



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

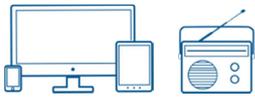
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Amiens étendu ; Amiens local

Version soumise à consultation publique

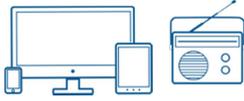
Mai 2019





Sommaire

1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu d'Amiens 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 d'Amiens	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu d'Amiens ..	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	11
4.2.	L'audience des radios autorisées à Amiens	13
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	14
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	16
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone d'Amiens	17
➤	Volume global du marché publicitaire local	17
➤	Répartition par média	17
➤	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 Saint-Quentin	19
➤	Volume global du marché publicitaire local	19
➤	Répartition par média	20
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	21
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 d'Amiens	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 :

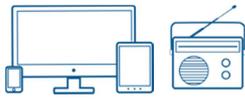
- Amiens étendu ;
- Amiens local.

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, 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.



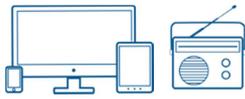
Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de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

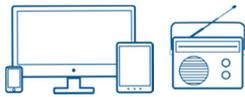
¹ Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018.



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.

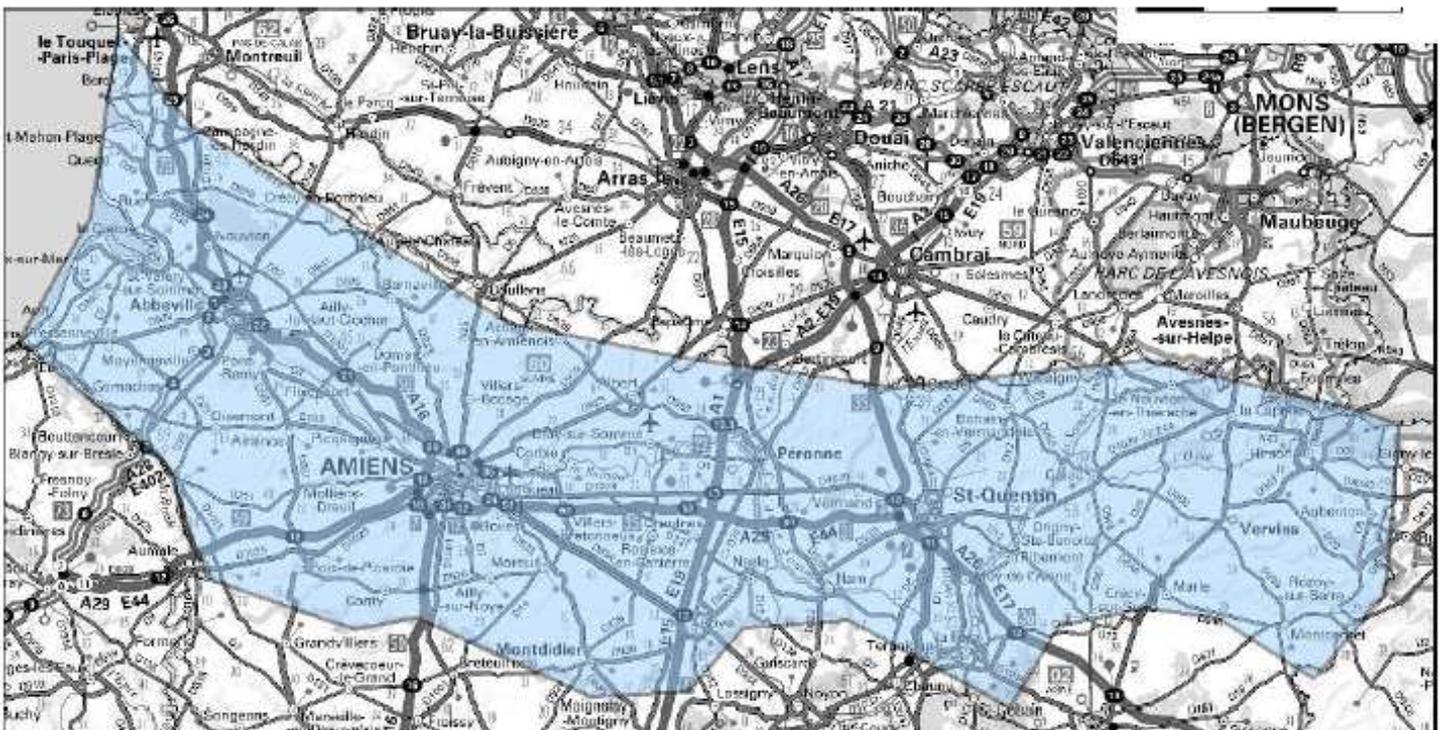
Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.

