



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

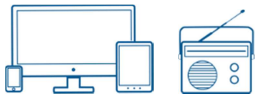
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Brest étendu ; Brest local

Version soumise à consultation publique

Mai 2019





Sommaire

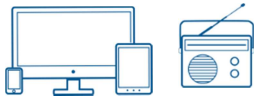
1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Brest et de l'allotissement local qui y est inclus.....	8
3.1.	Présentation des allotissements	8
3.2.	Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Brest	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Brest	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	11
4.2.	L'audience des radios autorisées	14
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	16
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés.....	19
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone de Brest	20
➤	Volume global du marché publicitaire local	20
➤	Répartition par média.....	20
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	21
5.2.	Étude du marché publicitaire de la zone de Lannion	22
➤	Volume global du marché publicitaire local	22
➤	Répartition par média.....	22
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	23
5.3.	Étude du marché publicitaire de la zone de Lorient	23
➤	Volume global du marché publicitaire local	23
➤	Répartition par média.....	24
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	25
5.4.	Etude du marché publicitaire de la zone de Quimper	26
➤	Volume global du marché publicitaire local	26
➤	Répartition par média.....	26
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	27
5.5.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	28
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Brest	29
7.	Conclusion.....	33



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 :

- Brest étendu ;
- Brest 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, par le complément n° 2 adopté par le Conseil le 21 février 2018 et par le complément n° 3 adopté par le Conseil le 15 mai 2019 ;
- d'autres études d'impact à l'échelle locale portant sur les zones suivantes : Caen étendu, Caen local, Le Mans étendu, Le Mans local, Clermont-Ferrand étendu, Clermont-Ferrand local, Limoges étendu, Limoges local, Amiens étendu, Amiens local, Metz étendu, Metz local, Nancy étendu, Nancy local, Reims étendu, Reims local, Troyes local, Rennes étendu, Rennes local, Angers étendu, Angers local, Montpellier étendu, Montpellier local, Perpignan étendu, Perpignan local, Nîmes étendu, Nîmes 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.



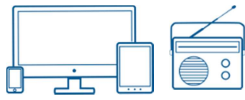
Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de 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'ajoutent deux couches métropolitaines (constituées respectivement de 22 et 17 allotissements), pour lesquelles le Conseil a lancé un appel aux candidatures le 25 juillet 2018¹, conformément à la feuille de route 2018-2020 pour le déploiement du DAB+ qu'il a publiée le 27 décembre 2017. Dans le cadre de cet appel, le CSA a délivré des autorisations d'émettre, le 24 avril 2019, à dix-huit services de radio privés (*Air Zen, BFM Business, BFM Radio, Chérie FM, Europe 1, Fun Radio, Latina, M Radio, Nostalgie, NRJ, Radio Classique, RFM, Rire et Chansons, RMC, RTL, RTL 2, Skyrock et Virgin Radio*), auxquels s'ajoutent six radios du service public qui ont bénéficié, à la demande du Gouvernement, du droit de réservation prioritaire d'une part de la ressource radioélectrique (*France Inter, France Culture, France Info, France Musique, FIP et Mouv'*). Les émissions en DAB+ sur les couches métropolitaines pourront démarrer au premier trimestre 2020 et seront progressivement étendues au cours des années suivantes.

¹ Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018.



