



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

ÉTUDE D'IMPACT

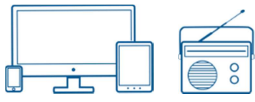
Étude d'impact des décisions d'autorisation d'usage de la ressource radioélectrique en bande III à l'échelle locale sur le fondement de l'article 31 de la loi du 30 septembre 1986

Périmètre :

Rennes étendu ; Rennes local

Version soumise à consultation publique

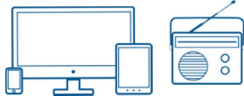
Mai 2019





Sommaire

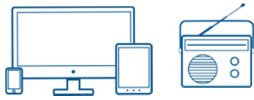
1.	Introduction	5
2.	Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3.	Description de l'allotissement étendu de Rennes et de l'allotissement local qui y est inclus	8
3.1.	Présentation des allotissements	8
3.2.	Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Rennes	10
4.	Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Rennes	12
4.1.	Description des offres radiophoniques locales	12
4.2.	L'audience des radios autorisées ou entendues	15
4.3.	L'apport du DAB + dans ces zones	16
5.	Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	20
5.1.	Étude du marché publicitaire de la zone de Rennes	21
➤	Volume global du marché publicitaire local	21
➤	Répartition par média	21
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	23
5.2.	Étude du marché publicitaire de la zone de Saint-Brieuc	23
➤	Volume global du marché publicitaire local	23
➤	Répartition par média	24
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	25
5.3.	Étude du marché publicitaire de la zone de Saint-Malo	26
➤	Volume global du marché publicitaire local	26
➤	Répartition par média	26
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	27
5.4.	Étude du marché publicitaire de la zone de Vannes	28
➤	Volume global du marché publicitaire local	28
➤	Répartition par média	28
➤	Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales	29
5.6.	L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	29
6.	La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les différents marchés publicitaires locaux au sein de l'allotissement étendu de Rennes	31
7.	Conclusion	35



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 :

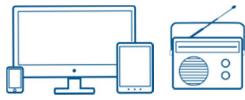
- Rennes étendu ;
- Rennes local.

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, Angers étendu, Angers local, Brest étendu, Brest local, Perpignan étendu, Perpignan 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.



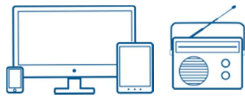
Compte tenu du périmètre de la présente étude, il est précisé, à titre liminaire, qu'un allotissement est une zone géographique délimitée par un contour fermé, associée à un canal (fréquence) en bande III. La couverture effective de l'allotissement dépend du choix des sites proposés par l'opérateur de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

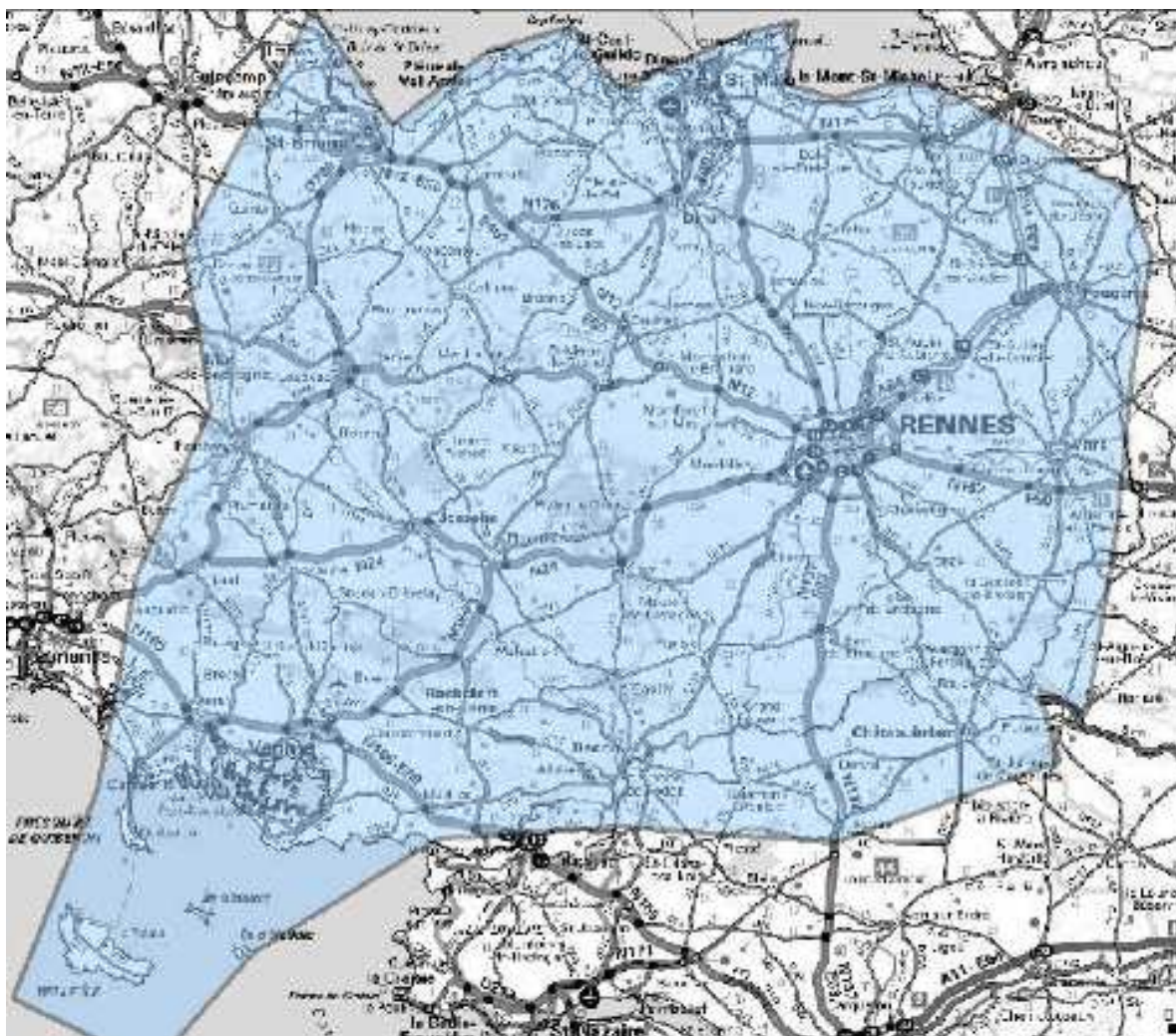
Dans l'étude d'impact de la poursuite du déploiement de la radio numérique terrestre à l'échelle métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée par le Conseil le 24 mai 2017, le 21 février 2018 et le 15 mai 2019 (*cf.* documents intitulés « Complément n° 1 », « Complément n° 2 » et « Complément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

