



**Etude d'opportunité sur la création d'un
CQP animateur radio**

**NPA conseil
Pour le CPNEF**

Mai 2008

Sommaire

1. INTRODUCTION.....	5
2. LE PROFIL DES ANIMATEURS RADIOS.....	6
2.1. LES TYPES D'ANIMATEURS : UN MÉTIER MULTIFORME.....	6
2.2. QUANTIFICATION ACTUELLE DES ANIMATEURS RADIO.....	7
2.2.1. Nombre de radios	8
2.2.2. Nombre d'animateurs.....	8
2.3. LES CARACTÉRISTIQUES DES ANIMATEURS RADIO.....	10
2.3.1. Une très forte majorité d'hommes.....	10
2.3.2. L'âge moyen varie entre 30 et 40 ans selon les catégories de radio.....	12
2.3.3. Des niveaux de salaires très différenciés selon les catégories de radios.....	13
2.3.4. Les différents statuts.....	14
3. LES CONDITIONS D'ACCÈS AU MÉTIER : RECRUTEMENT, MOBILITÉ, FLUX.....	17
3.1. L'ACCÈS AU POSTE D'ANIMATEUR	17
3.1.1. Quelles sont les conditions du recrutement ?.....	17
3.1.2. Quelles sont les formations initiales des animateurs ?.....	18
3.2. LA MOBILITÉ : QUELLES SONT LES PASSERELLES POSSIBLES ENTRE RADIOS ?.....	20
3.2.1. La mobilité interne au sein d'une même radio.....	20
3.2.2. La mobilité « externe », le changement de radio.....	21
3.2.3. La reconversion vers d'autres métiers.....	22
3.3. LES FLUX ACTUELS	23
3.3.1. Le nombre moyen d'années passées au même poste.....	23
3.3.2. Le nombre de nouveaux animateurs moyen par an	25
3.4. LES FLUX À VENIR.....	27
3.4.1. Evolution du nombre d'animateurs	27
3.4.2. Evolution du profil des animateurs.....	28
4. LE CHAMP D'ACTIVITÉ ET LES COMPÉTENCES DE L'ANIMATEUR	29
4.1. LES COMPÉTENCES ET QUALITÉS DE L'ANIMATEUR.....	30
4.1.1. Les savoirs (connaissances).....	31
4.1.2. Les savoir-faire (compétences).....	31
4.2. LE CHAMP DES ACTIVITÉS DE L'ANIMATEUR	32
4.2.1. Le champ d'activité « théorique ».....	32
4.2.2. Le champ d'activité « constaté ».....	33
4.2.3. Confrontation entre les définitions théoriques de poste et la réalité constatée sur le terrain :.....	36
5. L'ÉVOLUTION DU MÉTIER D'ANIMATEUR.....	37
5.1. LES MUTATIONS ATTENDUES SUR LE SECTEUR DE LA RADIO	37
5.1.1. Les mutations liées à la radio numérique	37
5.1.2. L'évolution des modes de consommation.....	38
5.2. L'ÉVOLUTION DU POSTE D'ANIMATEUR.....	38
5.2.1. Le rôle de l'animateur est-il menacé ?	38
5.2.2. Quelles qualités et compétences pour l'animateur de la radio de demain ?.....	39
6. L'ÉVALUATION DES BESOINS EN FORMATION.....	41
6.1. LES BESOINS DE FORMATION	41
6.1.1. Renforcer les compétences personnelles.....	41
6.1.2. S'initier à l'environnement numérique.....	41
6.1.3. S'ouvrir aux autres activités et médias.....	42
6.2. LES FORMATIONS EXISTANTES	43
6.2.1. Les formations initiales	43
7. L'OPPORTUNITÉ D'UN CQP D'ANIMATEUR RADIO	45
7.1. UNE QUESTION QUI CRÉE LE DÉBAT.....	45

7.1.1. <i>Les arguments favorables à la mise en place du CQP</i>	45
7.1.2. <i>Les arguments opposés à la mise en place du CQP</i>	47
7.2. L'ACCÈS AU CQP	48
7.2.1. <i>La VAE permettra un soutien pour la mobilité et la réorientation</i>	48
7.2.2. <i>La VAE est assez incompatible avec la réalité du marché</i>	48
7.3. LES ÉLÉMENTS ESSENTIELS À LA RÉUSSITE D'UN CQP D'ANIMATEUR RADIO	48
7.3.1. <i>Les formats de radio</i>	49
7.3.2. <i>L'adaptation à l'évolution du métier d'animateur</i>	49
7.3.3. <i>L'expérience pratique</i>	49
7.3.4. <i>La sélection</i>	49
8. CONCLUSION	50
9. ANNEXES	52
9.1. TABLE DES ILLUSTRATIONS :	52
LES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE RADIOS	53
9.2. LES NOUVEAUX SERVICES DE LA RADIO NUMÉRIQUE	54
9.3. LISTE DES ENTRETIENS RÉALISÉS	55
9.4. GUIDES D'ENTRETIENS UTILISÉS	57
9.5. PANELS DES RADIOS DE CATÉGORIE A ET B ISSUS DU MAILING ET DES ENTRETIENS	60

Préambule d'introduction au rapport d'opportunité

L'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications, sous l'égide de la CPNEF-Audiovisuel, a décidé de mener un certain nombre de travaux, et notamment ce rapport d'opportunité, pour palier à l'absence de CQP pour certains métiers pourtant exercés par un grand nombre de collaborateurs.

Le métier d'animateur radio est symptomatique de cette situation. Il est caractérisé par un nombre faible, voire l'absence, de formation sanctionnée par un diplôme national ou un titre ainsi que par une méconnaissance du profil des animateurs actuels et des flux entrants et sortants dans la profession.

En réponse à cette situation, cette étude a pour objectif de :

- Favoriser une vision claire et synthétique du métier d'animateur radio en tenant compte des différentes conditions d'exercice.
- Etablir les liens du métier avec le marché de l'emploi (vision actuelle et prospective)
- Etablir une étude qui puisse permettre aux membres de la CPNEF AV d'évaluer l'opportunité de la création d'un CQP animateur radio

L'étude a été réalisée par NPA Conseil et encadrée par la CPNEF AV.

Un groupe de travail paritaire dédié au suivi et à l'encadrement de l'étude, a été constitué. Une attention particulière a été portée sur la constitution de ce groupe de suivi. Il est apparu indispensable que des animateurs radios professionnels fassent partie de ce groupe ainsi que des professionnels de la formation de radios publiques et privées, et des représentants salariés et employeurs du public et du privé.

Les membres du groupe de travail, également membres de la CPNEF AV, sont les suivants :

- Mr Pascal Gervaise (SNFORT) Animateur Radio (PARL - France Bleu Bourgogne, Radio France)
- Mr Manuel Houssais (SNRT-CGT) Animateur Radio (PARL - France Bleu Isère, Radio France)
- Mr André Chaillon, (AESPA), Délégué à la formation professionnelle, Radio France
- Mme Kheira Berger, Responsable de l'unité de formation son à la direction de l'enseignement et de la recherche à l'INA,
- Mme Jacqueline Coussen, (Secrétaire nationale SNFORT), ex Responsable de la documentation des émissions artistiques à Radio France.
- Mr André Dejaune, (CNRA), Président de la CRAL (Coordination des Radios Associatives de Lorraine), Président de l'ACT (Association de Communication dans le Toulousain)
- Mr Jean Michel Sauvage, (SNRL), Président de la FRADIF (radios associatives d'Ile de France), Président de Vivre FM, Conseiller juridique, Professeur en droit des médias
- Mr Xavier Tupin (SEPP) Responsable formation, RFO
- Mr Jean François Destombes, (SNRC) Rédacteur en chef de Radio Cambrai

La section professionnelle radiodiffusion de la CPNEF AV et la Délégation Générale de la Cpnef AV ont également participé au cadrage de l'étude et à sa validation.

Les auteurs de l'étude sont :

- Mme Valérie Champetier, Directeur Associée de NPA Conseil,
- Melle Estelle Boutière, Consultante sénior, NPA Conseil,
- Melle Judith Sakarovitch, Consultant junior, NPA Conseil.

En vous souhaitant une lecture instructive et profitable,
Dominique Trocnet, Déléguée Générale CPNEF AV

Juin 2008

1. Introduction

Le secteur audiovisuel est caractérisé par la création très récente d'une CPNEF et d'un l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications qui a montré l'absence de CQP et de formations reconnues pour certains métiers pourtant exercés par un grand nombre de collaborateurs. Le métier d'animateur radio est symptomatique de cette situation. Il est caractérisé par l'absence de formation sanctionnée par un diplôme ou un titre ainsi qu'une méconnaissance du profil des animateurs actuels et des flux entrants et sortants dans la profession.

Dans ce contexte, la CPNEF AV a souhaité la réalisation d'une étude d'opportunité sur la création d'un CQP d'animateur radio qui comportera un accès en VAE. Etude qui donnera également une vision claire et synthétique du métier d'animateur radio, qui établisse les liens du métier avec le marché de l'emploi.

Les objectifs détaillés de l'étude étaient les suivants :

- Etablir le profil des animateurs radio
- Indiquer les activités et les compétences du métier d'animateur radio
- Présenter les flux entrants et sortants actuels et à venir
- Identifier les évolutions possibles du métier et donc des compétences nécessaires à son exercice
- Evaluer les besoins de formation
- Déterminer l'opportunité ou non de la création d'un CQP

Pour répondre à ces objectifs, NPA Conseil a proposé une étude reposant sur les outils méthodologiques suivants :

- Une étude documentaire à partir des documents internes NPA sur la radio et le développement du numérique, les études et rapports émanant de sources professionnelles privées ou publiques (CSA, Sirti, etc.), les conventions collectives existantes sur le secteur
- Une série de 30 entretiens auprès de trois populations différentes :
 - o Les animateurs radios de différentes catégories et de différents formats de radios
 - o Les responsables des ressources humaines et des cadres dirigeants de radios et de groupes radios de différentes catégories et de différents formats de radios
 - o Des dirigeants ou enseignants d'organismes de formation existants
- Un mailing auprès de 500 radios de catégories A et B
- Une analyse des entretiens et des données statistiques extraites du mailing à partir de grille prédéfinies

Trois réunions intermédiaires ont été tenues avec le groupe de travail (dont la liste est donnée dans le préambule) constitué pour suivre cette étude autour de la CPNEF.

2. Le profil des animateurs radios

L'étude d'opportunité d'un CQP d'animateur radio, nécessite en premier lieu une analyse de marché de l'emploi de ce secteur, ce qui participera à l'évaluation des besoins en formation.

Cette première partie permettra de dresser le profil des animateurs radio salariés en France. Cette analyse a été réalisée à partir de données quantitatives collectées à travers des entretiens auprès des professionnels du secteur et d'un mailing envoyé à 500 radios représentatives des catégories A et B. Les données ont été étudiées selon chaque type de radio : associatives, publiques et commerciales.

Afin de dresser le profil des animateur radios, NPA Conseil a procédé en trois étapes.

- Dans un premier temps, la variété du métier d'animateur a été mise en avant en définissant les différents types d'animateurs pris en compte dans cette étude.
- Dans un second temps, le nombre d'animateurs salariés a été évalué selon les différentes catégories de radios.
- Dans un troisième temps, les caractéristiques des animateurs selon le sexe, l'âge, le salaire et le statut ont été évaluées pour les différentes catégories de radios.

2.1. Les types d'animateurs : un métier multiforme

A travers les entretiens qui ont été menés, différents types d'animateurs sont apparus. Dans cette partie sera établie une première typologie des animateurs radios selon leur rôle et leur type d'animation au sein des radios. Cette typologie sera utilisée tout au long de l'étude. Par la suite, des différenciations plus fines seront effectuées pour définir les animateurs et leurs activités (notamment en fonction des catégories de radios).

Les 4 types d'animateurs radio recouvrent à la fois des statuts spécifiques comme les PARL mais aussi des types d'animations en lien avec le format des radios : sont présentés ici les quatre principaux types d'animateurs relevés.

- Les **personnel d'antenne des radios locales (PARL)** qui travaillent sur le réseau France Bleu en local
- Les animateurs de **flux ou d'accompagnement** qui travaillent dans les radios de format musical
- Les animateurs de **contenus** qui travaillent dans les radios thématiques et les radios généralistes (Cat A, B, E + certains animateurs de Radio France : Le Mouv')
- Les animateurs **producteurs** qui produisent eux-mêmes leur émission (Cat D et E), et sont recrutés par les radios pour le concept et le contenu global de l'émission qu'ils apportent, ils sont donc à considérer à part. Ils sont souvent, à l'origine, des journalistes ou des animateurs TV. Quasiment tous les animateurs de radios de catégories E font partie de cette catégorie, c'est pourquoi ils sont peu évoqués dans cette étude.

Cette typologie est essentielle dans la compréhension du métier d'animateur, qui est caractérisé par son caractère pluriel. Pour chaque point étudié tout au long de l'étude, cette différenciation sera présente (aussi bien dans la partie qualitative que quantitative).

2.2. Quantification actuelle des animateurs radio

L'étude d'opportunité et de faisabilité d'une formation spécifique aux animateurs radio, implique une analyse en profondeur de l'aspect quantitatif, c'est-à-dire celui du nombre de personnes potentiellement intéressées par cette formation, aujourd'hui et dans les années à venir.

L'objectif de cette partie est donc d'établir une statistique précise des animateurs radio en France, afin de déterminer le nombre de personnes qu'un certificat de qualification professionnelle pourrait toucher. Pour cela, il est nécessaire d'évaluer combien d'animateurs exercent leur métier aujourd'hui.

Pour étudier d'un point de vue quantitatif le secteur de l'animation radio, la démarche utilisée confronte plusieurs sources et plusieurs méthodologies de dénombrement. En effet, il n'existe pas de statistiques officielles précises et disponibles sur ce secteur, la radio étant généralement intégrée dans le périmètre plus large de l'audiovisuel.

- L'INSEE chiffre ainsi le nombre d'individus ayant un emploi dans le secteur de la radio ou de la télévision à 42 000 en 2004 sans différencier les deux univers¹. L'étude précise que 97% de cette population est salariée.
- De même, dans les statistiques de l'ANPE, les animateurs de radio et de télévision sont réunis sous la même codification (code ROME : 21216), les données qui leurs sont associées sont donc communiquées sans distinction².

En l'absence de statistiques consolidées pour le secteur de l'animation radio, la démarche a été la suivante : mixer des données recueillies à partir de plusieurs sources à la fois, issues de documents, d'entretiens et des grilles de programmation des radios. Les données auprès des sources suivantes ont été collectées :

- L'analyse et la confrontation des données disponibles dans les guides sur le secteur (Guide radio 2007).
- Les entretiens avec les responsables DRH des différents groupes de radio, tels que Radio France, Lagardère, RTL, NRJ, Contact et RCF.
- L'étude des grilles de programmes de stations de radio de catégorie E (RMC), de catégorie D (Radio classique, MFM) et de catégorie B (Sud Radio, Ado FM, Alouette, Champagne FM, City Radio, Contact FM, Hit West, Kiss FM, Radio Espace, Radio FG, Scoop, Top Music, Vibration, Vitamine, Voltage, Wit FM...)
- Les données communiquées par les syndicats professionnels : SNRL, CNRA et SIRTI.
- Les données recueillies grâce à un questionnaire envoyé, avec relance, à 500 radios représentatives des catégories A et B par e-mail. Les réponses traitées proviennent des différents types de radios de catégorie A et B. 50 réponses complètes ont été utilisées pour l'étude.

Les données issues de ces différentes sources n'étant pas homogènes, elles ont été confrontées et une grille de calculs a été mise en place afin de définir une estimation du nombre d'animateurs radio par extrapolation. La grille d'évaluation a été construite à partir de la catégorie, du format, du statut des différentes radios. A partir de cette grille, une estimation quantitative a pu être établie selon des modes d'évaluation détaillés ci-dessous.

¹ Etude *Professions culturelles et emploi de 2007*, sources : DEPS / INSEE.

² Voir partie 3 sur la Mobilité.

2.2.1. Nombre de radios

A partir du Guide radio, qui dénombre les radios par catégorie, le nombre de radios en France en 2007 a pu être établi.

