

Séminaire « Soutenabilités »

Contribution - Covid-19 : pour un « après » soutenable

Nom : Moignoux

Prénoms : Kevin

Institution ou entreprise : SIRTI

Axe(s) :

- Quelles attentes à l'égard de la puissance publique face aux risques ?
- Quel modèle social pour « faire avec » nos vulnérabilités ?
- Quelle voie pour une économie soutenable ?
- Quelles relations entre savoirs, pouvoirs et opinions ?
- Numérique : nouveaux usages, nouvelles interrogations

Intitulé de votre contribution : Contribution des radios indépendantes

Résumé de votre contribution :

La période exceptionnelle que nous traversons en raison de l'épidémie du Covid-19 nous conduit à nous interroger sur le rôle et la place des médias, particulièrement des radios locales, avant, pendant, mais également après la crise. Les radios locales ont-elles joué un rôle dans la gestion de la crise ? Ont-elles permis à nos concitoyens de traverser plus sereinement cette période tout à fait inédite dans notre histoire ? Vont-elles contribuer à la relance économique du pays ? Conscientes de l'effort citoyen que chacun doit produire dans cette période délicate, les radios indépendantes ont tout mis en œuvre pour maintenir leurs émissions et ainsi assurer leur mission d'information et de maintien du lien social qui fait leur force, en particulier au cœur des territoires les plus isolés. Fortement impactées par la crise en raison de la chute des recettes publicitaires, les radios indépendantes ont aujourd'hui besoin du soutien des pouvoirs publics pour survivre, et ainsi sauvegarder ce paysage radiophonique français dense et pluraliste, mais également pour entamer une réflexion sur le média radio de demain.

Appel à contribution France Stratégie

*COVID-19 :
POUR UN APRÈS SOUTENABLE*



***Contribution du
Syndicat des radios indépendantes (SIRTI) :***

De l'importance des radios locales privées en temps de crise

Mai 2020

Préambule

La période exceptionnelle que nous traversons en raison de l'épidémie du Covid-19 nous conduit nous interroger sur le rôle et la place des médias, particulièrement des radios locales, avant, pendant, mais aussi après la crise.

Les radios locales ont-elles joué un rôle dans la gestion de la crise ? Ont-elles permis à nos concitoyens de traverser plus sereinement cette période tout à fait inédite dans notre histoire ? Vont-elles contribuer à la relance économique du pays ?

Le SIRTI, syndicat des radios indépendantes, réunit 170 radios indépendantes locales, régionales, thématiques et généralistes présentes sur tout le territoire en FM, DAB+ et sur le digital. Écoutées quotidiennement par neuf millions d'auditeurs – la première audience de France – les radios indépendantes expriment la voix des territoires. Elles emploient 2500 salariés, dont 500 journalistes, soit le tiers des emplois de la branche, faisant d'elles le premier employeur de la radiodiffusion privée. Leur chiffre d'affaires – de 167 millions d'euros – correspond au quart du secteur.

Véritables industries culturelles et créatives de proximité, les radios indépendantes jouent un rôle important auprès des Français : en termes d'information, d'expression des différents courants de pensée ou encore d'exposition de la musique et des artistes, notamment francophones. 8 Français sur 10 écoutent la radio chaque jour durant plus de 2 heures en moyenne.

Les radios indépendantes ont montré toute leur utilité pendant cette crise : quand de nombreux médias locaux se sont arrêtés, les radios indépendantes ont poursuivi et même renforcé leur activité. Les radios indépendantes n'ont pas été seulement au service de leurs auditeurs, mais aussi au service des collectivités locales, des commerçants locaux et du Gouvernement.

En effet, conscientes de l'effort citoyen que chacun doit produire dans cette période délicate, elles ont tout mis en œuvre pour maintenir leurs émissions et ainsi assurer leur mission d'information et de maintien du lien social qui fait leur force, en particulier au cœur des territoires les plus isolés.

Pourtant, passé l'enthousiasme de la contribution à une cause nationale, l'avenir des radios indépendantes est incertain. Pour continuer à diffuser, souvent dans des conditions techniques très complexes afin de garantir la sécurité de leurs personnels, elles ont dû faire face à des coûts nouveaux et non négligeables (notamment techniques et logistiques). Leurs recettes – essentiellement issues de la vente d'espaces publicitaires – à l'arrêt, elles savent d'ores et déjà qu'elles vont devoir faire face à des difficultés financières importantes, voire inédites dans leur histoire. Leur modèle économique est aujourd'hui remis en cause.

