



lafran.org

FRAN

Fédération des radios associatives de Normandie

Étude 2021 des radios associatives de Normandie

Chiffres 2020

La **FRAN** (Fédération des Radios Associatives de Normandie) est une association loi 1901 qui a pour but de coordonner, défendre et représenter les intérêts des radios associatives normandes membres. Suite à la fusion des régions, l'ancienne **FRAHN** (Fédération des Radios Associatives de Haute-Normandie) est devenue la **FRAN**, y voyant l'occasion de participer à l'union de la Haute et Basse-Normandie en proposant des projets communs fédérateurs.

Contexte de l'étude

Suite à un renouvellement de bureau en 2021, la **FRAN** a souhaité apprendre à mieux connaître les radios associatives régionales. La présente synthèse a pour objectif de comprendre l'organisation et le fonctionnement de ces radios afin de proposer des actions répondant aux besoins de ses membres. Elle permet également de montrer aux acteurs territoriaux ainsi qu'aux Normands le rôle que possèdent les radios associatives à l'échelle locale et régionale.

Méthode utilisée

Cette étude a pour objectif de proposer une vue d'ensemble sur le secteur des radios associatives de Normandie : identité radiophonique, ressources humaines, finances ou encore rapport au numérique ont été étudiés. Sur les 23 radios associatives autorisées à émettre par voie hertzienne par l'**ARCOM** et qui possède leur studio en Normandie, 18 radios ont accepté de répondre à un questionnaire en ligne. Toutes les données ont été anonymisées et globalisées dans un souci de protection des données personnelles.

2020 a été, bien évidemment, une année particulière pour l'ensemble des radios dû à la crise sanitaire. Aussi, pour avoir une vue plus fine, cette étude devra être réitérée régulièrement afin de mesurer les évolutions, et approfondie sur certains points.

Afin de mener cette étude, la **FRAN** a accueilli Elise Piedfort en tant que stagiaire grâce au dispositif "Jeunes Diplômés" mis en place par la Région Normandie

UNE RADIO ASSOCIATIVE, C'EST QUOI ?

Éléments de définition

Les radios de catégorie A, ou radios associatives, sont des stations de radios à but non-lucratif qui possèdent une autorisation de diffuser sur une ou plusieurs fréquences hertziennes. Elles sont décrites ainsi par l'**ARCOM**:

“elles fournissent un service de proximité, et leurs ressources commerciales provenant de la publicité de marque ou du parrainage sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total. (...)

Ces radios contribuent à l'expression, au niveau local, des différents courants socioculturels ; elles soutiennent le développement local, la protection de l'environnement et la lutte contre l'exclusion.”

Les radios associatives ont un rôle de proximité très fort : dans la mesure où elles ont une portée de diffusion allant de 25 à 70 km, elles se concentrent sur une information très locale et laissent beaucoup de place aux actions citoyennes. Les revenus publicitaires sont limités : 55% des radios associatives normandes ne diffusent d'ailleurs même pas de publicité. L'essentiel de leurs revenus provient donc des subventions, notamment territoriales, qui leur sont attribuées. N'étant pas dépendantes de leurs annonceurs, ces radios peuvent se permettre de proposer des émissions plus originales et toucher au plus près à l'information locale.

Lexique des termes importants

- **ARCOM** : Autorité publique française de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ex-CSA)
- **DAB+** : Digital Audio Broadcasting. Nouvelle technologie de diffusion numérique par onde hertziennes de la radio complétant la bande FM. Une radio peut émettre en DAB+, en FM ou les deux.
- **FSER** : Fonds de Soutien à l'Expression Radiophonique locale. Aide financière nationale du Ministère de la Culture dédiée aux radios associatives.
- **MIC-MIG** : Message d'Intérêt Collectif - Message d'Intérêt Général

Le Message d'Intérêt Collectif sert à promouvoir un secteur d'activité, un groupement de professionnels ou encore une catégorie de produits ou services présentés sous leur appellation générique (exemple : les produits laitiers), sans que cela bénéficie à une marque d'un membre du groupement, à une entreprise, une organisation identifiable ou une marque particulière d'un produit ou d'un service.

Un Message d'Intérêt Général est un message destiné à mettre en avant une cause d'intérêt général (porté par des organismes publics, parapublics ou associatifs). Il répond à deux critères, organique (un MIG émane d'une administration ou d'une association caritative) ou matériel (un MIG est un message dont le contenu a un caractère sanitaire, social, environnemental, culturel, civique ou économique).

Le Message d'Intérêt Collectif ou Général n'est pas considéré comme un Message Publicitaire.

PROFIL DES RADIOS ASSOCIATIVES NORMANDES

Répartition géographique

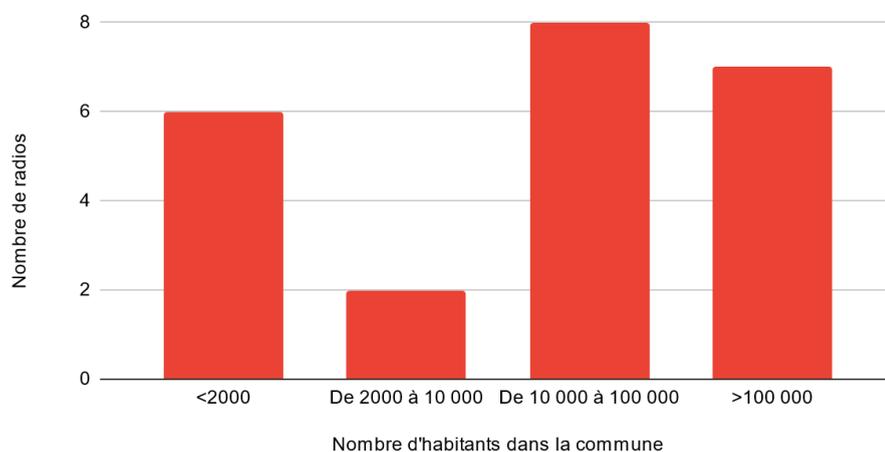


En violet, les radios ayant répondu au questionnaire, en rouge, celles qui ne l'ont pas fait, et en vert celles qui ont refusé. Carte disponible ici : <http://u.osmfr.org/m/665259/>

Il existe 23 radios associatives en Normandie en 2021, avec de grandes disparités entre les départements : 4 radios sont présentes dans le Calvados, 4 dans l'Eure, 2 dans la Manche, 3 dans l'Orne et 10 en Seine-Maritime, qui représente à elle seule 40,5 % des radios présentes sur le territoire normand. Il est possible de remarquer certaines zones blanches, aux alentours de Dieppe, Falaise ou d'Avranches par exemple. Ce sont parfois des webradios qui assurent un service de proximité.