3.1. Présentation des allotissements

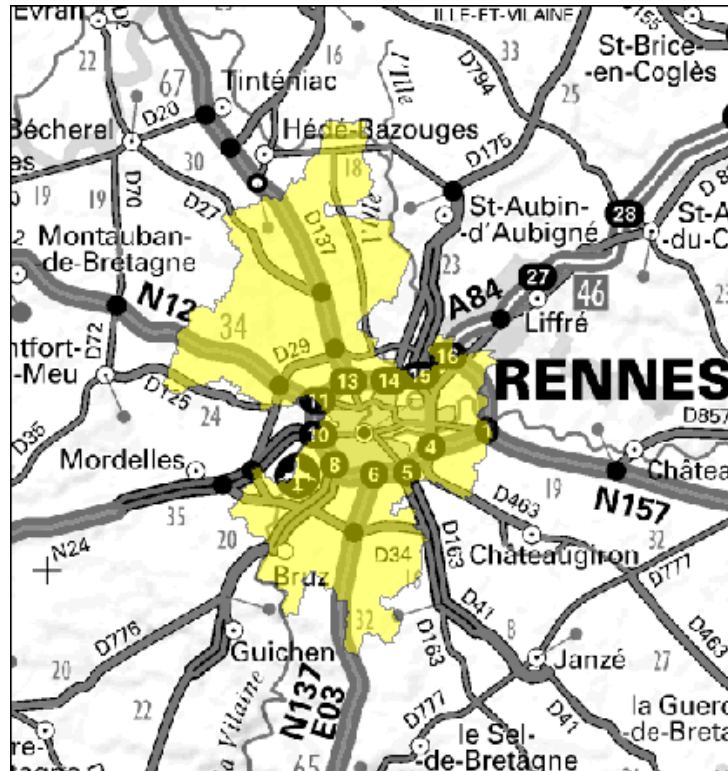
L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Rennes recouvre principalement les départements d'Ille-et-Vilaine ainsi que la moitié est des départements des Côtes d'Armor et du Morbihan², soit une population totale de 1 975 000 habitants environ.



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



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



³ Bassin de vie 2012, composition communale des bassins de vie 2018, population des communes recensée en 2016 et entrant en vigueur au 1^{er} janvier 2019. 26 communes sont recensées au sein du bassin de vie de Rennes.



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

27 zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Rennes⁴.

