

**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 :
Laval étendu
Laval local**

Version soumise à consultation publique

Juin 2022

Sommaire

1. Introduction	5
2. Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact	7
3. Description de l'allotissement étendu et de l'allotissement local de Laval.....	8
3.1. Présentation des allotissements	8
3.2. Identification des zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu de Laval	9
4. Étude du paysage radiophonique par zone FM incluse dans l'allotissement étendu de Laval	10
4.1. Description des offres radiophoniques locales	10
Les offres radiophoniques FM locales	11
4.2. L'audience des radios autorisées à Laval	12
4.3. L'apport du DAB + dans les offres radiophoniques locales	13
5. Les caractéristiques des marchés publicitaires locaux concernés	15
5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Laval	16
➤ Volume global du marché publicitaire local	16
➤ Répartition par média	17
➤ Le marché publicitaire en radio : la part d'audience locale commercialisable (PDALC) des radios locales.....	18
5.2. L'impact du déploiement du DAB+ sur ces marchés publicitaires	18
6. La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les marchés publicitaires inclus dans l'allotissement étendu de Laval	20
7. Conclusion	23

Remarque

Les informations couvertes par le secret d'affaires ou celles pour lesquelles l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique 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 susceptibles d'être délivrées par l'Arcom dans le cadre d'un appel aux candidatures dans les zones suivantes :

- Laval étendu ;
- Laval 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 supérieur de l'audiovisuel (CSA, devenu Arcom) le 19 avril 2016 et actualisée par les compléments adoptés par le CSA respectivement le 24 mai 2017, le 21 février 2018, le 15 mai 2019 et le 22 juin 2022 ;
- une seconde étude d'impact à l'échelle locale portant sur les zones suivantes : Valence étendu, Valence local et Montélimar local ;
- une fiche détaillant la méthode suivie par l'Arcom pour l'évaluation de l'impact à l'échelle locale.

Les missions de l'Autorité 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 les allotissements locaux 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 ; l'Arcom 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, sous réserve de respecter des contraintes de rayonnement précisées lors de l'appel.

Deux types d'allotissements pourraient être mis en appel par l'Arcom : un allotissement de type étendu et un allotissement de type local, étant précisé que l'allotissement étendu recouvre la quasi-totalité de 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 des allotissements locaux).

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 CSA 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, complété par un appel complémentaire du 5 février 2020². Dans le cadre de ces appels, le CSA a délivré des autorisations d'émettre, les 24 avril 2019 et 20 janvier 2021, à un total de dix-neuf 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, Skyrock Klassiks* 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 ont démarré le 21 octobre 2021, dans un premier temps sur l'axe Paris-Lyon-Marseille, intégrant l'ensemble des agglomérations situées sur cet axe (y compris Dijon), avant d'être progressivement étendues au cours des années suivantes.

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

² Décision n° 2020-34 du 5 février 2020.