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

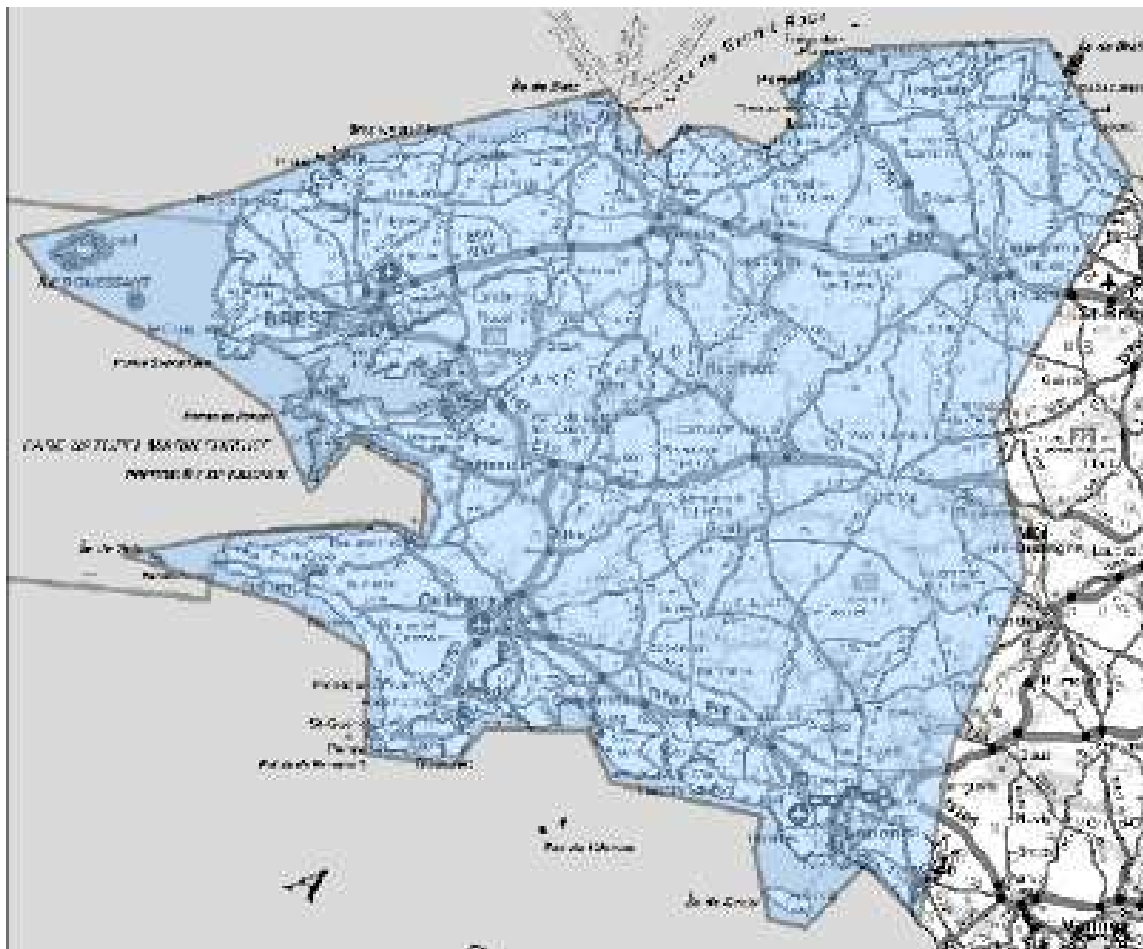
Dans l'étude d'impact de la poursuite du déploiement de la radio numérique terrestre à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée par le Conseil le 24 mai 2017, le 21 février 2018 et le 15 mai 2019 (*cf.* documents intitulés « Complément n° 1 », « Complément n° 2 » et « Complément n° 3 » publiés sur le site internet du Conseil, 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 encore limité 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 Brest et de l'allotissement local qui y est inclus

3.1. Présentation des allotissements

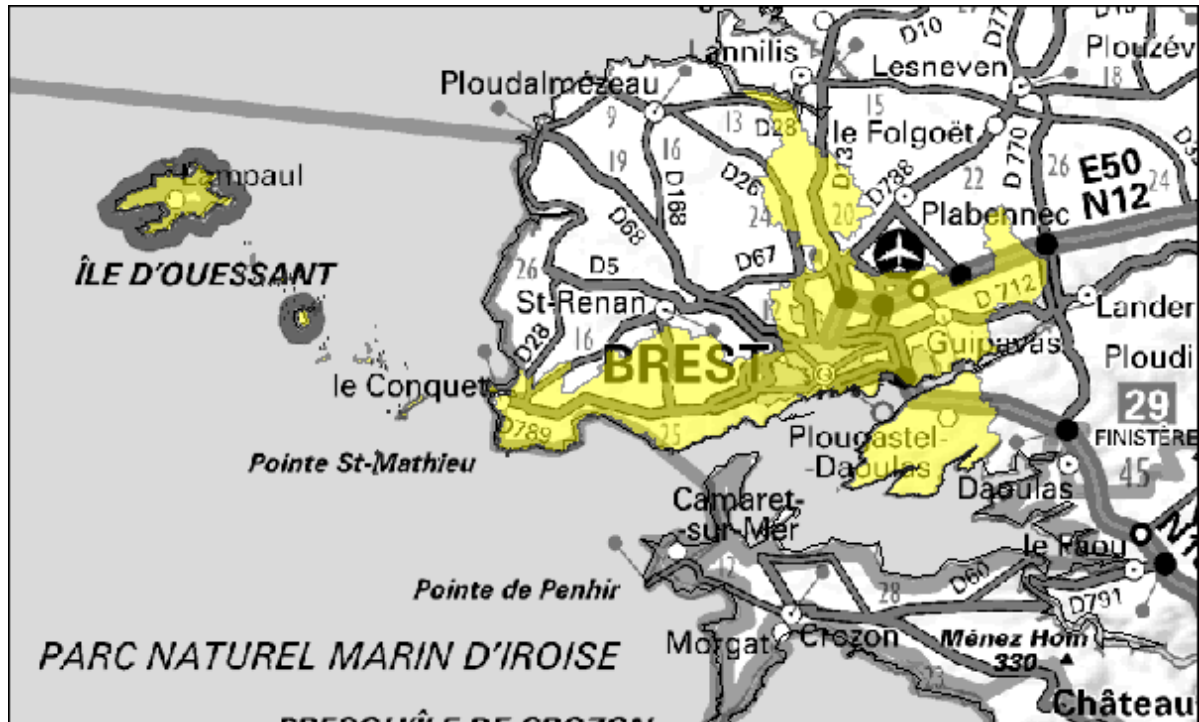
L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Brest recouvre principalement le département du Finistère ainsi que la moitié ouest des départements des Côtes-d'Armor et du Morbihan², soit une population totale de 1 370 000 habitants environ.