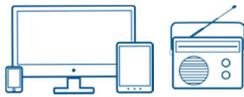


3. Description de l'allotissement étendu d'Amiens et de l'allotissement local qui y est inclus

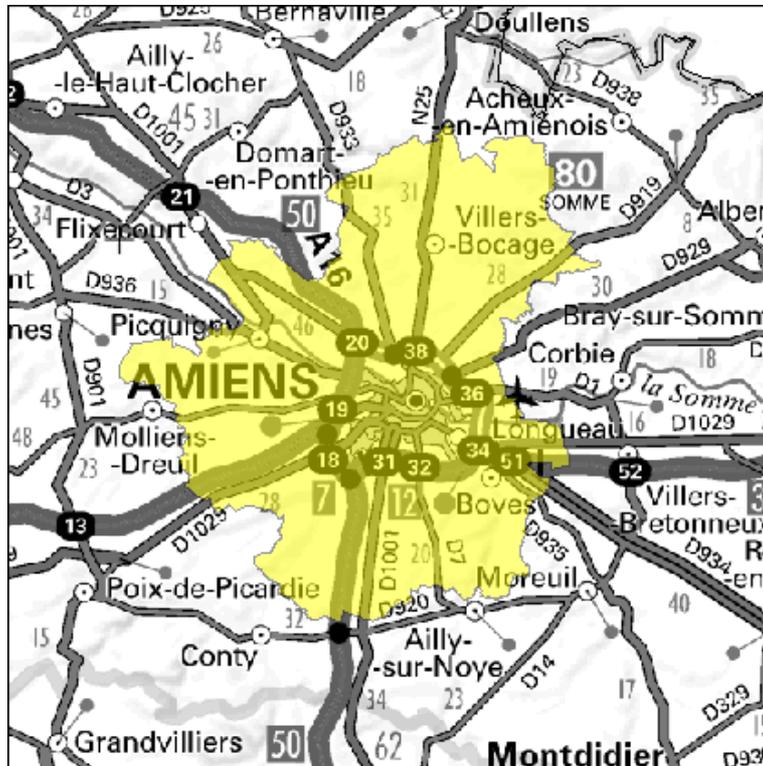
3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone d'Amiens recouvre principalement le département de la Somme ainsi que le nord du département de l'Aisne, soit une population totale de 829 000 habitants environ.





Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local a été définie : le bassin de vie d'Amiens 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. 85 communes sont recensées au sein du bassin de vie d'Amiens.



3.2. Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu d'Amiens

Neuf zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu d'Amiens³.

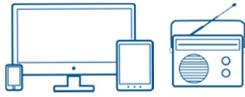
Parmi celles-ci, la zone d'Amiens serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait plus de 25 % de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu d'Amiens	Population en 2015 ⁴	Nombre de radios FM autorisées
Amiens	162 637	26
Total allotissement local Amiens	210 665⁵	
Abbeville	26 023	17
Cayeux-sur-Mer	2 530	5
Eu	20 095	6
Gauville	355	5
Hirson	10 031	10
Mers-les-Bains	2 840	6
Péronne	9 453	12
Saint-Quentin	65 059	17

³ L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Lille, à l'exception de la zone d'Eu (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 d'Amiens correspond à la population du bassin de vie d'Amiens.



4. Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu d'Amiens

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

Dans près de la moitié des zones identifiées (soit 4 zones sur 9), un seul service privé est autorisé. Seule la zone d'Amiens (agglomération de taille importante pouvant représenter un marché publicitaire concurrentiel) bénéficie de 20 services de radio. Si l'on prend en compte les radios du service public, cinq zones disposent néanmoins d'un minimum de 10 radios (dont 26 pour Amiens) contre quatre à cinq services pour les autres zones.

