

**COMPTE-RENDU DE LA 1^{ERE} REUNION DU GROUPE DE TRAVAIL SUR
LES RADIOS ASSOCIATIVES MUSICALES
LA CHAUFFERIE, LILLE HELLEMMES
03.02.2019 / 14H-17H**

Objectif de la réunion : *Fixer les objectifs prioritaires de l'étude, son format, ses grandes orientations et ses axes de travail. Echanger sur les grands enjeux des radios associatives musicales identifiés dans la région et identifier leurs attentes pour guider l'étude.*

Méthodologie du compte-rendu : *Le document présent est une reprise des notes effectuées lors de la première réunion du groupe de travail sur les radios associatives musicales en Hauts-de-France dans le cadre de l'étude sur le sujet.*

Les textes encadrés en jaune correspondent aux éléments présentés par HAUTE FIDÉLITÉ, les parties rédigées et encadrées en bleu synthétisent les échanges du groupe de travail durant la réunion. Ces retranscriptions sont parfois enrichies par des informations extérieures pour préciser le propos.

• PERSONNES PRÉSENTES

- Bryan – Graf'hit (Compiègne)
- Jessica Vaillant – Radio Campus Amiens (Amiens)
- Jean Pasqualini – PFM (Arras) et la FRANF (Fédération Régionale des Radios Associatives du Nord de la France)
- Hervé Dujardin – Radio Scarpe Sensée (Vitry-en-Artois / Douaisis)
- Meghann Marsotto – RCV (Lille)
- Johann Schulz et Antoine Cordier (HAUTE FIDÉLITÉ)

• ORDRE DU JOUR

- Tour de table, présentation des personnes et des structures présentes
 - Présentation générale de l'étude, de ses objectifs, méthodologie
 - Echanges autour du périmètre de l'étude
 - Premiers enjeux identifiés et retours des participant·e·s
 - Attentes vis-à-vis de l'étude et priorités à fixer
 - Prochaines échéances de l'étude et objectifs des prochaines rencontres
 - Présentation de l'outil Basecamp
- TOUR DE TABLE : Radio / poste au sein de la radio / salarié ou bénévole / territoire d'émission et d'actions / place de la musique au sein du projet associatif ?

- **Antoine CORDIER : chargé des études et de l'observation au sein du pôle.**

Un des enjeux principaux de l'observation : co-définir des enjeux avec les acteurs des musiques actuelles pour réaliser des futures études.

- **Johann SCHULZ : directeur de HAUTE FIDÉLITÉ.**

- **Jean PASQUALINI – coordinateur de Radio PFM (Arras - 62) et président de la Franf.**

Bénévole à Radio PFM. PFM fait partie l'histoire des radios libre, existe depuis 1981.

Radio contestataire, de gauche, au départ très liée aux revendications écologiques et avec un fort ancrage territorial. Forte exigence au niveau musique. Revendication : pas de musique pour boucher les trous ou divertir mais une approche « pointue » de la musique.

3 salariés dont 2 journalistes et 70 bénévoles. Anciennement à la Féralrock

FRANF : Fédération Régionale des Radios Associatives du Nord de la France, rassemble 18 radios. 8 dans le Nord, 6 dans le Pas-de-Calais, 4 en ex-Picardie. Chaque radio possède en moyenne 2 ETP. La fédération a été accompagnée dans le cadre d'un DLA dont la restitution publique a eu lieu en 2017.

Meghann MARSOTTO – présidente de RCV (Lille - 59) :

Radio née à Lille dans les locaux d'une école d'ingénieur en 1982. La programmation musicale a un rôle très important au sein de RCV et est un axe fort du projet associatif.

1 salarié. 70 bénévoles. Fégarock

RCV émet de 17h à 5h en FM (onde partagée) et 100% en DAB+.

Bryan – coordinateur d'antenne et journaliste au sein de Radio Graf'Hit (Compiègne - 60) :

Radio crée en 1992 à l'origine dans une université d'ingénieur. Défense des musiques actuelles dans un secteur géographique peu aidé (pas de salle, pas de SMAC...).

