



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

**Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage  
de la ressource radioélectrique en bande III  
à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31  
de la loi du 30 septembre 1986**

**Périmètre :**

**Tours étendu ; Tours local**

---

**Version soumise à consultation publique**

---

Mai 2018





## Sommaire

<b>1. Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact.....</b>	<b>6</b>
<b>3. Description de l'allotissement étendu de Tours et des allotissements locaux qui y sont inclus .....</b>	<b>7</b>
3.1. Présentation des allotissements	7
3.2. Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Tours	8
<b>4. Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Tours.....</b>	<b>9</b>
4.1. Description des offres radiophoniques locales	9
4.2. L'audience des radios autorisées à Tours	11
4.3. L'apport du DAB+ dans ces zones	12
<b>5. Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés.....</b>	<b>13</b>
5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Tours	14
➤ Volume global du marché publicitaire local .....	14
➤ Répartition par média.....	14
➤ Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales .....	16
5.2. L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	16
<b>6. La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Tours.....</b>	<b>18</b>
<b>7. Conclusion .....</b>	<b>21</b>



## Remarque

Les informations couvertes par le secret d'affaires ou celles pour lesquelles le Conseil supérieur de l'audiovisuel ne dispose pas du droit de publication figurent entre crochets :

- certaines informations sont complètement occultées : elles sont alors remplacées par [...]
- des informations chiffrées sont partiellement occultées : leur valeur est alors remplacée par un intervalle noté  $[a;b[$  qui signifie que la valeur occultée est supérieure ou égale à  $a$  et strictement inférieure à  $b$ . Lorsque la valeur occultée est un pourcentage, l'intervalle est noté  $[a;b[ \%$  : la valeur occultée est supérieure ou égale à  $a \%$  et strictement inférieure à  $b \%$ .



## 1. Introduction

La présente étude, effectuée en application des dispositions de l'article 31 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, porte sur l'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III qui seraient délivrées dans le cadre d'un appel aux candidatures dans les zones suivantes :

- Tours étendu ;
- Tours local.

Elle s'insère dans un ensemble d'études d'impact comprenant également :

- une étude d'impact à l'échelle métropolitaine, qui vise à mesurer au niveau national l'impact du lancement des appels sur des allotissements de type étendu ou local. Cette étude, à laquelle la présente étude peut faire explicitement référence, a été publiée sur le site internet du Conseil le 19 avril 2016 et actualisée par le complément n° 1 adopté par le Conseil le 24 mai 2017 et par le complément n° 2 adopté par le Conseil le 21 février 2018 ;
- d'autres études d'impact à l'échelle locale portant sur les zones suivantes : Bayonne étendu, Bayonne local, Pau étendu, Pau local, La Rochelle étendu, La Rochelle local, Dijon étendu, Dijon local, Besançon étendu, Besançon local, Grenoble étendu, Grenoble local, Saint-Etienne étendu, Saint-Étienne local, Annecy étendu, Annecy local, Chambéry local, Annemasse local, Toulon étendu, Toulon local, Avignon étendu, Avignon local, Orléans étendu, Orléans local, Poitiers étendu et Poitiers local ;
- une fiche détaillant la méthode suivie par le Conseil pour l'évaluation de l'impact à l'échelle locale.

Les missions du Conseil et le contexte dans lequel la présente étude d'impact prend place sont rappelés dans l'introduction de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine : cette introduction fait partie intégrante de la présente étude.

Après le rappel de l'influence du niveau d'équipement en récepteurs DAB+ sur l'évaluation de l'impact de la délivrance d'autorisations d'exploiter des services de DAB+, la correspondance entre, d'une part, l'allotissement étendu et l'allotissement local dans le périmètre de la présente étude et, d'autre part, les zones géographiques FM existantes est présentée. Pour chacune de ces zones, le paysage radiophonique est décrit (répartition des services entre radios du service public et radios privées, d'une part, répartition des services privés par catégorie d'autre part) et les résultats d'audience des principales radios indiqués. Le marché publicitaire de certaines de ces zones puis la santé financière des opérateurs radiophoniques sont ensuite analysés.



Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de multiplex ; le Conseil peut imposer une montée en charge progressive de la couverture des allotissements, par des taux de couverture définis dans l'appel et les autorisations. Pour couvrir l'allotissement, l'opérateur de multiplex est libre de choisir les sites de diffusion de son choix, sous réserve de respecter des contraintes de rayonnement, précisées lors de l'appel.

Deux types d'allotissements pourraient être mis en appel par le Conseil : un allotissement de type étendu et un allotissement de type local, étant précisé que l'allotissement étendu recouvre l'allotissement local.

En raison de ce recouvrement et de l'empreinte géographique limitée de la pige des marchés publicitaires locaux, les indicateurs économiques relatifs à l'allotissement étendu et à l'allotissement local sont présentés simultanément (au lieu de procéder à une analyse de l'impact au niveau de l'allotissement étendu puis au niveau de l'allotissement local).

A ces deux types d'allotissements – objets de la présente étude d'impact – s'ajoute un allotissement de type métropolitain, sur lequel le Conseil pourrait également lancer un appel aux candidatures en 2018, conformément à la feuille de route 2018-2020 pour le déploiement du DAB+ qu'il a publiée le 27 décembre 2017.

## **2. Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact**

Dans l'étude d'impact de la poursuite du déploiement de la RNT à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée par le Conseil le 24 mai 2017 et le 21 février 2018 (cf. documents intitulés « Complément n° 1 » et « Complément n° 2 » publiés sur le site internet du Conseil, [www.csa.fr](http://www.csa.fr)), le niveau de l'équipement des individus en récepteurs et de la consommation de la radio a été rappelé (cf. sections 2.3.1 et 2.3.2 de cette étude). Cette étude présente également le niveau d'équipement en récepteurs DAB+, qui demeure faible à ce stade, et les perspectives de développement du parc de ces récepteurs (cf. sections 4.2.2 et 4.2.3). Ces développements de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine font partie intégrante de la présente étude.

Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.

### 3. Description de l'allotissement étendu de Tours et des allotissements locaux qui y sont inclus

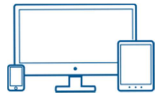
#### 3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Tours recouvre le département de l'Indre-et-Loire, soit une population totale de 623 000 habitants environ.



Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local de même contour a été définie : le bassin de vie de Tours tel que défini par l'INSEE<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Bassin de vie 2012, découpage géographique au 1<sup>er</sup> janvier 2016. 64 communes sont incluses au sein du bassin de vie de Tours, dont les zones de planification FM d'Amboise et de Montlouis-sur-Loire.



### 3.2. Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Tours

Neuf zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Tours<sup>2</sup>.

Parmi celles-ci, les zones FM de Tours, Amboise et Montlouis-sur-Loire (toutes les trois faisant partie du bassin de vie de Tours) seraient également couvertes par un allotissement local. Dès lors, deux tiers des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Tours ne seraient concernés que par le déploiement d'un seul multiplex, le multiplex étendu. Néanmoins, on notera que l'allotissement local couvrirait environ 65 % de la population de l'allotissement étendu.

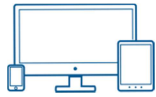
Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Tours	Population en 2014 <sup>3</sup>	Nombre de radios autorisées
Tours	352 873	28
Amboise	13 371	6
Montlouis-sur-Loire	10 574	7
<b>Total allotissement local Tours</b>	<b>406 374<sup>4</sup></b>	
Azay-le-Rideau	5 230	6
Château-Renault	7 217	5
Chinon	9 901	8
Descartes	5 738	4
Langeais	4 341	5
Loches	10 411	9

<sup>2</sup> L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Poitiers.

<sup>3</sup> Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2010) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

<sup>4</sup> La population totale de l'allotissement local de Tours correspond à la population du bassin de vie de Tours.





## **4. Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Tours**

La présente étude analyse l'offre radiophonique (répartition des services entre radios du service public et radios privées, d'une part, répartition des services privés par catégorie d'autre part) et l'audience des principales radios, lorsque des données sont disponibles, pour chacune des neuf zones géographiques FM potentiellement couvertes par l'allotissement étendu.