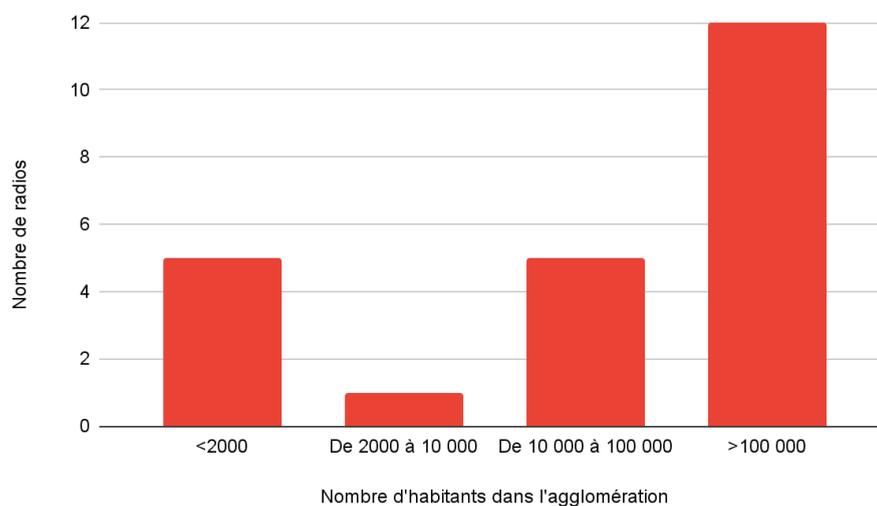
La répartition ville-campagne est très inégale. Si l'on prend en compte la population des communes dans laquelle les studios de radios sont implantés, les villes moyennes l'emportent d'une courte tête sur les grandes villes.

Quelle est la taille des communes dans lesquelles se trouvent les studios de radios ?



En revanche, si l'on prend en compte l'agglomération urbaine, plus de la moitié des radios associatives émettent dans les grands centres urbains de Rouen, Caen et le Havre.

Quelle est la taille des agglomérations dans lesquelles émettent les radios ?



Public

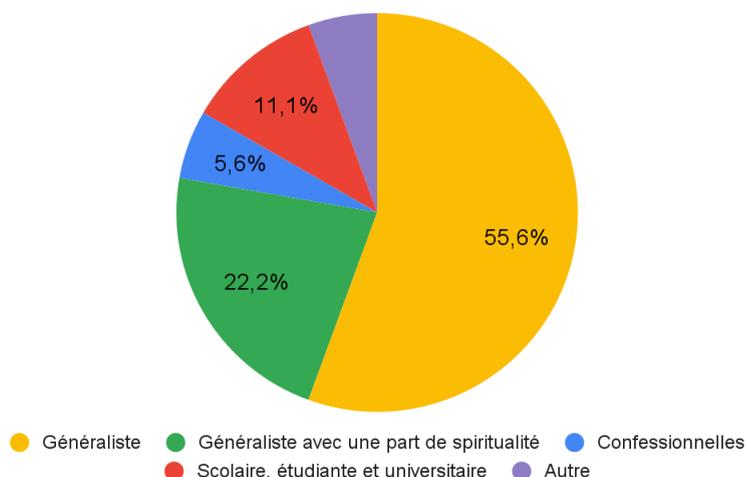
Le public des radios associatives est assez difficile à identifier : les sondages d'audience sont difficiles à réaliser car coûteux pour ces radios aux faibles revenus. En France, l'audience de la radio est mesurée par Médiamétrie par sondage téléphonique. Une radio peut également commander une mesure d'audience particulière.

En Normandie, seules 9 radios sur les 18 ayant répondu au questionnaire sont en mesure d'estimer leur nombre d'auditeurs sur leurs fréquences FM et DAB+, et 5 seulement pour leurs sites web. Ce sont les radios avec les budgets les plus importants qui peuvent estimer le mieux leur public, mais les unités de temps sont variables (certaines mesurent par jour, d'autres par semaine, mois ou année), ce qui empêche de donner une estimation sur l'ensemble de la région.

Typologie

Les radios associatives normandes peuvent se diviser selon plusieurs catégories :

Typologie des radios associatives de Normandie



Les radios généralistes sont les plus nombreuses en Normandie, à plus de 55 %. L'on retrouve ensuite les radios généralistes avec une part de spiritualité (22,2 %) : si ces radios diffusent ponctuellement des programmes religieux, elles ne se définissent pas elles-mêmes comme confessionnelles dans la mesure où la plus grande part de leur programmation est laïque. Une radio en revanche se reconnaît en tant que radio confessionnelle. On retrouve ensuite les radios scolaires, étudiantes et universitaires, représentées par les deux radios membres de la Fédération Radio Campus. Enfin, une radio se définit en tant que thématique.

Définition

Il a été demandé aux radios participant à cette enquête de se définir en trois adjectifs. Les réponses obtenues mettent en avant les valeurs suivantes :



Le projet des radios de catégorie A est parfaitement représenté lorsque les radios normandes parlent d'elles-mêmes : elles mettent en avant leur ancrage local et leur indépendance. Elles apparaissent comme des acteurs sociaux essentiels, par leur démarche pédagogique, culturelle et informative. Elles ne se définissent pas seulement par leur programmation, mais aussi par leur démarche positive et tournée vers l'humain.

Réseaux radiophoniques

Bien que chaque radio possède une identité propre, leurs valeurs communes motivent à des échanges de compétences et de programmes. Les radios associatives n'agissent pas seules : elles sont inscrites dans des réseaux radiophoniques.

À l'échelle régionale, 14 radios possèdent des programmes communs avec d'autres radios, parfois en Normandie, parfois avec les régions qui l'entourent pour les radios situées aux frontières régionales, parfois sur une plus longue distance pour les radios appartenant à des réseaux nationaux.

Pour une moitié des radios sondées, les échanges de programmes ont lieu "très souvent", et pour l'autre moitié "régulièrement". Une radio souligne que "l'échange de savoir et la solidarité entre radios de catégorie A" fonctionnent très bien.

À plus vaste échelle, plusieurs syndicats, fédérations et organisations permettent de coordonner les radios. 10 radios sont ainsi membres d'un syndicat (7 à la Confédération Nationale des Radios Associatives, 2 au Syndicat National des Radios Libres, et 1 au CNRA et au SNRL).

Parmi les autres fédérations et organisations les plus fréquentes, on peut citer la Ferarock (fédération des radios musiques actuelles), la fédération Radio Campus, la FFRC (Fédération Française des Radios Chrétienne) ou la FPF (Fédération des Radios Protestantes de France). Si les radios sont attachées à leur ancrage local, l'échange de savoirs et de compétences au sein de diverses organisations leur permet de proposer des offres plus complètes.

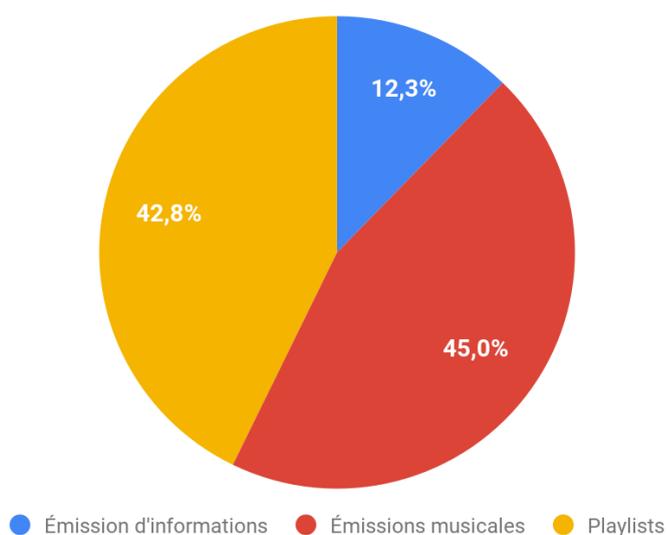
ACTIVITÉS RADIOPHONIQUES

Une programmation variée

Les 18 radios associatives répondantes proposent au total 433 émissions sur le territoire normand, soit une moyenne de 24 émissions par radio. 46,5 % d'entre elles sont en direct, soit 202 programmes.