Parmi celles-ci, seule la zone de Rennes serait également couverte par un allotissement local. Cet allotissement local couvrirait alors environ 20 % de la population de l'allotissement étendu.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Rennes	Population en 2015 ⁵	Nombre de radios FM autorisées
Rennes	330 871	29
Total allotissement local Rennes	382 547⁶	
Antrain	1 319	5
Baud	6 230	6
Châteaubriant	12 067	10
Collinée ⁷	6 397	6
Combourg	5 862	5
Dinan	27 552	12
Fougères	26 788	12
Guer	6 803	5
Guichen	8 231	6
Josselin	2 495	6
Lamballe	13 465	6
Loudéac	9 615	5
Merdrignac	2 937	5
Montfort-sur-Meu	6 556	7
Mûr-de-Bretagne ⁸	2 460	7
Nozay	4 087	5
Ploërmel	9 571	14
Pontivy	16 234	16
Questembert	7 440	6
Redon	20 214	12
Saint-Brieuc	94 500	21

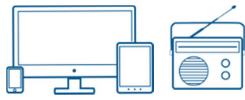
⁴ L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Rennes.

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

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

⁷ Désormais incluse dans la commune du Méné.

⁸ Désormais incluse dans la commune de Guerlédan.



Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Rennes	Population en 2015 ⁹	Nombre de radios FM autorisées
Saint-Malo	45 719	17
Saint-Méen-le-Grand	5 801	7
Sérent	3 053	5
Vannes	78 876	23
Vitré	17 798	7

Par ailleurs, une des zones incluses dans l'allotissement étendu de Rennes, Nozay, a déjà fait l'objet d'un appel aux candidatures en radio numérique terrestre¹⁰. En effet, cette zone est également incluse dans l'allotissement étendu de Nantes, sur lequel 13 services ont été autorisés le 23 mai 2018 ; le démarrage des émissions est fixé au 2 juillet 2019.

⁹ Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2010) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

¹⁰ Décision n° 2017-573 du 27 juillet 2017.



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

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

Le paysage radiophonique actuel des zones FM incluses dans l'allotissement étendu de Rennes présente un nombre assez limité de radios privées. En effet, plus de la moitié des zones comptent moins de deux radios privées (soit 15 zones sur 27) et seules cinq zones disposent de plus de dix services. L'agglomération de Rennes est la seule qui affiche plus de 20 radios (22 radios privées, 29 radios au total si l'on inclut les radios éditées par Radio France). En prenant ainsi en compte les radios du service public, on dénombre en moyenne 9,6 services de radios par zone FM.

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
Antrain	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Baud	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Châteaubriant	10	5	50 %	5	50 %	1	20 %	1	20 %	0	0 %	3	60 %	0	0 %
Collinée	6	4	67 %	2	33 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %	0	0 %
Combours	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Dinan	12	4	33 %	8	67 %	1	13 %	2	25 %	0	0 %	4	50 %	1	13 %
Fougères	12	5	42 %	7	58 %	1	14 %	1	14 %	0	0 %	3	43 %	2	29 %
Guer	5	3	60 %	2	40 %	1	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Guichen	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Josselin	6	5	83 %	1	17 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Lamballe	6	4	67 %	2	33 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	2	100 %	0	0 %
Loudéac	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Merdrignac	5	4	80 %	1	20 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Montfort-sur-Meu	7	6	86 %	1	14 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Mûr-de-Bretagne	7	5	71 %	2	29 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	50 %	1	50 %

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
Nozay	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Ploërmel	14	5	36 %	9	64 %	1	11 %	3	33 %	1	11 %	2	22 %	2	22 %
Pontivy	16	4	25 %	12	75 %	3	25 %	2	17 %	0	0 %	5	42 %	2	17 %
Questembert	6	5	83 %	1	17 %	0	0 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Redon	12	5	42 %	7	58 %	1	14 %	3	43 %	1	14 %	1	14 %	1	14 %
Rennes	29	7	24 %	22	76 %	4	18 %	2	9 %	3	14 %	10	45 %	3	14 %
Saint-Brieuc	21	5	24 %	16	76 %	3	19 %	2	13 %	1	6 %	7	44 %	3	19 %
Saint-Malo	17	5	29 %	12	71 %	1	8 %	2	17 %	2	17 %	5	42 %	2	17 %
Saint-Méen-le-Grand	7	4	57 %	3	43 %	1	33 %	1	33 %	0	0 %	0	0 %	1	33 %
Sérent	5	4	80 %	1	20 %	1	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %
Vannes	23	5	22 %	18	78 %	3	17 %	3	17 %	1	6 %	8	44 %	3	17 %
Vitré	7	4	50 %	3	50 %	1	50 %	0	0 %	0	0 %	1	25 %	1	25 %

Source : CSA

Le 21 décembre 2018, le Conseil a lancé un appel aux candidatures FM portant notamment sur les zones de Baud, Châteaubriant, Guer, Questembert, Redon, Vannes et Vitré. Ainsi :

- deux fréquences sont vacantes dans les zones de Châteaubriant et Vitré ;
- des autorisations d'émettre sont arrivées définitivement à échéance dans les zones de Baud, Guer, Questembert, Redon et Vannes.



