



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

ÉTUDE D'IMPACT

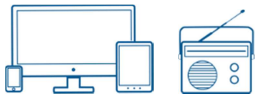
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Caen étendu ; Caen local

Version soumise à consultation publique

Mai 2019





Sommaire

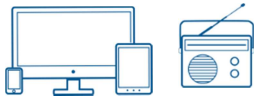
1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Caen et de l'allotissement local qui y est inclus	8
3.1.	Présentation des allotissements	8
3.2.	Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Caen	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Caen	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	11
4.2.	L'audience des radios autorisées à Caen	14
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	15
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	17
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone de Caen	18
➤	Volume global du marché publicitaire local	18
➤	Répartition par média.....	18
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	19
5.2.	Étude du marché publicitaire de la zone de Lisieux	20
➤	Volume global du marché publicitaire local	20
➤	Répartition par média.....	21
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	22
5.3.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	22
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Caen.....	23
7.	Conclusion.....	27



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 :

- Caen étendu ;
- Caen 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 : 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, Brest étendu, Brest 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.



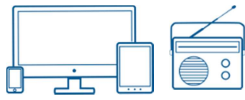
Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de 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.

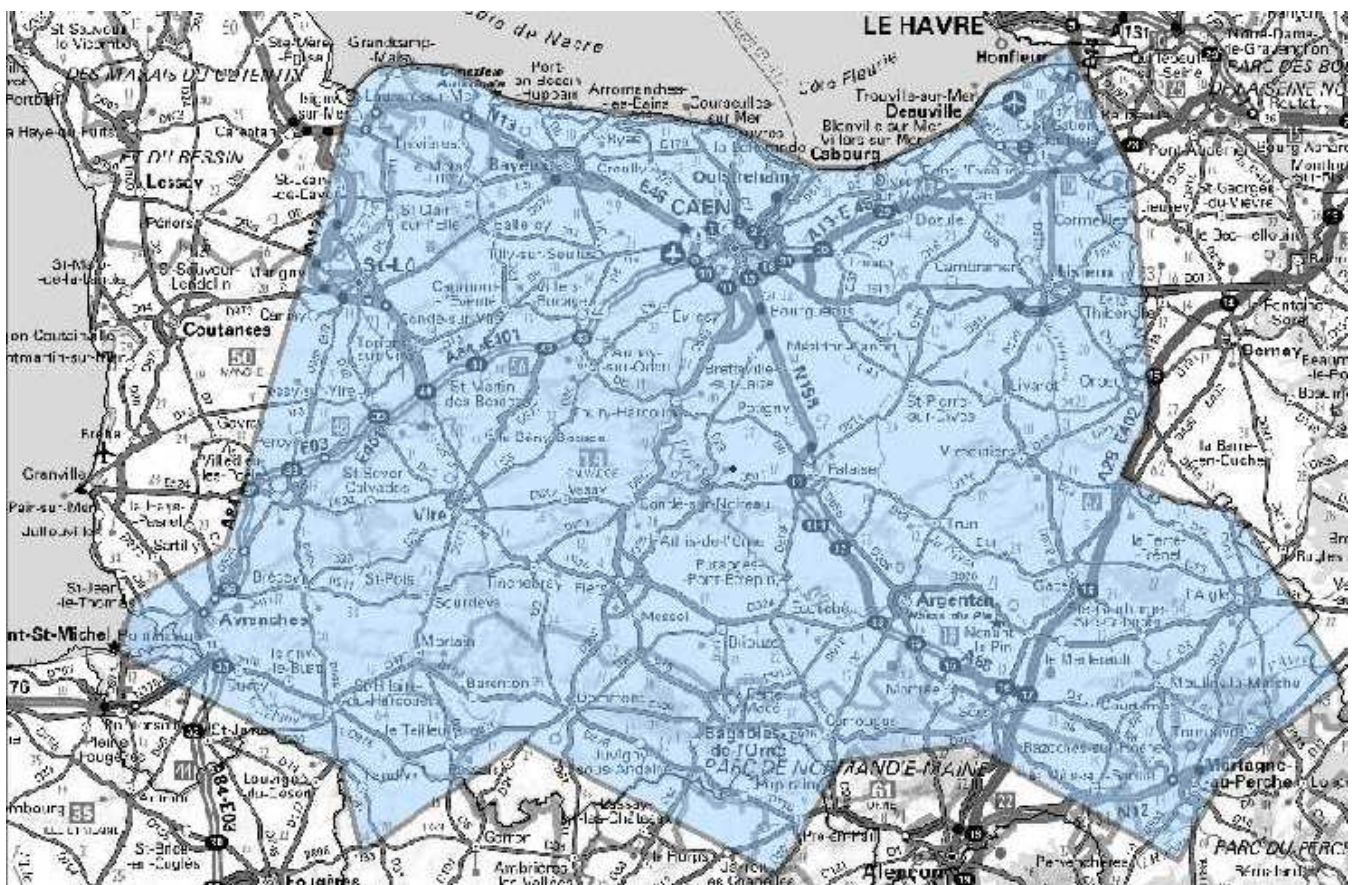
Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.