La grille de programmation se divise globalement en 3 grands types d'émissions : les émissions d'informations, les émissions musicales (avec une thématique reliant les titres et leur présentation par un animateur) et les playlists. Sur une journée, le temps d'antenne consacré à chacun de ce type d'émission se répartit comme suit :

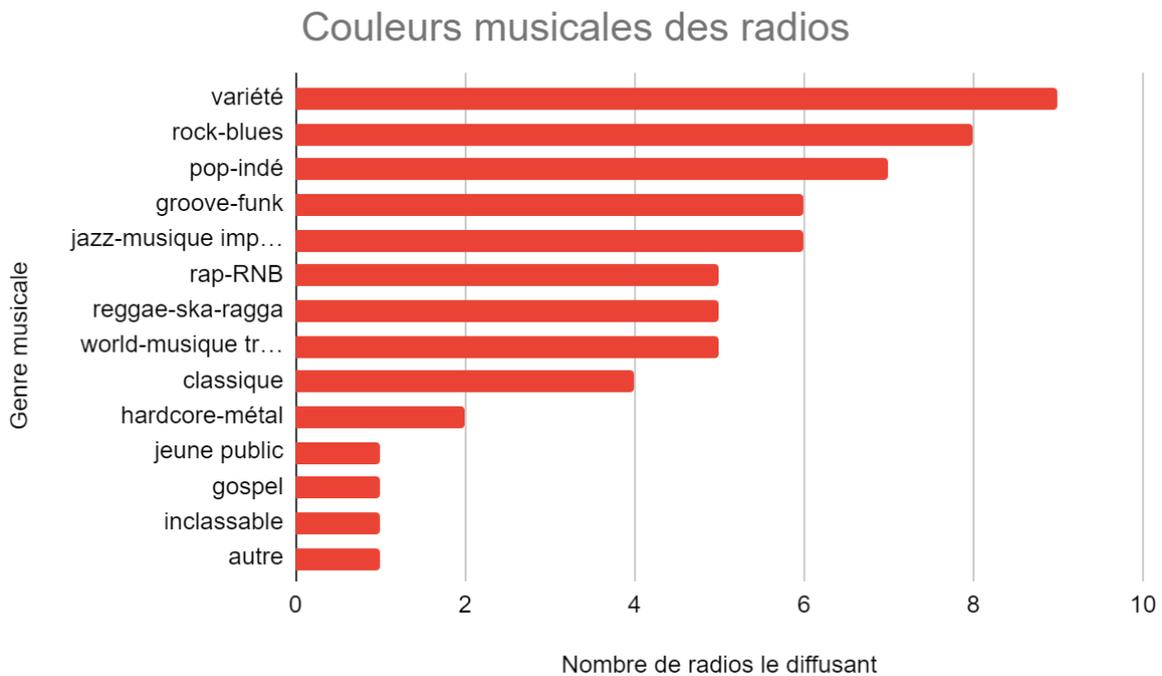
Répartition de la grille de programmation (% du temps d'antenne)



Musique

La part réservée à la musique, émissions musicales et playlists confondues, est importante sur l'ensemble de la région puisqu'elle représente presque 90 % du temps d'antenne. Toutefois, il existe de fortes disparités d'une radio à l'autre : les émissions musicales occupent par exemple de 8 % à 95 % du temps d'antenne chez certaines radios, et les playlists de 0 % à 95 %.

Au niveau du contenu, les genres principaux diffusés par les radios sont les suivants :

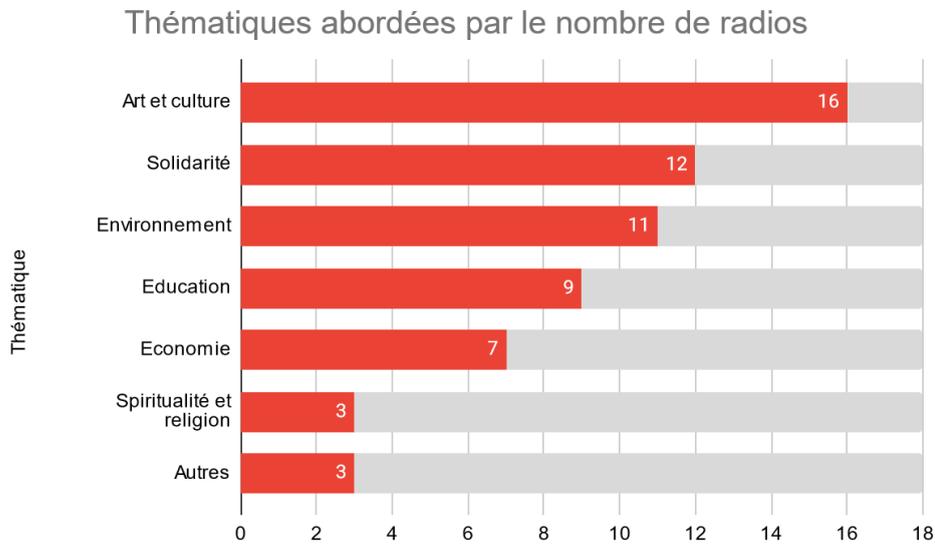


Le pop-rock et la variété sont les deux genres dominants, tout comme au niveau national où ils représentent la moitié de la musique diffusée en 2020. Toutefois, les radios associatives offrent plus de place aux genres musicaux moins présents à l'antenne habituellement, comme le classique (0,2 % au niveau national), le hardcore-métal (moins de 0,1 %) ou le reggae-ska-ragga (3,7 %)¹. Les radios normandes permettent aux auditeurs d'accéder à une offre plus rare et plus personnalisée.

¹ Centre National de la Musique (CNM), "Indicateur de la diversité musicale dans le paysage radiophonique - année 2020", site du CNM. URL : <https://cnm.fr/diversite-musicale-dans-les-medias/>

Emissions d'informations

Pour les émissions d'informations, l'écart varie de 30 minutes à 4 heures sur une journée pour les 17 radios sur 18 qui en proposent. Les thématiques privilégiées sont les suivantes :



La thématique de l'art et de la culture est écrasante puisque presque toutes les radios déclarent traiter ce sujet, et elle est immédiatement suivie par l'environnement, la solidarité et l'éducation. Fidèles à leur rôle de relais de proximité, les radios associatives privilégient les actualités locales à des informations plus générales. Cela permet aux Normands de découvrir les initiatives locales, les sorties culturelles et la façon dont se construit le territoire qui les entoure.

