

▶ **LA RADIO ASSOCIATIVE**

autorisée à émettre en FM (analogique) ou en DAB+ (numérique)



2018

**Définition, organisation, économie des services,
problématiques d'accompagnement**

Réalisé par Dominique Vasseur



SOMMAIRE

CONTEXTE ET DÉFINITION DE L'ACTIVITÉ..... 3

<i>Évolution historique : des radios pirates au DAB+</i>	<i>3</i>
<i>Définition et différents types de radios</i>	<i>4</i>
<i>Une activité réglementée</i>	<i>5</i>
<i>Une économie liée au FSER.....</i>	<i>6</i>
<i>Les publics.....</i>	<i>7</i>
<i>Structuration du secteur.....</i>	<i>8</i>

DESCRIPTIF DES SERVICES, ORGANISATION ET ÉCONOMIE 10

<i>Service principal.....</i>	<i>10</i>
<i>Services secondaires.....</i>	<i>10</i>
<i>Ressources humaines</i>	<i>11</i>
<i>Investissement.....</i>	<i>12</i>
<i>Fonctionnement.....</i>	<i>13</i>

DIFFICULTES ET BESOINS D'ACCOMPAGNEMENT..... 17

<i>Principales difficultés rencontrées.....</i>	<i>18</i>
<i>Besoins en accompagnement.....</i>	<i>18</i>

EN SAVOIR PLUS..... 21

<i>Liste des principaux groupements et fédérations de radios associatives.....</i>	<i>21</i>
<i>Glossaire des sigles.....</i>	<i>25</i>
<i>Sources</i>	<i>26</i>





CONTEXTE ET DÉFINITION DE L'ACTIVITÉ

Évolution historique : des radios pirates au DAB+ ¹

Les radios associatives s'inscrivent dans l'histoire des radios libres. Pirates, face au monopole d'État de la radiodiffusion dans les années 1970, ces radios profitent de la libération des ondes après l'élection en 1981 de François Mitterrand. En 1982, plus de 2000 radios sont recensées. Peu à peu, une législation se met en place pour réguler la liberté d'émettre. L'État crée en 1982 une taxe prélevée sur les recettes des régies publicitaires des radios et des télévisions pour alimenter un fonds à répartir entre les radios locales privées qui ont renoncé à bénéficier de ressources publicitaires. Ce sont les prémices du fonds de soutien à l'expression radiophonique locale (FSER), le principe fondateur de cette taxe étant la contrepartie pour les régies publicitaires de limiter une éventuelle concurrence. Depuis 1982, le FSER a connu de nombreux ajustements réglementaires. La règle d'interdiction de disposer de ressources publicitaires pour bénéficier du FSER a été assouplie. Depuis 1989, les radios associatives peuvent bénéficier du FSER quand « *leurs ressources commerciales provenant de messages diffusés à l'antenne et présentant le caractère de publicité de marque ou de parrainage sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total* ».

En 1986, la loi relative à la liberté de la communication précise les missions des radios associatives et constitue une définition globale de ce que l'on peut attendre d'une telle structure : « *Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille, sur l'ensemble du territoire, à ce qu'une part suffisante des ressources en fréquences soit attribuée aux services édités par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité, entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion*². » L'accomplissement de cette mission induit, de fait, le caractère d'intérêt général de l'activité des radios associatives.

Depuis 2007 et les premières expérimentations à Nantes, une longue période de tergiversations a freiné la radio numérique terrestre dans son déploiement. Depuis 2014, elle est disponible à Paris, Marseille et Nice. Depuis juin 2018 à Lille. Strasbourg et Lyon ne devraient pas tarder. À l'horizon 2020, la plupart des grandes agglomérations devraient être couvertes.

Les radios autorisées en numérique – radio numérique terrestre (RNT) – peuvent être des radios émettant déjà en FM ou être portées par de nouveaux opérateurs associatifs.

¹ Digital Audio Broadcasting (système de radiodiffusion numérique) dans sa version améliorée à partir de 2017.

² Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, article 29.

Les radios associatives se sont depuis le début inscrites dans l'évolution vers le numérique, contrairement à ce que l'on peut lire ici ou là. Aujourd'hui, elles représentent d'ailleurs près du tiers des autorisations en RNT, même si un certain nombre a ensuite renoncé, confrontées aux charges financières supplémentaires et aux incohérences territoriales. Car ce n'est pas tant la technologie qui est en cause dans la réflexion des radios associatives, notamment les radios de pays, mais la définition des zones de couverture (plaques), porteuse d'une interrogation quant au rapport de la radio à son territoire – la proximité s'élargissant considérablement. Ajoutons à cela les conséquences financières induites par la double diffusion en FM et en numérique, qui n'ont pas été compensées par de nouvelles ressources.

« Dans un contexte d'innovation technologique et d'évolution profonde des usages, convaincu que la radio demeurera un média attractif et peut séduire les Françaises et les Français de tous âges, le Conseil [supérieur de l'audiovisuel] estime que le DAB+ peut compléter l'offre radiophonique FM, contribuer au pluralisme et renouveler l'image de ce média à condition d'engager désormais une phase de déploiement significative et rapide du DAB+ de manière à faire connaître ce mode de diffusion auprès d'une large partie du public » (rapport d'activité 2017 du CSA).

Définition et différents types de radios

La radio est définie par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ainsi : *« Est nécessairement considéré comme un service de radio tout service de communication audiovisuelle accessible en temps réel et de manière simultanée pour l'ensemble du public ou d'une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons. »*

Historiquement diffusés par les ondes (grandes ondes, petites ondes, ondes courtes, puis modulation de fréquence), des programmes radiophoniques sont aussi proposés sur Internet depuis plusieurs années. Il existe selon le CSA près de trois cents radios diffusant exclusivement sur Internet. Il faut ajouter à ce chiffre la quasi-totalité des radios hertziennes qui proposent également leurs programmes en simultané sur les ondes et sur le Web (on parle de *streaming*, différent de l'écoute de rattrapage ou podcast).

En France, il existe déjà une différenciation entre les radios publiques financées par l'État (et la redevance) et les radios privées. Concernant ces dernières, on peut également les répartir en deux ensembles selon leur but : lucratif ou pas.

Le CSA a classé les radios privées en cinq catégories, de A à E. En catégorie A se trouvent les services radiophoniques associatifs à but non lucratif et **« accomplissant une mission de communication sociale de proximité et dont les ressources commerciales provenant de la publicité de marque ou de parrainage sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total »**. Appartenir à cette catégorie est une condition pour être éligible au FSER. Les services commerciaux à but lucratif sont répartis dans les autres catégories. Nous traitons dans cette fiche des seuls services de catégorie A.

Une activité réglementée

Il faut d'abord savoir que le nombre de fréquences FM est limité. Par ailleurs, toutes les zones ne disposent pas du même nombre de fréquences, en raison de leurs particularités géographiques. Le déploiement de la radio numérique terrestre devrait ouvrir des possibilités pour de nouveaux porteurs de projet radiophonique associatif, pour peu qu'ils se conforment à un calendrier imposé.

Pour émettre sur la bande FM ou en DAB+, une association doit être autorisée par le CSA, après une procédure d'appel à candidatures, sur dossier, mettant en concurrence les postulants à l'obtention d'une fréquence. Cet appel porte sur des zones géographiques déterminées et s'adresse à des catégories de radios prédéfinies (A dans le cas des radios associatives).

Si le candidat est sélectionné, la conclusion d'une convention entre la radio et le CSA est une étape indispensable avant la délivrance de l'autorisation. Cette convention stipule les obligations générales et particulières de la radio en matière notamment de déontologie, de programme d'intérêt local, de publicité, de quota de chansons d'expression française, de données associées (pour les radios numériques).

