



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



Méthodologie des études d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale

Mai 2017



www.csa.fr

Méthodologie des études d'impact à l'échelle locale

L'article 28-4 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication dispose que *« préalablement aux attributions de droit d'usage de la ressource radioélectrique pour la diffusion en mode numérique de services de radio, le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède à une consultation publique sur l'utilisation du spectre radioélectrique quand ces attributions sont susceptibles d'avoir un impact significatif sur le paysage radiophonique. Il rend publiques les conclusions de cette consultation »*.

Par ailleurs, aux termes de l'article 31 de la loi précitée, *« lorsqu'il procède aux consultations publiques prévues au deuxième alinéa et à l'article 28-4, le Conseil supérieur de l'audiovisuel procède également à une étude d'impact, notamment économique, des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique. Cette étude est rendue publique »*.

Réalisées sur le fondement de ces deux articles, les deux études d'impact ci-jointes visent à apprécier l'impact de la délivrance de nouvelles autorisations au plan local pour chacun des allotissements étendus de Rouen et Nantes ainsi que pour chacun des allotissements locaux de Rouen, Le Havre, Nantes, Saint-Nazaire et La Roche-sur-Yon dans lesquels le Conseil envisage de lancer un appel aux candidatures en radio numérique terrestre (RNT).

À cette fin, elles sont structurées de la façon suivante :

1. Chaque étude rappelle d'abord l'influence de l'équipement du public en récepteurs compatibles avec la RNT sur l'impact potentiel du déploiement de la RNT sur les marchés de services de communication audiovisuelle

L'influence de l'équipement est détaillée dans l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée sur le site internet du Conseil le 19 avril 2016 et le complément n° 1 apporté à cette étude. Toutefois, cette question doit également être examinée au niveau local.

2. Chaque étude opère ensuite une description du paysage radiophonique des zones géographiques FM identifiées au sein de chaque allotissement étendu.

Après une présentation des différents allotissements RNT dont la mise en appel est envisagée, cette partie a pour objectif de quantifier l'offre FM dont disposent actuellement les auditeurs de chaque zone incluse dans un allotissement, local ou étendu, du futur appel RNT afin de mesurer l'impact que pourrait avoir la RNT sur le nombre de services offerts et déterminer dans quelles zones un deuxième allotissement local pourrait être déployé¹.

¹ Les travaux préparatoires du Conseil et la présentation faite aux acteurs portent sur un allotissement étendu et un allotissement local pour chaque zone concernée. La mise en appel d'un deuxième allotissement local dans certaines zones est cependant techniquement envisageable.

Ce panorama des différents paysages radiophoniques est complété, pour les zones dans lesquelles des données sont disponibles, par les chiffres d'audience des services autorisés fournis par Médiamétrie (études Médialocales, audiences cumulées en pénétration et parts d'audience).

3. Après cette présentation du paysage, chaque étude d'impact se concentre sur l'analyse du marché publicitaire local.

L'accès au marché publicitaire radiophonique local étant conditionné à la réalisation d'un programme d'intérêt local dans des conditions définies par décret, l'étude de l'impact du déploiement de la RNT sur les marchés publicitaires locaux se concentre sur les opérateurs de catégorie B et C seuls susceptibles d'être actifs sur ce marché.

À partir des données transmises au Conseil par l'institut France Pub², cette partie analyse, pour les zones dans lesquelles ces données sont disponibles, l'évolution des dépenses publicitaires (dépense publicitaire totale, dépenses médias et hors-médias) ainsi que la répartition de celles-ci par média.

Pour certaines zones, cette étude est complétée par le calcul des parts d'audience locale commercialisable afin de mesurer le poids des régies publicitaires sur le marché publicitaire radiophonique local de chaque zone concernée.

4. Enfin, l'étude est complétée par les états financiers des éditeurs de services autorisés en catégories B et C.

À partir des documents financiers transmis par les éditeurs concernés, il s'agit ici d'apprécier la situation financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les marchés publicitaires locaux identifiés.

Les opérateurs radiophoniques de catégorie A peuvent être actifs sur ces marchés mais les revenus qu'ils en tirent sont nécessairement limités du fait de la définition de cette catégorie d'opérateurs. Pour cette raison, ils sont écartés du périmètre de l'étude. L'impact du déploiement de la RNT sur ces acteurs est analysé dans l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine.

Par ailleurs, les opérateurs actifs sur le marché publicitaire local, qui sont des acteurs locaux, peuvent être actifs sur le marché publicitaire radiophonique national. L'impact du déploiement de la RNT sur ce marché est analysé dans l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine en raison de sa dimension nationale.

² Investissements publicitaires en France métropolitaine, par unité urbaine, en 2007, 2012, 2013, 2014 et 2015.