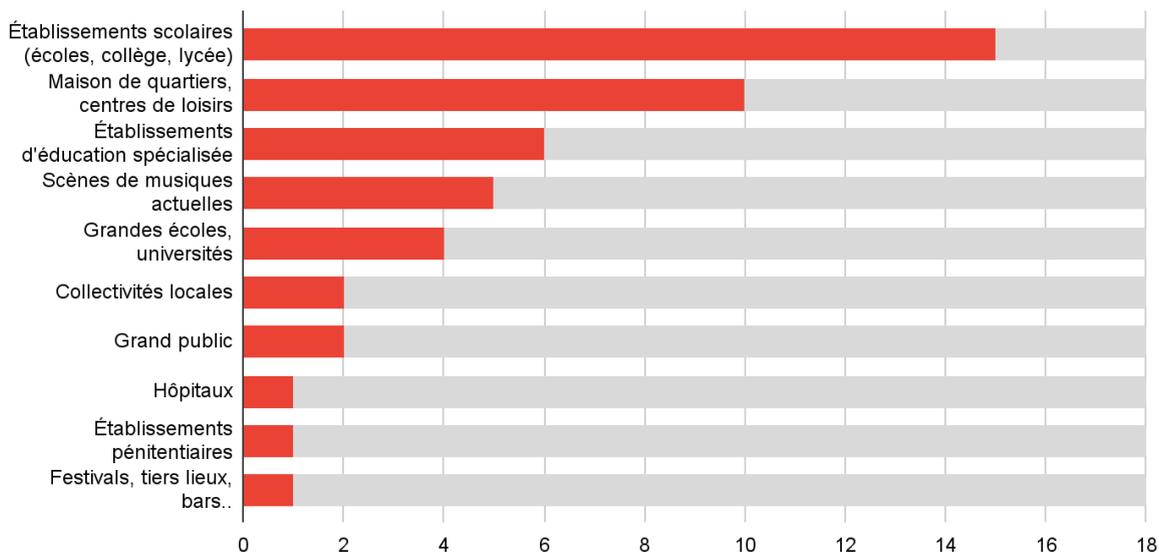
Une diversification des activités

Depuis quelques années, les radios associatives ont élargi leur activité professionnelle : en plus de la diffusion de programmes radiophoniques, elles proposent désormais un large panel d'activités annexes.



Les actions éducatives sont les plus importantes en nombre. Elles touchent les professionnels et les bénévoles qui souhaitent se former dans le domaine de la radio, mais également les non-initiés, par le biais d'actions d'éducation aux médias. Il n'est pas surprenant que les radios associatives soient autant attachées à leur rôle éducatif, comme le montre aussi le fait que l'éducation soit la quatrième thématique privilégiée pour les émissions d'informations. Les radios de catégorie A ont pour rôle de contribuer à la communication entre et vers les citoyens. Les ateliers permettent ainsi de donner la parole à divers groupes sociaux, comme le montrent les publics auprès desquels les radios interviennent.

Publics d'intervention



Les radios associatives œuvrent en effet auprès d'un large public. Les établissements scolaires, principalement primaire et secondaire, sont les destinataires privilégiés des actions pédagogiques, mais les interventions auprès du grand public, lors de festivals, de journées à thème ou d'ateliers par exemple, sont également fréquentes. Les interventions extérieures des radios associatives, par le public varié qu'elles touchent, permettent ainsi aux populations de s'exprimer et sont créatrices de liens sociaux.

Elles servent également de relais à l'expression culturelle locale, car elles participent régulièrement à des événements publics (festivals, concerts, événements sportifs, salons, journée à thèmes...). Leur rôle peut être varié : elles peuvent organiser l'événement, y contribuer par la mise en place de plateaux-radios ou d'animations sonores.

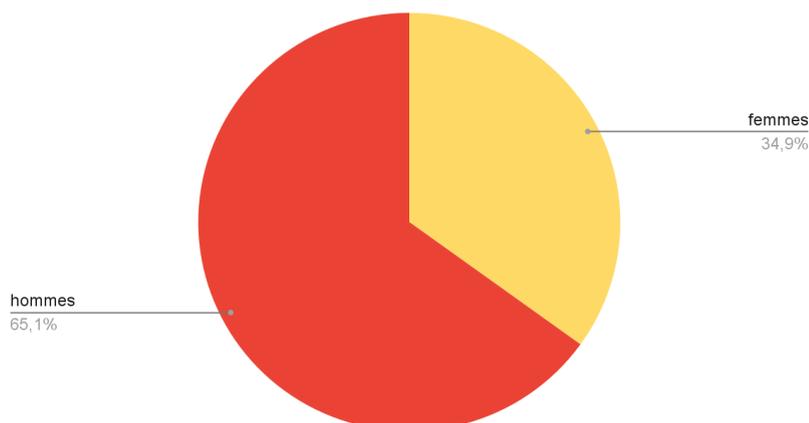
RESSOURCES HUMAINES

Bénévoles

Les radios de catégorie A étant associatives, l'implication des bénévoles est essentielle dans leur fonctionnement et la définition de leur ligne politique et éditoriale. Les bénévoles sont principalement engagés dans l'animation d'émissions et les conseils d'administration.

En 2020, 807 bénévoles œuvraient auprès de 18 radios associatives normandes, avec une moyenne de 45 bénévoles par radio. La répartition homme-femme est la suivante :

Répartition hommes-femmes chez les bénévoles



Il existe une grande disparité géographique dans le nombre de bénévoles. Les huit radios des agglomérations de Caen, le Havre et Rouen regroupent ainsi 60 % des bénévoles à elles seules, avec une moyenne de 60 bénévoles par radio, tandis que les radios des petites villes et des zones rurales n'en ont que 32 en moyenne.

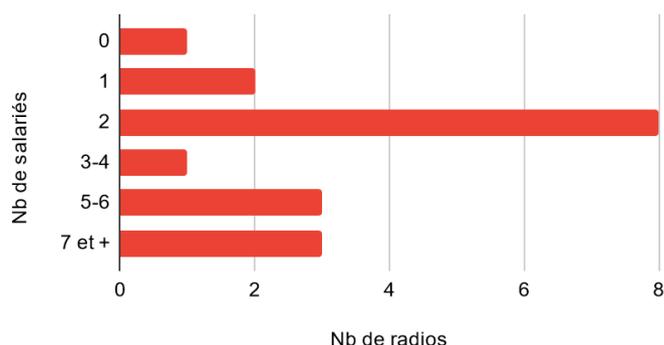
Salariés

Nombre et répartition

Toutes les radios associatives normandes, à l'exception d'une, emploient au moins un salarié. La moyenne se situe à 3,55 salariés, mais les trois radios les plus employeuses (8, 9 et 11 salariés²) font augmenter ce chiffre rapidement ; la médiane, plus révélatrice, se situe à 2.

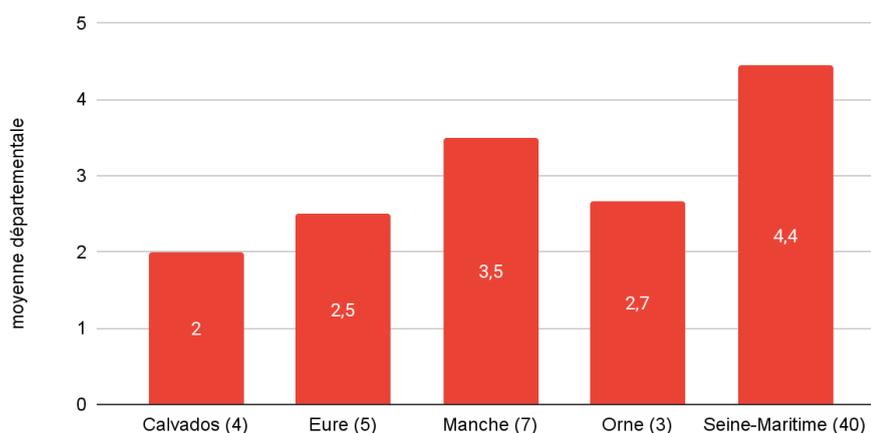
² Les associations qui s'occupent des radios peuvent parfois avoir d'autres activités. Une partie des salariés peut ainsi ne participer que très ponctuellement à la radio, car occupée par d'autres tâches.