4.2. L'audience des radios autorisées ou entendues

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

➤ Zone de Rennes

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Rennes

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[20;30[%	[10;20[%
France Info	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[5;10[%
RMC	[5;10[%	[5;10[%
NRJ Rennes	[5;10[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%
Virgin Radio Ouest	[5;10[%	[5;10[%
Hit West	[0;5[%	[5;10[%
RTL 2	[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 Rennes

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[20;30[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[5;10[%
France Info	[0;5[%	[5;10[%
FIP	[0;5[%	[5;10[%
Europe 1	[0;5[%	[5;10[%
RMC	[5;10[%	[5;10[%
France Culture	[0;5[%	[0;5[%
Virgin Radio Ouest	[0;5[%	[0;5[%
Nostalgie	[0;5[%	[0;5[%
France Bleu Armorique	[0;5[%	[0;5[%

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



➤ **Zone de Saint-Brieuc**

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Saint-Brieuc

Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[20;30[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
RTL 2	[10;20[%	[10;20[%
France Info	[10;20[%	[10;20[%
NRJ	[10;20[%	[5;10[%
Skyrock	[5;10[%	[5;10[%
Hit West	[5;10[%	[5;10[%
Europe 1	[10;20[%	[5;10[%
Radio Bonheur	[5;10[%	[5;10[%
Fun Radio	[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 Saint-Brieuc

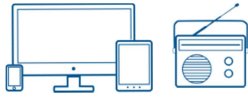
Radios	Septembre 2016 - Juin 2017	Septembre 2017 - Juin 2018
France Inter	[10;20[%	[10;20[%
RTL	[10;20[%	[10;20[%
RTL 2	[5;10[%	[5;10[%
NRJ	[0;5[%	[5;10[%
France Info	[0;5[%	[5;10[%
Radio Bonheur	[5;10[%	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	[0;5[%
Skyrock	[5;10[%	[0;5[%
Hit West	[5;10[%	[0;5[%
RMC	[5;10[%	[0;5[%

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 Rennes : 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 Rennes (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 étendu¹¹).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III¹², 13 services de radio au plus pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Rennes étendu » et « Rennes 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 Rennes, 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 Armorique* dans l'allotissement « Rennes étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé.

Dès lors, l'enrichissement de l'offre dû au déploiement du DAB+ dans les zones constituant le périmètre de la présente étude d'impact serait potentiellement le suivant :

¹¹ 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 Rennes, 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+.

¹² La norme T-DMB a été retirée du cadre réglementaire par arrêté du 14 février 2019 modifiant l'arrêté du 3 janvier 2008 relatif à la radio diffusée en mode numérique par voie hertzienne terrestre ou par voie satellitaire en bande L ou en bande S fixant les caractéristiques des signaux émis.



	Enrichissement de l'offre du fait des couches métropolitaines	Enrichissement de l'offre du fait de l'allotissement étendu voire de l'allotissement local		Enrichissement total de l'offre	
		si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+*	si aucun des services déjà présents en FM n'est autorisé en DAB+*	si tous les services déjà présents en FM sont autorisés en DAB+	si aucun des services déjà présents en FM et non retenus sur une couche métropolitaine n'est autorisé en DAB+
Rennes	+ 6 nouveaux services	Au moins 15 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Antrain	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Baud	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Châteaubriant	+ 17 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services	Au plus 29 nouveaux services
Collinée	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Combourg	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Dinan	+ 16 nouveaux services	Au moins 9 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services
Fougères	+ 15 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au moins 27 nouveaux services
Guer	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 13 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 34 nouveaux services
Guichen	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Josselin	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Lamballe	+ 19 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Loudéac	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Merdrignac	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Montfort-sur-Meu	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 31 nouveaux services
Mûr-de-Bretagne	+ 18 nouveaux services	Au moins 12 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Nozay	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Ploërmel	+ 16 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 23 nouveaux services	Au moins 28 nouveaux services

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



	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+
Pontivy	+ 14 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 26 nouveaux services
Questembert	+ 20 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 31 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Redon	+ 18 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 25 nouveaux services	Au plus 30 nouveaux services
Saint-Brieuc	+ 11 nouveaux services	Au moins 5 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 16 nouveaux services	Au plus 23 nouveaux services
Saint-Malo	+ 13 nouveaux services	Au moins 7 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 20 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services
Saint-Méen-le-Grand	+ 20 nouveaux services	Au moins 10 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 32 nouveaux services
Sérent	+ 21 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 32 nouveaux services	Au plus 33 nouveaux services
Vannes	+ 9 nouveaux services	Au moins 5 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 21 nouveaux services
Vitré	+ 19 nouveaux services	Au moins 11 nouveaux services	Au plus 12 nouveaux services	Au moins 30 nouveaux services	Au plus 31 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 27 zones de planification FM précédemment identifiées au sein de l'allotissement étendu de Rennes, le Conseil dispose des données pour les unités urbaines de Rennes, Saint-Brieuc, Saint-Malo et Vannes¹³.