² La partie est de ces deux départements est couverte par l'allotissement étendu de Rennes.



Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local a été définie : le bassin de vie de Brest tel que défini par l'INSEE³.



³ Bassin de vie 2012, composition communale des bassins de vie 2018, population des communes recensée en 2016 et entrant en vigueur au 1^{er} janvier 2019. 35 communes sont recensées au sein du bassin de vie de Brest.



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

26 zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Brest⁴.

Parmi celles-ci, la zone de Brest serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait environ 17 % de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Brest	Population en 2015 ⁵	Nombre de radios FM autorisées
Brest	200 530	29
Total allotissement local Brest	227 947⁶	
Audierne	3 708	6
Callac	2 21	5
Carhaix	9 131	8
Châteaulin	5 616	8
Concarneau	26 225	12
Douarnenez	14 208	9
Gourin	3 972	6
Guingamp	21 755	17
Huelgoat-Berrien	1 530	5
Landerneau	17 686	6
Landivisiau	11 158	7
Lannion	49 438	12
Le Faou	2 815	5
Lorient	114 299	27
Morlaix	25 437	16
Paimpol	17 817	6
Perros-Guirec	7 288	7
Pleyben	3 743	6
Plonévez-du-Faou	2 115	5
Ploudiry	933	5
Quimper	80 005	23
Quimperlé	14 318	11
Rosporden	7 608	5
Rostrenen	3 101	5
Tréguier	6 621	5

⁴ L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Rennes.

⁵ Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2010) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

⁶ La population totale de l'allotissement local de Brest correspond à la population du bassin de vie de Brest.



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

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 26 zones géographiques FM potentiellement couvertes par l'allotissement étendu.

Il ressort de l'étude de ces paysages radiophoniques FM que le nombre de services de radio privés autorisés dans la plupart des zones est limité. En effet, seules deux zones disposent de plus de 20 radios privées tandis que 15 zones (soit 58 % des zones) ne bénéficient que de deux radios privées au plus. De même, si l'on prend en compte les radios du service public, 80 % des zones bénéficient au total de moins de 10 radios. Seules trois zones disposent de plus de 20 radios publiques et privées : Brest, Lorient (27 radios) et Quimper (23 radios).

4.1. Description des offres radiophoniques locales

Cf. tableau page suivante.



Les offres radiophoniques FM 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 entendues		Radios privées autorisées		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
Audierne	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %
Brest	29	6	21 %	23	79 %	5	22 %	1	4 %	3	13 %	11	48 %	3	13 %
Callac	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Carhaix	8	4	50 %	4	50 %	0	0 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	1	25 %
Châteaulin	8	5	63 %	3	38 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	2	67 %	1	33 %
Concarneau	12	5	42 %	7	58 %	2	29 %	0	0 %	0	0 %	3	43 %	2	29 %
Douarnenez	9	5	56 %	4	44 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %	1	25 %
Gourin	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Guingamp	17	5	29 %	12	71 %	2	17 %	2	17 %	2	17 %	4	33 %	2	17 %
Huelgoat-Berrien	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Landerneau	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %
Landivisiau	7	5	83 %	2	17 %	1	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Lannion	12	5	42 %	7	58 %	1	14 %	2	29 %	1	14 %	2	29 %	1	14 %
Le Faou	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %



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 entendues		Radios privées autorisées		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
Lorient	27	6	22 %	21	78 %	3	14 %	3	14 %	1	5 %	11	52 %	3	14 %
Morlaix	16	5	31 %	11	69 %	2	18 %	1	9 %	1	9 %	5	45 %	2	18 %
Paimpol	6	4	67 %	2	33 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %
Perros-Guirec	7	5	71 %	2	29 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %
Pleyben	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Plonevez-du-Faou	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Ploudiry	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Quimper	23	5	22 %	18	78 %	3	17 %	2	11 %	2	11 %	8	44 %	3	17 %
Quimperlé	11	5	45 %	6	55 %	1	17 %	1	17 %	0	0 %	3	50 %	1	17 %
Rosporden	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Rostrenen	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tréguier	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %

Le 12 décembre 2018, le Conseil a lancé un appel aux candidatures FM portant notamment sur les zones de Brest, Concarneau, Gourin, Lorient et Rostrenen :

- une fréquence est vacante dans la zone de Concarneau ;
- des autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance dans les zones de Brest, Gourin, Lorient et Rostrenen.

Par ailleurs, dans la zone de Lorient, à la suite de l'annulation par la Cour administrative d'appel de Paris des autorisations délivrées à *RMN FM* (catégorie B) et *Radio FG* (catégorie D), le Conseil a autorisé le 17 avril 2019, en remplacement, les services *Radio Bonheur* (catégorie B) et *Jazz Radio* (catégorie B).