2 salariés et 70 bénévoles. 7 personnes au sein du CA. Anciennement à la Fégarock.

Hervé DUJARDIN – responsable de publication au sein de Radio Scarpe Sensée (Vitry en Artois - 62) :

Actualité basée sur le Douaisis. Diffusion sur les villes de Douai, Arras, Lens et Cambrai mais radio implantée dans un espace rural. Format généraliste né en en 1980 qui est devenu une radio de territoire, pas que centrée sur les musiques actuelles. La radio a des projets en partenariat avec des salles (9-9bis à Oignies, Escapade à Hénin Beaumont) et MJC sur l'accompagnement et le développement d'artistes du territoire (résidences...).

2 salariés journalistes, 35 bénévoles. Couleur musicale plutôt musiques actuelles. Partenariat avec des MJC, 9-9 Bis, Escapade. Pas adhérente Fégarock.

Jessica VAILLANT – directrice de Radio Campus Amiens.

3 salariés, 1 salarié en médiation et éducation média. Ancien projet étudiant. Adhérent à Radio Campus France. La musique est un axe important dans la ligne de rédaction de la radio. Beaucoup de playlists (40-45% de musique). Partenariat avec la Lune des Pirates (pour l'émission au sein de la salle « Bruits de Lune » qui relève aussi de l'action culturelle). Partenariats sporadiques de communication avec la salle.

Avis du GT

Premiers échanges autour du projet « Bruits de Lune »

« Bruits de lune » est une émission mensuelle se déroulant en public au sein de La Lune des Pirates (SMAC d'Amiens). Animée par les bénévoles de la salle, l'émission est réalisée en partenariat avec Radio Campus Amiens et Radio Graf'Hit. Elle dure trois heures et se compose d'interviews, de chroniques et de lives. Cette émission existait avant la création même de Radio Campus Amiens.

Ce projet mêle donc diffusion et mise en valeur de groupes locaux mais aussi action culturelle car il permet aux bénévoles de la salle de se former à la radio.

L'idée est émise par le GT de proposer ce genre de format d'émission dans plusieurs salles de concert en région. (**Essaimage de ce type de projets au niveau régional qui est un outil concret permettant la coopération entre radios associatives et salles de concert**). L'idée est de mettre en valeur le rôle des radios associatives pour la scène musicale régionale et de mettre en place des projets de coopérations entre les radios et les salles de concert.

De plus, ce type d'émission permet aux artistes locaux en développement de travailler leur prise de parole à la radio et de travailler leur relation aux médias (savoir s'exprimer dans un micro...).

Présentation par HF

• PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE PAR HAUTE FIDÉLITÉ

- Un état des lieux régional des radios associatives
- Un recensement des besoins et manques de ces acteurs
- Une analyse du rôle des radios dans l'écosystème musical régional
- Adopter un « prisme musical »
 - Place des artistes locaux/régionaux
 - Diversité des esthétiques représentées
 - Question de l'émergence artistique
 - Place des autres acteurs musicaux locaux (associations, salles, écoles de musique...)

- OBJECTIFS GÉNÉRAUX DE L'ÉTUDE PAR HAUTE FIDÉLITÉ

- Connaissance plus fine des radios associatives musicales de la région et suivre les évolutions du secteur à l'échelle de la région
- Analyser le fonctionnement, les activités et les champs de compétences des radios assos
- Connaître l'impact et le rôle des radios associatives dans le secteur musical régional notamment et plus largement sur leur territoire
- Faire un repérage des modes de coopérations des radios avec les acteurs de la filière musicale en région
- Identifier les besoins structurels, techniques et humains et les enjeux du secteur radiophonique associatif
- Formuler des préconisations et des pistes de réflexion pour répondre aux besoins identifiés

