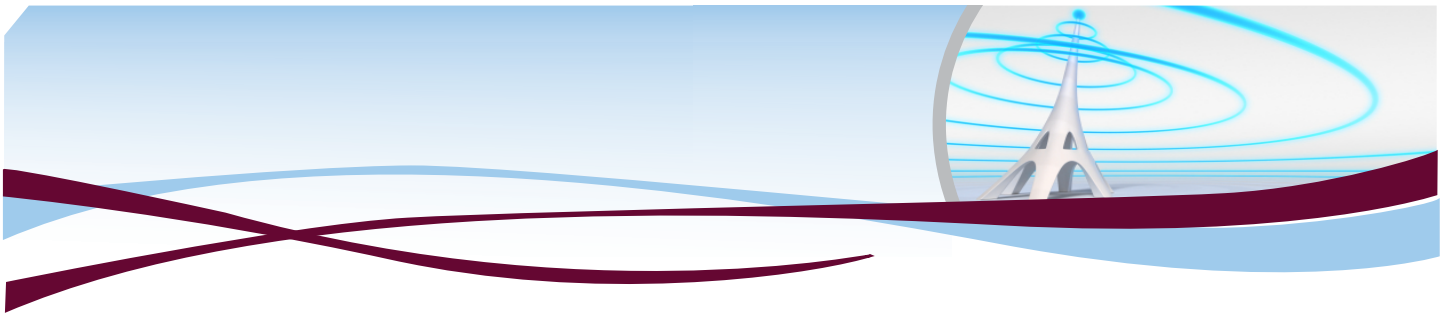
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission



Rapport de surveillance des communications

Octobre 2014

www.crtc.gc.ca

Canada

Rapport de surveillance du CRTC sur les communications

Octobre 2014

Cette publication est offerte par voie électronique sur notre site Internet au http://www.crtc.gc.ca

On peut obtenir cette publication sur demande en média substitut.

This document is also available in English.

N^{o} de catalogue BC9-9/2014F-PDF
ISSN 2290-7874

Remerciements

Le Conseil souhaite remercier de leur aide tous les organismes qui ont rempli les formulaires de Collecte de données du CRTC sans qui ce rapport n'aurait jamais vu le jour. Le Conseil tient aussi à remercier Industrie Canada pour l'analyse de la mise en œuvre de la bande passante dans le contexte des collectivités rurales du Canada; Statistique Canada pour les diverses données supplémentaires utilisées dans ce rapport; Numeris (anciennement connu sous le nom de Sondages BBM) pour les cotes d'écoute; BBM Analytique pour l'observateur de technologies médias (OTM); et Mediastats.

Le Conseil invite les parties intéressées à envoyer les commentaires destinés à améliorer ou compléter de futures parutions de ce rapport par courrier, à l'attention du Secrétaire général, CRTC (Ottawa) K1A 0N2.

Message du président

J'ai le plaisir de vous présenter le *Rapport de surveillance des communications*, édition de 2014, qui dresse un excellent portrait du secteur des communications au Canada.

Les données contenues dans les pages qui suivent nous éclairent sur la façon dont les Canadiennes et les Canadiens utilisent les services de communication et sur l'état de la concurrence dans des domaines clés, comme la prestation des services sans fil. Les foyers canadiens dépensent en moyenne 191 $ par mois en services de communication (télévision, téléphonie résidentielle, services sans fil et Internet). Ils entretiennent des attentes différentes envers les services pour lesquels ils paient, tandis que l'indice des prix à la consommation continue d'augmenter et que de nouveaux produits et services arrivent sur le marché.

Le présent rapport se veut un indicateur utile des tendances émergentes et des enjeux dans le secteur des communications. Le CRTC consulte régulièrement la population et l'industrie dans les efforts qu'il déploie pour que les Canadiennes et les Canadiens — considérés en tant que citoyens, créateurs et consommateurs — demeurent au cœur d'un système de communication de classe mondiale dont ils doivent pouvoir bénéficier. Tous les participants au système de communication sont invités à s'appuyer sur les informations contenues dans ce rapport pour contribuer à nos instances publiques.

Plusieurs changements ont été effectués dans l'édition de cette année du *Rapport de surveillance des communications* afin d'en faciliter la lecture. Pour la première fois, la section sur les télécommunications présente des données séparées pour le marché des services de détail et celui des services de gros, et certains tableaux, graphiques et figures sont accompagnés d'explications utiles. Les données sur la tarification des services de communication sont ventilées entre les principaux centres urbains et les régions rurales, en sorte de faciliter l'analyse des effets de la concurrence sur les prix.

Nous apprécions les réactions de nos lecteurs, et je les invite à nous faire part de leurs réflexions et suggestions pour nous aider à améliorer les prochaines éditions.

