



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

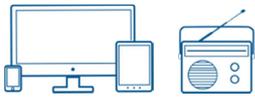
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Nîmes étendu ; Nîmes local

Version soumise à consultation publique

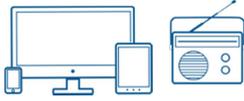
Mai 2019





Sommaire

1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Nîmes 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 Nîmes	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Nîmes ..	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	11
4.2.	L'audience des radios autorisées à Nîmes	14
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	15
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	18
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone de Nîmes	19
➤	Volume global du marché publicitaire local	19
➤	Répartition par média	19
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	20
5.2.	Étude du marché publicitaire de la zone d'Alès	21
➤	Volume global du marché publicitaire local	21
➤	Répartition par média	22
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	23
5.3.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	23
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu d'Avignon	25
7.	Conclusion	28



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 :

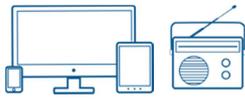
- Nîmes étendu ;
- Nîmes local.

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, Brest étendu, Brest local, Perpignan étendu, Perpignan local, Montpellier étendu, Montpellier 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.



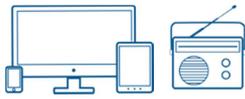
Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de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

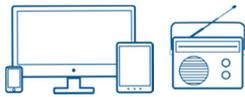
¹ Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018.



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.

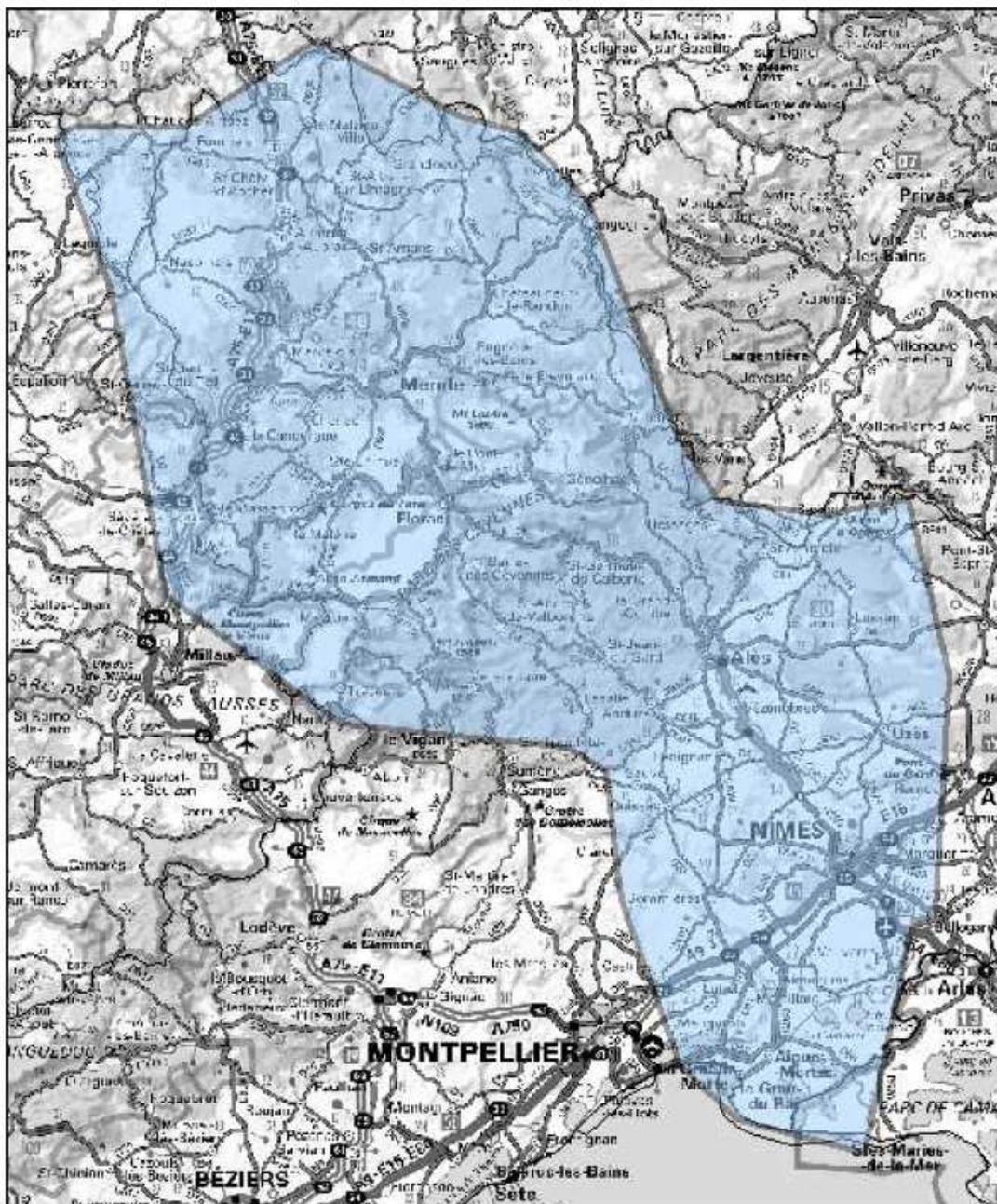
Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.



