ses humeurs et ses rythmes propres. Les longues heures d'insomnie m'ont bien servi aussi, pour apprendre à écouter. La nuit, en radio, il se passe vraiment quelque chose de spécial : changement de rythme, perception du temps, les cadres de perception bougent réellement. C'est pour ça que la question du flux est importante : c'est très précisément au croisement de la liberté et du lien, donc du vivant. Et toujours un peu magique.

Chargée de mémoire, ouverte sur le futur, la radio est là depuis toujours pour moi, parce que c'est un lieu de passage, un lieu où les choses se passent, se transmettent, un terrain de jeu qui permet toutes les explorations. Je crois qu'au fond je n'aime que ce qui « laisse à désirer », c'est-à-dire ce qui laisse de la place pour construire son propre imaginaire. Par les trous qu'on a dans la tête, la radio distille un peu d'espoir de contrebande en des temps qui ne s'y prêtent pourtant pas tellement.

Et quand j'ai commencé à mettre les mains dans la matière sonore, la radio a fondamentalement changé mon rapport au monde. L'attention aux sons, aux voix, à l'environnement se dilate, le monde s'agrandit. Je crois qu'on retrouve tous ces changements d'échelle et cette invitation au mouvement avec Phaune Radio : des petits sons de fourmis, des gros sons d'éléphant, des abeilles qui deviennent monstres, la pluie qui devient musique... Sur Phaune Radio, les frontières entre création sonore et musique sont souvent volontairement brouillées : une pièce de création va résonner différemment selon qu'elle est suivie ou précédée de tel ou tel morceau de musique ou sample. C'est l'expérience toujours recommencée de créer un langage qui se partage, vibrant de toute l'énergie du vivant.

Que s'est-il passé pour que Phaune radio grandisse, vive ?

Quand on a créé Phaune Radio, on l'a fait sans en mesurer les conséquences. Dans l'enthousiasme et la

joie pure. Techniquement, ce n'était pas si compliqué parce que nous avons la bonne combinaison de compétences pour mener ce projet : gestion des réseaux et des infrastructures, design du site et du player, production du son, des vrais trésors sonores à partager et une envie commune de sentir la radio ouvrir des lignes de fuites. Et à vrai dire, quand on a monté le projet, j'ai moi-même mis longtemps à réaliser ce qu'on était en train de faire. Pour l'anecdote, c'est Thomas Baumgartner (France Culture), pour l'émission dans laquelle il nous avait invité à présenter le projet, qui nous a dit : « mais vous avez ouvert une radio en fait ». À force de parler de Phaune Radio comme d'une entité un peu à part, une bestiole vivante et imprévisible, j'en avais oublié cet essentiel-là. Ça m'a fait un drôle d'effet sur le moment.

L'équipe de Phaune, Stéphane Jourdan, Clément Baudet, Laurie Guétat et moi, avec tous ceux qui y collaborent fréquemment, nous aimons aussi l'idée de fabriquer un projet collectif. Nous sommes tous géographiquement loin les uns des autres, Phaune est un territoire partagé. On s'amuse toujours. Phaune est notre radio idéale. On la fabrique de façon intuitive sans formuler de listes d'objectifs stratégiques. Juste quelque chose de vivant, et en mouvement, qui cherche d'autres manières de s'exprimer. Par exemple dans la façon dont on s'adresse aux auditeurs : pour la bande de sauvages que nous sommes, il n'était pas si simple de dire « bonjour » dans un micro. C'est pour ça que ça nous intéresse tant de pouvoir faire entendre des formes d'écritures sonores très différentes.

Arte Radio développe avec beaucoup de talent un certain rapport spéculaire au son qui renvoie l'auditeur à une image de lui et du monde tel qu'il est. Elle tend un miroir à la société et aux gens, à ce qu'ils sont, et cherche une sorte d'universel, de plus petit dénominateur commun, pour parler à tout le monde. Phaune Radio, elle, part d'un autre endroit, en allant souvent chercher non pas les points communs, mais l'altérité pure, les singularités, pour essayer de générer le désir de cet « ailleurs » permanent, comme peuvent l'être l'animal et le végétal. C'est important de mettre autre chose que l'humain au centre, pour une fois.

Phaune radio a-t-elle créé une économie viable, son économie ?

C'est en recherche aussi. Dans les faits, Phaune Radio, c'est une association (Freq-out) et un studio d'arts sonores (Tarabust). Aujourd'hui, le modèle (suite p.50)

économique de Phaune Radio est à l'équilibre grâce à la réalisation de commandes (pour des spectacles, expositions, promenades ou fictions), de prestations, de la formation. La question économique se poserait différemment si on décidait de rémunérer au moins en partie le temps passé à la gestion de Phaune.

Pour l'instant, nous sommes totalement indépendants des financements publics et on s'en sort bien parce qu'on reçoit de plus en plus de commandes. Nous avons très peu de frais de fonctionnement. C'est l'avantage de n'avoir ni studio ni antenne hertzienne et d'avoir optimisé toute notre infrastructure web. Ça nous permet aujourd'hui de prévoir un budget de production pour d'autres artistes (lire par ailleurs Les webradios p.40). Le Prix Découvertes que la Scam a décerné à la série des Polyphaunes en 2015, par exemple, finance en partie une collection de créations sonores que nous demandons à six artistes ou duos de créer.