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

Zone	Paysage radiophonique local
Rennes	2 B : <i>Hit West et Radio Caroline</i>
	3 C : <i>Chérie FM Rennes, NRJ Rennes et Virgin Radio Ouest</i>
Saint-Brieuc	2 B : <i>Hit West et Radio Bonheur</i>
	1 C : <i>Virgin Radio Ouest</i>
Saint-Malo	2 B : <i>Radio Bonheur et Radio Caroline</i>
	2 C : <i>RFM Côte d'Emeraude et Virgin Radio Ouest</i>
Vannes	3 B : <i>Alouette, Hit West et Radio Caroline</i>
	1 C : <i>Virgin Radio Ouest</i>

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 2016¹⁴, 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 public¹⁵.

¹³ Unités urbaines dont la population est supérieure à 30 000 habitants.

¹⁴ 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.

¹⁵ 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 Rennes

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Rennes, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [50;75[M€ (dont [20;30[M€ en direction des supports médias et [40;50[M€ en direction des supports hors-médias), en hausse de [5;10[% par rapport à 2007. Ce volume représente un montant de [225;250[€ par habitant, dont [75;100[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des unités urbaines de 300 000 à 600 000 habitants (groupe composé de 13 unités urbaines au total) sont de [50;75[M€ par unité urbaine, en diminution de [5;10[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'unités urbaines s'établit à [10;20[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [20;30[% par rapport à 2007), soit une dépense moyenne de [40;50[€ par habitant.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Rennes

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[50;75[[50;75[[50;75[[50;75[[50;75[[50;75[[+5;+10[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	[225;250[[175;200[[175;200[[200;225[[225;250[[225;250[[+5;+10[%
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[40;50[[30;40[[30;40[[40;50[[40;50[[40;50[[+10;+20[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[20;30[[20;30[[10;20[[20;30[[20;30[[20;30[[-20;-10[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	[75;100[[50;75[[50;75[[75;100[[75;100[[75;100[[-20;-10[%

Source : France Pub

➤ *Répartition par média*

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-50;-40[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+80;+90[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[+10;+20[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+110;+120[%

Source : France Pub

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

	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

Contrairement à la plupart des unités urbaines de 300 000 à 600 000 habitants, la zone de Rennes a vu le montant des dépenses publicitaires globales légèrement progresser entre 2007 et 2017 ([+5;+10[%). Evalué à [50;75[M€ en 2017, le volume du marché publicitaire de Rennes est largement supérieur au volume moyen des marchés publicitaires de taille comparable ([50;75[M€ en moyenne en 2017).

Bien que les investissements des annonceurs en direction des supports médias aient reculé globalement de [10;20[% entre 2007 et 2017, on y observe une reprise de la dépense média à partir de 2015 [+10;+20[% entre 2015 et 2017). Rennes est par ailleurs l'unité urbaine où la dépense média par habitant en 2017 est la plus élevée parmi les agglomérations de même dimension.

La baisse des dépendances publicitaires médias est principalement imputable à la chute des investissements en direction de la presse ([-50;-40[%), l'ensemble des autres supports médias « historiques » affichant une progression substantielle ces dix dernières années, parmi lesquels la radio ([+10;+20[%, qui parvient à conserver une part de marché équivalente à celle du média internet.



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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Rennes

	Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁶	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
	Radio Caroline	B	Régie interne	NS*	NS*	NS*
	Hit West	B	Régie Radio Régions	[0;5[%	[20;30[%	[50;60[%
Lagardère Active	Virgin Radio Ouest	C		[0;5[%	[30;40[%	
NRJ Group	Chérie FM Rennes	C	NRJ Global Régions	[0;5[%	[10;20[%	[40;50[%
	NRJ Rennes	C		[0;5[%	20;30[%	
	Total			[10;20[%	100,0 %	100,0 %

* NS : non significatif

Trois régies sont actives sur le marché publicitaire rennais, mais seules deux d'entre elles réalisent des parts d'audience locale commercialisable significatives : NRJ Global Régions (PDALC de [40;50[%) et Régie Radio Régions (PDALC de [50;60[%).