3. Description de l'allotissement étendu de Nîmes 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 Nîmes recouvre principalement les départements du Gard et de la Lozère, soit une population totale de 753 000 habitants environ.





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

25 zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Nîmes³.

Parmi celles-ci, la zone de Nîmes serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait environ 29 % de la population de l'allotissement étendu.

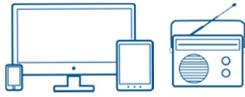
Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Nîmes	Population en 2015 ⁴	Nombre de radios FM autorisées
Nîmes	184 750	19
Total allotissement local Nîmes	222 058⁵	
Alès	94 393	22
Belvézet	249	5
Bessèges	4 488	5
Florac	2 088	11
Fournels	366	1
Langogne	3 246	10
Lasalle	1 153	5
Le Grau-du-Roi	17 189	6
Les Salces	101	4
Marvejols	6 066	9
Mende	11 641	23
Meyrueis	838	7
Rocles	234	5
Saint-Chély-d'Apcher	4 156	9
Saint-Denis-en-Margeride	174	3
Saint-Etienne-du-Valdonnez	648	5
Saint-Hilaire-de-Brethmas	4 174	5
Saint-Laurent-de-Muret	189	7
Saint-Michel-de-Dèze	246	1
Sainte-Colombe-de-Peyre		5
Sévérac-d'Aveyron ⁶	4 116	7
Sommières	7 520	6
Vauvert	11 515	6
Villefort	568	2

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

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 Nîmes correspond à la population du bassin de vie de Nîmes.

⁶ Nouveau nom de la commune de Sévérac-le-Château.



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

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

Il ressort de l'étude de ces paysages radiophoniques que, parmi les 25 zones identifiées, seules trois, dont Nîmes, disposent de plus de 10 radios privées (aucune zone ne comptant plus de 20 radios privées). En outre, dans 60 % des zones (soit 15 zones sur 25), seule une radio privée de catégorie A est autorisée. Si l'on prend en compte les radios du service public, cinq zones bénéficient d'au moins 10 radios au total (dont deux zones plus de 20 services) tandis que les vingt autres ne reçoivent, en moyenne, que cinq services.

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
Alès	22	5	23 %	17	77 %	3	18 %	2	12 %	2	12 %	7	41 %	3	18 %
Bélvezet	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Bessèges	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Florac	11	4	36 %	7	64 %	2	29 %	1	14 %	1	14 %	3	43 %	0	0 %
Fournels	1	0	0 %	1	100 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Langogne	10	4	40 %	6	60 %	2	33 %	1	17 %	0	0 %	2	33 %	1	17 %
Lasalle	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Le Grau-du-Roi	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Les Salces	4	3	75 %	1	25 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Marvejols	9	5	56 %	4	44 %	0	0 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	1	25 %
Mende	23	6	26 %	17	74 %	5	29 %	2	12 %	0	0 %	7	41 %	3	18 %
Meyrueis	7	4	57 %	3	43 %	0	0 %	1	33 %	0	0 %	2	67 %	0	0 %
Nîmes	19	5	26 %	14	74 %	4	29 %	1	7 %	3	21 %	3	21 %	3	21 %
Rocles	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Chély-d'Apcher	9	5	56 %	4	44 %	1	25 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %
Saint-Denis-en-Margeride	3	2	67 %	1	33 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %

Source : CSA



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
Saint-Etienne-du-Valdonnez	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Hilaire-de-Brethmas	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Laurent-de-Muret	7	6	86 %	1	14 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Saint-Michel-de-Dèze	1	0	0 %	1	100 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Sainte-Colombe-de-Peyre	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Sévérac-le-Château ⁷	7	3	43 %	4	57 %	1	25 %	1	25 %	0	0 %	2	50 %	0	0 %
Sommières	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Vauvert	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Villefort	2	0	0 %	2	100 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %

Source : CSA

Le 17 avril 2019, le Conseil a lancé un appel aux candidatures FM portant notamment sur les zones d'Alès, Florac, Langogne, Marvejols, Mende, Nîmes, Saint-Chély-d'Apcher et Vauvert :

- une nouvelle fréquence est mise en appel à Nîmes et deux nouvelles fréquences sont mises en appel dans chacune des zones de Langogne, Marvejols et Saint-Chély-d'Apcher ;
- des autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance dans les zones de d'Alès, Florac, Mende, Nîmes et Vauvert ;
- dans les zones d'Alès et Mende, la SAS Sud Radio a renoncé au bénéfice de la seconde reconduction de son autorisation d'émettre le service *Sud Radio* en catégorie B.

⁷ Ancienne dénomination de la commune de Sévérac-d'Aveyron.



4.2. L'audience des radios autorisées à Nîmes

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

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Nîmes

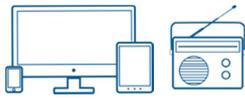
Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[10;20[%	[10;20[%
France Bleu Gard Lozère	[10;20[%	[10;20[%
Chérie FM Grand Sud	[5;10[%	[10;20[%
NRJ Nîmes	[10;20[%	[5;10[%
France Info	[10;20[%	[5;10[%
Fun Radio Nîmes	[5;10[%	[5;10[%
RTL	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[10;20[%	[5;10[%
Radio Classique	[0;5[%	[0;5[%

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

Les dix premiers services en part d'audience à Nîmes

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RMC	[10;20[%	[10;20[%
France Bleu Gard Lozère	[10;20[%	[5;10[%
Chérie FM Grand Sud	[5;10[%	[5;10[%
RTL	[5;10[%	[5;10[%
Fun Radio Nîmes	[0;5[%	[5;10[%
NRJ Nîmes	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[0;5[%
France Info	[5;10[%	[0;5[%
Radio Classique	[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 Nîmes : 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 Nîmes (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 étendu⁸).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III⁹, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Nîmes étendu » et « Nîmes 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 Nîmes 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 Gard Lozère* dans l'allotissement « Nîmes étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

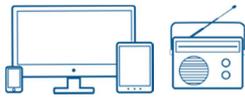
⁸ À compter de 2020, de nouveaux appels aux candidatures sont susceptibles d'être lancés par le Conseil afin soit d'élargir, sur le même canal, l'allotissement local de Nîmes, soit de permettre le déploiement du DAB+ dans d'autres allotissements locaux, sur des canaux différents. Le Conseil publiera prochainement une feuille de route actualisée précisant les étapes suivantes du déploiement du DAB+.

⁹ 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+
Nîmes	+ 14 nouveaux services	Au moins 17 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 39 nouveaux services
Alès	+ 12 nouveaux services	Au moins 3 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 15 nouveaux services	Au plus 24 nouveaux services
Bélvezet	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Bessèges	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Florac	+ 18 nouveaux services	Au moins 8 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 26 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Fournels	+ 24 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 36 nouveaux services	Au plus 37 nouveaux services
Langogne	+ 18 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Lasalle	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Le Grau-du-Roi	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Les Salces	+ 21 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 33 nouveaux services	Au plus 34 nouveaux services
Marvejols	+ 17 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Mende	+ 9 nouveaux services	Au moins 5 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 21 nouveaux services
Meyueis	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Rocles	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Saint-Chély-d'Apcher	+ 18 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Saint-Denis-en-Margeride	+ 22 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 34 nouveaux services	Au plus 35 nouveaux services
Saint-Etienne-du-Valdonnez	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Saint-Hilaire-de-Brethmas	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Saint-Laurent-de-Muret	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 31 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+
Saint-Michel-de-Dèze	+ 24 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 36 nouveaux services	Au plus 37 nouveaux services
Sainte-Colombe-de-Peyre	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Sévérac-d'Aveyron	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Sommières	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Vauvert	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Villefort	+ 23 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 35 nouveaux services	Au plus 36 nouveaux services

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 25 zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Nîmes, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines de Nîmes et Alès¹⁰. Par ailleurs, l'unité urbaine de Nîmes intègre la commune de Saint-Hilaire-de-Brethmas.

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

Zone	Paysage radiophonique local
Nîmes	1 B : <i>RTS FM</i>
	3 C : <i>Chérie FM Grand Sud, Fun Radio Nîmes et NRJ Nîmes</i>
Alès	1 B : <i>Totem</i>
	2 C : <i>Chérie FM Grand Sud et Nostalgie Vaucluse</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.

