



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 :

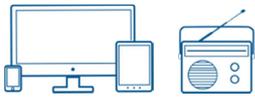
Perpignan étendu ; Perpignan local

---

**Version soumise à consultation publique**

---

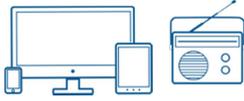
Mai 2019





## Sommaire

1.	Introduction .....	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact .....	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Perpignan 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 Perpignan .....	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Perpignan .....	11
4.1.	Description des offres radiophoniques locales .....	11
4.2.	L'audience des radios autorisées ou entendues à Perpignan .....	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 de Perpignan .....	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.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires .....	19
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Perpignan .....	21
7.	Conclusion .....	24



## 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 :

- Perpignan étendu ;
- Perpignan 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, Amiens étendu, Amiens local, Montpellier étendu, Montpellier 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.

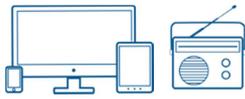
Deux types d'allotissements pourraient être mis en appel par le Conseil : un allotissement de type étendu et un allotissement de type local, étant précisé que l'allotissement étendu recouvre l'allotissement local.

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 2018<sup>1</sup>, 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.

---

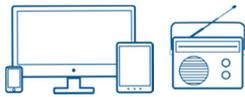
<sup>1</sup> Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018.



## 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](http://www.csa.fr)), le niveau de l'équipement des individus en récepteurs et de la consommation de la radio a été rappelé (*cf.* sections 2.3.1 et 2.3.2 de cette étude). Cette étude présente également le niveau d'équipement en récepteurs DAB+, qui demeure 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.

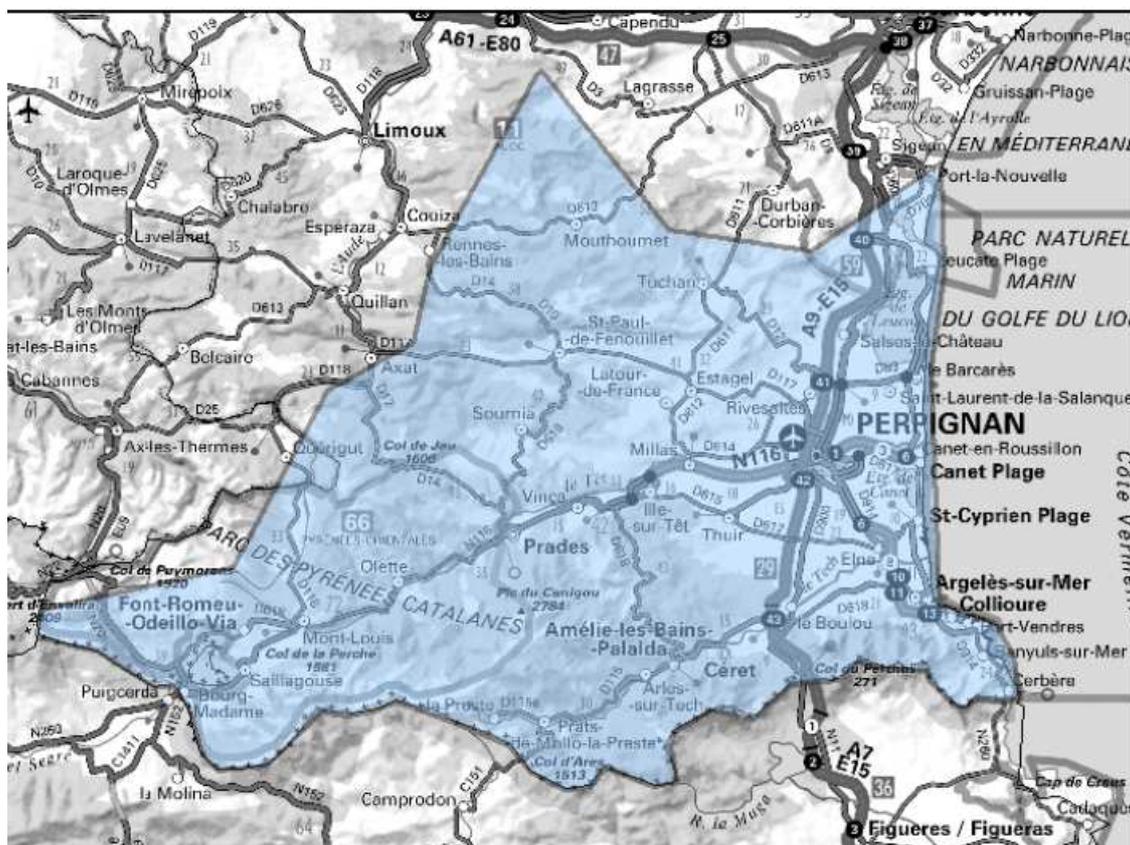
Quel que soit l'allotissement considéré, le niveau d'équipement en récepteurs compatibles avec le DAB+ demeure déterminant dans l'évaluation de l'impact au niveau local.