Remarques du groupe de travail

- Il y a nécessité de rajouter la question de la relation des radios aux collectivités au sein de l'étude. Par exemple, il peut être intéressant d'interroger des élus/techniciens sur leur perception des radios associatives. Aujourd'hui les radios ont peu d'interlocuteurs sur leur territoire alors qu'elles en sont fortement dépendantes.
- Certains départements sont plus avancés que d'autres concernant le soutien aux radios (Le Pas-de-Calais propose par exemple un soutien financier pour les radios en transition vers le DAB+). Le DLA de la FRANF vient confirmer cette remarque (2017).
- Certaines agglomérations n'ont pas la compétence « culture » qui leur a été enlevée avec la loi NOTRe.
- Selon les membres du GT, la radio n'est pas considérée comme un acteur de la culture par les collectivités. Pourtant, les radios sont bien sollicitées et mobilisées par d'autres acteurs culturels pour des actions culturelles.
- Certaines villes soutiennent les radios mais à un faible niveau (par exemple, RCV est soutenu par la ville de Lille à hauteur de 3000€ par an)
- Un point problématique vis-à-vis de la DRAC : il n'est pas possible de toucher l'aide de la DRAC sur l'éducation aux médias si la radio touche déjà le FSER. (Problématique du double financement sur l'action culturelle)

- MÉTHODOLOGIE PROPOSÉE PAR HAUTE FIDÉLITÉ

- Sélection de radios musicales : sur les critères fixés avec le GT (page suivante).
- Recensement régional des radios associatives des Hauts-de-France (FM, DAB+)
- Entretiens semi-directifs en face à face et par téléphone avec des personnes travaillant au sein des radios, avec d'autres acteurs des musiques actuelles en lien avec les radios (programmateurs, chargés de communication, artistes, niveau régional et national...)
- Questionnaire quantitatif validé par le GT
- Groupe de travail représentatif des différents territoires

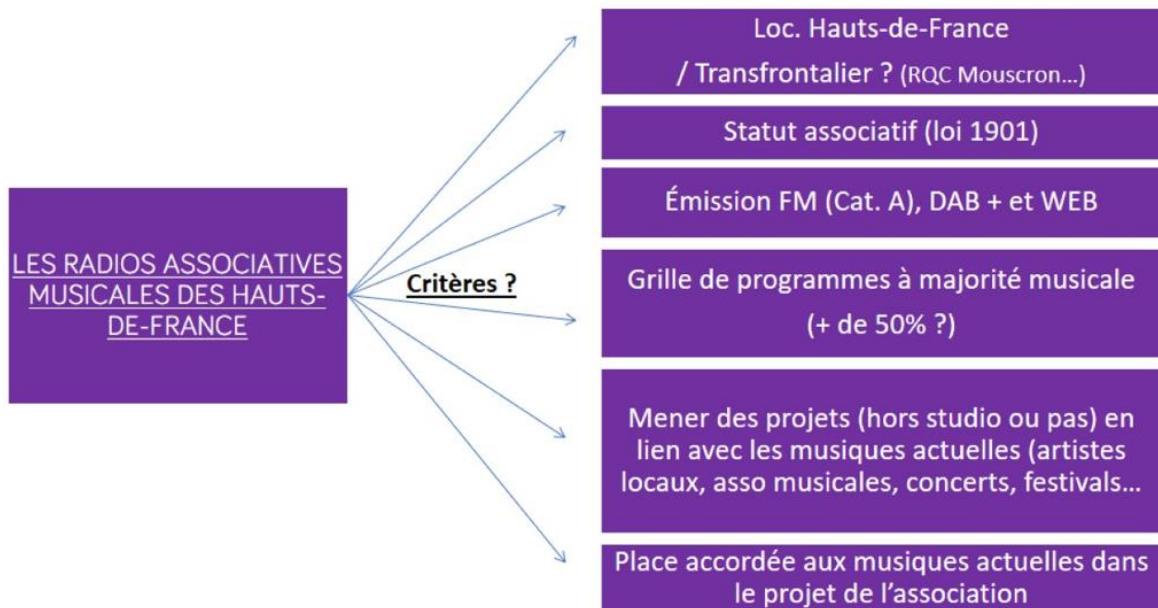
Quelques exemples d'études régionales :

- FRAP (pays de la Loire)
- CORLAB (équivalent de la FRANF)
- FRACA MA

Proposition de la forme de l'étude :

- 1) Partie principalement quantitative et état des lieux sur le fonctionnement des radios asso (emplois, ressources, budgets, activités...)
 - 2) Partie principalement qualitative centrée sur le rôle des radios dans l'écosystème musical régional (enjeux, témoignages, pistes de réflexion... avec chiffres)
- OU imbriquer ces deux parties état des lieux + partie musique.

- PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE PROPOSÉ PAR HAUTE FIDÉLITÉ



REMARQUES ET AVIS DU GT SUR LE PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

- La question du transfrontalier et des coopérations
 - Il serait intéressant d'intégrer la **dimension et les réalités transfrontalières des radios associatives** dans l'étude (Île de France, Belgique, Grand-Est...).
Attention, les radios assos belges (en l'occurrence celle dont il est question ici **RQC Mouscron** – par ailleurs adhérente FERAROCK) sont différentes du point de vue des financements et de leur structuration (« débourse à la création »).
Il faut trouver un angle d'attaque pour aborder la question de l'Eurométropole et des zones frontalières (inter-régions et européennes). L'angle des coopérations peut être le bon (par ex : quelle est la nature des coopérations entre les radios sur l'Eurométropole).
 - Les acteurs présents lors de la rencontre mettent en évidence la **capacité des associatives à travailler en force commune** (notamment via la FRANF) et à mener des collaborations entre elles.
Les acteurs insistent sur le **besoin de solidarité** entre les radios associatives car celles-ci sont liées par des **valeurs communes** et ont la volonté de former une **communauté d'esprit**.
 - Sur cette question des collaborations et de l'interconnexion entre les radios associatives de la **région et extrarégionales** : c'est le manque de moyens et non pas le manque d'envie qui empêche les radios associatives de travailler ensemble en transfrontalier. On ne peut pas exclure cette réalité.

- **Eléments de définition et singularités des radios associatives**

- La radio se définit comme un **flux continu élaboré** (qui peut être diffusé 24h/24 ou de façon temporaire). La radio diffusée en flux continu (= tout le monde peut écouter la même chose au même moment) est différente du podcast (=chacun peut écouter un même podcast mais sur des temporalités différentes). On peut étudier une webradio si elle est un flux continu, si non ce n'est pas de la radio.
- L'avantage d'une radio associative est d'**être implantée dans un territoire**, cela se matérialise souvent par l'**existence d'un lieu associatif**, point de repère de l'association (souvent le studio). Cela permet aux bénévoles d'aller au studio, de se rencontrer, de partager quelque chose de commun.
Il y a donc nécessité de prendre en compte la **réalité associative** des radios : elles sont association sur le papier (statut loi 1901) mais possèdent également un projet associatif, une communauté de bénévoles, un esprit, un lieu, des valeurs...
- En même temps, avec le **numérique et la diffusion des émissions en ligne**, le **public de certaines radios associatives s'est élargi géographiquement**. L'ancre des radios associatives n'est donc pas que local.
Certains sujets ont une dimension très locale mais d'autres sont plus transversaux et touchent des publics extrarégionaux.
L'exemple est donné par un des membres du GT d'une émission spécialisée sur le métal qui est écoutée jusqu'à Marseille.
On est ici dans un cas particulier car il s'agit d'un **public de niche**. Sur certaines **esthétiques (métal, reggae...)** les radios associatives jouent un rôle très important via leurs émissions spécialisées car elles sont un **espace d'expression de ces cultures qui ont peu d'endroits pour exister** (accès difficiles aux salles et SMAC, aux dispositifs d'accompagnement, aux médias généralistes...). Elles jouent un rôle primordial dans la **défense de la diversité des esthétiques musicales**.

