



ÉTUDE 2017

LES RADIOS ASSOCIATIVES EN PAYS DE LA LOIRE
ÉTATS DES LIEUX | CHIFFRES 2016

FRAP | Fédération des Radios Associatives en Pays de la Loire

8 rue de Saint-Domingue - 44200 NANTES

lafrap.fr | contact@lafrap.fr

09 52 91 33 99 | 07 81 15 36 66

frap
FÉDÉRATION
DES RADIOS
ASSOCIATIVES EN
PAYS DE LA LOIRE

Avec 83.8% d'audience cumulée sur la saison 2016-2017, la région des Pays de la Loire figure dans le trio des régions les plus radiophiles. Les radios associatives rassembleraient en audience cumulée plus de 66 000 auditeurs de 13 ans et plus sur l'ensemble de la région.

D'après l'étude d'impact du CSA sur le lancement de la RNT à Nantes, certaines radios associatives se placent localement au même niveau qu'une radio de service publique comme France Culture, une radio commerciale (catégorie B) comme Radio Côte d'amour, un réseau thématique national (catégorie C) comme Virgin radio ou national thématique (catégorie D) comme Radio Nova.

Les habitudes d'écoute des auditeurs évoluent et les radios s'adaptent dans le respect de leur mission d'intérêt général. En effet, d'après l'étude 126 000 Global Radio de Médiamétrie, 6,8 millions de personnes écoutent en France la radio sur un support digital soit 12.5% de la population âgée de plus de 13 ans. Cette étude 2017 de la FRAP met l'accent sur ces évolutions qui impactent nos structures en terme d'emploi, de communication et d'innovations. L'enjeu est de taille puisqu'il concerne le renouveau de nos associations et renvoie à un dynamisme propice au rassemblement de l'ensemble de la population et en particulier la nouvelle génération ; 23,5% des 13-19 ans écoutent chaque jour la radio sur un support multimédia (dont 16,2% sur téléphone mobile).

N'oublions pas que les radios associatives ont une mission de communication sociale de proximité. On attend d'elles une implication locale à l'antenne mais aussi en dehors de leurs studios. L'étude 2016 de la FRAP mettait en avant les attentes de l'état en matière d'éducation aux médias, les résultats se voient dans cette étude où l'animation d'ateliers radios est devenue l'activité commune des radios la plus pratiquée.

LES RESSOURCES HUMAINES	4
Les bénévoles	6
Les salariés	8
Les volontaires en service civique	10
ACTIVITÉS	12
Structure d'antenne	14
Activités complémentaires	16
Activités annexes : le numérique	18
FINANCES	22
Produits	22
Charges	23



CHIFFRES CLÉS 2016

103 salariés dont 16 salariés détachés
(mis à disposition par une autre structure)
78 équivalents temps plein
1397 bénévoles
24 volontaires en service civique

Dans l'ensemble, les chiffres de la FRAP se stabilisent depuis trois ans avec une moyenne de 67 bénévoles par radios, plus de 4 salariés et 2 volontaires en service civique pour les radios qui tentent l'expérience.

Une radio associative est avant tout le rassemblement de bénévoles autour d'un projet médiatique commun.

1397 bénévoles font vivre les 21 radios de la FRAP. Majoritairement dans la vie active, ils viennent à la radio pour « parler de leurs passions », « participer aux événements de la radio » ou « participer à la programmation musicale ». Les bénévoles sont rassemblés autour de valeurs communes et encadrés par des professionnels. Les radios de la FRAP emploient 87 salariés, 78 équivalents temps plein.