4.2. L'audience des radios autorisées

Période	Audience cumulée de la radio sur le plan national	Audience cumulée de la radio dans la zone de Brest	Audience cumulée de la radio dans la zone de Lorient	Audience cumulée de la radio dans la zone de Quimper
2017-18	[70;80[%	[70;80[%	[70;80[%	[80;90[%
2016-17	[70;80[%	[70;80[%	[80;90[%	[80;90[%

➤ Zone de Brest

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Brest

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Info	[10;20[%	[5;10[%
Europe 1	[10;20[%	[5;10[%
NRJ Brest	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[0;5[%	[5;10[%
RMC	[5;10[%	[5;10[%
Fun Radio	[5;10[%	[5;10[%
RTL 2	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Breizh Izel	[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 Brest

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
France Info	[0 ;5[%	[5;10[%
France Bleu Breizh Izel	[0 ;5[%	[0;5[%
RMC	[5;10[%	[0;5[%
Virgin Radio Bretagne	[0;5[%	[0;5[%
Nostalgie	[0;5[%	[0;5[%
Skyrock	[0;5[%	[0;5[%
Fun Radio	[0;5[%	[0;5[%

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



➤ **Zone de Lorient**

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Lorient

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Info	[5;10[%	[5;10[%
RMC	[10;20[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
NRJ	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%
RFM	[5;10[%	[5;10[%
Hit West	[0;5[%	[0;5[%
RTL 2	[5;10[%	[0;5[%

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

Les dix premiers services en part d'audience à Lorient

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[20;30[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[10;20[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
RFM	[0;5[%	[0;5[%
Skyrock	[0;5[%	[0;5[%
Jaime Radio	[0;5[%	[0;5[%
France Culture	-	[0;5[%
Radio Classique	[0;5[%	[0;5[%
France Info	[0;5[%	[0;5[%

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

➤ **Zone de Quimper**

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Quimper

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[20;30[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
Europe 1	[10;20[%	[10;20[%
France Info	[10;20[%	[10;20[%
RTL 2	[5;10[%	[10;20[%
NRJ	[10;20[%	[5;10[%
Hit West	[10;20[%	[5;10[%
Fun Radio	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Breizh Izel	[5;10[%	[5;10[%
RMC	[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 Quimper**

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
RTL 2	[0;5[%	[5;10[%
RMC	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Breizh Izel	[5;10[%	[0;5[%
France Info	[5;10[%	[0;5[%
Fun Radio	[0;5[%	[0;5[%
France Culture	[0;5[%	[0;5[%
Nostalgie	[0;5[%	[0;5[%

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

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 2019 dans la zone de Brest : ils se rapportent soit à un allotissement de type étendu, soit à un allotissement de type local.

Comme indiqué *supra*, deux couches métropolitaines s'ajoutent à ces deux types d'allotissements et font déjà l'objet d'un appel aux candidatures lancé par le Conseil le 25 juillet 2018.

Ainsi, dans le bassin de vie de Brest (inclus à la fois dans les deux couches métropolitaines, dans un allotissement étendu et dans un allotissement local), quatre canaux seraient *in fine* mis en appel (deux canaux correspondant aux couches métropolitaines, 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 aux couches métropolitaines et un correspondant à l'allotissement étendu⁷).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III⁸, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Brest étendu » et « Brest local », soit 13 services sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

⁷ À compter de 2020, de nouveaux appels aux candidatures sont susceptibles d'être lancés par le Conseil afin soit d'élargir, sur le même canal, l'allotissement local de Brest, soit de permettre le déploiement du DAB+ dans d'autres allotissements locaux, sur des canaux différents. Le Conseil publiera prochainement une feuille de route actualisée précisant les étapes suivantes du déploiement du DAB+.

⁸ La norme T-DMB a été retirée du cadre réglementaire par arrêté du 14 février 2019 modifiant l'arrêté du 3 janvier 2008 relatif à la radio diffusée en mode numérique par voie hertzienne terrestre ou par voie satellitaire en bande L ou en bande S fixant les caractéristiques des signaux émis.



Quant aux couches métropolitaines, 24 services de radio au total ont été autorisés par le CSA le 24 avril 2019 (*cf. supra*).

Ainsi, dans le bassin de vie de Brest, le Conseil pourrait *in fine* autoriser jusqu'à 50 services de radio en DAB+ à l'issue des appels (24 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, 37 services de radio pourraient être autorisés en DAB+ (24 à l'échelle métropolitaine et 13 à l'échelle régionale).