Nombre de radios en France par catégorie

Types de radios	Nb de radios
Radios publiques	57
Cat. A	547
Cat. B	149
Cat. C	360
Cat. D	17
Cat. E	3
Total	1 133

Source : NPA Conseil / Guide radio 2007

➡ **Le nombre total de radios en 2007 peut être évalué à 1 133.**

2.2.2. Nombre d'animateurs

La quantification du nombre d'animateurs a été déterminée en effectuant plusieurs types de recherches selon les catégories de radios.

Pour les **radios publiques**, l'estimation a été établie à partir des entretiens avec des animateurs (PARL) de France Bleu, du Mouv' et de la direction des ressources humaines de Radio France, (Isabelle de la Ménardière) et la direction de France Bleu (Jean-Etienne Poirier et Christiane Chadal). Le nombre d'animateurs de France Bleu s'élève à 430 (353 PARL et les animateurs en CDD). Pour les autres radios publiques (Le Mouv', RFI...), le nombre d'animateurs a été évalué à 20.

➡ **Le nombre d'animateurs pour les radios publiques peut être estimé à 450.**

Pour les **radios de catégorie D et E**, les données ont été recueillies à travers des entretiens avec les responsables des principaux groupes de radios en France tels que Philippe Manach de RTL, Marc Scalia de NRJ, Véronique Robert et Bruno Dubois du groupe Lagardère. Pour les autres radios (RMC Info, MFM, ...), une analyse de leurs sites internet, qui présentent leur équipe d'animateurs et leur grille de programmes, a été effectuée. La majorité des animateurs des radios D et l'ensemble des animateurs des radios E sont des producteurs ou des journalistes, ils n'ont donc pas été pris en compte dans l'étude.

Pour les **radios de catégorie C**, le nombre d'animateurs dans les principaux groupes de radios auxquels appartiennent les radios de catégorie C, Lagardère, NRJ, ont pu être définis précisément lors d'entretiens. Ainsi, sur l'ensemble des groupes NRJ et Lagardère, le nombre total d'animateurs a été communiqué. Il est respectivement de 125 et 57 animateurs. A partir de ces entretiens, le nombre moyen d'animateurs par station locale a pu être estimé à 1 pour les différentes radios de catégorie C.

➡ **Pour les radios C, D, et E l'estimation est de 355 animateurs.**

Pour les **radios de catégories B**, 3 sources ont été utilisées :

- Le syndicat des radios indépendantes (SIRTI), estime le nombre des animateurs de radios de catégorie B à 650.
- La liste des 20 plus importantes radios de catégorie B (Oui FM, Contact...) a été établie selon Le Guide radio 2007. Pour chacune de ces radios, le nombre d'animateurs a été collecté sur leur site Internet grâce à la présentation des animateurs et des grilles de programmes. A partir de cette recherche, une moyenne de 7 animateurs pour ces 20 radios a été évaluée. Ainsi, le nombre d'animateurs pour cette sous-catégorie est estimé à environ 140 (20x7).
- Pour les radios de plus petite envergure, une moyenne de 3 animateurs par radio a été estimée, grâce aux données recueillies lors du mailing envoyé aux 500 radios de catégorie A et B leur demandant le nombre d'animateurs par radio.

Ainsi selon le calcul suivant :

(Nombre total de radios de catégorie B - nombre de 'grosses' radios de catégorie B) x 3 animateurs = (149-20)x3= 387

On obtient 387 animateurs de petites radios B + 140 animateurs de grosses radios B, soit au total 527 animateurs.



Ce nombre (527) obtenu par extrapolation et le nombre donné par le syndicat du SIRTI (650) permettent d'évaluer à une donnée moyenne de **590, le nombre d'animateurs de catégorie B.**

Pour les **radios de catégories A:**

- Selon les syndicats des radios associatives, le nombre de radios de catégorie A s'élève à 595. Le nombre moyen d'ATR (Animateur- Technicien - Réalisateur) est de 2 par radio, soit en moyenne près de 1200 ATR sont évalués pour les radios associatives.
- D'après les résultats issus du mailing, le nombre moyen d'animateurs par radio s'élève aussi à 2. Selon, le Guide radio 2007, il y a 547 radios associatives, ce qui correspond à, en moyenne, 1100 animateurs pour cette catégorie.



Le croisement des deux méthodes d'évaluation (entretiens avec les syndicats et mailing) permet d'établir une estimation du nombre d'animateurs pour les catégories A à environ **1150 animateurs.**



Le nombre total d'animateurs radios peut ainsi être estimé à environ 2 545, en dehors des animateurs- producteurs des radios nationales généralistes et musicales.

Types de radios	Nb d'animateurs
Radios publiques	450
Cat. C, D	355
Cat. B	590
Cat. A	1150
Total	2545

2.3. Les caractéristiques des animateurs radio

Dans cette partie, le profil des animateurs radio est présenté de façon quantitative selon 4 critères : le sexe, l'âge, le salaire et le statut.

Le profil des animateurs a été établi à partir des données issues des entretiens et du mailing envoyé à 500 radios représentatives des catégories A et B. L'activité des animateurs est très différente selon les catégories de radios et ne correspond pas aux mêmes contraintes et exigences. Le profil des animateurs est donc présenté séparément pour les radios associatives, les radios commerciales et les radios publiques.

2.3.1. Une très forte majorité d'hommes

Pour chaque radio étudiée, la proportion d'hommes et de femmes parmi les animateurs salariés a été relevée. Quelque soit la catégorie de radio, on constate une forte majorité d'hommes chez les animateurs. Les femmes étant plus présentes en tant que chroniqueuses ou animatrices bénévoles pour les radios associatives.

- **les radios associatives**

Panel Radios Associatives*	Proportion d'hommes	Proportion de femmes
Vivre FM	100%	0%
RCF	50%	50%
Handi FM	100%	0%
Graffiti	0%	100%
Radio BS	100%	0%
Radio Verdon	100%	0%
Stolliahc	100%	0%
Radio Laser	100%	0%
Flash FM	100%	0%
Radio 16	100%	0%
Radio Gresivaudan	50%	50%
Radio Semnoz	0%	100%
Planète FM (Arras)	100%	0%
Delta FM	50%	50%
Radio Ballade	50%	50%
Radio Margeride	0%	100%
Radio Vallée Bergerac	66%	33%
PIC FM	75%	25%
Phare FM	25%	75%
Castel FM	50%	50%
Moyenne	66%	34%

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil*³

Dans les catégories A, le nombre d'animateurs masculins est sensiblement supérieur au nombre d'animatrices. En moyenne, dans les radios associatives, 66% des animateurs seraient des hommes et 34% seraient des femmes.

- **Les radios publiques**

Radios publiques	Proportion d'hommes	Proportion de femmes
France Bleu	66%	34%
Moyenne	66%	34%

Sources : entretiens/NPA Conseil

En moyenne, au sein du réseau France Bleu, la proportion entre les hommes et les femmes peut être estimée à 66% pour les animateurs hommes et à 34% pour les animatrices. Ce déséquilibre est compensé par le grand nombre de femmes qui sont

³ Le panel représentatif des radios associatives a été constitué à partir des entretiens et du mailing.

chroniqueuses. Celles-ci ne sont donc pas comptabilisées comme animatrices mais augmentent la présence de voix féminines à l'antenne.

- **Les radios commerciales**

Panel des Radios B*	Proportion d'hommes	Proportion de femmes
Delta FM	100%	0%
Kiss FM	100%	0%
RMB	100%	0%
Top Music	100%	0%
Radio 6	100%	0%
Vitamine	100%	0%
Voltage	100%	0%
Radio Espace	83%	17%
Wit FM	83%	17%
Contact	80%	20%
Radio direct	80%	20%
Magnum la radio	75%	25%
Vibration	75%	25%
OUI FM	70%	30%
Alouette	70%	30%
EST FM	20%	80%
Moyenne	84%	16%

Radios C, D	Proportion d'hommes	Proportion de femmes
Virgin	97%	3%
RFM	87%	13%
Moyenne	92%	8%

Sources : entretien, mailing et analyse des grilles de programmes*⁴

Dans les radios commerciales, l'importance des animateurs masculins est encore plus forte. En moyenne, dans les radios commerciales régionales, 84% des animateurs seraient des hommes et 16% seulement seraient des femmes. Ce déséquilibre s'accroît encore plus dans les radios commerciales des grands groupes (catégorie C et D), où 92% des animateurs seraient des hommes.



Ainsi, dans tous les types de radio, la majorité des animateurs sont des hommes. Cette tendance se renforce dans les radios commerciales et s'intensifie d'autant plus dans les radios commerciales nationales.

⁴ Le panel représentatif des radios B a été constitué à partir des entretiens et du mailing.

2.3.2. L'âge moyen varie entre 30 et 40 ans selon les catégories de radio

Pour chaque radio étudiée, la moyenne des âges des différents animateurs a été recueillie afin de déterminer un âge moyen des animateurs par radio. A partir de ces données, la moyenne a été établie pour les différents types de radios : associatives, commerciales et publiques.

- **Les radios associatives**

Panel Radios Associatives	Age moyen
Handi FM	43
Radio Verdon	40
Radio Ballade	40
Radio Vallée Bergerac	40
Castel FM	39
Delta FM	38
Flash FM	37
Stolliahc	36
RCF	35
Graffiti	35
Radio Margeride	35
PIC FM	35
Radio Laser	34
Radio BS	32
Planète FM (Arras)	32
Radio Semnoz	30
Radio Gresivaudan	29
Vivre FM	28
Phare FM	27
Radio 16	25
Moyenne	34,5

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

Dans les radios associatives, selon les résultats des entretiens et du mailing, l'âge moyen des animateurs serait de **34 ans et demi**. Les moyennes par radios s'échelonnent entre 25 ans pour Radio 16 et 43 ans pour Handi FM.

- **Les radios commerciales**

Panel Radios B	Age moyen
EST FM	40
OUI FM	35
Magnum la radio	35
Delta FM	35
Alouette	32
Kiss FM	32
RMB	32
Top Music	30
Radio direct	25
Contact	24
Radios C et D	
Lagardère locale	30
RFM	40
Fun Radio	25
Moyenne	32

Sources : entretiens et mailing / NPA Conseil

C'est dans les radios commerciales (B, C et D) que l'âge moyen des animateurs est le plus bas, il pourrait être estimé à **32 ans**. Les jeunes animateurs débutent généralement leur carrière dans les radios locales qui visent un public jeune. L'âge des animateurs est en effet souvent adapté à la cible du public. Ainsi, sur Fun radio, les animateurs ont une moyenne d'âge de 25 ans, alors que sur RFM ils ont en moyenne 40 ans.

- **Les radios publiques**

Selon la direction des ressources humaines de Radio France⁵, l'âge moyen des animateurs au sein des radios publiques est d'environ **40 ans**. C'est donc dans les radios publiques que l'âge moyen des animateurs est le plus élevé, ce qui s'explique par le statut des PARL en CDI, instauré depuis 1999.



Ainsi, l'âge moyen des animateurs pourrait être évalué à environ 32 ans pour les radios associatives, 34 ans et demi pour les radios commerciales locales et 40 ans dans les radios publiques.

2.3.3. Des niveaux de salaires très différenciés selon les catégories de radios

Les salaires des animateurs ont été évalués selon les données recueillies lors des entretiens et du mailing. Ces données sont des moyennes du salaire d'un animateur en début de carrière et en fin de carrière ou du moins avec plusieurs années d'expérience. Les salaires ont été communiqués avec le montant brut mensuel.

Catégorie Radio	salaire début de carrière	salaire fin de carrière
	brut mensuel €	brut mensuel €
Publique	1600	3400
A	1300	1800
B	1800	2500
C	1500	2000
D	2500	7000

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

La rémunération des animateurs varie en fonction des catégories de radios. Les rémunérations des Animateurs Technico Réalisateurs sont définies par les Conventions Collectives.

Pour les catégories A, le salaire s'échelonne de 100% du SMIC à 140% du SMIC selon l'ancienneté. Ces niveaux de rémunération ont été renégociés et seront à partir de l'année 2009 de 105% à 150% du SMIC selon les accords collectifs.

La convention collective des PARL fixe 5 degrés⁶ de salaire qui sont accordés en fonction de l'ancienneté. Ils évoluent donc au sein de Radio France, même s'ils ne changent pas de poste.



⁵ Isabelle de la Ménardière, Jean-Etienne Poirier

⁶ Grille de salaire 5 niveaux

- 1 : 1600 à 2300 (après 30 ans)
- 2 : 2110 à 2836
- 3 : 2500 à 3200
- 4 : 2900 à 3300
- 5 : 3400 max

Les niveaux de salaire sont très différenciés selon les catégories de radio : les radios associatives, avec leur statut spécifique, proposent des salaires nettement moins élevés. Les radios commerciales locales (catégories B et C), ont en moyenne des salaires comparables.

Les salaires en radios commerciales nationales sont nettement plus élevés. Cependant, les salaires des animateurs qui sont aussi producteurs (pour certains animateurs en D et pour les radios E) sont bien plus importants, mais ils ne sont pas pris en compte dans l'étude.

Les radios publiques se distinguent par une fourchette salariale particulièrement large, alors que les radios commerciales nationales rémunèrent leurs animateurs selon des critères spécifiques, puisque ceux-ci véhiculent l'image de la radio au niveau du pays et ils sont en outre souvent producteurs de leur émission.

2.3.4. Les différents statuts

Afin d'affiner le profil des animateurs, leurs statuts (CDI, CDD⁷ ou autres) ont été relevés pour chaque radio étudiée. A partir de ces données, la proportion de CDI et CDD a été calculée afin d'évaluer la part de contrats à durée indéterminée ou déterminée selon les différents types de radios.

- **Les radios associatives**

Panel Radios Associatives	Proportion de CDI	Proportion de CDD
Handi FM	100%	0%
Graffiti	100%	0%
Radio BS	100%	0%
Radio Verdon	100%	0%
Stolliahc	100%	0%
Radio Laser	100%	0%
Flash FM	100%	0%
Radio 16	50%	50%
Radio Gresivaudan	0%	100%
Radio Semnoz	0%	100%
Planète FM (Arras)	100%	0%
Delta FM	100%	0%
Radio Ballade	100%	0%
Radio Margeride	67%	0%
Radio Vallée Bergerac	33%	33%
PIC FM	0%	0%
Phare FM	75%	25%
Castel FM	100%	0%
Moyenne	74%	17%

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

L'importance de la proportion de CDI dans les radios associatives (74%) s'explique par la polyvalence du métier d'animateur dans ces radios. En effet, les animateurs comptabilisés peuvent aussi être les directeurs des programmes ou de la station et sont donc en CDI.

- **Les radios commerciales**

⁷ Les contrats d'usage ont été intégrés aux CDD.

Panel Radios B	Proportion de CDI	Proportion de CDD
Contact	55%	45%
OUI FM	29%	43%
Alouette	100%	0%
Magnum la radio	75%	25%
Radio direct	100%	0%
EST FM	100%	0%
Delta FM	100%	0%
Kiss FM	38%	50%
RMB	100%	0%
Top Music	0%	100%
Radios C et D		
Lagardère national	60%	40%
Lagardère local	100%	20%
Moyenne	70%	26%

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

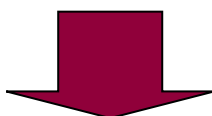
Le passage en CDI est de plus en plus important dans les grands groupes de radio. Ainsi, au sein du groupe Lagardère, l'ensemble des animateurs des locales sont en CDI.

- **Les radios publiques**

Au sein de Radio France, les animateurs qui ont le statut de PARL sont en CDI. Pour soutenir le travail des PARL, 70 animateurs sont embauchés en CDD avec des contrats qui varient de 1 jour à 1 an.



La proportion de CDI apparaît, à travers les entretiens et le mailing, comme nettement supérieure à la part de CDD pour toutes les catégories de radios. Dans les radios commerciales comme dans les radios publiques avec les PARL, le nombre de CDI a globalement augmenté au cours de ces dernières années. Le nombre plus important de CDI permet d'assurer des emplois dans le secteur mais entraîne une réduction de la mobilité.



A partir de ces données, une estimation du profil des animateurs peut ainsi être déterminée.

- Le profil des animateurs varie selon le type de radio, néanmoins le déséquilibre homme/femme est un élément transverse. La majorité d'hommes parmi les animateurs est une caractéristique qui se retrouve dans toutes les catégories de radios :
 - 66% des animateurs sont des hommes dans les radios associatives et publiques
 - 84% dans les radios commerciales locales
 - 95% dans les radios commerciales nationales.
- L'âge moyen est généralement entre 30 et 40 ans.
 - Toutefois, les animateurs des radios commerciales locales sont généralement plus jeunes (32 ans).