L'autorisation initiale, publiée au *Journal officiel*, a une durée de cinq ans et peut être reconduite deux fois. Au bout de quinze ans d'autorisation, le CSA procède à un nouvel appel à candidatures. Les candidatures des associations dont la viabilité économique n'a pas été remise en cause et ayant respecté la convention avec le CSA lors des quinze années précédentes sont généralement retenues. De nouveaux projets peuvent être autorisés à l'occasion de cet appel. Des appels à candidatures partiels peuvent aussi être lancés par le CSA pendant cette période de quinze ans si des fréquences se libèrent.

En 2018, il existe en France environ sept cents radios associatives hertziennes de catégorie A.

Le CSA, dans son rapport d'activité 2017, a ainsi comptabilisé 709 opérateurs différents de catégorie A pour 1399,5 fréquences utilisées (une fréquence est partagée avec un opérateur d'une autre catégorie).

Un même opérateur, c'est-à-dire une même association, peut être autorisé à utiliser plusieurs fréquences et à exploiter plusieurs services radiophoniques. Un service radiophonique peut diffuser un programme identique sur plusieurs fréquences ou une programmation d'intérêt local sur tout ou partie des fréquences utilisées.

Les services radiophoniques de catégorie A doivent diffuser au moins quatre heures par jour de programmes d'intérêt local entre 6 heures et 22 heures³.

« Sont considérés comme **programmes d'intérêt local (PIL)**, dès lors qu'ils sont diffusés sur une zone dont la population est inférieure à six millions d'habitants et qu'il sont réalisés localement par des personnels ou des services locaux directement rémunérés par le titulaire de l'autorisation, les émissions d'information locale, les émissions de services de proximité, les émissions consacrées à l'expression ou à la vie locale, les fictions radiophoniques et les

³ Source : modèle de convention du CSA.

émissions musicales dont la composition ou l'animation ont un caractère local, ainsi que tous les programmes produits et diffusés localement par l'exploitant dans un but éducatif ou culturel.

Outre le programme d'intérêt local réalisé par lui-même, sont également regardées comme composant le programme d'intérêt local du service les émissions répondant aux deux conditions suivantes :

- être diffusées par le service dans le cadre d'un accord de programmation conclu avec un ou plusieurs autres services de même catégorie et desservant une zone située dans le ressort géographique du même comité technique radiophonique ou dans le ressort d'un comité contigu ;

- faire partie du programme d'intérêt local de ce ou de ces services⁴. »

Enfin, **l'activité doit être permanente.** Une radio FM doit pouvoir s'écouter 24 heures sur 24, 365 jours par an. Ce n'est pas une obligation légale, mais une pratique généralisée : il est difficile d'imaginer aujourd'hui une radio FM n'émettant qu'à certaines heures dans la journée, comme cela a été le cas dans le passé avec des radios scolaires.

Une économie liée au FSER

Actuellement, les aides du FSER sont attribuées aux radios hertziennes, autorisées de manière non temporaire par le CSA, éditées par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité lorsque leurs ressources commerciales sont inférieures à 20 % de leur chiffre d'affaires total (ce qui correspond à la catégorie A du CSA).

Les radios diffusant leur programme exclusivement sur Internet (Web radios) ne sont pas éligibles au FSER.

L'accroissement du nombre d'autorisations délivrées par le CSA, d'une part, à de nouveaux services associatifs en numérique et, d'autre part, à des services exploités par une même association, a conduit à resserrer les conditions d'éligibilité au FSER.

Le décret régissant le FSER, n° 2006-1067, a ainsi été modifié en 2014. Aux conditions légales d'obtention des subventions s'ajoute l'obligation de « *proposer une programmation d'intérêt local, spécifique à la zone géographique de diffusion, d'une durée quotidienne d'au moins quatre heures entre six heures et minuit hors programmes musicaux dépourvus d'animation ou fournis par un tiers et [de] justifier que cette programmation est réalisée [...] par des personnels d'antenne et dans des locaux situés dans cette zone de diffusion* ».

L'objectif est d'éviter que le fonds soit amené à financer des services radiophoniques pilotés à distance de leur territoire de diffusion, comme l'évolution technologique le permet aujourd'hui, et dont la finalité principale serait purement pécuniaire.

Les radios autorisées en numérique peuvent être des radios émettant déjà en FM ou de nouveaux projets. Un même service radiophonique émettant le même programme en FM et en DAB+ ne recevra qu'une seule subvention. Néanmoins, avec l'arrivée de nouveaux

⁴ Dossier de candidature pour une radio de catégorie A auprès du CSA.

opérateurs associatifs, le nombre de radios éligibles au FSER a de grandes chances d'augmenter et, par ricochet, de réduire la part de chaque radio associative à l'enveloppe budgétaire globale fermée.

Car le FSER reste un partenaire incontournable pour les radios associatives, dont la très grande majorité peut se prévaloir d'une réelle implantation locale. Les subventions de fonctionnement (exploitation et sélective) représentent en moyenne 40 % des ressources des radios.

« Depuis plusieurs années, la part moyenne des ressources propres des radios associatives tend à se stabiliser autour de 60 % : les documents budgétaires fournis par les radios traduisent en effet leurs difficultés à diversifier davantage leurs sources de financement et reflètent en outre une tendance à la diminution de certaines ressources, notamment les subventions publiques autres que celles provenant du FSER⁵. »

Les subventions d'installation, d'exploitation et d'équipement sont attribuées par le ministre de la Culture et de la Communication. Chaque année, une dizaine de radios sollicitent la subvention d'installation du FSER ; 418 ont obtenu cette subvention non renouvelable entre 1992 et 2016.

La subvention sélective à l'action radiophonique, quant à elle, a pour vocation d'aider les radios en fonction du nombre et de la qualité des actions répondant aux critères de communication sociale de proximité. Une commission est consultée en vue de proposer des points à chaque dossier déposé. Elle est composée de onze membres : un président, membre du Conseil d'État, de la Cour de cassation ou de la Cour des comptes, quatre représentants de l'État (culture, communication, intégration et budget), quatre représentants des radios associatives et deux représentants des régies publicitaires (redevables de la taxe prévue à l'article 302 bis KB du Code général des impôts). La direction générale des médias et des industries culturelles assure l'instruction des dossiers et le secrétariat de la commission. Un représentant du Conseil supérieur de l'audiovisuel assiste avec voix consultative aux réunions de la commission.

« Au travers des différentes subventions ainsi attribuées, l'objectif poursuivi est de contribuer à la pérennité d'un secteur radiophonique de proximité non concurrentiel qui participe au pluralisme, à l'équilibre du paysage radiophonique français et au maintien du lien social. [...] La dotation du fonds, stabilisée en 2018, est maintenue à 30,7 M€ en 2019⁶. »

Les publics

Aujourd'hui, en France, les auditeurs écoutent principalement la radio depuis leur autoradio, leur Smartphone ou par le biais d'Internet, que ce soit en simultané (*streaming*) ou en rattrapage (podcast).

⁵ Forum de la performance, direction du budget, ministère de l'Action et des Comptes publics (www.performance-publique.budget.gouv.fr).

⁶ Présentation stratégique du projet annuel de performances, Martin Adjari, directeur général des médias et des industries culturelles au ministère de la Culture. Forum de la performance, direction du budget, ministère de l'Action et des Comptes publics (www.performance-publique.budget.gouv.fr).

Au second semestre 2017, l'Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers confirme les tendances des dernières années en matière d'équipement : 99,6 % des sondés détiennent un support permettant d'écouter la radio, média bien installé dans la vie des Français même si la durée moyenne d'écoute quotidienne s'érode lentement ; 70 % des Français déclarent l'écouter au moins une fois par semaine (chiffres 2018).