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
Abbeville	17	5	29 %	12	71 %	0	0 %	3	25 %	3	25 %	3	25 %	3	25 %
Amiens	26	6	23 %	20	77 %	1	5 %	3	15 %	3	15 %	10	50 %	3	15 %
Cayeux-sur-Mer	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Eu	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %
Gauville	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %
Hirson	10	5	50 %	5	50 %	0	0 %	2	40 %	0	0 %	2	40 %	1	20 %
Mers-les-Bains	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %
Péronne	12	5	42 %	7	58 %	0	0 %	2	29 %	2	29 %	1	14 %	2	29 %
Saint-Quentin	17	5	29 %	12	71 %	0	0 %	2	17 %	3	25 %	5	42 %	2	17 %

Source : CSA



4.2. L'audience des radios autorisées à Amiens

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

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Amiens

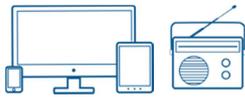
Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
RTL	[10;20[%	[10;20[%
France Bleu Picardie	[10;20[%	[10;20[%
Chérie FM Amiens	[5;10[%	[5;10[%
NRJ Amiens	[10;20[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%
France Info	[10;20[%	[5;10[%
Nostalgie	[5;10[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
France Inter	[5;10[%	[5;10[%
RTL 2	[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 Amiens

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
RTL	[10;20[%	[10;20[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
France Bleu Picardie	[10;20[%	[5;10[%
France Inter	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%
Nostalgie	[5;10[%	[5;10[%
Chérie FM Amiens	[5;10[%	[5;10[%
NRJ Amiens	[5;10[%	[5;10[%
France Info	[5;10[%	[0;5[%
RTL 2	[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 d'Amiens : 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 d'Amiens (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 étendu⁶).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III⁷, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Amiens étendu » et « Amiens local », soit 13 services sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

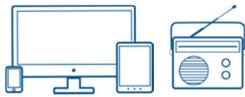
Quant aux couches métropolitaines, 24 services de radio au total ont été autorisés par le CSA le 24 avril 2019 (*cf. supra*).

Ainsi, dans le bassin de vie d'Amiens, 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 Picardie* dans l'allotissement « Amiens étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

⁶ 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 d'Amiens, 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+.

⁷ 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.



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+
Amiens	+ 10 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 35 nouveaux services
Abbeville	+ 14 nouveaux services	Au moins 6 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 20 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services
Cayeux-sur-Mer	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Eu	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Gauville	+ 20 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Hirson	+ 17 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Mers-les-Bains	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Péronne	+ 17 nouveaux services	Au moins 8 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Saint-Quentin	+ 13 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 20 nouveaux services	Au plus 25 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 neuf zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu d'Amiens, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines d'Amiens et Saint-Quentin⁸.

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

Zone	Paysage radiophonique local
Amiens	3 B : <i>Contact FM, Métropolys et Evasion Somme</i>
	3 C : <i>Chérie FM Amiens, NRJ Amiens et Virgin Radio Nord Picardie</i>
Saint-Quentin	2 B : <i>Contact FM et Métropolys</i>
	3 C : <i>Chérie FM Cambrésis Nord-Picardie, RTL 2 Nord et Virgin Radio Nord Picardie</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 2016⁹, 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 public¹⁰.

⁸ Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

⁹ 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.

¹⁰ 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 d'Amiens

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Amiens, 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 [20;30[% 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 unités urbaines 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.

Evolution de la dépense publicitaire dans la zone d'Amiens

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[20;30[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	[175;200[[150;175[[125;150[[150;175[[125;150[[125;150[[-30;-20[%
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[[-50;-40[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	[75;100[[50;75[[50;75[[50;75[[40;50[[40;50[[-50;-40[%

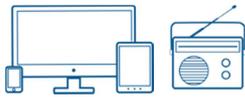
Source : France Pub

➤ *Répartition par média*

Évolution de la répartition des dépenses publicitaires médias dans la zone d'Amiens (en M€)

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-80;-70[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-20;-10[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-10;-5[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+5;+10[%

Source : France Pub

**Part de marché des différents médias dans la zone d'Amiens**

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[5;10[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Dans la zone d'Amiens, le montant global des dépenses publicitaires a diminué de manière continue au cours de ces dix dernières années ([-30;-20[% entre 2007 et 2017) pour s'établir à [20;30[M€ en 2017, soit un niveau légèrement supérieur à la moyenne des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants ([20;30[M€ en moyenne en 2017).

Tandis que les dépenses hors-médias ont faiblement reculé entre 2007 et 2017 ([-5;0[%), on observe une forte contraction des dépenses médias ([-50;-40[% au cours de la même période).