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

➤ **Volume global du marché publicitaire local**

À Saint-Brieuc, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [10;20[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [10;20[% par rapport à 2007 mais en hausse de [0;5[% par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [175;200[€ par habitant, dont [50;75[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des 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, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

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

¹⁶ Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Média locales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.



Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Saint-Brieuc

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

Source : France Pub

➤ Répartition par média

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

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

Source : France Pub

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

	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



Evaluées à près de [10;20[M€ en 2017 dans la zone de Saint-Brieuc, les dépenses publicitaires globales ont connu une baisse de [10;20[% entre 2007 et 2017, malgré un léger retour à la croissance ces dernières années ([0;+5[% entre 2016 et 2017). Elles se situent cependant à un niveau largement supérieur à la moyenne des dépenses publicitaires des autres unités urbaines de 70 000 à 100 000 habitants ([10;20[M€ en moyenne en 2017).

Tandis que les dépenses hors-médias ont légèrement augmenté à Saint-Brieuc entre 2007 et 2017 ([+5;+10[%), on observe une forte contraction des dépenses médias ([-40;-30[% au cours de la même période).

A cet égard, les dépenses publicitaires radiophoniques ont reculé de [10;20[% entre 2007 et 2017, le couplage média TV/Cinéma étant le seul média « historique » à résister à cette tendance baissière. Evalués à [0;1[M€ en 2017, les investissements des annonceurs vers la radio demeurent toutefois bien supérieurs à la dépense publicitaire moyenne des unités urbaines équivalentes (soit [0;1[M€ en moyenne).

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Saint-Brieuc

Service	Cat.	Régie publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans ¹⁷	PDALC	
				Calcul par service	Total par régie
<i>Hit West</i>	B	Régie Radio Régions	[5;10[%	[30;40[%	100 %
<i>Radio Bonheur</i>	B		[5;10[%	[40;50[%	
Lagardère Active <i>Virgin Radio Ouest</i>	C		[0;5[%	[10;20[%	
Total			[10;20[%	100,0 %	100,0 %

Une seule régie, Régie Radio Régions, exploite le marché publicitaire briochin, avec trois services de radio à son actif.

¹⁷ Septembre 2015-juin 2016 et septembre 2016-juin 2017. Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, lundi-vendredi, 5h-24h.



5.3. Étude du marché publicitaire de la zone de Saint-Malo

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Saint-Malo, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [5;10[M€ (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [0;5[% par rapport à 2007 et stable par rapport à 2016. Ce volume représente un montant de [175;200[€ par habitant, dont [50 ;75[€ pour les médias.

Sur la même période, les dépenses moyennes en investissements publicitaires pour des agglomérations de 30 000 à 50 000 habitants (groupe composé de 28 unités urbaines au total) sont de [5;10[M€ par unité urbaine, en diminution de [5;10[% par rapport à 2007 mais stables par rapport à 2016, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

La dépense média pour cette catégorie d'agglomérations s'établit à [0;5[M€ en moyenne par unité urbaine (en baisse de [30;40[% par rapport à 2007 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-Malo

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

Source : France Pub

➤ *Répartition par média*

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-60;-50[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+30;+40[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-10;-5[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+100;+110[%

Source : France Pub



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

	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 Saint-Malo, les dépenses publicitaires globales sont restées stables entre 2007 et 2017 et affichent un volume important, supérieur à la moyenne observée dans les unités urbaines de même dimension ([5;10[M€ en 2017 à Saint-Malo contre [5;10[M€ en moyenne au sein des unités urbaines de 30 000 à 50 000 habitants).

Par ailleurs, les marchés de la publicité média et celui de la publicité hors-média connaissent une évolution contrastée dans la zone : alors que les dépenses hors-médias ont progressé de [20;30[% entre 2007 et 2017, les investissements des annonceurs en direction des supports médias ont chuté de [20;30[%.

S'agissant des dépenses publicitaires radiophoniques, elles ont progressé jusqu'en 2015 avant de retrouver en 2017 un niveau équivalent à celui de de 2007. Evaluées à [0;1[M€ en 2017, ces dépenses restent néanmoins bien supérieures à la dépense publicitaire moyenne des unités urbaines équivalentes (soit [0;1[M€ en moyenne).

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

Renseignements non disponibles pour cette zone.



5.4. Étude du marché publicitaire de la zone de Vannes

➤ *Volume global du marché publicitaire local*

À Vannes, le volume des dépenses des annonceurs s'établit en 2017 à [10;20[M€ (dont [5;10[M€ en direction des supports médias et [10;20[M€ en direction des supports hors-médias), en hausse de [10;20[% par rapport à 2007. Ce volume représente un montant de [225;250[€ par habitant, dont [50;75[€ 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, avec une dépense moyenne de [125;150[€ par habitant.