Les mesures d'audience de la radio en général ont pour objectif principal de justifier de tarifs publicitaires auprès d'annonceurs – « Plus j'ai d'auditeurs à telle heure, plus je vais pouvoir vendre cher mon temps d'antenne ! » Les radios associatives sont dans une logique d'étude qualitative plus que quantitative. Mais commander une étude spécifique, qualitative, sur un territoire cohérent avec la zone de couverture, coûte très cher et est rarement à la portée des budgets des radios associatives. C'est pourquoi bon nombre de radios ont parfois du mal à répondre à la question : « Quelle est votre audience ? »

Médiamétrie propose aux radios associatives des études d'audience à un coût abordable en rationalisant des études existantes. « Public des associatives » permet à une radio de connaître sa notoriété, le nombre et le profil de ses auditeurs. Cette étude Médiamétrie a toutefois ses limites : elle est pratiquement inopérante pour les radios émettant sur des zones rurales ou semi-rurales. Faute d'un panel mobilisable en nombre suffisant sur la zone de diffusion, Médiamétrie peut être amenée à interroger des habitants d'une ville ne recevant pas ladite radio, ce qui évidemment fausse considérablement les résultats.

Les dirigeants et animateurs bénévoles des radios associatives ont des rapports de proximité avec les auditeurs, dont ils font aussi partie. Ce sont parfois des voisins, des collègues, ils se rencontrent dans la rue, à un spectacle ou au café du village, et ils échangent sur telle émission qui leur a plu ou pas. Les réseaux sociaux ont aussi un rôle de plus en plus important pour entretenir des liens entre une radio associative et ses auditeurs.

Structuration du secteur

Il existe une petite cinquantaine de groupements et fédérations de radios associatives à différentes échelles territoriales : pôle urbain, département, région et bien sûr au niveau national, où l'on trouve aussi un syndicat. Quelques fédérations internationales et collectifs thématiques dans lesquels des radios françaises sont impliquées sont également à signaler.

La quasi-totalité des radios adhèrent à l'une ou à l'autre de ces fédérations ou syndicats, souvent à plusieurs. Ne serait-ce que pour profiter des tarifs préférentiels négociés par les structures nationales auprès de la Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem). Le secteur est relativement bien organisé au niveau régional, ce qui s'explique en partie par la grande diversité des projets associatifs et radiophoniques et la méfiance des dirigeants à l'égard du pouvoir vertical. Les radios privilégient la proximité pour s'organiser et échanger. De plus, la structuration régionale répond généralement à des possibilités de développement des ressources des radios.

Depuis la réorganisation territoriale en grandes régions, plusieurs fédérations régionales ont fusionné ou essayent de se regrouper, avec plus ou moins de réussite.

La diffusion en numérique accentue la structuration par pôle urbain en raison de l'obligation technique de se rapprocher d'une « plaque » d'émission.

La liste des fédérations est présentée en annexe.





DESCRIPTIF DES SERVICES, ORGANISATION ET ÉCONOMIE

Service principal

Il est constitué par la communication sociale de proximité : diffusion de programmes radiophoniques (musique, informations locales et reportages, émissions thématiques, magazines, etc.) sur une ou plusieurs fréquences en FM et en numérique, attribuées par le CSA.

Les programmes sont diffusés vingt-quatre heures chaque jour, dont 80 % en moyenne de production propre. Les productions diffusées peuvent provenir d'autres radios associatives dans le cadre d'un échange particulier, d'une mutualisation fédérale organisée ou bien de producteurs indépendants.

Les programmes musicaux sont tournés très souvent vers les œuvres de découverte et les artistes locaux.

Services secondaires

- Animation, formation auprès de différents publics : ateliers d'initiation à l'expression radiophonique dans les établissements scolaires, les établissements spécialisés, les maisons de retraite ou les maisons de quartier, auprès de demandeurs d'emploi, studio-école pour apprendre comment fonctionne une radio, radio-bus itinérant, etc. Quelques associations radio sont déclarées organismes de formation.
- Création et diffusion : organisation d'événements (rencontres, concerts, etc.) et production de produits culturels (balades sonores par exemple).
- Centre ressource et réseaux : grâce à leurs relations régulières avec les associations et les artistes de leur territoire, les radios associatives servent bien souvent de point d'appui et de lien entre différents acteurs locaux.
- Valorisation, travail de mémoire, conservation du patrimoine oral : numérisation d'archives sonores issues de la culture locale.

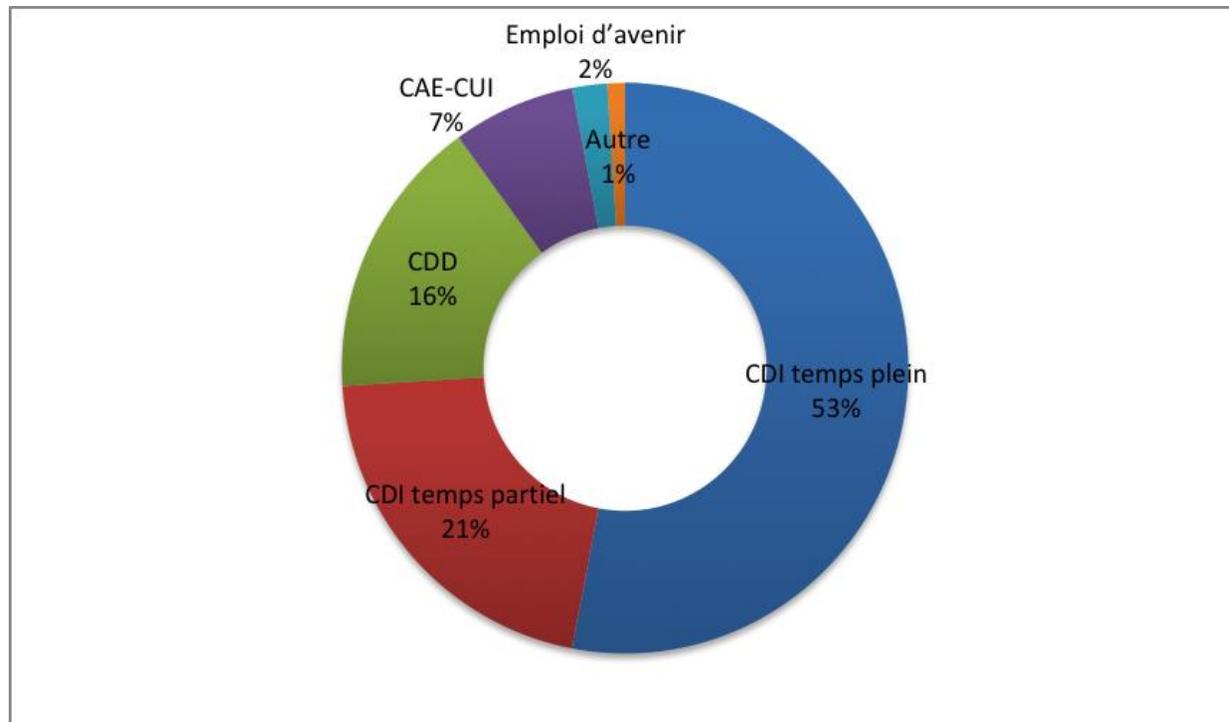
Ressources humaines

L'activité de radiodiffusion exige une organisation interne adaptée à la permanence de l'activité. Les modèles associatifs sont divers en fonction du projet et du budget de la radio. On trouve du « tout bénévole » avec une répartition des tâches éditoriales, techniques, d'administration, de gestion, de production, de programmation, d'animation de l'équipe, assurées par les membres de l'association. On trouve aussi l'autre extrême, très rare, avec un directeur salarié et des collaborateurs (avec vingt-sept salariés – cas unique – et un peu moins d'une dizaine d'équivalents temps plein pour d'autres).

Dans leur majorité, les radios associatives fonctionnent avec une équipe resserrée de trois à sept dirigeants bénévoles très actifs, appuyée par deux équivalents temps plein salariés (74 % en CDI et de moins en moins de contrats aidés) et vingt à soixante-dix bénévoles (quarante en moyenne) engagés principalement dans la réalisation et l'animation d'émissions radiophoniques.

Parmi les deux salariés en équivalent temps plein on trouve, selon les choix de fonctionnement de la radio : technicien son, journaliste-animateur, agent de communication sociale de proximité, directeur ou responsable de l'antenne, etc.