2. Influence du niveau d'équipement sur l'évaluation de l'impact

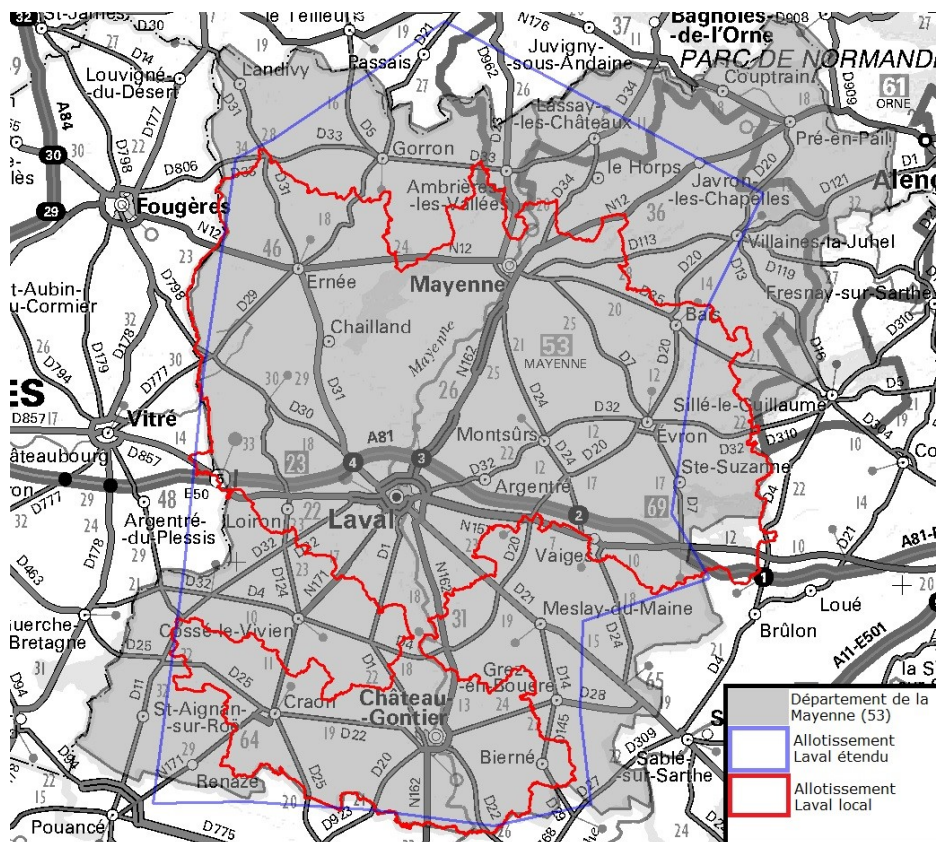
Dans l'étude d'impact de la poursuite du déploiement de la radio numérique terrestre à l'échelle métropolitaine publiée le [19 avril 2016](#) et actualisée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le [24 mai 2017](#), le [21 février 2018](#), le [15 mai 2019](#) et le 22 juin 2022 (*cf.* documents intitulés « Complément n° 1 », « Complément n° 2 », « Complément n° 3 » et « Complément n° 4 » publiés sur le site internet 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 et de l'allotissement local de Laval

3.1. Présentation des allotissements

L'allotissement étendu qui serait mis en appel dans la zone de Laval recouvre principalement le département de la Mayenne, soit une population totale de 281 491 habitants.



Au sein de cet allotissement étendu, un allotissement local correspondant aux bassins de vie de Laval, Mayenne, Château-Gontier-sur-Mayenne, Évron, Ernée, et Craon, soit une population totale de 228 240 habitants, a été planifié.

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

Six zones géographiques FM, qui ont fait par le passé l'objet d'appels aux candidatures, sont identifiées au sein de l'allotissement étendu de Laval³. Deux autres zones sont également incluses au sein de cet allotissement : Pouancé et Segré-en-Anjou Bleu, situées dans le Maine-et-Loire. Le centre-ville de ces deux zones ne faisant toutefois pas partie de l'allotissement étendu de Laval étendu, mais de celui d'Angers, elles ne sont pas prises en compte dans la présente étude d'impact.

L'ensemble des zones identifiées serait également couvert par un allotissement local.

Zones géographiques FM incluses dans l'allotissement étendu et l'allotissement local de Laval	Population en 2018 ⁴	Nombre de radios privées autorisées ⁵
Laval	63 049	22
Château-Gontier-sur-Mayenne	16 913	7
Mayenne	15 827	7
Évron	8 607	1
Ernée	5 712	1
Craon	4 505	1

³ Soit la totalité des zones de planification situées dans le département de la Mayenne. L'ensemble de ces zones sont comprises dans le ressort géographique du CTA de Caen.

⁴ Population de l'unité urbaine (unité urbaine 2020) ou de la commune telle que définie par l'INSEE.

⁵ Au 31 mai 2022.

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

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

Parmi les zones de planification FM identifiées au sein de l'allotissement étendu de Laval, la zone de Laval est celle dont le paysage radiophonique est le plus dense, avec 22 radios privées autorisées. Dans la moitié des zones (soit 3 sur 6), un seul service privé est autorisé.

