

THOMAS HÉLOÏSE
REITH ALEXIS
VANNIER LOUISE
GARNYS ALICJA

DATE DE RENDU : 14/04/23



GROUPE 3



DOSSIER TECHNIQUES D'ENQUÊTE

Le podcast natif : nouveau média d'information
émergent

POUR MADAME SEGUR

L2 Information Communication à l'Université de Lorraine

I. Introduction

Le développement fulgurant du format podcast a entraîné de multiples modifications dans le paysage informationnel français ces dernières années. En effet, selon une étude du CSA, le nombre d'auditeurs de podcasts en France a augmenté de manière significative ces dernières années, passant de 14% de la population en 2018 à 22% en 2021. Cela peut s'expliquer par une offre de contenus diversifiée et de qualité, ainsi qu'à une accessibilité accrue via les plateformes de streaming et les applications mobiles.

Les plateformes d'écoute de podcasts, telles que Spotify et Apple Podcasts, offrent désormais un accès gratuit à une grande variété de contenus informationnels exclusifs au format podcast, appelés « podcasts natifs », ainsi que des rediffusions d'émissions radiophoniques. Selon une étude de Médiamétrie, le nombre d'auditeurs de podcasts natifs a augmenté de 38% en France entre 2020 et 2021, pour atteindre 7,3 millions d'auditeurs réguliers en 2021.

On peut illustrer cette hausse avec la célèbre chaîne d'information « Les actus du jour - Hugo Décrypte » qui se positionne largement en tête des audiences de podcasts en France devant les géants de la radio française. Cette montée en popularité du podcast natif est de plus en plus préoccupante pour les stations de radio traditionnelles comme France Inter ou RTL qui vont devoir s'adapter à ce nouveau format qui semble plaire aux auditeurs.

On peut alors supposer que la simple mise à disposition de contenus sur les plateformes de podcast ne suffit plus à attirer le maximum d'auditeurs. Les grands acteurs de la radio française doivent donc se tourner vers des contenus plus simples, plus accessibles et plus intimes pour toucher un public plus large, à l'instar de la démarche adoptée par Hugo Décrypte.

Avec l'accroissement du nombre d'auditeurs et de créateurs de podcast natifs, les deux questions que l'on peut se poser sur ce nouveau format médiatique sont : pourquoi semble-t-il séduire une grande partie des français ? Et peut-il se positionner comme étant le futur de la radio ?

Avant de commencer notre enquête, nous avons élaboré quelques hypothèses qui pourront être affirmé ou infirmé selon nos résultats :

1. Le podcast se popularise chez un public plus jeune car le mobile est le terminal sur lequel les français utilisent le plus les plateformes d'écoutes, notamment les 18-34 ans selon My media group.
2. Le format est apprécié car il permet de se libérer des contraintes temporelles et d'avoir une écoute à la demande.
3. Le podcast tisse un lien plus intime entre émetteur et auditeur. Le podcasteur ne s'adresse pas à un public nombreux lorsqu'il parle, il s'adresse à une auditrice, un auditeur à la fois.

4. Le podcast offre un vaste choix de contenu d'informations qui s'adapte aux demandes de chaque auditeur (temps d'écoute, choix du créateur, thème, type d'information...)
5. Les podcasts d'information natifs proposent des contenus plus concis, simples à comprendre, dynamiques et de courte durée, ce qui répond aux préférences de consommation des jeunes qui privilégient des contenus stimulants à l'image de Tik Tok par exemple.

II. Questionnaire

➤ Voir pages questionnaire

Notre questionnaire a pour but de récolter des données quantitatives sur la consommation de podcast natif des individus. Notre questionnaire ouvert à tous est destiné à un public de 18 ans jusqu'à 55 ans, qu'il soit consommateur de podcast ou habitué de la radio.

Nous avons choisi un public assez large car nous savons que cette pratique d'écoute à la demande est écoutée par des tranches d'âge très diverses, les jeunes étant les plus grands consommateurs. Selon le site internet « Les Makers », 60% des auditeurs du podcast natif sont des personnes ayant moins de 35 ans. À l'inverse, les podcasts d'émissions de radio comme France Inter sont écoutés en majorité par des personnes de plus de 50 ans.