En France, personne n'est encore habitué à payer pour la radio : c'est un robinet qu'on ouvre et qui coule. C'est en train d'évoluer pour certaines productions spécifiques (fictions, podcasts, etc.) qui s'aventurent de plus en plus vers des systèmes d'abonnements (comme Patreon ou son équivalent français Tipeee) où les auditeurs financent directement la création. Ça ouvre de nouvelles perspectives et un rapport direct avec les gens vraiment stimulant ! Ceci dit, l'ensemble de nos créations restera en accès libre et gratuit pour tous, disponible en ligne et à disposition aussi des autres radios en France et dans le monde.

Nous avons fait le choix de ne pas salir notre antenne avec de la publicité. Notre économie nous oblige donc à chercher de nouveaux moyens pour pouvoir diffuser. Et on en trouve toujours. Ce sont de bons prétextes à création : quand on répond à la commande d'une balade sonore pour la Maison Populaire de Montreuil, quand on fabrique des bandes son pour un théâtre ou un musée, cela nourrit aussi l'antenne : ces pièces sonores peuvent être transformées et diffusées sur Phaune, dans les réseaux de nos partenaires en FM (Radio Escapades dans les Cévennes, Choq FM à Montréal, Radio Panik et Radio Campus à Bruxelles, Radio Grenouille à Marseille...).

Qui sont les auteurs qui travaillent avec Phaune ?

On aime l'idée d'être « à géométrie variable », selon les disponibilités des gens. Parmi nos collaborateurs réguliers, citons Cédric Anglaret (France), Nicolas Perret

(Berlin), Félix Blume (Mexique), Etienne Noiseau (France), Sarah Boothroyd (Canada), Alain Damasio (France). Et bien sûr, des structures comme l'ACSR de Bruxelles, Arte Radio à Paris et les archives sonores de la British Library à Londres.

De plus en plus souvent, des auteurs hors de nos réseaux premiers nous proposent leurs créations, et c'est très réjouissant. Beaucoup d'autres artistes européens et internationaux nous offrent également des inédits, en fouillant dans leurs archives pour nous proposer aussi des pépites qui ne peuvent pas être diffusées ailleurs parce qu'elles ne rentrent dans aucun cadre. Phaune Radio est un grand terrain de jeu pour des auteurs qui peuvent aussi se transformer en programmeurs et partager les sons qui les inspirent.

Quelles sont les règles en vigueur sur ce nouveau terrain ?

Il nous paraît important de maîtriser toutes les phases de production. Donc nous faisons tout, de la recherche de matières à la prise de son, du dérush au montage, du mixage à la mise en ligne et à la communication. Dans notre travail, fond et forme sont liés. Donc le réalisateur est autant auteur que le producteur. C'est une des raisons pour lesquelles on préfère souvent au terme « auteur » le mot « faiseur » parce qu'il donne bien l'idée de la confrontation avec la matière sonore qui contredit souvent tout ce qu'on a pu poser sur le papier en amont.

Le son, comme le réel, est vraiment une matière imprévisible et en mouvement. À partir de tout ce qu'il contient d'instable, d'irréductible, de charnel, de libre, on dérive, on choisit, on déplace, on décale, on croise, on frotte, on entrechoque, on fusionne, on arrange, on dérange, on recompose. Tout ça pour que s'ouvre un réel « amplifié » qui est celui de tous les possibles : science ou fiction, documentaire ou jeu pour l'oreille, peu importe. Ce qui compte, c'est de raconter un horizon. Proche ou lointain, plausible ou improbable, minuscule ou immense, fragile ou puissant, apaisant ou dangereux, mais un horizon en mouvement. ✨

Quand j'étais gosse, j'avais un super prof de CE2 qui nous faisait écouter La Flûte enchantée, je me suis pris une fascination pour un extrait où l'on entendait hyper furtivement le (la?) flûtiste reprendre sa respiration, un genre de micro woosh entre deux notes. Mes copains l'entendaient pas, mais moi dans ma tronche d'enfant je savais que j'avais entendu Monsieur Mozart en personne respirer (...). Mes parents ne m'ont pas crue. Donc je veux retrouver ça en radio, je veux entendre Mozart respirer, déceler les petits accidents, les imprévus, les inattendus, les non voulus.

Charlène Nouyoux, auteure radio



Scam*

*Société civile des auteurs multimedia

Directeur de la publication
Hervé Rony, directeur général de la Scam

Ont participé à la préparation de cette étude :
Thomas Baumgartner, Leila Djitli, Laurent Valière,
Carole Pither, Jean-Louis Rioual, Sandrine Ferra, Leila Benichou.

Secrétariat de rédaction : Stéphane Joseph, Valentin Rolando.

Enquête et rédaction : Hervé Marchon.

Graphisme : Le Goff & gabarra
Impression : Burllet Graphics
Septembre 2016