Jean-Pierre Blais
Président et premier dirigeant

Sommaire

Le *Rapport de surveillance des communications* renferme une abondance de renseignements sur le rendement des différents secteurs du marché des services de communication au Canada ainsi que des données financières les concernant en vue de favoriser un débat public ouvert et éclairé sur les politiques et les questions réglementaires en matière de radiodiffusion et de télécommunications. Le CRTC invite les Canadiens à se servir de ce rapport pour améliorer leur participation au processus réglementaire.

Les Canadiens au cœur de leur système de communication

Le système de communication, constitué de la radiodiffusion et des télécommunications, représente un élément important dans la vie de tous les Canadiens. Il est un moyen, pour eux — considérés en tant que consommateurs, citoyens et créateurs — de participer à la vie économique, culturelle et sociale de leur pays. En 2013, les dépenses des ménages canadiens en services de communication ont augmenté de 3,2 %, pour passer de 185 $ à 191 $ par mois. Cette augmentation est générale, sauf dans le cas des services téléphoniques de résidence pour lesquels les dépenses ont diminué de 5,8 %, pour passer de 34,86 $ à 32,85 $.

Au sujet des dépenses en services de communication, on constate que les Canadiens dépensent plus dans les services sans fil mobiles (36 %), puis dans les services de télévision de résidence (28 %), dans les services Internet (19 %) et, enfin, dans les services téléphoniques de résidence (17 %).

En 2013, le ménage canadien moyen était en mesure de mener de front quatre ou cinq activités de communication. Par exemple, il aurait pu tenir une conversation grâce aux services téléphoniques de résidence, regarder le petit écran grâce à son abonnement à un service de télévision, naviguer sur le Web grâce à sa connexion Internet haute vitesse et utiliser son appareil sans fil mobile.

Guidé par son mandat législatif, le CRTC veille à ce que les Canadiens aient accès à un système de communication de classe mondiale. Cet objectif global repose sur les trois piliers du Conseil : créer, brancher et protéger.

Créer

En 2012-2013, le secteur de la radiodiffusion canadienne a investi 3,2 milliards de dollars en contenu canadien, soit 5,5 % de moins que l’année de radiodiffusion précédente.

Les radiodiffuseurs commerciaux ont investi plus de 52 millions de dollars dans le développement du contenu canadien, ce qui équivaut à une diminution de 5 % par rapport à l’année de radiodiffusion précédente et à 3,2 cents pour chaque dollar du chiffre d’affaires global des radiodiffuseurs.

Les télédiffuseurs ont dépensé 2,7 milliards de dollars en programmation canadienne, soit 66 % de toutes leurs dépenses de programmation; une diminution de 5,5 % par rapport à l’année

précédente. La production et l'achat d'émissions a été le plus gros poste de dépenses des télédiffuseurs, soit 62 cents pour chaque dollar de leur chiffre d'affaires.

En 2012-2013, les entreprises canadiennes de distribution par câble et par satellite ont consacré 5 % de leurs revenus d'abonnements à la création et à la production d'émissions canadiennes. De ce total, 46 % ont abouti dans le Fonds des médias du Canada, 27 % dans les canaux communautaires par câble et d'autres sources d'expression locale, 16 % dans le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale et 11 % dans des fonds indépendants.

En 2012-2013, les téléspectateurs canadiens de langue anglaise ont consacré plus de temps à regarder des émissions canadiennes et ont réduit de 1,1 % le temps consacré à la programmation non canadienne; au final, le nombre global d'heures d'écoute a diminué de 1,1 %.

Dans les marchés de langue française, le nombre d'heures de visionnement des services de télévision canadiens a augmenté de 0,3 % et le nombre d'heures de visionnement des émissions non canadiennes a diminué de 2,7 %, ce qui signifie une augmentation globale du nombre global d'heures d'écoute de 2,5 %.

Le nombre moyen d'heures de visionnement des émissions canadiennes, dans le cas des services de langue anglaise et exclusion faite du marché francophone du Québec, a diminué pour passer de 43,8 % en 2011-2012 à 43,4 % en 2012-2013, tandis que le visionnement des services de langue française sur le marché francophone du Québec a reculé de 63,2 % à 61,4 %.

Brancher

Les Canadiens disposent de moyens multiples pour accéder à du contenu et se connecter avec d'autres personnes au Canada et ailleurs dans le monde. En 2013, 85 % des foyers canadiens étaient inscrits à un service de télévision par satellite ou par câble, soit un recul de 86 % par rapport à l'année précédente, et 79 % d'entre eux étaient abonnés aux services Internet haute vitesse, soit une augmentation de 78 % par rapport à 2012. En 2013, 83 % des Canadiens de 18 ans et plus possédaient un téléphone cellulaire, 62 % avaient un téléphone intelligent et 39 % utilisaient des tablettes pour communiquer.

Données sur les abonnements des ménages

Les données sur les abonnements des ménages proviennent de l'Enquête sur les dépenses des ménages effectuée annuellement par Statistique Canada. Les données de 2012 étaient les plus récentes disponibles au moment de la préparation du présent rapport.

