

Synthèse des réponses à la
consultation publique du
7 octobre 2021 préalable au
lancement d'un appel général
aux candidatures en FM en
région Provence-Alpes-Côte-
d'Azur

© Arcom

Sommaire

1.	L'équilibre des marchés publicitaires locaux	4
1.1.	Un fort impact de la crise sanitaire sur des marchés publicitaires locaux déjà fragiles.....	4
1.2.	Une volonté de préservation des marchés radiophoniques locaux	5
2.	Les zones de recherche de nouvelles fréquences	5
2.1.	Les zones proposées par l'Arcom ne soulèvent pas de remarques de la part des contributeurs.....	5
2.2.	Des contributeurs proposent de compléter la liste des zones de recherche	6
	Annexe : liste des acteurs ayant répondu à la consultation publique.....	7

En application de sa [feuille de route pour les appels aux candidatures généraux de la période 2021-2026 adoptée le 16 décembre 2020](#), le Conseil supérieur de l'audiovisuel a ouvert, le 7 octobre 2021, une [consultation publique préalablement au lancement d'un appel dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur \(PACA\)](#).

Cette consultation publique avait un double objectif: d'une part, procéder à un état des lieux de la situation économique des marchés radiophoniques en cause et, d'autre part, déterminer, dans la perspective de l'élaboration du plan de fréquences, les zones où seront recherchées de nouvelles fréquences.

Les contributions devaient être transmises au plus tard le 29 octobre 2021.

L'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique a ainsi reçu la réponse de seize acteurs du secteur radiophonique et d'un particulier, dont la liste figure en annexe.

1. L'équilibre des marchés publicitaires locaux

Question 1: Les marchés locaux sont-ils susceptibles d'être modifiés de manière importante par la délivrance de nouvelles autorisations? Existe-t-il des zones fragiles sur le plan publicitaire et quelles pourraient être les dispositions à prendre par le CSA pour ne pas les déséquilibrer ?

Six des dix-sept contributeurs ont répondu à au moins une de ces trois questions ; les onze autres contributeurs ont fourni des contributions techniques ou transmis des éléments visant à soutenir une future candidature, sans répondre aux questions de la consultation.

Ces six contributions proviennent d'éditeurs de services de catégories B, C, D et E, exploitant, pour les éditeurs de services de catégories B et C, fortement les marchés publicitaires locaux.

Hormis un éditeur considérant qu'il n'existe pas de risque sur les marchés locaux, l'ensemble des autres contributeurs rappelle le fort impact de la crise sanitaire sur ces marchés déjà fragiles (1.1) et préconise à l'Arcom des mesures visant à ne pas déstabiliser ces marchés (1.2).

1.1. Un fort impact de la crise sanitaire sur des marchés publicitaires locaux déjà fragiles

Bien qu'un éditeur reconnaisse, avec une grande prudence, les perspectives favorables de reprise du marché publicitaire dans le cadre de la sortie de crise, plusieurs contributeurs rappellent le fort impact de cette crise sur les marchés publicitaires radiophoniques locaux en région PACA, déjà fragilisés et marqués par un recul des investissements publicitaires ces dernières années.

Les différents facteurs mis en avant par les contributeurs pour expliquer la fragilité des marchés publicitaires locaux sont l'arrivée de nouvelles radios en DAB+, la baisse de l'audience du média radio, dont le niveau se situe en dessous du niveau national, mais aussi l'impact croissant des grands acteurs de l'internet (GAFA et plateformes de streaming) et l'arrivée progressive de la publicité segmentée à la télévision. Un contributeur mentionne également une tendance du Parlement à introduire des dispositions visant à réguler de façon plus contraignante la publicité de certains secteurs à la radio, voire à l'interdire totalement.

Un seul contributeur estime, sans apporter de précisions, que la délivrance de nouvelles autorisations n'est pas susceptible de modifier de manière importante les marchés locaux.

1.2. Une volonté de préservation des marchés radiophoniques locaux

Dans le cadre d'un marché publicitaire fragile et fortement impacté par la crise sanitaire, la grande majorité des contributeurs appellent à privilégier le développement de radios nationales de catégories D et E n'ayant pas accès au marché publicitaire local pour ne pas fragiliser la situation économique des acteurs radiophoniques locaux.