- Dans les radios associatives, il y a à la fois des animateurs très jeunes qui débutent et des animateurs en fin de carrière qui peuvent aussi exercer des responsabilités de direction dans leur radio (moyenne à environ 35 ans).
- Dans les radios publiques et les radios nationales privées l'âge moyen des animateurs est sensiblement plus élevé (40 ans).
- Le niveau de salaire est lui très différencié selon les catégories de radios.
 - Les radios nationales privées se distinguent nettement avec des salaires beaucoup plus importants (entre 1500 et 2000 € pour les locales et entre 2500 et 7000 € pour les nationales).
 - A l'inverse, dans les radios associatives, le niveau salarial est sensiblement plus faible (entre 1300 et 1800€).
 - Les radios publiques, quant à elles, ont un éventail de salaires particulièrement large (entre 1600 et 3400 €).

3. Les conditions d'accès au métier : recrutement, mobilité, flux

Dans cette partie seront étudiées, d'une part les conditions d'entrée dans le secteur professionnel de l'animation radio (accès au premier poste) et d'autre part les possibilités de mobilité professionnelle au cours de la carrière. On s'attachera en premier lieu à l'analyse du terrain, puis on proposera une analyse quantitative pour comptabiliser les flux des animateurs actuels et à venir.

3.1. L'accès au poste d'animateur

Les conditions d'entrée dans le secteur de l'animation radio sont un des éléments importants dans le contexte d'une éventuelle mise en place d'un CQP d'animateur radio, celui-ci étant amené à former des animateurs pour un premier poste.

Ainsi, pour évaluer l'opportunité du CQP d'animateur radio, il est nécessaire de connaître les modalités de recrutement et les besoins des recruteurs, mais également les formations initiales des animateurs actuellement en poste. Cette partie a été validée à partir des entretiens réalisés avec les professionnels du secteur.

3.1.1. Quelles sont les conditions du recrutement ?

Ce sont principalement les directeurs d'antennes qui recrutent avec une validation de la direction des ressources humaines (pour les grandes radios). Dans l'ensemble, les radios sont moyennement actives dans la recherche de nouveaux animateurs : elles reçoivent énormément de CV et maquettes envoyés de manière spontanée et utilisent leur réseau de connaissances (stations d'un même groupe, stations d'autres groupes, etc.) pour recruter. Seules certaines d'entre elles passent par les annonces (surtout les radios de catégorie A et B), l'animateur radio étant un métier spécialisé pour lequel les recrutements s'effectuent en partie sur l'écoute du candidat (en situation ou sur une maquette).

On distingue donc différents modes de recrutement :

- Le réseau de connaissance (dans les autres radios et dans les instituts de formation)
- L'écoute de stations concurrentes (surtout en local pour dénicher des « talents »)
- Les candidatures spontanées (maquettes et CV)
- Les offres d'emplois sur les sites spécialisés (Radioactu, comfmpo, ANPE...)
- Le recrutement en interne
- L'utilisation du vivier de stagiaires (Radios commerciales) et du vivier de CDD (pour le réseau France Bleu).

Pour le poste d'animateur radio, la demande d'emploi est supérieure à l'offre ainsi, toutes les stations (quelque soit leur catégorie) reçoivent un nombre important de candidatures spontanées (une moyenne de 100 par an⁸), celles-ci étant le plus souvent accompagnées de maquettes. Par ailleurs le taux de réponse aux offres d'emploi est assez fort (pour une annonce déposée, les recruteurs reçoivent en moyenne 50 réponses⁹).

⁸ Source : Entretiens

⁹ Source : Entretiens

• Les difficultés des recruteurs

Les recruteurs se retrouvent face à une demande quantitativement importante, cependant ils rencontrent des difficultés dans l'embauche de nouveaux animateurs. Pour les recruteurs (chef d'antenne, DRH) il est aujourd'hui difficile de recruter des animateurs qui correspondent à leurs attentes, ils déplorent en effet le niveau faible ou inadapté des candidatures. On constate que cette difficulté est commune à toutes les catégories et formats de radios, aussi bien pour les radios privées que dans le service public.

Concernant les candidatures d'animateurs, les recruteurs déplorent :

- Un déficit de **vocation** et un manque de motivation réelle pour le métier : l'accès aux métiers artistiques s'étant démocratisé, notamment avec l'émergence de la télé réalité, les jeunes animateurs seraient, selon les recruteurs interrogés, souvent attirés par un métier qu'ils considèrent a priori « facile ». Si auparavant le métier d'animateur était un métier de vocation, il semble l'être moins aujourd'hui.
- Des animateurs déjà trop **formatés** : les CV et maquettes reçus sont parfois trop formatés, les candidats auraient tendance à copier ce qu'ils entendent à la radio et les styles seraient uniformes. Les radios recherchent plutôt des personnalités qu'ils forment ensuite à une couleur radiophonique, c'est pourquoi un animateur déjà formaté les intéresse peu.
- Un niveau de **culture générale** trop faible : les recruteurs constatent généralement un déficit de culture générale et musicale, les animateurs postulants ayant parfois un niveau d'études relativement faible.

Ce sont ces difficultés de recrutement qui ont encouragé ces dernières années le développement d'instituts de formation initiale. C'est en raison de cette « pénurie d'animateurs » que le groupe NRJ a créé la NRJ School en 2000. Si la première année la NRJ School a formé une dizaine d'élèves, il s'est avéré que tous ne trouvaient pas un emploi, le nombre d'élèves par promotion a donc été réduit à 6.

3.1.2. Quelles sont les formations initiales des animateurs ?

Avant leur première embauche, les animateurs ont suivi une formation initiale supérieure mais souvent éloignée du domaine de l'animation radio, un petit nombre d'entre eux a suivi une formation spécifique d'animation radio.

• Des formations hétéroclites

Si généralement les animateurs se caractérisent par des formations initiales assez hétéroclites, on distingue une césure selon l'âge. Les animateurs âgés de plus de 35 ans ont une formation généralement plus éloignée du métier d'animateur que les plus jeunes. Ils peuvent venir de tous horizons mais ont fait des études supérieures courtes (Bac + 2), plutôt littéraires. Le niveau BAC est généralement demandé par les recruteurs.

Ainsi, si dans les années 1980 (naissance de la FM), beaucoup d'animateurs étaient issus de l'animation / spectacle (Club med...), ils sont désormais plus professionnalisés. Avec l'ouverture du métier d'animateur au numérique, qui simplifie l'accès à la technique (montage...) et une professionnalisation du secteur, la nouvelle génération d'animateurs est de plus en plus souvent issue de formations spécialisées dans le technique (IUT technique de son...).

Certains passent par une formation d'animateur, mais ils représentent un faible pourcentage de l'ensemble des animateurs (CF partie 6.2 : Les formations existantes).

- **L'importance d'une première expérience (en stage ou en local)**

La grande majorité des animateurs embauchés a déjà eu une expérience en animation (le plus souvent en radio associative, ou en tant que stagiaire) et ce, quelque soit la catégorie de radio. Aucun débutant n'est embauché pour animer une tranche régulière, il débute le plus souvent par des remplacements et / ou des stages, sur des tranches moins exposées. L'expérience est un élément particulièrement important dans le recrutement des animateurs, l'accès au premier poste peut donc être difficile. Les employeurs insistent sur cette nécessaire expérience pratique, quelque soit la formation initiale. Par ailleurs, quasiment tous les animateurs débutent par une expérience en local.

Le tableau ci-dessous établit le parcours des animateurs selon chaque catégorie de radio : D'où viennent-ils ? Où sont-ils susceptibles d'aller ?

Tableau 1 : Le parcours des animateurs

Catégorie	Parcours avant poste	Mobilité après poste
A	A et B uniquement, (stages), bénévolat.	- Vers A et B, - Poste de cadre en interne
B	A et B	- Vers les B, parfois les C - Poste de cadre
C	A, B ou autre C (stages)	- Au sein du réseau : villes plus « grosses » - Poste de cadre (1 sur 10) - Parfois va vers le B (rare) - Passage au national (très rare, remplacements, nuits)
D et E	Très peu issus du réseau local Autres D	- Vers d'autres D/E - Changement de tranches - Peu d'évolution interne : Pas de passage cadre - Vers d'autres médias (TV, internet)
France Bleu (Parl)	A (salarié ou bénévole) ou parcours hors radio	- Vers autre station France bleu - Peu de passage vers le national, ni vers le privé - Poste de cadre (programmeur, directeur antenne)

Source : Entretiens / NPA Conseil

L'analyse du tableau ci-dessus fait apparaître la difficulté d'accès au poste d'animateur quelque soit la catégorie de radio, accentuée par un « cloisonnement » entre certaines catégories de radios.



- La formation initiale des animateurs est très hétéroclite et ne semble pas fondamentale pour les recruteurs, qui se basent surtout sur l'écoute (maquettes, autres stations) pour leur recrutement.
- Un très grand nombre d'animateurs passe par une première expérience en radio associative. Ce sont les radios associatives qui voient passer le plus grand nombre d'animateurs « inexpérimentés ». Elles représentent également un vivier important de recrutement pour les autres radios.

3.2. La mobilité : quelles sont les passerelles possibles entre radios ?

Dans le cadre de la mise en place d'un CQP d'animateur radio, et d'un éventuel accès par VAE, la mobilité est un élément majeur à prendre en compte. Le métier d'animateur est caractérisé par un fort taux de mobilité, aussi bien en interne, au sein d'une même radio, qu'en externe vers d'autres radios. Cependant, cette mobilité semble limitée aujourd'hui par deux facteurs : une mobilité « codifiée » (certaines passerelles ne s'effectuant pas) et une augmentation des CDI. Caractériser les différents types de mobilité permet de connaître les évolutions possibles dans la carrière des animateurs.

3.2.1. La mobilité interne au sein d'une même radio

- **Le changement de tranches horaires**

Le changement de tranche horaire est le mouvement en interne le plus fréquent, notamment depuis que les radios ont tendance à embaucher davantage en CDI plutôt qu'en CDD ou au cachet. D'après les entretiens, les animateurs ont tendance à rester plus longtemps dans la station, les directeurs d'antenne peuvent alors les transférer sur des tranches plus ou moins exposées.

Dans les radios de catégorie D et E

Sur les réseaux nationaux : 80% des animateurs sont les mêmes depuis 10 ans¹⁰. Ainsi, pour les radios commerciales nationales dans lesquelles les animateurs ont tendance à rester assez longtemps, le changement de tranche horaire est fréquent. Les tranches horaires correspondent également à l'évolution professionnelle et à l'acquisition des expériences des animateurs. Ils commencent sur des tranches moins exposées (nuit, week end), puis animent les tranches à fortes audiences : matin, après-midi.

Les A, B, C et les PARL

Ce changement de tranches est moins important dans les radios locales (A et B), dans lesquelles les animateurs restent moins longtemps, et dans les radios de catégories C ou chez les PARL, pour lesquels la mobilité interne correspond surtout à des changements de station.

- **L'évolution vers un poste de cadre**

Après plusieurs années d'exercice (en milieu ou fin de carrière), certains animateurs peuvent se voir attribuer de nouvelles fonctions dans la radio et accéder à un poste d'encadrement. Ils peuvent alors devenir programmateur musical, directeur d'antenne, responsable des partenariats et de la publicité etc...

Le passage d'un poste d'animateur à un poste de cadre varie selon les catégories et formats de radios, il est plus fréquent pour les animateurs de radios A et B.

Dans les radios de catégorie A et B

Les animateurs de radios A et B sont plus nombreux et ils peuvent avoir des difficultés à faire évoluer leur carrière d'animateur : changer de catégorie de radio ou passer en national, ils peuvent donc évoluer en interne.

¹⁰ Source : Entretiens

On remarque une volonté chez les animateurs de contenu de rester dans leur station et de s'y engager (radios associatives...) tandis que les animateurs de flux (B et C) ont moins cette volonté et cherchent plutôt à évoluer vers le national.

Pour les PARL : certains PARL sont nommés à des postes de cadres, ils peuvent prendre la direction d'une antenne locale, être nommé responsable de la programmation...

Dans les radios de catégorie C et D

Dans certaines stations, si le passage au poste de cadre était presque automatique il y a une dizaine d'années (la plupart des dirigeants de stations actuels ont été animateurs), il n'est plus d'actualité aujourd'hui, car la politique de l'embauche est différente. On remarque une professionnalisation du secteur au niveau des animateurs mais aussi des postes de cadres, désormais seulement 1 animateur sur 10 devient cadre en radio.

- **Le changement de station au sein d'un réseau**

Seules les radios émettant sur un réseau de stations locales sont concernées par cette mobilité : il s'agit des animateurs de catégorie C et les PARL.

En acquérant de l'expérience, les animateurs évoluent vers des villes plus importantes. Cela concerne toutes les régions de France (excepté les stations de têtes de réseau Parisiennes).

- **Le passage du local au national**

Les possibilités de mobilité au sein d'une radio entre le réseau local et la tête de réseau nationale sont très réduites aussi bien dans le secteur privé que public. La raison principale est logique : le nombre de places est beaucoup plus restreint en national qu'en local (nombre d'animateurs).

Les PARL rencontrent des difficultés à passer en national car cela implique un changement de statut : les animateurs du réseau national sont producteurs animateurs. Pour le PARL, devenir animateur producteur en tête de réseau (France Inter, France Culture...) implique une démission du statut PARL et entraîne donc une prise de risque et un changement de rémunération : passage d'un salaire à une rémunération au cachet. Peu de PARL deviennent animateur sur les têtes de réseau de Radio France même si certains en expriment le souhait après avoir travaillé dans différentes régions.

Dans les radios commerciales, très peu d'animateurs passent du local au national, occasionnellement certains animateurs sont recrutés mais cela reste très rare.

3.2.2. La mobilité « externe », le changement de radio

La mobilité externe des animateurs peut s'effectuer horizontalement entre radios de catégories identiques, ou verticalement d'une catégorie de radio à une autre. La multiplication des CDI ces dernières années a entraîné une stabilisation du marché qui a réduit la mobilité des animateurs entre les différentes radios. Ceux-ci restent désormais plus longtemps dans les stations.

- **La mobilité horizontale : passage entre catégories de radios identiques**

Toutes les catégories de radios sont concernées par ce type de mobilité. Pour certaines radios D et E il s'agit quasiment de la seule mobilité possible.

- **La mobilité verticale : passage entre catégories de radios différentes**

La diversité des formats de radios restreint la mobilité des animateurs ; un animateur de flux ne peut pas animer une émission de contenu. Cette frontière fait bien apparaître les différentes définitions du métier d'animateur. Ces types d'animations distincts réduisent la mobilité verticale. Certaines catégories de radios sont cependant plus « perméables » que d'autres :

- La mobilité verticale entre les radios A et B est fréquente dans les deux sens : les animateurs de radios B peuvent se diriger vers les A, et les animateurs de radios A peuvent se diriger vers les B.
- Au sein d'un même groupe, peu de mobilité verticale est possible entre le réseau local (C) et le national (il arrive que certains animateurs soient appelés en national pour des remplacements).
- Les animateurs des radios D et E sont caractérisés par un faible renouvellement des générations (et un certain vieillissement des animateurs), ils restent longtemps en poste, ils ne se dirigent pas non plus vers les A et les B : il ya donc peu de mobilité verticale.

- **La mobilité entre service public et radios privées**

La spécificité du métier des animateurs de Radio France¹¹ réduit fortement les possibilités de mobilité vers le privé. Si certains animateurs de flux se dirigent vers le réseau France Bleu, c'est généralement en tout début de carrière (ils continuent ainsi de se former au sein de Radio France), ensuite la mobilité est quasi inexistante chez les animateurs confirmés.

Au cours des entretiens, il est apparu que les animateurs de Radios France (PARL et animateurs du Mouv') ne sont en général pas attirés vers les radios privées. De l'autre côté, les animateurs de flux (radios musicales) semblent peu attirés vers le métier de PARL. Ils affirment eux mêmes que leurs métiers sont trop éloignés.

3.2.3. La reconversion vers d'autres métiers

L'évolution du métier d'animateur l'amène à intégrer de plus en plus une dimension technique et informatique, ce qui incite les animateurs à se diriger vers les métiers techniques : son, mixage, montage.