Concert pour la fête de la musique de Graffiti Urban Radio à la Roche sur Yon



Education aux médias pour des lycéens par Euradionantes



► LES BÉNÉVOLES

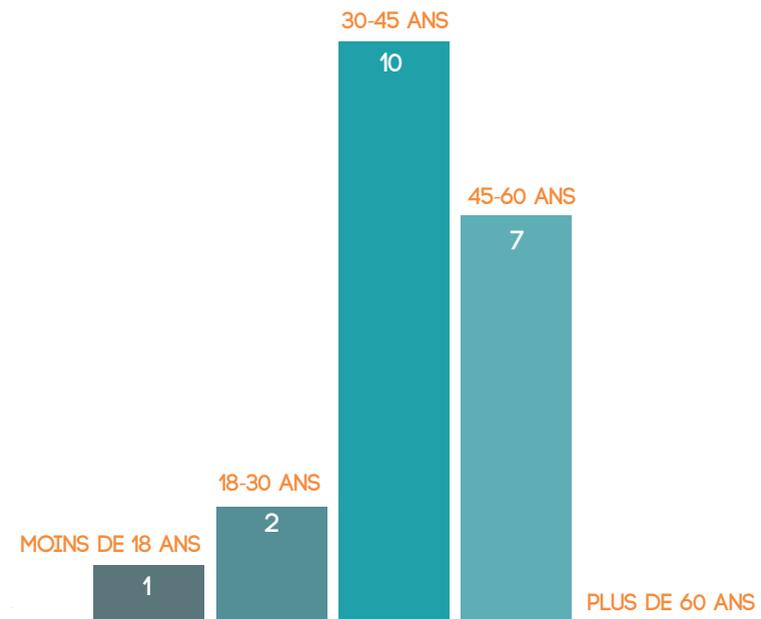
Les radios associatives existent et vivent grâce au bénévolat. Ce sont les bénévoles qui définissent le projet de l'association qui définira ensuite la ligne éditoriale et la politique de la radio. On compte en 2016, sur l'ensemble des radios de la fédération, 1397 bénévoles pour une moyenne de 67 bénévoles par radio. Il s'agit d'un indicateur important qui se stabilise depuis 4 ans.

Nombre moyen de bénévoles par radio



Il est difficile de définir un profil type sur le réseau de la **FRAP** tant le projet de la radio, son historique ou sa position géographique ont des influences sur le nombre, la motivation et l'âge des bénévoles. Ainsi, les radios urbaines **Prun'** et **Radio G!** affichent respectivement 250 et 130 bénévoles qui réalisent 49 et 59 émissions par semaine. Les radios rurales **Atlantis** et **NOV FM**, aux projets liés à l'emploi pour l'un et au dynamisme des Communautés de communes du Nord Ouest Vendée pour l'autre, accueillent moins de 10 bénévoles exerçant pour la plupart des fonctions administratives.

Moyenne d'âge des bénévoles par radio



La moyenne d'âge des bénévoles de la fédération est de 38 ans. 10 radios de la fédération sont dans la moyenne (entre 30 et 45 ans). Une radio affiche une moyenne d'âge inférieure à 18 ans : **La Tribu**. En effet, située dans le Centre de Loisirs de Bonne Anse à Saint-Nazaire, **La Tribu** accueille majoritairement un public mineur.

À la question : quelles sont les principales motivations de vos bénévoles ? Les radios répondent majoritairement :

- Parler de sa passion
- Participer aux événements de la radio
- Participer à la programmation musicale

Quelque soit le répondant, c'est l'aspect communautaire et passionnel de la radio qui semble être les marqueurs communs de nos médias.

► LES SALARIÉS

Les radios de la **FRAP** emploient 103 salariés dont 16 sont des salariés détachés. Sur les 87 employés qui ne sont pas des salariés détachés, on retrouve 64 salariés à temps plein et 23 à temps partiel. Il y a en moyenne 4 salariés par radio avec une amplitude de 9 salariés dans les plus grosses structures et 1 dans les plus petites.