¹⁰ Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

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 Nîmes¹³

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Nîmes, 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 mais stable par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [150;175[€ par habitant, dont [50;75[€ 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.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Nîmes

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>[175;200[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[150;175[</i>	<i>[-20;-10[%</i>
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€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[5;10[[5;10[[-40;-30[%
<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>[-40;-30[%</i>

Source : France Pub

➤ *Répartition par média*

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-70;-60[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-30;-20[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[-20;-10[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+20;+30[%

Source : France Pub

¹³ Unité urbaine dans laquelle est, pour rappel, comprise la commune de Saint-Hilaire-de-Brethmas.



Part de marché des différents médias dans la zone de Nîmes

	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

Bien que les dépenses publicitaires globales aient diminué dans la zone de Nîmes entre 2007 et 2017 ([-20;-10[%), elles demeurent à un niveau très supérieur à la moyenne des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de taille équivalente ([20;30[M€ en 2017 à Nîmes contre [20;30[M€ en moyenne au sein des unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants).

Tandis que les dépenses hors-médias ont progressé de [10;20[% dans la zone entre 2007 et 2017, les dépenses médias ont diminué de [30;40[%. A l'exception du couplage TV/Cinéma, tous les médias historiques ont connu une baisse des investissements publicitaires. S'agissant des dépenses publicitaires radiophoniques, bien qu'en baisse de [10;20[% depuis 2007, ces dépenses sont évaluées à [0;5[M€ en 2017 dans la zone, soit un niveau largement supérieur à la moyenne des dépenses publicitaires radiophoniques des unités urbaines de taille équivalente ([0;5[M€ en 2017).

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Nîmes

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁴	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	RTS FM	B	RTS Communication	NS*	NS*	NS*
	Chérie FM Grand Sud	C	Régie interne	[5;10[%	[40;50[%	[40;50[%
NRJ Group	NRJ Nîmes	C	NRJ Global Régions	[5;10[%	[30;40[%	[30;40[%
Groupe M6	Fun Radio Nîmes	C	M6 Publicité Local	[0;5[%	[20;30[%	[20;30[%
	Total			[10;20[%	100 %	100 %

* NS : non significatif

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



Quatre régies exploitent le marché publicitaire radiophonique de Nîmes, chacune commercialisant les espaces publicitaires d'un seul service. Avec une PDALC de [40;50[%, la régie qui commercialise les espaces publicitaires de *Chérie FM Grand Sud* enregistre la PDALC la plus élevée de la zone. De leur côté, NRJ Global Régions et M6 Publicité Local enregistrent des parts d'audience locale commercialisable comprises entre [20;30[% et [30;40[% tandis que RTS Communication réalise une PDALC non significative dans la zone.

5.2. Étude du marché publicitaire de la zone d'Alès

➤ Volume global du marché publicitaire local

À Alès, 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. Ce volume représente un montant de [100;125[€ par habitant, dont [30;40[€ 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 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 d'Alès

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

Source : France Pub



➤ **Répartition par média**

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-80;-70[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-40;-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 d'Alès

	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 progressé de [10;20[% entre 2013 et 2015, le montant des dépenses publicitaires est de nouveau reparti à la baisse entre 2015 et 2017 dans la zone d'Alès ([-20;-10[% et se situe bien en-dessous de la moyenne des dépenses publicitaires des unités urbaines de taille comparable (soit [5;10[M€ en 2017 à Alès contre [10;20[M€, en moyenne, au sein des unités urbaines de 70 000 à 100 000 habitants).

Tandis que les dépenses hors-médias sont restées stables dans la zone entre 2007 et 2017, les dépenses des annonceurs en direction des supports médias ont été réduites [...].

Malgré un léger rebond entre 2016 et 2017 ([0;+5[%), les dépenses publicitaires radiophoniques ont diminué de [20;30[% au cours des dix dernières années (soit toutefois une baisse inférieure à la baisse des dépenses publicitaires en direction de la presse et de l'affichage).



➤ ***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 31 à 39 services dans la zone de Nîmes et de 15 à 24 services dans la zone d'Alès.

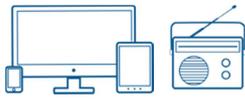
Compte tenu du niveau des ventes actuel des récepteurs DAB+ et de ses perspectives (section 3 de l'étude d'impact à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017, 21 février 2018 et 15 mai 2019), l'impact du déploiement du DAB+ sur ce marché ne sera toutefois pas immédiat.

