

Le podcast, format audio de l'expression libérée

WEB Les séries indépendantes francophones visent des publics de niche

- La journaliste radio Fanny Ruwet lance « J'aime bien quand tu parles ».
- Il s'agit du premier réseau de podcasts belges en français.

On parle d'histoires exceptionnelles d'anonymes dans la série *Transfert* lancée par Slate.fr, de féminisme dans *La poudre* avec la journaliste Lauren Bastide (« Elle » et « Le Grand Journal »), de problèmes de société sur le pure player sonore Boxsons.fr de la journaliste Pascale Clark (France Inter et France 2), de sexualité, de sport, de jeux vidéo, d'humour, etc.

Le podcast ne désigne pas uniquement les émissions de votre chaîne de radio préférée que l'on peut écouter en différé. Ce sont aussi des contenus audio, émissions, reportages, interviews ou longues discussions produits par des sites d'infos ou des acteurs indépendants avec un micro devant leur ordinateur.

Ex-animatrice et chroniqueuse à la RTBF, Fanny Ruwet lance en Belgique le premier réseau de podcasts francophone nommé « J'aime bien quand tu parles ». « L'idée était de rassembler des gens qui créent du contenu », explique la créatrice du réseau. On commence avec trois podcasts : un sur l'actualité de l'humour avec Dan Gagnon, « *Comedy News Weekly* », une émission de vulgarisation scientifique, « *Science diffuse* » par Sébastien Brugmann, et une autre sur la musique

alternative, « *Cuistax* », produite par moi. »

L'animatrice et auteure Myriam Leroy a annoncé qu'elle préparait un podcast féministe pour l'automne. Le podcast a donc le vent en poupe. Et le succès de la série francophone *Transfert*, qui en est à sa deuxième saison, en est la preuve. Chaque épisode totalise 150.000 écoutes par mois alors que le premier atteignait à peine les 4.000. Une évolution lente mais sûre et sur laquelle personne n'aurait parié pour un site internet comme Slate.fr.

Une passion anglo-saxonne

Aux Etats-Unis, le format ne doit plus faire ses preuves. D'après une récente étude sur l'audience du cabinet Edison Research, 24 % des Américains écoutent au moins un podcast par mois alors

qu'ils n'étaient encore que 9 % il y a dix ans.

Le comédien et animateur de radio Marc Maron est le meilleur représentant de ce succès outre-Atlantique. Alors que sa carrière stagne, il lance en 2009 son podcast « WTF with Marc Maron » dans son garage où il reçoit des célébrités. La montée de son audience et la popularité du podcast l'amènent à interviewer en 2015 le président Barack Obama. Aujourd'hui, l'humoriste a repris le stand-up en tournée et il a droit à un show spécial sur Netflix « Maron : Too Real ».

C'est un exemple pour l'humoriste belgo-canadien Dan

Gagnon. Ce dernier parle chaque semaine de comédie dans son « *Comedy News Weekly* » avec Anthony Mirelli. La série en est à sa cinquième saison et plus de cent épisodes. « On a un peu de retard par rapport aux Anglo-Saxons. Mais c'est en train de bouger. Ça fait dix ans que j'écoute des podcasts, j'en suis passionné. Je trouve que si tu es fan de quelque chose, tu es encore plus crédible pour en parler. Dans « *Comedy News Weekly* », on discute de l'actualité humoristique comme dans les émissions de ci-

néma. On choisit nos sujets, la longueur de l'émission et on n'est pas coupé sans arrêt. C'est le seul modèle économique qui favorise la liberté de ton pour l'audio. »

Le chroniqueur de « Sans chichis » a lancé un autre podcast ciblé sur les combats d'arts martiaux mixtes MMA appelé « Tout sur la bagarre », où ils parlent de ce sport avec le coach spécialisé Chris Genachte. « On parle aux passionnés et ils sont là. Je ne m'attendais pas à ce que le fait de cibler un public précis ouvre des portes et intéresse des sponsors. C'est parce qu'on touche un public précis. »