Les **PARL** se différencient des autres animateurs dans la reconversion qu'ils choisissent après leur passage sur le réseau France Bleu. En effet certains d'entre eux souhaitent rejoindre le secteur du journalisme (s'ils possèdent une carte de presse) ou du moins se consacrer à la réalisation de reportage, interviews etc. Ils se heurtent dans ce cas à la non reconnaissance des journalistes. Cependant, ce

¹¹Voir 4 : le Champ d'activité et les compétences de l'animateur

souhait d'évolution est de moins en moins présent chez les PARL, en effet il semble qu'ils s'approprient de mieux en mieux leur statut d'animateur. Toutefois, l'étendue des compétences et connaissances spécifiques au poste de PARL rend difficile leur reconversion professionnelle car il n'y a pas forcément de place pour eux ailleurs. Certains se dirigent vers l'animation et l'organisation de spectacles, il arrive qu'ils reviennent vers Radio France après l'avoir quitté.

Les radios commerciales : Les animateurs de radio de stations locales (catégories A, B et C) expriment assez peu leur envie de se reconvertir professionnellement mais plutôt d'évoluer vers le national. Les animateurs de radios D et E sont souvent attirés par les autres médias : TV et Internet, sur lesquels ils cumulent parfois déjà des activités et sources de revenus (doublage de voix, publicité...).



L'observation de la mobilité des animateurs fait apparaître plusieurs points :

- Il existe une scission nette entre le local et le national : très peu de passerelles sont possibles entre le local et le national que se soit dans les radios commerciales ou dans le service public.
- Les passerelles du service public aux radios commerciales sont très rares.

3.3. Les flux actuels

Dans le cadre de l'étude sur l'opportunité de la création d'un CQP, il est nécessaire de compléter l'analyse de la mobilité des animateurs radio par une évaluation quantitative des flux internes et externes de la profession. Ils ont été déterminés de la façon suivante : Combien d'animateurs entrent dans le métier chaque année ? Combien en sortent ? Combien de temps les animateurs restent-ils dans le même poste ?

Les données de l'ANPE sur les animateurs radio en recherche d'emploi ne sont pas distinctes de celles des animateurs de télévision. Ces informations, présentées ci-dessous, ne peuvent donc être utilisées directement dans l'étude des flux des animateurs radio.

Les données de l'ANPE sur les animateurs radio et TV en recherche d'emploi en 2007

	FRANCE ENTIERE	FRANCE METROPOLITAINE	HOMMES	FEMMES	HOMMES/- 25 ANS	HOMMES/25 A 49 ANS	HOMMES/50 ANS ET +	FEMMES/- 25 ANS	FEMMES/25 A 49 ANS	FEMMES/50 ANS ET +
21216 - ANIMATEUR- PRESENTATEUR RADIO + TV	2 655	2 510	1 962	548	224	1 559	179	43	436	69

Sources : ANPE / NPA Conseil

Comme il n'existe pas de données spécifiques pour les animateurs radio, répertoriées par l'INSEE ou l'ANPE, l'estimation des flux entrants et sortants pour ce métier a été définie à partir :

- des informations recueillies en entretien
- des données collectées à travers le mailing à 500 radios de catégorie A et B.

Pour refléter au plus près la réalité du secteur particulièrement diversifié de la radio, NPA Conseil propose une analyse par catégories de radios et non par une synthèse globale.

3.3.1. Le nombre moyen d'années passées au même poste

Dans cette partie, est analysé le renouvellement sur un poste d'animateur selon les différentes catégories de radios. Afin d'estimer la fréquence de mouvement des animateurs d'un poste vers un autre, le nombre d'années moyen passé au même poste par radio a été relevé à travers les entretiens et le mailing.

- **Les radios associatives**

Panel Radios Associatives	nb d'années moyen passées au même poste
Radio Verdon	18
Handi FM	13
Radio Ballade	10
Planète FM (Arras)	8
Radio BS	5,5
Radio 16	5
CFM	4
Stolliahc	3
Radio Déclic	3
RCF	2,5
Radio Semnoz	2
Radio Gresivaudan	2
PIC FM	2
Flash FM	2
Vivre FM	1,5
SNRL	3,5
Moyenne	5,5

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

Selon les retours des questionnaires envoyés aux radios associatives et les entretiens, le temps moyen passé au même poste varie énormément d'une radio à l'autre, allant de moins de 2 ans pour Vivre FM à 18 ans pour Radio Verdon. Les nombres les plus importants sont dus aux fondateurs de radios associatives qui animent leur station depuis leur création tout en étant aussi directeur de leur antenne. Ces chiffres sont tellement larges, qu'une moyenne est peu pertinente. Pour coller au plus près de la réalité des animateurs, il est préférable de retirer les 3 radios de plus de 10 ans (Radio Verdon, Handi FM et Radio Ballade). La moyenne obtenue est alors de 3,4 ans, ce qui corrobore le chiffre donné par le syndicat SNRL.

- **Les radios commerciales**

Panel Radios B	nb d'années moyen passées au même poste
Contact	2
OUI FM	6
Alouette	3,5
Magnum la radio	12
Radio direct	3
Delta FM	5
Top Music	3,5
SIRTI	4
Radios C et D	
Fun Radio	5
Moyenne	5

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

Le nombre d'années passées au même poste pour les radios commerciales de catégories B a pu être estimé à partir des entretiens et du mailing autour de 5 ans. Cette évaluation pour les catégories B se retrouve pour les radios commerciales nationales. En effet, selon les entretiens établis, pour Fun Radio (catégorie D), la moyenne est de 5 ans. Cette moyenne serait donc plus importante que dans les radios associatives.

- **Les radios publiques**

A partir des entretiens effectués, pour le réseau France Bleu, la moyenne d'années passées au même poste d'animateur est estimée à 3,5 ans. Les animateurs changent généralement de poste pour rejoindre une autre station locale du réseau France Bleu, il y a donc une mobilité certaine, mais celle-ci est principalement interne au réseau, le métier d'animateur dans les radios publiques étant très spécifique¹².

3.3.2. Le nombre de nouveaux animateurs moyen par an

Afin de déterminer les flux entrant dans le secteur, le nombre moyen d'animateurs embauchés chaque année par radio a été relevé à travers les entretiens et le mailing. Ces données ont été analysées selon les différentes catégories de radio avec pour objectif d'évaluer le nombre de nouvelles embauches chaque année. Cette estimation correspond à la fois au nombre de nouveaux entrants et au nombre d'animateurs qui changent de station.

- **Les radios associatives**

Panel Radios Associatives	nb moyen de nouveaux animateurs par an
Styl'FM	0
RVC	0
Radio Val de Morteau	0
RDC Angoulême	0
Handi FM	0
Graffiti	0
Radio BS	0
Radio Verdon	1
Stolliahc	1
Flash FM	1
Radio 16	0
Radio Gresivaudan	0
Radio Semnoz	1
Planète FM (Arras)	0
Delta FM	0
Radio Margeride	0
Radio Vallée Bergerac	0
PIC FM	1
Phare FM	1
Castel FM	0
SNRL	1
Moyenne	0,3

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

Selon les entretiens et le mailing, en moyenne 0,3 nouveaux animateurs seraient recrutés chaque année par station. Ceux-ci peuvent à la fois débiter comme salarié dans le secteur de l'animation radio ou venir d'une autre radio. De cette estimation on peut déduire que, parmi les 550 radios associatives en France, **environ 165 animateurs seraient embauchés chaque année.**

- **Les radios commerciales**

¹² Voir partie 3 sur la Mobilité.

Panel Radios B	nb moyen de nouveaux animateurs par an
Contact	2,5*
OUI FM	1
Alouette	0
Radio direct	0
EST FM	0
Delta FM	1
RMB	0
Top Music	1
SIRTI	0,50
Radios. C et D	
Groupe Lagardère**	0,07
Chérie FM	0,20
RFM	0,25
Moyenne	0,3

Sources : entretiens et mailing/NPA Conseil

* ce chiffre semble extrême, il n'a pas été pris en compte dans les calculs de moyenne.

** Pour le groupe Lagardère, selon la direction des ressources humaines, 5 nouveaux animateurs sont recrutés chaque année pour les 65 radios locales du groupe, ce qui correspond à une moyenne de 0,1 (5/65) nouvel animateur pour chaque radio du groupe chaque année.

Selon les entretiens et le mailing, pour les radios commerciales locales, une moyenne de 0,3 nouveaux animateurs par an pourrait être évaluée. Ainsi, sur l'ensemble des catégories B et C il y aurait environ **150 recrutements chaque année (0,3 x 500 radios B et C)**.

Pour les catégories D, les animateurs restent plus longtemps à leur poste et sont souvent au sommet de leur carrière. Il est donc beaucoup plus difficile pour des nouveaux animateurs d'être recrutés au niveau national. Selon les entretiens effectués, sur RFM, 1 nouvel animateur a été recruté en 4 ans.

• Les radios publiques

Selon les entretiens réalisés, pour le réseau France Bleu, la moyenne annuelle des recrutements d'animateurs serait de 12,5 sur les 42 stations locales, soit environ une moyenne de 0,3 par station. Pour Le Mouv', cette moyenne est de 1,5 sur les 17 stations locales.



A partir de ces analyses, une estimation globale (sans les catégories D et E) des flux peut être définie :

- sur l'ensemble des catégories A, environ 165 animateurs seraient recrutés chaque année.
- sur l'ensemble des catégories B et C, 150 nouveaux animateurs seraient embauchés chaque année.
- sur l'ensemble des radios publiques, une quinzaine d'animateurs est recrutée chaque année.

Ainsi, sur une estimation de 2 545 animateurs salariés, environ 330 animateurs seraient embauchés par an. Les flux dans le secteur représenteraient environ 13% des animateurs.

De plus, le nombre de nouveaux entrants dans le secteur peut être estimé à partir de l'évaluation des embauches pour les radios associatives, puisque la plupart des animateurs débute leur carrière dans ce type de radios. **L'entrée dans le métier peut donc être évaluée à environ 150 nouveaux animateurs, soit 6% du nombre total d'animateurs.**

3.4. Les flux à venir

3.4.1. Evolution du nombre d'animateurs

Dans le cadre de l'étude d'opportunité d'un CQP, il est important de connaître les flux actuels du secteur mais aussi l'évolution de ces mouvements dans les prochaines années. Les grands axes d'évolution sur les cinq prochaines années des animateurs radio, à la fois sur l'évolution du nombre d'animateurs et leur profil, doivent donc être analysés. Un certain nombre d'éléments réglementaires, économiques et structurels sont à prendre en compte pour analyser les prochains changements, principalement dus à l'arrivée du numérique.

L'évolution du nombre des animateurs pour les 5 prochaines années dépend de paramètres réglementaires et économiques avec l'arrivée de la radio numérique et ses implications pour les radios et leurs animateurs, mais aussi de paramètres structurels, avec les changements de statuts des animateurs.

- **Des paramètres réglementaires**

L'arrivée de la RNT pourrait permettre la création de nouvelles radios, ce qui impliquerait le recrutement d'animateurs supplémentaires. Il a été évoqué par les professionnels à l'ouverture du premier appel à candidatures pour la RNT sur 19 sites en mars 2008 que globalement 10% de radios nouvelles pourraient voir le jour, soit une centaine de radios. Cet appel à candidatures apporterait une couverture de 30% de la population.

Cependant, plusieurs éléments conduisent à penser que cette évolution ne se fera pas à très court terme et que le nombre de créations de nouvelles radios est loin d'être précis.

- En effet, à la différence de la télévision, la date de l'extinction de l'analogique n'a pas été établie en radio.
- Par ailleurs, la clôture du premier appel à candidatures pour la RNT a été repoussée à la demande de l'ensemble des acteurs du secteur du 16 juin au 1^{er} octobre 2008. Les professionnels considéraient que trop d'imprécisions les empêchaient de bien positionner leur candidatures (coûts de diffusion très imprécis ; coûts des données associées et possibilité d'y inclure de la publicité pas clairement établis ; rejet de la bande L trop coûteuse et volonté d'attendre que Canal+ ait totalement libéré la bande III, quatre fois moins onéreuse ; volonté des radios associatives de disposer d'un report pour disposer de plus de visibilité sur le financement de leur diffusion par les pouvoirs publics).
- De plus, le renouvellement du parc des terminaux sera long et progressif, car la ressource disponible pour la RNT (entre bande L et bande III) et permettant l'apparition de nouvelles radios n'est pas encore bien définie.

Ainsi, sur les 5 prochaines années, la radio numérique terrestre devrait juste commencer à voir le jour.

- **Des paramètres économiques**

En outre, le passage au numérique implique des investissements importants dont les frais de fonctionnements annuels pourraient s'avérer trop lourds pour les petites radios locales et surtout pour les radios associatives. Selon les entretiens réalisés, le nombre de radios, spécifiquement dans le secteur des catégories A et B, devrait donc diminuer dans les années à venir, mais vraisemblablement dans plus de 5 ans, ce qui entraînerait une offre moins importante de postes d'animateurs.

Ainsi pour les 5 prochaines années, cette transformation ne devrait pas entraîner une baisse du nombre d'animateurs nécessaires au fonctionnement de la radio. Même si les contraintes financières du passage au numérique devraient entraîner des réductions sur la masse salariale, certains professionnels interrogés pensent aussi que des recrutements seront nécessaires pour pallier à la multiplication et à la diversification des besoins des animateurs radio, avec les services associés qui nécessitent à la fois de l'écrit et de la vidéo.

Selon les entretiens effectués, le métier d'animateur devrait évoluer sensiblement, l'animateur devra être très polyvalent, mais le nombre de postes devrait rester globalement équivalent à périmètre constant.

- **Des paramètres structurels**

Avec le passage de nombreux postes d'animateurs en CDI dans les grands groupes de radio, l'évolution du nombre de nouveaux postes devrait stagner pour les 5 prochaines années. Cependant, la 1^{ère} génération d'animateurs FM, très présents chez les PARL et dans les grosses stations nationales, commence à partir à la retraite. Ce mouvement va permettre à une génération plus jeune d'accéder à ces postes jusqu'ici très verrouillés et ainsi créer un appel d'air pour de nouveaux recrutements.

3.4.2. Evolution du profil des animateurs

Avec le départ en retraite de la première génération des animateurs FM, un rajeunissement de la population des animateurs radio devrait avoir lieu dans les prochaines années. De plus, avec l'évolution des réglementations et de la société, la proportion de femmes animatrices devrait pouvoir s'accroître.



A partir de ces différents éléments, les axes d'évolution du secteur des animateurs radios pourraient être ainsi déterminés :

- Le nombre d'animateurs embauchés chaque année, soit en arrivant sur le marché, soit en changeant de radios (de même catégorie ou d'une autre catégorie) peut être évalué à environ 330.
 - Dans les catégories A, environ 165 nouveaux animateurs seraient dénombrés.
 - Dans les catégories commerciales, environ 150 animateurs arriveraient sur une nouvelle station chaque année.
 - Dans les radios publiques, une petite quinzaine d'animateurs seraient recrutés en moyenne chaque année.
- A partir de ces données, le nombre de nouveaux animateurs qui entrent sur le marché du travail de l'animation pourrait être estimé. D'après les entretiens, on a considéré que les jeunes animateurs débutants étaient quasi exclusivement embauchés dans les radios associatives. Une estimation à 150 nouveaux entrants chaque année dans le secteur serait ainsi établie.
- Pour les 5 années à venir, le nombre de nouveaux animateurs devrait rester globalement stable.

4. Le champ d'activité et les compétences de l'animateur

Dans les parties précédentes, la population des animateurs radio a été quantifiée et caractérisée. Dans cette partie le champ d'activité que recouvre le métier de l'animateur radio, et les qualités recherchées par les recruteurs, seront analysées. Cette caractérisation du métier apporte des éléments d'information importants et stratégiques dans la mise en place du CQP et de son contenu (son programme de formation).

Les types d'animateurs ont déjà été catégorisés (animateur de flux / animateur de contenu), il s'agit maintenant de définir précisément le champ de leurs activités.

4.1. Les compétences et qualités de l'animateur

A travers l'ensemble des entretiens menés, aussi bien auprès des recruteurs que des animateurs eux-mêmes, un état des lieux des compétences requises pour exercer la fonction d'animateur, peut être dressé.

Si la majorité des traits sont communs à tous les animateurs, les compétences particulières requises uniquement pour certaines catégories d'animateurs seront précisées.