- **Échanges sur les critères à choisir pour définir le périmètre d'étude**

- **Statut associatif de catégorie A** : la radio doit être catégorisée A par le CSA (« services de radio associatifs accomplissant une mission de communication sociale de proximité. Les ressources provenant de la publicité ou de parrainage doivent représenter moins de 20 % de leur chiffre d'affaires total. »¹) Les radios de catégorie A doivent passer 40% de nouveautés (critère du CSA).
- « **On se définit par ce qu'on ne présente pas** » : proposition est faite par les membres du GT de se définir en opposition aux critères des « Indés Radios » (groupement d'intérêt économique qui représente les grandes radios commerciales). Par ex. le critère des 10% de quotas de « musique gold » (les classiques).
Les radios associatives ne passent pas ou très peu de gold. La **programmation musicale des radios associatives ne correspond pas à tout ce que l'auditeur veut** (contrairement aux radios commerciales où les audiences orientent la programmation). Il s'agit plutôt d'un équilibre entre d'une part une exigence musicale/une programmation pointue/une place laissée à l'émergence et au local et d'autre part dans le fait de donner quelques repères aux auditeurs (sans pour autant être soumis à ses attentes)
- Pour observer les radios musicales, il est intéressant d'**observer les grilles de programmes** et de sélectionner les radios qui ont dans leur grille de programmes une **majorité de programmes musicaux et/ou musiques actuelles**.

¹ <https://www.csa.fr/Informer/PAF-le-paysage-audiovisuel-francais/Les-radios-en-France>

- On peut également s'intéresser au « **taux annuel des phonogrammes** » qui correspond au **taux annuel d'utilisation des phonogrammes par rapport à la totalité des programmes diffusés**. Le taux annuel moyen des phonogrammes dans la région tourne autour de **60%** ce qui est assez élevé et qui veut dire que les radios associatives laissent une place importante à la musique dans leurs programmes.
- Certaines radios associatives laissent une place importante aux playlists pointues sans nécessairement avoir d'animateur·rice. L'**attention portée à la musique par une radio associative ne se définit pas forcément par le fait d'avoir un programme dédié à la musique et animé par une personne**. Cela peut également passer par le fait d'avoir des playlists pointues qui permettent de découvrir des morceaux rares et « diggés ».
- La question du **référencement des titres passés dans les playlists** se pose. Il y a une difficulté à récupérer les playlists et les morceaux passés dans les différentes émissions animées par les bénévoles. Cela peut poser problème par rapport à la rémunération des artistes par la Sacem car elle ne récupère pas les playlists. Cela pose la question de la sensibilisation/formation des animateurs/programmateurs bénévoles des radios associatives. La mise en place d'outil au sein des radios pourrait remédier à ce problème.

- ENJEUX IDENTIFIÉS PAR HAUTE FIDÉLITÉ

- **Economie :**

- Structuration et ressources humaines des radios associatives
 - Modèle économique des radios associatives (catégorie A et webradios)
 - FSER
 - Et autres financements

- Rappels sur le FSER

Jusqu'en 2009, le fonds est constitué des recettes d'une taxe sur les sommes payées par les annonceurs pour la diffusion (radio ou de télé) de leurs messages publicitaires (régies publicitaires). Les fonds proviennent désormais d'une **dotation forfaitaire du budget de l'État (ligne sanctuarisée à environ 29 millions d'€)** suite à la mesure prise sous Sarkozy de mettre fin à la publicité à partir de 20h (Impact : perte de 6 millions d'€).

NB : la taxe payée par les annonceurs publicitaires existe toujours mais elle revient au ministère de l'économie et des finances (Bercy).

Ces fonds sont attribués sur proposition d'une commission composée de membres nommés par le ministre de la Culture et de la communication. La commission comprend :

- un membre du Conseil d'État,
- un membre de la Cour des comptes ou de la Cour de Cassation qui assure la présidence,
- quatre représentants de l'État (budget, affaires sociales, culture, communication),
- quatre représentants des radios associatives,
- deux représentants des régies publicitaires.

Depuis novembre 2019, un arrêté visant à renforcer le pouvoir des radios associatives au sein de la gouvernance du FSER¹. Dorénavant, le Syndicat national des radios libres (SNRL) dispose de deux sièges de titulaire au sein de la commission du FSER, auxquels s'ajoutent un siège pour un membre de la Confédération nationale des radios associatives (CNRA) et un autre pour un membre de la FFRC.