Il ressort de l'étude de ces paysages radiophoniques FM que, hormis dans la zone de Tours, unité urbaine de plus de 350 000 habitants faisant l'objet d'une mesure d'audience et représentant un marché concurrentiel, le nombre de services de radio privés autorisés dans ces différentes zones est très limité. Si l'on prend en compte les radios du service public, seule la zone de Tours bénéficie de plus de 20 radios au total, les huit autres zones disposant de neuf services au plus.

### **4.1. Description des offres radiophoniques locales**

*Cf.* tableau page suivante.



### Les offres radiophoniques locales

Nom de la zone	Nombre total de radios	Répartition des services entre radios du service public et radios privées				Répartition des services privés par catégorie									
		Radios du service public		Radios privées		Cat. A		Cat. B		Cat. C		Cat. D		Cat. E	
		Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radio	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées	Nombre	% dans total radios privées
Amboise	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Azay-le-Rideau	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %
Château-Renault	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Chinon	8	4	50 %	4	50 %	1	25 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %
Descartes	4	3	75 %	1	25 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %
Langeais	5	5	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Loches	9	5	56 %	4	44 %	1	25 %	2	50 %	1	25 %	0	0 %	0	0 %
Montlouis-sur-Loire	7	6	86 %	1	14 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tours	28	6	21 %	22	79 %	5	23 %	3	14 %	4	18 %	7	32 %	3	14 %

Source : CSA



#### 4.2. L'audience des radios autorisées à Tours<sup>5</sup>

Période	Audience cumulée de la radio sur le plan national	Audience cumulée de la radio dans la zone de Tours
2016-17	[70;80[ %	[80;90[ %
2015-16	[80;90[ %	[80;90[ %

#### Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Tours

Radios	Septembre 2015 - Juin 2016	Septembre 2016 - Juin 2017
RTL	[10;20[ %	[10;20[ %
France Inter	[10;20[ %	[10;20[ %
Europe 1	[10;20[ %	[5;10[ %
France Info	[5;10[ %	[5;10[ %
NRJ Tours	[10;20[ %	[5;10[ %
RMC	[5;10[ %	[5;10[ %
Nostalgie	[5;10[ %	[5;10[ %
France Bleu	[5;10[ %	[5;10[ %
Chérie Val-de-Loire	[5;10[ %	[5;10[ %
Skyrock	[5;10[ %	[5;10[ %

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h

#### Les dix premiers services en part d'audience à Tours

Radios	Septembre 2015 - Juin 2016	Septembre 2016 - Juin 2017
RTL	[10;20[ %	[10;20[ %
France Inter	[10;20[ %	[10;20[ %
Europe1	[5;10[ %	[5;10[ %
RMC	[0;5[ %	[5;10[ %
France Bleu	[5;10[ %	[5;10[ %
RTL 2 Touraine	[5;10[ %	[5;10[ %
Radio Classique	[0;5[ %	[0;5[ %
NRJ Tours	[5;10[ %	[0;5[ %
Nostalgie	[0;5[ %	[0;5[ %
Virgin Radio Tours	[0;5[ %	[0;5[ %

Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h

<sup>5</sup> L'agglomération de Tours telle que définie par Médiamétrie inclut également les zones de planification FM de Montlouis-sur-Loire et Amboise.



### 4.3. L'apport du DAB+ dans ces zones

Conformément à la feuille de route pour le déploiement du DAB+ publiée par le Conseil le 27 décembre 2017, plusieurs canaux sont susceptibles de faire l'objet d'un appel aux candidatures en 2018 : ils se rapportent soit à l'allotissement de type métropolitain (projet d'appel qui fait l'objet d'une étude d'impact et d'une consultation distinctes), soit à l'allotissement de type étendu, soit encore à l'allotissement de type local.