3. Description de l'allotissement étendu de Caen et de l'allotissement local qui y est inclus

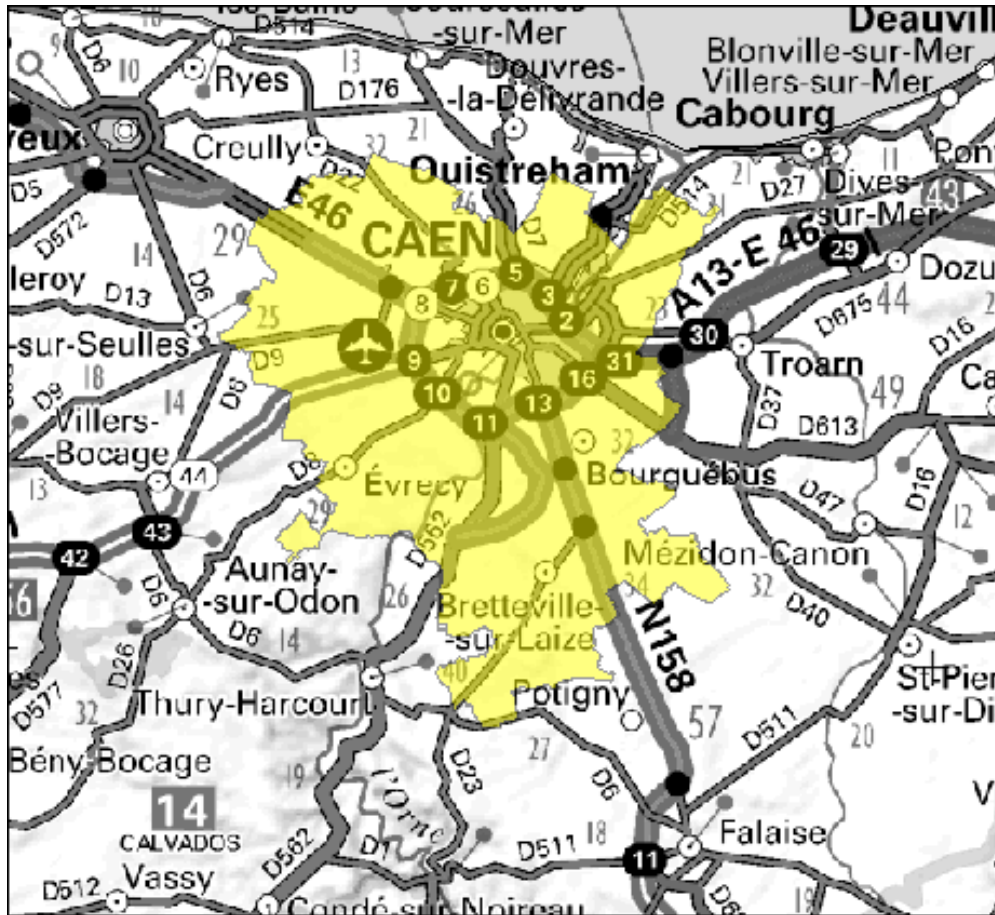
3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Caen s'étend sur plusieurs départements. A quelques exceptions près, il recouvre les départements du Calvados et de l'Orne ainsi que la pointe sud de la Manche, soit une population totale de plus de 1 060 000 habitants.





Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local a été définie : le bassin de vie de Caen tel que défini par l'INSEE².



² 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. 88 communes sont recensées au sein du bassin de vie de Caen.



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

18 zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Caen³.

Parmi celles-ci, la zone de Caen serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait environ 27 % de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Caen	Population en 2015 ⁴	Nombre de radios FM autorisées
Caen	198 639	25
Total allotissement local de Caen	290 190⁵	
Argentan	15 038	19
Avranches	15 372	10
Bayeux	18 093	13
Condé-sur-Noireau ⁶	6 834	5
Domfront-en-Poiraie	4 315	5
Falaise	8 245	8
Flers	21 911	9
L'aigle	11 190	15
La Ferté-Macé	5 548	13
Lisieux	28 545	13
Mortagne-au-Perche	4 844	5
Saint-Lô	24 221	16
Saint-Sever ⁷	4 465	6
Vassy ⁸	6 046	5
Villedieu-Les-Poêles	5 786	10
Vimoutiers	3 707	5
Vire ⁹	17 650	10

³ L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Caen.

⁴ Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2010) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

⁵ La population totale de l'allotissement local de Caen correspond à la population du bassin de vie de Caen.

⁶ Désormais incluse dans la commune de Condé-en-Normandie.

⁷ Désormais incluse dans la commune de Noues-de-Sienne.

⁸ Désormais incluse dans la commune de Valdallière.

⁹ Désormais incluse dans la commune de Vire Normandie.



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

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

75 % des zones FM identifiées au sein de l'allotissement étendu de Caen disposent de moins de dix services de radio privés. Le paysage radiophonique FM apparaît moins limité lorsqu'on prend en compte les radios du service public : dans la majorité des zones (10 sur 18), dix services de radio ou plus sont autorisés, seule la zone de Caen disposant de plus de 20 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
Argentan	19	5	26 %	14	74 %	2	14 %	1	7 %	0	0 %	9	64 %	2	14 %
Avranches	10	5	50 %	5	50 %	0	0 %	3	60 %	1	20 %	1	20 %	0	0 %
Bayeux	13	4	31 %	9	69 %	1	11 %	2	22 %	2	22 %	3	33 %	1	11 %
Caen	25	6	24 %	19	76 %	5	26 %	2	11 %	4	21 %	6	32 %	2	11 %
Condé-sur-Noireau	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Domfront-en-Poirais	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Falaise	8	5	63 %	3	38 %	0	0 %	1	33 %	1	33 %	0	0 %	1	33 %
Flers	9	5	56 %	4	44 %	1	25 %	1	25 %	1	25 %	1	25 %	0	0 %
L'Aigle	15	5	33 %	10	67 %	1	10 %	2	20 %	0	0 %	4	40 %	3	30 %
La Ferté-Macé	13	5	38 %	8	62 %	1	13 %	1	13 %	1	13 %	2	25 %	3	38 %
Lisieux	13	5	38 %	8	62 %	1	13 %	1	13 %	0	0 %	4	50 %	2	25 %
Mortagne-au-Perche	5	3	60 %	2	40 %	1	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Lô	16	5	31 %	11	69 %	1	9 %	2	18 %	2	18 %	4	36 %	2	18 %
Saint-Sever	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	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
Vassy	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Villedieu-les-Poêles	10	5	50 %	5	50 %	0	0 %	2	40 %	1	20 %	1	20 %	1	20 %
Vimoutiers	5	3	60 %	2	40 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %
Vire	10	5	50 %	5	50 %	1	20 %	1	20 %	0	0 %	2	40 %	1	20 %

Source : CSA

Le Conseil a lancé, le 16 janvier 2019, un appel à candidatures dans le ressort du CTA de Caen sur plusieurs fréquences dont les autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance, notamment dans les zones de Caen et Villedieu-les-Poêles.



