Découvertes

Prince de la magie

L'illusionniste phénomène Donovan se produit à Genève

Spectacle — 42-43

La première gorgée…

La lager, bonne bière ou «blonde de soif»?

Brasseries artisanales — 47

Getty Images

Le podcast, un objet culturel à part entière

À la carte La Suisse romande a rattrapé son retard en termes de production de contenus. Et si la RTS domine le marché, des labels indépendants ont vu le jour. Leur principal défi: se faire repérer dans l'offre pléthorique.

Nature, histoire, affaires criminelles, littérature… l'offre podcasts est suffisamment vaste pour satisfaire tous les publics. Getty Images

Albertine Bourget

L'amitié. Orson Welles et William Shakespeare. La séparation amoureuse. La télé-réalité américaine «The Bachelor». La méditation. Les naufragés de Lampedusa. L'affaire Grégory. Le narcissisme. L'écrivaine irlandaise Sally Rooney. Le voyage en train et l'imaginaire. Etc. Cette liste à la Prévert, dont nous vous épargnerons l'intégralité, est celle de podcasts qui nous ont été signalés ces dernières années par une proche. «Quel que soit le sujet qui vous intéresse, il existe probablement un podcast dédié», sourit Cécile Détraz, assistante doctorante à l'Académie du journalisme de Neuchâtel.

Pour son travail de thèse, la chercheuse s'est penchée sur des récits intimes recueillis par des journalistes de Suisse romande. Dès son apparition, rappelle-t-elle, le podcast fait la part belle aux témoignages. «Cette transmission orale est bien sûr présente à la radio, mais le podcast en est le degré supplémentaire. Et puis, avec les écouteurs, vous avez presque la personne dans la tête.»

Pour rappel, le podcast dit «natif», comme une émission radio, raconte une histoire sonore. Mais là où l'émission est pensée pour une grille horaire, le podcast, créé pour une diffusion numérique, est destiné à un public spécifique, qui peut l'écouter où et quand il veut.

Culture «mainstream»

En 2014, l'enquête américaine diffusée dans le podcast «Serial» «propulsait le podcasting dans la culture mainstream», saluaient les Peabody Awards. Alors consacrés à des thématiques peu traitées par les grands médias, ils sont devenus des plateformes prisées outre-Atlantique par des personnalités telles que Barack et Michelle Obama (séparément), l'épouse du prince Harry Meghan, l'actrice Julia Louis-Dreyfus («Seinfeld», «Veep») dont la série d'entretiens «Wiser Than Me» a reçu l'Apple Podcasts Award en 2023 ou encore, plus près d'ici, l'artiste britannique Dua Lipa, hébergée par la BBC.

En Suisse romande, «Le Temps» (avec son podcast «Brise-glace») puis la RTS qui se sont lancés en 2018 ont été suivis par, en vrac, les magazines «L'illustré» ou «Générations», «Terre & Nature» ou «Swissinfo», sans parler de «24 heures» qui propose la série santé «Entre parenthèses». Le dernier épisode

Suite en page — 40

Suite de la page 39

Le boom des podcasts

en date revient sur le traumatisme des fausses couches.

Les médias, dont certains ont arrêté l'aventure faute de financement, ne sont de loin plus les seuls à proposer leur podcast. Dans la foulée, des labels indépendants alternant entre créations propres et réalisations de mandats ont vu le jour, comme Chahut Média ou Audiosensible *(voir interview page 41)*.

«Ces dernières années, le produit a été pris en main par tout un tas d'acteurs, des amateurs ou des professionnels d'autres milieux que les médias, la formation, la communication…» relève Cécile Détraz. Citons, là aussi sans prétention à l'exhaustivité, le think tank Avenir Suisse, la DDC, le Secrétariat d'État aux migrations, l'armée, la «Revue médicale suisse», la Caisse de compensation du canton du Valais, la Ligue genevoise contre le cancer ou le Gruyère AOP.

«Quel que soit le sujet qui vous intéresse, il existe probablement un podcast dédié.»

