



Regroupement des organismes communautaires
autonomes jeunesse du Québec

Guide pratique pour créer un balado engagé

BIEN
PLUS QU'UNE
STORY
BALADO

1443, rue Fleury Est, Suite 300 • Montréal (Québec) H2C 1R9
Tél. : 514-388-7942 • info@rocajq.org



Table des matières

Introduction du projet.....	1
Pourquoi un balado pour votre organisme ?	2
La préproduction - comment se préparer?.....	3
Pourquoi produire un balado?.....	3
Quels sont les sujets à aborder et avec quelle forme?.....	3
À qui s'adresse mon balado ?	5
L'importance de l'identité visuelle	6
La production – comment s'y prendre?	6
Planifier les épisodes	6
La question du matériel.....	7
Recruter les invité-es.....	8
Optimiser les journées d'enregistrement.....	9
Préparer en amont le déroulement de l'épisode.....	9
L'enregistrement	9
La postproduction.....	10
La diffusion – comment l'assurer?	11
Choisir vos plateformes de diffusion	11
Soigner votre identité visuelle	12
Préparer une stratégie de communication	13
Adapter les contenus à chaque plateforme	14
Miser sur la régularité.....	14
Suivre les résultats	14
Aide-mémoire pour votre projet	16



Introduction du projet

Le balado « Bien plus qu'une Story » plonge au cœur des enjeux qui façonnent la vie des jeunes de 16 à 24 ans. Inspiré par les réalités recueillies auprès des organismes membres du ROCAJQ, le projet aborde sans détour les défis et les espoirs d'une jeunesse en mouvement.

Chaque épisode combine émotion et réflexion : une histoire fictive inspirée de parcours réels, suivie d'une capsule journalistique et d'une table ronde qui rassemblent jeunes, intervenants et experts pour faire entendre la diversité des voix et des expériences.

Le balado est disponible sur :



Site web



Spotify



YouTube

Ce projet est développé dans le cadre de l'appel à projets « Jeunesse bien informée » du Ministère de la Culture et des Communications du Québec.





Pourquoi un balado pour votre organisme ?

Un balado ou podcast est un excellent choix de médium pour captiver et informer un large public. Il peut être rapide à produire, à faible coût, tout en restant un média simple et facilement partageable. Il peut aussi être complété avec un format vidéo, écrit, etc. pour encore plus de possibilités. Le format épisodique et la spécificité du balado lui permettent aussi de construire rapidement une audience fidèle qui n'hésitera pas à suivre et à écouter chaque nouvel épisode.

Il est aussi extrêmement populaire. Selon l'institut de la statistique du Québec en 2024, c'est près de la moitié de la population du Québec (49 %) qui écoute des balados. Ce chiffre monte à près de 68% pour les jeunes de 15 à 29 ans.

Dans le cadre du communautaire, le balado s'est peu à peu imposé comme un outil efficace pour mettre sur le devant de la scène la réalité des organismes, partager leurs histoires et débattre sur des enjeux qui touchent la société québécoise.

Au-delà de sa portée médiatique, un balado peut également renforcer le sentiment d'appartenance au sein d'une communauté. En donnant la parole aux personnes directement concernées par les enjeux abordés, il crée un espace où les expériences, les préoccupations et les aspirations peuvent être partagées et valorisées. Pour maximiser cet impact, il est essentiel de choisir des sujets qui émergent des besoins et des réalités de la communauté plutôt que de leur être imposés.

Impliquer les membres de la communauté — et particulièrement les jeunes — dans le choix des thématiques, la préparation des contenus, la production ou même l'animation des épisodes favorise une plus grande appropriation du projet. Le balado devient alors bien plus qu'un outil de diffusion : il se transforme en un espace de dialogue, de mobilisation et de co-construction qui renforce les liens entre les participant-es et leur milieu.



La préproduction - comment se préparer?

Il existe plusieurs prérequis à réaliser avant de se lancer dans la production de son premier balado.

Pourquoi produire un balado?

Il est tout d'abord impératif d'effectuer un important travail éditorial en amont, prenez le temps de définir la raison d'être de votre projet.

Posez-vous les questions suivantes :

- Quel est l'objectif principal du balado ?
- Souhaitez-vous informer, sensibiliser, mobiliser ou divertir ?
- À quel besoin de votre organisme ou de votre communauté répond-il ?
- Comment saurez-vous que votre projet est une réussite ?

Quels sont les sujets à aborder et avec quelle forme?