Ainsi, dans le bassin de vie de Tours (inclus à la fois dans l'allotissement métropolitain, dans l'allotissement étendu et dans l'allotissement local), quatre canaux seraient mis en appel (deux canaux correspondant l'allotissement métropolitain, un correspondant à l'allotissement étendu et un correspondant à l'allotissement local) tandis qu'à l'extérieur de ce bassin de vie, trois canaux seraient mis en appel (deux canaux correspondant à l'allotissement métropolitain et un correspondant à l'allotissement étendu).

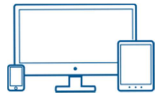
Pour chacun de ces allotissements, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés dans la norme DAB+ sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

Ainsi, dans le bassin de vie de Tours, le Conseil pourrait autoriser jusqu'à 52 services de radio en DAB+ à l'issue des appels qui seraient lancés par le Conseil (26 à l'échelle métropolitaine, 13 à l'échelle régionale et 13 à l'échelle locale) tandis qu'à l'extérieur de ce bassin de vie, 39 services de radio pourraient être autorisés en DAB+ (26 à l'échelle métropolitaine et 13 à l'échelle régionale).

Dès lors, l'enrichissement de l'offre dû au déploiement du DAB+ dans les zones constituant le périmètre de la présente étude d'impact serait potentiellement :

- d'au moins 24 nouveaux services dans la zone de Tours, d'au moins 45 dans celle de Montlouis-sur-Loire et d'au moins 46 dans celle d'Amboise (dans l'hypothèse où tous les services déjà présents en FM seraient autorisés en DAB+), sans pouvoir être supérieur à 52 (dans l'hypothèse où aucun des services déjà présents en FM ne serait autorisé en DAB+) ;
- d'au moins 30 à 35 nouveaux services dans les six autres zones FM (dans hypothèse où tous les services déjà présents en FM dans ces zones seraient autorisés en DAB+), sans pouvoir être supérieur à 39 (dans hypothèse où aucun des services déjà présents en FM ne serait autorisé en DAB+).

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît contribuer au pluralisme, auquel le Conseil doit veiller, dans l'intérêt du public, sur l'ensemble du territoire national.



## 5. Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés

La présente étude se fonde sur le volume des investissements publicitaires en France métropolitaine mesurée par l'institut France Pub, par unité urbaine, en 2007, 2013, 2014, 2015 et 2016.

Parmi les neuf zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Tours, le Conseil dispose uniquement des données pour l'unité urbaine de Tours<sup>6</sup> (incluant Amboise et Montlouis-sur-Loire).

Le paysage radiophonique commercial local de cette zone se décompose de la manière suivante<sup>7</sup> :

Zone	Paysage radiophonique local
Tours	<b>3 B</b> : <i>Alouette, Forum et Vibration</i>
	<b>4 C</b> : <i>Chérie Val-de-Loire, NRJ Tours, RTL 2 Touraine et Virgin Radio Tours</i>

Source : CSA

La présente étude ne prend pas en compte deux types d'acteurs :

- les éditeurs de catégorie A, dont l'impact potentiel sur le marché publicitaire local demeure marginal ;
- les stations locales de *France Bleu* dans la mesure où, d'une part, le régime publicitaire applicable à Radio France, même s'il a évolué en 2016<sup>8</sup>, devrait continuer à s'appuyer sur des plafonds fortement contingentés et peu comparables à ceux auxquels les radios privées sont assujetties et où, d'autre part, la société nationale de programme est essentiellement financée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public<sup>9</sup>.

<sup>6</sup> Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

<sup>7</sup> Dans les zones d'Amboise et de Montlouis-sur-Loire, seul un service de catégorie A est autorisé.

<sup>8</sup> Après avoir recueilli l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel, le Gouvernement a modifié, par décret n° 2016-405 du 5 avril 2016, les dispositions du cahier des missions et des charges de Radio France relatives à la diffusion des messages à caractère publicitaire en ouvrant la publicité sur les antennes de *France Inter*, *France Bleu* et *France Info* à la plupart des secteurs annonceurs. Alors qu'elles ne pouvaient diffuser, jusqu'alors, que des « *messages de publicité collective ou d'intérêt général* », ces stations peuvent désormais accueillir la plupart des annonceurs. Sont toutefois exclues les publicités pour toutes les opérations commerciales de promotion dans le secteur de la distribution. Par ailleurs, le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires sur ces antennes est désormais fixé à 17 minutes par jour en moyenne semestrielle et 30 minutes pour un jour donné.