4.2. L'audience des radios autorisées à Caen

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

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Caen

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Bleu Normandie	[10;20[%	[10;20[%
NRJ Caen	[10;20[%	[10;20[%
Virgin Radio Normandie	[5;10[%	[5;10[%
RFM Normandie	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[0;5[%	[5;10[%
Fun Radio	[5;10[%	[5;10[%
Nostalgie Caen	[5;10[%	[5;10[%
France Info	[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 Caen

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Bleu Normandie	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[0;5[%	[5;10[%
Virgin Radio Normandie	[0;5[%	[5;10[%
RFM Normandie	[0;5[%	[5;10[%
NRJ Caen	[5;10[%	[0;5[%
Nostalgie Caen	[0;5[%	[0;5[%
France Info	[0;5[%	[0;5[%
Fun Radio	[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 Caen : 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 Caen (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 étendu¹⁰).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III¹¹, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Caen étendu » et « Caen local », soit 13 services sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

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 Caen, 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 Normandie* dans l'allotissement « Caen 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 :

¹⁰ 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 Caen, 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+.

¹¹ 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.



	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+
Caen	+ 12 nouveaux services	Au moins 13 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au plus 37 nouveaux services
Argentan	+ 10 nouveaux services	Au moins 8 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 18 nouveaux services	Au plus 22 nouveaux services
Avranches	+ 19 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Bayeux	+ 17 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Condé-sur- Noireau	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Domfront-en- Poiraié	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Falaise	+ 19 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Flers	+ 19 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
L'Aigle	+ 13 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 22 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services
La Ferté-Macé	+ 15 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 27 nouveaux services
Lisieux	+ 15 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 27 nouveaux services
Mortagne-au- Perche	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 34 nouveaux services
Saint-Lô	+ 16 nouveaux services	Au moins 5 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 28 nouveaux services
Saint-Sever	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Vassy	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Villedieu-Les- Poêles	+ 18 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Vimoutiers	+ 20 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Vire	+ 17 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 29 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 18 zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Caen, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines de Caen et Lisieux¹².

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

Zone	Paysage radiophonique local
Caen	2 B : <i>Cristal Normandie et Tendance Ouest</i>
	4 C : <i>Nostalgie Caen, NRJ Caen, RFM Normandie et Virgin Radio Nord Normandie</i>
Lisieux	1 B : <i>Cristal Normandie</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 2016¹³, 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 public¹⁴.

¹² Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

¹³ 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.

¹⁴ En 2018, les recettes publicitaires de Radio France (recettes publicitaires hertziennes et messages d'intérêt général) représentait 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 Caen

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Caen, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [30;40[M€ (dont [10;20[M€ en direction des supports médias et [20;30[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [5;10[% par rapport à 2007 et en hausse de près de [0;5[% par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [175;200[€ par habitant, dont [50;75[€ 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, 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), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Caen

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[40;50[[40;50[[30;40[[30;40[[30;40[[30;40[[-10;-5[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[200;225[</i>	<i>[200;225[</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[-10;-5[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[0;+5[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[75;100[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[-30;-20[%</i>

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

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

Source : France Pub



Part de marché des différents médias dans la zone de Caen

	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 diminué, les dépenses publicitaires dans la zone de Caen ont connu un léger rebond à partir en 2015 ([0;+5[% entre 2015 et 2017). Évaluées à [30;40[M€ en 2017, elles sont largement supérieures à la moyenne des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de taille comparable (près de [30;40[M€ en moyenne en 2017).