Il est ici précisé que le Conseil est saisi par le Gouvernement d'une demande de réservation prioritaire au bénéfice de la société nationale de programme Radio France en vue de la diffusion de *France Bleu Breizh Izel* dans l'allotissement « Brest étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

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 le suivant :

	Enrichissement de l'offre du fait des couches métropolitaines	Enrichissement de l'offre du fait de l'allotissement étendu voire de l'allotissement local		Enrichissement total de l'offre	
		si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+*	si aucun des services déjà présents en FM n'est autorisé en DAB+*	si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+	si aucun des services déjà présents en FM et non retenus sur une couche métropolitaine n'est autorisé en DAB+
Brest	+ 7 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Audierne	+ 19 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Callac	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Carhaix	+ 18 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Châteaulin	+ 17 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Concarneau	+ 15 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au plus 27 nouveaux services
Douarnenez	+ 19 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Gourin	+ 21 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Guingamp	+ 14 nouveaux services	Au moins 6 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 20 nouveaux services	Au plus 26 nouveaux services
Huelgoat-Berrien	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Landerneau	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services



	Enrichissement de l'offre du fait des couches métropolitaines	Enrichissement de l'offre du fait de l'allotissement étendu voire de l'allotissement local		Enrichissement total de l'offre	
		si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+*	si aucun des services déjà présents en FM n'est autorisé en DAB+*	si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+	si aucun des services déjà présents en FM et non retenus sur une couche métropolitaine n'est autorisé en DAB+
Landivisiau	+ 20 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Lannion	+ 17 nouveaux services	Au moins 8 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Le Faou	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Lorient	+ 7 nouveaux services	Au moins 3 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 19 nouveaux services
Morlaix	+ 13 nouveaux services	Au moins 8 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services
Paimpol	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Perros-Guirec	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Pleyben	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Plonévez-du-Faou	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Ploudiry	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Quimper	+ 9 nouveaux services	Au moins 5 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 21 nouveaux services
Quimperlé	+ 16 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 26 nouveaux services	Au plus 28 nouveaux services
Rosporden	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Rostrenen	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Tréguier	+ 20 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services

* services autorisés sur l'une des couches métropolitaines non pris en compte.

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, 2016 et 2017.

Parmi les 26 zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Brest, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines de Brest, Lannion, Lorient et Quimper⁹.

Le paysage radiophonique commercial local de ces zones se décompose de la manière suivante :

Zone	Paysage radiophonique local
Brest	1 B : <i>Hit West</i>
	3 C : <i>Chérie FM Brest, NRJ Brest et Virgin Radio Bretagne</i>
Lannion	2 B : <i>Radio Bonheur et Océane Bretagne Nord</i>
	1 C : <i>Chérie FM Côtes d'Armor</i>
Lorient	3 B : <i>Hit West, Jaime Radio et RMN FM (jusqu'au 29 avril 2019¹⁰)</i>
	1 C : <i>Virgin Radio Bretagne</i>
Quimper	2 B : <i>Hit West et Radiocéan</i>
	2 C : <i>Chérie FM Quimper et Virgin Radio Bretagne</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 2016¹¹, 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 public¹².

⁹ Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

¹⁰ A la suite de la décision de la Cour administrative d'appel de Paris du 10 juillet 2018 annulant trois autorisations FM délivrées à Lorient dans le cadre de l'appel du 23 novembre 2015, le Conseil a autorisé en catégorie B, le 17 avril 2019, le service *Radio Bonheur* sur la fréquence précédemment attribuée dans la zone à *RMN FM*.

¹¹ Conformément au cahier des missions et des charges de Radio France, modifié notamment par le décret n° 2016-405 du 5 avril 2016, les services *France Inter*, *France Bleu* et *France Info* peuvent 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 fixé à 17 minutes par jour en moyenne semestrielle et à 30 minutes pour un jour donné.

¹² En 2018, les recettes publicitaires de Radio France (recettes publicitaires hertziennes et messages d'intérêt général) représentaient 7,1 % de son chiffre d'affaires (source : communiqué de presse de Radio France du 19 avril 2019).



5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Brest

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Brest, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [20;30[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [10;20[% par rapport à 2007 et stable par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [100;125[€ par habitant, dont [40;50[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des unités urbaines de 200 000 à 300 000 habitants (groupe composé de 14 unités urbaines au total) sont de [30;40[M€ par unité urbaine, en diminution de [20;30[% par rapport à 2007 mais au même niveau qu'en 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'unités urbaines s'établit à [10;20[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [40;50[% par rapport à 2007 et stable par rapport à 2016), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Brest

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[30;40[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[-20;-10[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[100;125[</i>	<i>[100;125[</i>	<i>[-20;-10[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-5;0[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[10;20[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-40;-30[%
<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>[40;50[</i>	<i>[-40;-30[%</i>

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-70;-60[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+20;+30[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-40;-30[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+30;+40[%

Source : France Pub



Part de marché des différents médias dans la zone de Brest

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Les dépenses publicitaires globales dans la zone de Brest ont été réduites de [10;20[% entre 2007 et 2016. Évaluées à près de [20;30[M€ en 2017, elles sont néanmoins restées stables au cours de la dernière année, bien qu'inférieures à la moyenne des dépenses publicitaires des unités urbaines de taille comparable ([30;40[M€ en 2017 en moyenne).

Tandis que les dépenses hors-médias résistent bien à la tendance baissière ([-5;0[% entre 2007 et 2017), les dépenses en direction des supports médias, après avoir connu une forte diminution entre 2007 et 2012 ([-40;-30[%), ont enregistré une baisse plus modérée entre 2012 et 2017 ([-20;-10[%).

S'agissant du marché publicitaire radiophonique, il subit également un fort recul entre 2007 et 2016 ([-40;-30[%), pour se stabiliser en 2017.