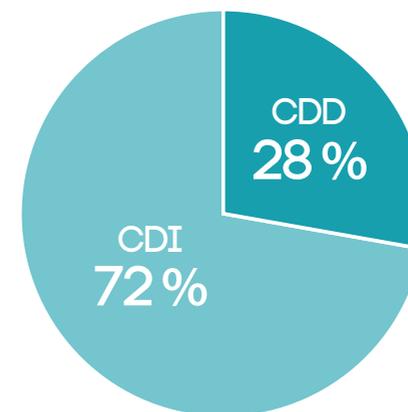
Nombre moyen de salariés pas radio



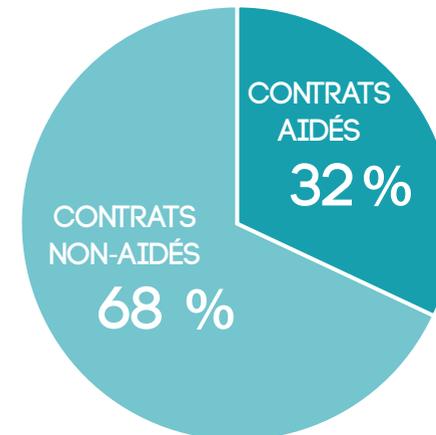
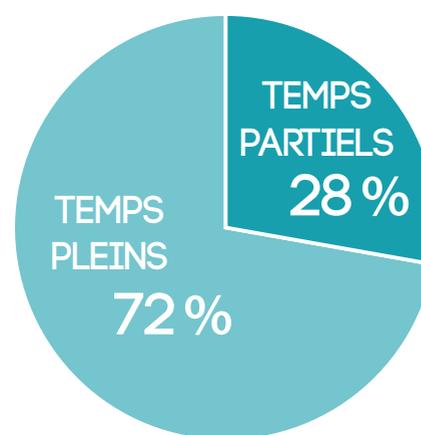
Le nombre de salariés moyen se stabilise au dessus des 4 points depuis 2014.

La moyenne d'âge des salariés des radios de la **FRAP** est de 37 ans. L'ancienneté moyenne des salariés est de 8 ans (la médiane est à 5 ans). Nous remarquons, en effet, de grands écarts entre certaines radios ayant une ancienneté moyenne des salariés supérieure à 20 ans et d'autres structures où il y a de plus en plus de turnover. Ainsi, la majorité des radios (15 radios sur 21) sont en dessous de la moyenne.

Les radios ont embauché ces trois dernières années, de nouveaux salariés pour répondre aux nouvelles problématiques liées à la communication (7% des effectifs), au web (3 salariés des radios sont exclusivement dédiés au web) et plus largement à la diversification des ressources : atelier, événementiel et publicité (plus de 15% des effectifs). L'embauche d'un nouveau salarié a un impact conséquent sur les finances des radios. Ainsi, les radios associatives peuvent bénéficier d'emplois aidés pour l'embauche de nouveaux collaborateurs. Pour autant, les contrats aidés ne représentent en 2016 que 32% des salariés de la **FRAP**. Les CDD et les temps partiels représentent eux 28% des contrats de la **FRAP**.

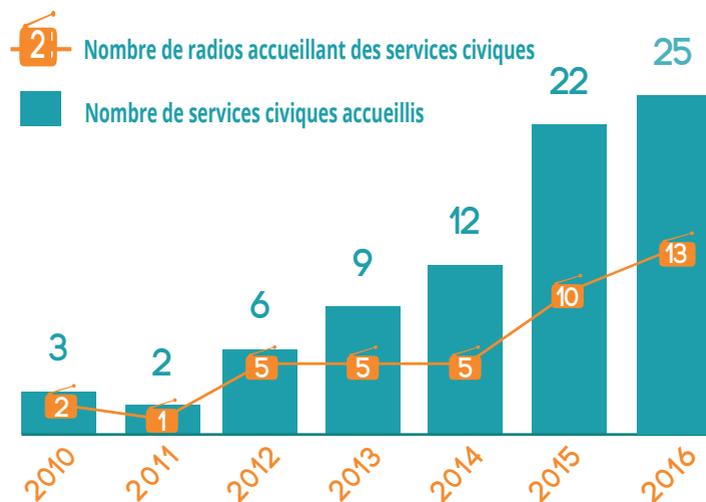


Typologie des contrats



► LES VOLONTAIRES EN SERVICE CIVIQUE

Les volontaires en services civiques de 2010 à 2016



Depuis 2010 et la création du service civique, le nombre de volontaires accueillis dans les radios est en perpétuelle évolution. En 2016, 13 radios ont accueilli 25 volontaires en service civique.