Tout au long de la crise, le SIRTI a accompagné, écouté, conseillé, soutenu ses adhérents. Les résultats de la dernière enquête menée début mai par le SIRTI sont sans appel : les radios indépendantes sont en danger.

Aussi, quelle reconnaissance pour ces médias locaux fortement impactés par la crise qui font partie du quotidien des français ?

Cette reconnaissance doit passer par l'accompagnement par l'État des radios indépendantes : c'est désormais indispensable à leur survie.

Dans l'immédiat, il doit s'agir d'un accompagnement financier afin de sauvegarder le paysage radiophonique français, dense et pluraliste, indispensable à nos concitoyens et dont ils auront plus que jamais besoin demain.

Sur le moyen et long terme, l'État doit également accompagner le secteur radiophonique dans sa réflexion sur la radio de demain. Quelle place dans la vie de nos concitoyens ? Quel modèle économique pour la radio ? Quels moyens pour y parvenir ?

La crise sanitaire que nous avons traversé l'a démontré : la radio est incontestablement un média d'avenir, car un média de confiance, qu'il convient de préserver.

Quelles attentes à l'égard de la puissance publique face aux risques ?

La crise sanitaire que vient de traverser la France est venue rappeler l'importance du principe de solidarité nationale.

L'État a fait face ces dernières semaines à une situation tout à fait exceptionnelle et inédite. Sollicité de toute part, pouvait-il réellement faire face à une crise de cette ampleur seul ?

Cela semble particulièrement difficile. Aussi, les français ont accepté d'être également appelés à un effort de solidarité nationale pour faire face aux risques. En effet, c'est en réalité la France entière qui a été mise à contribution pour se relever et sortir de cette crise : les pouvoirs publics et le personnel soignant bien entendu, mais aussi les acteurs économiques privés et bien sûr les concitoyens.

Il a été demandé aux français de rester confinés chez eux pendant 8 semaines, de ne sortir que pour des motifs impérieux et privilégier le télétravail lorsque cela était possible. Les grandes industries françaises ont également été sollicitées pour produire des masques et du matériel médical.

En cette période si particulière, nos concitoyens ont eu un besoin important d'information. Pour tenir ses concitoyens informés et relayer les messages sanitaires, l'État dispose évidemment des chaînes et des antennes du service public, des sites officiels, des affichages au sein des collectivités, mais cela était-il suffisant ? L'audiovisuel public a-t-il répondu de façon satisfaisante aux attentes de la population ?

Non, ou tout du moins pas suffisamment. En effet, certains services publics ont été mis à l'arrêt : les rédactions de France 3 ont été fermées tout, comme les 44 antennes locales de Radio France qui ont été fermées pendant la crise pour se regrouper en 16 pôles régionaux. Le constat est sans appel : les antennes et chaînes du service public ont été défaillantes.

Aussi, pour atteindre largement les 67 millions de concitoyens, l'État a dû faire appel à la bonne volonté des médias traditionnels privés (radios, télévisions, presse). Dès le premier jour de crise, les radios privées nationales et locales se sont portées volontaires pour relayer gratuitement sur leurs antennes, plusieurs fois par jour pendant plusieurs semaines, les différents messages sanitaires du Gouvernement et des Préfectures.

Le média radio a su démontrer toute son utilité pendant cette crise, non seulement pour compenser l'absence de l'audiovisuel public sur une partie du territoire, mais également pour compenser les problèmes engendrés par la saturation et les risques de rupture des réseaux numériques. Si certaines zones blanches existent encore en France, laissant une partie de la population déconnectée, le média radio a permis lui de sécuriser la diffusion de ces messages sanitaires, quel que soit l'endroit – y compris au cœur des territoires les plus isolés –, quelle que soit l'heure – y compris aux heures de grande écoute lorsque les ondes sont très sollicitées.