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

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Vannes

Dépenses publicitaires	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2007-2017
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[10;20[[+10;+20[%
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[200;225[</i>	<i>[200;225[</i>	<i>[175;200[</i>	<i>[225;250[</i>	<i>[200;225[</i>	<i>[225;250[</i>	<i>[+10;+20[%</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[5;10[[10;20[[5;10[[10;20[[10;20[[10;20[[+50;+60[%
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[5;10[[0;5[[5;10[[5;10[[5;10[[-30;-20[%
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[75;100[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[75;100[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[-30;-20[%</i>

Source : France Pub

➤ *Répartition par média*

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

	2007	2013	2014	2015	2016	2017	Evolution 2007-2017
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-60;-50[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+20;+30[%
Radio	[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[0;1[[-10;-5[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[+70;+80[%

Source : France Pub

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

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

Source : France Pub

A l'inverse de la tendance observée dans la plupart des unités urbaines de 70 000 à 100 000 habitants, le montant des dépenses publicitaires globales a fortement progressé dans la zone de Vannes entre 2007 et 2017 ([+10;+20[%). En outre, avec [225;250[€ par habitant, la dépense publicitaire par habitant en 2017 est largement supérieure à la moyenne des dépenses publicitaires par habitant des unités urbaines de taille comparable ([125;150[€).

Cette hausse de l'investissement publicitaire s'explique par le net accroissement des dépenses publicitaires hors-médias ([+50;+60[% entre 2007 et 2017), tandis que les dépenses des annonceurs en direction des supports médias ont reculé parallèlement de [20;30[%.

Dans ce contexte, la presse est le seul média « traditionnel » à connaître une baisse très importante des dépenses des annonceurs entre 2007 et 2017, la radio ne subissant qu'une baisse limitée ([-10;-5[%).

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

Renseignements non disponibles pour cette zone.

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

La ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel peut conduire à un accroissement du nombre de services de radio dans ces zones où le marché publicitaire est mesuré (cf. section 4). L'offre radiophonique totale serait ainsi enrichie, selon l'hypothèse retenue, de 21 à 31 services dans la zone de Rennes, de 16 à 23 services dans la zone de Saint-Brieuc, de 20 à 25 services dans la zone de Saint-Malo et de 14 à 21 services dans la zone de Vannes.



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 Rennes peut avoir un impact sur l'ensemble des marchés publicitaires locaux, que ces derniers soient mesurés ou non : si ce service diffuse déjà ses programmes en FM dans une des zones incluses dans l'allotissement étendu, l'impact de cette autorisation se limitera alors aux marchés publicitaires accessibles grâce à cet allotissement et qu'il ne couvre pas encore en FM.

En ce qui concerne l'évolution des investissements publicitaires, le Conseil dispose de données pour quatre des 27 zones de planification FM identifiées au sein de l'allotissement étendu de Rennes : Rennes, Saint-Brieuc, Saint-Malo et Vannes. Parmi ces quatre agglomérations, deux ont connu une hausse des dépenses publicitaires globales entre 2007 et 2017 ([0;+5[% à Rennes et [+10;+20[% à Vannes) tandis qu'à Saint-Malo et Saint-Brieuc, les investissements ont diminué mais de façon limitée ([-5;0[% pour la première, [-20;-10[% pour la seconde). Par ailleurs, la dépense publicitaire par habitant dans chacune de ces zones est supérieure à la dépense publicitaire par habitant moyenne des unités urbaines de même dimension. Cela est également le cas pour la dépense publicitaire média par habitant.

S'agissant des dépenses publicitaires en direction des supports médias, celles-ci se sont fortement contractées entre 2007 et 2017 dans trois des quatre zones étudiées (de l'ordre de [20;30[% à [30;40[%). Dans ce contexte, contrairement à la presse, la radio a connu une baisse dans l'ensemble assez limitée des investissements des annonceurs (de [-10;-5[% à [-20;-10[% entre 2007 et 2017), à l'exception de la zone de Rennes, où les dépenses publicitaires radiophoniques ont progressé de [10;20[% entre 2007 et 2017.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle des radiophoniques de Rennes et Saint-Brieuc¹⁸, appréciée par le biais de la répartition des PDALC, si deux régies publicitaires se partagent équitablement le marché local de la zone de Rennes (la troisième régie active commercialise les espaces d'un service qui ne réalise pas de part d'audience significative), Régie Radio Régions exploite seule le marché publicitaire radiophonique local de Saint-Brieuc.

¹⁸ Le Conseil ne dispose pas des chiffres d'audience pour les zones de Saint-Malo et Vannes.



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

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 Rennes.