Formation services civiques



Débat du 2nd tour de la Mayenne législatives 2017 en direct sur L'autre Radio



CHIFFRES CLÉS

40 fréquences
49 émetteurs
7 radios présentes sur la RNT

Sur cette étude, la **FRAP** compte une fréquence de plus que l'an dernier à Cholet où la radio **SUN** a installé un nouveau studio et réalise 4 heures de programmes spécifiques par jour.

Les missions des radios associatives sur le territoire sont de plus en plus diversifiées. Elles assurent, bien sûr, au quotidien, l'information de proximité - en moyenne, les radios de la **FRAP** réalisent plus de 8h d'émissions d'information par jour - mais leur rôle de dynamisation de la vie locale, dépasse « l'antenne » ; les radios sortent de leurs studios pour accompagner les acteurs de la vie locale que sont les associations, les institutions et les établissements éducatifs. En 2016, l'éducation aux médias est devenue la première activité hors antenne commune des radios de la **FRAP**. Ainsi, 14 radios ont réalisé plus de 550 ateliers dans des écoles, des lycées, des hôpitaux, des centres de loisirs...

Plateau radio RCF pour le Vendée Globe



©La Frap

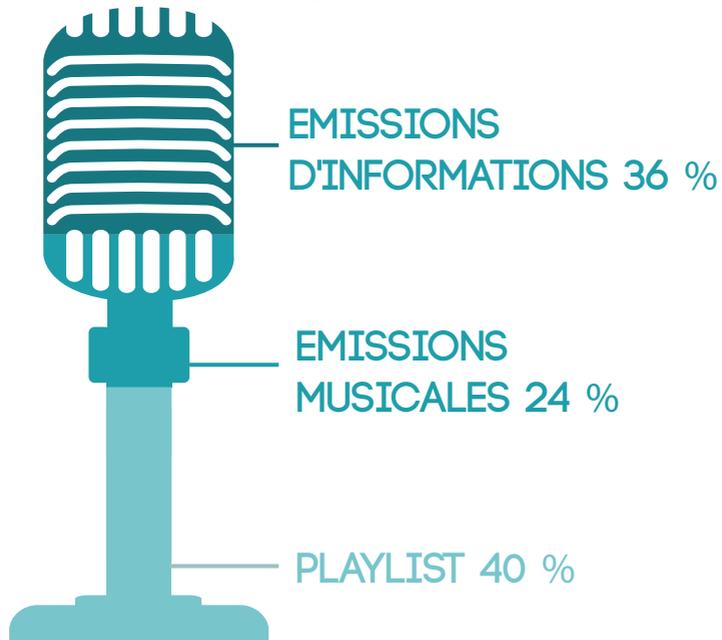
Plateau commun pour les INOUÏS du printemps de Bourges au Mans



©La Frap

► **STRUCTURE D'ANTENNE**

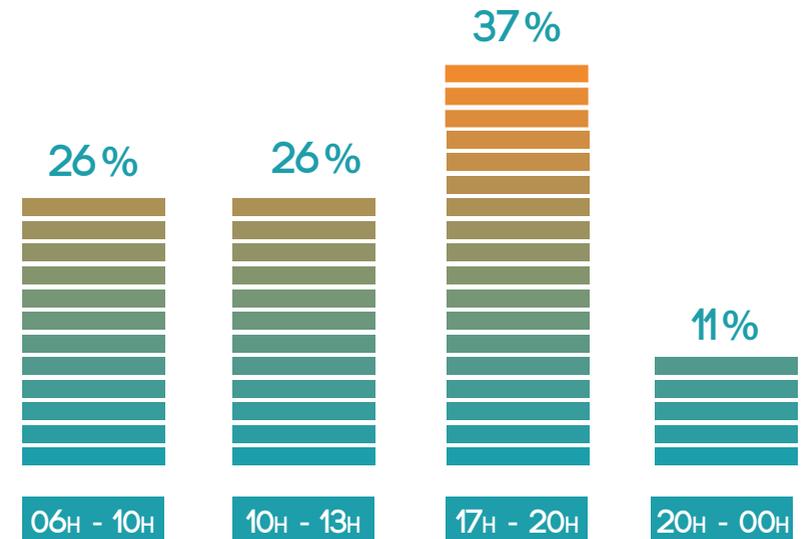
Répartition de la grille sur une journée



En 24h, les radios alternent trois types de programmes : des émissions d'information, des émissions musicales et la playlist musicale. On distingue les émissions musicales de la playlist du fait qu'un animateur présente et choisit les sons pendant une période définie et régulière de la programmation. Cette catégorie regroupe aussi bon nombre d'émissions spécialisées de lives et d'interviews.