Cécile Détraz
Assistante doctorante à l'Académie du journalisme de Neuchâtel

Sans parler des anonymes: l'année dernière, le Prix du public des Swiss Podcast Awards, lancés à Zurich en 2023 au vu d'une production nationale estimée à un millier de contenus, est revenu à une jeune Alémanique. Très suivie sur Instagram et TikTok, Emma confie ses états d'âme dans «Los emmal» – à l'échelle suisse et toutes proportions gardées, elle peut être comparée à l'influenceuse Lena Situations et son «Canapé six places», le podcast le plus écouté en 2024 sur Spotify France.

Croissance explosive

«Avec le boom des podcasts, la production audio est incroyablement riche», confirme Christian Müller, responsable du programme du festival SONOHR, dont la 15e édition vient d'avoir lieu à Berne. Reste la grande question: comment se faire repérer pour émerger et fidéliser son public? Les audiences parfois très confidentielles des productions de la Confédération ont récemment été épinglées par la «NZZ am Sonntag». Laquelle a omis de préciser que ces podcasts-là ne peuvent pas faire l'objet de promotion.

«Face à cette croissance explosive, la «découvrabilité» reste le plus grand défi pour les podcasteurs», soulignait récemment Victoria Marchand, à la tête du média Cominmag – lequel a bien entendu son podcast. Elle a lancé un concours pour la Suisse romande, Le meilleur du podcast. L'événement, qui «vise à promouvoir l'excellence et l'innovation dans le monde du podcasting en Suisse romande», se tiendra le 3 avril prochain à Lausanne.

«Le problème, c'est que nous n'avons pas de mesures d'audience globales comme pour la radio et la télévision. Les plateformes privées vous donnent les chiffres qu'elles veulent.» En résulte «une absence de visibilité problématique pour le marché publicitaire. Les régies publicitaires veulent des chiffres. Nous avons donc décidé de lancer ce concours pour voir, justement, s'il y a un marché ou pas, et montrer la richesse de la production romande.»

En France voisine, la production pléthorique fait face à un marché saturé malgré ses 16,4 millions d'auditeurs. Le studio Binge Audio, en liquidation judiciaire, a dû lancer une campagne de financement pour poursuivre «Le cœur sur la table», suite des «Couilles sur la table», de la journaliste Victoire Tuaillon, qui a tout de même été licenciée à la fin de l'année.

12 millions d'écoutes

De son côté, la RTS a rattrapé son retard initial: elle en est à 35 podcasts natifs, pour lesquels elle vise une moyenne de 8700 écoutes par épisode. Lancé pour les enfants pendant le confinement, «Les histoires de Millie D.» dépasse aujourd'hui les 12 millions d'écoutes cumulées, ce qui en fait le podcast RTS le plus écouté devant «Crimes suisses» (moyenne de plus de 31'600 écoutes par épisode).

Le but est clair: rajeunir l'audience. Et «c'est concluant, indique la productrice Magali Philip: «Le point J» est écouté à 62% par les moins de 34 ans. Avec d'autres, on atteint les moins de 45 ans.»

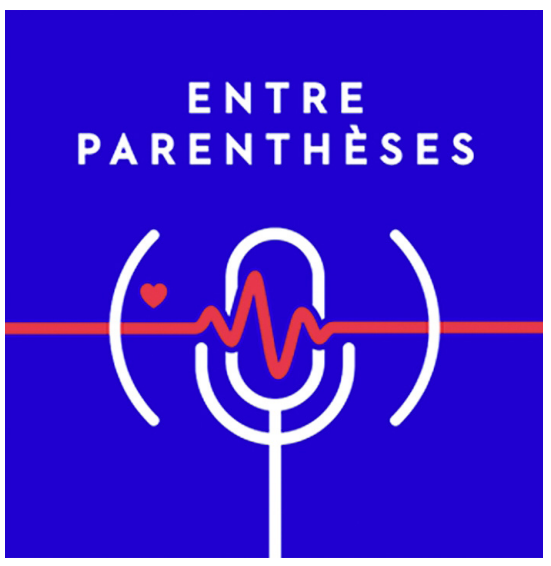
Après «Coulisses d'une pandémie», la RTS proposera, dès le 31 mars, «L'affaire Gurlitt – Une ombre au tableau»: une «enquête captivante» autour de la vaste collection d'art allemande léguée au Kunstmuseum de Berne en 2014. L'affaire avait fait le tour du monde, éclairant les zones d'ombre autour des œuvres spoliées par les nazis.