Selon la Confédération nationale des radios associatives (CNRA), les types de contrats se répartissaient sur cette période de la façon suivante⁷ :



⁷ Chiffres communiqués en 2018 à partir des données 2016 de 589 radios associatives.

10,70 % des radios associatives n'ont pas de salariés.

Le nombre d'emplois aidés a baissé progressivement, ce qui a eu pour effet de voir le nombre de CDI augmenter en proportion sans évidemment compenser une perte globale d'emplois.

Les salariés des radios associatives dépendent de la convention collective nationale de la radiodiffusion et, pour le personnel journaliste, à la fois de la convention collective nationale des journalistes et de celle de la radiodiffusion. Il existe par ailleurs une grille de salaires pour toutes les catégories de personnel.

Certaines radios associatives dépendent, en raison de leur statut, de la convention collective de l'animation (radios exploitées par des structures de l'éducation populaire).

Investissement

▸ Besoins en matériels et locaux

L'activité présente un volet technique nécessitant du matériel plus ou moins sophistiqué permettant la prise de son et sa diffusion par les ondes. Les radios ont à cet égard des stratégies allant du système D interne, utilisant les compétences professionnelles de bénévoles, à l'externalisation totale de ces questions. Il va sans dire que, selon le parti pris, les charges peuvent aller du simple au décuple, voire davantage.

Généralement, une radio a besoin de locaux comprenant au minimum un studio-régie ayant bénéficié, si possible, d'un traitement acoustique, un espace administratif et d'accueil. En fonction du type de projet radiophonique et des moyens disponibles, on trouvera selon les cas : cabine d'enregistrement ou studio de production, studio pouvant accueillir du public, salle de réunion (souvent partagée avec d'autres associations), salle de rédaction, discothèque et archives sonores, atelier et rangements et, bien sûr, un coin café plus ou moins important.

Ces locaux sont généralement mis à disposition par une collectivité ou un établissement scolaire, mais on trouve aussi beaucoup de locaux en location privée et quelques-uns propriété de l'association radio.

Pour émettre en FM, les radios associatives doivent disposer d'un site d'émission agréé (avec émetteur et antenne). Ce site peut appartenir à la radio ou être loué à un prestataire technique qui, éventuellement, assure la maintenance du matériel. Les prestataires les plus connus sont TDF, Towercast et VDL. Le coût de cette prestation peut s'avérer très élevé. Pour les radios en numérique, le site d'émission est collectif. Il s'agit du multiplexage de plusieurs programmes radio et d'éventuelles données associées (texte, images, vidéos).

Concernant l'équipement radiophonique, il est très variable d'une radio à une autre. Il peut se résumer à une table de mixage, des micros, des casques et un ou deux ordinateurs assurant à la fois la diffusion et l'enregistrement. Mais ce peut être aussi un équipement professionnel sophistiqué. Tout dépend du projet radiophonique et de l'émission en numérique ou pas. Par ailleurs, certaines radios équipent leurs membres actifs en matériel léger de reportage ou en mini-studio à domicile.

Aujourd'hui, chaque radio associative ou presque diffuse simultanément ses programmes sur Internet (*streaming*). Cela nécessite un abonnement chez un prestataire qui fournit une adresse internet d'écoute (URL de flux). La radio pourra choisir d'être référencée sur différentes plateformes (TuneIn.com, radios.fr par exemple).

Pour créer une radio hertzienne, l'investissement peut être relativement important si l'on souhaite acquérir du matériel neuf, d'autant plus si la chaîne du son à partir du studio est en numérique. Il existe ensuite un besoin régulier d'investissements en équipements nouveaux ou de remplacement. Il est très difficile de donner une fourchette de prix, car l'installation et le type de matériel sont fonction du projet radiophonique, de l'implantation géographique, des caractéristiques de l'autorisation d'émettre et de la stratégie économique adoptée.

▸ Aides à l'investissement

Les aides du FSER sont plafonnées. L'aide à l'installation est de 16000 € maximum au démarrage. C'est un véritable coup de pouce au lancement du projet.

Cinq ans après la subvention d'installation, une aide à l'équipement, plafonnée à 18000 €, peut être sollicitée. L'aide à l'équipement peut faire l'objet d'une demande initiale et d'une demande complémentaire par période de cinq ans, dans la limite des 18000 €. La subvention d'équipement est égale à 50 % du montant TTC du budget prévisionnel pour l'acquisition d'équipements radiophoniques.

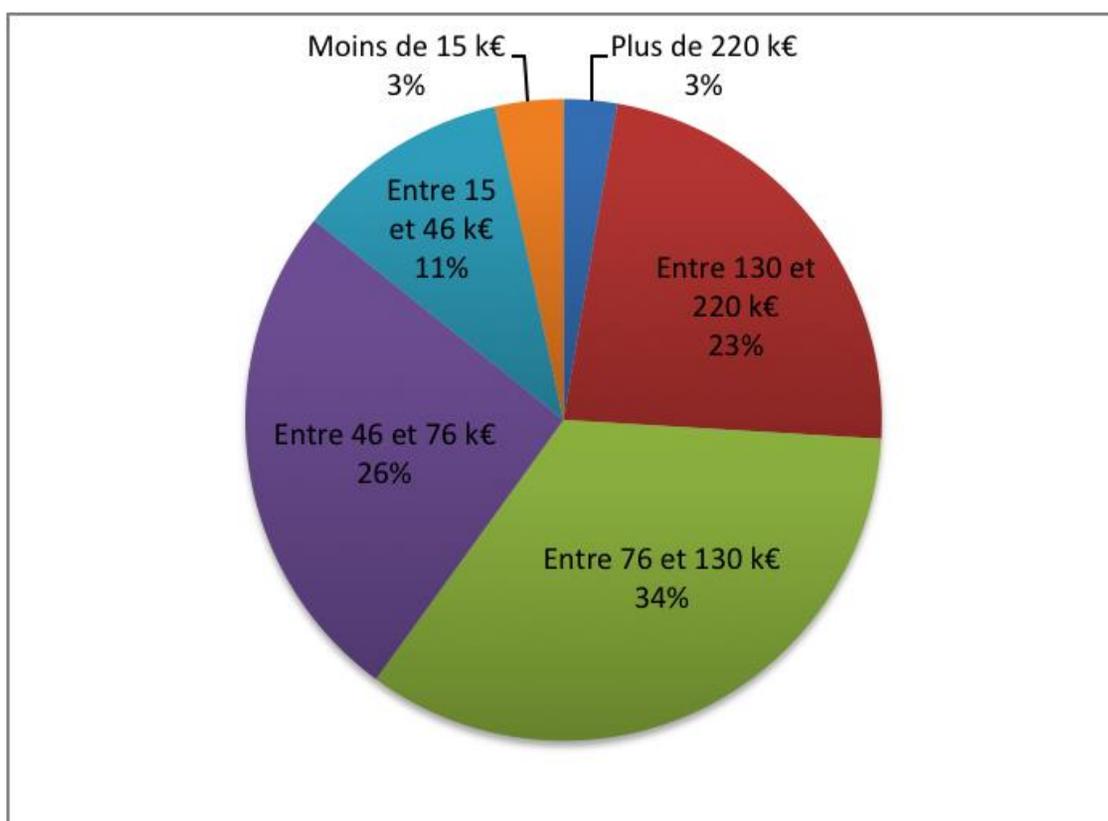
Certaines collectivités territoriales peuvent également attribuer des subventions d'équipement. C'est le cas de plusieurs régions qui viennent en complément des subventions du FSER à hauteur, par exemple, de 25 % du projet d'équipement.

Fonctionnement

▸ Budget

Selon le rapport d'activité 2016 du FSER, sur les 663 services radiophoniques ayant obtenu une subvention d'exploitation cette année-là, 172 avaient un budget 2015 supérieur à 130 K€ (dont, pour 18 services, supérieur à 220 K€), 226 compris entre 76,2 et 130 K€, 170 entre 45,7 et 76,2 K€ et 95 moins de 45,7 K€ (dont 23 moins de 15,2 K€).