En 2012, le nombre de ménages canadiens abonnés à des services filaires ou sans fil a légèrement diminué pour passer de 99,3 % à 99,2 %. On constate cependant que les ménages dépendent progressivement plus des services sans fil, comme le démontre le fait que le nombre de ménages abonnés aux services locaux filaires a diminué de 3 %, puisqu'il est passé de 86,5 % en 2011 à 83,5 % en 2012, tandis que le nombre d'abonnés aux services sans fil a augmenté de 2 % durant la même période, passant de 79,4 % à 81,4 %. Cette dépendance accrue envers les services sans fil était plus prononcée chez les ménages avec un revenu annuel inférieur à 28 000 $. Le pourcentage de ces ménages abonnés aux services filaires a diminué de 1,4 %, de 76 % en 2011 à 74,6 % en 2012, tandis que le pourcentage de

ménages abonnés aux services sans fil a augmenté au cours de cette période de 4,4 %, passant de 57,3 % à 61,7 %.

Les Canadiens vivant dans les communautés rurales ont, dans l'ensemble, dépensé 25 $ de plus par mois en services de communication que les citadins. Le service téléphonique de base et les services de base offerts par les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) ont généralement coûté 9 $ de plus par mois dans les communautés rurales. Les écarts de prix les plus importants ont été relevés dans les cas du service Internet (5 Mbps) et des services sans fil mobiles. Les résidents du Nord ont payé plus cher pour leurs services, qui leur ont coûté de 63 $ à 370 $ par mois. En plus de ces écarts de prix, les offres de service ont aussi varié entre régions rurales et régions urbaines et d'un bout à l'autre du pays.

Les prix que les Canadiens ont payés dans les communautés rurales s'échelonnaient de 21 $ à 35 $ par mois pour les services téléphoniques de résidence, tandis que les citadins ont payé de 21 $ à 30 $ par mois.

Presque tous les Canadiens ont accès au service Internet à bande large de base (soit 1,5 Mbps). En 2011, le Conseil avait établi pour objectif de parvenir à une vitesse minimale de téléchargement de 5 Mbps d'ici 2015. Depuis lors, la disponibilité du service à large bande de 5 Mbps est passée de 87 % à 95 %. Les Canadiens qui vivent dans les grands centres urbains ont généralement accès à des vitesses se situant dans la gamme de 50 à 99 Mbps, alors que seulement 25 % des Canadiens vivant en zones rurales y ont accès.

Protéger

Le CRTC s'appuie sur les communications et les plaintes des consommateurs pour évaluer l'efficacité de ses cadres réglementaires et pour déterminer si l'industrie répond aux besoins des Canadiens. Dans la période de 12 mois terminée le 31 mars 2014, le Conseil a reçu 41 010 plaintes et demandes de renseignements dont 39 % concernaient des enjeux liés à la radiodiffusion et 61 % touchaient aux télécommunications. Soixante-trois pour cent des plaintes (63 %) relatives aux services de radiodiffusion portaient principalement sur des commentaires offensants entendus à la radio ou à la télévision et les 37 % concernaient les EDR (dont 26 % pour des questions de facturation et 35 % pour la qualité et la prestation des services).

D'un autre côté, les plaintes liées aux télécommunications, notamment les 19 297 plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication, portaient sur les services sans fil (43 %), le télémarketing (15 %) et les services Internet (10 %). Les principaux problèmes relevés dans ces plaintes concernaient des erreurs de facturation (38 %), des désaccords au sujet des contrats ou des modalités de service (14 %) et la prestation du service (13 %).

Hausse des revenus tirés des services de communication

En 2013, le secteur des communications a enregistré un chiffre d'affaires global de 61,9 milliards de dollars, soit une hausse de 1,9 % par rapport à 2012. Le secteur était dominé par cinq grandes entreprises qui ont généré ensemble 85 % des revenus. Les cinq entreprises suivantes ont produit

9 % des revenus et la part des autres entreprises était de 6 %. Seules trois entreprises offraient tous les services dans tous les segments du marché des services de communication. Ces trois entreprises représentent 63 % du chiffre d'affaires global.

Radiodiffusion

En 2012-2013, le secteur de la radiodiffusion a enregistré un chiffre d'affaires global de 17,1 milliards de dollars, soit une augmentation de 1,3 % par rapport à l'année précédente. Le marché des services de radio était la plus petite composante de ce secteur, avec 9 % des revenus de radiodiffusion. Les recettes de cette composante ont augmenté de 0,2 %, pour passer à 1,6 milliard. Le marché des services de télévision était le deuxième plus grand marché, représentant 38 % des revenus. Les recettes tirées des services de télévision ont diminué de 0,2 %, de 6,51 à 6,50 milliards de dollars. Dans ce marché, les télédiffuseurs privés traditionnels ont enregistré une diminution de leur chiffre d'affaires de 4,6 %. Cependant, cette baisse a été compensée par une augmentation de 3,1 % des revenus des services payants, des services de télévision à la carte, des services de vidéo sur demande et des services spécialisés. Le marché des services par câble et par satellite représentait le plus grand secteur, générant 53 % des revenus des services de radiodiffusion. Les revenus de ce marché ont augmenté de 2,7 %, de 8,8 à 9 milliards de dollars. Trois entreprises, présentes sur chacun de ces trois marchés des services de radiodiffusion, ont généré 71 % des revenus.