En prenant en compte les radios du service public, seule la zone de Laval bénéficie d'au moins 20 radios au total, deux zones disposent de plus de 10 radios au total et les trois zones de cinq radios ou moins.

4.1. Description des offres radiophoniques locales

Cf. tableau page suivante.

Les offres radiophoniques FM locales

Nom de la zone	Nombre total de radios autorisées (ou entendues)	Répartition des services entre radios du service public et radios privées				Répartition des services privés par catégorie									
		Radios du service public		Radios privées		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
Laval	27	5	19 %	22	81 %	2	9 %	3	14 %	2	9 %	12	55 %	3	14 %
Mayenne	12	5	42 %	7	58 %	1	14 %	1	14 %	0	-	4	57 %	1	14 %
Château-Gontier	12	5	42 %	7	58 %	2	29 %	2	29 %	0	-	2	29 %	1	14 %
Évron	5	4	80 %	1	20 %	0	-	0	-	0	-	1	100 %	0	-
Ernée	5	4	80 %	1	20 %	0	-	0	-	0	-	1	100 %	0	-
Craon	5	4	80 %	1	20 %	0	-	1	100 %	0	-	0	-	0	-

Source : Arcom

4.2. L'audience des radios autorisées à Laval⁶

Période	Audience cumulée de la radio sur le plan national	Audience cumulée de la radio dans la zone de Laval
2020-2021	[70;80[%	[70;80[%
2019-2020	[70;80[%	[90;100[%

Les dix premiers services en audience cumulée en pénétration à Laval

Radios	Septembre 2019 - Juin 2020	Radios	Septembre 2020 - Juin 2021
NRJ	[10;20[%	France Bleu Mayenne	[10;20[%
RTL	[10;20[%	France Inter	[10;20[%
Skyrock	[10;20[%	RTL	[10;20[%
RMC	[10;20[%	RMC	[5;10[%
France Bleu Mayenne	[5;10[%	NRJ	[5;10[%
France Inter	[5;10[%	France Info	[5;10[%
France Info	[5;10[%	RTL 2	[5;10[%
RTL 2	[5;10[%	Hit West	[5;10[%
Europe 1	[5;10[%	Nostalgie	[5;10[%
Nostalgie	[5;10[%	Europe 1	[5;10[%

Les dix premiers services en part d'audience à Laval

Radios	Septembre 2019 - Juin 2020	Radios	Septembre 2020 - Juin 2021
RTL	[10;20[%	France Inter	[10;20[%
France Inter	[5;10[%	RTL	[10;20[%
RMC	[5;10[%	France Bleu Mayenne	[10;20[%
France Bleu Mayenne	[5;10[%	RMC	[5;10[%
NRJ	[5;10[%	Hit West	[5;10[%
Hit West	[5;10[%	RTL 2	[5;10[%
RTL 2	[5;10[%	NRJ	[0;5[%
France Info	[5;10[%	Nostalgie	[0;5[%
Europe 1	[0;5[%	Europe 1	[0;5[%
Skyrock	[0;5[%	France Info	[0;5[%

⁶ Source : Médiamétrie, Médialocales, ensemble 13 ans et plus, L-V, 5h-24h, **unité urbaine de Laval** (septembre 2019-juin 2020, hors période de confinement) et **aire urbaine de Laval** (septembre 2020-juin 2021).

4.3. L'apport du DAB + dans les offres radiophoniques locales

Conformément à la feuille de route sur la poursuite du déploiement du DAB+ durant la période 2022-2024 publiée par le CSA en décembre 2021⁷, plusieurs canaux sont susceptibles de faire l'objet d'un appel aux candidatures en 2022 dans la zone de Laval : ils se rapportent soit à un allotissement de type étendu, soit à un allotissement de type local.

Par ailleurs, comme indiqué *supra*, deux couches métropolitaines ayant déjà fait l'objet d'appels aux candidatures en 2018 et en 2019⁸ s'ajoutent à ces deux types d'allotissements.