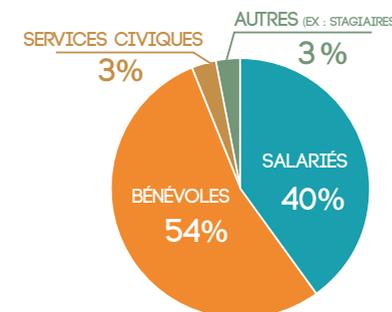
Les radios de la **FRAP** diffusent en moyenne 14h d'émissions par jour (60% de leur grille). Les émissions d'information représentent 36% de la grille moyenne de la **FRAP** et les émissions musicales 24%. Cette répartition évolue énormément au sein de la **FRAP**. On distingue par exemple les radios du réseau **RCF** diffusant beaucoup d'émissions produites nationalement (les émissions d'information représentent 90% de leur programmation), des radios musicales où la playlist représente 80% de l'antenne.

Plages horaires utilisées pour les émissions quotidiennes



En moyenne, une radio produit une cinquantaine d'émissions par semaine, ce qui correspond à plus de 1000 émissions produites sur l'ensemble du réseau. La plage horaire privilégiée pour les émissions quotidiennes est celle comprise entre 17h et 20h. C'est aussi à cette heure, entre la vie professionnelle et le retour à la maison, que les bénévoles sont le plus disponibles.

Qui produit les émissions ?



Sur une semaine, les bénévoles produisent 54% des émissions de la radio. Les salariés, moins nombreux mais plus actifs produisent 40% des émissions.

► ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

Investies dans la vie locale et associative, 17 des 21 radios de la **FRAP** font le choix de développer des activités annexes à l'antenne. Ces activités participent à la fois au dynamisme de l'association, du territoire et à la diversification des ressources des radios.

Activités annexes



L'ensemble de ces activités ont un impact sur la subvention sélective à l'action radiophonique. Subvention remise sous forme de barème par le ministère de la Culture en fonction de critères incitant les radios à répondre à leurs missions de communication sociale de proximité. On remarque une implication des radios de plus en plus diversifiée au cours des années. L'éducation aux médias est devenue la principale activité annexe des radios (14 radios en 2016 contre 9 en 2014). Cette évolution est liée à une forte demande des établissements scolaires. En effet, 13 des 14 radios qui font de l'éducation aux médias interviennent dans des écoles, des collèges et des lycées.

Établissements qui plébiscitent les radios pour les ateliers



Au total, les radios de la **FRAP** interviennent dans 175 établissements pour la réalisation de plus de 550 ateliers radios. 8 des 21 radios de la **FRAP** interviennent dans des Maisons de quartier et des Centres de loisirs. C'est le deuxième type d'établissements derrière les établissements scolaires (13 radios).

Il est à noter que si nos médias sont de plus en plus sollicités pour animer des ateliers radio, **Jet FM** en a fait un élément structurant de son projet associatif. Ainsi la radio intervient dans 55 établissements par an alors que la moyenne est de 15 établissements par radio sur la fédération.

LE NUMERIQUE

CHIFFRES CLÉS

- 20 radios ont un site internet
- 9 radios ont une application smartphone (dont 3 RCF)
- 5 radios mettent en place un ou des flux streaming web (type webradio)
- 7 radios présentes sur la RNT
- 20 radios sont présentes sur les réseaux sociaux
- 3 salariés sont exclusivement dédiés à une activité web

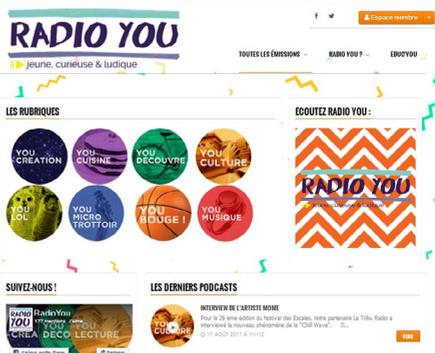
En 2017, la **FRAP** met l'accent sur le numérique dans toute sa diversité et son implication de plus en plus massive dans le fonctionnement des radios. Du site internet à l'application en passant par les réseaux sociaux, la Radio Numérique Terrestre, la radio sur IP, les podcasts...