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 Rennes

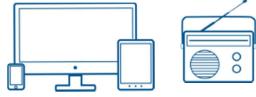
(en K€)

Nombre de fréquences exploitées par le titulaire		Service	Cat.	Publicité locale		Publicité nationale		Chiffre d'affaires global du service			Charges d'exploitation du service			Résultat net du titulaire		
Dans le ressort du CTA de Rennes	Au sein de l'allotissement étendu de Rennes			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
13	1	Alouette (SAS Alouette)	B	L-D : 4h22	Régie Radio Régions + Régie interne	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	1	Beau soleil programme Alouette (SARL Beau Soleil)	B	L-D : 4h22	Régie interne	L-D : 2h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
3	3	Décibel (EURL SORETIC)	B	L-D : 1h36	Régie interne	L-D : 1h36	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
16	6	Hit West (SARL Nantes Médias)	B	L-D : 2h24	Régie Radio Régions	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	3	Océane (SARL Océane Communication Bretagne Sud)	B	L-D : 2h24	Régie Radio Régions	L-D : 2h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	2	Radio Bonheur (SARL Média Bonheur)	B	L-D : 1h30	Régie Radio Régions	L-D : 1h30	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
8	8	Radio Caroline* (EURL Réseau Ouest)	B	L-D : 1h36	Régie interne	L-D : 1h36	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	3	RMN (Association Comité d'animation de Bretagne)	B	L-V : 1h57'30 S : 2h06 D : 2h16	Régie interne	L-V : 1h47'30 S : 1h39 D : 1h29	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

*Comptes annuels du 01/04/2017 au 31/03/2018



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 Rennes	Au sein de l'allotissement étendu de Rennes			Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2017	2016	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation	2017	2016	Variation
8	1	Chérie FM Rennes (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h47	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
2	2	Nostalgie Nantes (SAS Radio Nostalgie Réseau)	C	L-V : 0h52 S-D : 0h47	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
6	1	NRJ Rennes (SAS NRJ Réseau)	C	L-V : 0h56 S-D : 0h53	NRJ Global Régions	0h12 / heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	RFM Côte d'Emeraude (SASU RFM Régions)	C	L-V : 0h52'30 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
20	3	Virgin Radio Ouest (SASU Virgin Radio Régions)	C	-	-	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
		• Virgin Radio Côtes d'Armor (décrochage)		L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions			[...]	[...]	[...]	[...]					
		• Virgin Radio Rennes-Saint-Malo (décrochage)		L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions			[...]	[...]	[...]	[...]					
	2	Virgin Radio Bretagne (SASU Virgin Radio Régions)	C	L-V : 1h00 S-D : 0h45	Régie Radio Régions	0h10 / heure	Lagardère Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]



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

Au total, 13 opérateurs éditant 14 services de radio sont identifiés dans le périmètre de l'allotissement étendu de Rennes (huit opérateurs en catégorie B ; cinq en catégorie C, exploitant au total six stations locales, dont une proposant plusieurs décrochages). [...].

S'agissant du résultat net des titulaires d'autorisations, [...]. L'ensemble de ces stations [de catégorie C] sont toutefois 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 partie est de la Bretagne pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique du bassin de vie de Rennes de 21 à 31 nouveaux services. S'agissant des autres zones, non incluses dans l'allotissement local de Rennes, le paysage radiophonique serait enrichi de 14 à 33 services supplémentaires.

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

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

En ce qui concerne l'analyse du marché publicitaire des principales zones incluses dans l'allotissement étendu de Rennes¹⁹, on notera que dans l'ensemble des zones mesurées, la dépense publicitaire par habitant est supérieure à la dépense publicitaire par habitant moyenne des unités urbaines de même dimension. Cela est également le cas pour la dépense publicitaire média par habitant. En outre, les dépenses publicitaires radiophoniques ont progressé entre 2007 et 2017 dans la zone de Rennes ([+10;+20[%) et retrouvent en 2017 un niveau équivalent à celui de 2007 dans les zones de Saint-Malo et Vannes.

Enfin, l'examen de la situation économique des opérateurs radiophoniques ayant accès aux marchés publicitaires étudiés révèle que [...]. En ce qui concerne le résultat net de l'ensemble des titulaires d'autorisations, [...]. [En catégorie C, cette] situation peut alors s'expliquer par la spécificité du modèle économique de ces stations locales filiales de groupes nationaux : celles-ci sont en effet adossées économiquement à leurs têtes de réseaux, qui non seulement sont susceptibles de répartir certaines des charges d'exploitation sur un nombre plus élevé de fréquences mais agrègent aussi l'audience générée par chacune des fréquences exploitées avec une marque ombrelle en vue de l'exploitation du marché publicitaire national.

¹⁹ À savoir les unités urbaines de Rennes, Saint-Brieuc, Saint-Malo et Vannes.



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