Les six zones de planification FM incluses au sein de l'allotissement étendu de Laval seraient également couvertes par un allotissement local. Ainsi, dans chacune de ces six zones (Laval, Mayenne, Château-Gontier-sur-Mayenne, Ernée, Évron et Craon) quatre canaux seraient *in fine* mis en appel (deux canaux correspondant aux couches métropolitaines, un canal correspondant à l'allotissement étendu et un correspondant à l'allotissement local).

Au regard des caractéristiques de la norme DAB+, seule désormais utilisable pour la diffusion de la radio numérique terrestre en bande III⁹, 13 services de radio pourraient être autorisés sur chacun des allotissements « Laval étendu » et « Laval local », soit 13 services sur un même canal (c'est-à-dire sur une même ressource radioélectrique).

Quant aux couches métropolitaines, 25 services de radio au total ont été autorisés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel les 24 avril 2019 (24 services) et 20 janvier 2021 (un service). À l'issue d'un second appel complémentaire, lequel pourrait être lancé prochainement, un 26^e service de radio devrait, par ailleurs, être autorisé à l'échelle métropolitaine.

Ainsi, dans l'ensemble des zones planifiées en Mayenne, l'Arcom pourrait *in fine* autoriser jusqu'à 52 services de radio en DAB+ à l'issue des appels (26 à l'échelle métropolitaine, 13 à l'échelle régionale et 13 à l'échelle locale).

Il est ici précisé que l'Arcom a été saisie 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 Mayenne* dans l'allotissement « Laval étendu » et qu'il examinera cette demande préalablement au lancement de l'appel envisagé. Si elle fait droit à cette demande, 12 places resteront disponibles sur l'allotissement étendu pour les opérateurs privés.

Dès lors, et eu égard au paysage radiophonique actuel de chaque zone, l'enrichissement de l'offre induit par le déploiement du DAB+ dans les zones constituant le périmètre de la présente étude d'impact serait potentiellement le suivant¹⁰ :

⁷ Cette feuille de route met à jour la feuille de route sur la poursuite du déploiement du DAB+ durant la période 2020-2023, publiée par le Conseil en janvier 2020 et dont l'exécution a été retardée en raison de la crise sanitaire qui a résulté de la pandémie de covid-19.

⁸ Décision n° 2018-626 du 25 juillet 2018 et décision n° 2020-34 du 5 février 2020 (appel complémentaire). Un second appel métropolitain complémentaire devrait par ailleurs être lancé prochainement.

⁹ La norme T-DMB a été retirée du cadre réglementaire par arrêté du 14 février 2019 modifiant l'arrêté du 3 janvier 2008 relatif à la radio diffusée en mode numérique par voie hertzienne terrestre ou par voie satellitaire en bande L ou en bande S fixant les caractéristiques des signaux émis.

¹⁰ Hors prise en compte du futur service qui sera autorisé à l'issue de prochain appel métropolitain : un second appel métropolitain complémentaire, pour l'édition d'un service de radio supplémentaire sur la ressource radioélectrique disponible du multiplex métropolitain 2, devrait être lancé par l'Arcom. Ainsi, selon le service autorisé, le paysage radiophonique de chacune de ces zones pourrait être encore enrichi d'un service supplémentaire.

	Enrichissement de l'offre du fait des couches métropolitaines	Enrichissement de l'offre du fait de l'allotissement étendu et 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+
Laval	+ 10 nouveaux services	Au moins 14 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 35 nouveaux services
Mayenne	+ 16 nouveaux services	Au moins 23 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 39 nouveaux services	Au plus 41 nouveaux services
Château-Gontier	+ 18 nouveaux services	Au moins 21 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 39 nouveaux services	Au plus 43 nouveaux services
Évron	+ 21 nouveaux services	25 nouveaux services		46 nouveaux services	
Ernée	+ 21 nouveaux services	25 nouveaux services		46 nouveaux services	
Craon	+ 22 nouveaux services	Au moins 24 nouveaux services	Au plus 25 nouveaux services	Au moins 46 nouveaux services	Au plus 47 nouveaux services

* En raison de la réservation prioritaire effectuée par le gouvernement au bénéfice de la société nationale de programme Radio France en vue de la diffusion de France Bleu Mayenne au sein de l'allotissement « Laval étendu », dans les zones où le service France Bleu est actuellement diffusé en FM le gain maximal potentiel est de 25 nouveaux services pour les zones couvertes à la fois par l'allotissement étendu et l'allotissement local et de 12 nouveaux services pour les zones couvertes uniquement par l'allotissement étendu de Laval.