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 Nîmes 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 unités urbaines de Nîmes¹⁵ et d'Alès. Au sein de ces deux unités urbaines, les dépenses publicitaires globales, comme cela est le cas pour les dépenses publicitaires médias, ont diminué entre 2007 et 2017. Ces différentes dépenses semblent néanmoins s'être stabilisées entre 2016 et 2017.

Dans ce contexte, les investissements des annonceurs en faveur du média radio ont également diminué entre 2007 et 2017 (de l'ordre de [10;20[% à [20;30[%). Malgré tout, quelle que soit la zone, d'une part, cette baisse des dépenses publicitaires radiophoniques est inférieure à la baisse des dépenses publicitaires en direction de la presse et de l'affichage et, d'autre part, ces dépenses publicitaires radiophoniques ont légèrement progressé entre 2016 et 2017 ([0;+5[% à Nîmes, [0;+5[% à Alès).

¹⁵ Intégrant la commune de Saint-Hilaire-de-Brethmas.



Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle du marché radiophonique de Nîmes, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, quatre régies publicitaires assurent la commercialisation des espaces publicitaires radiophoniques locaux, dont trois enregistrant une PDALC significative. Avec une PDALC de [40;50[%, la régie de *Chérie FM Grand Sud* enregistre la PDALC la plus élevée de la zone et est suivie par NRJ Global Régions (PDALC de [30;40[%) et M6 Publicité Local (PDALC de [20;30[%).



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

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 Nîmes.

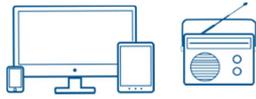
Les tableaux reproduits aux pages suivantes présentent les chiffres d'affaires globaux et les charges d'exploitation des éditeurs de services ainsi que le résultat net des sociétés titulaires des autorisations d'émettre. S'agissant plus particulièrement des opérateurs de catégorie C, ces informations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



Étude d'impact DAB+ dans la zone de Nîmes

(en K€)

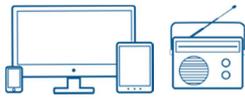
Nombre de fréquences FM exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Toulouse	Au sein de l'allotissement étendu de Nîmes			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
8	1	RTS FM (SARL RTS FM)	B	L-V : 1h07 S-D : 1h00	RTS Communi- cation	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
28	8	Totem (Association Régionale d'Animation)	B	L-D : 1h50	Oxymedia	L-D : 1h46	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	3	Chérie FM Grand Sud (SARL Aggripa Diffusion)	C	L-V : 00h54 S-D : 00h48	Régie interne	00h12/ heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
12	1	Fun Radio Nîmes (SARL Canal Star)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h51	M6 Publicité Local	0h15 / heure	M6 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
8	1	Nostalgie Vaucluse (SAS Radio Nostalgie Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h47	NRJ Global Régions	00h12/ heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	NRJ Nîmes (SARL Presse du Gard)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/ heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



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, six opérateurs sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Nîmes (deux en catégorie B et quatre en catégorie C). Parmi eux, [...].

En outre, [...] de ces six titulaires d'autorisations [...]. Sur ce dernier point, on relèvera que ces filiales [de réseaux à vocation nationale] sont 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 les départements du Gard et de la Lozère pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie de Nîmes de 31 à 39 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Nîmes, le paysage radiophonique serait enrichi de 14 à 37 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.

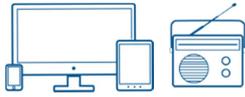
Si cet enrichissement de l'offre peut se produire dès la date de démarrage des émissions après que les autorisations auront été délivrées, l'impact sur l'audience et les marchés publicitaires locaux ne pourra devenir sensible qu'à moyen et long termes. Cet impact dépendra notamment du rythme de la montée 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 Nîmes¹⁶, on notera que, dans un contexte de baisse des dépenses publicitaires, les investissements des annonceurs en faveur du média radio ont diminué de [10;20[% à Nîmes et de [20;30[% à Alès entre 2007 et 2017. Malgré tout, cette baisse des dépenses publicitaires radiophoniques est moins importante que la baisse des dépenses publicitaires en direction de la presse et de l'affichage. En outre, ces dépenses radiophoniques ont légèrement progressé entre 2016 et 2017 ([0;+5[% à Nîmes, [0;+5[% à Alès).

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 que [...].

De même, en ce qui concerne le résultat net de ces sociétés titulaires d'autorisations d'émettre, [...]. Cette situation peut s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations locales filiales de groupes nationaux : ces opérateurs sont 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.

¹⁶ À savoir les unités urbaines de Nîmes et Alès.



Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans les départements du Gard et de la Lozère 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.