Ce qui donne la représentation suivante :



▸ Dépenses principales

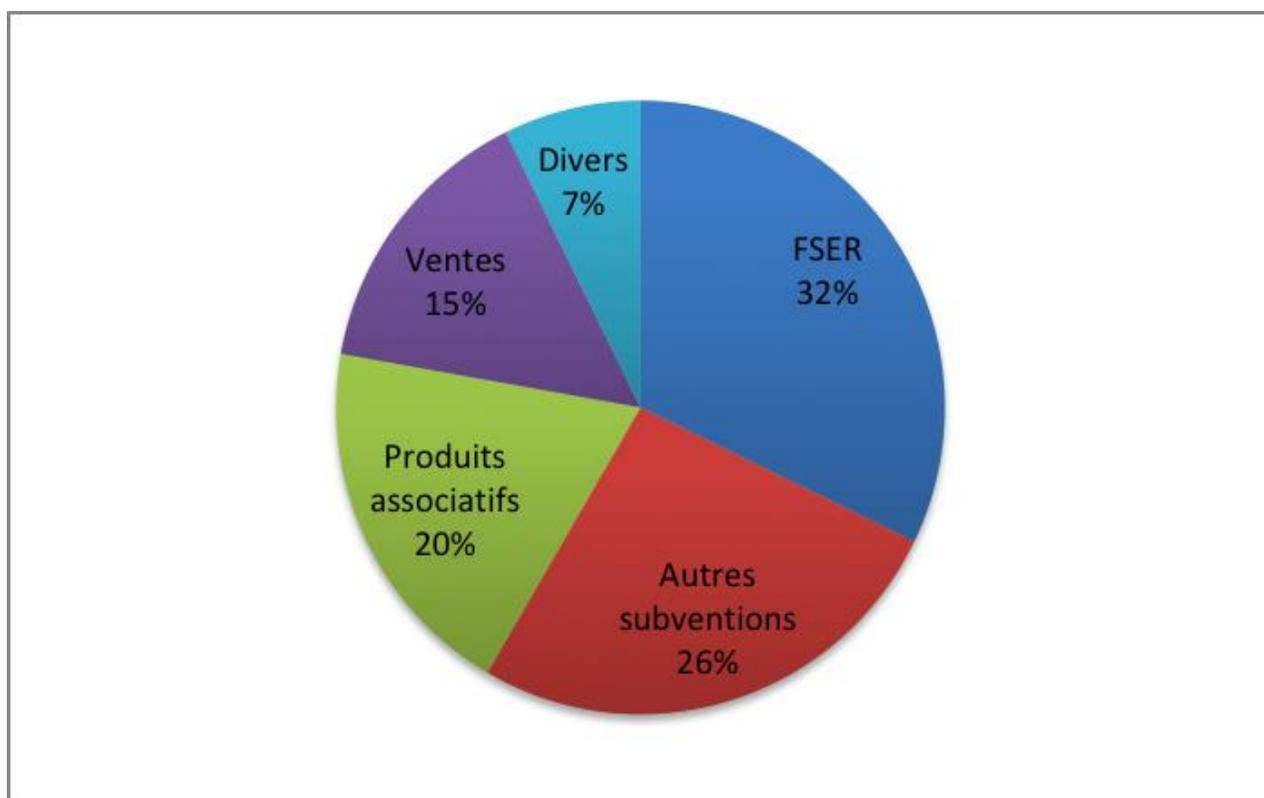
Pour les radios qui emploient du personnel, le poste salaires et cotisations sociales peut représenter jusqu'à 80 % des charges (la moyenne en masse par radio est de 60 K€ en 2016). Les radios ont, par ailleurs, des structures de charges très variées selon leur typologie et les caractéristiques de leur zone de diffusion, milieu rural ou urbain.

Néanmoins, après les charges de personnel, certaines dépenses sont communes à l'ensemble des radios, dont celles liées à l'émission hertzienne, avec un ou plusieurs émetteurs qui fonctionnent 365 jours par an, 24 heures sur 24. En cas de sous-traitance, ce poste de charge peut atteindre plusieurs dizaines de milliers d'euros. Si l'association possède son émetteur et son site d'émission, les charges sont moins importantes, sous réserve qu'elle ait, dans son équipe, une personne compétente pour en assurer la maintenance. Les radios qui cherchent à couvrir une zone de la taille d'un département et celles qui sont implantées dans des zones au relief perturbé ont plusieurs fréquences d'émission et doivent donc entretenir plusieurs sites avec les charges correspondantes. Les autres charges communes sont les frais de télécommunication, les redevances liées aux droits d'auteur et d'éditeur – Sacem et Société pour la perception de la rémunération équitable (Spré) –, les primes d'assurance, les honoraires de l'expert-comptable qui doit certifier la comptabilité pour que la radio puisse bénéficier du FSER.

Pour certaines radios, les charges locatives immobilières ou l'appel à une agence de presse audio proposant principalement des bulletins d'informations, comme A2PRL ou Sophia (Radio France), prennent une part importante du budget.

▸ Composition des ressources

Les chiffres 2018 de la CNRA sur les données 2016 de 589 radios présentent la répartition suivante :



Les autres subventions proviennent essentiellement des collectivités territoriales, des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI), etc. Les produits associatifs comprennent cotisations, dons, manifestations de soutien, etc. Les ventes incluent diverses prestations, ainsi la publicité à l'antenne pour une proportion de 4 %. Les divers, enfin, regroupent les produits financiers, annexes et exceptionnels.

L'évolution depuis dix ans montre une baisse de la part du FSER dans le budget des radios (- 5 %), de la publicité à l'antenne (- 1 %), des produits associatifs (- 2 %) ; baisses compensées par une part plus importante des ventes et prestations (+ 4 %), des produits annexes ou exceptionnels (+ 3 %) et des autres subventions (+ 1 %).

Cette analyse des ressources par pourcentage moyen ne doit pas faire oublier la grande diversité des modèles économiques des radios.

Sur la publicité à l'antenne, rappelons que les radios associatives sont autorisées à réaliser moins de 20 % de leur chiffre d'affaires en ressources publicitaires. Les radios qui souhaitent aujourd'hui développer ce type de ressources comprennent rapidement que le démarchage

commercial nécessite des compétences et du temps. Et que le coût peut s'avérer dissuasif en proportion des limites de leur chiffre d'affaires et des charges engendrées. Il faut également rappeler que le dispositif du FSER est adossé à la non-concurrence et que les régies publicitaires, toujours représentées dans la commission du FSER, veillent à une répartition du marché publicitaire leur restant favorable.

▸ Partenariats financiers

Le FSER reste le partenaire privilégié des radios associatives. En fonction de leur typologie ou philosophie, les radios peuvent solliciter d'autres partenaires : collectivités, institutions locales (établissements scolaires, universités, etc.), services déconcentrés de l'État dans le cadre de la politique de la ville par exemple, ou encore particuliers et entreprises, que les radios peuvent solliciter au titre du mécénat ou de la publicité commerciale (messages ou parrainage). La rémunération de la diffusion à l'antenne de mentions ou de messages relatifs à des partenaires ayant un intérêt professionnel ou commercial entre dans le cadre des 20 % de ressources publicitaires autorisés par la loi.

Notons que près de la moitié des radios, pour des raisons éthiques ou simplement pour se démarquer des radios commerciales, ont choisi de ne pas diffuser de publicité. D'autres recherchent le parrainage de programmes (mention du parrain), mais s'interdisent de diffuser des spots publicitaires.

Au regard de la diminution du montant des subventions, les radios associatives se tournent de plus en plus vers leurs auditeurs pour obtenir des dons généralement déductibles des impôts pour les donateurs – sous réserve, pour l'association radio, de respecter les conditions l'autorisant, si besoin par rescrit fiscal. Les radios associatives chrétiennes ont une pratique historique de la collecte des dons.