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît contribuer au pluralisme, auquel l'Arcom 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, mesurés par l'institut France Pub, au sein des unités urbaines de plus de 30 000 habitants en 2007, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 et 2020.

Le paysage radiophonique commercial local des six zones identifiées au sein de l'allotissement étendu de Laval se décompose de la manière suivante :

Zone	Paysage radiophonique local
Laval	3 B : <i>Alouette, Hit West et Oxygène Radio Hit and Dance</i>
	2 C : <i>Chérie FM Le Mans-Laval et Nostalgie Sarthe</i>
Mayenne	1 B : <i>Alouette</i>
Château-Gontier	2 B : <i>Alouette et Sweet FM</i>
Ernée	<i>Aucun service de radio de catégorie B ou C n'est autorisé dans la zone</i>
Évron	<i>Aucun service de radio de catégorie B ou C n'est autorisé dans la zone</i>
Craon	1 B : <i>Sweet FM</i>

Source : Arcom

Parmi ces six zones, seul le marché publicitaire de l'unité urbaine de Laval, dont la population est supérieure à 30 000 habitants (63 049 habitants), fait l'objet de données d'audience et sera analysé dans la présente étude.

En outre, la présente étude ne prend pas en compte deux types d'acteurs :

- les éditeurs de catégorie A, dont l'impact potentiel sur le marché publicitaire local demeure marginal ;
- les stations locales de *France Bleu* dans la mesure où, d'une part, le régime publicitaire applicable à Radio France, même s'il a évolué en 2016¹¹, devrait continuer à s'appuyer sur des plafonds fortement contingentés et peu comparables à ceux auxquels les radios privées sont assujetties et où, d'autre part, la société nationale de programme est essentiellement financée par le produit de la contribution à l'audiovisuel public¹².

On relèvera enfin que les dépenses de communication des annonceurs se sont fortement contractées en 2020 en raison notamment de la crise sanitaire provoquée par l'épidémie de

¹¹ Conformément au cahier des missions et des charges de Radio France, modifié notamment par le décret n° 2016-405 du 5 avril 2016, les services *France Inter*, *France Bleu* et *France Info* peuvent accueillir la plupart des annonceurs ; sont toutefois exclues les publicités pour toutes les opérations commerciales de promotion dans le secteur de la distribution. Par ailleurs, le temps maximal consacré à la diffusion de messages publicitaires sur ces antennes est fixé à 17 minutes par jour en moyenne semestrielle et à 30 minutes pour un jour donné.

¹² En 2020, les recettes publicitaires de Radio France (recettes publicitaires hertziennes et messages d'intérêt général) représentaient 7,0 % de son chiffre d'affaires (source : rapport annuel Radio France 2020).

la covid-19, atteignant des niveaux historiquement bas. En outre, si, en raison notamment de l'annulation de nombreux salons et événements, la crise sanitaire a eu davantage d'impact sur le montant des dépenses hors-médias (baisse des dépenses hors médias supérieure à celle des dépenses médias entre 2019 et 2020), sur une longue période la baisse tendancielle des investissements de communication des annonceurs affecte plus particulièrement les supports médias.

5.1. Étude du marché publicitaire de la zone de Laval

➤ Volume global du marché publicitaire local

A Laval, le volume global des dépenses des annonceurs (hors médias propriétaires¹³) s'établit en 2020 à près de [5;10[M€ d'euros (dont [0;5[M€ en direction des supports médias et [5;10[M€ en direction des supports hors-médias), en baisse de [30;40[% par rapport à 2007 et de [30;40[% par rapport à 2019. Ce volume représente une dépense de [100;150[€ par habitant, dont [50;60[€ en direction des médias.