Dans ce contexte, et alors que les dépenses publicitaires en direction de la presse et de l'affichage ont chuté respectivement de [70;80[% et [10;20[% entre 2007 et 2017, la baisse des dépenses publicitaires radiophoniques a été plus limitée ([-10;-5[%) tandis que, mécaniquement, la part de marché du média radio a progressé de [5;10[points.



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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Amiens

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹¹	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
SECOM	<i>Métropolys</i>	B	Top Médias	[0;5[%	[0;5[%	[0;5[%
La Voix du Nord	<i>Contact FM</i>	B	Contact FM Publicité	[0;5[%	[5;10[%	[5;10[%
HPI Groupe	<i>Evasion Somme</i>	B	HPI Groupe	[0;5[%	[10;20[%	[10;20[%
NRJ Group	<i>Chérie FM Amiens</i>	C	NRJ Global Régions	[5;10[%	[30;40[%	[70;80[%
	<i>NRJ Amiens</i>	C		[5;10[%	[30;40[%	
Lagardère Active	<i>Virgin Radio Amiens</i>	C	Régie Radio Régions	[0;5[%	[10;20[%	[10;20[%
	Total			[10;20[%	100 %	100 %

Cinq régies exploitent le marché publicitaire radiophonique d'Amiens. Commercialisant les espaces publicitaires de deux services actifs dans la zone – contre un seul service pour les quatre autres régies –, NRJ Global Régions enregistre, à elle seule, une PDALC de [70;80[%.

5.2. Étude du marché publicitaire de la zone de Saint-Quentin

➤ **Volume global du marché publicitaire local**

À Saint-Quentin, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [5;10[M€ (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [5;10[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [20;30[% par rapport à 2007 mais stable par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [125;150[€ par habitant, dont [30;40[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des agglomérations de 50 000 à 70 000 habitants (groupe composé de 30 unités urbaines au total) sont de [5;10[M€ par unité urbaine, en diminution de [10;20[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [150;175[€ par habitant.

¹¹ Septembre 2016-juin 2017 et septembre 2017-juin 2018. Source : Médiamétrie, Média locales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, de 5h à 24h.



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 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 Saint-Quentin

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[5;10[[5;10[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[125;150[</i>	<i>[-30;-20[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[0;+5[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-60;-50[%
<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>[30;40[</i>	<i>[30;40[</i>	<i>[-60;-50[%</i>

Source : France Pub

➤ Répartition par média

Évolution de la répartition des dépenses publicitaires médias dans la zone de Saint-Quentin (en M€)

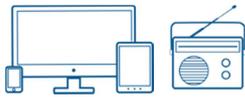
	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-80;-70[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-60;-50[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-10;-5[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+5;+10[%

Source : France Pub

Part de marché des différents médias dans la zone de Saint-Quentin

	2007	2013	2014	2015	2016	2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[5;10[%	[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 de [20;30[% entre 2007 et 2016, le volume des dépenses publicitaires s'est stabilisé à près de [5;10[M€ depuis 2016 dans la zone de Saint-Quentin, soit un niveau inférieur au niveau moyen des dépenses publicitaires au sein des unités urbaines comparables, resté stable depuis 2016 ([5;10[M€ en moyenne en 2017).

Alors que les dépenses publicitaires hors-médias sont restées stables dans la zone entre 2007 et 2017, les dépenses en direction des supports médias se sont très fortement altérées ([-60;-50[%).

Dans ce contexte, le média radio n'a été que faiblement impacté par cette forte contraction des dépenses publicitaires médias ([-10;-5[% sur les dépenses publicitaires radiophoniques entre 2007 et 2017 contre une baisse respective de [70;80[% et de [50;60[% des dépenses en direction de la presse et de l'affichage). En outre, les investissements des annonceurs dans le média radio sont même repartis à la hausse entre 2016 et 2017 ([+5;+10[%).

- *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 24 à 35 services dans la zone d'Amiens et de 20 à 25 services dans la zone de Saint-Quentin.