Nombre de radios selon leurs effectifs



Cela représente au total 64 salariés, mais les disparités sont fortes entre les départements, aussi bien dans le nombre de personnes employées que dans la moyenne de salariés par radios. À elle seule, la Seine-Maritime emploie ainsi 62,5 % des salariés du secteur radiophonique associatif normand, tandis que la Manche en représente à peine 11 %. Si l'on rapporte au nombre de radios par département, on obtient les moyennes suivantes :

Moyenne du nombre de salariés par radio en fonction du département



N.B. : Le nombre entre parenthèses correspond au nombre de salariés.

Profil des salariés

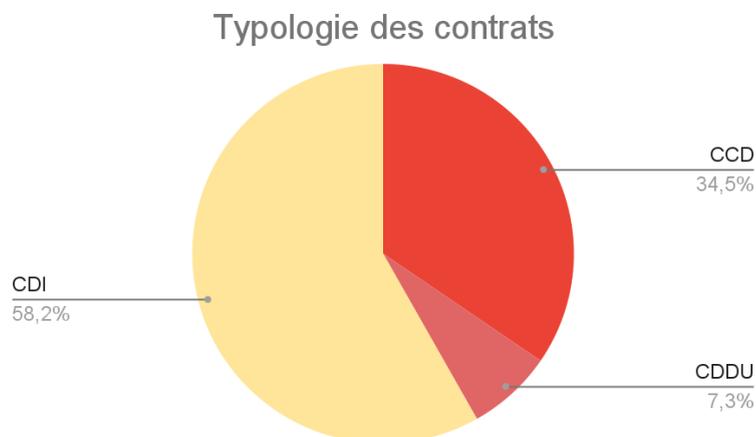
En 2020, la moyenne d'âge des salariés des radios associatives normandes était de 38 ans (la radio la plus jeune avait une moyenne d'âge de 25 ans, la plus âgée de 50 ans). Cela correspond à ce que l'on observe dans les radios associatives au niveau national, et dans le secteur audiovisuel de façon générale.

Parmi les salariés, environ un tiers (32,81 %) sont des femmes. Le secteur radiophonique dans son ensemble est essentiellement masculin, et les radios associatives n'y font pas exception.

Typologie des contrats

En 2020, l'équivalent temps plein (ETP) pour les 54 salariés revenait à 34,45 soit en moyenne 2,15 ETP par radio, alors que la moyenne de salariés par radio est de 3,55. Cela montre que les contrats sont souvent à temps partiels dans les radios associatives.

De la même manière, les emplois à durée déterminée sont fréquents :



Les Contrats à Durée Déterminée (CDD) et Contrats Durée Déterminée d'Usage (CDDU)³ concernent 41,8 % des salariés, contre 58,2 % pour les Contrats à Durée Indéterminée (CDI). Les CDI sont majoritaires mais restent proportionnellement moins importants que dans d'autres régions. En 2017 par exemple, les CDI correspondaient à 84 % des contrats dans les radios associatives en Bretagne et à 72 % dans les Pays-de-la-Loire⁴.

Jeunes en service civique et stagiaires

Les radios associatives normandes s'engagent en faveur de la jeunesse en permettant à des jeunes de découvrir le secteur radiophonique grâce à des stages ou à des services civiques.

En 2020, 14 radios sur les 18 sondées ont reçu des stagiaires. Cela représente, sur l'ensemble de la région, 65 stagiaires, avec une moyenne de 4,64 stagiaires par radio. Toutefois, trois radios reçoivent à elles seules 58 % des stagiaires de la région. 40% des stagiaires sont des femmes.

35 jeunes en service civique ont été accueillis par 11 radios normandes en 2020. Le décalage est conséquent entre les radios dont les studios sont situés dans les trois grandes agglomérations de la région (Caen, le Havre et Rouen), qui emploient presque toutes des jeunes en service civique, et les autres radios, notamment celles dont les studios sont excentrés ou zone rurale. Une radio a ainsi dû rencontrer des difficultés à recruter des jeunes pour ses activités en raison de sa situation géographique, puisqu'elle n'est pas reliée par les transports en

³ Les CDDU sont "des CDD qui peuvent être renouvelés sans limitation du nombre de renouvellement, en fonction de la durée d'une ou plusieurs émissions ou d'une grille de programme." SNRL, "Le contrat d'usage en radio", site du CNRL. URL : https://www.snrl.fr/Le-Contrat-d-Usage-en-Radio_a43.html

⁴ Fédération des Radios Associatives en Pays de la Loire, "Etude 2017. Les radios associatives en 2017", site de la FRAP. URL : https://www.lafrap.fr/wp-content/uploads/attachments/Etude_2017.pdf ; Coordination des Radios Locales et Associatives de Bretagne, "Radios associatives de Bretagne - Etat des lieux prospectif 2019", site de la CORLAB. URL : <http://corlab.org/wp-content/uploads/2019/04/CORLAB-Etat-des-lieux-prospectif-2019-1.pdf>.

commun. Toutefois, les radios de l'Orne font preuve d'un dynamisme particulier puisqu'elles parviennent toutes à recruter des services civiques alors qu'elles sont situées en zone rurale ou en ville moyenne. On remarque que, dans les services civiques, la proportion de femmes, 43 %, est largement supérieure à celle des salariées (30 %) et un peu au-dessus des stagiaires (40 %). Cette proportion pourrait annoncer une féminisation progressive du recrutement dans le secteur des radios associatives.

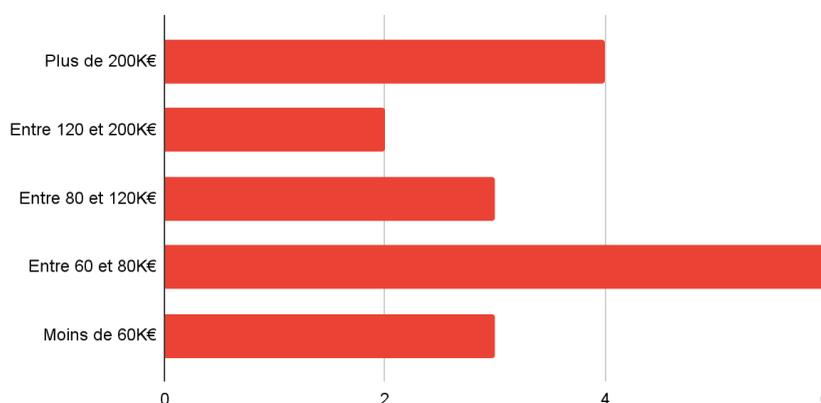
Sur l'ensemble de la région, 100 jeunes ont ainsi pu découvrir ce que sont les radios associatives. Cet intérêt montre que le secteur de la radio continue à intéresser les jeunes, qui cherchent à le découvrir et à s'y impliquer.

FINANCES

Les données de cette partie sur les finances portent sur l'exercice 2020. En raison du COVID-19 qui a perturbé les activités des radios, elle ne peut pas être considérée comme une année de référence. Toutefois, cette première étude permet de donner une idée des tendances globales des données financières des radios associatives normandes.

En 2020, le produit total des radios associatives était de 1 652 149 €⁵ pour une moyenne de 97 185 € par radio. Cette moyenne cache toutefois de grandes disparités entre les radios (min. 35 000 €, max. 220 000 €).