Avec [50;75[€ investis pour chaque habitant contre [40;50[€ en moyenne, l'unité urbaine de Caen présente la dépense média par habitant la plus élevée de sa catégorie (agglomérations de 200 000 à 300 000 habitants).

Malgré un contexte peu favorable (les investissements en direction des supports médias ont diminué de [20;30[% entre 2007 et 2017), les dépenses publicitaires radiophoniques ne subissent qu'une baisse limitée dans la zone ([-5;0[% sur la période contre [-60;-50[% pour la presse). Atteignant [0;5[M€ en 2017, elles ont même retrouvé un volume équivalent à celui enregistré avant la crise des marchés publicitaires de 2009.

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Caen

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁵	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	<i>Tendance Ouest</i>	B	Régie Ouest	[0;5[%	[0;5[%	[5;10[%
	<i>Cristal Normandie</i>	B	Régie Radio Régions	[0;5[%	[0;5[%	[40;50[%
Lagardère Active	<i>RFM Normandie</i>	C		[0;5[%	[10;20[%	
	<i>Virgin Radio Normandie</i>	C		[5;10[%	[20;30[%	
NRJ Group	<i>Nostalgie Caen</i>	C	NRJ Global	[0;5[%	[10;20[%	[40;50[%
	<i>NRJ Caen</i>	C	Régions	[5;10[%	[20;30[%	
	Total			[20;30[%	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.



Régie Radio Régions et NRJ Global Régions, qui commercialisent chacune les espaces publicitaires de plusieurs services de radio, enregistrent des parts d'audience locale commercialisable équivalentes dans la zone (respectivement [40;50[% et [40;50[%). Régie Ouest, qui ne commercialise les espaces publicitaires que d'un seul service, réalise une PDALC de [5;10[%.

5.2. Étude du marché publicitaire de la zone de Lisieux

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Lisieux, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [0;5[M€ (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [0;5[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [10;20[% par rapport à 2007 mais stable 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 stables par rapport à 2016), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Lisieux

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[5;10[[0;5[[0;5[[5;10[[0;5[[0;5[[-20;-10[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[-20;-10[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-5;0[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-50;-40[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[75;100[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[40;50[</i>	<i>[-50;-40[%</i>

Source : France Pub



➤ **Répartition par média**

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

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

Source : France Pub

Part de marché des différents médias dans la zone de Lisieux

	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

Malgré un rebond en 2015 de la dépense publicitaire globale à Lisieux, celle-ci est répartie à la baisse pour se stabiliser aujourd'hui à [0;5[M€, soit un niveau inférieur au niveau moyen des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de même dimension ([5;10[M€).

Toutefois, le volume de la dépense publicitaire par habitant dans la zone de Lisieux reste supérieur à la moyenne observée dans cette catégorie d'unités urbaines.

Cette tendance est imputable à la forte contraction de la dépense média à Lisieux ([-50;-40[% entre 2007 et 2017) : à l'exception du couplage TV/Cinéma, tous les supports médias historiques subissent une diminution des investissements publicitaires ([-30;-20[% pour la radio entre 2007 et 2017).



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

Renseignements non disponibles pour cette zone.

5.3. 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 totale serait ainsi enrichie, selon l'hypothèse retenue, de 25 à 37 services dans la zone de Caen et de 24 à 27 services dans la zone de Lisieux.

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 Caen 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 ne dispose de données que pour les seules unités urbaines de Caen et de Lisieux. Entre 2007 et 2017, les dépenses globales ont évolué de façon contrastée dans les deux zones : à Lisieux, les investissements ont diminué de [10;20[%, du fait en particulier de la chute des dépenses publicitaires médias ([-50;-40[%) ; à Caen, ils affichent une baisse limitée ([-10;-5[% entre 2007 et 2017), avec des signaux d'amélioration depuis 2015. Toutefois, dans ces deux zones, la dépense publicitaire par habitant est supérieure à la dépense publicitaire moyenne enregistrée dans les unités urbaines de même dimension.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle du marché radiophonique de Caen¹⁶, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, trois régies commercialisent les espaces publicitaires de six services de radio : Régie Ouest, qui n'a qu'un seul service à son actif, réalise une PDALC de [5;10[%, loin derrière Régie Radio Régions et NRJ Global, qui bénéficient d'un poids équivalent dans la zone.