Les outils de financement participatif sont de plus en plus sollicités, principalement pour financer une action particulière ou un besoin d'investissement, à la suite d'un sinistre par exemple. Comme pour les campagnes traditionnelles de dons, la réussite est au rendez-vous si une véritable stratégie de communication et un suivi rigoureux sont mis en place.

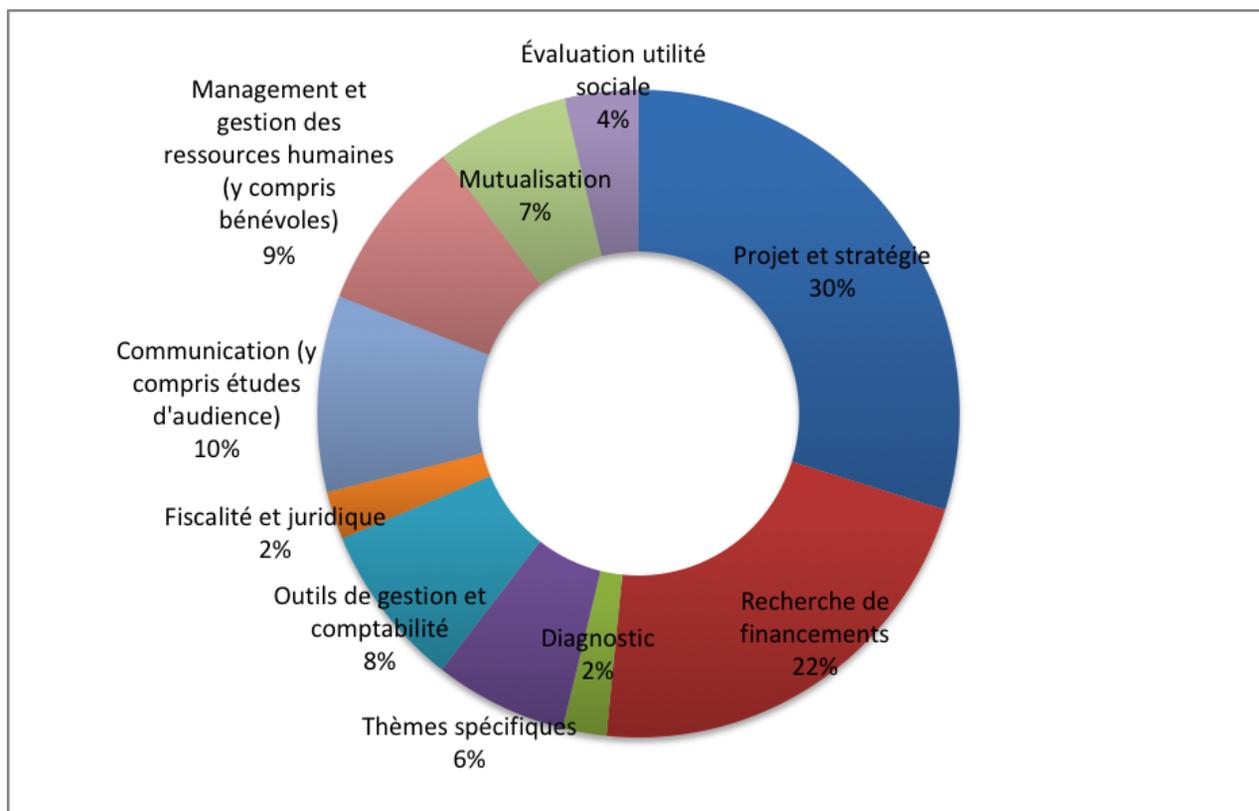
Le nombre de radios répondant aux appels à projets de fondations pour les actions exemplaires qu'elles mènent en faveur, par exemple, de l'insertion sociale, de la lutte contre les discriminations, du handicap, de l'éducation, de l'emploi, de l'environnement, augmente. Cette tendance reste néanmoins limitée aux associations les mieux structurées, car la veille et le montage de dossiers sont chronophages et nécessitent un minimum de compétences et de coordination.





DIFFICULTES ET BESOINS D'ACCOMPAGNEMENT

Depuis 2004, plus de 220 structures associatives exploitant un ou plusieurs services radiophoniques de catégorie A ont bénéficié d'un accompagnement dans le cadre des dispositifs locaux d'accompagnement (DLA). Pour l'ensemble de ces structures, cela représente plus de 620 prestations d'appui-conseil. Les objectifs et thèmes des accompagnements déjà réalisés se répartissent ainsi :



Il est à noter que plusieurs groupements ou fédérations de radios associatives ont également été accompagnés dans le cadre du DLA.

La rédaction du cahier des charges de l'accompagnement est personnalisée pour chaque structure. Cette pratique ne permet pas toujours de le rattacher à un thème précis pour obtenir des statistiques globales. Néanmoins, on peut observer que l'actualisation du projet associatif et la stratégie de consolidation ou de développement sont les objectifs premiers ou sous-tendus dans environ un tiers des ingénieries. Le reste est lié à la recherche de financements (dont l'objectif rejoint bien évidemment les stratégies de consolidation et de développement), à la communication, principalement externe, à l'organisation interne (répartition des tâches, relations entre bénévoles et salariés, fonction employeur). L'évaluation de l'utilité sociale est une thématique en progression.

Principales difficultés rencontrées

La plupart des radios auraient besoin d'embaucher un ou deux collaborateurs supplémentaires, mais ne trouvent pas les ressources financières pérennes nécessaires. La part des aides à l'emploi ne cesse de décroître. Par ailleurs, la question du **pluralisme des financements** est importante. Le dispositif national du FSER, qui apporte une véritable indépendance financière et éditoriale, ne saurait suffire. Les pouvoirs locaux étant assez prompts à « guider » un média de leur zone d'influence, le pluralisme des sources de financement au niveau territorial est aussi un gage d'indépendance. La diversification des ressources est valorisée par le FSER qui en fait un des critères complémentaires de la subvention sélective à l'action radiophonique. Cependant, en fonction du contexte local, la recherche de nouveaux partenaires financiers de proximité peut se heurter à des réticences de radios pouvant craindre une perte d'indépendance éditoriale.

De plus, il convient de ne pas oublier que les radios associatives, en tant que médias sujets à autorisation administrative, se doivent de respecter un certain nombre d'obligations : durée du programme d'intérêt local, quotas de chansons francophones, responsabilités éditoriales. Cela implique d'être vigilant quant au contenu de l'antenne.

Les radios fonctionnent 24 heures sur 24, 365 jours par an. Il s'agit d'une contrainte lourde pour ces associations. Cela demande une **organisation complexe** dans la mesure où, le plus souvent, ce sont des bénévoles qui gèrent l'association et animent l'antenne.

L'évolution technologique laissait espérer une simplification de l'organisation interne. De fait, si les logiciels de programmation permettent de concevoir des programmes mieux adaptés au projet en diffusant une émission particulière, non pas en fonction des disponibilités des bénévoles, mais en fonction de l'analyse cohérente des heures d'écoute, ils engendrent des tâches quotidiennes de programmation requérant à la fois du temps et de nouvelles compétences. Il en est de même pour la gestion des podcasts, qui peut s'avérer chronophage dans les zones où la connexion à Internet est particulièrement lente.

Le **rapport au bénévolat** est une question essentielle pour les radios associatives. Des difficultés peuvent apparaître dans l'organisation de l'association entre personnels salariés et dirigeants bénévoles s'efforçant d'assumer la fonction employeur. La plupart des radios associatives n'ont pas les moyens de salarier un directeur et ont, pour bon nombre, la volonté de conserver une vie associative forte, avec des responsabilités partagées entre le bureau, les bénévoles et les salariés. De plus en plus d'associations radio font d'ailleurs le choix d'une gouvernance collégiale. Le besoin de mieux qualifier la fonction employeur au sein de ces structures reste néanmoins patent.

