

Préliminaires et note sur les autorisations arrivant à échéance

Radio Bonheur, créée en avril 2000, postule dans le cadre du présent appel afin d'élargir sa zone de diffusion, actuellement limitée au département des Côtes d'Armor (22). Depuis 2002 et l'appel aux candidatures AM, Radio Bonheur sollicite du CSA des fréquences lui permettant légitimement un développement au minimum régional.

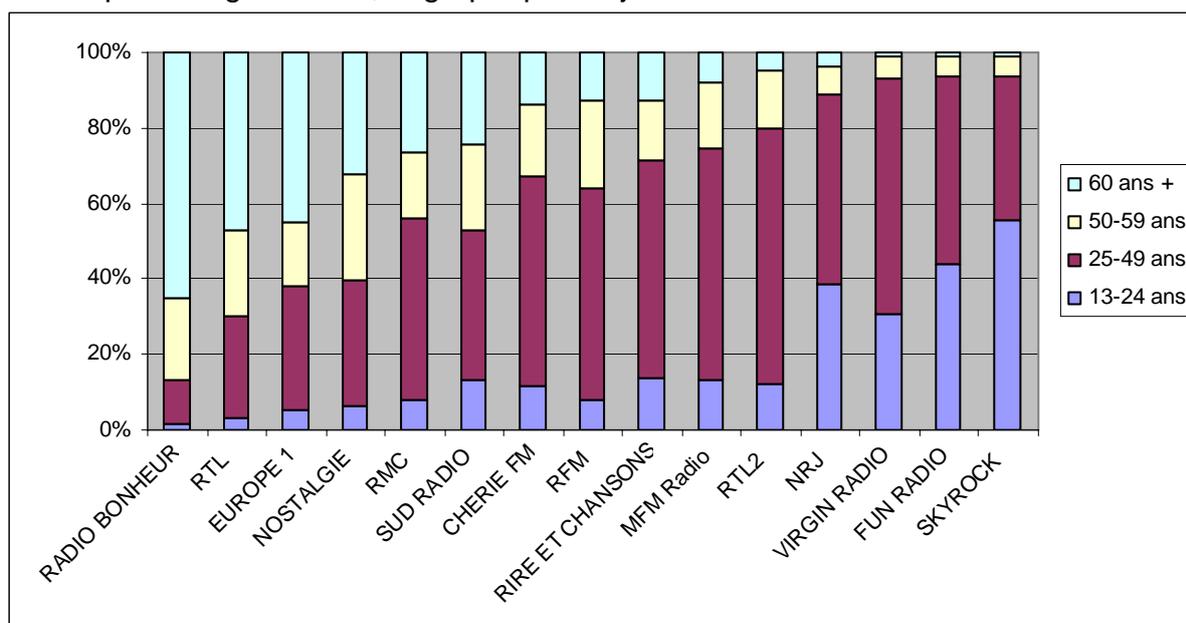
Alors que de multiples radios se développent en Bretagne ces dix dernières années, le CSA a systématiquement refusé tout développement de Radio Bonheur en dehors des Côtes d'Armor :

- Appel aux candidatures AM 2002 : Région Bretagne demandée. **Rejet.**
- Appel aux candidatures FM 2006 CTR Rennes : 21 fréquences demandées en Bretagne. **Rejet** de toutes les fréquences demandées en dehors du département des Côtes d'Armor.
- Appel aux candidatures numérique 2008 : Région Bretagne demandée. **Appel annulé par le CSA.**
- Appel aux candidatures FM 2010 CTR Caen : 3 fréquences limitrophes de la Bretagne demandées. **3 rejets.** Décisions déferées devant le Conseil d'Etat.

Le CSA prend pour habitude pour motiver ses rejets de ne comparer qu'exclusivement qu'un seul et unique critère de sélection défavorable à Radio Bonheur, critère le plus souvent non substantiel et contestable, en occultant la totalité des autres critères eux favorables à Radio Bonheur par rapport aux candidats sélectionnés.

Par ailleurs, en affirmant dans ses différentes décisions que le programme de Radio Bonheur est comparable à celui de MFM par exemple ou à d'autres radios, le CSA semble ignorer le cœur de cible de Radio Bonheur : Les seniors (+ de 60 ans).

Mieux qu'un long discours, le graphique* ci-joint le démontre :



*Pour la totalité des études de la présente note « préliminaires et note sur les autorisations arrivant à échéance » les chiffres sont issus des sondages Médiamétrie : étude 13 ans et plus / 5h-minuit/lundi-vendredi/ audience cumulée en structure janvier à mars 2011 pour les radios nationales (cat. C, D et E) et Médiamétrie MédiaLocales étude 13 ans et plus / 5h-minuit/lundi-vendredi/ audience cumulée en structure septembre à 2010 juin 2011 pour les radios locales (cat. A et B).

La présente demande, formalisée par le présent dossier, insiste notamment sur la spécificité du programme Radio Bonheur et son extraordinaire succès auprès des seniors. Il revient légalement au CSA de faire coïncider la forte demande d'une population à fortiori ignorée du média radio avec l'offre du programme Radio Bonheur dont le succès avec les seniors est démontré. C'est l'esprit de la loi de 1986.

Enfin, il est constant que le CSA sélectionne quasi systématiquement toutes les radios dont les quinze années d'autorisation s'achèvent, à fortiori les radios nationales des trois grands groupes (NRJ, RTL et Lagardère). Dans le cas présent l'essentiel des fréquences disponibles présentent ce cas de figure. En 1996 lors de l'appel aux candidatures pour les radios dont les autorisations s'achèvent à présent, Radio Bonheur n'existait pas encore et ne pouvait donc pas encore se porter candidat. Il appartient au CSA d'examiner maintenant sans à priori et de manière impartiale la totalité des postulants, en intégrant dorénavant la candidature de Radio Bonheur au format senior sans avantager de manière quasi systématique les radios sortantes au format et à la cible très différent de Radio Bonheur.

Le CSA n'est pas contraint de sélectionner uniquement les radios au format essentiellement jeune ou adulte sélectionnées il y a 15 ans dans le contexte actuelle puisqu'il existe maintenant un candidat expérimenté au succès extraordinaire en terme d'audience, proposant un format senior. Format aujourd'hui carencé.

Radio Bonheur postule pour 10 fréquences dont 9 sont remises en jeu dans le présent appel. Pour ces 9 fréquences, les candidats retenus y compris notamment les 9 radios dont les autorisations s'achèvent, devront tous être sélectionnés conformément à loi. Et uniquement sur ces critères.

L'attribution par le CSA des autorisations d'usage des fréquences pour la diffusion de services de radio par voie hertzienne est strictement encadrée par la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986, dite Létard, *relative à la liberté de communication*, dont l'article 29 exige du CSA qu'il accorde ces autorisations :

« Le conseil accorde les autorisations en appréciant l'intérêt de chaque projet pour le public, au regard des impératifs prioritaires que sont la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels, la diversification des opérateurs, et la nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence.

Il tient également compte :

- 1° De l'expérience acquise par le candidat dans les activités de communication ;*
- 2° Du financement et des perspectives d'exploitation du service notamment en fonction des possibilités de partage des ressources publicitaires entre les entreprises de presse écrite et les services de communication audiovisuelle ;*
- 3° Des participations, directes ou indirectes, détenues par le candidat dans le capital d'une ou plusieurs régies publicitaires ou dans le capital d'une ou plusieurs entreprises éditrices de publications de presse ;*
- 4° Pour les services dont les programmes comportent des émissions d'information politique et générale, des dispositions envisagées en vue de garantir le caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, l'honnêteté de l'information et son indépendance à l'égard des intérêts économiques des actionnaires, en particulier lorsque ceux-ci sont titulaires de marchés publics ou de*

délégations de service public ;

5° De la contribution à la production de programmes réalisés localement ;

6° Pour les services dont les programmes musicaux constituent une proportion importante de la programmation, des dispositions envisagées en faveur de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des oeuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille, sur l'ensemble du territoire, à ce qu'une part suffisante des ressources en fréquences soit attribuée aux services édités par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité, entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion. »

Le Conseil d'Etat a récemment mis l'accent sur **l'importance que revêtait la prise en compte de l'intérêt du public** dans l'attribution des autorisations d'exploitation de fréquences radio, en rappelant au CSA qu'il lui appartenait :

« en se fondant sur les impératifs prioritaires et les éléments d'appréciation définis par les dispositions précitées (...) de choisir, à l'issue de la procédure d'appel à candidatures (...) les projets qui contribuent le mieux à la sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socio-culturels, lequel participe de l'objectif de valeur constitutionnelle de pluralisme des courants de pensée et d'opinion, et qui sont le mieux à même de répondre à l'intérêt du public ;

qu'il doit veiller à ce qu'une diversification suffisante des opérateurs et le jeu normal de la concurrence permettent, en préservant notamment un accès équilibré de tous les opérateurs à la ressource publicitaire et aux marchés des droits, que l'objectif fondamental de pluralisme et l'intérêt du public soient respectés » (CE, 30 décembre 2010, n°338.273, publié au Recueil).

Le Conseil constitutionnel avait quant à lui déjà précisé que :

« dans l'hypothèse où il n'existe qu'une seule fréquence dans une zone donnée, il appartiendra à la commission (CSA) d'imposer au bénéficiaire de l'autorisation des obligations destinées à assurer une expression libre et pluraliste des idées et des courants d'opinion ; que les mêmes obligations devront être prescrites dans le cas où l'existence de plusieurs fréquences, bien que relevant d'opérateurs différents, ne suffirait pas à garantir le pluralisme ; que toute autre interprétation qui conduirait à conférer à la commission (CSA) un pouvoir discrétionnaire pour l'application des articles 28 à 31 de la loi, sans la soumettre au respect du cadre impérativement défini par les articles 1er et 3, serait contraire à la Constitution » (CC, 18 septembre 1986, Loi relative à la liberté de communication, n°86-217 DC).

Sans présager des autres candidatures, il s'en suit que la sélection de Radio Bonheur, à la vue du présent dossier, s'impose objectivement face aux 9 radios dont les autorisations s'achèvent, notamment par les moyens suivants :

1. Pour la zone de Dinan (22) et Redon (35)

Pour ces deux zones, une seule et unique fréquence est concernée (104,1 Mhz). Ces deux zones sont jointes par une contrainte de programme et sont donc obligatoirement liées.

Sont déjà autorisées dans la zone de Dinan et Redon, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de DINAN et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
• Fréquence 10	• Décibel		• RTL2 • Fun radio • MFM radio • NRJ	• Europe 1
Service public : France Bleu Armorique , France Inter, France Culture, France Musique, France Info				

Radios autorisées dans la zone de REDON et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
• RCF Alpha	• Caroline FM • Océane FM		• Nostalgie • NRJ	• RTL
Service public : France Bleu Armorique, France Inter, France Culture, France Musique, France Info				

La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est Hit West.

1.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie MédiaLocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Brieuc Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, Hit West réalise une audience cumulée dans les Côtes d'Armor (où si situe Dinan) de **6,7%**, et à St Brieuc de **9,2%**.

Ainsi et pour des zones identiques, Hit West réalise des audiences inférieures à celles de Radio Bonheur. L'intérêt supposé pour la zone de Dinan et Redon est donc moindre pour Hit West que pour Radio Bonheur.

1.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

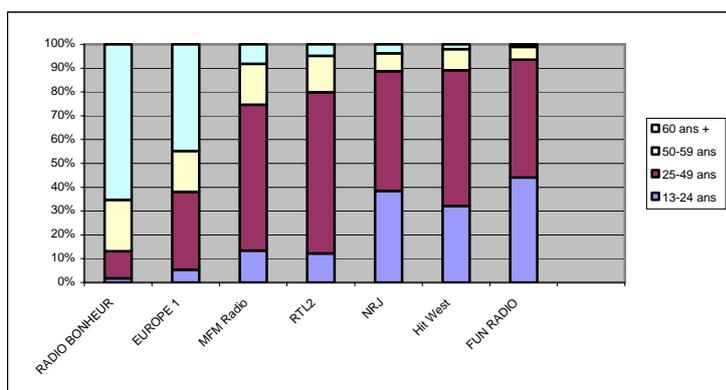
Hit West est une radio ciblant un public jeune ou jeune adulte. Ce public est déjà ciblé par d'autres radios déjà présentes dans les deux zones concernées

- Dinan : NRJ et Fun Radio
- Redon : NRJ

Or aucune radio privée réalisant une audience significative dans les zones de Dinan et Redon ne cible les seniors.