Il existe autant de sujets qu'il y a de manières de les raconter. Le balado peut, par exemple prendre la forme :

- Une entrevue
- Une discussion en groupe
- Un reportage
- Une fiction
- Une chronique
- Une combinaison de plusieurs formats

Chacun de ces formats présente des avantages certains qui peuvent s'adapter aux objectifs choisis. Choisissez une formule qui sert votre message et qui est réaliste selon vos ressources. En déterminant le format narratif, il sera plus facile d'écrire le fil conducteur de chaque épisode.

Demandez-vous notamment :



- Quelle est la question centrale ?
- Comment capter l'attention dès les premières minutes ?
- Comment maintenir l'intérêt jusqu'à la fin ?
- Quel message souhaitez-vous que les auditeur·rices retiennent ?

	Pour le balado Bien plus qu'une story, l'objectif était de mettre en lumière les réalités vécues par les jeunes d'aujourd'hui, tout en leur donnant la parole. Développé dans le cadre de l'appel à projets « Jeunesse bien informée » du Ministère de la Culture et des Communications du Québec, le balado était principalement un moyen de mieux informer la jeunesse sur ces enjeux.
--	--

De la même manière, il est important de déterminer ceux-ci afin d'avoir la première trame des besoins éditoriaux et de production. Est-ce que je souhaite interroger des intervenant·es de mon organisme afin de partager leurs ressentis ? Est-ce que je préfère mettre l'emphase sur des enjeux spécifiques de mon milieu par le biais d'un reportage journalistique ? Ou est-ce que je préfère apporter plus d'infos à mon public sur un sujet par le biais d'une entrevue avec un·e expert·e ? Encore une fois il n'y a pas qu'une seule recette miracle et les objectifs tout comme les moyens narratifs s'interchangent facilement.

Les meilleurs sujets sont souvent ceux qui émergent directement de la communauté.


- Quels enjeux préoccupent votre communauté ?
- Quels sujets reviennent régulièrement dans vos activités ?
- Quels mythes ou fausses perceptions mériteraient d'être déconstruits ?
- Quels témoignages gagneraient à être entendus ?

N'hésitez pas à consulter vos membres, vos partenaires ou les jeunes avant de choisir vos thèmes. Un balado est souvent plus riche lorsqu'il est construit avec la communauté plutôt que pour elle. Les participant·es, devront donc en toute logique, être des personnes concernées par les enjeux. Cela peut couvrir donc plusieurs catégories, surtout dans le cadre d'un balado produit par un organisme communautaire, où on pourra retrouver des :

- jeunes;
- organismes partenaires;

- expert-es;
- chercheur·euses;
- personnes ayant une expérience vécue.

À noter que leur implication peut commencer dès la phase de conception, en participant au choix des sujets ou à la validation des contenus. Et cela, qu'ils ou elles participent à la réalisation des épisodes ou non.

	Dans le balado du ROCAJQ, Bien plus qu'une story, chaque épisode se compose de 3 sections : un épisode d'une histoire fictive audio joué par de vrais acteur·rices, une capsule journalistique pour approfondir un sujet, et une table-ronde qui laisse la parole aux vécus expérimentiels des invités, dont des représentant·es d'organismes, des jeunes et des expert-es
---	--

À qui s'adresse mon balado ?

La prochaine étape sera en tout logique d'identifier le public cible de mon balado. Connaître son public est essentiel et il est primordial d'identifier à qui s'adresse votre balado. Si celui-ci peut être écouté par tous les types de populations, en déterminant plus précisément la cible, il sera plus facile pour vous d'identifier les sujets qui seront traités, mais également le ton choisi. Un balado qui se veut destiner aux jeunes n'aura pas forcément le même ton et les mêmes angles d'analyse qu'un balado destiné aux aînés, et inversement. Il est donc important de répondre à ces questions :

- Qui souhaitez-vous rejoindre ?
- Quel est l'âge de votre public ?
- Quels sont ses intérêts ?
- Sur quelles plateformes consomme-t-il du contenu ?
- Quel ton sera le plus approprié ?



L'importance de l'identité visuelle

Avant d'entrer dans la phase cruciale de la production d'un balado, il y a un point à ne pas négliger. Il faut planifier la communication de votre balado. Et cela passe notamment par une identité visuelle forte. Un titre accrocheur, un logo qui attire l'œil, des visuels pour chaque épisode et une présentation concise et claire de votre balado sont les clés pour s'assurer que sa diffusion se fasse le plus simplement possible. Si on peut imaginer que votre audience déjà acquise écoutera le balado, en soignant l'identité visuelle de celui-ci, vous assurez de vous démarquer d'autres balados et d'attirer un nouvel auditoire.