<sup>9</sup> En 2016, les recettes publicitaires de Radio France représentait [...] % de son chiffre d'affaires (source : *Rapport financier Radio France*). En outre, on notera que le volume horaire journalier consacré à la diffusion de messages publicitaires sur l'antenne de France Bleu s'est élevé, en 2016, à 6 minutes 48 en moyenne.



## 5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Tours

### ➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Tours, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2016 à [40;50[ M€ (dont [10;20[ M€ en direction des supports médias et [30;40[ M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [0;5[ % par rapport à 2007. Ce volume représente un montant de [125;150[ € par habitant, dont [40;50[ € pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des unités urbaines de 300 000 à 600 000 habitants (groupe composé de 13 unités urbaines au total) sont de [50;75[ M€ par unité urbaine, en diminution de [5;10[ % par rapport à 2007, avec une dépense moyenne de [125;150[ € par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'unités urbaines s'établit à [20;30[ M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [20;30[ % par rapport à 2007), soit une dépense moyenne de [40;50[ € par habitant.

### Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Tours

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	Évolution 2007-2016
<b>Dépenses publicitaires totales (en M€)</b>	<b>[50;75[</b>	<b>[40;50[</b>	<b>[40;50[</b>	<b>[40;50[</b>	<b>[40;50[</b>	<b>[-5;0[ %</b>
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[-5;0[ %</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[20;30[	[30;40[	[20;30[	[30;40[	[30;40[	[+10;+20[ %
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[20;30[	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[-30;-20[ %
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[-30;-20[ %</i>

Source : France Pub

### ➤ *Répartition par média*

#### Évolution de la répartition des dépenses publicitaires médias dans la zone de Tours (en M€)

	2007	2013	2014	2015	2016	Evolution 2007-2016
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-50;-60[ %
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+20;+30[ %
Radio	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;+5[ %
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+5;+10[ %

Source : France Pub

**Part de marché des différents médias dans la zone de Tours**

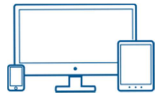
	2007	2013	2014	2015	2016
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10;20[ %	[10;20[ %	[10;20[ %	[10;20[ %	[10;20[ %
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Au cours de ces dix dernières années, les dépenses publicitaires globales sont quasiment restées stables dans la zone de Tours ([-5;0[ % entre 2007 et 2016). Cependant, évaluées à [40;50[ M€ en 2016, ces dépenses demeurent très en-deçà de la moyenne des dépenses publicitaires mesurées au sein des zones de taille comparable (soit [50;75[ M€ en moyenne en 2016).

Alors que les dépenses publicitaires hors-médias ont progressé de [10;20[ % entre 2007 et 2016 dans la zone, les investissements des annonceurs en direction des supports médias se sont repliés (baisse de [20;30[ % entre 2007 et 2016). Toutefois, avec une dépense publicitaire médias de [40;50[ € par habitant, la zone de Tours se situe dans la moyenne des unités urbaines de 300 000 à 600 000 habitants (dont la dépense publicitaire médias s'élève, en moyenne, à [40;50[ € par habitant).

Dans ce contexte, on relèvera que les dépenses publicitaires radiophoniques ont très légèrement progressé dans la zone ([0;+5[ % entre 2007 et 2016), améliorant de ce fait la part de marché du média radio ([10;20[ % vs. [10;20[ %).