A Dinan :

Composition des audiences des radios présentes à Dinan en comparaison avec Radio Bonheur :



- La radio associative (cat. A) Fréquence 10 au contenu très hétéroclite ne possède aucun auditeur reconnu par Médiamétrie depuis sa création en mai 1992. De par sa convention avec le CSA, elle est censée cibler les adultes.

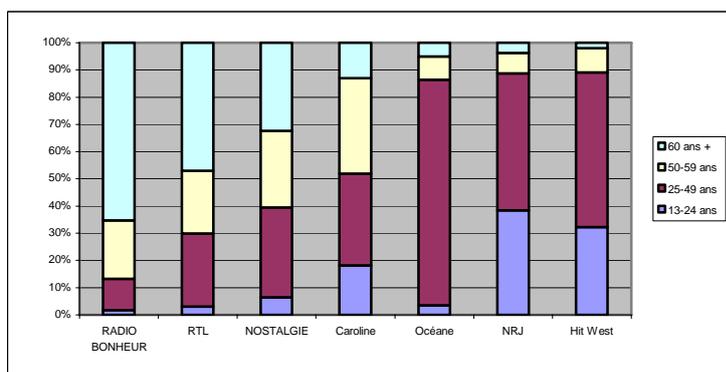
- Décibel (cat. B), radio commerciale indépendante cible les adultes (selon la convention avec le CSA) et représente une audience non significative (inférieure à 0,1%).

- 3 radios ciblent les jeunes et adultes : NRJ et Fun Radio et Hit West

- 2 radios ciblent les adultes : RTL 2 et MFM Radio

- La radio généraliste Europe1 (cat. E) cible un public majoritairement adulte et adultes mûrs (55%) et minoritairement les plus de 60 ans (45%).

A Redon :



- La radio associative confessionnelle RCF Alpha ne bénéficie pas d'étude Médiamétrie permettant de connaître la structure de l'audience. En effet, comme pour nombre de radios associatives, l'audience de RCF Alpha dans l'Ille et Vilaine est très faible : 0,5 %. Sa convention avec le CSA permet d'établir qu'elle cible un public adulte.

- 2 radios ciblent les jeunes et les adultes : Hit West et NRJ

- 1 radio cible les adultes : Océane

- 3 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie, Caroline et RTL. Cette dernière cible majoritairement les adultes et les adultes mûrs (53 %) et

minoritairement les plus de 60 ans (47 %).

- aucune radio ne cible les seniors

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, aucune radio privée réalisant une audience significative dans les zones de Dinan et Redon ne cible les seniors. Radio Bonheur permet par sa candidature à Dinan et Redon d'apporter un programme différent réellement destiné aux seniors alors que Hit West propose un format et une cible identique (jeunes et adultes) à d'autres radios autorisées comme NRJ et Fun Radio à Dinan et NRJ à Redon.

1.3 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des œuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

Hit West, dont l'autorisation s'achève diffuse des titres musicaux communs aux radios déjà présentes :

A Dinan :

Hit West diffuse majoritairement des titres musicaux communs avec notamment NRJ, et Fun radio. Ces 3 radios au cœur de cible identiques (les jeunes adultes) diffusent des titres commerciaux le plus souvent identique et sans originalité.

A Redon :

Hit West et NRJ diffuse un programme musical, là encore, quasiment identique.

A l'inverse, avec son format sénior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. Radio Bonheur diffuse de nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau Hit West au programme musical déjà commun à plusieurs autres radios, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié et inconnu dans le paysage audiovisuel de Dinan et Redon , le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

1.4 Diversité des opérateurs et participation dans des régies publicitaires et la presse :

Radio Bonheur et Hit West font parti de la même catégorie B. Il n'existe donc pas de différence sur ce sujet.

Cependant, Radio Bonheur est une radio totalement indépendante et ne possède aucun intérêt dans des médias radios presse ou régies commerciales dans la zone candidatee.

Hit West (dirigée par M. Toulemonde) est par contre sous contrôle indirect des

actionnaires du journal Ouest France commercialisé à Dinan et Redon et du Groupe Lagardère. Or Europe 1, du groupe Lagardère, est présente à Dinan. Alors que Radio Bonheur permet de respecter le critère de diversité des opérateurs et ne possède aucun intérêt dans la presse, la sélection d'Hit West par le CSA méconnaîtrait ces deux critères.

1.5 Les autres critères

Pour les critères suivants : Position dominante, expérience du candidat, financement, indépendance de l'information et réalisation du programme local, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Position dominante :

Radio Bonheur ne possède aucun intérêt ou participation dans aucune autre radio. Par contre, comme pour la diversité des opérateurs, la participation indirecte commune des actionnaires d'Europe 1 (présente dans la zone de Dinan) dans le capital d'Hit West pourrait laisser à penser que la présence des deux radios permet une position dominante de nature à entraver le libre exercice de la concurrence. Sur ce critère la situation d'Hit West est aux mieux équivalente à celle de Radio Bonheur.

Expérience du candidat :

Hit West dont l'activité radiophonique a débuté en 2001 et Radio Bonheur dont l'activité a débuté en 2000 ont une expérience équivalente.

Financement :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur) depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet, alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat. Hit West étant déjà présente dans la zone concernée depuis 1997, il est légitimement possible de penser que le financement de la zone est assuré. Sur ce critère du financement Radio Bonheur et Hit West présentent donc des garanties comparables.

Indépendance de l'information :

La rédaction de Radio Bonheur est indépendante et n'est soumise à aucune pression ou intérêt par quiconque. En l'absence, pour le moment, d'élément probant permettant de mettre en doute qu'une situation comparable ne soit pas de mise à Hit West, et dans la mesure également où Radio Bonheur et Hit West sont deux radios musicales (l'information politique et générale n'est pas substantielle) ; il est raisonnable de ne pas départager les deux radios sur ce critère.

Réalisation du programme local :

Radio Bonheur et Hit West sont deux radios de catégorie B aux programmes essentiellement locaux. La durée du programme local des deux radios ne varie quasiment qu'en raison de la durée variable et comparable pour les deux radios des

écrans publicitaires.
Il n'existe donc pas de différence sur ce critère.

1.5 Conclusion et synthèse des critères pour la zone Dinan-Redon (comparatif Radio Bonheur / Hit-West)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Hit West et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,

Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,

Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	Hit West	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	-	+
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	=	=
Financement	=	=
Participation dans des régies publicitaires et presse	-	+
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	=	=
Diversité musicale	-	+

Si l'ancienneté d'Hit West peut être considéré comme un avantage pour renforcer ses critères de sélection, cette ancienneté dans la zone ne peut en aucun cas être considéré comme un argument en tant que tel. Ce paramètre de radio ayant une ancienneté dans la zone n'étant pas un critère légal de sélection.

Au total, et si sur 10 des critères à prendre à compte 5 sont à égalité, 5 critères fondamentaux apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Enfin aucun critère n'apparaît en faveur d'Hit West. Rien ne justifierait donc la sélection d'Hit West face à celle de Radio Bonheur.

2. Pour la zone de Brest (29)

Une seule et unique fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est NRJ.

Sont déjà autorisées dans la zone de Brest, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de BREST et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
<ul style="list-style-type: none">• RCF Rivages• Radio Neptune• Radio Emeraude• Radio Campus• Fréquence Mutine	<ul style="list-style-type: none">• Oüï FM• Hit West	<ul style="list-style-type: none">• Virgin Radio• Chérie FM	<ul style="list-style-type: none">• RTL2• Rires Chansons• MFM Radio• Nostalgie• Fun Radio• Radio Nova• Skyrock• RFM• Radio Classique• BFM Radio	<ul style="list-style-type: none">• RMC• RTL• Europe 1
Service public : France Bleu Breizh Izel , France Inter, France Culture, France Musique, France Info, Le Mouv'				

2.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie MédiaLocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Brieuc Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, NRJ réalise une audience cumulée dans les Côtes d'Armor de **10,3%**, et à St Brieuc de **8,8%**.

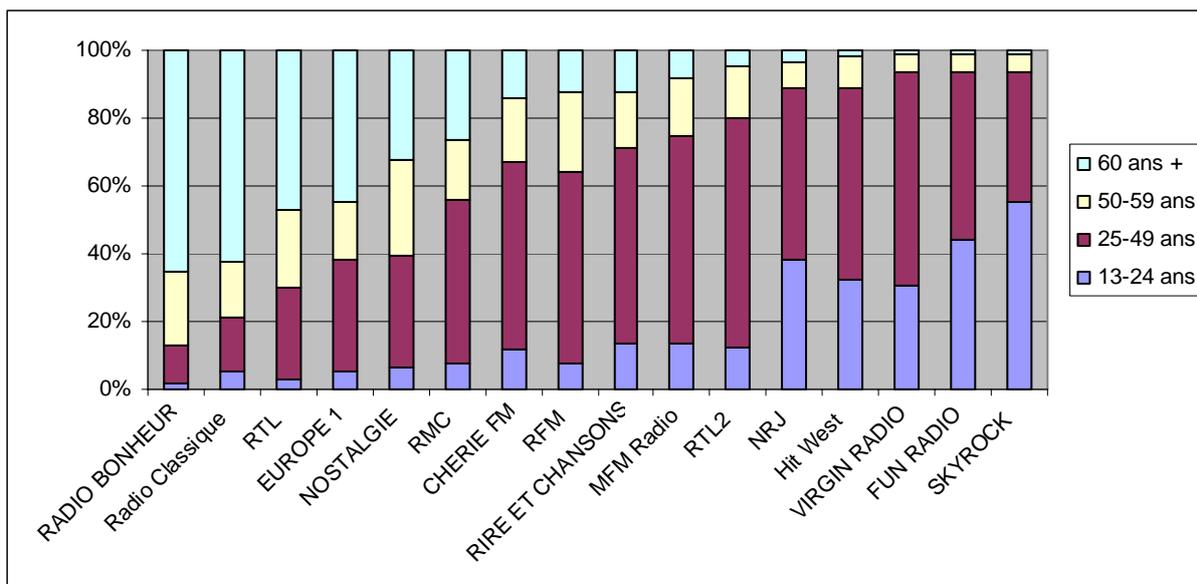
Ainsi et pour des zones identiques, NRJ réalise des audiences globalement inférieures à celles de Radio Bonheur. L'intérêt supposé pour la zone Brest est donc moindre pour NRJ que pour Radio Bonheur.

2.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

NRJ est une radio ciblant un public jeune ou jeune adulte. Ce public est déjà ciblé par 4 autres radios déjà présentes dans la zone de Brest :

- Hit West
- Virgin Radio
- Fun Radio
- Skyrock

Composition des audiences des radios présentes à Brest en comparaison avec Radio Bonheur :



- Les radios suivantes réalisent une audience non significative (dans le Finistère) pour permettre une étude sur la structure de leur audience : Radio Emeraude et radio Campus (0%), Radio Neptune, Oufi FM et Fréquence Mutine (0,3%), RCF Rivages (0,4%), BFM (0,5%) et Radio Nova (1,9%). Selon les conventions liant ces radios au CSA, aucune de ces radios ne ciblent prioritairement les seniors.

- 5 radios ciblent les jeunes et adultes : Hit West, Virgin Radio, Fun Radio, Skyrock et NRJ

- 6 radios ciblent les adultes : Chérie FM, RTL2, RFM, MFM, Rires et Chansons et RMC.

- 3 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie, RTL et Europe 1. Ces deux dernières ciblent majoritairement et les adultes et adultes mûrs et minoritairement les plus de 60 ans.