Toutes les productions maison sont diffusées sur des plateformes externes, dont les incontournables Apple et Spotify. «C'est un vrai plus pour attirer un public plus jeune. Mais notre objectif, à terme, est que la grande majorité des écoutes se fasse sur nos propres plateformes. Ce sera essentiel pour en maîtriser la promotion», indique Magali Philip.

Première «élection podcast»

Pour les observateurs politiques outre-Atlantique, l'élection présidentielle de novembre dernier a été la première «podcast election», selon le terme du site politique américain The Hill. Comprendre, celle qui a vu l'influence des podcasts prendre le pas sur toutes les autres formes de médias. Quelques jours avant l'élection, Donald Trump accordait trois heures d'entretien à Joe Rogan, qu'il a d'ailleurs remercié dans son discours d'investiture.

Ancien champion de taekwondo et ex-commentateur télé, Joe Rogan, complotiste, antisystème et accessoirement vulgaire, est surtout le podcasteur le plus écouté à l'échelle mondiale. En décembre dernier, «The Joe Rogan Experience» comptait 19,3 millions d'abonnés et cumulait des milliards d'écoutes sur diverses plateformes, dont Spotify, avec lequel l'animateur a signé un juteux contrat non exclusif. Contrairement à la majorité des podcasts, son audience est masculine à plus de 80%.



Notre sélection dans la jungle des podcasts

À découvrir Des histoires de sectes, de popstars ou de lapin, d'ici ou d'ailleurs.

«Soleil noir, autopsie d'une secte» (RTS)
Par le biais d'interviews, d'archives sonores de la secte et d'enregistrements de police, Fanny Moille et Gautier Renault reviennent sur les suicides collectifs à l'Ordre du Temple solaire en 1994. Dix épisodes qui leur ont valu de figurer dans le top 20 des podcasts 2024 du magazine «Télérama».

«Au cœur des champs» (Terre & Nature)
Entre 2021 et 2022, la journaliste Lila Erard se penche sur les amours d'agriculteurs, hommes et femmes, romands. Et évoque l'homosexualité, le divorce, la transmission de la ferme, la participation à l'émission «L'amour est dans le pré»… Une série sensible repérée et reprise par le média français en ligne Slate.

«Under Pressure» (Chahut Média)
Nous sommes au milieu des années 70. Les idoles de la pop que sont Nina Simone, David Bowie et Freddie Mercury sont en roue libre. Elles viennent s'installer au bord du Léman pour sauver leur peau. De Montreux à Genève en passant par Nyon, cette série du label genevois mène l'enquête sur ces vies secrètes en Suisse romande.

«Vieille peau» (Reportage)
Être une «vieille peau», c'est la catastrophe. Vraiment? Au fil des épisodes qu'elle écrit et réalise, la comédienne genevoise Charlotte Dumartheray entremêle des témoignages à son récit personnel pour affronter les peurs et dédramatiser les rides et les années qui s'accumulent. Un travail nommé au festival 2025 de podcasts Sonohr.

«Shame on You» (Slate Audio)
En 2011, les journalistes reporters d'images Marine Pradel et Anne-Cécile Genre couvrent l'affaire Dominique Strauss-Kahn à New York. Depuis, #MeToo est passé par là. Au fil de huit épisodes, elles s'interrogent sur leur propre travail et sur la frénésie médiatique de l'époque. Salutaire et éclairant.

«La chute de Lapinville» (Arte Radio)
Le podcast n'est pas forcément documentaire, la preuve: au fil des épisodes de quelques minutes, les méfaits de Lapin, pervers narcissique en fin de droits qui doit retourner chez ses parents, prennent de l'ampleur. Arte a investi pas moins de 800'000 euros (plus de 756'000 francs!) dans cette fiction grinçante lancée il y a un an.

«Les pieds sur terre» (France Culture)
Cette émission de documentaire radio d'une demi-heure, produite depuis 2002 par Sonia Kronlund, est aujourd'hui un podcast très suivi.