Le FSER est composé de plusieurs volets d'aides :

- Subvention d'**exploitation**
- Subvention d'**installation**
- Aide à l'**équipement**
- Sélective à l'**action radiophonique**

- ➔ Subvention de fonctionnement entre 36 000€ et 46 000€ à l'année.
- ➔ Une radio qui travaille bien son dossier FSER peut espérer toucher entre 100 000€ et 160 000€.
- ➔ Le FSER est important pour les radios associatives : il représente en moyenne 30 à 40% du budget d'une radio associative.

- **La question de la valorisation publicitaire des concerts**

- Pour toucher le FSER, une radio associative ne doit pas avoir plus de 20% de ressource publicitaire par rapport au total de ses ressources.
- La question se pose de ce qui est pris en compte dans les 20% de publicité (par exemple, les radios associatives font gagner des places de concerts : **valorisation publicitaire pour les concerts locaux**, cela n'est pas considéré comme de la publicité)
- Il y a des disparités éditoriales et différents choix éditoriaux vis-à-vis du rapport à la publicité. RCV et Campus Amiens par exemple ne font pas de publicité du tout (pas de Messages d'Intérêt Général : MIC-MIG).

- **Conclusion**

- ➔ Un important volet économique est à travailler pour mieux comprendre les enjeux liés aux **radios associatives**. Beaucoup de technicité.
- ➔ Se référer également au **DLA de la FRANF** effectué en 2017 par Extracité.
- ➔ Il y a également nécessité d'interroger la relation aux financeurs (évolution des dispositifs, manque de marge de manœuvre...)
- ➔ La question des **sources de financement propres** des associatives est aussi une question à approfondir.

- **Quelques enjeux sectoriels / liés à l'échelon national des radios associatives**

- Déploiement du DAB+ (double émission, ruralité...)
- Réforme audiovisuelle 2020, quels enjeux ?

- **Inquiétudes vis-à-vis du déploiement du DAB+**

- Le déploiement du DAB+ va créer **des disparités territoriales et une fracture supplémentaire sur les territoires éloignés**.
- Par exemple, il n'y a aucune zone de diffusion DAB+ sur le littoral dans les Hauts-de-France.

- **Remarques sur les enjeux structurels et nationaux des associatives**

- Les **radios n'ont pas été intégrées à la réforme qui porte sur le service public**.
- La **redevance audiovisuelle n'est pas redistributive pour les radios** (« contribution à l'audiovisuel public » hors, les radios associatives relèvent du domaine privé). Il est d'ailleurs question de la supprimer avec la réforme.
- **Le remplissage des dossiers de subvention** est relevé par les acteurs comme un enjeu majeur et structurel pour les radios associatives qui en dépendent. Cet exercice **requiert des compétences professionnelles que toutes les structures ne possèdent pas toujours en interne**. Cela souligne de la part des acteurs un **besoin d'accompagnement à remplir les dossiers d'aides**.
- Par ailleurs, les acteurs pointent du doigt un **phénomène de course au financement qui détourne les radios de leur projet associatif initial** (les radios doivent remplir le rôle qu'on leur incombe via les subventions et les appels à projets).
- Les membres du groupe de travail alertent sur le fait que par effet boule de neige, cela revient à **obliger les radios à être compétitive** entre elles dans la recherche des financements.
➔ **Quel rôle sur la diversité culturelle et l'utilité sociale de la radio ?**

- Un frein au développement des radios associatives est pointé est du doigt par les membres du GT : pour les radios seules les formes SA, SARL ou association sont acceptables par le CSA. **Impossibilité de monter une SCOP ou une SCIC** alors que ces formes juridiques pourraient être plus adaptées.
- Autre remarque : un pacte de non-agression entre les radios publiques et les radios associatives est acté depuis pour éviter les phénomènes de concurrences entre radios publiques et radios associatives sur la présence à certains événements (festivals, concerts...). **Le problème se pose pour les exclusivités demandées par les radios commerciales.**

- **Enjeux liés à des problématiques sociétales et/ou liés au numérique**

- Evolution des pratiques d'écoutes et de production
- Essor des webradios et podcasts

- **Activités**

- Education aux médias et rôle social de proximité
- **Question des dossiers de subvention à remplir**

➔ **Question / Piste de réflexion :** Est-ce que le rôle des radios comme média social de proximité ne passe aujourd'hui que par ses actions d'éducation aux médias ?
La réponse des acteurs est non.