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Brest

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹³	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
Lagardère Active	<i>Hit West</i>	B	Régie Radio	[0;5[%	[10;20[%	[40;50[%
	<i>Virgin Radio Bretagne</i>	C	Régions	[0;5[%	[30;40[%	
NRJ Group	<i>Chérie FM Brest</i>	C	NRJ Global	[0;5[%	[10;20[%	[50;60[%
	<i>NRJ Brest</i>	C	Régions	[0;5[%	[30;40[%	
Total				[10;20[%	100,0 %	100,0 %

¹³ Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Média locales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.



Deux régies exploitent le marché publicitaire radiophonique dans la zone de Brest. Avec chacune deux services à leur actif, NRJ Global Régions et Régie Radio Régions se partagent le marché à parts quasi-égales (PDALC respectivement de [50;60[% et [40;50[%).

5.2. Étude du marché publicitaire de la zone de Lannion

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Lannion, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [5;10[M€ (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [0;5[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [20;30[% par rapport à 2007 mais en hausse de [5;10[% par rapport à 2016. 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 agglomérations de 30 000 à 50 000 habitants (groupe composé de 55 unités urbaines au total) sont de [5;10[M€ par unité urbaine, en diminution de [5;10[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'agglomérations s'établit à [0;5[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007 mais stable par rapport à 2016), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Lannion

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	[175;200[[125;150[[125;150[[150;175[[125;150[[125;150[[-30;-20[%
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[5;10[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-30;-20[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-40;-30[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	[50;75[[40;50[[40;50[[50;75[[40;50[[40;50[[-40;-30[%

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-70;-60[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+10;+20[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-20;-10[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+30;+40[%

Source : France Pub

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Après avoir connu une forte baisse entre 2007 et 2016, le montant global des dépenses publicitaires semble désormais reparti à la hausse dans la zone de Lannion ([0;+5[% entre 2016 et 2017). Evalué à [5;10[M€ en 2017, il se situe aujourd'hui à un niveau supérieur à la moyenne des dépenses publicitaires enregistrées dans les unités urbaines de taille comparable.

Cette récente tendance à la hausse est notamment portée par l'augmentation des dépenses en direction des médias ([+10;+20[% en 2017 par rapport à 2016). L'évolution des investissements publicitaires en radio suit une trajectoire analogue dans la mesure où ils augmentent de [5;10[% entre 2016 et 2017. En dix ans, la part de marché du média radio a progressé de [...] point[s].

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

Pas de données disponibles pour cette zone.

5.3. Étude du marché publicitaire de la zone de Lorient

➤ **Volume global du marché publicitaire local**

À Lorient, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [10;20[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [10;20[% par rapport à 2007 mais en légère augmentation par rapport à 2016. 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 agglomérations de 100 000 à 200 000 habitants (groupe composé de 20 unités urbaines au total) sont de [20;30[M€ par unité urbaine, en diminution de [10;20[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2015, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'unités urbaines s'établit à [5;10[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007 et de [0;5[% par rapport à 2016), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Lorient

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-20;-10[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[-20;-10[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[+5;+10[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-40;-30[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[-40;-30[%</i>

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-60;-50[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[0;+5[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-20;-10[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+40;+50[%

Source : France Pub

Part de marché des différents médias dans la zone de Lorient

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10 ;20[%	[10 ;20[%	[10 ;20[%	[10 ;20[%	[10 ;20[%	[10 ;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub



Après avoir reculé de près de [5;10[% entre 2007 et 2013, le volume des dépenses publicitaires dans la zone de Lorient a progressé jusqu'en 2015 ([+10;+20[%) pour ensuite de nouveau chuter en 2016 ([-20;-10[%) et enfin retrouver une phase de croissance en 2017 ([0;+5[%). Ce volume s'établit à près de [10;20[M€ en 2017 et est inférieur au niveau moyen des dépenses publicitaires au sein des unités urbaines comparables ([20;30[M€ en moyenne en 2017).

Les dépenses publicitaires respectivement hors-médias et médias suivent cette même trajectoire, mais dans des proportions différentes. Les dépenses en direction des supports médias, en particulier, sont en baisse de [30;40[% dans la zone entre 2007 et 2017 mais en hausse de plus de [5;10[% entre 2016 et 2017.

Dans ce contexte, le média radio est moins impacté que les dépenses publicitaires en faveur des autres médias « traditionnels » ([-20;-10[% des dépenses publicitaires radiophoniques entre 2007 et 2017 contre une baisse respective de [50;60[% et de [40;50[% des dépenses en direction de la presse et du couplage TV/Cinéma). En outre, la part de marché du média radio a augmenté de [...] point[s] entre 2007 et 2013 et demeure stable depuis.