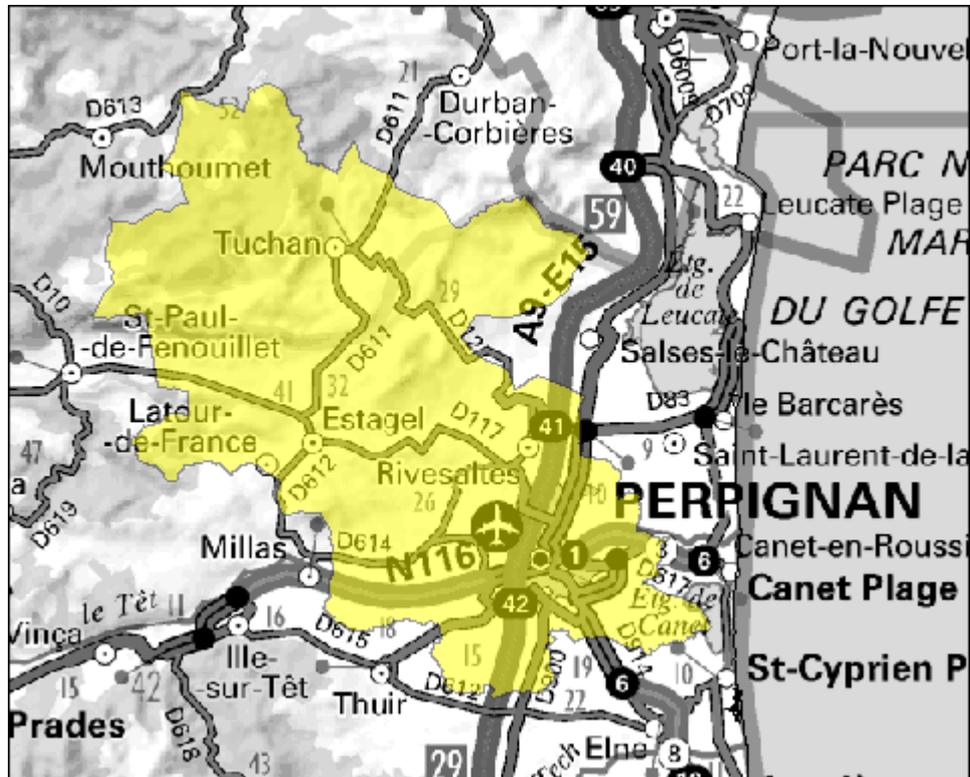
### 3. Description de l'allotissement étendu de Perpignan et de l'allotissement local qui y est inclus

#### 3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Perpignan recouvre le département des Pyrénées-Orientales ainsi que la partie sud-est du département de l'Aude, soit une population totale de plus de 480 000 habitants.



Au sein de cet allotissement étendu, une zone correspondant à un allotissement local a été définie : le bassin de vie de Perpignan tel que défini par l'INSEE<sup>2</sup>.



<sup>2</sup> Bassin de vie 2012, composition communale des bassins de vie 2018, population des communes recensée en 2016 et entrant en vigueur au 1er janvier 2019. 45 communes sont recensées au sein du bassin de vie de Perpignan, dont la zone de planification FM de Tuchan.



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

Onze zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Perpignan<sup>3</sup>.

Parmi celles-ci, les zones de Perpignan et de Tuchan (zone faisant partie du bassin de vie de Perpignan) seraient également couvertes par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait près de la moitié de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Perpignan	Population en 2015 <sup>4</sup>	Nombre de radios FM autorisées
Perpignan	200 971	22
Tuchan	763	5
<b>Total allotissement local Perpignan</b>	<b>239 274<sup>5</sup></b>	
Amélie-les-Bains	6 188	6
Canet-en-Roussillon	11 965	6
Céret	13 808	8
Err	656	5
Eyne	126	7
Font-Romeu	1 954	10
Port-Vendres	4 195	6
Prades	9 414	14
Sorède <sup>6</sup>	6 959	6

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

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

<sup>5</sup> La population totale de l'allotissement local de Perpignan correspond à la population du bassin de vie de Perpignan.