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 d'Amiens 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 d'Amiens et de Saint-Quentin. Entre 2007 et 2017, les dépenses publicitaires ont diminué dans les deux zones et cette baisse est d'autant plus marquée pour les dépenses publicitaires médias ([-50;-40[% à Amiens, [-60;-50[% à Saint-Quentin). Toutefois, le secteur radiophonique, à la différence de la presse et de l'affichage, n'a été que faiblement impacté par cette forte contraction des dépenses publicitaires médias et n'a connu qu'une baisse très limitée de ses ressources publicitaires ([-10;-5[% entre 2007 et 2017 dans les deux zones). Les dépenses publicitaires radiophoniques sont, par ailleurs, reparties à la hausse dans la zone de Saint-Quentin entre 2016 et 2017 ([+5;+10[%).

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle du marché radiophonique d'Amiens¹², appréciée par le biais de la répartition des PDALC, bien que cinq régies exploitent ce marché publicitaire, l'une d'entre réalise, à elle seule, une PDALC de [70;80[%.

¹² Le Conseil ne dispose pas des chiffres d'audience pour la zone de Saint-Quentin.



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

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 d'Amiens.

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 d'Amiens

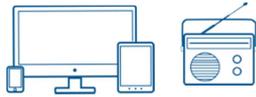
(en K€)

Nombre de fréquences FM exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Lille	Au sein de l'allotissement étendu d'Amiens			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
3	1	Canal FM (Association Canal Sambre Avesnois)	B	L-D : 3h38	Régie interne	L-D : 1h30	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
16	4	Contact FM (SAS Contact FM)	B	L-V : 1h35 et 30s S : 1h43 D : 1h21 et 30s	Contact Publicité	L-V : 1h51 et 30s S : 1h44 D : 2h05 et 30s	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	1	Echo FM (Association Nord Média)	B	L-D : 1h00	Régie interne	L-D : 0h45	TF1 Publicité	Documents comptables non fournis								
3	3	Evasion Somme (SARL Radioactivité)	B	L-D : 2h24	HPI	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	2	Métropolys (SARL Ephata)	B	Métropolys ne diffuse pas de publicités spécifiques aux zones d'Amiens et de Saint-Quentin		L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
7	2	Radio 6 (SARL Radio 6)	B	L-D : 2h46 et 30s	Régie interne	L-V : 1h51 et 30s	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



(en K€)

Nombre de fréquences FM exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Lille	Au sein de l'allotissement étendu d'Amiens			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
3	2	Chérie FM Cambrésis Nord-Picardie (SARL Flash Pub Communication)	C	L-D : 0h12	Régie interne	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	3	Chérie FM Amiens (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 00h53 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	1	Nostalgie Lens (SAS Radio Nostalgie Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h47	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	3	NRJ Amiens (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		NRJ Dieppe Le Tréport (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	1	RTL 2 Nord (SARL Média Stratégie)	C	L-V : 00h56 S-D : 00h53	Force 1 Publicité et M6 Pub local		M6 Publicité	Les données communiquées concernent principalement la zone de Lille, zone non incluse dans la présente étude.						[...]	[...]	[...]
10	3	Virgin Radio Nord Picardie (SASU Virgin Radio Régions)	C	-	-			-	-	-	-	-	-			
		Virgin Radio Amiens (décrochage)		L-V : 1h00 S-D : 00h45	Régie Radio Régions	00h10/heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		Virgin Radio Saint-Quentin (décrochage)		L-V : 1h00 S-D : 00h45	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, 14 services sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu d'Amiens (six en catégorie B et huit en catégorie C), dont 12 pour lesquels le Conseil dispose de données comptables.

Parmi ces douze services, [...].

S'agissant du résultat net des différents titulaires d'autorisations en catégorie C, [...]. Ces sociétés sont donc 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.



7. Conclusion

Le déploiement du DAB+ dans la moitié nord de l'ex-région Picardie pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie d'Amiens de 24 à 35 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local d'Amiens, le paysage radiophonique serait enrichi, selon les zones, de 20 à 32 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 d'Amiens¹³, on notera qu'à la différence de la presse et de l'affichage, le secteur radiophonique n'a été que faiblement impacté par la forte contraction des dépenses publicitaires médias ([-50;-40[% à Amiens, [-60;-50[% à Saint-Quentin) et n'a connu qu'une baisse très limitée de ses ressources publicitaires ([-10;-5[% entre 2007 et 2017 dans les deux zones).

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, [...].

[...] Cette situation peut ainsi s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations filiales de groupes nationaux, ces dernières étant, 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.

¹³ À savoir les unités urbaines d'Amiens et de Saint-Quentin.



Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans la moitié nord de l'ex-région Picardie 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.