- 1 radio cible les seniors : Radio Classique.

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65%, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, une seule radio privée (Radio Classique) réalisant une audience significative dans la zone de Brest cible les seniors. Cette unique radio ciblant les seniors est par ailleurs, et systématiquement en Bretagne et Loire Atlantique, la seule radio privée autorisée ciblant cette tranche d'âge.

Radio Bonheur permet par sa candidature à Brest d'apporter un programme différent de Radio Classique mais surtout destiné aux seniors, catégorie en tranche d'âge particulièrement sous représentée à Brest. NRJ dont l'autorisation s'achève, propose un format ciblant essentiellement les jeunes et adultes, catégorie en tranche d'âge surreprésentée à Brest avec déjà Hit West, Virgin Radio, Fun Radio et Skyrock.

2.3 La contribution à la production de programmes réalisés localement.

A Brest, NRJ de catégorie C, produit environ 5 h de programme réalisé localement en semaine et rien le samedi, le dimanche et les jours fériés.

Radio Bonheur s'est engagée à réaliser tous les jours plus de 20 heures par jour de programme d'intérêt local et/ou spécifique à la zone de Brest y compris le samedi, le dimanche et les jours fériés (20h14 à 20h16 selon les jours de la semaine).

En sélectionnant NRJ au programme local restreint en écartant Radio Bonheur qui propose un programme local fort, le CSA ne prendrait pas en compte la contribution de ce dernier à la production de programmes réalisés localement. Ce qui serait constitutif d'un excès de pouvoir.

2.4 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des œuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

NRJ diffuse majoritairement des titres communs avec notamment Hit West, Fun Radio et Virgin Radio. Ces 4 radios au cœur de cible identique (les jeunes adultes) diffusent des titres commerciaux basés sur les succès dansants du moment, souvent identiques et sans originalité.

A l'inverse, avec son format senior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. De nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy sont diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau NRJ au programme musical déjà commun à plusieurs autres radios, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié et inconnu dans le paysage audiovisuel Brestois, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

2.5 Le principe de nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence, et la diversité des opérateurs

Le groupe NRJ est actuellement en position dominante sur la zone de Brest avec la présence des 4 radios du groupe NRJ : NRJ, Nostalgie, Chérie FM et Rires et Chansons.

Alors que de nombreux opérateurs candidats sont absents dans la zone (comme Radio Bonheur), le groupe NRJ concentre à lui seul 4 des 18 radios commerciales, soit davantage que n'importe quel autre groupe ou opérateur.

Le déséquilibre en faveur du groupe NRJ en maintenant l'autorisation à la radio NRJ à Brest conforterait une concentration des opérateurs et constituerait un excès de pouvoir et conforterait également de fait une position dominante face aux autres opérateurs dans la zone Brest et par voie de conséquence une entrave caractérisée au libre exercice de la concurrence.

2.6 Participation dans des régies publicitaires et la presse :

Radio Bonheur est une radio totalement indépendante et ne possède aucun intérêt dans des médias radios ou presse ou régies commerciales dans la zone candidate. A l'inverse la régie publicitaire du groupe NRJ (Régie networks) est déjà présente au

titre de son autre radio du groupe au niveau local à Brest pour la radio Chérie FM pour la commercialisation d'espaces publicitaires.

2.7 Les autres critères

Pour les critères suivants : expérience du candidat, financement et indépendance de l'information, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Expérience du candidat :

Radio Bonheur a débuté ses activités en avril 2000. L'expérience acquise dans son domaine (les seniors) est particulièrement forte, couronnée de succès en terme d'audience et mérite d'être reconnu comme celle d'NRJ. Sur ce critère il n'existe pas de différence fondamentale.

Financement :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur) depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet, alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat. NRJ est déjà présente dans la zone concernée depuis 1997, il est donc aussi permis de penser que le financement de la zone est déjà assuré. Sur ce critère du financement Radio Bonheur et NRJ présentent donc des garanties fortes et comparables.

Indépendance de l'information :

La rédaction de Radio Bonheur est indépendante et n'est soumise à aucune pression ou intérêt par quiconque. En l'absence, pour le moment, d'éléments probants permettant de mettre en doute qu'une situation comparable ne soit pas de mise à NRJ et dans la mesure également où Radio Bonheur et NRJ sont deux radios musicales (l'information politique et générale n'est pas substantielle) ; il est raisonnable de ne pas départager les deux radios sur ce critère.

2.8 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Brest (comparatif Radio Bonheur / NRJ)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Hit West et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,
Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,
Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	NRJ	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	-	+
Position dominante (libre concurrence)	-	+
Expérience du candidat	=	=
Financement	=	=
Participation dans des régies publicitaires et presse	-	+
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	-	+
Diversité musicale	-	+

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 3 sont à égalité et 7 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur d'NRJ. Rien ne justifierait donc la sélection d'NRJ face à celle de Radio Bonheur.

3. Pour la zone de Carhaix (29)

Une seule et unique fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est Radio Kreiz Breizh.

Sont déjà autorisées dans la zone de Carhaix, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de CARHAIX et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
	• Radio Canal Centre		• Virgin Radio	• Europe 1
Service public : France Bleu Breizh Izel , France Inter, France Culture, France Musique				

3.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie Médialocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Briec Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, Radio Kreiz Breizh présente dans les Côtes d'Armor (avec deux émetteurs : 1 à Guingamp et 1 à St Nicodème) et dans le Finistère (1 émetteur à Carhaix) réalise une audience cumulée dans les Côtes d'Armor de **0,3%** et de **0,0%** dans le Finistère.

Malgré l'ancienneté acquise par Radio Kreiz Breizh depuis les années 80, l'audience de Radio Kreiz Breizh est particulièrement faible voire nulle dans le Finistère notamment dans la zone de Carhaix visée par le présent appel. Cette audience s'oppose diamétralement aux audiences très élevées obtenues systématiquement par Radio Bonheur. L'intérêt réel constaté dans la zone Carhaix pour Radio Kreiz Breizh est donc nul alors que l'intérêt supposé par Radio Bonheur ne peut être qu'important.

3.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

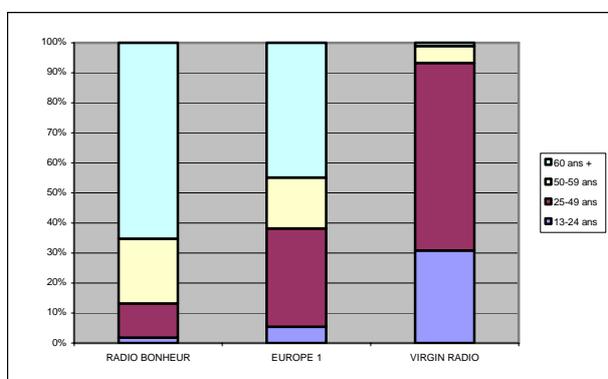
Radio Kreiz Breizh est une radio associative ciblant un public difficile à cerner. Malgré ses 3 émetteurs, l'audience constamment faible ou nulle des dernières études Médiamétrie Médiales ne permet pas de déterminer la structure de l'audience de Radio Kreiz Breizh par tranche d'âge.

Radio Kreiz Breizh a pour particularité d'émettre des programmes variés en langue française et en langue bretonne. Sur le pluralisme, la question posée au CSA sera donc de savoir s'il vaut mieux émettre des programmes notamment en langue bretonne qui n'intéresse aucun auditeur dans la zone de Carhaix (0,0% 2011, contre 0,2% en 2009 et 0,3% en 2010) ou si la population vieillissante de la zone de Carhaix est plus en phase à accueillir un programme populaire destiné aux seniors. La pertinence d'un programme en langue bretonne n'est pas ici remise en cause, par contre sa réalisation par la radio Radio Kreiz Breizh permet de douter de l'efficacité

d'un tel choix du CSA.

De toute évidence aucune radio privée réalisant une audience significative dans la zone de Carhaix ne cible les seniors.

Composition des audiences des radios présentes à Carhaix en comparaison avec Radio Bonheur :



- Comme Radio Kreiz Breizh, la radio Radio Canal Centre (cat.B) réalise également une audience nulle (0,0%) dont la structure d'audience est donc inconnu. Pour cette dernière sa convention avec le CSA permet toutefois d'établir qu'elle vise un public adulte.

- 1 radio cible les jeunes et adultes : Virgin Radio (cat. D)

- 1 radio cible les adultes et les adultes mûrs : Europe 1 cible majoritairement les adultes et adultes mûrs (55%) et minoritairement les plus de 60 ans (45%).

- Aucune radio ne cible les seniors

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%

Comme il est ici démontré, aucune radio privée réalisant une audience significative dans la zone de Carhaix ne cible les seniors. Radio Bonheur permet par sa candidature à Carhaix d'apporter un programme différent réellement destiné aux seniors particulièrement nombreux en Centre Bretagne, alors que Radio Kreiz Breizh dont l'autorisation s'achève, propose un format adulte déjà présent dans la zone de Carhaix avec Europe 1. De plus l'absence totale d'audience (0,0%) démontre que le programme de Radio Kreiz Breizh est rejeté par les auditeurs de la zone depuis près de 30 ans.

3.3 Expérience du candidat :

Depuis 2000 Radio Bonheur a acquis une expérience indéniable dans son domaine (les seniors) couronnée par une audience exceptionnelle. L'audience de Radio Kreiz Breizh de 0,0% dans le Finistère et donc dans la zone de Carhaix et dans un contexte de rareté de la ressource FM ne permet pas d'établir, malgré l'ancienneté réelle de la radio, une telle affirmation.

3. 4 Financement :

Pour Radio Bonheur :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur)

depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet ; alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat. Ce contexte particulièrement favorable à Radio Bonheur assure une marge de sécurité de financement confortable et surtout particulièrement fiable : Le GIE Les IndésRadios assure à lui seul le financement du projet. Le GIE Les IndésRadios est fiable : crée en 1992 il est unique en France et s'est assuré les services de TF1 Publicités dont les recettes progressent constamment malgré la situation économique actuelle défavorable. Enfin l'audience globale de Radio Bonheur, dont dépend le montant des ressources de Radio Bonheur demeure stable, à périmètre constant, sur les 3 dernières années (68 900 auditeurs quotidiens en 2009, 74 000 en 2010 et 71 000 en 2011). Enfin la diversité des ressources de Radio Bonheur est également un gage de sérénité.

Pour Radio Kreiz Breizh :

Radio Kreiz Breizh vit exclusivement de subventions allouées notamment par le Fonds de Soutien à L'expression Radiophonique et les collectivités locales : Conseil Régional de Bretagne et Conseil Général des Côtes d'Armor et du Finistère.

Or, notamment depuis la crise de 2008 et la crise actuelle lié à la dette des Etats dont l'Etat Français, l'incertitude est de plus en plus pesante sur la réalité future de ces subventions, du moins à leur niveau actuelle.

Le budget de Radio Kreiz Breizh (environ 300 000 €) est beaucoup plus faible que celui de Radio Bonheur (environ 1 000 000 €).

Ce faible budget de Radio Kriez Breizh risque rapidement de provoquer la mise en liquidation judiciaire de l'association en cas de baisse, même non significative, des subventions dont, il est bon de la rappeler, Radio Kreiz Breizh est entièrement tributaire.

Le financement de Radio Bonheur et par voie de conséquence les perspectives d'exploitation de la fréquence de Carhaix par Radio Bonheur est bien plus sécurisé que la perspective hypothétique du maintien des subventions pour les prochaines années au profit de Radio Kreiz Breizh.

3.5 Les autres critères

Pour les critères suivants : Diversité des opérateurs, position dominante, participation dans des régies et la presse, indépendance de l'information, réalisation de programme local et diversité du programme, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Diversité des opérateurs :

Radio Bonheur (cat. B) et Radio Kreiz Breizh (cat. A) présentent toutes les deux des programmes locaux et indépendants. Le nombre restreint d'opérateur à Carhaix et l'absence total d'audience de l'unique catégorie B présente à Carhaix (Radio Canal Centre) ne permet pas de départager sur ce critère les deux candidats.