Le numérique maintenant bien installé dans les habitudes des auditeurs impacte nos associations au niveau de l'emploi, de la communication et des finances.

Murmure d'Anjou, une cartographie sonore de la ville de Angers créé par Radio Campus Angers



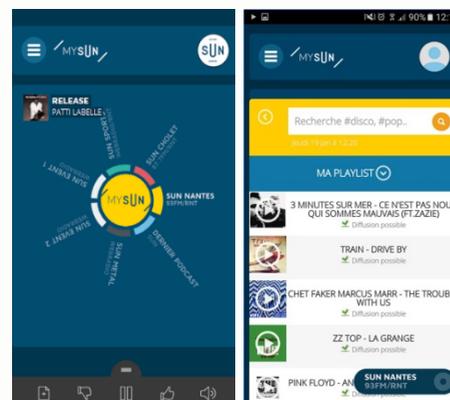
La webradio Radio You développée par Radio G! pour les 6 à 15 ans



SITES INTERNETS ET APPLICATIONS

3 radios de la **FRAP** ont fait le choix de prolonger leurs antennes sur le web en développant de nouvelles activités en lien avec leurs projets associatifs et éditoriaux mais exclusivement dédiés à une utilisation en ligne. Ces trois projets s'inscrivent à la fois en réponse aux nouveaux modes de consommation des médias, mais aussi dans une recherche de diversification des ressources financières pour la radio. Ces radios assurent ainsi la viabilité de leurs structures par la recherche de prestations éditoriales pour **Radio Campus Angers**, le développement de nouvelles subventions pour **Radio G !** ou le développement de prestations pour **SUN** type solutions Software/Hardware, formation, accompagnement sur la transition numérique audio et web.

Application de SUN



Application de RCF



Le 12 juillet 2017, le réseau **RCF** a sorti son application mobile mettant à disposition les directs et les émissions de ses 63 radios. Une application neuve qui bénéficie aux trois radios de la fédération membres du réseau : **RCF Anjou**, **RCF Le Mans** et **RCF Vendée**.

20 radios sont présentes sur les réseaux sociaux les plus populaires, Facebook (20 radios), Twitter (18 radios), Instagram (8 radios), Soundgood (1 radio) et LinkedIn (1 radio).

LES RÉSEAUX SOCIAUX



Twitter

18 radios présentes sur Twitter
15 sont actives quotidiennement

Twitter est un moyen pour les radios, de relayer rapidement les informations liées à la radio, à ses activités, mais également celles de leurs partenaires ou de leur environnement, grâce à la fonction retweet.

Les radios sont davantage dans le post de contenus que dans l'interaction avec la twittosphère.

Il est à noter que les radios sont aussi présentes sur Twitter via les comptes personnels de leurs directeurs et journalistes, parlant parfois au nom de la radio et étant plus interactifs que le compte de celle-ci. Certaines radios, à l'image d'**Alternantes**, se montrent plus actives et plus suivies sur Twitter que sur Facebook (+ 1500 abonnés sur Twitter contre + 800 sur Facebook).



Instagram

8 radios présentes sur Instagram
4 sont actives très régulièrement

8 des 21 radios de la **FRAP** sont présentes sur Instagram, et 4 sont actives très régulièrement sur le réseau : **RCF Vendée** et **SUN** l'utilisent majoritairement pour annoncer des invités ou des émissions, **Graffiti Urban Radio** principalement pour communiquer sur les événements hors les murs et **Prun'** insiste sur les deux à la fois.

L'application est l'occasion de mettre en image le message et on remarque une implication de l'audience plus forte que sur Twitter ou Facebook (+ de like sur les posts).