¹⁶ Le Conseil ne dispose pas des chiffres d'audience pour la zone de Lisieux.



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

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 Caen.

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.



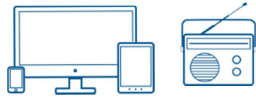
Étude d'impact DAB+ dans la zone de Caen

(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 Caen	Au sein de l'allotissement étendu de Caen			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
4	3	Cristal Normandie (Ass. Cocktail Modulation de Fréquence Lisieux)	B	L-D : 2h24	Régie Radio Régions	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
12	1	Sweet FM (SARL VH Com)	B	L-D : 2h16	Régie Radio Régions + régie interne	L-D : 1h55	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	5	Radio VFM-Vire FM (Ass. Vire FM)	B	L-D : 1h34	Régie Radio Régions	L-D : 1h14	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
7	4	Sea FM (SARL SLAM Communication)	B	L-D : 0h57	Régie Radio Régions + régie interne	L-D : 1h05	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
13	5	Tendance Ouest (SARL Tendance Ouest)	B	L-D : 1h30	Régie Ouest	L-D : 1h30	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
8	7	Tendance Ouest Orne (SARL Normandie FM)	B	L-D : 2h	Régie Ouest	L-D : 2h	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



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 Caen	Au sein de l'allotissement étendu de Caen			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
11	2	NRJ Caen (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		NRJ Cherbourg (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h48	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	NRJ Flers/La Ferté-Macé (SARL Mégawest)	C	L-V : 0h54 S-D : 0h47	Régie interne	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	1	Nostalgie Caen (SAS Radio Nostalgie Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h47	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	3	RFM Côte d'Emeraude (SASU RFM Régions)	C	L-V : 0h52'30 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		RFM Normandie (SASU RFM Régions)	C	L-V : 0h52'30 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
13	5	Virgin Radio Manche (SASU Virgin Radio Régions)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		Virgin Radio Normandie (SASU Virgin Radio Régions)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



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, 14 services sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Caen (six en catégorie B et huit en catégorie C exploités par cinq titulaires d'autorisations). Parmi ceux-ci, [...].

A l'inverse, [...] des sociétés titulaires d'autorisations en catégorie C enregistrent [...]. [...] sont des filiales de réseaux à vocation nationale, adossées économiquement à leurs têtes de réseaux. Celles-ci sont donc non seulement 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

Le déploiement du DAB+ dans les départements du Calvados, de l'Orne et de la Manche pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie de Caen de 25 à 37 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Caen, le paysage radiophonique serait enrichi, selon les zones, de 18 à 34 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 Caen¹⁷, on notera que la dépense publicitaire par habitant est évaluée à un niveau supérieur à la moyenne de ces catégories de dépense dans les unités urbaines de même dimension. S'agissant des dépenses dirigées vers le support radiophonique, si elles sont en recul depuis 2007 dans la zone de Lisieux, au même titre que la plupart des supports médias « historiques », elles connaissent à Caen un léger rebond depuis 2015, les situant en 2017 à un niveau équivalent à celui de 2007.

Enfin, l'examen de la situation économique des services radiophoniques ayant accès aux marchés publicitaires étudiés, qu'ils soient autorisés en catégorie B ou C, révèle que [...].

En ce qui concerne le résultat net des sociétés titulaires d'autorisations, le constat est plus contrasté : [...].

¹⁷ À savoir les unités urbaines de Caen et Lisieux.



Cette situation peut s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations filiales de groupes nationaux : ces dernières sont, en effet, adossées 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.

Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans les départements du Calvados, de l'Orne et de la Manche 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.