En 2013, 1 161 stations de radio en direct étaient autorisées à diffuser au Canada. La moitié environ de ces stations étaient des stations FM commerciales privées et environ 11 % étaient des stations AM. Le radiodiffuseur public national, la Société Radio-Canada, possédait 8 % des stations de radio en direct. Les 30 % restants consistaient en stations communautaires (10 %), stations de campus (4 %) et stations autochtones (5 %). Le Conseil a également autorisé 25 nouvelles stations FM à diffuser des contenus.

En 2013, 251 services de télévision facultatifs étaient autorisés à diffuser au Canada. Les revenus découlant de ces services représentaient quelque 4,1 milliards de dollars et 63 % des revenus du secteur de la télévision. Les dix principaux services facultatifs, selon les revenus, sont trois services liés aux sports, deux au cinéma, deux orientés vers la jeunesse, un service éducatif, un service d'émissions de divertissement ou consacrées aux modes de vie et un service de nouvelles. Ils ont rapporté en moyenne 150 millions de dollars en revenus et correspondaient à 37 % des revenus des services facultatifs. Les autres services facultatifs ont rapporté en moyenne 12 millions de dollars en revenus.

Télécommunications

En 2013, le chiffre d'affaires combiné des services de télécommunication a atteint 44,8 milliards de dollars, ce qui constitue une hausse de 2,0 % sur l'année précédente. Les cinq plus grandes entreprises, qui ont généré 86 % de ces revenus, étaient suivies par cinq autres à 9 %. Les entreprises présentes sur tous ces marchés ont dégagé 85 % des revenus.

Le marché des services sans fil de détail est le secteur où la croissance a été la plus élevée et la plus rapide, avec 49 % des revenus des services de télécommunication de détail et une

augmentation de revenus annuelle de 5,4 % pour la période de 2009 à 2013. Bien que les revenus aient augmenté de 3,4 %, de 19,5 milliards de dollars en 2012 à 20,2 milliards de dollars en 2013, le nombre d'abonnés a augmenté de 2,3 %, soit de 27,7 à 28,4 millions. Les services de données sans fil et d'itinérance ont été les principaux facteurs de croissance des revenus dans le segment des services sans fil avec une hausse de 20 %, soit de 7,2 à 8,7 milliards de dollars.

La quasi-totalité du chiffre d'affaires dans les services de télécommunication de détail (95 %) a été générée par des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation, contre 75 % pour les services de gros.

Les services de gros ont généré des revenus de 3,7 milliards de dollars, soit à peu près la même chose qu'en 2012. En 2013, les services téléphoniques locaux et les services d'accès ont représenté 19 % des revenus des services de gros, contre 23 % en 2009. Les services de liaison spécialisée et Ethernet ont produit 24 % des revenus en 2013 et 27 % en 2009.

Table des matières

1.0 Introduction ---- 1
1.1 Méthodologie/collecte de données ---- 3
1.2 Le CRTC ---- 5
2.0 Les Canadiens au cœur du système des communications ---- 7
a) Priorité aux Canadiens ---- 7
b) Régimes de contribution et de dépenses ---- 8
c) Communication avec les Canadiens ---- 8
d) Connexions ---- 9
e) Services de communication aux communautés de langue officielle en situation minoritaire ---- 10
f) Taux de pénétration des services téléphoniques ---- 14
g) Prix des services de communication de résidence ---- 17
h) Dépenses des consommateurs en services de communication ---- 18
i) Télémarketing ---- 21
3.0 L'industrie des services de communications ---- 23
a) Revenus ---- 24
b) Caractéristiques de l'industrie ---- 27
c) Rendement financier ---- 31
4.0 Système de radiodiffusion ---- 33
a) Revenus ---- 34
b) Caractéristiques de l'industrie ---- 35
c) Rendement financier ---- 37
4.1 Secteur de la radio ---- 39
a) Revenus ---- 40
b) Rendement financier ---- 45
c) Disponibilité des services de radio et des services sonores ---- 50
d) Mesure de l'auditoire ---- 55
e) Contributions et dépenses en matière de programmation ---- 61
f) Avantages tangibles ---- 65
g) Programmation de grande qualité ---- 65
h) Groupes de propriété ---- 68
4.2 Secteur de marché de la télévision ---- 71
a) Revenus ---- 72
b) Rendement financier ---- 81
c) Disponibilité des services de télévision et de vidéo ---- 84
d) Mesures de l'auditoire ---- 88
e) Dépenses en programmation ---- 98
f) Avantages tangibles ---- 111
g) Programmation de grande qualité ---- 112
h) Groupes de propriété ---- 115
4.3 Secteur du marché de la distribution de radiodiffusion ---- 122
a) Revenus ---- 123
b) Détails relatifs aux abonnés ---- 124
c) Rendement financier ---- 126
d) Indicateurs de rendement ---- 127