Les investissements publicitaires enregistrés à Laval en 2020 demeurent toutefois supérieurs à la moyenne ceux mesurés dans des agglomérations de taille comparable ([5;10[M€ en moyenne pour les unités urbaines de 50 000 à 70 000 habitants).

La dépense média pour cette catégorie d'agglomérations s'établit à [0;5[M€ en moyenne.

Évolution de la dépense publicitaire dans la zone de Laval

Dépenses publicitaires	2007	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Évol. 2007-2020
Dépenses publicitaires totales (en M€)	[10;20	[10;20	[10;20	[10;20	[10;20	[10;20	[10;20	[5;10	[-40;-30[
<i>Dépenses publicitaires par habitant (en €)</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[200;250[</i>	<i>[100;150[</i>	<i>[-40;-30[</i>
Dépenses publicitaires hors-médias (en M€)	[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[5;10[[-30;-20[
Dépenses publicitaires médias (en M€)	[5;10[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[- [-50;-40[
<i>Dépenses publicitaires médias par habitant (en €)</i>	<i>[100;150[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[50;75[</i>	<i>[-50;-40[</i>

Source : France Pub

¹³ Les médias propriétaires correspondent à l'ensemble des supports de communication contrôlés directement par l'annonceur (exemple : site internet de la marque).

➤ **Répartition par média**

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

	2007	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Evol. 2007-2020
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-80;-70[%
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-10;-5[%
Radio	[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[0;5[[- 30;- 20[%
Internet	-	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	-
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[-40;-30[%

Source : France Pub

Part de marché des différents médias dans la zone de Laval

	2007	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Presse	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Affichage	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Radio	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%	[10;20[%
Internet	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
TV/Cinéma	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Source : France Pub

Après être restées stables au cours de ces dernières années ([-5;0[% entre 2007 et 2019), les dépenses publicitaires globales (hors médias propriétaires) se sont fortement contractées en 2020 en raison des effets de la crise sanitaire ([-40;-30[% entre 2019 et 2020). Elles demeurent néanmoins au-dessus du niveau moyen des dépenses publicitaires mesurées au sein des unités urbaines de taille de 50 000 à 70 000 habitants (soit [5;10[M€ en 2020 contre [5;10[M€ à Laval).

De même, alors qu'elles étaient reparties à la hausse au cours de ces dernières années ([+5;+10[% entre 2014 et 2019), les dépenses médias ont connu une baisse significative en 2020. Comme cela est le cas pour les dépenses publicitaires globales, les dépenses publicitaires médias évaluées dans la zone de Laval ([0;5[M€ en 2020) demeurent toutefois supérieures à la moyenne des dépenses médias observées au sein des unités urbaines de taille comparable ([0;5[M€ en 2020).

S'agissant des dépenses publicitaires radiophoniques, après avoir enregistré une hausse de [10;20[% entre 2014 et 2019, celles-ci ont chuté de [20;30[% entre 2019 et 2020.

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

Répartition des PDALC par régie publicitaire à Laval¹⁴

	Service	Cat.	Régie Publicitaire	PDA moyenne sur 2 ans	PDALC	
					Calcul par service	Total par régie
Sipa-Ouest France	<i>Alouette</i>	B	Régie Radio Régions**	NS*	NS*	[60;70[%
	<i>Hit West</i>	B		[0;5[%	[5;10[%	
	<i>Oxygène Radio Hit and Dance</i>	B		NS*	NS*	
NRJ Group	<i>Chérie FM Le Mans-Laval</i>	C	NRJ Global Régions	NS*	NS*	[30;40[%
	<i>Nostalgie Sarthe</i>	C		[0;5[%	[0;5[%	
Total					100 %	100 %

* NS : non significatif

** les espaces publicitaires d'Alouette sur ses fréquences de Laval, Angers, Château-Gontier, Jonzac, Mayenne, Royan, Saintes et Vannes sont commercialisés par Régie Radio Régions ; une régie interne assure la commercialisation des espaces diffusés sur ses autres fréquences.