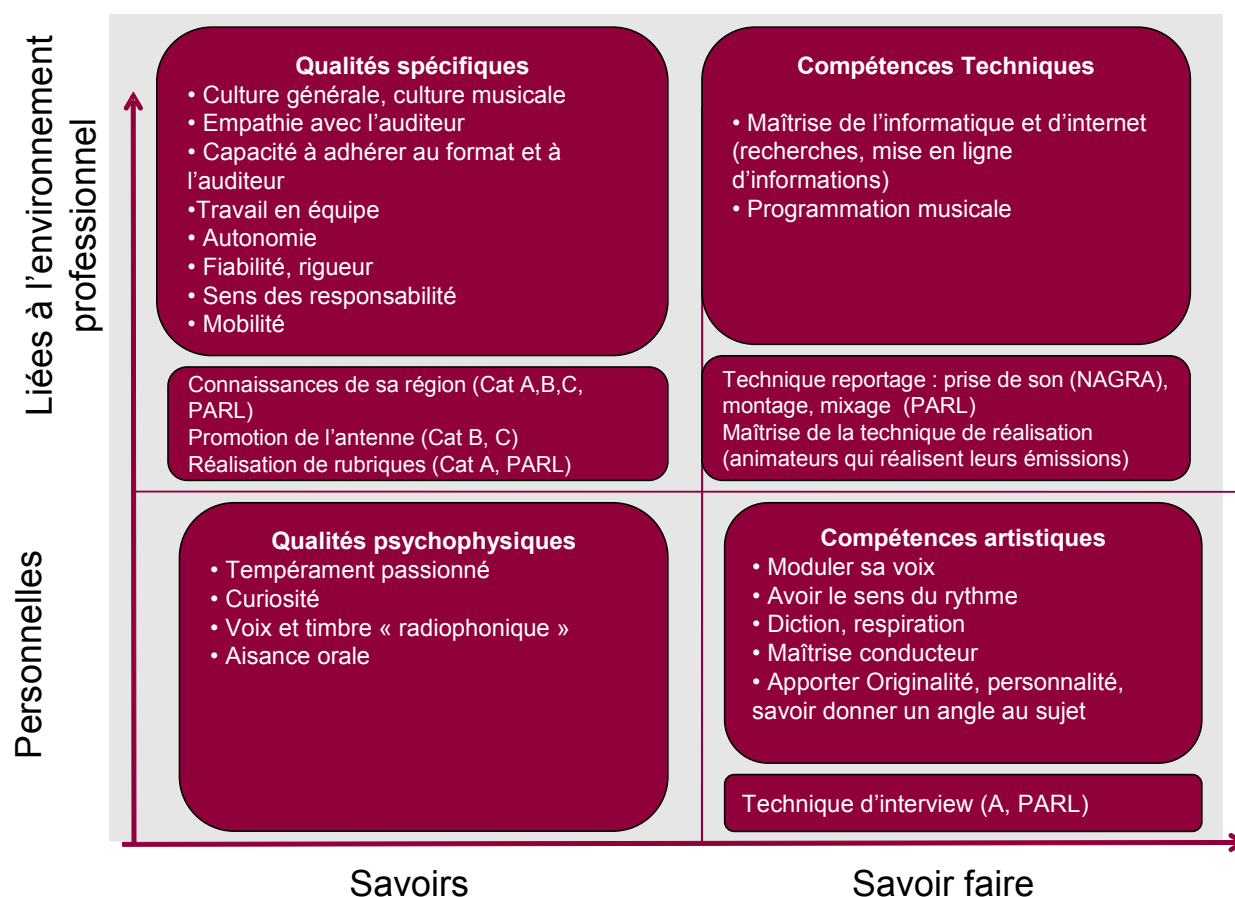
L'analyse des compétences requises pour être animateur s'opère à deux niveaux

- les savoirs : qui relèvent des connaissances induites et acquises
- et les savoir-faire : qui relèvent des compétences et aptitudes techniques

Au sein de ces deux niveaux on distingue les compétences personnelles non spécifiques au métier d'animateur, mais liées à la personnalité, et les compétences spécifiques, liées au métier d'animateur.

L'ensemble des composantes du métier d'animateur (quelle que soit la catégorie de radio) sont rassemblées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 2 : Panorama des composantes du métier d'animateur radio



4.1.1. Les savoirs (connaissances)

- **Les savoirs personnels** rassemblés ici dans l'entité « qualités psychophysiques » semblent particulièrement importants pour les recruteurs, ils sont en effet plus difficiles à acquérir et à travailler, et représentent le « talent » des animateurs. En l'absence de ces savoirs, il est difficile pour un animateur de percer. Les recruteurs reprochent d'ailleurs aux formations initiales pour animateurs de ne pas toujours tenir compte de ces qualités dans le choix des élèves au moment de leur inscription dans les formations. Parmi ces qualités, la passion et la curiosité sont les plus souvent citées lors des entretiens et souvent associées au fait que le métier d'animateur doit répondre à une vocation. On note que ces savoirs sont communs à toutes les catégories d'animateurs.
- **Les savoirs liés à l'environnement professionnel** sont appelés aussi qualités spécifiques, et sont acquis au cours de l'apprentissage du métier. Le premier savoir demandé et qui semble faire défaut chez nombre d'animateurs¹³ est le manque de **culture** (que ce soit la culture musicale, de la radio, de la région...) et cela, dans toutes les catégories de radios, même les radios de flux. On notera que la connaissance de la région dans laquelle la radio émet (activités et personnalités liées à la vie culturelle et de la région) est particulièrement importante pour les animateurs de stations locales, notamment quand ils doivent assurer la promotion de la station (présence sur des événements public). Pour les PARL, cette connaissance de la région leur permet d'alimenter leurs émissions en contenu et de préparer et réaliser leurs reportages et interviews.

4.1.2. Les savoir-faire (compétences)

- **Les savoir-faire personnels**, que l'on qualifie ici comme compétences artistiques (sens du rythme, modulation de la voix...), sont en général travaillés et améliorés au sein des radios ou des formations, même si les animateurs doivent avoir une prédisposition pour les développer. Les animateurs bénéficient souvent des formations proposées par les radios pour travailler leur diction, leur technique d'interviews...
- **Les savoir-faire liés à l'environnement professionnel** ou compétences techniques (maîtrise du logiciel de programmation musicale...), sont relativement restreints pour l'ensemble des animateurs. En effet, selon les recruteurs, la manipulation technique peut s'apprendre assez rapidement, il est en revanche nécessaire que l'animateur ait une **prédisposition et la capacité à s'adapter** à ces nouveaux outils. Certains animateurs doivent tout de même maîtriser des compétences techniques supplémentaires. Les PARL doivent maîtriser des qualités et compétences techniques spécifiques puisqu'ils doivent réaliser des reportages et interviews. De même dans certaines stations de catégories B et C, certains animateurs doivent maîtriser la technique de réalisation. Enfin, certains animateurs doivent également maîtriser le logiciel de programmation musicale.

¹³Voir : 6.1.1 Renforcer les compétences personnelles



Pour les DRH et directeurs d'antenne les exigences au moment du recrutement semblent porter avant tout sur les savoirs plus que sur les savoir-faire, que les animateurs peuvent acquérir et approfondir au sein de la radio (via notamment des formations en interne). Les compétences exigées relèvent plus du savoir ou du domaine artistique que du domaine purement technique (qui peut être approfondi sur le terrain).

4.2. Le champ des activités de l'animateur

A travers les entretiens effectués on peut dresser un panorama synthétique du champ des activités exercées par les animateurs que l'on confrontera au champ d'activité défini dans les documents officiels.

4.2.1. Le champ d'activité « théorique »

Dans cette partie, le champ d'activité « théorique » de l'animateur radio est étudié à partir de la définition qu'en donnent les employeurs (à travers les conventions collectives) et les institutions professionnelles (RNCP, ANPE).

Tableau 3 : La définition théorique des activités de l'animateur radio

	Descriptif métier	Champ d'activité théorique
L'accord d'entreprise des PARL	« le PARL en accord avec le responsable des programmes est amené à exercer une ou plusieurs activités d'antenne ou rattachées à l'antenne ».	<ul style="list-style-type: none"> - Animation et présentation d'émission (+ réalisation de message de promotion) - Réalisation de reportage - Réalisation de rubrique - Programmation musicale
La convention collective de radio diffusion privée : animateur technico-réalisateur	L'ATR est « chargé de l'animation d'une ou plusieurs tranches horaires il est chargé également de coordonner l'ensemble des constituantes d'une émission (élément sonore, technique, publicité) »	<ul style="list-style-type: none"> - Animation - Réalisation (Pas de reportages)
Le code rome ANPE	« Coordonne et régule par des interventions personnalisées, les divers éléments constitutifs du programme. Peut aussi participer à l'élaboration, à la réalisation ou à la production du spectacle ou de l'émission qu'il anime »	<ul style="list-style-type: none"> - Animation avec interventions personnalisées - Préparation émission - Réalisation de l'émission
RNCP / enseignement Studec	« Présentation et animation d'émission »	<ul style="list-style-type: none"> - Animation - Chroniques - Réalisation de messages publicitaires - Montage - Recherche d'information - Partenariat / promotion - Réalisation des reportages - Montage son

Source : DRH des différentes catégories de radio, et directeurs de formation/ NPA Conseil

- **L'accord d'entreprise des PARL**

L'accord d'entreprise des PARL est celui qui définit le plus précisément des activités de l'animateur, il propose une description détaillée des activités. Il insiste sur la « polyvalence » des PARL et met en exergue l'étendue de leurs activités (la préparation sur le terrain, la réalisation de rubrique, la programmation musicale). L'accord d'entreprise des PARL est le seul à intégrer dans la définition des activités une dimension « artistique », puisque le PARL doit « par sa personnalité contribuer à donner un ton général de l'antenne ». Il fixe également une grille de salaire.

- **La convention collective de la radio-diffusion privée : l'animateur technico-réalisateur**

L'ensemble des animateurs travaillant dans des radios privées dépendent de la convention collective 3285 de la radiodiffusion privée. Celle-ci définit le poste d'animateur technico-réalisateur comme la personne chargée « de l'animation d'une ou plusieurs tranches horaires, chargée également de coordonner l'ensemble des constituantes d'une émission éléments sonores, techniques, publicité ». Elle fixe également une grille de salaire. La définition des activités est large, elle indique que l'animateur a un rôle de coordinateur des différents éléments d'une émission qui sont entre autres : les chroniques, la programmation musicale, l'intégration de la publicité... Elle est cependant relativement concentrée sur le temps d'antenne, et ne décrit pas les activités très en amont ou en aval de l'émission.

- **La définition du métier d'animateur selon le répertoire opérationnel des métiers et des emplois (Code ROME) de l'ANPE**

L'ANPE ne donne pas de définition exclusive pour l'animateur radio, mais inclut également les animateurs TV. La définition du poste inclut la préparation de l'émission mais ne précise pas à quel point l'animateur s'implique dans la préparation (montage).

- **Le descriptif de la certification d'animateur enregistrée au répertoire national des certifications professionnelles (RNCP).**

Selon cette certification (accessible dans le cadre de la formation Studec), la définition des activités de l'animateur se rapproche de l'activité du journaliste avec des présentations de chroniques, de la documentation, ainsi que du montage sonore et de reportage. Elle insiste également sur la notion de polyvalence exigée pour être animateur.

4.2.2. **Le champ d'activité « constaté »**

Au-delà de l'animation de la tranche horaire, l'animateur intervient en amont de l'émission (préparation à différents niveaux) mais il peut également intervenir en dehors de son émission avec des activités annexes au sein de la station.

A travers les 30 entretiens réalisés avec les animateurs, DRH et directeurs d'antenne, on a pu définir leur champ d'activité.

Le graphique ci-après donne une visualisation synthétique des données recueillies au cours des entretiens et établit un panorama du champ des activités exercées par les animateurs selon les catégories de radio.

Cet éventail d'activités varie fortement selon les catégories de radios : l'animation la moins variée consiste uniquement en une animation de la tranche (100% du temps de

travail de l'animateur), la plus variée ramène le temps d'animation de la tranche horaire à 30% du temps de travail seulement.

- **Les stations du réseau France Bleu et le statut PARL**

Le champ d'activité des PARL (et des animateurs de Radio France non producteurs) est celui qui se différencie le plus des autres animateurs. Ils sont les seuls à se rendre régulièrement sur le terrain pour réaliser des interviews et des reportages (se rapprochant en cela parfois du travail de journaliste). Ils sont souvent également en charge du montage et du mixage de ces sons pour l'antenne.

En temps qu'animateurs de contenu : la préparation des émissions est relativement longue, ils peuvent également recevoir des invités et mener les interviews en direct et écrire des chroniques.

Enfin, ils entretiennent des liens et des réseaux avec les acteurs de la vie culturelle de leur région. Leur temps de travail s'étend bien au-delà de leurs temps d'antenne.

- **Les radios associatives**

Les radios associatives fonctionnant avec des effectifs plus restreints, les animateurs ont tendance à occuper plusieurs fonctions (tels que programmateur musical...). Certains animateurs présents depuis plusieurs années dans une station se voient confier des responsabilités d'encadrement et de gestion d'antenne, planification publicitaire même si leur poste principal reste celui d'animateur.

Les animateurs de contenu des radios thématiques consacrent un temps important à la préparation de l'antenne (recherche d'information, préparation aux interviews en direct).

- **Les stations locales B et C**

Les animateurs des radios locales ont un champ d'activité plus étendu qu'en station nationale, ils doivent généralement assurer eux-mêmes la réalisation de leur émission et doivent donc maîtriser le fonctionnement de la console. Une de leur particularité, de par leur travail dans des stations locales, est de participer également à la promotion de la station en la représentant dans des manifestations publiques (partenariats, jeux concours..).

- **Les commerciales D et E à thématique musicale**

Les animateurs en têtes de réseau musicales ont un champ d'activité relativement restreint par rapport aux autres animateurs. Ils préparent moins leur émission et ont d'ailleurs peu d'intervention sur la tranche horaire. Ils sont le plus souvent accompagnés d'un réalisateur.

En revanche, ils cumulent souvent d'autres activités (et source de revenus) dans le domaine artistique parfois en dehors de la station : voix, société de production, figuration, montage.

Tableau 4 : Le champ d'activité des animateurs selon les catégories de radio

		← Préparation en amont de l'émission		Pendant l'émission →		En aval de l'émission →		
		Sur le terrain	Recherches d'information	Programmation musicale	Animation de la tranche	Réalisation de la tranche	Promotion de la station	Activités antennes périphérique animateur
Détail des activités	Réalisation de contenu éditorial	Préparation du contenu	Intervention technique et éditoriale	Animation flux/ contenu	Technique	Participation à la promotion de son antenne	Cumul d'autres fonction	
	<ul style="list-style-type: none"> - Développement d'un réseau relationnel - Interviews - Reportage/montage - Recherche de partenaire 	<ul style="list-style-type: none"> - Recherches spécifiques en lien avec la thématique de la radio - Recherche d'information à l'extérieur (sortie, expos, films..) - Veille actualité (internet, presse...) 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrer les données dans la console - Utiliser la console 			<ul style="list-style-type: none"> - Partenariats - Promotion dans les évènements publics - Organisation des jeux concours 	<ul style="list-style-type: none"> - Planification publicitaire - Programmation - Suivi du respect des procédures antennes - Doublage de voix ... 	
A		X	X	X	X		X	
B		X		X	X			
C				X	X	X		
D				X (+ Itw en direct)				
PARL/ Radio France	X	X	X	X (+ Itw en direct)		X	X	

Champ d'activité occupé

Source : Entretiens réalisés avec les animateurs / NPA Conseil

4.2.3. **Confrontation entre les définitions théoriques de poste et la réalité constatée sur le terrain :**

- **Dans les conventions collectives**

La convention collective des ATR est relativement large et ouverte, elle permet donc une évolution des champs d'activités et tâches attribuées aux animateurs, ainsi l'ensemble des activités hors antenne que les animateurs sont susceptibles de réaliser (cf Tableau 4) ne sont pas précisées dans la convention collective. Elle n'évoque pas, par exemple, les activités de promotion ou de programmation. De même, la nomination du poste peut sembler éloignée de la réalité du terrain : de nombreux animateurs ne réalisent pas leur émission, notamment dans les stations de taille importante.

Il est intéressant de noter que l'ANPE et le RNCP rappellent après avoir défini le domaine d'activité, que le métier d'animateur évolue et tend à inclure de plus en plus souvent des activités techniques (montages sonores), une tendance qui ne fait que s'accroître.

Concernant l'accord d'entreprise des PARL, il propose une définition relativement proche et réaliste du métier, dans laquelle l'ensemble des activités sont rappelées de manière détaillée.