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Lorient

Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁴	PDALC	
				Calcul par service	Total par régie
Jaime Radio	B	Régie interne	[0;5[%	[40;50[%	[40;50[%
RMN FM	B	Régie interne	NS*	NS*	NS*
Hit West	B	Régie Radio	[0;5[%	[30;40[%	[50;60[%
Lagardère Active	C	Régions	[0;5[%	[20;30[%	
Total			[5;10[%	100,0 %	100,0 %

* NS : non significatif

Parmi les trois régies qui exploitent le marché publicitaire radiophonique dans la zone de Lorient, deux réalisent une PDALC significative. Avec deux services à son actif, Régie Radio Régions enregistre à elle seule plus de la moitié des parts d'audience locales commercialisables dans la zone.

¹⁴ Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.



5.4. Etude du marché publicitaire de la zone de Quimper

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Quimper, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [10;20[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [5;10[% par rapport à 2007 mais en hausse de [0;5[% rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [200;225[€ par habitant, dont [75;100[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des agglomérations de 70 000 à 100 000 habitants (groupe composé de 28 unités urbaines au total) sont de [10;20[M€ par unité urbaine, en diminution de [10;20[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'agglomérations s'établit à [0;5[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Quimper

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-10;-5[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant</i> (en €)	[225;250[[225;250[[200;225[[225;250[[200;225[[200;225[[-10;-5[%
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[+10;+20[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-40;-30[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant</i> (en €)	[100;125[[75;100[[50;75[[75;100[[50;75[[50;75[[-40;-30[%

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-60;-50[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+20;+30[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-30;-20[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+10;+20[%

Source : France Pub



Part de marché des différents médias dans la zone de Quimper

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

A Quimper, les dépenses publicitaires globales ont baissé de [5;10[% entre 2007 et 2017 mais ont augmenté de [0;5[% entre 2016 et 2017. Leur volume est par ailleurs largement supérieur à celui enregistré en moyenne dans les unités urbaines de même dimension ([10;20[M€ dans la zone, contre près de [10;20[M€ en moyenne), au même titre que le volume de la dépense publicitaire *per capita* ([200;225[€ par habitant à Quimper contre [125;150[€ en moyenne).

Depuis 2007, le marché publicitaire hors-média et celui de la publicité média ont évolué de façon contrastée : si les investissements hors-média ont progressé à hauteur de [10;20[%, ceux destinés aux supports médias ont chuté de [30;40[%.

S'agissant des dépenses publicitaires en radio, elles ont diminué de [20;30[% depuis 2007. Évaluées en 2017 à [0;1[M€ environ, elles demeurent néanmoins supérieures à la dépense publicitaire moyenne des unités urbaines équivalentes ([0;1[M€ en moyenne).

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Quimper

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁵	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	<i>Radiocéan</i>	B	Régie interne	[0;5[%	[20;30[%	[20;30[%
	<i>Hit West</i>	B	Régie Radio	[0;5[%	[30;40[%	[50;60[%
Lagardère Active	<i>Virgin Radio Bretagne</i>	C	Régions	[0;5[%	[10;20[%	
NRJ Group	<i>Chérie FM Quimper</i>	C	NRJ Global Régions	[0;5[%	[20;30[%	[20;30[%
	Total			[10;20[%	100,0 %	100,0 %

¹⁵ Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.



Trois régies se partagent le marché publicitaire local en radio. Avec deux services à son actif, Régie Radio Régions domine le marché publicitaire de la zone de Quimper, avec une part d'audience commercialisable de près de [50;60[%.

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

La ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel peut conduire à un accroissement du nombre de services de radio dans ces zones où le marché publicitaire est mesuré (cf. section 4). L'offre radiophonique serait ainsi enrichie, selon l'hypothèse retenue, de 21 à 32 services dans la zone de Brest, de 25 à 29 services dans la zone de Lannion, de 10 à 19 services dans la zone de Lorient et de 14 à 21 services dans la zone de Quimper.

Compte tenu du niveau des ventes actuel des récepteurs DAB+ et de ses perspectives (section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017, 21 février 2018 et 15 mai 2019), l'impact du déploiement du DAB+ sur ce marché ne sera toutefois pas immédiat.

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, 21 février 2018 et 15 mai 2019), l'impact de cet enrichissement pourrait être dilué. En effet, un service autorisé sur l'allotissement étendu de Brest peut avoir un impact sur l'ensemble des marchés publicitaires locaux, que ces derniers soient mesurés 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 dispose de données pour les unités urbaines de Brest, Lannion, Lorient et Quimper. Dans ces quatre zones, les dépenses publicitaires, notamment celles en direction des supports médias, se sont contractées avant de connaître un rebond en 2014 ou 2015, puis de baisser en 2016 et à nouveau de progresser en 2017. Les investissements des annonceurs dans le média radio sont par ailleurs repartis à la hausse dans les zones de Lannion et Lorient entre 2016 et 2017 (respectivement [+5;+10[% et [0;+5[%) et se maintiennent dans les zones de Brest et Quimper.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle des trois zones faisant l'objet de mesures d'audience, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, tandis que Régie Radio Régions et NRJ Global Régions se partagent équitablement le marché publicitaire de la zone de Brest, Régie Radios Régions occupe une position prépondérante à Quimper et Lorient avec des PDALC respectives de [50;60[% et [50;60[%.