e) Prix ---- 127
f) Environnement concurrentiel ---- 129
g) Communications des consommateurs ---- 130
h) Télévision numérique ---- 131
i) Contribution à la programmation canadienne ---- 132
j) Paiements d'affiliation ---- 133
5.0 Aperçu du secteur de marché des services de télécommunication ---- 136
a) Revenus ---- 137
b) Abstention de la réglementation ---- 138
c) Propriété canadienne ---- 138
d) Nombre, taille et type d'entreprises ---- 138
e) Rendement financier ---- 141
f) Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements ---- 143
5.1 Secteurs du marché des services de télécommunication de détail ---- 146
a) Revenus ---- 146
b) Indicateurs technologiques ---- 149
c) Environnement concurrentiel ---- 151
d) Contribution ---- 153
e) Communications avec les consommateurs ---- 154
5.2 Secteur du marché des services de communication vocale filaire de détail ---- 156
a) Revenus ---- 157
b) Données relatives à la demande ---- 161
c) Indicateurs de rendement ---- 164
d) Prix ---- 166
e) Type d'installations locales ---- 169
f) Environnement concurrentiel ---- 170
g) Service de téléphone payant ---- 172
5.3 Secteur du marché des services Internet et disponibilité de la large bande ---- 174
a) Revenus ---- 176
b) Données relatives à la demande ---- 179
c) Indicateurs de rendement ---- 182
d) Prix ---- 184
e) Tendances de consommation ---- 187
f) Environnement concurrentiel ---- 188
g) Exigences relatives à la capacité ---- 191
h) Principaux indicateurs ---- 196
i) Disponibilité de la large bande ---- 198
5.4 Secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail ---- 202
a) Revenus ---- 203
b) Environnement concurrentiel ---- 205
5.5 Marché des services sans fil de détail ---- 210
a) Revenus ---- 212
b) Données relatives à la demande ---- 214
c) Environnement concurrentiel ---- 216

d) Indicateurs technologiques ---------- 220
e) Indicateurs de rendement ---------- 226
f) Prix ---------- 227
g) Détails sur la couverture et l'accessibilité ---------- 233
5.6 Secteur de marché des services de télécommunication de gros ---------- 238
a) Revenus ---------- 239
b) Données sur la demande ---------- 244
c) Environnement concurrentiel ---------- 245
d) Abstention de la réglementation ---------- 246
e) Dépenses entre fournisseurs ---------- 248
6.0 Perspective internationale ---------- 250
a) Revenus ---------- 251
b) Prix ---------- 255
c) Large bande ---------- 258
d) Services sans fil ---------- 262
e) Radiodiffusion ---------- 264

Annexe 1 Collecte et analyse des données
Annexe 2 Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication
Annexe 3 Situation de l'abstention locale - Circonscriptions de résidence et d'affaires
Annexe 4 Communautés rurales utilisées pour l'évaluation des prix des services
Annexe 5 Description du secteur du marché des télécommunications
Annexe 6 Liste des acronymes utilisés dans le rapport
Annexe 7 Circulaire, décisions, avis publics, avis de consultation, ordonnances et politiques réglementaires cités dans le rapport
Annexe 8 Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport

Liste des tableaux et graphiques

Section 1.0 Introduction

aucune

Section 2.0 Les Canadiens au cœur du système des communications

a) Priorité aux Canadiens

aucune

b) Régimes de contribution et de dépenses

Tableau 2.0.1 Aperçu des régimes de contribution et de dépenses en programmation (millions $) 8

c) Communication avec les Canadiens

Tableau 2.0.2 Nombre de communications du public canadien 8

d) Connexions

Tableau 2.0.3 Nombre de connexions des ménages (millions) 9
Graphique 2.0.1 Connexions des services de résidence, par type de connexion 10
Tableau 2.0.4 Nombre d'abonnements comprenant des forfaits (millions) 10

e) Services de communication aux communautés de langue officielle en situation minoritaire

Carte 2.0.1 Répartition géographique des communautés de langue officielle en situation minoritaire 11
Tableau 2.0.5 Pourcentage de la population de langue officielle en situation minoritaire par province et territoire (2012) 12
Tableau 2.0.6 Ménages des communautés de langue officielle en situation minoritaire (en pourcentages) ayant accès à des services de communication dans leur propre langue, par région et par service (2013) 13

f) Taux de pénétration des services téléphoniques

Tableau 2.0.7 Taux provinciaux de pénétration des services téléphoniques – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages (2012) 14
Tableau 2.0.8 Taux de pénétration des services téléphoniques au Canada – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages 15
Tableau 2.0.9 Taux de pénétration des services téléphoniques au Canada, par quintile de revenus – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages 16

g) Prix des services de communication de résidence

Graphique 2.0.2 Indices des prix (IPST, EDR [câble, satellite et IPTV incluant la télévision payante], services d'accès Internet et IPC) 17

h) Dépenses des consommateurs en services de communication

Tableau 2.0.10 Dépenses des ménages en services de communication comme pourcentage du revenu annuel, par quintile (2012) 19