- **Dans les formations**

L'enseignement procuré dans les formations privées semble en décalage avec la réalité. Ainsi, il semble y avoir une divergence entre l'enseignement procuré au Studec et le parcours des étudiants qui en sortent. Dans la définition des secteurs d'activités ou type d'emploi accessible par le détenteur du diplôme co-existent : animateur radio, journaliste radio, technicien radio, producteur radio, réalisateur radio, assistant de production : une palette de métier bien plus large que l'animation radio mais non représentative de la réalité (les étudiants du Studec se dirigent vers des postes d'animateur de flux avant tout).



On constate de réelles différences dans le champ des activités des animateurs selon les catégories de radio. La préparation en amont de l'antenne est particulièrement importante pour les animateurs de Radio France et les animateurs de contenu en général, elle représente un temps de travail conséquent.

Les conventions collectives restent ouvertes et laissent aux animateurs la possibilité d'exercer une activité étendue et diversifiée, ce qui correspond au vaste champ d'activité constaté. A l'inverse, la formation dispensée au Studec (qui va de l'animation à un travail de journaliste) n'est pas représentative de l'activité des animateurs une fois sortis de la formation.

5. L'évolution du métier d'animateur

Après avoir évalué et analysé les aspects quantitatifs et qualitatifs du secteur de l'animation radio, il convient de mettre en perspective le métier d'animateur dans les prochaines années. L'analyse des mutations à venir dans le secteur de la radio en France (et donc du métier d'animateur) nécessite une prise en compte de différents paramètres. Le passage à la diffusion numérique terrestre représente un des enjeux majeurs pour le média radio, d'autres éléments conjoncturels et structurels pourront également impacter sur le métier de l'animateur. Pour évaluer ces évolutions, NPA Conseil s'est basé sur les entretiens réalisés auprès des professionnels, l'analyse de rapports et études sur le secteur et son expertise concernant le secteur de la radio.

5.1. Les mutations attendues sur le secteur de la radio

5.1.1. Les mutations liées à la radio numérique

La radio numérique terrestre (RNT) offre de nouvelles perspectives que les principaux acteurs regroupent autour de quatre grands axes :

- La qualité du son
- La couverture maximale de la population.
- L'enrichissement du service avec l'insertion de données associées (image/texte)
- Un développement de nouvelles radios, principalement thématiques

Les récepteurs de la radio numérique devraient être équipés d'un écran LCD qui donnera accès à de nouvelles formes de données (images, textes, voire même vidéos) appelées 'données associées' telles que des informations sur le titre écouté, l'animateur, le programme, l'invité.

Cependant, il convient de relativiser l'impact de la radio numérique à court terme (c'est-à-dire à 5 ans). En effet, pour un ensemble de raisons, la RNT devrait nécessiter un nombre d'années conséquent pour se mettre en place :

- en premier lieu, l'ensemble de la ressource disponible pour déployer la RNT n'est pas encore totalement précisée et les grands groupes radios, privés et publics, ont demandé récemment au CSA de reporter le calendrier du premier appel à candidatures sur 19 sites qui devaient se faire le 16 juin,
- le renouvellement du parc des récepteurs sera beaucoup plus long qu'en télévision (6 récepteurs en moyenne par foyer),
- ces éléments entraîneraient des coûts importants pour les stations liés à la double diffusion en hertzien analogique et en hertzien numérique. Toutes les radios ne pourront y faire face, notamment les radios associatives.

Aujourd'hui, c'est sur Internet que les nouvelles offres et services associés à la radio sont les plus développés. Ils soutiennent à la fois une gamme de radios allant des programmes classiques aux programmes hyperthématiques, en passant par des stations personnalisables, linéaires ou non linéaires et des services associés pouvant soutenir une interactivité (avec l'antenne, entre les auditeurs, avec la publicité), une mobilité (via le podcast), du partage et de l'échange (de playlists, de musique) ou encore des achats de biens et services (musique, places de concerts, sonneries, etc.). Les players Internet des stations illustrent bien

aujourd'hui les possibilités de services associés à l'écoute de la radio, dont la RNT pourrait s'inspirer.

Selon les acteurs du marché de la radio ces données associées ne seront pas des arguments suffisamment attractifs et différenciants pour le développement de la RNT. Les grands groupes radiophoniques envisagent donc, grâce au numérique, de proposer de nouveaux usages, selon la nature de chaque programme. Etant entièrement propriétaires du contenu qu'ils produisent, les principaux éditeurs radiophoniques envisagent une éditorialisation de leurs contenus. Les principaux acteurs du marché voient la possibilité de proposer des programmes spécialisés par cible (jeunesse, femmes, etc.) ou par genre (sports, informations, débats, etc.).

5.1.2. L'évolution des modes de consommation

Avec le développement de la consommation de musique via les lecteurs MP3, mais également l'écoute délinéarisée (Podcast, webadio), et l'utilisation d'Internet comme source d'information, la radio voit son univers concurrentiel s'élargir. L'auditeur devient plus volatile, sa relation avec la radio est plus discontinue et fragile. On a également vu qu'un des moyens de lutter contre cette nouvelle forme de concurrence est de faire évoluer l'offre des radios vers d'avantage de contenu, afin d'attirer et fidéliser les auditeurs.

5.2. L'évolution du poste d'animateur

Avec le développement de la radio numérique et la convergence des médias, l'offre radiophonique et les métiers qui y sont liés vont être amenés et notamment celui de l'animateur. Plusieurs mutations, dont certaines sont déjà en cours vont influencer sur le champ d'activité de l'animateur, et cela à différents niveaux.

5.2.1. Le rôle de l'animateur est-il menacé ?

L'automatisation induite par le numérique et l'évolution globale que vont connaître les radios ne devrait pas influencer négativement sur le rôle des animateurs, en effet tous les professionnels du secteur rencontrés s'accordent sur le fait que « l'humanisation » et la « personnalisation » d'une antenne restent primordiales pour assurer un lien, une proximité avec l'auditeur. L'animateur et la spécificité du contenu apportent une vraie valeur ajoutée qui pourra permettre de se différencier dans une concurrence difficile. Ainsi selon les professionnels le rôle de l'animateur ne semble pas menacé par cette évolution numérique, il devra cependant connaître des adaptations.

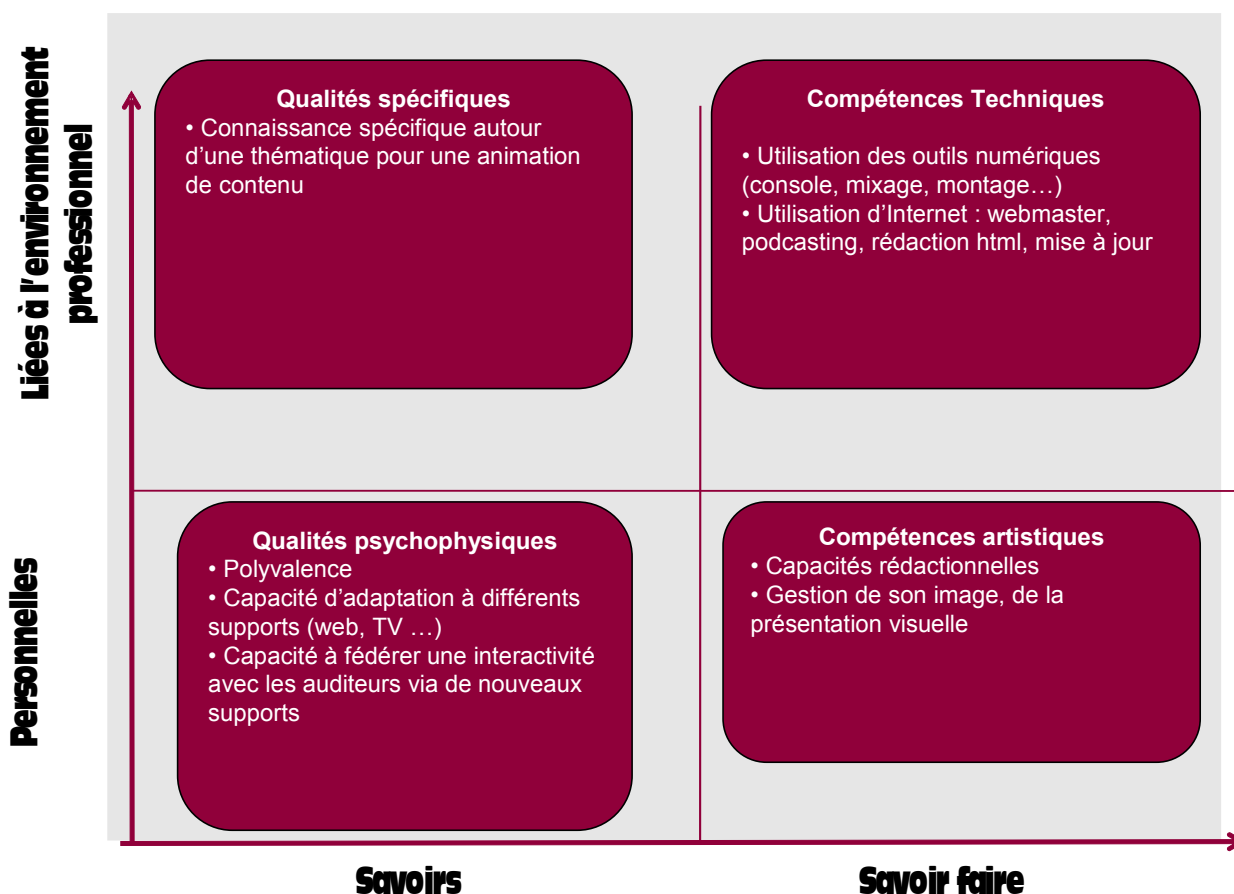
A noter, enfin, que des DRH ont rendu compte, au cours de cette étude, de certaines inquiétudes qui leur avaient été exprimées par des animateurs de radios musicales commerciales nationales. Ceux-ci, constatant que leurs interventions pendant le flux musical sont de plus en plus réduites (10 minutes pour une heure d'antenne) et bénéficiant parallèlement de salaires élevés, craignent qu'à terme les stations décident de ne pas les remplacer (pour se transformer en flux musical unique) ou les remplacer par des animateurs moins coûteux, une crainte qui peut sembler extrême et peu réaliste.

5.2.2. Quelles qualités et compétences pour l'animateur de la radio de demain ?

Concernant l'évolution à venir du rôle des animateurs, deux axes d'évolution peuvent être différenciés : l'évolution due aux nouveaux modes de consommation (écoute délinéarisée, concurrence des MP3, etc) et les évolutions directement liées à l'arrivée de la radio numérique et aux nouveaux modes de diffusion et de réception.

Pour dresser le panorama des nouvelles composantes du métier de l'animateur radio, on peut reprendre le tableau utilisé dans la partie 4.

Tableau 5 : Panorama des composantes du métier d'animateur radio de demain



Source : Entretiens / NPA Conseil

- **L'évolution des savoirs**

L'animateur devra connaître les autres supports susceptibles d'être en interaction avec la radio. Alors que le cœur du métier d'animateur radio repose aujourd'hui sur la voix, l'utilisation des nouveaux supports pourra solliciter d'autres capacités psychophysiques, il devra appréhender ses nouveaux supports et s'y adapter. La polyvalence sera un élément clé du métier d'animateur radio, qui l'amènera à élargir ses compétences au-delà de la radio et à s'adapter aux différents supports tels que les web radios et web tv.

Les connaissances et savoirs liés à l'environnement professionnel vont évoluer, l'animateur va se diriger vers un rôle dans lequel le contenu prendra davantage d'importance, aussi bien à l'oral qu'à l'écrit.

Ainsi, par exemple, la possibilité d'écouter de la musique de manière personnalisée se multipliant, l'auditeur aura tendance à rechercher autre chose qu'une simple play list. L'animateur devra alors être capable d'apporter un contenu supplémentaire et de singulariser l'antenne et la radio. Les animateurs devront développer leurs connaissances et se spécialiser sur des thématiques, alors que les animateurs de flux seront moins recherchés. Le lien avec l'auditeur sera également d'autant plus important.

Enfin, la convergence des supports et l'évolution de la consommation entraînera une hausse de l'interactivité avec l'auditeur. L'animateur devra être capable de fédérer et gérer l'interactivité et cela sur tous les supports, avec une offre qui sera davantage personnalisée.

- **L'évolution des savoir faire**

Les compétences techniques mais également artistiques de l'animateur vont évoluer.

Avec la radio numérique, l'ajout de services annexes et données associées va influencer sur le contenu qui sera de plus en plus présent sur Internet sous différentes formes : sites internet, podcast, webradio... Ce nouveau support de diffusion modifie la dimension radiophonique, au-delà de la voix de l'animateur, en y intégrant de nouvelles dimensions, celles de l'image et de l'écrit. L'animateur devra donc s'adapter à ces nouveaux supports et développer des qualités rédactionnelles (participation à la rédaction du site Internet) de manière concise. Il devra également savoir traiter les images numériques.

L'animateur devra également apprendre à utiliser l'interface du site Internet : y déposer du contenu, le mettre à jour, l'éditorialiser, remonter et mixer des sons, monter des images.

Enfin, avec le développement des webcams sur les sites Internet, l'animateur devra apprendre à se comporter face à une caméra. Se mettre en scène, devenir la figure emblématique d'une émission ou d'une station.



L'évolution du rôle de l'animateur jouera tout autant sur le cœur de son métier (l'animation et le lien avec l'auditeur) que sur sa polyvalence et sa capacité à utiliser de nouveaux supports. Il sera également plus impliqué dans le contenu, il devra participer à l'apport de nouveau contenu soit en se spécialisant sur une thématique, soit en apportant des données associées sous de nouvelles formes (images, texte). Il sera également davantage sollicité par les auditeurs avec lequel il entretiendra une interactivité.

6. L'évaluation des besoins en formation

Afin de préparer l'éventuelle mise en place du CQP d'animateur il est nécessaire d'évaluer les besoins actuels de formation. Cette évaluation des besoins en formation a été effectuée à travers les 25 entretiens réalisés avec des animateurs, des DRH et des directeurs d'antenne. Les problématiques évoquées ont été les suivantes : quels sont les « manques » constatés, quelles sont les formations mises en place par les radios ?

Ont été analysés en premier lieu, les besoins et attentes de formation exprimés par les animateurs mais également par leurs employeurs. Puis un rapide panorama des formations existantes au métier d'animateur radio a été réalisé.

6.1. Les besoins de formation

Les animateurs ont la possibilité de se former et de renforcer leurs connaissances au cours de leur carrière via des formations. Les animateurs manifestent assez peu leurs désirs de formation auprès de leurs supérieurs, ne souhaitant pas mettre en évidence leurs faiblesses. Sollicités sur ce point pour cette étude, ils expriment leurs souhaits à différents niveaux. Une fois encore, il apparaît une différenciation selon les formats de radio, l'âge des animateurs et leur évolution professionnelle.

6.1.1. Renforcer les compétences personnelles

Les formations les plus demandées par un grand nombre d'animateurs sont celles qui concernent les **compétences artistiques** directement utilisées à l'antenne (Cf : , Les compétences de l'animateur radio) telles que le travail sur la voix, les techniques d'antenne. De même, les animateurs de contenu souhaitent suivre des formations à l'écriture de chroniques, aux techniques d'interviews, etc.

De leur côté, les directeurs d'antenne reprochent parfois aux animateurs leur tonalité trop neutre ou impersonnelle, alors que la proximité avec l'auditeur est un élément déterminant dans l'animation radio. Ils encouragent donc les animateurs à se perfectionner.

Certains animateurs demandent des formations supplémentaires qu'ils n'utiliseront pas forcément dans l'exercice de leur métier (une langue étrangère) mais qui leur permet d'améliorer leur **culture personnelle**.

Les animateurs de contenu expriment le besoin d'approfondir leur **culture générale** et musicale afin de pouvoir enrichir leurs émissions et approfondir les sujets, ils sont en effet susceptibles d'aborder des sujets extrêmement variés. Il s'agit également d'une demande de la part des recruteurs, qui déplorent un niveau de culture parfois trop faible chez les animateurs, et cela quelques soit le format des radios.