En outre, deux contributeurs estiment qu'il serait souhaitable de la part de l'Arcom de privilégier le développement des radios déjà autorisées dans le ressort du CTA de Marseille pour étendre leurs zones de couverture plutôt que de permettre l'arrivée de nouveaux entrants.

Un contributeur espère que le prochain appel aux candidatures permettra de préserver l'équilibre financier entre service public et services de radio privés, et qu'à cette occasion l'Arcom sera particulièrement attentive aux pratiques publicitaires de France Bleu et à l'impact possible des demandes de réservation prioritaire éventuelles pour Radio France.

2. Les zones de recherche de nouvelles fréquences

L'Arcom a reçu 17 contributions qui représentent un cumul de 173 demandes de fréquences : 39 fréquences pour Radio France et 134 pour des éditeurs privés. Parmi ces 173 demandes, 58 font l'objet d'une proposition technique.

2.1. Les zones proposées par l'Arcom ne soulèvent pas de remarques de la part des contributeurs

Question 2.a : En considérant les critères définis par le Conseil pour la définition des zones objets des futurs travaux de planification, avez-vous des commentaires sur la liste des sept zones proposées par le Conseil : Malijai / Château-Arnoux-Saint-Auban (04) ; Oraison (04) ; Puy-Saint-Vincent (05) ; Risoul (05) ; Breil-sur-Roya (06) ; la Vallée de la Vesubie (Roquebillière) (06) ; La Croix-Valmer (83) ?

Huit contributeurs ont répondu à cette question. Quatre d'entre eux ont indiqué n'avoir aucun commentaire particulier sur les zones proposées par l'Arcom.

Radio France a manifesté son intérêt pour l'exploitation de sept nouvelles fréquences dans quatre des sept zones de recherche identifiées par le Conseil. Un opérateur privé a indiqué demeurer vigilant quant aux opportunités offertes par les recherches de fréquences dans les zones bordant l'axe autoroutier A51 (Oraison et Malijai/Château-Arnoux-Saint-Auban) et un autre a marqué son intérêt pour les zones situées plus au nord de la région PACA (Risoul et Puy-Saint-Vincent).

Au total, l'ARCOM a reçu 20 marques d'intérêt pour de nouvelles fréquences dans les sept zones proposées, dont 13 avec des propositions techniques. La zone de Risoul (05), qui n'a fait l'objet que de deux marques d'intérêt, est la zone la moins demandée.

2.2. Des contributeurs proposent de compléter la liste des zones de recherche

Au total, un besoin de 153 fréquences réparties sur 51 zones distinctes de celles proposées par l'Arcom a été formulé par les acteurs privés et publics. Parmi ces zones, la majorité (29 sur 51) ne font l'objet que d'une ou deux marques d'intérêt, et onze zones font l'objet d'au moins quatre marques d'intérêt de la part des contributeurs.

En conséquence et au vu des contributions reçues, l'Arcom a décidé d'effectuer des recherches de fréquences sur six des sept zones FM initialement envisagées : Malijai/Château-Arnoux-Saint-Auban, Oraison (04), Puy-Saint-Vincent (05), Breil-sur-Roya, la Vallée de la Vésubie (Roquebillière) (06) et La Croix-Valmer (83). Elle a également décidé d'effectuer des recherches dans la zone de Barcelonnette (04), qui a recueilli quatre demandes et qui répond aux critères définis par l'Autorité pour la détermination des zones objet des futurs travaux de planification, à la place de la zone de Risoul (05).

Annexe : liste des acteurs ayant répondu à la consultation publique

Éditeurs de services de radio

- Association Castillon Promotions
- Association RTV FM (Radio Territoire Ventoux)
- SA Altice France
- SA Espace Group
- SARL Groupe Nord Sud Communications Multimédias
- SA Métropole Télévision (Groupe M6)
- SARL KFM
- SASU Lagardère Média News
- SARL Midiradios
- SA NRJ Group
- SARL Régie Média Méditerranée
- SAS FG Concept
- Société nationale de programme Radio France
- SAS Intercom 13
- SARL Cannes Radio Diffusion

Organisations syndicales

- Syndicat des radios indépendantes (SIRTI)

Particulier : 1