Position dominante, participation dans des régies commerciales et la presse :
Critères non concerné pour Radio Bonheur et Radio Kreiz Breizh.

Indépendance de l'information, réalisation de programme local :

Radio Kreiz Breizh et Radio Bonheur sont deux radios locales indépendantes : Elles réalisent entièrement la quasi-totalité de leur programme local et emploient pour leur rédaction respective des journalistes neutres et impartiaux. Les deux radios sont donc au même niveau pour ces deux critères.

Diversité musicale :

Radio Bonheur avec son format seniors basé sur la chanson française, des artistes méconnus et l'accordéon propose, comme Radio Kreiz Breizh avec notamment ses émissions et titres musicaux interprétés en Bretons une diversité musicale certaine. Les deux radios sont, sur ce critère, tout à fait comparable.

3.6 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Carhaix (comparatif Radio Bonheur / Radio Kreiz Breizh)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Radio Kreiz Breizh et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,
Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,
Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	Radio Kreiz Breizh	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	=	=
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	-	+
Financement	-	+
Participation dans des régies publicitaires et presse	=	=
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	=	=
Diversité musicale	=	=

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 6 sont à égalité et 4 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur de Radio Kreiz Breizh. Rien ne justifierait donc la sélection de Radio Kreiz Breizh face à celle de Radio Bonheur.

4. Pour la zone de Quimper (29)

Une seule et unique fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est RFM.

Sont déjà autorisées dans la zone de Quimper, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de QUIMPER et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
<ul style="list-style-type: none">• Radio Kerne• RCF Rivages	<ul style="list-style-type: none">• Hit West• Radiocéan	<ul style="list-style-type: none">• Chérie FM• Virgin Radio	<ul style="list-style-type: none">• Skyrock• MFM Radio• NRJ• Radio Classique• RTL2• Nostalgie• Fun Radio	<ul style="list-style-type: none">• RMC• RTL• Europe 1
Service public : France Bleu Breizh Izel , France Inter, France Culture, France Musique, France Info				

4.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie MédiaLocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Brieuc Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, RFM implanté dans le Finistère (à Brest, Quimper), réalise une audience cumulée départementale de **3,3%** et de **5%** à Brest et **2,7%** à Quimper. Dans les Côtes d'Armor RFM possède un émetteur à Lamballe et Lannion et réalise une audience départementale de **3,1%**.

La comparaison est d'autant plus intéressante pour la ville de Quimper concernée par le présent appel, et la ville de St Brieuc. En effet ces deux villes sont comparables par leur taille :

Dans la première (Quimper) RFM possède un émetteur et réalise une audience de **2,7%**

Dans la seconde (St Brieuc) Radio Bonheur possède un émetteur et réalise une audience de **11%**.

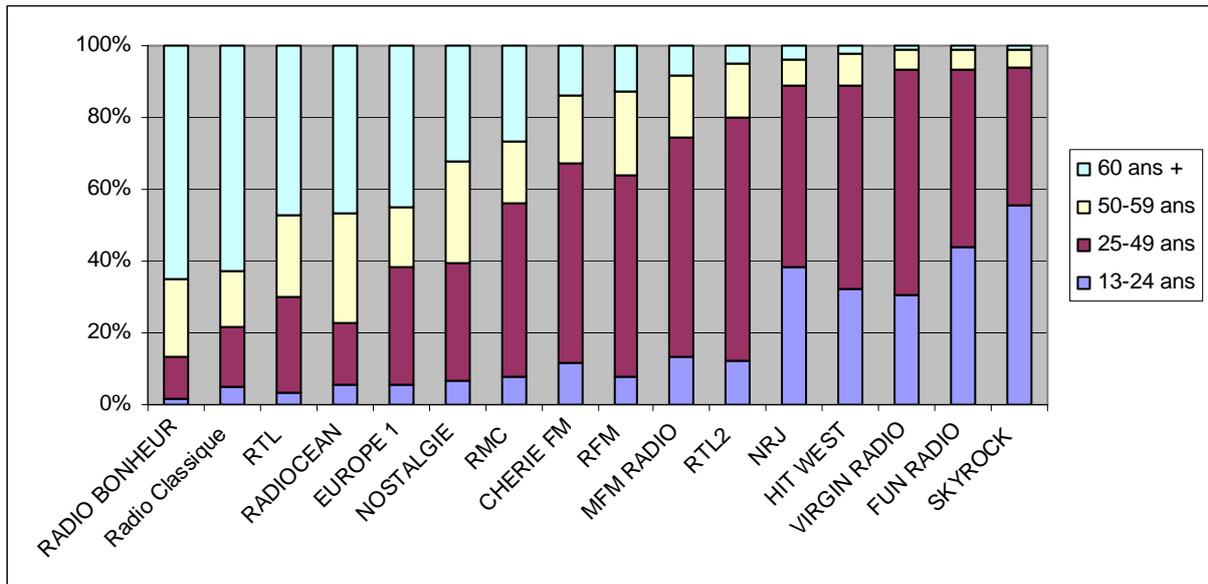
Ainsi et pour des zones comparables, RFM réalise des audiences très nettement inférieures à celles de Radio Bonheur. L'intérêt supposé pour la zone de Quimper est donc moindre pour RFM que pour Radio Bonheur.

4.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

RFM est une radio ciblant un public adulte. Ce public est déjà ciblé par de nombreuses autres radios déjà présentes à Quimper :

Chérie FM, MFM Radio, RTL2, et RMC.

Composition des audiences des radios présentes à Quimper en comparaison avec Radio Bonheur :



- Les audiences trop faibles dans le Finistère des radios associatives Radio Kerne (0,9%) et RCF Rivages (0,4%) ne permettent pas à l'étude Médiamétrie Médialocales de déterminer la structure d'audience de ces radios par tranche d'âge. Selon les conventions liant ces radios au CSA, aucune de ces radios ne ciblent prioritairement les seniors.

- 5 radios ciblent des jeunes : Skyrock, Fun Radio, Virgin Radio, Hit West et NRJ

- 5 radios ciblent les adultes RTL2, MFM Radio, RFM, Chérie FM et RMC

- 4 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie, Radiocéan, RTL et Europe 1. Ces 3 dernières ciblent majoritairement les adultes et adultes mûrs (entre 53 et 55 %) et minoritairement les plus de 60 ans (entre 45 et 47 %).

- 1 radio cible les seniors : Radio Classique.

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, une seule radio privée (Radio Classique) réalisant une audience significative dans la zone de Quimper cible les seniors. Cette unique radio ciblant les seniors est par ailleurs, et systématiquement en Bretagne et Loire Atlantique, la seule radio privée autorisée ciblant cette tranche d'âge.

Radio Bonheur permet par sa candidature à Quimper d'apporter un programme différent de Radio Classique mais surtout destiné aux seniors, catégorie en tranche d'âge particulièrement sous représentée à Quimper. RFM dont l'autorisation s'achève, propose un format ciblant essentiellement les adultes, catégorie en tranche d'âge surreprésenté à Quimper.

4.3 Le principe de diversité des opérateurs

Dans la zone de Quimper, une seule fréquence est disponible : celle de RFM (catégorie D) qui arrive à échéance.

16 radios privées sont présentes hors RFM :

- 2 en catégorie A, catégorie associative (Radio Kerne et RCF Rivages)
- 2 en catégorie B, catégorie commerciale locale ou régionale indépendante (Radiocéan et Hit West)
- 2 en catégorie C, catégorie commerciale nationale avec décrochages locaux (Chérie FM et Virgin Radio)
- 7 en catégorie D, catégorie commerciale nationale (Skyrock, MFM Radio, NRJ, Radio Classique, RTL2, Nostalgie et Fun Radio)
- 3 en catégorie E, catégorie des radios généralistes (Europe 1, RMC et RTL)

Radio Bonheur est une radio indépendante de catégorie B, catégorie la moins représentée (2 radios). Or RFM fait partie de la catégorie D déjà nettement la plus représentée (7 radios).

Enfin, alors que Radio Bonheur est une radio indépendante ne faisant partie d'aucun groupe et est totalement absente de la zone de Quimper, ce n'est pas le cas de RFM :

RFM fait partie du groupe Lagardère détenant déjà plusieurs radios dans zone de Quimper : Virgin Radio et Europe 1. De plus le groupe Lagardère est également indirectement actionnaire d'Hit West, radio également présente dans la zone de Quimper.

En sélectionnant à nouveau RFM dans la zone de Quimper et en confirmant sa volonté de déséquilibre en faveur de l'unique catégorie D, déjà trop nettement présente, et en concentrant la présence du groupe Lagardère, le CSA commettrait un excès de pouvoir.

4.4 La contribution à la production de programmes réalisés localement.

RFM, radio de catégorie D ne réalise aucun programme local. Inversement, Radio Bonheur réalise plus de 20 h par jour de programme local.

4.5 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des oeuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

RFM diffuse majoritairement des titres communs avec notamment Chérie FM, MFM Radio et RTL2. Ces 5 radios au cœur de cible identique (les adultes) diffusent des titres commerciaux basés sur les succès des années 80 à nos jours souvent identiques et sans originalité.

A l'inverse, avec son format sénior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. De nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy sont diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau RFM au programme musical déjà commun à plusieurs autres radios, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié

et inconnu dans le paysage audiovisuel de Quimper, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

4.6 Participation dans les régies commerciales et la presse :

Radio Bonheur ne possède aucune participation dans les régies et la presse de la zone. Par contre RFM, du groupe Lagardère est actionnaire de la régie commerciale Europe Régies Ouest : Virgin Radio est commercialisée par cette régie en local dans la zone. Enfin, le groupe Lagardère propriétaire de RFM possède des intérêts croisés avec la radio Hit West présente dans la zone et le journal Ouest France également présent dans la zone.

4.7 Les autres critères

Pour les critères suivants : Position dominante, expérience, financement, participation dans des régies et la presse, indépendance de l'information, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Position dominante :

Radio Bonheur est absente de la zone et ne possède aucun lien avec aucune radio ou média dans la zone.

Expérience et Financement :

L'expérience et le financement de RFM et Radio Bonheur sont des points sans soucis pour les deux radios.

Indépendance de l'information :

La rédaction de Radio Bonheur est indépendante et n'est soumise à aucune pression ou intérêt par quiconque. En l'absence, pour le moment, d'élément probant permettant de mettre en doute qu'une situation comparable ne soit pas de mise à RFM et dans la mesure également où Radio Bonheur et RFM sont deux radios musicales (l'information politique et générale n'est pas substantielle) ; il est raisonnable de ne pas départager les deux radios sur ce critère.

4.8 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Quimper (comparatif Radio Bonheur / RFM)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, RFM et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,

Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,

Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	Radio Kreiz Breizh	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	-	+
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	=	=
Financement	=	=
Participation dans des régies publicitaires et presse	-	+
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	-	+
Diversité musicale	-	+

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 4 sont à égalité et 6 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur de RFM. Rien ne justifierait donc la sélection de RFM face à celle de Radio Bonheur.

5. Pour la zone de Fougères (35)

Une seule et unique fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est Radio Caroline.

Sont déjà autorisées dans la zone de Fougères, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de FOUGERES et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
• RCF Alpha			• RFM • Skyrock • NRJ	• RTL • Europe 1
Service public : France Bleu Breizh Izel , France Inter, France Culture, France Musique				

5.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie Médialocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Briec Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, Radio Caroline omniprésente dans le département de l'Ille et Vilaine avec 5 émetteurs (Rennes, St Malo, Redon, Fougères et Paimpont), réalise une audience cumulée départementale de **1,1%** et de **0,8%** à Rennes.