6.1.2. S'initier à l'environnement numérique

De nombreux animateurs demandent des formations intégrant un apprentissage **technique** notamment pour se former aux nouveaux logiciels de son numérique (par exemple win radio). Il s'agit en général d'animateurs qui n'utilisent pas ces logiciels régulièrement (pour ceux qui les utilisent une formation chez le prestataire ou en interne est organisée au moment de l'installation technique ou à leur arrivée dans la station). En outre, ces formations techniques sont assez rapides et simples pour les animateurs qui ne se réalisent pas. Il ne s'agit donc pas

réellement d'un manque de savoir-faire mais d'une envie d'être intégré à l'évolution technique de la station.

Dans l'ensemble les animateurs évoquent également le souhait d'être formés aux **nouvelles technologies** incluant le numérique, l'informatique, Internet. Cette demande dépend de l'âge de l'animateur, en effet la nouvelle génération a acquis ces connaissances et n'en exprime pas le besoin, alors que les animateurs plus âgés se sentent parfois « dépassés » par certaines manipulations.

Anticipant l'arrivée prochaine de la **radio numérique** et des données associés, les animateurs souhaitent améliorer leurs savoir-faire concernant la manipulation de données (captation d'image, transfert de données, logiciel d'imagerie, mixage, rédaction). De leur côté, certains dirigeants souhaitent mettre en place des formations générales à l'environnement numérique et à la radio numérique.

6.1.3. S'ouvrir aux autres activités et médias

Certains animateurs expriment des demandes de formation en lien avec **des activités externes** au domaine de la radio. Cette demande émane d'animateurs dont le champ d'activité s'étend au-delà de l'animation antenne ou qui souhaitent se voir attribuer d'avantage de responsabilités. Les formations demandées peuvent concerner la promotion de l'antenne, la réalisation de l'habillage (enregistrement de voix) ou encore la technique de programmation musicale : avec des logiciels tels que Selector et Linker.

D'autres enfin, souhaitent se former pour pouvoir se diriger vers un autre métier : formation à l'image, cadreur, monteur, réalisateur vidéo qui lui permette ensuite d'évoluer vers d'autres médias tout en évoluant dans l'univers artistique.



On constate donc une réelle attente de la part des animateurs pour un approfondissement des compétences techniques (surtout pour les moins jeunes et pour ceux dont l'activité va au-delà de la seule animation). Mais cet apprentissage technique et théorique ne semble pas fondamental pour les DRH et directeurs d'antenne, selon eux la formation technique peut s'effectuer en quelques jours, l'essentiel étant que l'animateur y soit ouvert.

Le renforcement des compétences personnelles est également souhaité par les animateurs, notamment pour les animateurs de contenu (culture générale...). En parallèle pour les recruteurs, l'apprentissage des techniques d'antenne, la voix, le contenu de l'animation sont des éléments fondamentaux à acquérir pour réussir le métier d'animateur.

6.2. Les formations existantes

6.2.1. Les formations initiales

Pour cette partie de l'étude ont été rencontrés les dirigeants et responsables de certaines formations initiales pour animateurs radio : le Studec, la NRJ school et le CIFAP.

Tableau 6 : Formations au métier d'animateur radio

	Studec	NRJ School/INA	CIFAP
Modalité de formation	Initiale	Initiale, alternance stage / INA	continue, en alternance
Type de formation	Animateur Réalisateur Chroniqueur	Animateur	Animateur Journaliste radio
Durée de la formation	2 ans	6 mois	2 ans
Nombre d'élèves formés par an	120 dont 50 animateurs	8	8/13
Prix/an	6 000	gratuit	?
Type d'animation enseignée	Animateur de flux	Animateur de flux	Animateur de contenu et flux
Taux d'embauche après 2 ans	12-15 élèves	80% des élèves	75% des élèves

Source : NPA Conseil- Entretiens

- **Le Studec**

Créée en 1995, le Studec forme aussi bien des animateurs, que des réalisateurs et des journalistes radio. C'est la seule formation d'animateur qui apporte un certificat professionnel reconnu par la RNCP (obtenu en 2006). Les animateurs radios formés au Studec se dirigent majoritairement vers les radios nécessitant une animation de flux.

- **NRJ School/ INA**

Créée en 2000, la NRJ School, en partenariat avec l'INA a été avant tout mise en place afin de recruter de nouveaux animateurs pour le groupe NRJ. A la sortie, les élèves se dirigent majoritairement vers les radios de flux, mais également vers la télévision.

- **Le CIFAP**

Mise en place en 1990, le CIFAP délivre un certificat de qualification d'animateur radio. Il forme aussi bien des animateurs de flux que de contenu. A sa sortie les élèves se dirigent vers toutes les catégories de radio (A,B,C,D et également vers les stations locales de Radio France).

Selon les dirigeants des formations rencontrés, les effectifs de chaque promotion sont en baisse ces dernières années. En effet, le marché du travail dans le secteur de l'animation radio n'est pas assez actif pour que tous les élèves formés trouvent un emploi.

L'analyse des programmes dispensés dans les différentes formations fait apparaître un décalage avec la réalité du terrain. Certaines formations consacrent un grand nombre d'heures à l'apprentissage technique (envoi des disques, des publicités entre les talks) alors que pour une partie des recruteurs rencontrés cet apprentissage peut s'effectuer en peu de temps dans une station.

S'il semble que du point de vue des recruteurs, ces formations ne représentent pas une « garantie » ni un critère de sélection pour l'embauche d'animateurs (les animateurs n'étant, en général, pas recrutés en fonction de leur CV et l'essentiel de l'apprentissage s'effectuant sur le terrain). En revanche, ces formations représentent un réel réseau relationnel pour les élèves et facilitent la recherche de contacts. Par ailleurs elles apportent aux étudiants un cadre structuré qui les amène à découvrir le métier, à rencontrer des professionnels, et les motivent pour entreprendre des démarches, effectuer des stages.

- **Les sessions de formations mises en place par les radios**

Ce sont surtout les grands groupes ou réseaux qui mettent en place des sessions de formations pour leurs animateurs. Ces sessions se tiennent, majoritairement, à l'entrée de l'animateur dans le groupe. Des formations diverses sont également proposées par les groupes aux animateurs plus expérimentés, sans que cela soit structuré en cursus.

Les PARL bénéficient d'un cursus de formation spécifique. A leur arrivée, ils suivent un stage « couleur France Bleu » de présentation de la radio, puis divers stages thématiques (voix, fil antenne, techniques approfondies de reportages, techniques d'interviews...).

De même, le réseau associatif RCF propose à tous les nouveaux arrivants une formation d'un mois qui forme techniquement et qui prépare également à la ligne éditoriale de la radio.



Les exigences des recruteurs se concentrent, au moment du recrutement, principalement sur les capacités personnelles et artistiques des animateurs, tandis que les compétences techniques importent moins. Ainsi, un décalage entre les programmes des formations initiales et les besoins réels apparaît assez fortement. Les formations aujourd'hui mises en place ne sont pas forcément connues et utilisées par les recruteurs, et ne sont pas pour eux gage d'aptitude de l'animateur.

7. L'opportunité d'un CQP d'animateur radio

En dernière partie de cette étude, les 30 professionnels du secteur interviewés ont été questionnés précisément sur l'opportunité de créer un CQP, en formation initiale et en VAE. Deux éléments principaux sont apparus au cours des entretiens. En premier lieu, l'idée même de créer un CQP fait débat. En second lieu, si ce CQP devait se mettre en place plusieurs recommandations sont considérées comme nécessaires par les professionnels.

7.1. Une question qui crée le débat

En premier lieu il est intéressant de noter que la question de la mise en place d'un CQP auprès des professionnels fait débat. Son évocation au cours des entretiens a suscité des réactions vives qu'elles soient négatives ou positives. Elle représente donc un enjeu dans le secteur de l'animation radio.

Sur l'ensemble des entretiens menés, la proportion s'établit de manière équivalente entre les opposés et les favorables au CQP. L'élément dominant remarqué au cours de ces entretiens est la divergence des avis et des argumentations selon les différentes personnes rencontrées. Cette scission entre les avis favorables et les moins favorables est très nette selon les catégories de radios, ainsi les plus favorables à la mise en place du CQP sont les professionnels de radios de catégorie A. Globalement les directeurs d'antenne des radios A sont particulièrement ouverts et enthousiastes à l'idée de la mise en place du CQP.

On notera enfin que parmi les arguments donnés, certains sont directement liés à la mise en place d'une formation diplômante, d'autres relèvent plus spécifiquement de la spécificité de l'animation radio.

7.1.1. Les arguments favorables à la mise en place du CQP

- **La professionnalisation du métier d'animateur**

Selon certaines personnes rencontrées, la mise en place du CQP permettrait d'apporter une **vision réelle et concrète** du métier. En effet, le métier d'animateur radio est parfois « fantasmé », il peut être attirant pour certains jeunes car méconnu. Une formation permettrait de faire mieux connaître le métier et ses particularités, ainsi que les compétences exigées pour l'exercer. Ce qui pourrait également permettre aux recruteurs de « filtrer » les candidatures trop éloignées et inadaptées au métier d'animateur.

On a vu qu'un grand nombre d'animateurs¹⁴ débutent leur carrière dans les radios associatives. Ce sont donc les radios qui sont susceptibles d'accueillir les animateurs les moins expérimentés, elles participent en outre fortement à la **formation** de base des animateurs. Il est donc logique que les professionnels des radios associatives soient les plus intéressés par la mise en place du CQP. L'obtention d'un certificat d'animateur radio pourrait faciliter l'accès au premier emploi pour les animateurs.

Pour les animateurs de certaines catégories de radios, le CQP revêt une importance particulière puisque la qualification professionnelle du métier d'animateur apporterait une **reconnaissance** sociale (sphère privée) et professionnelle.

¹⁴Voir 3.1 : L'accès au poste d'animateur

Ainsi pour certains PARL qui déclarent souffrir d'un déficit de reconnaissance vis-à-vis des journalistes de Radio France, ou pour certains animateurs de radios associatives qui se sentent parfois trop peu considérés par les autres catégories de radio, l'obtention d'un CQP faciliterait la reconnaissance et une meilleure intégration dans l'entreprise.

En apportant une vision concrète et réelle du métier d'animateur et les compétences requises, en accueillant et formant des animateurs inexpérimentés, le CQP pourrait faciliter l'embauche de nouveaux animateurs. Il permettrait également aux animateurs de bénéficier d'une reconnaissance de leurs pairs. Globalement la création d'un cursus reconnu et la reconnaissance à part entière du métier d'animateur participerait à la **professionnalisation** de l'animation radio.

- **La qualification du métier d'animateur**

Les animateurs n'ayant aucune formation ont parfois tendance à ne développer qu'un seul pan des compétences requises, et ils exercent leur métier de manière « intuitive » sans base solide, certains n'ont aucune compétences technique, informatique, musicale... Les recruteurs déplorent un manque de compétences techniques ou de savoir-faire spécifiques liés au métier d'animateur. Assurer une formation initiale pourrait permettre d'apporter aux animateurs un bagage initial en termes de **connaissance et de compétences** et combler les manques récurrents constatés chez les animateurs.

Concernant les connaissances requises pour exercer le métier d'animateur, le manque de **culture** (musicale, régionale, du secteur de la radio...) est reproché par l'ensemble des dirigeants et cela quelle que soit la catégorie de radios. Les animateurs eux-mêmes reconnaissent souvent leurs lacunes à ce niveau là, ce qui les gêne pour animer leur tranche horaire, mener les interviews, etc. Toute formation initiale est généralement un moyen pour les étudiants de renforcer leur culture générale par la diversité des cours, la validation des connaissances, la rencontre de professionnels, etc. Le CQP pourrait apporter le niveau de culture requis.

Avec l'arrivée de la radio numérique et le développement de nouveaux modes d'écoute, le secteur de la radio aborde une période de mutation, au cours de laquelle le métier d'animateur va se diversifier et s'ouvrir.

Le spectre des compétences requises pour les animateurs va s'élargir pour leur apporter une certaine **polyvalence**. Une formation diversifiée et complète pourrait apporter cette polyvalence aux animateurs.

- **La facilitation de l'accès au métier d'animateur**

Aujourd'hui, peu de formations initiales existent et elles sont généralement payantes. La création d'un certificat qui serait dispensé par différents établissements permettrait de **démocratiser**, de professionnaliser et de faciliter l'accès à la formation, d'autant plus si elle est gratuite.

Enfin, la mise en place d'une formation initiale permettrait de former les animateurs en dehors des formations internes, ce qui apporterait davantage d'objectivité et éviterait les rapports de force hiérarchiques. Ainsi, une formation externe apporterait **objectivité**, rigueur et distance dans l'enseignement.

7.1.2. Les arguments opposés à la mise en place du CQP

Les personnes rencontrées au cours de l'étude qui s'opposent à la mise en place du CQP s'interrogent à deux niveaux : la correspondance avec la réalité du métier (notamment en termes de facilitation du recrutement) et les restrictions que la certification du métier peut entraîner.

- **Une dimension artistique inadaptée à une certification**

Le métier d'animateur se base sur des compétences et qualités psycho physiques qui selon certains recruteurs relèvent de l'univers **artistique**. Une certification semble pour eux inadaptée à l'activité de l'animateur, voire paradoxale. Pour certains directeurs d'antenne, « c'est comme proposer un diplôme de chanteur ».

Certains recruteurs se basent uniquement sur **l'écoute** pour le recrutement des animateurs, et ne tiennent pas compte du CV et de la formation initiale des animateurs. Pour eux, l'obtention d'un certificat n'interviendrait pas dans leur choix. De même, pour les radios qui embauchent principalement des animateurs avec une expérience professionnelle confirmée (c'est notamment le cas des catégories C, D et E), la formation initiale importe peu¹⁵.

- **Des restrictions impliquées par la « certification » d'un métier**

L'existence d'un CQP reconnu par l'ensemble de la profession pourrait représenter une **discrimination** pour les animateurs n'étant pas diplômés, ceux-ci risquant de rencontrer des difficultés pour trouver un emploi.

Avec la mise en place d'une formation unique et commune pour les animateurs, certains craignent un « **formatage** » des animateurs, qui pourrait inhiber la personnalité et les compétences artistiques de chacun.

De même certains évoquent la difficulté de donner une formation de base sur divers matières.

Enfin, posséder un CQP d'animateur pourrait restreindre les **possibilités d'évolution** et de passerelles avec d'autres métiers en limitant ces dernières au seul métier d'animateur radio. On a vu que certains animateurs se dirigent vers d'autres médias (TV, Internet) et d'autres métiers (production, doublage, son...) après leur expérience radio. Certains craignent donc d'être « étiquetés » animateurs radios et ne pas parvenir à s'en éloigner.

¹⁵ Cette position est logique de leur part mais relativement « égoïste » dans le sens où les animateurs postulant dans ces radios ont majoritairement été formés dans des radios associatives.

7.2. L'accès au CQP

Dans les deux accès inhérents à la mise en place d'un CQP, la formation initiale et la VAE, seule cette dernière est discutée par les professionnels.

L'accès à la certification par une validation des acquis de l'expérience est appréhendé de manière plus positive que son accès en formation initiale. Ce sont notamment les animateurs qui y ont réagi le plus positivement. Une fois encore, le personnel des radios associatives semble davantage concerné et intéressé par le CQP.

7.2.1. La VAE permettra un soutien pour la mobilité et la réorientation

L'accès par VAE est particulièrement bien perçu par les animateurs de plus de 35 ans qui souhaitent changer de radio ou se réorienter. On a vu dans l'étude que les passerelles entre certaines catégories de radio sont assez rares (du local vers le national, du privé vers le public). Selon certains animateurs une VAE pourrait leur faciliter ces passages. En faisant un état des lieux de ces compétences, l'animateur peut prendre conscience de ses possibilités d'évolution. Une fois encore, la reconnaissance au niveau professionnel est nécessaire pour l'efficacité de la VAE.

L'intérêt pour les recruteurs ne se situe pas au même niveau que celui des animateurs. Certains dirigeants de radios (notamment des radios associatives) la considèrent intéressante pour inciter leurs animateurs à suivre des formations et à améliorer leur niveau et donc la qualité des émissions.

Alors que pour les animateurs, la VAE leur permet de s'évaluer elle facilite alors la mobilité vers d'autres radios.

7.2.2. La VAE est assez incompatible avec la réalité du marché

Pour certains recruteurs, la VAE n'interviendra pas dans leur processus de recrutement, et ne correspond pas à la réalité du marché de l'emploi. Pour les radios commerciales notamment, dans lesquelles l'évolution des carrières ne s'effectue pas via une validation des expériences, l'accès VAE ne permettra pas selon eux la mobilité entre catégories de radios.