➤ **Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales**

**Répartition des PDALC par régie publicitaire à Tours**

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans <sup>10</sup> (en %)	PDALC (en %)	
					Calcul par service	Total par régie
	<i>Alouette</i>	B	Régie interne	[0;5[	[0;5[	[0;5[
Groupe 1981	<i>Forum</i>	B	Régie 1981	[0;5[	[0;5[	[5;10[
	<i>Vibration</i>	B		[0;5[	[5;10[	
Groupe M6	<i>RTL 2 Touraine</i>	C	IP Régions	[5;10[	[20;30[	[20;30[
NRJ Group	<i>Chérie Val-de-Loire</i>	C	NRJ Global Régions	[0;5[	[10;20[	[40;50[
	<i>NRJ Tours</i>	C		[5;10[	[20;30[	
Lagardère Active	<i>Virgin Radio Tours</i>	C	Régie Radio Régions	[0;5[	[10;20[	[10;20[
Total				[20;30[	100	100

**Cinq régies publicitaires exploitent le marché publicitaire radiophonique de Tours. Avec deux services actifs, NRJ Global Régions enregistre, à elle seule, une part d'audience locale commercialisable de [40;50[ % et devance les régies IP Régions et Régie Radio Régions respectivement de [...] et [...] points. De leur côté, les régies publicitaires des groupes Alouette et 1981 enregistrent des PDALC inférieures à 10 %.**

## 5.2. L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires

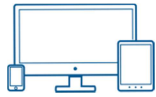
Dans la zone de Tours, zone où le marché publicitaire est pigé, la ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel pourrait enrichir l'offre radiophonique de 24 à 52 services (cf. section 4)<sup>11</sup>.

Compte tenu du niveau des ventes actuel des récepteurs DAB+ et de leurs perspectives (cf. section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017 et 21 février 2018), l'impact du déploiement du DAB+ sur ce marché ne sera toutefois pas immédiat.

<sup>10</sup> Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.

<sup>11</sup> La ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel pourrait, par ailleurs, enrichir l'offre radiophonique de la zone d'Amboise de 46 à 52 services et l'offre radiophonique de la zone de Montlouis-sur-Loire de 45 à 52 services. Ces deux zones étant également incluses dans le bassin de vie de Tours.





Par ailleurs, au-delà des observations générales relatives à l'impact du déploiement du DAB+ sur l'offre de programmes d'intérêt local (cf. section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017 et 21 février 2018), l'impact de cet enrichissement pourrait être dilué. En effet, un service autorisé sur l'allotissement étendu de Tours peut avoir un impact sur l'ensemble des marchés publicitaires locaux, que ces derniers soient pigés ou non : si ce service diffuse déjà ses programmes en FM dans une des zones incluses dans l'allotissement étendu, l'impact de cette autorisation se limitera alors aux marchés publicitaires accessibles grâce à cet allotissement et qu'il ne couvre pas encore en FM.

En ce qui concerne l'évolution des investissements publicitaires, le Conseil ne dispose de données que pour la seule unité urbaine de Tours. Dans un contexte de légère baisse du volume global des investissements publicitaires ([-5;0[ % entre 2007 et 2016), les dépenses publicitaires en faveur du média radio ont légèrement progressé dans la zone de Tours ([0;+5[ % entre 2007 et 2016).

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle du marché radiophonique de Tours, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, on notera que cinq régies publicitaires exploitent ce marché. Avec un PDALC de [40;50[ %, NRJ Global Régions enregistre, à elle seule, près de la moitié des PDALC de la zone.



## **6. La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Tours**

La présente étude se fonde sur les états financiers des exercices 2015 et 2016 des opérateurs de catégories B et C identifiés au sein de l'allotissement étendu de Tours.

Les tableaux reproduits aux pages suivantes présentent les chiffres d'affaires globaux et les charges d'exploitation des éditeurs de services ainsi que le résultat net des sociétés titulaires des autorisations d'émettre. S'agissant plus particulièrement des opérateurs de catégorie C, ces informations peuvent également concerner des antennes et plaques locales sur le reste du territoire métropolitain.