Seules deux régies publicitaires privées exploitent le marché publicitaire radiophonique de Laval. Bien que Régie Radio Régions commercialise les espaces publicitaire de trois services, les seules audiences de *Hit West* lui permettent de réaliser à Laval une PDALC de près de [60;70[%. Avec deux services actifs dans la zone, la régie du groupe NRJ enregistre quant à elle une PDALC de [30;40[%.

5.2. L'impact du déploiement du DAB+ sur le marché publicitaire de la zone de Laval

La ressource radioélectrique susceptible d'être mise en appel conduirait à un accroissement du nombre de services de radio dans la zone de Laval, soit un enrichissement de 24 à 35 services, selon l'hypothèse retenue.

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, 15 mai 2019 et 22 juin 2022), l'impact du déploiement du DAB+ sur le marché publicitaire sera progressif.

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

¹⁴ Source : 2018-2019 Médiamétrie, Médiales, ensemble 13 ans et plus, L-V, 5h-24h, unité urbaine de Laval (septembre 2018-juin 2019 et septembre 2019-juin 2020)

métropolitaine publiée le 19 avril 2016 et actualisée les 24 mai 2017, 21 février 2018, 15 mai 2019 et 22 juin 2022), l'impact de cet enrichissement pourrait être dilué. En effet, un service autorisé sur l'allotissement étendu de Laval 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 au sein de l'unité urbaine de Laval, ceux-ci se sont fortement contractés en 2020 en raison notamment de la crise sanitaire provoquée par l'épidémie de la covid-19 (baisse des dépenses publicitaires de [30;40[% entre 2019 et 2020). Outre les effets de la crise sanitaire, on observe, dans chacune des zones étudiées, une baisse tendancielle des dépenses de communication des annonceurs en direction des médias traditionnels, elle-même résultant du fort recul des investissements des annonceurs en direction de la presse (baisse de [70;80[% entre 2007 et 2020) et, dans une moindre mesure, en direction du couplage TV/Cinéma. Dans ce contexte de baisse tendancielle des dépenses publicitaires médias, les dépenses publicitaires radiophoniques sont, quant à elles, parvenues à progresser entre 2014 et 2019. Comme pour les autres supports, ces dépenses publicitaires radiophoniques se sont néanmoins contractées en 2020 du fait, notamment, de la crise sanitaire. Si l'Arcom ne dispose pas de données à l'échelle locale pour l'année 2021, on relèvera toutefois qu'au niveau national les recettes publicitaires radiophoniques nettes sont reparties à la hausse entre 2020 et 2021 (+ 10 %) ¹⁵.

Enfin, s'agissant de la situation concurrentielle sur le marché publicitaire de Laval (seule zone pour laquelle l'Arcom dispose de données d'audience), appréciée par le biais de la répartition des PDALC, deux régies publicitaires occupent une place significative sur ce marché, à savoir Régie Radio Régions et la régie du groupe NRJ, qui réalisent respectivement une PDALC de [60;70[% et de [30;40[% à Laval.

¹⁵ Source : BUMP (Baromètre unifié du marché publicitaire) 2021.

6. La santé financière des opérateurs radiophoniques actifs sur les marchés publicitaires inclus dans l'allotissement étendu de Laval

La présente étude se fonde sur les états financiers des exercices 2019 et 2020 des opérateurs de catégories B et C identifiés au sein de l'allotissement étendu de Laval.

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.