<sup>6</sup> Population de l'unité urbaine même s'il s'agit de la zone où est implanté l'émetteur régional du Pic de Néoulous, qui dessert une population très importante (inclut Perpignan).



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

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

La plupart des zones de planification FM identifiées au sein de l'allotissement étendu de Perpignan disposent d'un nombre très limité de radios privées, le paysage radiophonique de 70 % de ces zones n'étant composé que de trois radios privées au plus. Hors Perpignan (17 radios privées autorisées), aucune de ces zones ne dispose de plus de dix services privés. Si l'on prend en compte les radios du service public, une seule zone dispose de plus de 20 radios au total (Perpignan), une autre zone de plus de dix radios (Prades) tandis que les neuf autres zones (soit 80 % des zones) bénéficient de dix services au plus.

### **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
Amélie-les-Bains	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %
Canet-en-Roussillon	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Céret	8	5	63 %	3	38 %	1	33 %	0	0 %	1	33 %	1	33 %	0	0 %
Err	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Eyne	7	4	57 %	3	43 %	2	67 %	0	0 %	1	33 %	0	0 %	0	0 %
Font-Romeu	10	4	40 %	6	60 %	1	17 %	1	17 %	1	17 %	2	33 %	1	17 %
Perpignan	22	5	23 %	17	77 %	2	12 %	2	12 %	4	24 %	6	35 %	3	18 %
Port-Vendres	6	4	67 %	2	33 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %
Prades	14	4	29 %	10	71 %	2	20 %	2	20 %	2	20 %	3	30 %	1	10 %
Sorède	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Tuchan	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %

Source : CSA

Le 17 avril 2019, le Conseil a lancé un appel aux candidatures FM portant notamment sur les zones de Perpignan, Port-Vendres, Prades et Sorède Pic de Néoulous :

- dans chacune de ces trois zones, des autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance. A cette occasion, la fréquence planifiée pour une radio privée dans la zone de Canet-en-Roussillon a été déplacée dans la zone de Perpignan ;
- dans la zone de Perpignan, une nouvelle fréquence est mise en appel.



#### 4.2. L'audience des radios autorisées ou entendues à Perpignan

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

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

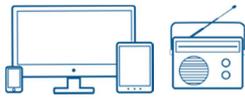
Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Bleu Roussillon	[10;20[ %	[10;20[ %
Nostalgie	[0;5[ %	[10;20[ %
RMC	[5;10[ %	[10;20[ %
France Inter	[10;20[ %	[5;10[ %
NRJ Perpignan	[5;10[ %	[5;10[ %
France Info	[5;10[ %	[5;10[ %
Skyrock	[5;10[ %	[5;10[ %
Fun Radio	[5;10[ %	[5;10[ %
Littoral FM	[0;5[ %	[5;10[ %
Rire et Chansons	[0;5[ %	[5;10[ %

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

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

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Bleu Roussillon	[10;20[ %	[10;20[ %
France Inter	[10;20[ %	[10;20[ %
RMC	[5;10[ %	[10;20[ %
NRJ Perpignan	[0;5[ %	[5;10[ %
RTL	[0;5[ %	[5;10[ %
France Info	[5;10[ %	[5;10[ %
Nostalgie	[0;5[ %	[5;10[ %
Skyrock	[0;5[ %	[5;10[ %
Littoral FM	[0;5[ %	[0;5[ %
Europe 1	[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 Perpignan : 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 Perpignan<sup>7</sup> (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 étendu<sup>8</sup>).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III<sup>9</sup>, 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Perpignan étendu » et « Perpignan 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*).

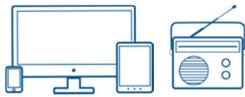
Ainsi, dans le bassin de vie de Perpignan, le Conseil pourrait *in fine* autoriser jusqu'à 50 services de radio en DAB+ à l'issue des appels (24 à l'échelle métropolitaine, 13 à l'échelle régionale et 13 à l'échelle locale) tandis qu'à l'extérieur de ce bassin de vie, 37 services de radio pourraient 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 Roussillon* dans l'allotissement « Perpignan étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

<sup>7</sup> Incluant la zone de planification FM de Tuchan.

<sup>8</sup> 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 Perpignan, 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+.

<sup>9</sup> 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+
Perpignan	+ 12 nouveaux services	Au moins 16 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services	Au plus 37 nouveaux services
Tuchan	+ 21 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 45 nouveaux services	Au plus 46 nouveaux services
Amélie-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
Canet-en-Roussillon	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Céret	+ 19 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 29 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Err	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Eyne	+ 21 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Font-Romeu	+ 18 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Port-Vendres	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Prades	+ 17 nouveaux services	Au moins 6 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 23 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Sorède	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 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 onze zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Perpignan, le Conseil dispose uniquement des données pour l'unité urbaine de Perpignan<sup>10</sup>.