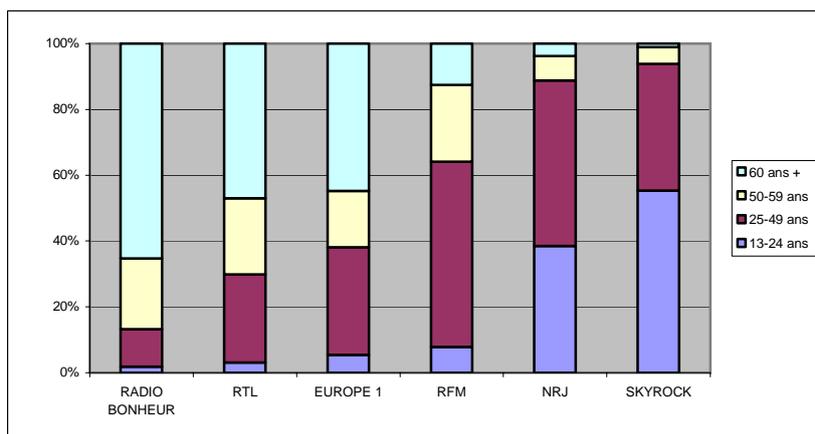
Radio Caroline réalise des audiences particulièrement faibles et très nettement inférieures à celles de Radio Bonheur. Cela malgré l'ancienneté de Radio Caroline qui émet depuis 30 années et malgré la couverture inégale (5 émetteurs) par aucune autre radio privée dans le département de l'Ille et Vilaine. L'intérêt supposé pour la zone de Fougères est donc très fortement moindre pour Radio Caroline que pour Radio Bonheur.

5.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

Radio Caroline est une radio ciblant un public adulte. Ce public est déjà ciblé par une autre radio déjà présente à Fougères :

RFM

Composition des audiences des radios présentes à Fougères en comparaison avec Radio Bonheur :



- Les audiences trop faible dans l'Ille et Vilaine de la radio associative RCF Alpha (0,5%) et de la radio commerciale Radio Caroline (1,1%) ne permettent pas à l'étude Médiamétrie Médialocales de déterminer la structure d'audience de ces radios par tranche d'âge. Selon les conventions liant ces radios au CSA, aucune de ces radios ne cible prioritairement les seniors.

- 2 radios ciblent des jeunes : Skyrock et NRJ

- 2 radios ciblent les adultes : RFM et Radio Caroline

- 2 radios ciblent les adultes et adultes mûrs : RTL et Europe 1 ciblent majoritairement les adultes et adultes mûrs (entre 53 et 55 %) et minoritairement les plus de 60 ans (entre 45 et 47 %).

- Aucune radio ne cible les seniors

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, aucune radio privée réalisant une audience significative dans la zone de Fougères ne cible les seniors. Radio Bonheur permet par sa candidature à Fougères d'apporter un programme différent réellement destiné aux seniors alors que Radio Caroline propose un format et une cible identique à RFM.

5.3 Expérience du candidat :

Depuis 2000 Radio Bonheur a acquis une expérience indéniable dans son domaine (les seniors) confirmée par une audience exceptionnelle (71 000 auditeurs quotidiens en 2011). Le chiffre d'affaires est en progression constante, pour 2011 ce chiffre d'affaires a dépassé le million d'Euros. Depuis sa création Radio Bonheur a chaque année généré un bénéfice compris entre 80 000 et 150 000 €.

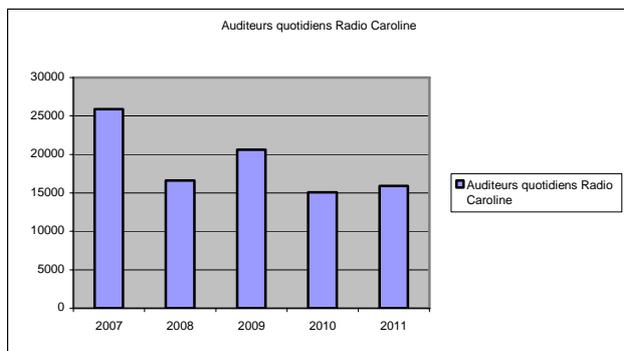
Radio Bonheur emploie, uniquement pour réaliser ses programmes (la publicité est gérée par une régie externe), 7 salariés à temps complets + deux journalistes pigistes ainsi que sporadiquement plusieurs salariés pour des remplacements ou des missions. L'activité est en hausse permanente bien qu'à périmètre constant depuis 2007 puisque Radio Bonheur est plafonnée à seulement 3 émetteurs (sans aucune grande ville) depuis cette date.

Paradoxalement, Radio Caroline, dont l'activité et le chiffre d'affaires stagne depuis des années, obtient régulièrement de nouvelles fréquences. A ce jour Radio Caroline possède 8 émetteurs dont une grande ville (Rennes) : St Malo, Fougères, Rennes,

Redon, Paimpont, Merdrignac, Pontivy, Vannes.

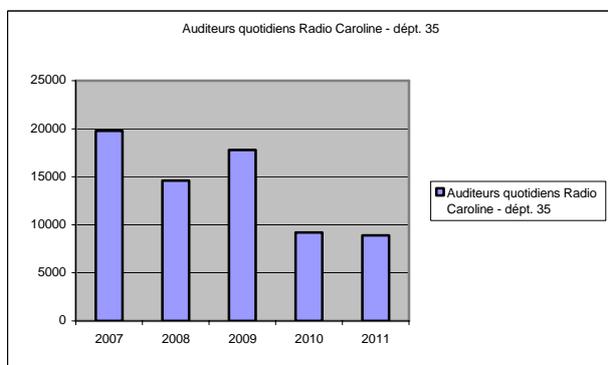
Malgré les nouveaux émetteurs, la radio commerciale Radio Caroline ne développe en rien son audience. Ainsi par exemple, malgré l'obtention de deux nouvelles fréquences en 2009 à Pontivy et Vannes l'audience globale de Radio Caroline demeure, proportionnellement à son bassin d'audience (supérieur à 1,4 million d'auditeurs) , particulièrement faible :

Audience globale de Radio Caroline (Ille et Vilaine + Morbihan + Côtes d'Armor) :



Proportionnellement à sa zone de couverture, avec 15 900 auditeurs quotidiens l'audience de Radio Caroline en 2011 avoisine les 1%. L'audience, pourtant basse, ne progresse pas malgré les nouveaux émetteurs : la tendance sur les 5 dernières années est à la baisse.

Pour le seul département de l'Ille et Vilaine où se situe la zone de Fougères, l'audience de Radio Caroline est toute aussi inquiétante :

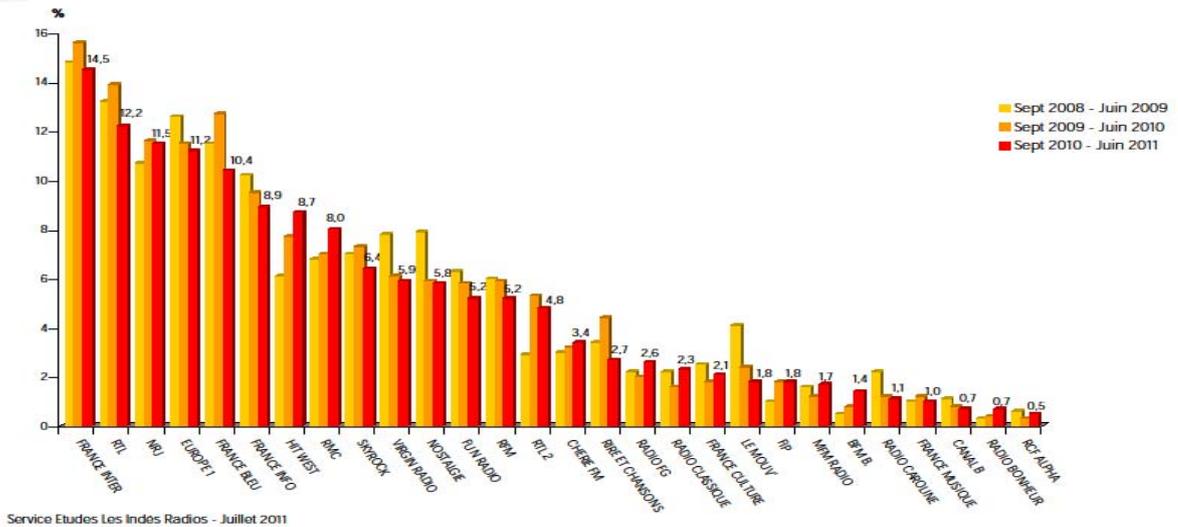


En Ille et Vilaine, malgré ses 5 émetteurs (dont 1 à Rennes), avec 8 900 auditeurs quotidiens, l'audience de Radio Caroline représente seulement 1,1%. Dans ce département, aucune autre privée ne possède pourtant une telle couverture exceptionnelle avec 5 émetteurs : St Malo, Rennes, Fougères, Redon et Paimpont.

Les deux graphiques plus haut, mettent en évidence, malgré l'arrivé de deux nouveaux émetteurs en 2009, l'incapacité de Radio Caroline à développer son audience.



Audience Cumulée des stations en Ile et Vilaine
(Médialocales Médiamétrie - AC en pénétration, Lundi Vendredi 5h-24h Cible 13+, stations >= 0,5%)



Service Etudes Les Indés Radios - Juillet 2011

Ainsi, malgré un nombre sans cesse croissant d'émetteurs, Radio Caroline reste une radio commerciale marginale, peu ou pas écoutée.

Pour l'anecdote, Radio Bonheur absente en FM du département de l'Ille et Vilaine (aucun émetteur) risque d'être bientôt plus écoutée en Ille et Vilaine que la radio privée la plus présente en terme de couverture FM (5 émetteurs).

Il résulte pour Radio Caroline de cette très faible audience, un chiffre d'affaires lui aussi très faible pour une radio commerciale. La publicité réalisée localement est faible ou inexistante (Radio Caroline ne vend par exemple aucun espace publicitaire à Rennes).

Enfin dans un contexte de rareté des fréquences FM, il est possible de penser qu'une exploitation bien plus florissante de l'incroyable bassin de population (1,4 millions de personnes couvertes) mis à disposition par le CSA soit possible par un autre opérateur commercial. Cela d'autant que Radio Caroline existe depuis maintenant 30 années.

Dans ces conditions, et dans la mesure où Radio Caroline est une radio commerciale dont le développement de l'audience représente la base économique pour l'entreprise radio, il est permis de douter de la compétence réelle de ses dirigeants et de leur expérience réelle. Il s'agit ici de ne pas confondre ancienneté et expérience.

5.4 Financement du candidat

Si les finances de Radio Bonheur sont florissantes et redondantes, tel n'est pas le cas pour Radio Caroline. Le manque flagrant d'expérience pour permettre le développement de Radio Caroline malgré un nombre croissant d'émetteurs démontre ne fait que fragiliser financièrement cette radio : Les charges d'exploitations augmentent (avec le nombre d'émetteurs), alors que l'audience reste faible ou baisse. L'équilibre fragile de Radio Caroline n'est en aucune manière comparable à l'excellente santé financière de Radio Bonheur démontrée dans le présent dossier.

5.5 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des oeuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

Radio Caroline diffuse majoritairement des titres communs avec RFM. Radio Caroline et RFM au cœur de cible identique (les adultes) diffusent des titres commerciaux basés sur les succès des années 80 à nos jours souvent identiques et sans originalité.

A l'inverse, avec son format sénior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. De nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy sont diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau Radio Caroline au programme musical déjà commun RFM, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié et inconnu dans le paysage audiovisuel de Fougères, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

5.6 Les autres critères

Pour les critères suivants : Diversification des opérateurs, position dominante, participation dans des régies et la presse, indépendance de l'information, et programme local, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Participation dans la presse et les régies commerciales, diversification des opérateurs et position dominante :

Radio Bonheur est absente de la zone et ne possède aucun lien avec aucune radio ou média dans la zone. Radio Caroline, de catégorie B (radio commerciale et indépendante) possède les mêmes caractéristiques.

Indépendance de l'information et programme local :

Radio Caroline et Radio Bonheur sont deux radios locales indépendantes : Elles réalisent entièrement la quasi-totalité de leur programme local et emploient pour leur rédaction respective des journalistes neutres et impartiaux. Les deux radios sont donc au même niveau pour ces deux critères.