Tableau 2.0.11 Dépenses mensuelles des ménages en services de communication, par service et par quintile ($/mois/ménage) 20

i) Télémarketing

Graphique 2.0.3 Nombre d'inscriptions sur la LNNTE 21
Tableau 2.0.12 Statistiques clé de la LNNTE 22

Section 3 L'industrie des services de communications

Graphique 3.0.0 Revenus de l'industrie 23
Tableau 3.0.0 Aperçu de l'industrie des services de communication 23

a) Revenus

Tableau 3.0.1 Revenus des services de communication (milliards $) 24
Graphique 3.0.1 Taux de croissance annuel des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (2009-2013) 25
Tableau 3.0.2 Revenus de l'industrie par type de fournisseur (milliers $) 26

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 3.0.3 Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications 27
Tableau 3.0.4 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs 27
Graphique 3.0.2 Pourcentage des revenus totaux combinés pour les cinq plus grands groupes d'entreprises de services de radiodiffusion et de télécommunication et le reste des groupes/entreprises 28
Graphique 3.0.3 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication, par type de fournisseur (2013) 28
Graphique 3.0.4 Revenus des services de radiodiffusion commerciale et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus) 29
Graphique 3.0.5 Revenus des fournisseurs de services par câble par type de services 29
Graphique 3.0.6 Composition des revenus canadiens des services de radiodiffusion et de télécommunication de certaines grandes entreprises 30

c) Rendement financier

Graphique 3.0.7 Marges de BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation) 31

Section 4.0 Système de radiodiffusion

Graphique 4.0.0 Revenus en radiodiffusion 33
Tableau 4.0.0 Aperçu du secteur de la radiodiffusion 33

a) Revenus

Tableau 4.0.1 Revenus de la radiodiffusion (millions $) 34

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 4.0.2 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples 35

Graphique 4.0.1 Pourcentage du total des revenus de radiodiffusion combinés par groupes d'entreprises et autres groupes/entreprises 35
Graphique 4.0.2 Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur (2013) 36
Graphique 4.0.3 Revenus de la télévision commerciale, par télédiffuseur (2013) 36
Graphique 4.0.4 Revenus des EDR, par exploitant (2013) 37

c) Rendement financier

Graphique 4.0.5 Revenus totaux et marges des BAII et des BAIIDA de la radiodiffusion 37

Section 4.1 Secteur de la radio

Graphique 4.1.0 Revenus de la radio en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion 39
Tableau 4.1.0 Aperçu du secteur de la radio 39

a) Revenus

Tableau 4.1.1 Revenus et nombre d'entreprises ayant fait un rapport sur les résultats financiers de stations de radio commerciale privées, par langue et fréquence 40
Tableau 4.1.2 Revenus de la radio de CBC/SRC 41
Graphique 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées 42
Graphique 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise 42
Graphique 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française 43
Tableau 4.1.3 Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus 44

b) Rendement financier

Graphique 4.1.4 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées 45
Graphique 4.1.5 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées 45
Graphique 4.1.6 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées de langue anglaise 46
Graphique 4.1.7 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées de langue anglaise 46
Graphique 4.1.8 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées de langue française 47
Graphique 4.1.9 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées de langue française 48
Graphique 4.1.10 Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique 48
Graphique 4.1.11 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique 49
Graphique 4.1.12 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique 49

c) Disponibilité des services de radio et des services sonores

Tableau 4.1.4 Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada 50
Tableau 4.1.5 Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées 51
Graphique 4.1.13 Types de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2013) 52
Tableau 4.1.6 Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada 52
Graphique 4.1.14 Pourcentage des Canadiens qui écoutent des services sonores en continu, par groupe linguistique 53
Graphique 4.1.15 Pourcentage des Canadiens qui écoutent la radio AM/FM en continu, par groupe linguistique 53
Graphique 4.1.16 Abonnements à la radio satellite par groupe linguistique 54

d) Mesure de l'auditoire

Tableau 4.1.7	Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM	56
Tableau 4.1.8	Part d'écoute des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada	57
Graphique 4.1.17	Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d'écoute (2013)	58
Graphique 4.1.18	Parts d'écoute – Formules des stations de langue anglaise par cahiers d'écoute (2013)	59
Graphique 4.1.19	Parts d'écoute – Formules des stations de langue française par cahiers d'écoute (2013)	59
Graphique 4.1.20	Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de langue anglaise dans les marchés PPM (2013)	60
Graphique 4.1.21	Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de langue française dans les marchés PPM (2013)	60