- **Évolution des pratiques et des moyens techniques**

- Le numérique a beaucoup changé **les pratiques d'écoutes**. La radio est beaucoup écoutée en ligne, via les podcasts diffusés en streaming.
- La radio est un média porteur, un média que les gens écoutent.
- Autre phénomène important pour le secteur : **les moyens de production d'une émission se sont beaucoup démocratisés**. Il est plus facile aujourd'hui de produire une émission radiophonique chez soi (sous la forme de podcast par exemple) en disposant d'un studio « fait maison ». Une analogie est possible avec la multiplication des home studios et l'autoproduction des artistes musicien·ne·s.

- **Réflexion sur le rôle local et social des associatives**

- Les radios associatives effectuent un réel travail de service public dans les territoires alors qu'on leur donne peu de moyens. Elles permettent par exemple de donner la parole à des personnes qui ne l'ont pas, « à tendre des micros à des publics singuliers ». En ce sens, les associatives sont des espaces d'expression libres.
Le documentaire « Silence Radio » de Valery Rosier qui porte sur **Radio Puisaleine** témoigne bien du rôle local et social des radios associatives, en particulier en milieu rural.
- Les radios jouent également un rôle primordial dans l'éducation aux média (permet aux associatives de toucher des financements).

- **QUESTIONNEMENTS SUR LE ROLE DES RADIOS ASSOCIATIVES DANS LE SECTEUR MUSICAL EN REGION** (à intégrer dans les questionnaires et entretiens)

- **Quelle place pour les radios associatives dans la chaîne régionale d'accompagnement/développement d'un projet musical ?**
- Radios associatives et prescription musicale : quel rôle aujourd'hui ?
- Radios associatives et mise en lumière de la scène musicale locale
- Quelles relations entre radios associatives et artistes locaux/régionaux ?
- Quels liens avec les autres acteurs de musiques actuelles ? (Salles, labels, écoles...)
- Identification de la scène musicale : comment les radios associatives établissent leur programmation musicale ?

PRIORITÉS ET ATTENTES DES ACTEURS

- Quelles priorités vis-à-vis des enjeux ?
- Quelles sont vos attentes vis-à-vis d'une étude régionale ?

- Montrer l'**intérêt des radios associatives et le poids qu'elles représentent**. Par ailleurs, le fait que cette étude soit menée par un acteur extérieur/indirectement lié aux radios (HAUTE FIDÉLITÉ est un réseau de musiques actuelles et pas de radios) peut lui donner plus de légitimité.
- **Mettre en lumière ce qu'il manque sur le territoire** (manque d'outils – mise en lien avec les acteurs – faciliter le dialogue l'accès à des outils). Des choses à créer – quel rôle du pôle.
- **Renforcer les liens entre acteurs des musiques actuelles** (salles de concert par exemple) et **radios associatives**. Faire en sorte que la relation des radios avec le secteur des musiques actuelles change de braquet, faire qu'il y ait une **meilleure intégration des radios dans l'écosystème**.
- Favoriser la création de réels **partenariats à double sens** et mener à une **reconnaissance des radios** par les acteurs des musiques actuelles.
- Reconnaissance du **travail artistique** des radios associatives. Les membres du GT estiment que le **travail d'une radio associative en terme de musique est tout aussi important sur un territoire que celui qui est fait par une salle de concert**. Cette remarque est particulièrement valable dans les territoires où l'offre culturelle est faible (peu d'infrastructures culturelles, isolement géographique...).