Alors que l'audience se disperse, la niche attire les annonceurs. Mieux, les revenus publicitaires sur le marché américain du podcast ont augmenté de 219 % entre 2015 et 2017 selon Interactive Advertising Bureau. Les dépenses pourraient atteindre 220 millions de dollars d'ici la fin de l'année. Un présage pour les formats francophones ? ■

FLAVIE GAUTHIER

la créatrice « La parole plus libre et singulière »

ENTRETIEN
Charlotte Pudelowski est la

créatrice du podcast francophone à succès « *Transfert* ». Lancée en juin 2016, cette série audio hébergée sur le site d'infos Slate.fr donne la parole à une personne à chaque épisode, qui raconte un événement de sa vie qui l'a transformée. Par exemple, la révélation de l'homosexualité d'un parent, un voyage en Inde, des fausses couches, etc. Autant d'histoires que d'intervenants. Le protagoniste fait son introspection à voix haute et c'est toute la force du récit.

Pourquoi vous êtes-vous lancée dans le podcast ?

J'étais très fan du format originaire des Etats-Unis. Je trouvais ça passionnant, il offrait une grande liberté narrative, la possibilité de renouveler un certain nombre de formats. Il y en avait très peu en France même si Arte fait des podcasts depuis 2006. Aucun média mainstream tel que Slate.fr ne propose des podcasts de la même manière que l'on peut éditer des vidéos, des grands formats ou des articles, ou de la data sur le web.

Qu'est-ce qui a fait le succès de « Transfert » à votre avis ?

Je pense qu'il y avait un manque quant au fait de donner la parole très longuement à des individus. On est dans un monde souvent très rapide et frénétique, on zappe en permanence. La parole qu'on entend dans les médias est souvent commerciale : ce sont des artistes en promotion qui ont quelque chose à vendre, des politiques qui ont un discours électoral... La parole plus libre et

singulière a fait le succès de « Transfert ». Pouvoir raconter le monde, la vie moderne et la société en passant par des individus a aussi contribué à ça. On est tous accros aux histoires. Ce n'est pas pour rien que les séries ont autant de succès et que l'industrie du cinéma fonctionne bien.

Le format peut-il être rentable ?

« Transfert » s'autofinance même s'il s'inscrit dans l'offre éditoriale plus large

de Slate.fr. En France, on est encore au début du marché. En ce moment, on discute avec un certain nombre d'annonceurs pour la boîte que je lance, et les gens sont très intrigués par ce média. C'est un format dont on sait qu'il est écouté par des trentenaires, souvent très diplômés, une cible qui plaît beaucoup aux annonceurs. Je n'ai donc aucun doute sur sa viabilité économique. ■

Propos recueillis par
FLAVIE GAUTHIER

TECHNIQUE**Écouter un podcast**

Sur son ordinateur, il faut surfer sur les sites internet dédiés (nouvellesecoutes.fr, boxsons.fr, etc.), ou sur les plateformes Soundcloud, Deezer, iTunes. Sinon, pour écouter les podcasts sur sa tablette ou sur son smartphone Android, il suffit de télécharger une application spécifique comme Podcast addict, Pocket Casts, Stitcher. Ensuite, on cherche la série souhaitée dans le catalogue. Les appareils Apple offrent dans iTunes une rubrique podcast.

LE TOP 100 BELGE**Les radios dominant**

Lorsqu'on regarde le classement iTunes des podcasts les plus écoutés en Belgique, les émissions de radio arrivent en tête. Le premier podcast francophone n'apparaît qu'à la quatrième place. Il s'agit de Laurent Ruquier et de son émission « Les grosses têtes ». « Les chemins de la philosophie » de France Culture, animé par Adèle Van Reeth, talonne juste derrière. La RTBF s'immisce grâce à Hugues Dayez et Rudy Leonet pour « 5 heures de cinéma » diffusé sur Pure FM. Sans surprise, les stars des radios françaises Laurent Gerra, Sébastien Cauet, Nicolas Canteloup, Charline Vanhoenacker et Alex Vizorek se partagent les rangs suivants. Enfin, très loin derrière, « La poudre » est l'unique podcast indépendant français du top 100 belge.