e) Contributions et dépenses en matière de programmation

Diagramme 4.1.1	Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2012-2013)	62
Graphique 4.1.22	Contributions au DCC, par mesure réglementaire (millions $)	63
Graphique 4.1.23	Contributions au DCC, par mesure réglementaire (pourcentage)	63
Tableau 4.1.9	Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (milliers $)	64

f) Avantages tangibles

Tableau 4.1.10	Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la radio du 1er janvier 2009 au 31 décembre 2013 (millions $)	65

g) Programmation de grande qualité

Tableau 4.1.11	Nombre de communications au sujet de la radio, par type de sujet (2013 2014)	66
Tableau 4.1.12	Nombre de plaintes en radiodiffusion, par sujet	66
Tableau 4.1.13	Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR (2012-2013)	67
Tableau 4.1.14	Plaintes traitées par les NCP	67

h) Groupes de propriété

Tableau 4.1.15	Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises qui ont fait un rapport - Principaux exploitants de la radio au Canada	68

Section 4.2 Secteur de marché de la télévision

Graphique 4.2.0	Revenus de la télévision en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion	71
Tableau 4.2.0	Aperçu du secteur de la télévision	71

a) Revenus

Tableau 4.2.1	Revenus de télévision par type de service (millions $)	72
Graphique 4.2.1	Revenus de télévision : CBC/SRC, télévision traditionnelle privée, services spécialisés, payants, de TVC et de VSD	73
Graphique 4.2.2	Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (2013)	73

Graphique 4.2.3	Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la CBC/SRC	74
Tableau 4.2.2	Revenus de publicité et autres des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la CBC/SRC	74
Tableau 4.2.3	Revenus de publicité et autres des stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise et de langue française	75
Tableau 4.2.4	Revenus des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD selon la langue d'une station	76
Graphique 4.2.4	Classement par revenus des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en ordre décroissant (2013)	77
Graphique 4.2.5	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	77
Graphique 4.2.6	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	78
Graphique 4.2.7	Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	78
Graphique 4.2.8	Revenus des trois plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise	79
Graphique 4.2.9	Revenus des deux plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française	80

b) Rendement financier

Graphique 4.2.10	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés des catégories A, B et C	81
Graphique 4.2.11	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	82
Graphique 4.2.12	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	82
Graphique 4.2.13	Marges de BAII des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	83

c) Disponibilité des services de télévision et de vidéo

Diagramme 4.2.1	Sources de programmation et plateformes	84
Graphique 4.2.14	Visionnement de vidéos sur Internet et à la télévision et écoute de programmation au cours du mois dernier, selon la langue	85
Graphique 4.2.15	Abonnés canadiens à Netflix par région	86
Tableau 4.2.5	Adoption et croissance des diverses technologies vidéo au Canada (pourcentage)	86
Tableau 4.2.6	Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada	87

d) Mesures de l'auditoire

Graphique 4.2.16	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire	88
Tableau 4.2.7	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par tranche d'âge pour l'ensemble du Canada	89
Tableau 4.2.8	Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans l'ensemble du Canada, excluant le marché du Québec francophone	90
Tableau 4.2.9	Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans le marché francophone du Québec	91
Tableau 4.2.10	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	92
Tableau 4.2.11	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	93

Tableau 4.2.12 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la CBC/SRC, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission 94
Tableau 4.2.13 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission 95
Tableau 4.2.14 Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française 96

e) Dépenses en programmation

Diagramme 4.2.2 Financement et dépenses par des entités de radiodiffusion au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2012-2013) 98
Tableau 4.2.15 Versements du FAPL et nombre de bénéficiaires 99
Graphique 4.2.17 Versements du FAPL selon les régions 99
Graphique 4.2.18 Versements du FAPL selon les groupes de propriété 99
Graphique 4.2.19 DÉC de télévision (2,7 milliards de dollars au total), selon le type de services (million $) [2013] 100
Graphique 4.2.20 Dépenses en émissions de télévision (4,1 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes (2013) 100
Graphique 4.2.21 Dépenses en émissions par dollar de revenu (2013) 101
Tableau 4.2.16 Dépenses de la CBC/SRC au titre des ÉIN et des autres types de service (millions $) 102
Tableau 4.2.17 Dépenses au titre des ÉIN par la CBC/SRC et les grands groupes privés de propriété (millions $) 103
Tableau 4.2.18 DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la CBC/SRC, par genre d'émission (milliers $) 104
Tableau 4.2.19 DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers $) 105
Graphique 4.2.22 Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, selon le genre d'émission (2013) 106
Tableau 4.2.20 Dépenses en émissions non canadiennes – Services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers $) 106
Tableau 4.2.21 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services payants et spécialisés, selon la langue et le genre d'émission (milliers $) 107
Tableau 4.2.22 DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers $) 109

f) Avantages tangibles

Tableau 4.2.23 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2009 au 31 décembre 2013 (millions $) 110