«Affaires sensibles» (France Inter)
Les plus de 2800 épisodes de l'émission de Fabrice Drouelle, diffusée en semaine à 15 h, reviennent sur les affaires et les procès marquants.

Les écoutes de podcasts dans le monde

Les données varient selon les sources. Selon certaines estimations, près de 550 millions de personnes ont écouté au moins un des 3 millions de podcasts disponibles dans le monde en 2024, soit une progression sur un an de 7,85%. YouTube, Spotify et Apple Podcasts sont les plateformes les plus utilisées. Selon le World Advertising Research Center, les dépenses publicitaires mondiales pour ce médium dépasseront les 5 milliards de dollars en 2025.

Dans la série américaine «Nobody Wants This», Joanne (Kristen Bell, à g.) et sa sœur Morgan (Justine Lupe) parlent sexualité et sentiments sur leur podcast.
Netflix

Les podcasteurs se sont imposés dans les séries

Fictions Les productions télévisées mettent désormais en scène des passionnés d'affaires criminelles ou des «expertes» de la vie amoureuse et sexuelle. Le reflet d'un engouement mondial.

Matthias Schüssler

Lorsqu'elle déboule sur le petit écran en 1998, Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker) est connue à New York pour la chronique qu'elle écrit chaque semaine dans le journal fictif «The New York Star». Le titre de ladite chronique: «Sex and the City». Signe des temps, lorsque HBO relance ses aventures dans «And Just Like That…» (2021), la désormais quinquagénaire s'est tournée vers le podcast. Où elle parle, bien sûr, de sexualité et d'identité de genre.

Cette même année 2021, la plateforme Hulu sort «Only Murders in the Building» (visible sur Disney+). La série, qui vient d'être renouvelée pour une cinquième saison, met en scène trois voisins (Selena Gomez, Steve Martin et Martin Short) passionnés d'histoires criminelles. Lorsqu'un habitant de l'immeuble décède, le trio décide d'enquêter – et de lancer son propre podcast.

La vague du «true crime»

La tendance n'a pas échappé à Netflix. La plateforme a récemment ajouté à son vaste catalogue deux séries mettant en scène des podcasteurs. Dans la délicieusement romantique «Nobody Wants This» (la deuxième saison est prévue pour cette année), l'héroïne tente de se faire un nom dans la jungle des podcasts en évoquant crûment la sexualité avec sa sœur. Son travail sert surtout à montrer combien son coup de foudre pour un rabbin déstabilise leur entourage.

Un Américain qui débarque dans une ville (fictive) d'Irlande et s'intéresse à des disparitions survenues vingt-cinq ans plus tôt lors de la (vraie) fête traditionnelle de Samhain: tel est le pitch de «Bodkin», proposée par Higher Ground, la société de production de Barack et Michelle Obama. Surfant sur la vague du *«true crime»*, c'est-à-dire l'intérêt du public pour les affaires criminelles, le personnage principal cherche avant tout à séduire ses auditeurs, se souciant peu de la vérité tant que l'histoire est bien racontée.

Personnages caricaturaux

Ces personnages de fiction sont caricaturaux, mais les podcasts consacrés à de vraies affaires criminelles comptent parmi les plus populaires, que ce soit en Suisse romande ou aux États-Unis. En 2014, le podcast d'investigation «Serial» se penchait sur le meurtre d'une lycéenne qui avait eu lieu à Baltimore en 1999. Le retentissement mondial du podcast, initialement diffusé par une radio de Chicago puis racheté par le «New York Times», a largement contribué à ce que l'affaire soit rejugée.

L'appétit des auditeurs pour ce genre de récits, notamment des affaires non résolues, ne se dément pas: la chaîne ABC vient d'annoncer le renforcement de sa division *«true crime»* par le biais de plusieurs podcasts. Consacré aux accusations (viols et violences sexuelles, notamment) pesant sur le rappeur Sean Combs, alias P. Diddy, «Bad Rap: The Case Against Diddy» sera lancé le 25 mars.