Besoins en accompagnement

Le rôle, les missions et les contraintes spécifiques des radios associatives sont souvent méconnus du public et des décideurs (élus, agents territoriaux ou représentants de l'État).

Pour la majorité, « Une radio est une radio ! » ; pourtant, qu'elle soit commerciale, de service public ou de communication sociale de proximité, les objectifs et les moyens ne sont pas les mêmes. Certaines radios associatives ont aussi parfois du mal à démarquer leur antenne de la modélisation ambiante, ce qui ne permet pas de clarifier leur positionnement ni l'image du secteur de la communication sociale.

Ainsi, bien souvent, un élu sollicité pour un financement questionnera : « *Quelle est votre audience ?* » (ceci explique le nombre d'ingénieries sur le sujet) ou « *Mais pourquoi ne faites-vous pas de publicité ?* » ou encore « *Pourquoi ne faites-vous pas **plus** de publicité ?* »

L'on constate cependant une évolution, car il est de moins en moins rare de rencontrer un fonctionnaire ou un élu qui a participé, à un moment donné de sa vie, à l'animation d'une radio associative. Le dialogue est, dans ce cas, largement facilité.

En réalité, la radio associative est avant tout une association. Elle regroupe bien souvent des bénévoles impliqués dans d'autres associations ou activités, notamment culturelles. Ainsi, la radio associative agit en catalyseur de liens transversaux sur son territoire. En remplissant sa mission de communication sociale de proximité, elle ne prend pas toujours le temps de valoriser son action ni de communiquer sur elle. Parfois, elle ne sait pas comment faire.

L'accompagnement d'une radio associative pourra donc porter sur plusieurs points :

- En premier lieu, **l'actualisation du projet associatif** ; son étude avec les acteurs concernés de l'association doit permettre de mieux comprendre les caractéristiques de la radio et ses modes de fonctionnement. En outre, les dirigeants bénévoles manquent souvent de temps pour prendre du recul sur l'action et faire un bilan confrontant réalisations et projet initial. Il peut ainsi s'avérer profitable de poser à plat le projet associatif et ses évolutions possibles dans le cadre de la mission de communication sociale de proximité telle que conventionnée avec le CSA. Ce sera aussi l'occasion pour l'association de vérifier la conformité de son action et de son fonctionnement avec les statuts qu'elle s'est donnés et qu'elle a peut-être oubliés depuis.

- **La structure des financements** : en fonction du projet associatif, la recherche de nouvelles sources de financement doit, dans de nombreux cas, être étudiée. Face aux exigences de certains financeurs, la structure devra déterminer ses propres limites pour conserver l'indépendance éditoriale souhaitée. Parmi les pistes à explorer, les régions : certaines ont signé des conventions avec des fédérations régionales de radios associatives pour la diffusion de messages d'intérêt général (MIG) ou pour la production de programmes radiophoniques. Le mécénat d'entreprise, principalement de proximité (artisans, services et commerçants locaux), encore peu pratiqué au bénéfice des radios associatives, peut également constituer une piste à évaluer. Les appels à projets de fondations et les traditionnels produits associatifs – cotisations, manifestations de soutien, dons de particuliers – peuvent dans bien des cas être optimisés, sous réserve de savoir motiver des bénévoles en nombre suffisant pour en assurer le suivi ou l'organisation.

- **Les ressources humaines**, justement ; la question de la formation des personnels, salariés et bénévoles, mérite d'être posée, ce qui peut permettre d'étudier de nouveaux modes d'organisation. Une étude de la fonction employeur est généralement utile. Une recherche

de professionnalisation par la formation ou par l'appel à des compétences bénévoles ciblées peut permettre de gagner du temps sur certaines tâches administratives. Peut se poser la question de la succession des dirigeants. Comme dans d'autres secteurs culturels, certains dirigeants sont à l'origine du projet qu'ils ont mené à bout de bras depuis plus de trente voire quarante ans et ne trouvent pas de volontaire pour prendre la suite, tant leur implication affole les bonnes volontés. Plus généralement, les radios, comme bon nombre d'associations, peinent à recruter des bénévoles actifs dans les domaines de l'administration et de la gestion.

Signalons que les accompagnements collectifs dans le secteur des radios associatives ont été nombreux, signe peut-être d'une bonne structuration locale des radios permettant l'identification de thèmes d'information et de formation communs.

L'accueil de volontaires en service civique pour des missions particulières et ponctuelles peut être envisagé. Certaines radios et fédérations sont agréées à ce titre.

- **La valorisation des actions et la communication externe** : ce point est essentiel à tout projet de consolidation ou de développement de l'activité. D'autant plus pour les radios associatives qui, comme on l'a vu, pâtissent souvent d'une image erronée. L'analyse de l'existant et des éventuels besoins en matière d'outils, de formation ou de financements spécifiques s'avère donc, dans bien des cas, utile.





EN SAVOIR PLUS

Liste des principaux groupements et fédérations de radios associatives

INTERNATIONAL

Amarc, Association mondiale des radiodiffuseurs communautaires

L'Amarc est une organisation non gouvernementale internationale au service du mouvement de la radio communautaire, composée d'environ 4000 membres dans 130 pays.

www.amarc.org

NATIONAL

CNRA, Confédération nationale des radios associatives

La CNRA a pour but de rassembler, de représenter et de défendre l'ensemble des radios associatives de communication sociale de proximité, titulaires d'une autorisation d'émettre délivrée par le CSA (catégorie A), éligibles au fonds de soutien à l'expression radiophonique et respectant les principes d'éthique, de déontologie et de laïcité définis dans la charte des radios citoyennes.

www.cnra.fr

<https://fr-fr.facebook.com/radioscetra/>

SNRL, Syndicat national des radios libres

Organisation professionnelle représentative des radios locales privées à statut associatif de catégorie A, régies selon la loi de 1986. Il rassemble, au titre du livre IV du Code du travail, les radios associatives réunies par une charte de référence à la Déclaration universelle des droits de l'homme, à la laïcité, et à la charte des journalistes, indépendants des pouvoirs économiques, confessionnels et politiques.

www.snrl.fr

<https://fr-fr.facebook.com/Syndicat-National-des-Radios-Libres-SNRL-118191918197661/>

Radio Campus France - Iastar

Réseau national des radios jeunes d'initiative étudiante en France, qui partagent des valeurs et objectifs communs : expression médiatique et citoyenne de la jeunesse, mise en lumière des nouveaux talents français et étrangers dans tous les domaines d'activité, savoir-faire et partage de connaissances en matière de production et création radiophoniques, proximité avec tout le tissu des acteurs et groupes d'acteurs locaux, lien direct avec le public, les contributeurs ou simples auditeurs des radios, accompagnement des projets de radios étudiantes, des jeunes bénévoles et des volontaires en service civique.

www.radiocampus.fr

<https://fr-fr.facebook.com/radiocampus/>

La Féarock, Fédération des radios associatives musiques actuelles

Elle regroupe des radios associatives qui ont pour finalité de diffuser principalement les musiques actuelles en émergence ou peu exposées sur les radios nationales. Elles accordent un regard particulier à la scène française et à l'espace francophone. Ces radios fondent leur engagement sur des valeurs partagées : une libre expression et participation de leurs adhérents, l'attachement au tissu local culturel et social, et à la notion de diversité musicale et culturelle.

www.ferarock.org

<https://fr-fr.facebook.com/ferarock1/>

FFRC – Fédération française des radios chrétiennes

D'inspiration chrétienne, généralistes et de proximité, les radios de la FFRC s'attachent en particulier à promouvoir le respect des droits de l'homme et la solidarité entre les personnes et les peuples, favoriser les échanges interculturels et interreligieux, sensibiliser les auditeurs notamment dans les domaines de caractère culturel, social, familial, humanitaire et tout ce qui favorise la communication sociale de proximité. La FFRC adhère à la CNRA.

www.ffrc.fr

RCF – Radios chrétiennes en France

Réseau de radios portant l'ambition de diffuser un message d'espérance et de proposer au plus grand nombre une lecture chrétienne de la société et de l'actualité. Les radios RCF adhèrent à la FFRC.