Nous avons choisi un échantillon assez large dans toute la France, nous le partageront donc à 500 personnes environ en espérant 1000 réponses. Pour espérer autant de réponses, nous feront appel à des créateurs de podcasts qui pourront partager ce questionnaire sur leurs réseaux et pourquoi pas en parler dans un de leur podcast. De plus, nous espérons pouvoir distribuer des flyers au Paris Podcast Festival qui se déroule au mois d'octobre.



Figure 1 Flyer imaginé pour le Paris Festival Podcast

Nous avons séparé notre questionnaire en 3 parties en commençant par un talon sociologique qui est primordial pour avoir les données des sondés comme leur âge, leur genre ou leur lieu de résidence. Après ces questions de présentation, nous avons commencé par filtrer nos répondants en leur demandant s'ils écoutent ou non des podcasts d'information, sinon pourquoi, et s'ils écoutent d'autres types de podcasts ? Ces questions nous permettent ainsi

de déterminer les profils des consommateurs de podcasts d'information, ainsi que ceux qui n'en n'écoutent pas.

Nous passons donc à la seconde partie de notre questionnaire destiné aux auditeurs de podcasts d'information qui va nous permettre de comprendre les habitudes de cette pratique d'écoute à la demande. Nous cherchons à savoir où les utilisateurs écoutent des podcasts, sur quels supports, à quel moment de la journée, à quelle fréquence... Nous posons une dernière question afin de diriger les auditeurs de podcasts vers leur contenu préféré (natif ou rediffusions de média traditionnel.)

La troisième et dernière partie de notre questionnaire se divisera donc en 2 catégories. Nous posons uniquement une question aux auditeurs de podcast de rediffusion qui est de savoir pourquoi ils préfèrent ce format à l'autre. Nous avons laissé cette question ouverte afin de mieux connaître leurs préférences et pourquoi ils privilégient ce contenu par rapport aux podcasts natifs. Bien que cela ne soit pas notre sujet principal, nous avons tenu d'en parler car ces derniers représentent une part importante des écoutes de podcasts. De ce fait, comprendre leur point de vue vis-à-vis du podcast natif nous permettrait de mieux appréhender le sujet.

Pour les auditeurs de podcast natifs d'informations, la suite du questionnaire traitera plus précisément de leurs manières de consommer ces contenus. Nous demandons les atouts principaux de ce type de podcast et s'ils sont attachés à un créateur de contenu, ce qui nous permettra d'en savoir plus sur ce que l'auditeur écoute et quel type d'information il consomme. Nos dernières questions vont sonder l'auditeur sur l'avenir du podcast et s'il peut devenir le futur de la radio. C'est une question que se pose également Radio France dans leur podcast « Le podcast : le futur de la radio ? ». À cette question ouverte, nous attendons des réponses qui pourront nous aider à relever les points positifs et négatifs que trouvent les répondants à ces deux médias d'informations.

Notre questionnaire sera diffusé pendant une durée de 6 mois à compter du 1^{er} juin 2023 en espérant un taux de réponse de plus de 70%.

III. Guide d'entretien

Présentation :

« Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à cet entretien qui prendra la forme d'un semi-directif. Je suis intéressé.e par votre opinion sur le podcast natif et son impact sur l'avenir de la radio. Nous allons discuter pendant 1h dans ce café, n'hésitez pas à répondre aux questions le plus librement possible. Avancer de commencer, je tiens à vous rappeler que vos réponses seront utilisées uniquement à des fins d'analyse et ne seront jamais reliées à vos nom et prénom. »

1. Pouvez-vous me dire ce que vous entendez par « podcast natif » et pourquoi, selon vous, cette pratique est de plus en plus populaire auprès des auditeurs ?
2. Comment le podcast natif se différencie-t-il de la radio traditionnelle ? Quels sont les avantages du podcast natif par rapport à la radio diffusée en direct ?