Facebook

20 radios présentes sur Facebook
17 sont actives quotidiennement

Parmi les pages Facebook des radios performantes, on remarque plusieurs stratégies :

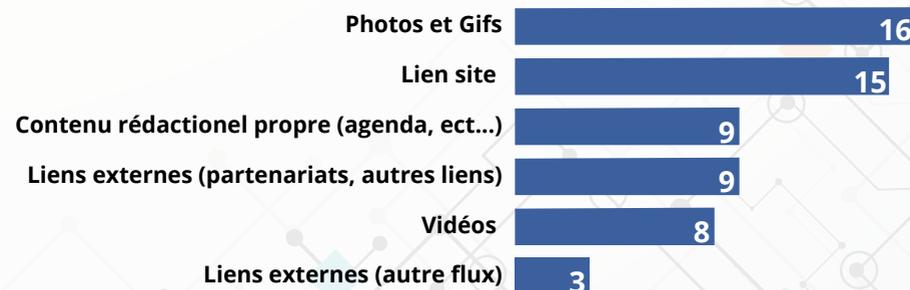
Certaines radios font le choix de la « diversification des posts » enchaînant tour à tour des messages sur la vie associative de la radio, l'ambiance de travail, l'investissement des bénévoles et les partenariats de la radio, et en jouant parfois sur les codes et tendances de l'internet (gifs, humour Internet...). Cette stratégie a été adoptée par **Prun'** (+15 000 j'aime), **Euradionantes** (+8000 j'aime), **Graffiti** (+5400 j'aime), ou encore **RCF Le Mans** (+900 j'aime).

D'autres radios utilisent Facebook pour animer leurs communautés et susciter l'interaction en insistant majoritairement sur les partenariats et les jeux-concours, comme par exemple **NTI** (+10400 j'aime), **Jet FM** (+6400 j'aime) ou **Nov FM** (+3500 j'aime).

À noter la stratégie de **SUN** qui multiplie les pages Facebook pour créer différentes communautés, favorisant ainsi l'interaction par un intérêt commun, au détriment peut-être d'une plus grande audience de la page principale, mais en cohérence avec leur appli My SUN. On retrouve ainsi la page mère **SUN** (+6000 j'aime), les webradios **SUN sports** (+1000 j'aime) et **SUN Metal** (+200 j'aime) ainsi que des pages spécifiques pour les émissions comme **Roulib'** (+300 j'aime) ou **Sun Music Addict** (+600 j'aime).

Les radios ont dans l'ensemble, sur Facebook, une implication plutôt faible de la communauté (peu de likes, peu de commentaires et peu de partages...)

Nombre de radio utilisant les différents types de post Facebook :



► PRODUITS

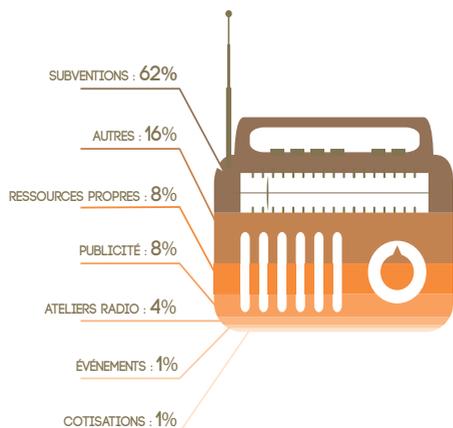
Les produits cumulés des 20 radios de la **FRAP** ayant répondu à cette enquête s'élèvent à 3 071 419 € en 2016 (3 310 625 € en 2015 pour 21 radios)

Les radios associatives vivent essentiellement de subventions publiques (61,9% du produit total des radios), pour une moyenne de 90 480 € par radio.

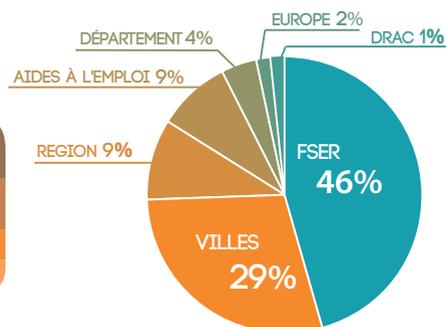
Les ressources liées à la diffusion de publicités et de messages d'intérêt général représentent 8,2% des produits des radios pour une valeur stable par rapport à l'an dernier. Les ateliers radios progressent logiquement à 4% des produits des radios pour une valeur de 114 396 € (4000 € en un an et +0,7%). Le Fonds de soutien à l'expression radiophonique (FSER) du ministère de la Culture reste la première source de financement des radios associatives de la **FRAP** pour une moyenne de 45 700 € par radio soit 28% du produit total moyen des radios de la fédération.