Notre conseil

Prenez le temps de réaliser cette réflexion avant d'enregistrer votre premier épisode. Une bonne préparation facilite toutes les étapes suivantes et permet de produire un balado plus cohérent, plus pertinent et mieux adapté à votre public.

La production – comment s'y prendre?

Une fois que ce premier travail de réflexion sera terminé, il sera déjà l'heure de commencer la production. À cette étape, vous devriez déjà avoir une partie ou la totalité du fil conducteur des épisodes, des sujets, mais aussi des invités.

Planifier les épisodes

Avant de réserver une salle ou d'installer les micros, préparez un calendrier de production.

Déterminez notamment :

- le nombre d'épisodes de la saison;
- les thématiques de chaque épisode;
- le format choisi (entrevue, discussion, fiction, reportage, etc.);
- les personnes invitées;
- la durée approximative de chaque épisode.

Un tableau de planification vous permettra de visualiser rapidement l'ensemble de votre saison et de répartir le travail.



Notre conseil : préparez plusieurs épisodes avant de publier le premier. Vous pourrez ainsi maintenir une fréquence de diffusion régulière.

La question du matériel

Le matériel dépendra de vos ambitions et de votre budget. Si un seul micro comme celui de votre téléphone et un logiciel de montage gratuit comme Audacity peuvent suffire pour enregistrer un balado, le rendu ne sera pas forcément à la hauteur de vos attentes. Si vous comptez avoir un balado avec une qualité professionnelle, deux choix s'offrent à vous :

Option 1 – Produire à l'interne

Si vous souhaitez développer un projet à long terme, investir dans votre propre équipement peut rapidement devenir rentable si vous prévoyez de pérenniser votre balado sur plusieurs saisons, voire même de fournir ou de louer ce matériel à d'autres organismes pour qu'ils puissent enregistrer dans vos locaux.

Le matériel de base comprend généralement :

- microphones;
- casque d'écoute;
- interface audio;
- ordinateur;
- logiciel de montage.

Des logiciels gratuits comme Audacity permettent déjà d'obtenir un très bon résultat, mais il existe des logiciels professionnels comme Adobe Audition, Pro Tools, Reaper...

Option 2 – Louer un studio

Si vous recherchez une qualité professionnelle dès le départ, un studio d'enregistrement peut représenter une excellente option.

Cette solution offre généralement :

- du matériel professionnel;
- une excellente qualité sonore;
- un accompagnement technique;



- parfois le montage et le mixage;
- un gain de temps important.

Le coût est plus élevé, mais cette option “clés en main” peut être particulièrement intéressante pour une première saison ou un projet ponctuel.

Recruter les invité·es

Le choix des invité·es contribue largement à la richesse d'un balado. Encore une fois, toutes les possibilités sont bonnes à prendre. Essayez de réfléchir par rapport à vos objectifs, et choisissez par exemple parmi :

- des jeunes;
- des personnes ayant une expérience vécue;
- des membres de votre organisme;
- des intervenant·es;
- des chercheur·euses;
- des représentant·es d'organismes;
- des élu·es ou des expert·es.

Avant l'enregistrement, prenez le temps de réaliser une courte rencontre préparatoire avec chaque personne invitée. Cela permettra notamment d'explorer en amont avec eux les sujets pour avoir une idée de ce qu'ils pourront partager comme informations et recadrer l'angle de la discussion si nécessaire.

Cette discussion permet :

- de présenter le projet;
- d'expliquer le déroulement de l'enregistrement;
- de préciser les thèmes qui seront abordés;
- d'identifier les éléments les plus pertinents à mettre en valeur.

Optimiser les journées d'enregistrement

L'organisation est un élément clé de la réussite d'un balado. Afin de gagner du temps pour vous et vos invités et d'économiser du budget, n'hésitez pas à enregistrer plusieurs épisodes d'affilés dans une même journée de tournage.

Cette approche permet non seulement de réduire les coûts, mais aussi d'optimiser les déplacements, de rentabiliser la location d'un studio et enfin de diminuer le temps consacré à l'installation du matériel.

Prévoyez toutefois une marge de manœuvre entre les épisodes. Il est courant pour un balado que les discussions dépassent facilement la durée estimée.

	<p>Pour l'enregistrement des dix tables-rondes du balado Bien plus qu'une story, les tournages, qui comprenaient une trentaine d'invités, ont été étalés sur 4 jours. Pour les parties fictives, les 10 épisodes ont été capturés en 3 séances d'enregistrement.</p>
--	--

Préparer en amont le déroulement de l'épisode

Même si la discussion doit rester naturelle, il est recommandé de préparer une feuille de route afin de pouvoir faciliter l'animation, tout en laissant la place aux échanges spontanés, et de garder une certaine continuité entre vos épisodes.