Répartition de 17 des radios associatives de Normandie en fonction de leur budget en 2020



Dans la mesure où il s'agit de radios associatives, leur fonctionnement est à but non-lucratif : soit dépenses et revenus s'équilibrent, soit les radios sont déficitaires.

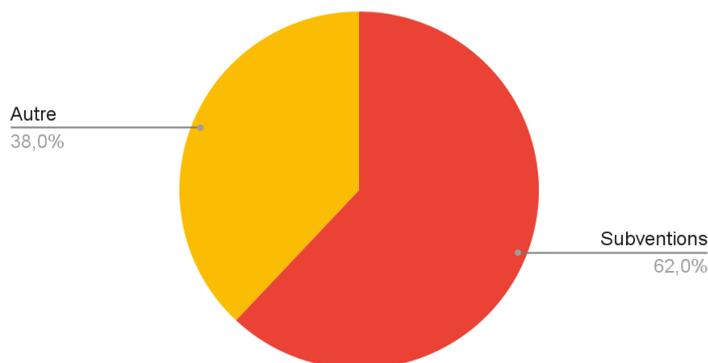
⁵ Il faudrait y ajouter le produit de la radio qui n'a pas souhaité répondre aux questions financières, ainsi que celui des 4 radios associatives normandes qui n'ont pas répondu à notre questionnaire.

Produit

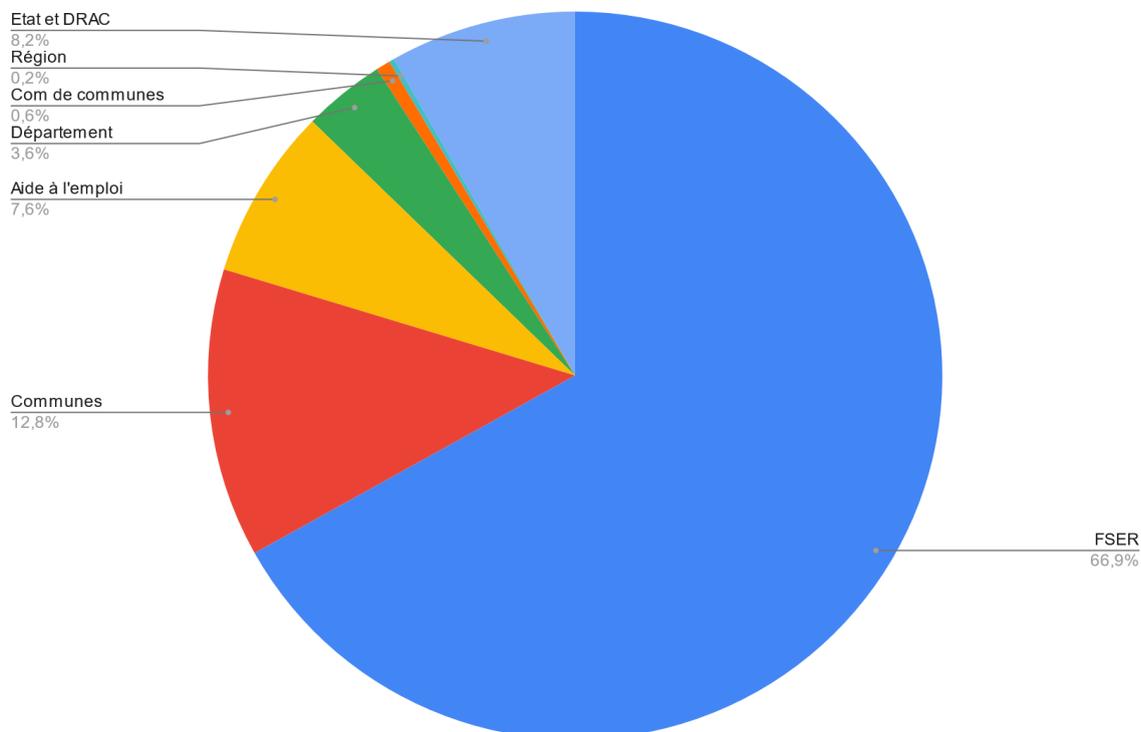
Subventions

Le modèle de fonctionnement des radios associatives fait qu'elles dépendent fortement des subventions publiques pour subsister, puisque la diffusion de publicité commerciale massive va à l'encontre de la loi et de leurs valeurs. Cela s'observe dans la part réservée aux subventions dans leur produit :

Part des subventions dans le budget



Presque deux tiers du revenu des radios dépendent des subventions publiques qui leur sont adressées. Il est à noter qu'une partie de ces subventions ne correspond pas à des subventions liées au fonctionnement : elles peuvent être reçues en échange d'un service (réponse à une commande lancée par une collectivité ou d'un appel à projet). Les sources peuvent être diverses :



La plus grande partie des subventions publiques que touchent les radios vient du FSER. Il s'agit d'une aide réservée aux radios associatives pour compenser le fait qu'elles sont limitées dans leur diffusion de la publicité commerciale et pour récompenser leur rôle de solidarité et de proximité. Toutes les radios normandes sont bénéficiaires du FSER.

Le second plus gros soutien provient des communes dans lesquelles les studios sont implantés. 10 radios sur 17 perçoivent des subventions communales, dont 5 qui sont également financées par d'autres communes environnantes. Les communes peuvent, en outre, mettre à disposition des locaux à titre gracieux : la moitié des radios ne paient ainsi pas de loyer pour leurs studios car la ville les met à leur disposition. Plus occasionnellement, les communautés de communes peuvent financer les radios, mais cela ne concerne que 2 radios sur 17.

Viennent ensuite l'Etat et la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC, service déconcentré du ministère de la Culture) qui subventionnent 6 radios sur 17, avec une moyenne de 5071€ par radio, essentiellement dans le cadre d'appels à projets.

Sept radios bénéficient d'aide à l'emploi, ce qui leur permet d'embaucher du personnel. Elles ont touché en moyenne 13 281 €, avec de grandes disparités entre les radios (min. 2 000 €, max. 40 000 €). Cette aide n'est pas négligeable, d'autant plus quand on sait que les charges de personnel sont le premier poste de dépense pour les radios.

Seules trois radios touchent des subventions départementales. Elles sont situées dans trois départements différents et les sommes touchées sont plutôt faibles pour deux d'entre elles (moins de 10 000 €). Il n'est donc pas possible d'en déduire que certains départements sont plus impliqués que d'autres dans la vie de leurs radios associatives.

Quant à la région, elle ne s'implique presque pas dans la vie financière des radios associatives : elle ne finance pour le moment qu'une seule radio, à hauteur de 2 500 €. L'écart est conséquent avec la Bretagne ou les Pays-de-la-Loire, où 12 % environ des subventions perçues proviennent de la région⁶.