Le paysage radiophonique commercial local de cette zone se décompose de la manière suivante :

Zone	Paysage radiophonique local
Perpignan	<b>2 B</b> : 100 % Pays Catalan et Grand Sud FM
	<b>4 C</b> : Chérie FM Perpignan, NRJ Perpignan, RFM Méditerranée et RTL 2 Languedoc-Roussillon

Source : CSA

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

- les éditeurs de catégorie A, dont l'impact potentiel sur le marché publicitaire local demeure marginal ;
- les stations locales de *France Bleu* dans la mesure où, d'une part, le régime publicitaire applicable à Radio France, même s'il a évolué en 2016<sup>11</sup>, devrait continuer à s'appuyer sur des plafonds fortement contingentés et peu comparables à ceux auxquels les radios privées sont assujetties et où, d'autre part, la société nationale de programme est essentiellement financée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

<sup>11</sup> 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.

<sup>12</sup> 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 Perpignan

### ➤ Volume global du marché publicitaire local

À Perpignan, 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 [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), soit une dépense moyenne de [40;50[ € par habitant.

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

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
<b>Dépenses publicitaires totales (en M€)</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[30;40[</b>	<b>[-20;-10[ %</b>
<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[	[20;30[	[20;30[	[+10;+20[ %
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[10;20[	[-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>

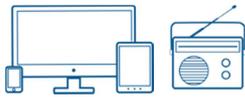
Source : France Pub

### ➤ Répartition par média

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-70;-60[ %
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-20;-10[ %
Radio	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[0;5[	[-30;-20[ %
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+50;+60[ %

Source : France Pub

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

	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

Dans la zone de Perpignan, les dépenses publicitaires globales connaissent un léger rebond depuis 2013 ([0;+5[ % entre 2013 et 2017). Évaluées à [30;40[ M€ en 2017, ces dépenses se situent bien au-dessus de la moyenne des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de taille comparable ([20;30[ M€ en moyenne en 2017).

Néanmoins, alors que l'on observe une hausse des dépenses publicitaires hors-médias ([+10;+20[ % entre 2007 et 2017), les investissements des annonceurs en direction des supports médias ont diminué de manière continue dans la zone.

Comme la presse et l'affichage, le média radio a ainsi connu une baisse des dépenses publicitaires au cours de ces dix dernières années ([-30;-20[ % entre 2007 et 2017). Toutefois, avec une dépense publicitaire radiophonique évaluée à [0;5[ M€, Perpignan se classe parmi les unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants où la dépense des annonceurs en direction du média radio est la plus élevée, juste derrière l'unité urbaine d'Annecy.



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

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

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA	PDALC	
				moyenne sur 2 ans <sup>13</sup>	Calcul par service	Total par régie
	<i>100 % Pays Catalan</i>	B	100 % Régie	NS*	NS*	NS*
	<i>Grand Sud FM</i>	B	Régie interne	NS*	NS*	NS*
NRJ Group	<i>Chérie FM Perpignan</i>	C	NRJ Global Régions	[0;5[ %	[20;30[ %	[50;60[ %
	<i>NRJ Perpignan</i>	C		[5;10[ %	[30;40[ %	
Groupe M6	<i>RTL 2 Languedoc-Roussillon</i>	C	Megapub	[0;5[ %	[10;20[ %	[10;20[ %
Lagardère Active	<i>RFM Méditerranée</i>	C	Régie Radio Régions	[0;5[ %	[20;30[ %	[20;30[ %
	<b>Total</b>			[10;20[ %	100 %	100 %

\* NS : non significatif

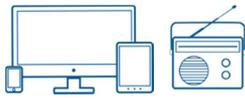
**Parmi les cinq régies qui exploitent le marché publicitaire radiophonique de Perpignan, une régie (NRJ Global Régions) enregistre à elle seule plus de la moitié des PDALC de la zone. Disposant chacune d'un service actif (contre deux pour NRJ Global Régions), Megapub et Régie Radio Régions réalisent de leur côté des parts d'audience locale commercialisable équivalentes (entre [10;20[ % et [20;30[ %). Enfin, les régies des services 100 % Pays Catalan et Grand Sud FM enregistrent des PDALC non significatives.**

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

Dans la zone de Perpignan, seule zone de la présente étude où le marché publicitaire est mesuré, la ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel pourrait enrichir l'offre radiophonique de 28 à 37 services (cf. section 4).