Celle-ci peut comprendre :

- l'introduction;
- la présentation des invité·es;
- les grandes questions;
- les transitions;
- la conclusion;
- l'annonce du prochain épisode.

L'enregistrement

Le jour du tournage, créez un environnement calme et accueillant pour vos invités.



Avant de commencer :

- testez tous les microphones;
- vérifiez les niveaux sonores;
- coupez les notifications des téléphones;
- expliquez le déroulement aux participant-es;
- prévoyez des rafraichissements pour éviter les déplacements pendant l'enregistrement.

Surtout, ne cherchez pas la perfection. Les hésitations, les silences ou les erreurs font partie du processus et pourront être corrigés au montage. L'important est de favoriser une discussion authentique.

La postproduction

Une fois l'enregistrement terminé, vient enfin l'étape du montage! L'objectif de cette étape est de ressortir avec un épisode final de qualité, parfaitement audible et qui surtout répond à vos objectifs et vos attentes.

Cette étape permet notamment :

- d'éliminer les longueurs;
- de retirer les erreurs;
- d'améliorer le rythme;
- d'équilibrer les niveaux sonores;
- d'ajouter une musique d'introduction ou de conclusion;
- d'intégrer des effets sonores lorsque cela est pertinent.

Afin d'éviter tout problème, veillez à utiliser uniquement des musiques et des effets sonores libres de droits ou pour lesquels vous détenez les autorisations nécessaires.

Si plusieurs personnes doivent réviser les épisodes avant leur diffusion, des plateformes collaboratives comme Frame.io facilitent le partage des commentaires et réduisent les allers-retours.



Notre conseil

Produire un balado est avant tout un travail d'organisation. Plus la préparation est soignée, plus les journées d'enregistrement seront efficaces et agréables. N'hésitez pas à commencer simplement, à apprendre de chaque épisode et à améliorer progressivement votre méthode au fil des saisons.

La diffusion – comment l'assurer?

Voici enfin venu le moment de faire connaître votre travail.

La diffusion est une étape tout aussi importante que la production. Un excellent balado ne rejoindra pas son public s'il n'est pas facilement accessible et bien promu. Il est donc essentiel de prévoir une stratégie de diffusion dès le début du projet, et non seulement une fois les épisodes enregistrés.

Le travail effectué en amont pendant la préproduction va donc vous être d'une grande utilité ici. En analysant les publics cibles, vous avez également pu commencer à identifier les plateformes les plus susceptibles d'atteindre vos auditeurs.

Choisir vos plateformes de diffusion

La première étape consiste à déterminer où votre balado sera hébergé et accessible.

Plusieurs options s'offrent à vous :

- **Votre site Web**

Vous pouvez héberger les épisodes directement sur votre site Internet. Cette solution permet de centraliser vos contenus, d'avoir la main sur tous les aspects de présentation et d'offrir davantage d'informations sur chaque épisode.

- **Une plateforme spécialisée**

Des services comme Ausha, Podcastics, Buzzsprout ou d'autres plateformes spécialisées permettent d'héberger votre balado tout en générant automatiquement un flux RSS compatible avec les principales plateformes d'écoute.

Ces solutions offrent souvent :

- des statistiques d'écoute;



- des outils de diffusion;
- une publication simplifiée;
- une distribution automatique sur plusieurs plateformes.

- **Les plateformes d'écoute**

Votre balado devrait être disponible sur les principales plateformes, notamment :

- Spotify;
- Apple Podcasts;
- Amazon Music;
- YouTube (version audio ou vidéo);
- toute autre plateforme pertinente pour votre public.

Notre conseil : privilégiez une plateforme d'hébergement qui diffusera automatiquement vos épisodes sur plusieurs services afin d'éviter de publier chaque épisode manuellement.

Soigner votre identité visuelle

Comme abordé précédemment, l'identité visuelle de votre balado est très importante pour aider à le faire connaître et le rendre attractif. Ne négligez surtout pas cet aspect! Avant même qu'une personne écoute votre balado, c'est son identité visuelle qu'elle verra.

Une identité visuelle forte permet :

- d'attirer l'attention;
- d'inspirer confiance;
- de rendre votre balado facilement reconnaissable.