5.7 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Quimper (comparatif Radio Bonheur / Radio Caroline)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Radio Caroline et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,
Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,
Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	Radio Caroline	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	=	=
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	-	+
Financement	-	+
Participation dans des régies publicitaires et presse	=	=
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	=	=
Diversité musicale	-	+

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 5 sont à égalité et 5 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur de Radio Caroline. Rien ne justifierait donc la sélection de Radio Caroline face à celle de Radio Bonheur.

6. Pour la zone de Nantes (44)

Une seule et unique fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est NRJ.

Sont déjà autorisées dans la zone de Nantes, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de NANTES et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
<ul style="list-style-type: none">• Jet FM• Prun'• Sun• Alternantes FM• Euradionantes• Fidélité	<ul style="list-style-type: none">• Alouette• Radio Côtes d'Amour• Hit West	<ul style="list-style-type: none">• Fun Radio• Chérie FM• NRJ• RTL 2• Virgin Radio	<ul style="list-style-type: none">• Radio Nova• Rires et chansons• MFM Radio• RFM• Nostalgie• Skyrock• Radio Classique• BFM• Radio Orient	<ul style="list-style-type: none">• RTL• Europe 1• RMC
Service public : France Bleu Loire Océan, France Inter, France Culture, France Musique, Le Mouv', FIP, France Info				

6.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie MédiaLocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Briec Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, NRJ réalise une audience cumulée dans les Côtes d'Armor de **10,3%**, et à St Briec de **8,8%**. Dans le département de la Loire Atlantique, NRJ réalise une audience cumulée départementale de **7,9%** et de **7,8%** à Nantes.

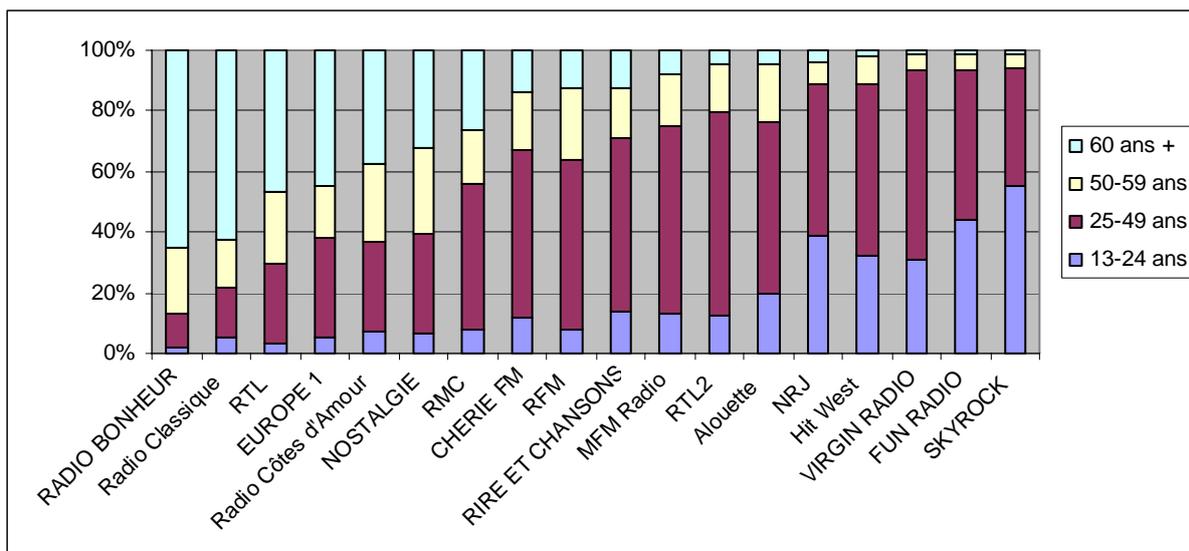
L'intérêt supposé pour la zone de Nantes est donc moindre pour NRJ que pour Radio Bonheur.

6.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

NRJ est une radio ciblant un public jeune ou jeune adulte. Ce public est déjà ciblé par 4 autres radios déjà présentes dans la zone de Nantes :

- Hit West
- Skyrock
- Virgin Radio
- Fun Radio

Composition des audiences des radios présentes à Nantes en comparaison avec Radio Bonheur :



- Les radios suivantes réalisent une audience non significative (à Nantes) pour permettre une étude sur la structure de leur audience : Jet FM (0,0%), Radio Orient, Euradionantes et Alternantes (0,2%) Prun' (0,6%), Fidélité (1,2%), Sun (1,3%) BFM (2%) et Radio Nova (3,8%). Selon les conventions liant ces radios au CSA, aucune de ces radios ne ciblent prioritairement les seniors.

- 5 radios ciblent les jeunes et adultes : Hit West, NRJ, Virgin Radio, Skyrock et NRJ.

- 7 radios ciblent les adultes : Chérie FM, RTL2, RFM, MFM, Rires et Chansons, Alouette et RMC.

- 4 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie et Radio Côtes d'Amour ; RTL et Europe 1 ciblent majoritairement et les adultes et adultes mûrs et minoritairement les plus de 60 ans.

- 1 radio cible les seniors : Radio Classique.

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, une seule radio privée (Radio Classique) réalisant une audience significative dans la zone de Nantes cible les seniors. Cette unique radio ciblant les seniors est par ailleurs, et systématiquement en Bretagne et Loire Atlantique, la seule radio privée autorisée ciblant cette tranche d'âge.

Radio Bonheur permet par sa candidature à Nantes d'apporter un programme différent de Radio Classique mais surtout destiné aux seniors, catégorie en tranche d'âge particulièrement sous représentée à Nantes. NRJ dont l'autorisation s'achève, propose un format ciblant essentiellement les jeunes adultes, catégorie en tranche d'âge surreprésentée à Nantes par Hit West, Skyrock, Virgin Radio et Fun Radio.

6.3 La contribution à la production de programmes réalisés localement.

A Nantes, NRJ de catégorie C, produit environ 5 h de programme réalisé localement en semaine et rien le samedi, le dimanche et les jours fériés.

Radio Bonheur s'est engagée à réaliser tous les jours plus de 20 heures par jour de programme d'intérêt local et/ou spécifique à la zone de Nantes y compris le samedi,

le dimanche et les jours fériés (20h14 à 20h16 selon les jours de la semaine).

En sélectionnant NRJ au programme local restreint en écartant Radio Bonheur qui propose un programme local fort, le CSA ne prendrait pas en compte la contribution de ce dernier à la production de programmes réalisés localement. Ce qui serait constitutif d'un excès de pouvoir.

6.4 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des oeuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

NRJ diffuse majoritairement des titres communs avec notamment Hit West, Fun Radio, et Virgin Radio. Ces 4 radios au cœur de cible identique (les jeunes adultes) diffusent des titres commerciaux basés sur les succès dansants du moment, souvent identiques et sans originalité.

A l'inverse, avec son format sénior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. De nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy sont diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau NRJ au programme musical déjà commun à plusieurs autres radios, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié et inconnu dans le paysage audiovisuel nantais, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

6.5 Le principe de nécessité d'éviter les abus de position dominante ainsi que les pratiques entravant le libre exercice de la concurrence, et la diversité des opérateurs

Le groupe NRJ est actuellement en position dominante sur la zone de Nantes avec la présence des 4 radios du groupe NRJ : NRJ, Nostalgie, Chérie FM et Rires et Chansons.

Par comparaison, les 2 autres grands groupes ne possèdent que 3 radios sur Nantes : Le groupe Lagardère est présent avec 3 radios (Europe 1, RFM et Virgin Radio), comme le groupe RTL (RTL, RTL2 et Fun Radio)

Alors que de nombreux opérateurs candidats sont absents dans la zone (comme Radio Bonheur), le groupe NRJ concentre à lui seul 4 des 20 radios commerciales, soit davantage que n'importe quel autre groupe ou opérateur.

Le déséquilibre en faveur du groupe NRJ en maintenant l'autorisation à la radio NRJ à Brest conforterait une concentration des opérateurs et constituerait un excès de pouvoir et conforterait également de fait une position dominante face aux autres opérateurs dans la zone Brest et par voie de conséquence une entrave caractérisée au libre exercice de la concurrence.

6.5.bis diversité des opérateurs

A Nantes les différentes catégories sont ainsi représentées avant l'appel :

6 radios de catégorie A (associatives) : Jet FM, Prun', Sun, Alternantes FM, Euradionantes, Fidélité.

3 radios de catégorie B (locales ou régionales commerciales) : Alouette, Radio Côtes d'Amour, Hit West.

5 radios de catégorie C (nationales commerciales avec décrochages) : Fun Radio, Chérie FM, RTL2, Virgin Radio et NRJ (dont l'autorisation s'achève)

9 radios de catégorie D (nationales commerciales) : Radio Nova, Rires et Chansons, MFM Radio, RFM, Nostalgie, Skyrock, Radio Classique, BFM et Radio Orient.

3 radios de catégorie E (nationales généralistes – ex périphériques) : RTL, Europe 1 et RMC.

NRJ, dont l'autorisation s'achève à Nantes, est une radio de catégorie C (radio nationale avec décrochage local).

Radio Bonheur qui candidate pour Nantes est une radio de catégorie B, catégorie la moins représentée à Nantes, comme dans toutes les grandes villes bretonnes : à Rennes et à Brest, la catégorie B est également sous représentée.

En sélectionnant à nouveau NRJ dans la zone de Nantes et en confirmant sa volonté de sous représentation de la catégorie B dans une grande ville, et en concentrant la présence du groupe NRJ, le CSA commettrait un nouvel excès de pouvoir.

6.6 Participation dans des régies publicitaires et la presse :

Radio Bonheur est une radio totalement indépendante et ne possède aucun intérêt dans des médias radios ou presse ou régies commerciales dans la zone candidate. A l'inverse la régie publicitaire du groupe NRJ (Régie networks) est déjà présente au niveau local à Nantes avec Chérie FM pour la commercialisation d'espaces publicitaires.

6.7 Les autres critères

Pour les critères suivants : expérience du candidat, financement et indépendance de l'information, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Expérience du candidat :

Radio Bonheur a débuté ses activités en avril 2000. L'expérience acquise dans son domaine (les seniors) est particulièrement forte, couronnée de succès en terme d'audience et mérite d'être reconnu comme celle d'NRJ. Sur ce critère il n'existe pas de différence fondamentale.

Financement :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur) depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet, alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat.

NRJ est déjà présente dans la zone concernée depuis au moins 1997, il est donc aussi permis de penser que le financement de la zone est déjà assuré. Sur ce critère du financement Radio Bonheur et NRJ présentent donc des garanties fortes et comparables.

Indépendance de l'information :

La rédaction de Radio Bonheur est indépendante et n'est soumise à aucune pression ou intérêt par quiconque. En l'absence, pour le moment, d'élément probant permettant de mettre en doute qu'une situation comparable ne soit pas de mise à NRJ et dans la mesure également où Radio Bonheur et NRJ sont deux radios musicales (l'information politique et générale n'est pas substantielle) ; il est raisonnable de ne pas départager les deux radios sur ce critère.

6.8 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Brest (comparatif Radio Bonheur / NRJ)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Hit West et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,
 Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,
 Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	NRJ	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	-	+
Position dominante (libre concurrence)	-	+
Expérience du candidat	=	=
Financement	=	=
Participation dans des régies publicitaires et presse	-	+
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	-	+
Diversité musicale	-	+

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 3 sont à égalité et 7 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur d'NRJ. Rien ne justifierait donc la sélection d'NRJ face à celle de Radio Bonheur.

7. Pour la zone de St Nazaire (44)

Deux fréquences sont proposées dans le présent appel. Les deux radios concernées par les autorisations qui s'achèvent sont NRJ et Fun Radio.