3. Pensez-vous que nous faisons face à des publics différents entre le podcast natif et la radio traditionnelle ? Les publics qui écoutent des podcasts sont-ils les mêmes que ceux qui écoutent la radio ? Dans votre entourage, connaissez-vous des personnes intéressées par les podcasts natifs ? Quels sont leur profil ? Sont-ils jeunes ? Habitent-ils dans des grandes villes ?
4. Selon vous, quel est l'impact du podcast natif sur la radio traditionnelle ? Le podcast natif peut-il remplacer complètement la radio en direct ou les deux peuvent-ils coexister ?
5. Selon vous, comment les stations de radio peuvent-elles s'adapter pour rester pertinentes ? Pouvez-vous me donner les atouts dont disposent la radio et que les podcasts n'ont pas ?
6. Pensez-vous que le podcast natif est l'avenir de la radio ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi pas ? Quelles sont vos prévisions pour l'avenir de la radio et des podcasts natifs ?

Consignes pour enquêteur : si l'enquêté ne sait pas ou n'a pas d'idée, ne pas oublier de la relancer sur ces pratiques, ce que lui préfère et il sera donc plus à même d'en parler.

Conclusion :

Merci beaucoup d'avoir pris le temps de discuter de cette problématique avec moi. Avez-vous des commentaires à faire concernant les podcasts que je n'aurai pas pris en compte pour continuer notre discussions ? A défaut, vos réponses ont été très intéressantes et m'ont permis de mieux comprendre votre point de vue.

Grâce au questionnaire, nous recevons des informations générales et des données statistiques. En revanche, l'entretien nous permettra d'obtenir des réponses qualitatives, basées sur des ressentis, des émotions, des habitudes. Nous avons décidé d'établir notre entretien sur la base d'un échantillon de 50 personnes ayant répondu à notre questionnaire en amont et qui écoutent des podcasts d'informations natifs. À la fin de notre questionnaire, nous avons demandé aux répondants leur accord pour nous accorder un entretien pour approfondir ce sujet en laissant leurs coordonnées.

Nous avons décidé d'organiser les entretiens dans un café car nous pensons que c'est un lieu plus chaleureux pour discuter des podcasts, permettant de sécuriser l'enquête et de mettre l'interlocuteur plus en confiance.

Nous avons décidé de mener un entretien semi-directif avec une grille de questions au préalable dans un ordre bien défini, tout en laissant place à la parole avec notre interlocuteur.

Dans la première partie de l'entretien, nous avons essayé d'obtenir une réponse à la question principale de notre problématique : « Pourquoi le podcast natif se popularise-t-il auprès des publics ? ». Il fallait également déterminer ce que la personne entendait par le terme « podcast natif » afin de voir comment elle-même pouvait définir cette notion. Les avantages du podcast natif par rapport à la radio sont également des points importants à déterminer. Ici, nous nous sommes référés au questionnaire, mais cette fois nous pouvons obtenir une réponse plus

développée. Grâce à la question sur les publics, nous pouvons confirmer notre hypothèse selon laquelle les podcasts natifs deviennent populaires auprès d'un groupe d'âge spécifique (les jeunes).

Dans la deuxième partie de notre entretien, nous avons essayé d'obtenir des réponses de notre problématique concernant l'avenir de la radio. Nous avons donc posé une question sur l'impact du podcast natif sur la radio, et demandé si la personne interrogée pouvait suggérer des solutions pour que la radio reste pertinente. Enfin, nous avons directement demandé l'avis de l'interviewé pour savoir si les podcasts sont l'avenir de la radio.