Vingt ans après le lancement du tout premier podcast, le «Daily Source Code» d'Adam Curry, les podcasts sont désormais considérés comme des médias à part entière. Dans la fiction, à l'instar de Gilbert Power dans «Bodkin», les podcasteurs s'avèrent parfois touchants, parfois agaçants ou drôles. De quoi faire souffler un air frais sur les figures vues et revues des enquêteurs et autres détectives. En tant que héros ou héroïne de série, le podcasteur a de l'avenir.

Adapté de l'allemand par Albertine Bourget

«Oui, le podcast, c'est de l'art»

Un marché en plein essor Les podcasts suscitent toujours plus d'intérêt en Suisse, mais il reste difficile d'en vivre. Interview de la créatrice Laure Gabus, qui plaide pour un soutien public.

En Suisse aussi, le podcast a désormais le vent en poupe, notamment chez les jeunes. Selon les chiffres de deux études différentes menées en 2024, 12,8% de la population en écouterait régulièrement, et jusqu'à 4 millions de personnes occasionnellement. Deux choses sont certaines: la proportion est la plus forte chez les 14-29 ans, et les taux d'écoute sont en progression constante.

Il n'est cependant pas évident de se faire une place dans un marché aussi riche, comme l'explique la Genevoise Laure Gabus, fondatrice de l'association Reportage et du label Audiosensible.

N'importe qui peut lancer son podcast, c'est juste?
Techniquement, le podcast est un fichier audio en format MP3 mis en ligne. Tout le monde peut donc le faire. Sur le plan éditorial, c'est plus compliqué. Comparons un bon podcast avec un bon plat de cuisine! Celui qui plaît au public est très probablement concocté avec soin par une personne professionnelle qui maîtrise l'art de la narration, de l'interview et du montage.
Il est difficile d'avoir des données complètes pour la Suisse romande. Pourquoi?
Le marché romand est petit par rapport au marché français. Et on sait qu'il est possible de biaiser les statistiques par l'achat de clics, notamment. Pour ne pas entrer dans ce jeu-là ni mettre les podcasts de l'association en compétition, nous préférons être discrets sur les chiffres d'écoute. Cela dit, nous connaissons les données grâce à la plateforme d'hébergement utilisée, qui les détaille via la technologie du flux RSS, et certains succès d'écoute sont impressionnants!
Comment se faire une place?
Je reprends ma métaphore culinaire: comme un restaurant! En proposant du bon contenu, en faisant un bon marketing et en réfléchissant au bon référencement pour les portails de recherche.
Arrivez-vous à en vivre?
Il est possible de vivre de podcasts réalisés pour des institutions ayant un budget dédié. Mais il est plus compliqué d'en vivre comme d'un art, car le podcast n'est pas encore reconnu comme discipline culturelle en Suisse. Je suis membre du réseau national pour la création sonore eCHo, qui plaide pour des fonds dédiés, comme il en existe pour le cinéma, le théâtre ou la littérature. La Ville de Genève a créé le premier soutien public de ce type. Nous espérons que cela inspirera d'autres municipalités et institutions, et que le podcast et la création radiophonique apparaîtront dans le prochain Message culture de la Confédération.
Le podcast est-il de l'art?
Oui, s'il suscite réflexions et émotions. Le podcast, ce n'est pas juste une conversation entre deux personnes, ça peut aussi être une œuvre qui englobe plusieurs disciplines. Le podcast «Les femmes qui lisent», que j'ai réalisé autour de la vie et de l'amitié de quatre octogénaires genevoises, c'est trois ans de travail, d'écriture, de montage, de la musique composée pour… Une nouvelle discipline culturelle est en train d'émerger.
Êtes-vous en compétition avec la RTS?
Non, je nous vois comme complémentaires. Quand un bon podcast marche, je suis supercontente! Voyez «Gouinistan & Co.» de Christine Gonzalez et Aurélie Cuttat, qui a reçu des récompenses nationales et internationales. Leur succès contribue à faire connaître les productions suisses romandes.

Albertine Bourget

Yves Leresche

«Le podcast n'est pas encore reconnu comme discipline culturelle en Suisse.»

Laure Gabus
Fondatrice de l'association Reportage et du label Audiosensible