Sont déjà autorisées dans la zone de St Nazaire, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de ST NAZAIRE et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
<ul style="list-style-type: none">• Alternantes FM• La Tribu	<ul style="list-style-type: none">• Radio Côtes d'Amour• Hit West• Kernews• Alouette	<ul style="list-style-type: none">• Virgin Radio	<ul style="list-style-type: none">• MFM Radio• RFM• Nostalgie• Skyrock	<ul style="list-style-type: none">• RTL• Europe 1• RMC
Service public : France Bleu Loire Océan, France Inter, France Culture, France Musique, France Info, Fip				

7.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie Médialocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Briec Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, NRJ réalise une audience cumulée dans les Côtes d'Armor de **10,3%**, et à St Briec de **8,8%**. Fun Radio, dans les Côtes d'Armor, réalise une audience de **8%** et de **8,1%** à St Briec.

Dans le département de la Loire Atlantique, NRJ réalise une audience cumulée départementale de **7,9%** et de **7,0%** à St Nazaire. Fun Radio réalise dans la Loire Atlantique une audience de **8%** et de **7,2%** à St Nazaire.

NRJ et Fun radio obtenant des audiences moindre, l'intérêt supposé pour la zone de St Nazaire est donc moindre pour NRJ et Fun Radio que pour Radio Bonheur.

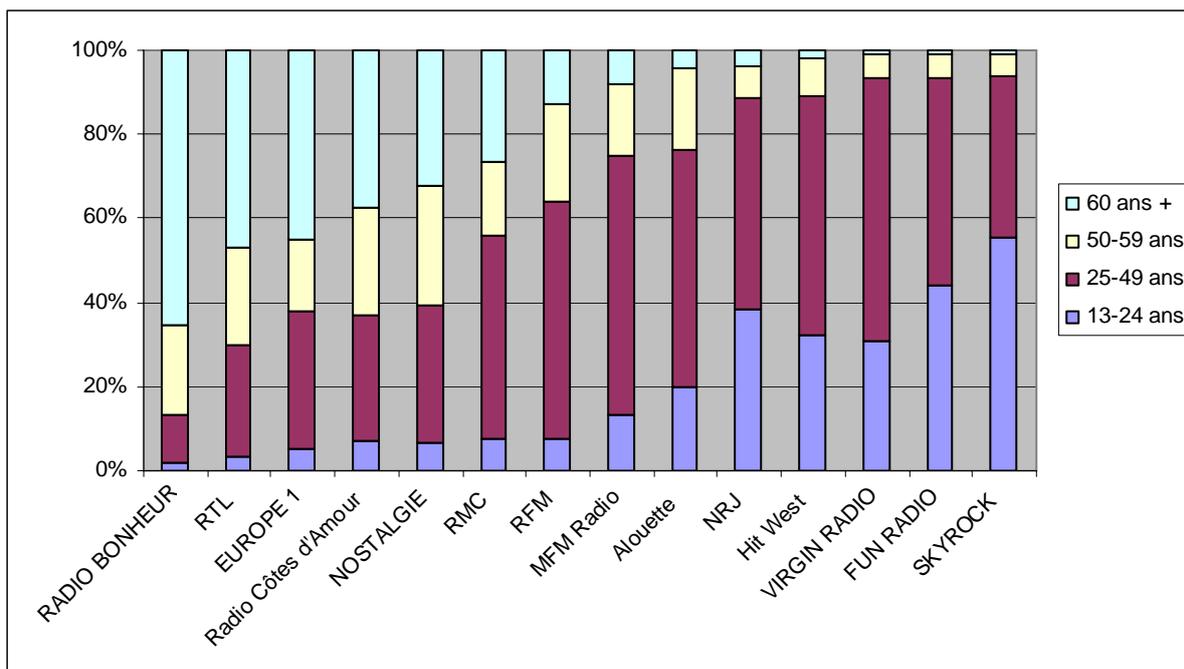
7.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

NRJ et Fun Radio sont des radios ciblant un public jeune ou jeune adulte. Ce public est déjà ciblé par 3 autres radios déjà présentes dans la zone de St Nazaire :

- Hit West
- Skyrock
- Virgin Radio

Or aucune radio privée réalisant une audience significative dans la zone de Nantes ne cible les seniors.

Composition des audiences des radios présentes à St Nazaire en comparaison avec Radio Bonheur :



- Les radios suivantes réalisent une audience non significative (à St Nazaire) pour permettre une étude sur la structure de leur audience : Alternantes (0,0%), La Tribu (0,3%) et Kernews (0,9%). En l'occurrence, les conventions signées par ces 3 radios avec le CSA permettent d'établir qu'aucune de ces 3 radios ne ciblent un public senior.

- 5 radios ciblent les jeunes et adultes : Hit West, NRJ, Virgin Radio, Skyrock et Fun Radio.

- 4 radios ciblent les adultes : RFM, MFM, Alouette et RMC

- 4 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie et Radio Côtes d'Amour ; RTL et Europe 1 ciblent majoritairement et les adultes et adultes mûrs et minoritairement les plus de 60 ans.

- Aucune radio ne cible les seniors

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, aucune radio privée réalisant une audience significative dans la zone de St Nazaire ne cible les seniors. Radio Bonheur permet par sa candidature à St Nazaire d'apporter un programme différent réellement destiné aux seniors alors que NRJ et Fun Radio dont les autorisations s'achèvent proposent un format et une cible identique à 3 autres radio déjà autorisées à St Nazaire : Hit West, Virgin Radio, Skyrock.

7.3 La contribution à la production de programmes réalisés localement.

A St Nazaire, NRJ et Fun Radio de catégorie C, produisent environ 5 h de programme réalisé localement en semaine et rien le samedi, le dimanche et les jours fériés.

Radio Bonheur s'est engagée à réaliser tous les jours plus de 20 heures par jour de programme d'intérêt local et/ou spécifique à la zone de St Nazaire y compris le

samedi, le dimanche et les jours fériés (20h14 à 20h16 selon les jours de la semaine).

En sélectionnant NRJ et Fun Radio au programme local restreint en écartant Radio Bonheur qui propose un programme local fort, le CSA ne prendrait pas en compte la contribution de ce dernier à la production de programmes réalisés localement. Ce qui serait constitutif d'un excès de pouvoir.

7.4 Le principe de la diversité musicale au regard, notamment, de la variété des oeuvres, des interprètes, des nouveaux talents programmés et de leurs conditions de programmation.

NRJ et Fun Radio diffusent majoritairement des titres communs avec notamment Hit West, et Virgin Radio. Toutes ces radios au cœur de cible identique (les jeunes adultes) diffusent des titres commerciaux basés sur les succès dansants du moment, souvent identiques et sans originalité.

A l'inverse, avec son format sénior, Radio Bonheur diffuse en permanence des titres musicaux qu'aucune autre radio ne diffuse jamais. De nombreux titres inconnus des autres radios commerciales comme les titres avec les artistes Alain Morisod, Silvère Burlot, Dominique Moisan ou Roger Sy sont diffusés régulièrement chaque heure sur Radio Bonheur. Ces artistes ignorés de tous les autres médias forment notamment la base du programme musical de Radio Bonheur. Le détail du format senior de Radio Bonheur est plus amplement détaillé dans le présent dossier.

En sélectionnant à nouveau NRJ et Fun Radio au programme musical déjà commun à plusieurs autres radios, alors même que Radio Bonheur propose un programme original, varié et inconnu dans le paysage audiovisuel nantais, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité musical.

7.5 Diversité des opérateurs

Le groupe NRJ est déjà présent sur la zone de St Nazaire avec Nostalgie.

Le groupe RTL (dont fait partie Fun Radio) est déjà présent sur la zone de St Nazaire. Par contre Radio Bonheur est totalement absent de la zone.

En accordant à nouveau une autorisation à NRJ et Fun Radio, le CSA méconnaîtrait le principe de diversité des opérateurs.

7.6 Les autres critères

Pour les critères suivants : position dominante, expérience du candidat, financement, participation dans les régies commerciales et la presse, et indépendance de l'information, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Position dominante :

Radio Bonheur est actuellement absent de la zone de St Nazaire. Néanmoins les autorisations de NRJ et Fun Radio ne semblent pas non plus de nature à engendrer une position dominante dans la zone de St Nazaire susceptible d'entraver le libre exercice de la concurrence.

Expérience du candidat :

Radio Bonheur a débuté ses activités en avril 2000. L'expérience acquise dans son domaine (les seniors) est particulièrement forte, couronnée de succès en terme d'audience et mérite d'être reconnu comme celle d'NRJ et Fun radio. Sur ce critère il n'existe pas de différence fondamentale.

Financement :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur) depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet, alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat. NRJ et Fun Radio sont déjà présentes dans la zone concernée depuis au moins 1997, il est donc aussi permis de penser que le financement de la zone est déjà assuré pour ces radios.

Sur ce critère du financement Radio Bonheur, NRJ et Fun radio présentent donc des garanties fortes et comparables.

Participation dans des régies publicitaires et la presse :

Radio Bonheur est une radio totalement indépendante et ne possède aucun intérêt dans des médias radios ou presse ou régies commerciales dans la zone de St Nazaire

Il semble en être de même pour les radios NRJ et Fun Radio.

Indépendance de l'information :

La rédaction de Radio Bonheur est indépendante et n'est soumise à aucune pression ou intérêt par quiconque. En l'absence, pour le moment, d'élément probant permettant de mettre en doute qu'une situation comparable ne soit pas de mise à NRJ et Fun Radio et dans la mesure également où Radio Bonheur, NRJ et Fun Radio sont des radios musicales (l'information politique et générale n'est pas substantielle) ; il est raisonnable de ne pas départager ces radios sur ce critère.

7.7 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Brest (comparatif Radio Bonheur / NRJ)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Hit West et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,

Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,

Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	NRJ et Fun Radio	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	-	+
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	=	=
Financement	=	=
Participation dans des régies publicitaires et presse	=	=
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	-	+
Diversité musicale	-	+

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 5 sont à égalité et 5 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur d'NRJ et Fun Radio. Rien ne justifierait donc la sélection d'NRJ et Fun Radio face à celle de Radio Bonheur.

8. Pour la zone de Lorient (56)

Une seule fréquence est proposée dans le présent appel. La radio concernée par l'autorisation qui s'achève est Radio Bro Gwened.

Sont déjà autorisées dans la zone de Lorient, et ne sont pas concernées par l'appel aux candidatures les radios privées suivantes :

Radios autorisées dans la zone de LORIENT et non concernées par l'appel				
Catégorie A	Catégorie B	Catégorie C	Catégorie D	Catégorie E
<ul style="list-style-type: none">• RCF – Radio Ste Anne	<ul style="list-style-type: none">• Ouï FM• Hit West• Soleil FM	<ul style="list-style-type: none">• Virgin Radio	<ul style="list-style-type: none">• RFM• RTL2• NRJ• Fun Radio• MFM Radio• Nostalgie• Skyrock• Radio Classique• Rires et Chansons	<ul style="list-style-type: none">• RTL• Europe 1• RMC
Service public : France Bleu Breizh Izel, France Inter, France Culture, France Musique, France Info, Le Mouv'				

8.1 Le principe premier de loi de 1986 est l'intérêt de chaque projet pour le public

Le principal indicateur pour connaître l'intérêt du public est évidemment l'audience réalisée.

Radio Bonheur réalise dans sa zone de diffusion (le département des Côtes d'Armor) une audience cumulée de **11,7%** (Dernier Médiamétrie Médialocale sept 2010 à juin 2011). Dans la ville de St Briec Radio Bonheur réalise une audience cumulée de **11%**.

Par comparaison, Radio Bro Gwened est présente dans le département du Morbihan avec trois émetteurs dans les 3 villes les plus importantes du département : Lorient, Vannes et Pontivy. Radio Bro Gwened couvre ainsi la quasi-totalité du département du Morbihan. Dans ce département, Radio Bro Gwened réalise une audience cumulée quotidienne de **0,3%** et à Lorient une audience de **0,4%**.

Contrairement à l'audience de Radio Bonheur, l'audience Radio Bro Gwened est particulièrement faible.

L'intérêt supposé dans la zone Carhaix est donc fortement moindre pour Radio Bro Gwened que pour Radio Bonheur.