L'exemple de **Compiègne** est donné lors des échanges. Le seul acteur œuvrant dans le secteur des musiques actuelles sur ce territoire a longtemps été Radio **Graf'Hit**, sans le travail sur le long terme de cette structure et de ses bénévoles, il n'y aurait pas eu de structure locale dédiée à la musique.

Aujourd'hui une nouvelle dynamique renaît avec des projets collaboratifs avec des acteurs comme la **Fuzzée** (organisateur de concerts et d'un festival), et la montée en puissance / création de nouveaux lieux : **Le Bord de l'Eau** (Margny-les-Compiègne), le projet de studios/espace de création (avec **Celebration Days**).

- L'étude peut mener à des propositions d'outils de mise en commun entre acteurs. Une idée évoquée est la mise en place d'une boîte à outils universelle régionale à destination des radios. Cette boîte proposerait des outils et éléments très pratiques à destination des acteurs : par exemple des conventions-type que les radios pourraient réutiliser comme base pour remplir le dossier d'aide sélective du FSER (Pour remplir cette partie du dossier FSER, des conventions sont demandées pour attester que la radio associative a mené des projets avec des acteurs locaux musicaux ou autres).

→ Quel lien avec la plateforme music-hdf ?
- Un enjeu est pointé du doigt par certains membres du GT : les radios reçoivent beaucoup de titres de musique par des groupes mais il n'existe pas d'outil régional pour centraliser ces morceaux et faciliter le lien entre les artistes/labels et animateurs radios. L'exemple d'un outil comme Groover est donné.
- Les radios associatives travaillent sur l'émergence et accompagne des artistes mais aussi des structures lorsque celles-ci sont à un jeune niveau de développement. Une fois que les artistes/associations/festivals mis en valeur à une époque sont développés, **quelles retombées/quelles reconnaissance pour les radios associatives ?** Certains artistes sont reconnaissants vis-à-vis du rôle des radios associatives dans leur émergence, « mise en orbite ». (L'exemple de Tryo est donné).
 La question se pose avec l'exemple de RCV qui été partenaire de DOUR depuis le début or le festival a aujourd'hui beaucoup changé. RCV ne va plus à DOUR car la radio estime que ce n'est plus l'endroit où elle peut jouer son **rôle de défricheur**. Le but est d'aller sur des festivals qui était DOUR il y a 20 ans.
- Les radios associatives, composées de bénévoles, restent des **petits acteurs**, il y a parfois un certain **sentiment de frustration vis-à-vis de cette non-reconnaissance** alors que ces acteurs effectuent un **réel rôle d'acteurs de terrain et de défricheurs**.
- Les radios locales ont une vraie valeur ajoutée sur de la ressource car elles ont une très bonne connaissance des territoires dans lesquelles elles sont ancrées.
- Autre remarque : le rôle des radios associatives dans les **projets de création sonores**.

PROPOSITION DE RÉTROPLANNING

Janvier	Phase de recherches et définition du périmètre d'étude. Collecte d'informations et de données sur le sujet.
Février	03 Fev. Lancement du Groupe de Travail radios et première réunion pour fixer les axes de travail de l'étude. Conception des outils de l'étude et début des entretiens. <u>Poursuite du travail de documentation et de recherche.</u>
Mars	Deuxième réunion avec le GT : préparation des questionnaire et indicateurs, retours par le GT. Diffusion des entretiens.
Avril	Fin des entretiens.
Mai	Troisième réunion du GT. Présentation des premiers résultats des questionnaire et retours du GT.
Juin	Fin des questionnaires puis traitement et analyse des données récoltées.
Juillet	Début de l'écriture de l'étude.
Septembre	Dernière réunion avec le GT : formulation des préconisations.
Octobre	Fin de l'écriture.
Novembre	Conception des supports de l'étude (graphiques...).
Décembre	Impression des supports. Restitution finale de l'étude avant les vacances de noël.

IMPORTANT : relier l'agenda de l'étude avec le planning du contrat de filière et au planning de l'OPP.