Si certaines plateformes (Facebook, Instagram, Spotify, ...) ont également relayé ces messages, cela bien plus tard dans la crise, démontant ainsi les difficultés des pouvoirs publics à échanger et s'accorder avec ces acteurs du numérique dont les capitaux sont essentiellement détenus par des investisseurs étrangers loin des préoccupations immédiates des français et françaises. Par ailleurs, il semble que ces communications sur les réseaux sociaux se soient faites à raison de plusieurs dizaines de milliers d'euros d'investissements publicitaires¹, et non à titre gracieux comme cela a été le cas sur les radios commerciales privées. Qu'en est-il de la souveraineté de l'État français sur son propre territoire en période de crise ? Quelle justification pour cette différence de traitement entre des acteurs privés français et étrangers ?

¹ Le Gouvernement a ainsi dépensé 10.072 € de communication commerciale sur la plateforme Facebook au mois d'avril. Les montants investis sur cette plateforme peuvent atteindre des sommes considérables : ainsi, la Région Auvergne Rhône Alpes a dépensé 90.452 € pour communiquer sur cette plateforme au cours des trois derniers mois : messages sanitaires, messages de soutien, aide économique, ... autant de communication qui auraient pu profiter aux opérateurs radiophoniques privés français.

Quel modèle social pour « faire avec » nos vulnérabilités ?
Numérique : nouveaux usages, nouvelles interrogations

Le modèle social français permet la mise en place du chômage partiel dans certaines situations. Ce dispositif a été particulièrement renforcé dans le cadre des mesures d'urgence mises en place dès le mois de mars afin de préserver l'emploi sur notre territoire. Chacun peut se féliciter de la réactivité et l'adaptation des mesures déjà en place par les pouvoirs publics.

Les radios indépendantes adhérentes au SIRTI ont fait le choix de poursuivre leur activité d'information et de maintien du lien social avec leurs auditeurs en cette période d'isolement due au confinement, en particulier au niveau local où les antennes du service public se sont arrêtées dès le début de la crise.

Toutefois, leurs recettes, principalement issues de la vente d'espaces publicitaires, à l'arrêt depuis plusieurs semaines, cette continuité d'activité s'est faite avec des équipes réduites. Il ressort de la dernière enquête menée par le syndicat que 90% des radios indépendantes ont eu recours au chômage partiel au mois d'avril. Un tiers d'entre elles prévoit de maintenir ce dispositif au moins jusqu'au mois d'août afin de retrouver un léger équilibre.

Cependant, cette mesure ne saurait suffire à elle seule pour faire face aux vulnérabilités de notre système. Le dispositif de chômage partiel doit s'accompagner d'autres mesures fortes permettant de faire face à des crises telles que celle que nous venons de vivre.

Tout d'abord, cette crise nous fait nous interroger sur la mise en place plus régulière du télétravail en France. De nombreuses entreprises françaises, dont les radios indépendantes, ont eu recours au télétravail afin de limiter les déplacements et les risques encourus par chacun. Encore peu répandu dans notre pays, le télétravail implique des coûts supplémentaires, en particulier pour certains secteurs d'activité, à l'instar du secteur radiophonique, où des installations supplémentaires au domicile des salariés sont nécessaires. En effet, les radios ont dû procéder à des aménagements techniques coûteux pour chacun de leurs salariés (matériel informatique, mise en place de home studio, ...)

Il convient également de souligner que le télétravail accroît les risques liés aux cyberattaques. Malgré les précautions prises en la matière, plusieurs radios ont été victimes de cyberattaques au cours des dernières semaines, entraînant une interruption temporaire de diffusion sur certaines zones, privant ainsi la population d'une information permanente.

Eu égard aux difficultés financières qu'elles traversent, la mise en place du télétravail n'est pas tenable sur le long terme pour les radios indépendantes.

Une réflexion sur des mesures permettant à ces secteurs si particuliers une évolution positive est aujourd'hui indispensable.