Enfin certains animateurs plus jeunes et qui n'ont pas eu de difficulté à trouver leur premier emploi puis à évoluer dans d'autres radios ne voient pas l'utilité de la VAE et ne se sentent pas concernés.

7.3. Les éléments essentiels à la réussite d'un CQP d'animateur radio

Au-delà d'une position favorable ou défavorable à la création d'un CQP, les professionnels interrogés ont évoqué les éléments qui leur semblaient fondamentaux pour la réussite d'un tel certificat de qualification professionnelle.

7.3.1. Les formats de radio

La question majeure que soulève la mise en place du CQP est celle de la prise en compte des différents formats de radio.

En effet, la distinction entre les formats de radio et les types d'animation est un élément essentiel apparu tout au long de cette étude. Pour être une réussite, la formation d'animateur radio doit donc représenter et enseigner tous les styles d'animation (animation de flux, animation d'accompagnement, animation spécifique des PARL).

Deux possibilités s'offrent alors :

- soit proposer différentes filières (cloisonnées entre elles) et former séparément les animateurs de flux et les animateurs de contenu. Une possibilité qui risque de perpétuer la frontière entre les types d'animateurs.
- Soit offrir une formation unique (avec possibilité d'approfondir certains enseignements par des options) qui forme aussi bien les animateurs de flux que les animateurs de contenu. Une possibilité qui permettrait de découvrir les autres catégories de radio et de multiplier les possibilités de passerelles.

Il semble que cette 2^{ème} alternative soit privilégiée par les personnes favorables à la mise en place du CQP.

7.3.2. L'adaptation à l'évolution du métier d'animateur

Le CQP devra prendre en compte l'évolution et les changements à venir du métier d'animateur et du secteur de la radio.

On a vu au cours de cette étude que l'animation radio évolue vers une animation de contenu, ce qui exige pour les animateurs une meilleure culture générale, une capacité à approfondir différents sujets (mener des interviews, apporter des informations supplémentaires). La formation devra ainsi contenir un enseignement de culture générale et musicale.

Par ailleurs, l'arrivée de la radio numérique et des contenus associés va ouvrir l'animation radio à de nouveaux supports. Il semble important pour les différentes personnes interrogées que la formation intègre un apprentissage et une initiation à ces autres supports (TV, Internet). De même, les animateurs devront être préparés et formés à la rédaction et l'écriture pour la contribution de données associées.

7.3.3. L'expérience pratique

Si la formation d'un animateur radio comporte une dimension théorique, il semble nécessaire pour l'ensemble des personnes interrogées de la compléter par une expérience de terrain et de mise en situation. Un stage ou une formation en alternance peuvent être envisagés.

7.3.4. La sélection

La question du niveau de sélection à l'entrée et à la sortie de la formation a été plusieurs fois soulevée. Il apparaît important de ne pas fermer de portes *a priori* tout en proposant un niveau général correct et suffisant. L'accès à la formation ne doit pas être un frein pour les animateurs peu diplômés (sans le Bac), mais doit atteindre un niveau suffisant pour ne pas être une formation trop peu qualifiante.

8. CONCLUSION

L'objectif de cette étude était d'établir de la façon la plus fiable, la plus objective et la plus claire possible des éléments quantitatifs et qualitatifs permettant à la CPNEF AV et au groupe de travail constitué de débattre et décider de l'opportunité de la création d'un CQP d'animateur radio et, dans ce cas dans quelles conditions et avec quelles exigences.

Plusieurs points structurants qui devront être pris en compte dans la création d'un CQP peuvent être rappelés au terme de ce travail.

- Cette étude a permis de montrer que si le métier d'animateur radio avait une définition précise et qui pouvait se délimiter, les situations sont très diverses quant à l'exercice de ce métier entre les différentes catégories de radios, les différents formats de radios, le local ou le national et le statut privé ou public de la station. Ces différences loin d'être gommées devraient être valorisées dans l'optique de la création d'un CQP.
- L'animation radio recouvre l'activité professionnelle de plus de 2 500 salariés en France. Le profil « moyen » de l'animateur est plutôt masculin, entre 30 et 40 ans, avec des niveaux de salaires très divers.
- L'embauche (mouvement entre radio et nouvelles entrées dans le métier) concerne chaque année une moyenne de 330 personnes et devrait rester stable au moins dans les 5 ans à venir. Environ 150 nouveaux animateurs entrent dans le secteur chaque année.
- La carrière d'un animateur implique une certaine mobilité, tant interne qu'externe, qui semble cependant se réduire depuis quelques années avec la forte progression du nombre de CDI.
- Le champ d'activité d'un animateur radio recouvre des savoirs et des savoir-faire bien déterminés qui se répartissent entre des talents artistiques qui se portent peu au cadre d'un certificat professionnel et des compétences techniques et générales qui peuvent gagner à être validées par un certificat de qualification.
- Le métier d'animateur devrait évoluer, dans les années qui viennent, vers une plus grande interactivité avec l'auditeur qu'elle passe par l'animation voix elle-même ou par des moyens numériques comme l'animation d'un site internet d'une part et vers un renforcement du contenu dans l'animation d'autre part.
- La proposition de création d'un CQP est une question qui fait débat.
 - Les oppositions se portent sur deux points principaux que sont la dimension artistique de ce métier qui ne peut se réduire à une certification et le « formatage » et la cristallisation sur des activités trop précises que l'existence d'un CQP pourrait entraîner
 - Les arguments positifs se fondent sur la professionnalisation du métier, la progression de la qualification, la facilitation et démocratisation de l'accès au métier que le CQP favoriserait
- La mise en place d'un CQP devrait tenir compte de 4 points essentiels : la différenciation des formats qui implique une différenciation forte dans la pratique du métier, l'évolution du métier avec le numérique et les changements dans les modes de consommation,

l'expérience pratique de ce métier qui est consubstantielle à la formation, la sélection qui doit être qualifiante sans exclure les talents artistiques.

Au terme de ce travail, NPA Conseil considère qu'il est plutôt opportun de créer un CQP d'animateur radio qui permettrait à cette profession de structurer encore mieux et de se démocratiser en termes d'accès. Cependant, il est nécessaire de prendre en compte l'étroitesse de ce marché du travail qui ne devrait pas exploser dans les années qui viennent même avec la numérisation du secteur.

9. ANNEXES

9.1. Table des illustrations :

TABLEAU 1 : LE PARCOURS DES ANIMATEURS.....	19
TABLEAU 2 : PANORAMA DES COMPOSANTES DU MÉTIER D'ANIMATEUR RADIO.....	30
TABLEAU 3 : LA DÉFINITION THÉORIQUE DES ACTIVITÉS DE L'ANIMATEUR RADIO.....	32
TABLEAU 4 : LE CHAMP D'ACTIVITÉ DES ANIMATEURS SELON LES CATÉGORIES DE RADIO.....	35
TABLEAU 5 : PANORAMA DES COMPOSANTES DU MÉTIER D'ANIMATEUR RADIO DE DEMAIN.....	39
TABLEAU 6 : FORMATIONS AU MÉTIER D'ANIMATEUR RADIO.....	43

Les différentes catégories de radios

Outre les radios publiques, il existe cinq catégories de radios privées définies par le CSA :

- Catégorie A** : cette catégorie est constituée de radios associatives de proximité ou communautaires, éligibles au fonds de soutien à l'expression radiophonique ;
- Catégorie B** : ces stations locales indépendantes sont des radios commerciales qui participent à l'animation de leur zone économique et contribuent également à l'expression locale ;
- Catégorie C** : ce sont les stations locales ou régionales affiliées ou abonnées à des réseaux thématique à vocation nationale ;
- Catégorie D** : ce sont des réseaux thématiques à vocation nationale ;
- Catégorie E** : il s'agit des trois radios généralistes à vocation nationale, Europe 1, RTL et RMC Info. Elles existaient toutes les trois avant 1982, avec le statut de radios périphériques puisqu'elles émettaient depuis l'étranger (la Sarre, le Luxembourg, la principauté de Monaco), en exploitant des émetteurs en modulation d'amplitude sur les grandes ondes.

9.2. Les nouveaux services de la radio numérique

L'arrivée du numérique ouvre de nouvelles perspectives pour la RNT. Ces évolutions peuvent être regroupées autour de trois grands axes :

- La qualité du son
- La couverture maximale de la population
- L'enrichissement du service avec l'insertion de données associées (image/texte)

L'animateur devra ainsi s'adapter à ces changements et particulièrement à l'enrichissement de la diffusion de programmes par l'offre de services associés.

Quels sont les nouveaux services associés qui vont pouvoir être développés ?

Services en liens avec le programme diffusé :

- Informations écrites et images (logos, photos) sur les programmes, animateurs, invités, ou encore sur le sujet du débat
- Accès au guide de programmes
- Interactivité avec l'antenne et les auditeurs de la station
- Ecoute et téléchargement de programmes en différé
- Achat de la musique diffusée

Services sans liens avec le programme diffusé :

- Publicité personnalisée et interactivité avec d'autres supports publicitaires
- Services d'info (générale, boursier, trafic, météo...)
- Services d'Instant Messaging

9.3. Liste des entretiens réalisés

30 entretiens ont été réalisés. Ils ont été sélectionnés, en accord avec le groupe de travail, afin de représenter la vision des différents acteurs du secteur de la radio en France. C'est pourquoi des animateurs, des directeurs de programmes, des directeurs des ressources humaines, des formateurs ainsi que des présidents de syndicats ont été interviewés. De plus, afin de représenter la diversité du secteur, les entretiens ont été réalisés dans les différents types de radios : des radios associatives, des radios commerciales et des radios publiques.

- **11 Animateurs :**

- 4 animateurs de radios privées
 - Oui FM, Linda Lorin
 - Chérie FM Avignon, Patrick Cambien
 - MFM, Serge Balivet
 - RFM, Fabien Lepage
- 4 animateurs de radios associatives
 - RCF, Bruno Fumat et Virginie Chassagnac
 - Handi FM, Daniel Ploteau
 - Radio 16, Laurent Bonnefoy
- 3 animateurs de Radio France
 - France Bleu Isère, Manuel Houssais
 - France Bleu Bourgogne, Arnaud Lefèvre
 - Le Mouv', Maxime Bender

- **12 Directeurs d'antennes et DRH :**

- 5 directeurs d'antennes et DRH de radios privées
 - Groupe Contact, Jean Vandecasteele
 - Groupe Lagardère Active, Véronique Robert
 - RTL, Philippe Manach
 - NRJ groupe, Marc Scalia
 - RFM, Bruno Dubois
- 4 directeurs d'antennes de radios associatives
 - RCF, Jean-Yves Bonamour
 - Vivre FM, Jean-Michel Sauvage
 - Radio Soleil 35, Eric Gratien
 - Radio déclic, Jérôme Rezin (coordinateur)
- 3 DRH et directeurs des programmes de Radio France

- Direction des Ressources humaines Radio France, Isabelle de la Ménardière
 - Direction de France Bleu, Christiane Chadal
 - Directeur adjoint des programmes de France Bleu, Jean-Etienne Poirier
-
- **8 Formations et syndicats:**
 - 4 responsables de formation et d'organismes de formation
 - NRJ School, Jean-Marc Laurent
 - INA, Kheira Berger
 - Studdec, Sylviano Marchione et Jacky Gallois
 - CIFAP, Jean-Michel Sauvage

 - 4 présidents ou représentants de syndicats
 - SIRTI, M. Gault (Président)
 - SNRL, M. Bouterin (Président)
 - CNRA, M. de Vezin (Président)
 - SNRC, Jean François Destombes (Secrétaire National)

9.4. Guides d'entretiens utilisés

- **GUIDE D'ENTRETIEN : Animateur radio**

Profil sociodémographique :

Âge

Sexe

Ville

Formation (initiale/ continue, spécialisation)

Ancienneté au poste actuel

Parcours détaillé

Information sur la radio :

Nom de la station

Catégorie de la station

Indépendance / Appartenance à un groupe

Statut : public/privé (commercial / associatif)

Format : musicale, généraliste, talk, etc.

Information sur le poste

Tranche horaire

Intitulé du poste

Positionnement dans l'organigramme

Type de contrat (CDD, CDI, cachetier)

Convention collective

Salaire brut annuel

Description des activités / Description précise du poste (volume horaire de chaque activité)

Caractéristiques du métier

Qualités personnelles indispensables mises en œuvre

Compétences mises en œuvre

Evolution des compétences depuis l'entrée dans le métier

Quelles évolutions des compétences requises pour les 5 ans à venir ? (Passage à la radio numérique...)

Besoins en formation

Evolution / CQP

Quels sont vos souhaits d'évolutions dans le métier : changer de type d'animation, changer de catégorie de radio ... ?

Pensez-vous que la mise en place d'un CQP d'animateur radio soit opportune ?

Seriez-vous intéressé par une VAE dans le cadre d'un CQP animateur radio ?

- **GUIDE D'ENTRETIEN : DRH, directeurs des programmes directeurs de station**

- - **Profil de l'interviewé**

- - Station

- - Intitulé du poste

- - Descriptif des fonctions exercées

- - **L'animateur radio**

- - Quelle définition donnez-vous de la fonction d'animateur ?

- - **Recrutement :**

- - Combien y a-t-il d'animateurs dans votre station ?

- - Quelles sont les modalités de recrutement d'un animateur ?

- - Quelles sont les formations requises ?

- - Qualités et savoir-faire recherchés

- - Quels sont les manques liés aux compétences et à la formation

- - Fourchettes de rémunérations (Salaire à l'embauche, évolution salariale)

- - Quelles sont les difficultés rencontrées concernant le recrutement d'animateur ?

- - Les recrutements sont-ils à votre initiative ou spontanés ?

- - **La population des animateurs**

- - Qualification des relations avec les différents types d'animateurs

- - Quel type de discussion concernant les rémunérations et la gestion de carrière ?

- - Quelles compétences requises aujourd'hui et dans l'avenir ?

- - **La formation**

- - Quels sont les besoins en formation ?

- - Quels intérêts comporte la création d'un CQP animateur? (reconnaissance, facilitation à l'embauche, mobilité etc.)

- - **Evolution**

- - Comment va évoluer le métier d'animateur ?

- - **Les flux :**

- - Estimation des besoins annuels en ressources humaines

- - Quelle rotation sur les postes ?

- - Combien d'animateur en moyenne recrutez-vous par an ?

- **GUIDE D'ENTRETIEN : Responsable de Formation animateur**

Profil de l'interviewé

Nom de la formation

Intitulé du poste

Rôle dans l'entreprise

Date de création de la formation

Les flux

Combien d'animateurs postulent chaque année à la formation ?

Combien suivent la formation chaque année ?

Quelle est la proportion d'hommes et de femmes dans la formation ?

Quel est l'âge moyen des étudiants ?

Quel est le taux de recrutement (poste d'animateur) à la sortie de l'école ?

Vers quel type de radio se dirigent-ils ensuite ?

Connaissez-vous les fourchettes de rémunérations (Salaire à l'embauche, évolution salariale, grille de rémunération) ?

Le métier

Quels sont les profils des candidats qui postulent à votre formation ?

Quel type d'animateur formez-vous ? (contenu / flux)

Comment différencieriez-vous votre formation des autres existantes ?

Quelles sont les qualités d'un animateur ?

Quelles sont les compétences requises pour un animateur ?

Comment a évolué le métier d'animateur depuis 10 ans ?

Comment va-t-il évoluer dans les 5 années à venir et quelles seront les compétences requises ?

La formation

Quels sont d'après vous les besoins en formations initiales et continues ?

Quels sont les enseignements indispensables ?

La création d'un CQP animateur radio est-elle opportune ? Quelle serait son utilité ?
(Reconnaissance, facilitation à l'embauche, mobilité, accès VAE et accès en formation Initiale etc.)

9.5. Panels des radios de catégorie A et B issus du mailing et des entretiens

Panel Catégorie A
Castel FM
Delta FM
Flash FM
Graffiti
Handi FM
Phare FM
PIC FM
Planète FM (Arras)
Radio 16
Radio Ballade
Radio BS
Radio Déclic
Radio Gresivaudan
Radio Laser
Radio Margeride
Radio Semnoz
Radio Val de Morteau
Radio Vallée Bergerac
Radio Verdon
RCV
RDC Angoulême
Stolliahc
Styl'FM

Panel Catégorie B
Contact
OUI FM
Alouette
Magnum la radio
Radio direct
EST FM
Delta FM
Kiss FM
RMB
Top Music