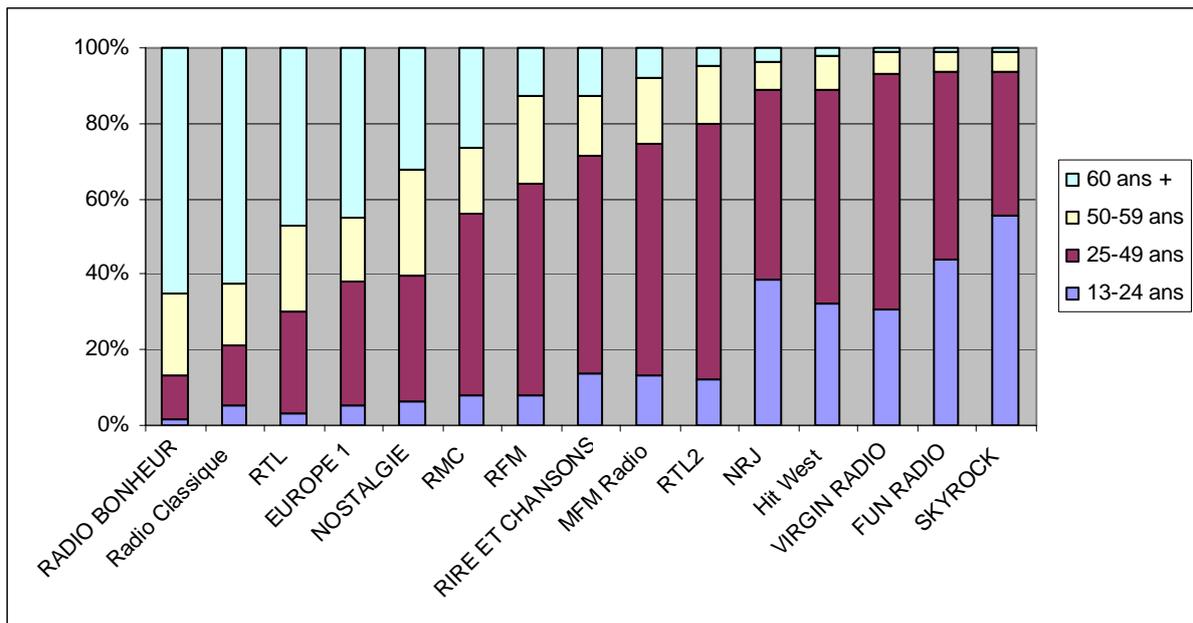
8.2 Le principe de sauvegarde du pluralisme des courants d'expression socioculturels

Radio Bro Gwened est une radio associative ciblant un public difficile à cerner. Malgré ses 3 émetteurs, l'audience constamment faible ou nulle des dernières études Médiamétrie Médialocales ne permet pas de déterminer la structure de l'audience de cette dernière par tranche d'âge. La convention liant Radio Bro Gwened avec le CSA permet de constater que le public visé prioritairement n'est pas

senior.

Radio Bro Gwened a pour particularité d'émettre des programmes variés en langue française et en langue bretonne. Sur le pluralisme, la question posée au CSA sera donc de savoir s'il vaut mieux émettre des programmes notamment en langue bretonne qui n'intéresse qu'extrêmement peu d'auditeurs dans la zone de Lorient ou si la population vieillissante de la zone de Lorient est plus en phase à accueillir un programme populaire destiné aux seniors. La pertinence d'un programme en langue bretonne n'est pas ici remise en cause, par contre sa réalisation par la Radio Bro Gwened permet de douter de l'efficacité d'un tel choix du CSA.

Composition des audiences des radios présentes à Lorient en comparaison avec Radio Bonheur :



Les radios suivantes réalisent une audience trop faible à Lorient pour pouvoir connaître leur structure par tranche d'âge : Oui FM (0,4%) RCF Radio Ste Anne (0,6%) et Soleil FM (3,2%). Selon les conventions liant ces radios au CSA, aucune de ces radios ne ciblent prioritairement les seniors.

- 5 radios ciblent les jeunes et adultes : Skyrock, Fun Radio, Virgin Radio, Hit West, et NRJ.
- 5 radios ciblent les adultes : RTL2, MFM Radio, Rires et Chansons, RFM et RMC.
- 3 radios ciblent les adultes et les adultes mûrs : Nostalgie ; Europe 1 et RTL ciblent majoritairement les adultes et adultes mûrs (53 à 55%) et minoritairement les plus de 60 ans (45 à 47%).
- 1 radio cible les seniors : Radio Classique.

Pour mémoire, l'audience de Radio Bonheur est fortement marquée par une adhésion des plus de 60 ans (seniors) qui représentent 65 %, et des adultes mûrs (50-59 ans) qui représentent 22%.

Comme il est ici démontré, une seule radio privée (Radio Classique) réalisant une audience significative dans la zone de Lorient cible les seniors. Cette unique radio ciblant les seniors est par ailleurs, et systématiquement en Bretagne et Loire

Atlantique, la seule radio privée autorisée ciblant cette tranche d'âge.

Radio Bonheur permet par sa candidature à Lorient d'apporter un programme différent de Radio Classique mais surtout destiné aux seniors, catégorie en tranche d'âge particulièrement sous représentée à Lorient. Radio Bro Gwened dont l'autorisation s'achève, propose un format ciblant essentiellement les adultes, catégorie en tranche d'âge surreprésentée à Lorient, notamment avec RTL2, MFM Radio, Rires et Chansons, RFM et RMC.

8.3 Expérience du candidat :

Depuis 2000 Radio Bonheur a acquis une expérience indéniable dans son domaine (les seniors) couronnée par une audience exceptionnelle. L'audience de Radio Bro Gwened de 0,3% dans le Morbihan et de 0,4% la zone de Lorient et dans un contexte de rareté de la ressource FM ne permet pas d'établir, malgré l'ancienneté réelle de la radio, une telle affirmation. Radio Bro Gwened n'a jamais réussi à trouver son public.

8.4 Financement :

Pour Radio Bonheur :

Les bénéficiaires permanents de la société Média Bonheur (enseigne Radio Bonheur) depuis sa création témoignent d'une gestion particulièrement saine. Les projets de financement joints au présent dossier permettent avec certitude d'assurer la pérennité du projet : les recettes de la publicité nationale générées par le GIE Les IndésRadios dont Radio Bonheur est membre depuis 2004, à elles seules permettent de financer le projet ; alors même que d'autres recettes comme la publicité locale et d'autres activités annexes (ventes de produits dérivés et CD, forfaits associations, petites annonces, concerts...) permettent au surplus de consolider le résultat. Ce contexte particulièrement favorable à Radio Bonheur assure une marge de sécurité de financement confortable et surtout particulièrement fiable : Le GIE Les IndésRadios assure à lui seul le financement du projet. Le GIE Les IndésRadios est fiable : créé en 1992 il est unique en France et s'est assuré les services de TF1 Publicités dont les recettes progressent constamment malgré la situation économique actuelle défavorable. Enfin l'audience globale de Radio Bonheur, dont dépend le montant des ressources de Radio Bonheur demeure stable, à périmètre constant, sur les 3 dernières années (68 900 auditeurs quotidiens en 2009, 74 000 en 2010 et 71 000 en 2011).

Enfin la diversité des ressources de Radio Bonheur est également un gage de sérénité.

Pour Radio Bro Gwened :

Radio Bro Gwened vit exclusivement de subventions allouées notamment par le Fonds de Soutien à L'expression Radiophonique et les collectivités locales : Conseil Régional de Bretagne et Conseil Général du Morbihan.

Or, notamment depuis la crise de 2008 et la crise actuelle liée à la dette des Etats dont l'Etat Français, l'incertitude est de plus en plus pesante sur la réalité future de ces subventions, du moins à leur niveau actuelle.

Le budget de Radio Bro Gwened (environ 300 000 €) est beaucoup plus faible que celui de Radio Bonheur (environ 1 000 000 €).

Ce faible budget de Radio Bro Gwened risque rapidement de provoquer la mise en liquidation judiciaire de l'association en cas de baisse, même non significative, des

subventions dont, il est bon de la rappeler, Radio Bro Gwened est entièrement tributaire.

Le financement de Radio Bonheur et par voie de conséquence les perspectives d'exploitation de la fréquence de Lorient par Radio Bonheur est bien plus sécurisé que la perspective hypothétique du maintien des subventions pour les prochaines années au profit de Radio Bro Gwened.

8.5 Les autres critères

Pour les critères suivants : Diversité des opérateurs, position dominante, participation dans des régies et la presse, indépendance de l'information, réalisation de programme local et diversité du programme, il n'existe en l'état aucun fondement majeur permettant de départager les candidats :

Diversité des opérateurs :

Radio Bonheur (cat. B) et Radio Bro Gwened (cat. A) présentent toutes les deux des programmes locaux et indépendants. Ces deux opérateurs apportent de la même manière une meilleure diversité des opérateurs à Lorient.

Position dominante, participation dans des régies commerciales et la presse :

Critères non concernés pour Radio Bonheur et Radio Bro Gwened

Indépendance de l'information, réalisation de programme local :

Radio Bro Gwened et Radio Bonheur sont deux radios locales indépendantes : Elles réalisent entièrement la quasi-totalité de leur programme local et emploient pour leur rédaction respective des journalistes neutres et impartiaux. Les deux radios sont donc au même niveau pour ces deux critères.

Diversité musicale :

Radio Bonheur avec son format seniors basé sur la chanson française, des artistes méconnus et l'accordéon propose, comme Radio Bro Gwened avec notamment ses émissions et titres musicaux interprétés en Bretons une diversité musicale certaine. Les deux radios sont, sur ce critère, tout à fait comparable.

8.6 Conclusion et synthèse des critères pour la zone de Carhaix (comparatif Radio Bonheur / Radio Kreiz Breizh)

Le tableau de synthèse indique par comparaison pour chacune des radios, Radio Bro Gwened et Radio Bonheur, lequel des critères est plus favorable à l'une ou l'autre des radios.

Le signe + signifie que le critère est davantage favorable à la radio concernée,

Le signe = signifie une égalité sur le critère entre les deux radios,

Le signe – signifie que le critère est défavorable à la radio concernée.

Critères de sélection	Radio Bro Gwened	Radio Bonheur
Intérêt pour le public	-	+
Sauvegarde du pluralisme	-	+
Diversité des opérateurs	=	=
Position dominante (libre concurrence)	=	=
Expérience du candidat	-	+
Financement	-	+
Participation dans des régies publicitaires et presse	=	=
Indépendance de l'information politique et générale	=	=
Réalisation du programme local	=	=
Diversité musicale	=	=

Au total, sur 10 des critères à prendre à compte 6 sont à égalité et 4 critères fondamentaux dont les principaux, apparaissent en faveur de Radio Bonheur. Aucun critère n'apparaît en faveur de Radio Bro Gwened. Rien ne justifierait donc la sélection de Radio Bro Gwened à Lorient face à celle de Radio Bonheur.

Conclusion

Pour éventuellement rejeter la candidature de Radio Bonheur au profit d'une des radios dont l'autorisation arrive à échéance, le ou les éventuels motifs de rejets devront être fondés

La candidature de Radio Bonheur, par le présent dossier, prime notamment sur toutes les radios actuellement autorisées dont les autorisations arrivent à échéance.

Le CSA ne peut pas fonder sa décision de sélection ou de rejet sur un seul et unique critère, à fortiori un critère comparable ou proche de Radio Bonheur, pour motiver sa sélection au mépris de tous les autres critères.

L'occultation de tous les autres critères par le CSA au profit d'un seul et unique critère constituerait un excès de pouvoir.

Pour éventuellement rejeter la candidature de Radio Bonheur sur une ou plusieurs zones, le CSA ne pourra pas s'appuyer sur un seul critère, pas plus qu'il ne pourra simplement fonder sa décision en affirmant sans le démontrer, qu'un ensemble ou à fortiori qu'un seul des critères seraient davantage favorable à une ou plusieurs autres radios. L'éventuel motif de rejet devra, au-delà de son incontestable fondement être suffisamment démontré et détaillé afin de démontrer que la CSA s'appuie bien sur l'ensemble des critères voulus par le législateur.