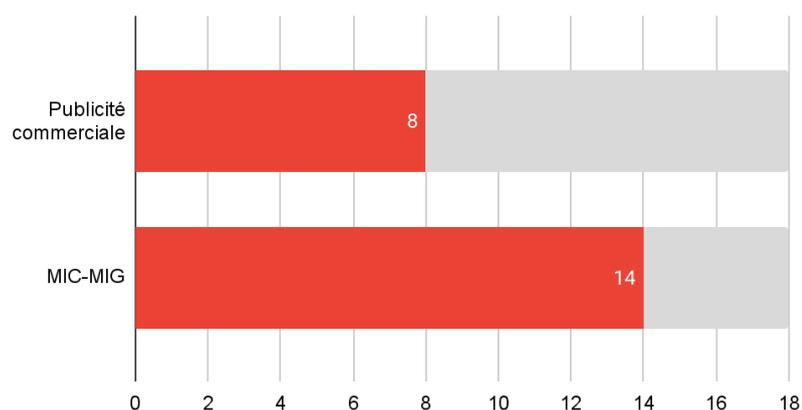
⁶ Fédération des Radios Associatives en Pays de la Loire, "Etude 2017...", *op. cit.* ; Coordination des Radios Locales et Associatives de Bretagne, "Etat des lieux prospectif...", *op. cit.*

Une diversification des sources de revenus

En 2020, 38 % du revenu des radios dépendait de leurs recettes propres. Dans la mesure où les subventions ne suffisent pas à assurer le fonctionnement des radios, celles-ci se tournent vers d'autres moyens de financement.

Lorsque l'on demande aux radios leurs deux sources de revenus les plus importantes (hors subventions), c'est la publicité qui l'emporte, qu'elle soit commerciale ou d'intérêt général.

Nombre de radios diffusant des messages à portée publicitaire



La loi exige que la part de la publicité commerciale soit en-deçà de 20 % du budget total de la radio. Dans le fait, cette part est souvent bien inférieure, et la moitié des radios préfère d'ailleurs ne pas en diffuser car elles tiennent à leur indépendance financière, hors des circuits commerciaux. En revanche, les MIC et MIG correspondent à l'idéal de solidarité et de proximité des radios associatives, ce qui explique que les radios soient beaucoup plus nombreuses à en diffuser.

La structure associative des radios de catégorie A explique la place importante laissée aux dons, au mécénat et aux cotisations dans les sources de revenu propre des radios. Une radio mentionne cependant qu'avec le COVID, les cotisations ont été moins nombreuses en 2020, ce qui représente un manque à gagner. Les dons des auditeurs apparaissent comme la première source de revenu, subventions comprises, pour trois radios.

L'on retrouve ensuite les ateliers pédagogiques et d'éducation aux médias. Leur nombre s'est accru au cours des dernières années et 13 radios en proposent.

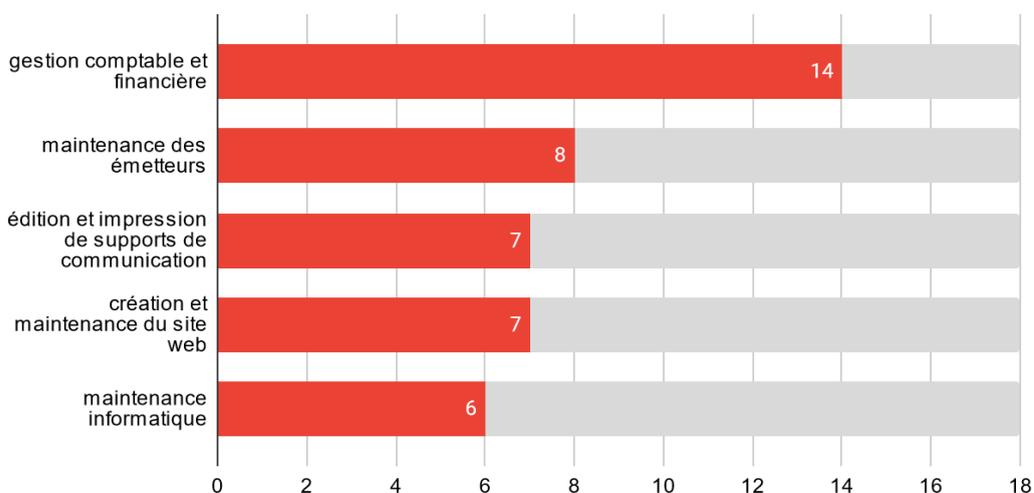
Enfin, l'on retrouve les diverses prestations de service proposées par les radios, qu'il s'agisse de réponses à des appels à projets ou de partenariats avec des collectivités. L'animation d'événements publics (sonorisation d'espaces publics, plateaux-radios, couverture de concerts ou festivals, etc) fonctionne particulièrement bien pour les radios. Une radio mentionne également son rôle culturel par la collecte de témoignages oraux pour le compte d'une municipalité. Il est difficile de décrire l'offre de services des radios dans sa globalité car elle varie fortement d'une radio à l'autre, mais presque toutes participent à la vie publique par le biais de leurs actions et sont ouvertes à de nouveaux projets répondant à leurs valeurs.

Charges

Le poste de dépenses le plus important pour les radios associatives est celui lié aux charges de personnel : en Normandie, la masse salariale représente 53 % du budget des radios, soit un total de 919 253 € sur l'ensemble de la région pour une moyenne de 54 074 € par radio. Parmi les autres postes de dépense importants, on retrouve les frais de fonctionnement de la radio, la formation du personnel, les redevances de droits d'auteur et de droits voisins ou encore les honoraires de certains prestataires. Quatre radios associatives doivent également payer un loyer pour leurs studios.

Les radios ont en effet du mal à gérer elles-mêmes certains domaines de leur fonctionnement et doivent faire appel à des prestataires extérieurs.

Nombre de radios faisant appel à des prestataires extérieurs et dans quel domaine



Outre la gestion comptable et financière, pour laquelle les trois quarts des radios font appel à des prestataires extérieurs, ce sont les domaines qui demandent des compétences techniques particulières (maintenance des émetteurs et du site, design, web design...) qui obligent les radios à s'adresser à des prestataires extérieurs.

NUMÉRIQUE ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

Afin de maintenir leur audience, il est nécessaire pour les radios de s'adapter aux nouvelles technologies et aux nouveaux moyens de communication. Les radios y ont des rapports différents, certaines étant fortement impliquées dans le numérique tandis que d'autres restent sur un mode de communication plus traditionnel.

DAB+

Le DAB+ est une nouvelle technologie de diffusion numérique de la radio par onde hertzienne. Lancée en 2014 en France, elle offre notamment un son de meilleure qualité, une absence de grésillements et une meilleure communication sur les titres diffusés (titres, artistes, pochettes de CD...).

Aujourd'hui, le DAB+ ne couvre que 30 % du territoire national, aux alentours des grandes agglomérations généralement. En Normandie, seules cinq radios, toutes situées dans l'ancienne Haute-Normandie, émettent en DAB+. Le déploiement du DAB+ demande un investissement supplémentaire, à la fois en termes de temps, puisqu'il faut répondre à des appels à candidature de l'ARCOM, et qu'il engendre des frais de diffusion supplémentaire sur une même zone géographique.

De façon majoritaire, les radios associatives s'auto-diffusent. Elles possèdent le matériel nécessaire pour leur diffusion en FM.

En DAB+, elles doivent se regrouper avec 13 radios pour former un multiplex. Les coûts liés au fonctionnement de ce multiplex sont répartis entre les 13 radios. Pour les radios associatives qui possèdent déjà une autorisation d'émettre en FM, cela représente une dépense supplémentaire, sans pour autant amener la perspective de nouvelles ressources financières.

De plus, le DAB+ n'est pas encore disponible dans les départements de la Manche, de l'Orne et de l'Eure. Seule la Seine-Maritime possède deux multiplex locaux (Le Havre et Rouen) et un multiplex à l'échelle du département.

Fin 2022, un multiplex local (Caen) et un multiplex départemental démarreront dans le Calvados. De nouvelles radios associatives verront le jour.