Une mise en place généralisée du télétravail au sein de nos entreprises doit s'accompagner de financements supplémentaires. À cet égard, plusieurs pistes peuvent être envisagées :

- Une réduction des charges sociales sur la période et pour les salariés exerçant en télétravail². En allégeant les charges pour ces salariés, les radios pourront se permettre d'investir massivement dans la mise en place du télétravail.
- Une augmentation des financements des radios, les revenus issus de la publicité étant instables et insuffisants pour faire face aux coûts engendrés par le télétravail. Les radios tendent à se diriger de plus en plus vers l'organisation d'événements, tant pour la proximité que cela apporte avec leurs auditeurs que pour les revenus qu'elles peuvent en tirer. Toutefois, là encore, ces revenus sont devenus pour l'heure instables et personne ne sait quand une reprise de cette activité sera envisageable. En outre, il ressort de l'enquête adhérents menée par le SIRTI que 41% des radios envisagent de voir à la baisse le nombre d'événements qu'elles organisent au niveau local suite à la crise, ces événements étant pour elles extrêmement coûteux. Aussi, les radios plaident pour l'extension des droits voisins (copie privée et licence légale) aux éditeurs

² Une proposition de loi en ce sens a été déposée à l'Assemblée Nationale : http://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/textes/l15b2977_proposition-loi



radiophoniques. Ce mécanisme leur permettrait non seulement de bénéficier de revenus supplémentaires, mais également de conserver la maîtrise des contenus qu'elles créent.

Depuis 40 ans, les radios indépendantes ne cessent de se réinventer afin de s'adapter aux nouvelles habitudes d'écoute et de consommation de leurs auditeurs. Elles ont ainsi massivement investi dans le DAB+, radio numérique terrestre, mais aussi développé leur présence sur le digital par le biais de leurs sites internet et applications.

Il convient désormais de leur permettre de s'adapter aux habitudes de travail et aux modes de vie de leurs salariés grâce à la mise en place du télétravail de façon plus régulière.

Quelle voie pour une économie soutenable ?

Les radios indépendantes, déjà fragilisées ces dernières années par un contexte numérique défavorable et par une réglementation trop contraignante, sont impactées de manière brutale par la crise du COVID-19. Leurs recettes publicitaires, unique source de financement, se sont effondrées. Au mois de mars, les recettes publicitaires des radios indépendantes ont été divisées par deux. Au mois d'avril les radios enregistrent une chute de plus de 90% des recettes publicitaires au niveau local. Les prévisions pour le mois de mai sont tout aussi alarmantes.

La crise sanitaire est venue démontrer les limites du mode de financement des radios indépendantes, qui ne dépendent d'aucun groupe, qui n'ont aucun soutien financier extérieur, et dont le financement est principalement lié aux revenus publicitaires.

Dans l'immédiat, les radios indépendantes ont appelé le Gouvernement à prendre des mesures économiques spécifiques : crédit d'impôt pour les annonceurs au titre de leurs dépenses de communication dans les médias, crédit d'impôt diffuseurs afin d'absorber une partie du choc économique dû à la crise, annulations des charges sociales sur la période, ...

Toutefois, les radios ont pleinement conscience que les aides publiques doivent rester tout à fait exceptionnelles et ne pas peser trop lourdement sur les finances publiques et les contribuables. Nombreux sont les secteurs d'activité à être confronté à des difficultés sans précédent en raison de cette crise et à solliciter l'aide des pouvoirs publics non seulement pour relancer leur économie mais également pour leur survie.

Il est impératif que chaque secteur d'activité de mène une réflexion sur les différentes voies qui s'ouvrent à eux afin de trouver de nouveaux modes de financement, indépendants des aides publiques.

Depuis plusieurs années, les acteurs du secteur radiophonique ont entamé une réflexion afin de se diriger vers d'autres sources de financement, indépendantes de la publicité.

Parmi les pistes envisagées, celle de l'accès des radios, et plus globalement des médias traditionnels, à la rémunération pour copie privée et à la licence légale. Parce que le média radio est un média de création originale, il doit légitimement pouvoir bénéficier de ces mécanismes.

Les radios et télévisions produisent, réalisent, financent, exposent, diffusent du contenu dont elles ne peuvent tirer aucune rémunération. Pourtant, les radios produisent toujours plus de podcasts, et cela grâce aux revenus issus de la vente d'espaces publicitaires. Ces revenus ayant considérablement chuté pendant la crise, elles souhaitent à présent pouvoir bénéficier du droit à la copie privée et accéder à la rémunération qui découle de ce principe.