(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 Caen	Au sein de l'allotissement étendu de Laval			Capacité publicitaire locale journalière	Régie publicitaire	Capacité publicitaire nationale	Régie publicitaire	2019	2020	Variation	2019	2020	Variation	2019	2020	Variation
4	3	Alouette (SAS Alouette)	B	L-D : 04h22	Régie Radio Régions* / Régie interne	L-D : 02h10	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	Hit West (SARL Nantes Médias)	B	L-D : 02h24	Régie Radio Régions	L-D : 02h24	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
1	1	Oxygène Radio Hit and Dance (SARL Anjou Communication)	B	L-D : 02h30	Régie interne	L-D : 02h30	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
12	2	Sweet FM (SAS VH COM)	B	L-D : 02h16 **	Régie Radio Régions	L-D : 01h55	TF1 Publicité	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
5	1	Chérie FM Le Mans-Laval (SAS Chérie FM Réseau)	C	L-V : 00h53 S-D : 00h48	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
4	1	Nostalgie Sarthe (SAS Radio Nostalgie Réseau)	C	L-V : 00h52 S-D : 00h47	NRJ Global Régions	00h12/heure	NRJ Global	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

* uniquement pour les fréquences d'Angers, **Château-Gontier**, Jonzac, **Laval**, Mayenne, Royan, Saintes, Vannes

**Sweet FM réalise un décrochage publicitaire spécifique à la zone de « Château-Gontier + Craon »

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.

En 2020, année marquée par la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19, laquelle a fortement impacté les opérateurs radiophoniques (forte baisse des dépenses de communication des annonceurs au printemps 2020, modification des habitudes d'écoute de la radio comme conséquence de la mise en place des différents confinements et de la généralisation du télétravail ayant eu un impact sur l'audience des différentes radios¹⁶), toutes les sociétés éditrices d'un service de catégorie B identifié dans le périmètre de l'allotissement étendu de Laval ont vu leur chiffre d'affaires diminuer entre 2019 et 2020 [...].

S'agissant des stations locales de catégorie C, les deux opérateurs identifiés enregistrent un chiffre d'affaires stable entre 2019 et 2020 [...].

On relèvera cependant que ces opérateurs sont des filiales de réseaux à vocation nationale et sont donc 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.

¹⁶ L'audience du média radio reposant en grande partie sur l'écoute en mobilité.

7. Conclusion

Le déploiement du DAB+ dans le département de la Mayenne pourrait conduire à l'enrichissement du paysage radiophonique de la zone de Laval de 24 à 35 nouveaux services, Laval représentant le principal marché publicitaire identifié au sein de l'allotissement étendu planifié. S'agissant des autres zones couvertes à la fois par l'allotissement étendu et l'allotissement local de Laval, le paysage radiophonique serait enrichi de 39 à 47 services supplémentaires.

Un tel enrichissement de l'offre radiophonique apparaît renforcer le pluralisme, auquel l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique 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 compte tenu des obligations d'intégration des puces DAB+, désormais pleinement effectives, dans de nombreuses gammes de 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 Laval, on notera que les dépenses publicitaires se sont fortement contractées en 2020 en raison notamment de la crise sanitaire provoquée par l'épidémie de la covid-19 (baisse des dépenses publicitaires de [30;40[% dans la zone entre 2019 et 2020). Outre les effets de la crise sanitaire, cette baisse des dépenses publicitaires résulte d'une baisse tendancielle des dépenses publicitaires en direction des supports médias, elle-même résultant du fort recul des investissements des annonceurs en direction de la presse. Dans ce contexte de contraction des dépenses publicitaires médias, les dépenses publicitaires radiophoniques sont parvenues à rester stables entre 2007 et 2019, voire à augmenter ces dix dernières années. Comme pour les autres supports, ces dépenses publicitaires radiophoniques ont néanmoins été altérées en 2020 du fait, notamment, de la crise sanitaire.

Ce recul des dépenses publicitaires s'est ainsi traduit, pour les opérateurs radiophoniques, par une forte baisse de leur chiffre d'affaires en 2020. Ainsi, toutes les sociétés éditrices d'un service de catégorie B identifié dans le périmètre de l'allotissement étendu de Laval ont vu leur chiffre d'affaires diminuer entre 2019 et 2020 [...].

S'agissant des stations de catégorie C, la situation est plus nuancée[...]. Cette situation peut néanmoins 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.