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.

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



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 Perpignan 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 la seule unité urbaine de Perpignan. Bien qu'en baisse de [10;20[ % par rapport à 2007, les dépenses publicitaires globales connaissent dans la zone un léger rebond depuis 2013 ([0;+5[ % entre 2013 et 2017). De leur côté, dans un contexte de réduction des dépenses publicitaires en direction des supports médias, les dépenses des annonceurs dans le média radio se sont contractées ([-30;-20[ % entre 2007 et 2017). Néanmoins, avec une dépense publicitaire radiophonique évaluée à [0;5[ M€, Perpignan se classe parmi les unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants où la dépense des annonceurs en direction du média radio demeure la plus élevée, juste derrière l'unité urbaine d'Annecy.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle du marché radiophonique de Perpignan, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, bien que cinq régies publicitaires exploitent ce marché, l'une d'entre elles, NRJ Global Régions, occupe une place prépondérante avec une PDALC de [50;60[ %.



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

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 Perpignan.

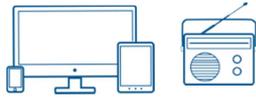
Les tableaux reproduits aux pages suivantes présentent les chiffres d'affaires globaux et les charges d'exploitation des éditeurs de services ainsi que le résultat net des sociétés titulaires des autorisations d'émettre. S'agissant plus particulièrement des opérateurs de catégorie C, ces informations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



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

(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 Perpignan			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
5	4	<b>100 % Pays Catalan</b> (SARL Catalogne Information)	B	L-D : 3h20	100 % Régie	L-D : 1h40	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	1	<b>Grand Sud FM</b> (Association Radio Narbonne)	B	L-D : 2h00	Régie interne	L-D : 2h00	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	1	<b>Littoral FM</b> (SARL SOLICO)	B	L-V : 1h00 S-D : 00h50	Régie interne	L-V : 1h16 S-D : 1h02	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
8	1	<b>RTS FM</b> (SARL RTS FM)	B	L-V : 1h07 S-D : 1h00	RTS Communication	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
14	5	<b>Chérie FM Perpignan</b> (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 00h53 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	1	<b>NRJ Perpignan</b> (SARL Montpellier Média)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
14	2	<b>RFM Méditerranée</b> (SASU RFM Régions)	C	L-V : 00h52 et 30s S-D : 00h45	Régie Radio Régions	00h09/heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
12	1	<b>RTL 2 Languedoc-Roussillon</b> (SARL FM Graffiti)	C	L-V : 00h56 S-D : 00h53	Megapub	00h10/heure	M6 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, huit opérateurs sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Perpignan (quatre en catégorie B et quatre en catégorie C). Parmi ces opérateurs, [...].

Par ailleurs, [...]. Or, 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 le département des Pyrénées-Orientales pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique de la zone de Perpignan de 28 à 37 nouveaux services<sup>14</sup>. S'agissant des zones non incluses dans l'allotissement local de Perpignan le paysage radiophonique serait enrichi de 23 à 33 services supplémentaires.

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

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

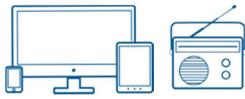
En ce qui concerne l'analyse du marché publicitaire de la zone de Perpignan, on notera que, dans un contexte de contraction des dépenses publicitaires en direction des supports médias, les dépenses des annonceurs dans le média radio ont diminué de [20;30[ % entre 2007 et 2017. Néanmoins, avec une dépense publicitaire radiophonique évaluée à [0;5[ M€, Perpignan se classe parmi les unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants où la dépense des annonceurs en direction du média radio est la plus élevée (derrière Annecy).

Enfin, l'examen de la situation économique des opérateurs radiophoniques autorisés en catégorie B ou C révèle [...].

En ce qui concerne le résultat net de ces sociétés titulaires d'autorisations, [...] Cette situation peut dès lors s'expliquer par la spécificité du modèle économique des stations locales filiales de groupes nationaux : ces opérateurs sont en effet adossés économiquement à leurs têtes de réseaux, qui non seulement sont susceptibles de répartir certaines des charges d'exploitation sur un nombre plus élevé de fréquences mais agrègent aussi l'audience générée par chacune des fréquences exploitées avec une marque ombrelle en vue de l'exploitation du marché publicitaire national.

---

<sup>14</sup> Le paysage radiophonique de la zone de Tuchan, incluse dans le bassin de vie de Perpignan, serait quant à lui enrichi de 45 à 46 nouveaux services.



Au vu des précédents éléments d'analyse, le déploiement du DAB+ dans le département des Pyrénées-Orientales 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.