Les communes et communautés de communes sont la deuxième source de financement public des radios associatives avec de grandes disparités entre les structures.

Produits des radios



Répartition des subventions



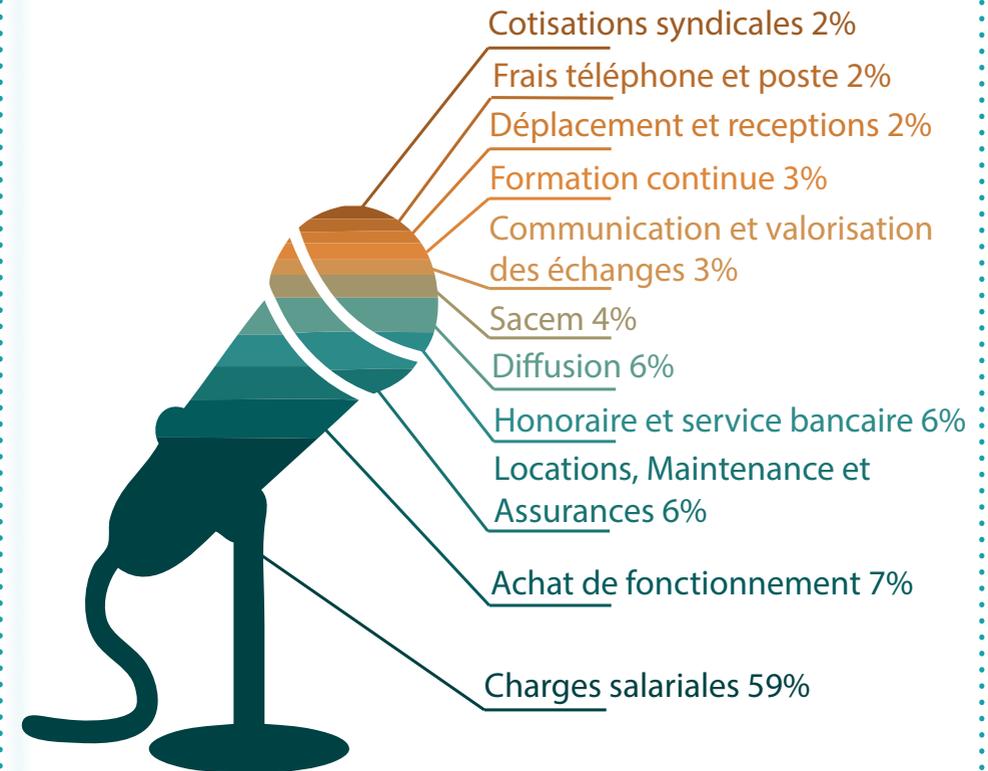
► CHARGES

Le total des charges des radios se révèle plus élevé que l'année dernière, avec 2 997 689 € pour 20 radios répondantes.

La masse salariale représente la première source de charge des radios (58,67% du total des charges) pour un total de 1 758 106 € et une moyenne de 87 935 € en hausse par rapport à 2015 puisqu'elle s'élevait à 71 772 €.

À noter le poids de la Sacem (3,74% de l'ensemble des charges) dans les finances des radios cotisant en moyenne 5610 € (10 068 € pour la radio cotisant le plus) pour un total de 112 208 €.

Répartition des charges





ÉTUDE RÉALISÉE PAR L'ÉQUIPE DE LA FRAP

Valentin Beauvallet | traitement des données et rédaction

Joris Moquet | récolte des données

Jade Levrel | mise en page

Agathe Violain | relecture

Étude menée à partir des données 2016 fournies par les 21 radios de la FRAP



La FRAP est soutenue par la région des Pays de la Loire