Étendre le mécanisme de la copie privée aux entreprises de communication audiovisuelle, dont les radios font pleinement parties, c'est d'abord leur permettre de continuer à créer du contenu pour leurs auditeurs et téléspectateurs, mais aussi leur reconnaître le travail et l'investissement financier derrière la réalisation de leurs programmes, qu'ils soient linéaires ou délinéarisés, et les aider à s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation des auditeurs, aux nouveaux modes de diffusion qui sont apparus ces dernières années et aux nouveaux enjeux du numérique.

Si les pertes subies par ces entreprises en raison de la reproduction de leurs créations radiophoniques étaient jusqu'à présent compensées par les ressources publicitaires, il est aujourd'hui impératif de sortir de ce mécanisme de financement devenu trop fragile.

Cette extension de la copie privée aux entreprises de communication audiovisuelle permettrait non seulement de mettre fin à une discrimination en procédant à un juste repartage des valeurs – sans pour autant augmenter le montant de la redevance et donc impacter l'auditeur et téléspectateur –, mais également une diversification des financements des radios, indispensable dans un contexte économique de plus en plus contraint.

De même, tout un chacun peut constater que les radios sont largement diffusées dans de nombreux lieux accueillant du public : les restaurants, les bars, les salons de coiffure et d'esthétique, les librairies, ... contribuant ainsi à faire vivre et exposer la création musicale, mais aussi animer les lieux concernés, via le programme radiophonique qui nécessite non seulement un savoir-faire mais aussi – et surtout – des investissements. Ces investissements ont été possibles jusqu'ici grâce aux revenus issus de la vente d'espaces publicitaires.

Les producteurs et les artistes-interprètes sont rémunérés pour les utilisations de leurs contenus : une fois par les radios qui rémunèrent sur une part significative de leur chiffre d'affaire les ayants-droits, une seconde fois par les propriétaires des lieux accueillants du public par le biais de la licence légale sur les lieux sonorisés. Les radios réclament depuis plusieurs années le droit d'accéder elles aussi au mécanisme de la licence légale au titre de la diffusion de leurs programmes et contenus dans les lieux sonorisés.

Cette demande s'inscrit désormais dans un contexte d'urgence : plus vite les radios seront en mesure de diversifier leurs financements, plus vite elles retrouveront une stabilité financière leur permettant de continuer à faire vivre et exposer la création musicale.

Cette réflexion autour d'une diversification des financements afin de ne pas dépendre uniquement d'une source de financement qui risque d'être fragilisée en période de crise doit aujourd'hui être étendue à l'ensemble des secteurs d'activité.

Quelles relations entre savoirs, pouvoirs et opinions ?

De nombreuses interrogations et difficultés nouvelles sont apparues et l'ensemble des françaises et français ont attendu des explications et des réponses pendant cette crise.

Le média radio est pleinement conscient de son rôle sociétal et a par conséquent largement contribué à cette mission d'information. En effet, tout au long de la crise, l'ensemble des médias traditionnels se sont mobilisés pour tenir la population informée de l'évolution de l'épidémie, des risques, des mesures de précaution à adopter, des dernières mesures d'urgence adoptées,

Pour répondre à cette forte demande, le média radio a adapté ses contenu, ses grilles des programmes, son fonctionnement interne, afin de fournir une information la plus complète possible sur la situation sanitaire au niveau national et au niveau local.

Cette crise est venue démontrer l'importance d'une information fiable. Aussi, les radios ont donné la parole à des experts, spécialistes, médecins, sur leurs antennes afin de fournir des informations vérifiées à leurs auditeurs. Elles ont également largement alerté les auditeurs sur les « fake-news » liées à cette épidémie qui ont pu surgir dans le débat public. Pour cela, elles se sont appuyées sur leur réseau de 500 journalistes.

Si les réseaux sociaux jouent aujourd'hui un rôle important dans l'information de nos concitoyens, force est de constater qu'il existe aujourd'hui des défaillances majeures dans le contrôle de l'information qui y est diffusée.

Le média radio joue un rôle important auprès des français et aux côtés de pouvoirs publics qu'il convient aujourd'hui non seulement de reconnaître mais également de valoriser. La radio est un média de confiance.

Une information juste, complète, gratuite et immédiate auprès des 67 millions de français n'aurait pas été possible sans l'appui des médias traditionnels, et notamment du média radio.