Prévoyez notamment :

- un logo;
- une image de couverture;
- une palette de couleurs;
- une typographie cohérente;



- des visuels adaptés aux réseaux sociaux.

N'oubliez pas que la description de votre balado et de chacun des épisodes est tout aussi importante. Un bon titre et un texte clair donneront envie d'écouter votre contenu. Si vous n'avez pas cette expertise en interne, il peut être intéressant de faire appel à des ressources externes en graphisme ou en communications pour assurer une bonne diffusion.

Préparer une stratégie de communication

Ne vous contentez pas de publier votre épisode et d'attendre que les auditeur·rices le découvrent. Il faut prendre les devants et préparer un plan de communication comprenant différents outils, comme par exemple :

- publications sur les réseaux sociaux;
- infolettres;
- articles sur votre site Web;
- affiches ou dépliants;
- codes QR lors de vos événements;
- capsules vidéo;
- extraits audio;
- communications auprès de vos partenaires.

Utilisez tous les moyens de communication à votre disposition! Toutes les manières sont bonnes pour diffuser les sorties de chaque épisode. N'hésitez pas à solliciter les personnes invitées à votre balado pour les faire devenir d'excellents ambassadeurs. Encouragez-les à partager l'épisode auprès de leur réseau.

	<p>Pour favoriser le rayonnement du projet, le ROCAJQ a misé sur une stratégie de diffusion multiplateforme.</p> <p>Chaque épisode a été décliné sous plusieurs formats :</p> <ul style="list-style-type: none">• épisode complet en balado;• table ronde diffusée en vidéo sur YouTube;• article publié sur le site Web du ROCAJQ;• publications sur les réseaux sociaux;• page Web dédiée regroupant l'ensemble des contenus. <p>Cette approche a permis de rejoindre différents publics selon leurs habitudes de consommation de contenu.</p>
--	--

Adapter les contenus à chaque plateforme

Ne vous contentez pas d'une seule utilisation d'un épisode pour votre diffusion. En effet, un même épisode peut être décliné sous plusieurs formats.

Par exemple :

- un extrait vidéo pour les réseaux sociaux;
- une citation illustrée;
- un court extrait audio;
- un article présentant les principaux messages;
- une publication annonçant la sortie;
- une vidéo des coulisses.

Cette approche permet de rejoindre différents publics tout en maximisant la durée de vie de chaque épisode.

Miser sur la régularité

C'est un des points les plus importants. L'une des principales forces du balado est sa capacité à fidéliser son auditoire. Et cette fidélisation passe notamment par une régularité à respecter. Si vous êtes certains de pouvoir tenir un rythme de diffusion réaliste (une fois par semaine, toutes les deux semaines, une fois par mois, etc.), vous développerez auprès de votre audience, une certaine habitude d'écoute ainsi qu'un rendez-vous à ne pas manquer pour chaque sortie d'épisode.

Suivre les résultats

Après chaque diffusion, prenez le temps d'analyser les performances de votre balado.

Parmi les indicateurs utiles, il est intéressant de suivre :

- le nombre d'écoutes;
- le nombre de visionnements;
- la durée moyenne d'écoute;



- les téléchargements;
- les visites sur votre site Web;
- les interactions sur les réseaux sociaux;
- les partages;
- les commentaires.

Ces données vous permettront d'ajuster votre stratégie et d'identifier les sujets ou les formats qui suscitent le plus d'intérêt. De même, n'hésitez pas à interagir avec votre audience, à écouter leurs retours et critiques afin de pouvoir continuer à améliorer votre balado en continu.

Notre conseil

Ne considérez pas la diffusion comme la dernière étape du projet. Une bonne stratégie de diffusion se prépare dès le début de la production. En planifiant vos outils promotionnels, vos plateformes et votre calendrier de publication à l'avance, vous augmenterez considérablement les chances que votre balado rejoigne le public visé et continue d'être découvert longtemps après sa mise en ligne.



Aide-mémoire pour votre projet

- Définir le message que l'on veut transmettre et les objectifs du balado
- Choisir une ou plusieurs formes narratives pour le balado
- Définir ses sujets et ses cibles
- Trouver des invité·es pertinents
- Avoir une identité visuelle marquante
- Planifier les épisodes
- Trouver un studio ou du matériel
- Programmer ses invités
- Programmer une ou plusieurs journées d'enregistrement
- Préparer sa feuille de route pour chaque épisode
- Enregistrer un ou plusieurs épisodes
- Assurer le montage et le mixage
- Mettre en ligne les épisodes et les rendre accessible
- Préparer une campagne de communication
- Surveiller les résultats
- Écouter les retours