<https://rcf.fr/>

Des radios se regroupent aussi, de façon plus ou moins formelle, en fonction de valeurs ou d'objectifs communs, à l'exemple des radios juives, des radios arméniennes ou des radios protestantes.

RÉGIONAL, DÉPARTEMENTAL, PÔLE URBAIN

- Auvergne-Rhône-Alpes
Aura FM, Fédération des radios Auvergne-Rhône-Alpes
Cranc-Ra, Confédération des radios associatives non commerciales Rhône-Alpes
Frad'Auv, Fédération des radios associatives d'Auvergne (création 2015)

- Bourgogne-Franche-Comté
Frab, Fédération des radios associatives de Bourgogne
Fédération des radios associatives de Franche-Comté (création 2010)

- Bretagne
Corlab, Coordination des radios locales et associatives de Bretagne
FRLPB, Fédération des radios locales privées de Bretagne
Brudañ ha Skignañ, association de radios en langue bretonne

- Centre-Val de Loire
Fradac, Fédération des radios associatives du Centre (création 2011)

- Corse
Frase, Fédération des radios associatives du Sud-Est

- Grand Est
Cral, Coordination des radios associatives de Lorraine
Fara, Fédération alsacienne des radios associatives
Fraca, Fédération des radios associatives de la région Champagne-Ardenne

- Hauts-de-France
Franf, Fédération des radios du nord de la France
Frapic, Fédération des radios associatives de Picardie

- Île-de-France
Fradif, Fédération des radios associatives d'Île-de-France
FARCP, Fédération des associations radio campus Paris (création 2016)

- Normandie
Fran, Fédération des radios associatives de Normandie (modification 2017 : la Fédération des radios associatives de Haute-Normandie, Frahn, devient la Fran)
FRABN, Fédération des radios associatives de Basse-Normandie

› Nouvelle-Aquitaine

Frana, Fédération des radios associatives de Nouvelle-Aquitaine (modification 2017 : la Fédération d'Aquitaine des radios locales privées devient la Frana)

Crana, Confédération des radios associatives de la Nouvelle-Aquitaine (création 2016)

Farl, Fédération Aquitaine des radios locales

FDPRLA, Fédération Dordogne Périgord des radios locales associatives

Fédéra 33, Fédération départementale des radios de la Gironde

Fédéra 64, Fédération départementale des radios des Pyrénées-Atlantiques

Frala, Fédération des radios associatives du Limousin et d'Auvergne

Franc-CP, Fédération des radios associatives de Poitou-Charentes

Gral, Groupement des radios associatives en Limousin

Fédération des radios associatives pour le numérique terrestre (**RNT**) en Poitou-Charentes (création 2009)

Euskal Irratiak, association de radios en langue basque

› Occitanie

Arra, Assemblée régionale des radios associatives d'Occitanie

Franc-MP, Fédération des radios associatives non commerciales Midi-Pyrénées (dissolution 2015)

Franc-LR, Fédération des radios associatives non commerciales du Languedoc-Roussillon

› Pays de la Loire

Frama, Fédération régionale des radios associatives Maine-Anjou

Frap, Fédération régionale des radios associatives en Pays de la Loire

Gram, Groupement des radios associatives de la métropole nantaise

› Provence-Alpes-Côte d'Azur

Frase, Fédération des radios associatives du Sud-Est

› Guadeloupe

Frag, Fédération des radios associatives de Guadeloupe (création 2013)

› Martinique

Féderam, Fédération des radios de catégorie A de la Martinique

› La Réunion

FAR, Fédération des radios associatives de la Réunion

› Mayotte

Fédération des radios associatives de Mayotte (création 2017)

Liens institutionnels

FSER

<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Fonds-de-soutien-a-l-expression-radiophonique>

CSA

www.csa.fr

Commission paritaire nationale emploi et formation (CPNEF) de l'audiovisuel
(études, statistiques globales sur l'emploi et la formation dans la radio, fiches métiers)
www.cpnef-av.fr

Glossaire des sigles

CSA : Conseil supérieur de l'audiovisuel

CTA : Comité territorial de l'audiovisuel

DAB+ : Digital Audio Broadcasting (système de radiodiffusion sonore numérique)

DLA : dispositif local d'accompagnement

FM : Frequency Modulation (modulation de fréquence)

FSER : fonds de soutien à l'expression radiophonique locale

MIG : message d'intérêt général (diffusé à l'antenne)

RNT : radio numérique terrestre

Sacem : Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique

Spré : Société civile pour la perception de la rémunération équitable de la communication au public des phonogrammes du commerce

Sources

PLF 2018 - Extrait du bleu budgétaire de la mission médias, livre et industries culturelles.
https://www.performance-publique.budget.gouv.fr/sites/performance_publicue/files/farandole/ressources/2018/pap/pdf/DBGPGMPGM180.pdf

FSER Rapports d'activité 2015, 2016 et 2017.

<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Fonds-de-soutien-a-l-expression-radiophonique/Rapports-d-activite>

FSER Dossier intégral 2018.

<http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Audiovisuel/Fonds-de-soutien-a-l-expression-radiophonique>

Fraca-Ma – Métiers culture – Enquête : les radios associatives en région Centre-Val de Loire, décembre 2017.

<https://metiersculture.fr/wp-content/uploads/2018/01/Enquete-radio-%E2%80%93-associative.pdf>

Les radios associatives en Pays de la Loire - État des lieux et chiffres 2015. Frap, Fédération régionale des radios en Pays de la Loire.

http://www.lafrap.fr/sites/default/files/Etude%202016_A5_site.pdf

Les radios associatives en Bretagne – État des lieux – Corlab, Coordination des radios locales et associatives de Bretagne – 2016.

<http://www.radiolaser.fr/docs/2015/Corlab-Etat-des-lieux-Radios-Associatives-BZH-2015.pdf>

Chiffres clés – Données 2016 – CNRA janvier 2018.

Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication
Décret n°2006-1067 du 25 août 2006 pris pour l'application de l'article 80 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (modifié en 2014).

« Le guide des radios associatives », SNRL, 2016.



↳ Contacts

Opale/CRDLA Culture
45, rue des Cinq Diamants
75013 Paris
01 45 65 2000
www.opale.asso.fr
opale@opale.asso.fr

Coordination :
Opale/CRDLA Culture

Rédaction :
Dominique Vasseur

Correction :
Nicolas-Emmanuel Granier

Photographie de couverture :
Sue Rynski / Aligre FM

Les fiches-repères d'Opale / CRDLA Culture sont réalisées en partenariat avec les réseaux et fédérations des arts et de la culture, ainsi qu'avec des spécialistes des questions abordées. Elles ont pour objectif de donner des clés de compréhension sur un thème, une problématique ou un domaine culturel précis.

Depuis 30 ans, Opale observe, valorise et outille les associations artistiques et culturelles par des travaux d'études, des publications et des mises en réseau.

Depuis 2004, elle porte une mission d'animation et de ressources (CRDLA Culture) dans le cadre d'un dispositif de soutien à l'emploi associatif, le DLA (Dispositif Local d'Accompagnement) dont ont déjà bénéficié plus de 7 900 associations culturelles et artistiques.

La mission CRDLA est copilotée par deux regroupements culturels :

- l'Union fédérale d'intervention des structures culturelles (Ufisc)
- la Coordination des fédérations et associations de culture et de communication (Cofac).

Retrouvez tous les outils
d'Opale/Centre de Ressources Culture pour le DLA sur :
www.opale.asso.fr

AVEC LE SOUTIEN DE



Cette action est cofinancée par le Fonds social européen dans le cadre du programme opérationnel national « Emploi et Inclusion » 2014-2020