Dans sa feuille de route du déploiement du DAB+ 2020-2023, l'ARCOM de lancer de nouveaux appels à candidature pour les zones de Bricquebec, Cherbourg-en-Cotentin, Les Pieux, Valognes, Évreux, Fleury-sur-Andelle, Gisors, Gournay-enBray, Les Andelys, Louviers, Verneuil-sur-Avre et Vernon

Les radios associatives sont parfois hésitantes à se positionner sur les appels à candidature de l'ARCOM.

A Rouen, seule une radio associative sur les cinq radios possédant leur studio dans la ville émet également en DAB+

Au Havre, les deux radios associatives présentes diffusent en DAB+

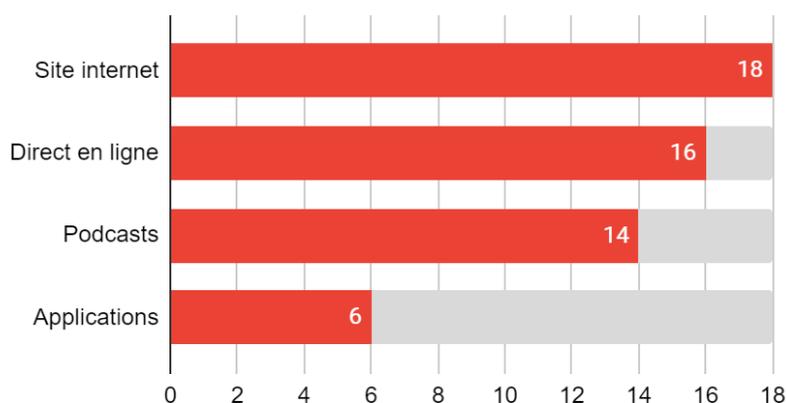
A Caen, les trois radios associatives présentes ont été sélectionnées et démarreront leur diffusion en DAB+ durant le dernier trimestre 2022, rejointes par deux nouvelles radios associatives (Station B et World Radio Normandy Caen).

On peut constater également que deux radios associatives plutôt implantées en zone rurale ont profité de ces nouveaux appels à candidature pour élargir leur zone de diffusion aux grandes agglomérations. C'est le cas d'Espace (Louviers) et de Sensations (Bernay).

Site Internet et applications

Toutes les radios normandes ont compris l'intérêt qu'elles ont à développer leurs activités sur le web.

Les radios disposent-elles de...



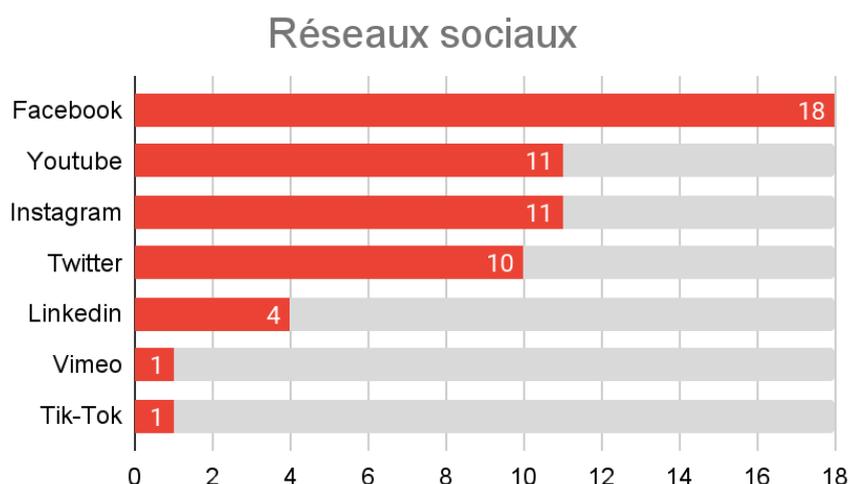
Toutes les radios associatives normandes possèdent un site Internet et le mettent fréquemment à jour, en indiquant par exemple les titres en cours de diffusion ou bien en donnant les actualités de la radio ou des environs.

Toutes les radios, à l'exception de deux, permettent à leurs auditeurs d'écouter leurs programmes en direct en ligne. Sachant que la plupart des radios n'émettent que dans un rayon de 20 km, cela leur permet d'élargir leur public puisqu'il n'est pas nécessaire d'être à portée des émetteurs ou de posséder un poste radio. Il en va de même pour les podcasts, qui permettent également de valoriser plus longuement auprès du public les productions radiophoniques.

En revanche, seul un tiers des radios associatives normandes ont développé une application propre (ce qui n'exclut pas que les autres radios puissent être écoutées via d'autres applications radiophoniques cependant). Le coût de développement d'une application est souvent prohibitif, et le site Internet apparaît comme suffisant comme plateforme d'écoute pour les smartphones.

Réseaux sociaux

Les radios associatives normandes sont particulièrement impliquées sur les réseaux sociaux puisqu'elles en possèdent toutes au moins un, même si le degré d'activité n'est pas le même partout.



Facebook apparaît comme le moyen de communication privilégié par les radios, puisqu'il s'agit à ce jour du réseau social le plus actif. En ce qui concerne Youtube, les usages sont partagés. Certaines radios y rediffusent leurs émissions radiophoniques sous forme de podcasts, tandis que d'autres proposent des vidéos inédites, par exemple des captations d'événements ou des reportages. Étonnamment, Instagram est également très plébiscité par les radios : la publication de photos participe le plus souvent à créer des liens avec le public, en dévoilant le visage des animateurs et les coulisses des émissions. Twitter est également utilisé par plus de la moitié des radios ; elles y ont souvent des centaines d'abonnés mais leurs posts ne génèrent que peu d'interactions. Les autres réseaux sociaux sont plus anecdotiques.

Les radios associatives ont conscience de l'importance que revêt la communication sur les réseaux sociaux : l'une d'elles décrit les réseaux comme "la vitrine de [ses] actions". Plusieurs radios déplorent d'ailleurs le manque de temps ou de compétences pour s'en occuper efficacement. Dans la mesure où les radios ont du mal à identifier leur public, aussi bien qualitativement que quantitativement, les réseaux sociaux permettent une communication plus directe.

CONCLUSION

Les radios associatives, par leur ancrage territorial fort et par leurs valeurs solidaires, représentent de véritables relais pour la population normande. Innovantes, pédagogiques, indépendantes, les radios associatives sont des médias qui savent fédérer et mobiliser des populations variées, via leur programmation, leurs activités annexes, leur communication et le recrutement de bénévoles et de jeunes.

L'année 2020, en raison du COVID, a représenté une année particulière pour les radios, notamment au niveau des finances. Cette étude menée par la FRAN afin de soutenir ses radios membres et de leur proposer un soutien adapté sera certainement reconduite dans les années à venir. Cela permettra de pouvoir apprécier les évolutions futures des radios associatives normandes et de s'y adapter.

UNE ENQUÊTE MENÉE PAR LA FRAN

Élise Piedfort - Analyse et rédaction

Liste des radios ayant participé à l'étude



Calvados : 666, Radio Phénix

Eure : BPM Vernon, Principe Actif

Manche : Hag FM, Radio Flam'

Orne : Pulse, Radio Coup de Foudre, RCF Orne

Seine-Maritime : HDR, Horizon, Phare FM Haute-Normandie, Ouest Track Radio, RCF Haute-Normandie, Radio Albatros, Radio Campus Rouen, Radio la Sentinelle, Radio Vallée de la Lézarde