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

La présente étude se fonde sur les états financiers des exercices 2016 et 2017 des opérateurs de catégories B et C identifiés au sein de l'allotissement étendu de Brest.

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 Brest

(en K€)

Nombre de fréquences 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 Rennes	Au sein de l'allotissement étendu de Brest			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
16	3	Hit West (SARL Nantes Médias)	B	L-D : 2h24	Régie Radio Régions	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	Jaime Radio (SARL Fréquence Bretagne Sud)	B	L-D : 2h40	Régie interne	L-D : 1h40	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	3	Océane Bretagne Nord (SAS Info Son Trégor)	B	L-D : 1h42 et 30s	Régie Radio Régions	L-D : 1h42 et 30s	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	2	Radio Bonheur (SARL Média Bonheur)	B	L-D : 1h30	Régie Radio Régions	L-D : 1h30	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	Radio Bonheur Centre Bretagne (SARL Média Canal Centre)	B	L-D : 1h	Régie Radio Régions	L-D : 2h	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	3	Radiocéan (SARL Radiocéan)	B	L-D : 2h	Régie interne	L-D : 1h50	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	3	RMN FM (Association Comité d'animation de Bretagne)	B	L-V : 1h57 et 30s S : 2h06 D : 2h16	Régie interne	L-V : 1h47 et 30 S : 1h39 D : 1h29	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	Tempo prog. Alouette (SARL Polycom)	B	L-D : 4h22	Régie interne	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



(en K€)

Nombre de fréquences 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 Rennes	Au sein de l'allotissement étendu de Brest			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	
8	5	Chérie FM Brest (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 0h53 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
		Chérie FM Côtes d'Armor (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 0h53 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		Chérie FM Quimper (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 0h53 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	1	NRJ Brest (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
20	1	Virgin Radio Ouest (SASU Virgin Radio Régions)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
	5	Virgin Radio Bretagne (SASU Virgin Radio Régions)		-	-			[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
		• Virgin Radio Brest (décrochage)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	
		• Virgin Radio Lorient (décrochage)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions			[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		
		• Virgin Radio Morlaix (décrochage)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions			[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]		
• Virgin Radio Quimper (décrochage)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	[...]	[...]			[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]				



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

Au total, 11 opérateurs éditant 14 services de radio sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Brest (huit opérateurs en catégorie B ; trois en catégorie C, exploitant au total six stations locales, dont une proposant plusieurs décrochages). [...] voient leur chiffre d'affaires progresser ou rester stables en 2017 par rapport à 2016¹⁶.

L'examen du résultat net des titulaires d'autorisations montre qu'en catégorie B, [...] qu'en catégorie C, [...] exploitants de stations locales sont dans cette situation. S'agissant de ces derniers, on relèvera toutefois que ces titulaires d'autorisations 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.

¹⁶ La variation des résultats comptables de l'association Comité d'animation de Bretagne (*RMN FM*) ne peut être déterminée, l'exercice 2017 de cette société ne portant que sur huit mois (comptes clos au 31 août 2017).



7. Conclusion

Le déploiement du DAB+ dans la partie Ouest de la Bretagne pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie de Brest de 21 à 32 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Brest, le paysage radiophonique serait enrichi de 10 à 33 services supplémentaires.

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît renforcer le 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+, qui devrait s'accélérer au cours des prochaines années en raison de l'entrée en vigueur progressive des obligations d'intégration des puces DAB+ dans l'ensemble des récepteurs et 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 des principales zones incluses dans l'allotissement étendu de Brest¹⁷, on notera que, dans un contexte de baisse des dépenses publicitaires globales, et plus particulièrement de contraction des dépenses publicitaires en direction des supports médias, les investissements des annonceurs en direction du média radio ont baissé dans l'ensemble des zones où le marché publicitaire local est mesuré. Toutefois, depuis 2017, on observe le maintien voire la progression de la dépense dirigée vers les supports médias, y compris la radio.

Enfin, l'examen de la situation économique des opérateurs radiophoniques ayant accès aux marchés publicitaires locaux, qu'ils soient autorisés en catégorie B ou C, révèle, d'une part, que [...] ont vu leur chiffre d'affaires progresser ou rester stables en 2017 par rapport à 2016 et, d'autre part, que [...]. [...], cette situation peut toutefois s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations filiales de groupes nationaux : ces opérateurs sont en effet 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.

¹⁷ À savoir les unités urbaines de Brest, Lannion, Lorient et Quimper.



Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans la partie Ouest de la Bretagne constitue une opportunité, tant pour les auditeurs, en raison notamment de l'enrichissement potentiel des programmes auxquels ils auront accès, que pour les éditeurs de services de radio. Ces derniers, dans un contexte où les marchés publicitaires apparaissent stabilisés ou, à tout le moins, en capacité de résistance, peuvent en effet trouver un relais de croissance dans le déploiement du DAB+. En outre, la montée en charge progressive de ce déploiement, en lissant dans le temps les différents impacts, contribue à la pérennité économique des acteurs.