IV. Protocole d'observation

- **Objectif de l'observation** : comprendre les raisons pour lesquelles le podcast se popularise auprès des publics et repérer les éléments pouvant indiquer ce format d'écoute comme étant le futur de la radio ou du moins un média qui ne cesse de se développer.
- **Planification de l'observation** :
 - Prévoir les lieux où se rendre, les horaires ainsi que les chercheurs et les podcasteurs présents sur place.
 - S'imprégner du format podcast en écoutant plusieurs podcasts sur les plateformes d'écoute, en consultant les sites internet et réseaux sociaux des créateurs présents au festival.
 - Maîtriser le vocabulaire de cet écosystème. Cela se fait par la consommation des podcasts, la lecture d'articles sur le sujet afin de pouvoir intégrer le vocabulaire et les codes associés.
 - Naviguer sur les réseaux sociaux numériques afin de voir les tendances liées au podcast et être renseigné sur le sujet.
- **Observation** :
 - Observer les individus présents : genre, âge.
 - Aller au contact des individus en tant que festivalier pour comprendre leur présence et ce qu'ils aiment à travers ce format d'écoute.
 - Échanger avec les créateurs sur leur façon de percevoir cette nouvelle façon de créer du contenu audio.
 - Échanger avec les individus sur leur rapport avec la radio : auditeur régulier ? N'écoute que très rarement ? N'écoute jamais ? Les critiques personnelles qu'ils peuvent apporter.
 - Prise de photographies discrètes afin de pouvoir visualiser des choses qui auraient pu nous échapper lors de l'évènement. De la même façon, c'est un moyen de garder une trace visuelle et d'appuyer notre propos.
- **Analyse des données** :
 - Analyser les données collectées au fil de notre observation. Ceci nous permet de distinguer les raisons pour lesquelles le podcast se popularise et d'identifier s'il peut potentiellement être le futur de la radio. On compare et détermine les avantages ainsi que les inconvénients récoltés au fil de notre observation.

Afin de mener au mieux nos recherches, nous avons choisi d'observer les personnes présentes au Paris Podcast Festival. Cette observation a pour objectif d'obtenir des données qualitatives sur la consommation de podcast natif de la part des individus présents sur place. En nous rendant sur le terrain, cette démarche nous permet de récolter davantage d'informations afin de mieux comprendre le comportement et les pratiques associés aux consommateurs de podcast natif.

Fondé en 2018, ce festival permet depuis 5 ans aux amoureux de podcast de se rassembler pendant 4 jours. C'est le premier festival français dédié à tous les genres de podcast natif. Sur place : auditeur régulier, créateur de podcast, curieux... tous les horizons sont réunis pour partager cette nouvelle culture d'écoute. Ainsi c'est dans ce contexte que nous avons choisi d'approfondir nos recherches.

Nous avons choisi de réaliser une observation participante. L'objectif étant d'assister à cet événement en tant que festivalier et non en tant que chercheur afin d'être au plus près des codes partagés par le groupe social observé. Ce principe nous permettra de nous rapprocher du public et de récolter des informations les plus transparentes possible. L'avantage de cet événement est qu'il rassemble de nombreux types de personnes allant de l'auditeur au créateur. Un moyen d'enrichir nos recherches en observant différents portraits.

De la même façon, notre observation sera structurée car préparée en amont. Nous avons décidé d'observer l'intégralité des 4 jours du festival afin de récolter davantage de réponses à nos questions. Les horaires ainsi que les lieux à fréquenter seront choisis avant de nous rendre sur place. Cette organisation nous permet de contrôler au mieux tous les aspects pouvant biaiser nos recherches.

Notre protocole d'observation est divisé en quatre parties, et commence par définir les objectifs poursuivis par cette observation. Cette première étape permet de recentrer les visées de l'observation.

Par la suite, nous indiquerons la démarche à suivre avant de débiter l'observation. Ici, cette étape est primordiale afin de cerner ce qui nous intéresse et pouvoir être efficace dans la récolte d'informations sur le terrain. Dans notre troisième partie, nous indiquerons les actions à faire une fois sur place. Un moyen de tout mettre au clair pour être le plus performant possible. Pour clôturer notre observation, nous terminerons par l'analyse des données récoltées tout au long des 4 jours du festival. Un travail nécessaire afin de pouvoir répondre à notre problématique.

Table des matières

I. Introduction	1
II. Questionnaire.....	4
III. Guide d'entretien.....	5
IV. Protocole d'observation	7

	Participation au dossier
THOMAS Héloïse	25%
REITH Alexis	25%
VANNIER Alexis	25%
GARNYS Alicja	25%
	= 100% Tout le monde a participé de manière égale dans ce dossier

Sitographie :

- <https://www.parispodcastfestival.com/>
- <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/soft-power/le-podcast-le-futur-de-la-radio-1910621>
- <https://www.acpm.fr/Les-chiffres/Frequentation-Podcasts/Classements-Podcasts>
- <https://jai-un-pote-dans-la.com/mais-qui-sont-les-auditeurs-de-podcasts-natifs/>