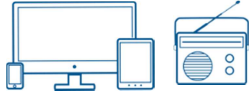


## Étude d'impact DAB+ dans la zone de Tours

(en K€)

Nombre de fréquences FM exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Poitiers	Au sein de l'allotissement étendu de Tours			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2016	2015	Variation	2016	2015	Variation	2016	2015	Variation
9	2	<b>Alouette</b> (SAS Alouette)	B	L-D : 4h22	Régie interne	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
19	2	<b>Forum</b> (SAS Forum)	B	L-D : 4h22	Régie 1981	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	1	<b>Graffic</b> (SARL Fast Forward Médias)	B	L-D : 1h25	Régie interne	L-D : 0h45	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
18	2	<b>Vibration</b> (SAS Vibration)	B	L-D : 4h22	Régie 1981	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	1	<b>Chérie Val de Loire</b> (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 0h53 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	1	<b>NRJ Tours</b> (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	3	<b>RTL 2 Touraine</b> (SARL Média Stratégie)	C	L-V : 0h55 S-D : 0h53	IP Régions	0h10 / heure	IP France / M6 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	1	<b>Virgin Radio Centre</b> (SASU Virgin Radio Régions) • <b>Virgin Radio Tours*</b> (décrochage)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	-	-	-	-	-	-	[...]	[...]	[...]

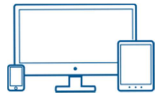
\* Comptes portant sur deux zones : Tours et Châtellerault.



A titre liminaire, rappelons ici que les rapports d'activité transmis chaque année par les titulaires d'autorisations ne comportent pas tous le même degré de précision.

Le Conseil dispose des documents comptables pour les exercices 2015 et 2016 de trois des quatre opérateurs de catégorie B présents dans le périmètre de l'allotissement étendu de Tours. Parmi ces trois radios, [...].

S'agissant des opérateurs de catégorie C, [...] stations locales identifiées au sein de l'allotissement étendu du Tours ont vu leur chiffre d'affaires diminuer mais de manière limitée [...] (baisse de [...] % et de [...] %). [...] Sur ce dernier point, on relèvera cependant que ces opérateurs sont tous des filiales de réseaux à vocation nationale et sont donc adossés économiquement à leurs têtes de réseaux, qui non seulement sont susceptibles de répartir certaines des charges d'exploitation sur un nombre plus élevé de fréquences, mais agrègent aussi l'audience générée par chacune des fréquences exploitées avec une marque ombrelle en vue de l'exploitation du marché publicitaire national.



## 7. Conclusion

Dans l'hypothèse où l'ensemble des radios actuellement présentes en FM seraient candidates en DAB+, le déploiement de la radio numérique dans le département de l'Indre-et-Loire pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique des zones incluses dans le bassin de vie de Tours<sup>12</sup> de 24 à 46 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Tours, les paysages radiophoniques seraient enrichis de 32 services supplémentaires en moyenne.

Inversement, dans l'hypothèse où l'ensemble des candidats ne seraient pas déjà présents en FM, cet appel pourrait conduire à un enrichissement des paysages radiophoniques de 52 nouveaux services pour les zones incluses dans le bassin de vie de Tours et de 39 nouveaux services pour les six autres zones.

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît contribuer au pluralisme, auquel le Conseil doit veiller, dans l'intérêt du public, sur l'ensemble du territoire national.

Si cet enrichissement de l'offre peut se produire dès la date de démarrage des émissions après que les autorisations auront été délivrées, l'impact sur l'audience et les marchés publicitaires locaux ne pourra devenir sensible qu'à moyen et long termes. Cet impact dépendra notamment du rythme de la montée en charge du niveau d'équipement des foyers en récepteurs DAB+ et, par conséquent, du caractère attractif de l'offre radiophonique nouvellement proposée aux auditeurs (qu'il s'agisse des nouveaux services autorisés dans chaque zone, mais aussi de la qualité du son, des potentialités offertes par la diffusion des données associées...).

En ce qui concerne l'analyse du marché publicitaire de la zone de Tours, on notera que, dans un contexte de légère baisse du volume global des investissements publicitaires ([-5;0[ % entre 2007 et 2016), les dépenses publicitaires en faveur du média radio ont légèrement progressé ([0;+5[ % entre 2007 et 2016).

Enfin, l'examen de la situation économique des opérateurs radiophoniques identifiés au sein de l'allotissement étendu de Tours et pour lesquels le Conseil dispose de données pour les exercices 2015 et 2016 montre que [...].

---

<sup>12</sup> A savoir, pour rappel, les zones de Tours, Amboise et Montlouis-sur-Loire.