g) Programmation de grande qualité

Tableau 4.2.24 Nombre de communications relatives à la télévision reçues par le CRTC, par sujet (2013-2014) 111
Tableau 4.2.25 Plaintes relatives à la programmation de la télévision, par secteur et par sujet 112
Tableau 4.2.26 Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue et par source de programmation (2012-2013) 113
Tableau 4.2.27 Plaintes traitées par les NCP 113

h) Groupes de propriété

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) 115

Section 4.3 Secteur du marché de la distribution de/en radiodiffusion

Graphique 4.3.0 Revenus EDR en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion 121
Tableau 4.3.0 Aperçu de la distribution de radiodiffusion 121

a) Revenus

Tableau 4.3.1 Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs 122

b) Détails relatifs aux abonnés

Tableau 4.3.2 Distribution de radiodiffusion – Abonnés aux services de base et aux services facultatifs 123
Tableau 4.3.3 Nombre d'abonnés aux cinq plus grands télédistributeurs canadiens (milliers) 124
Tableau 4.3.4 Pourcentage des foyers abonnés aux EDR 124

c) Rendement financier

Graphique 4.3.1 Marges de BAIIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs 125

d) Indicateurs de rendement

Tableau 4.3.5 Revenus mensuels par abonné 126

e) Prix

Graphique 4.3.2 Prix du service de base des EDR par grand centre urbain (2013) 127
Graphique 4.3.3 Prix du service de base en zones urbaines et rurales par province (2013) 128

f) Environnement concurrentiel

Graphique 4.3.4 Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution (2013) 129

g) Communications des consommateurs

Tableau 4.3.6 Nombre de communications par type de sujet lié aux EDR (2013-2014) 129

h) Télévision numérique

Graphique 4.3.5 Pourcentage d'abonnés à des EDR recevant des services numériques et des services non numériques 130

i) Contribution à la programmation canadienne

Graphique 4.3.6 Contributions au FMC, au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, à d'autres fonds indépendants et dépenses en matière d'expression locale (canaux communautaires) déclarés par les EDR (millions $ 131
Graphique 4.3.7 Contributions par les EDR à la création et à la production de programmation canadienne 132

j) Paiements d'affiliation

Tableau 4.3.7 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés déclarés par les EDR 133

Section 5.0 Aperçu du secteur de marché des services de télécommunication

Graphique 5.0.0 Revenus des services de télécommunication 135
Tableau 5.0.0 Aperçu de l'industrie des services de télécommunication 135

a) Revenus

Tableau 5.0.1 Revenus des services de télécommunication (détail et gros) [milliards $] 136

b) Abstention de la réglementation

Tableau 5.0.2 Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation 137

c) Propriété canadienne

Aucune

d) Nombre, taille et type d'entreprises

Graphique 5.0.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST (2013) 138
Graphique 5.0.2 Part de l'ensemble des revenus combinés des services de télécommunication réalisés par les grands groupes et le reste des groupes/entreprises 139
Tableau 5.0.3 Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions $) 140

e) Rendement financier

Graphique 5.0.3 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA 141
Graphique 5.0.4 Pourcentage des revenus et marges de BAIIDA selon la taille de l'entreprise (2013) 142

f) Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements

Tableau 5.0.4 Immobilisations des services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards $) 143
Graphique 5.0.5 Dépenses en immobilisations des services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST 144

Section 5.1 Secteurs du marché des services de télécommunication de détail

Graphique 5.1.0 Revenus des services de télécommunication de détail 145
Tableau 5.1.0 Aperçu de l'industrie des services de télécommunication 145

a) Revenus

Tableau 5.1.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché (milliards $) 146
Graphique 5.1.1 Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil 147
Graphique 5.1.2 Répartition des revenus des services de télécommunication,par secteur de marché 147

b) Indicateurs technologiques

Graphique 5.1.3 Incidence des nouveaux services et des nouvelles technologies sur les revenus des services de télécommunication 148
Graphique 5.1.4 Revenus des services de résidence offerts par protocole Internet 149

Graphique 5.1.5 Habitations desservies par câble de fibre optique (2013) 149
Graphique 5.1.6 Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique (2013) 150

c) Environnement concurrentiel

Graphique 5.1.7 Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, par type de FST (2013) 151
Tableau 5.1.2 Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché 151
Tableau 5.1.3 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST (2013) 152

d) Contribution

Graphique 5.1.8 Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus 152

e) Communications avec les consommateurs

Tableau 5.1.4 Nombre de communications reçues par le CRTC, par type de sujet et de service (2013) 153
Tableau 5.1.5 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les télécommunications traitées par le CPRST (2012-2013) 154

Section 5.2 Secteur du marché des services de communication vocale filaire de détail

Graphique 5.2.0 Revenus des services de télécommunication de détail 155
Tableau 5.2.0 Aperçu du secteur des services de communication vocale filaire de détail 155

a) Revenus

Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et interurbains de détail 157
Tableau 5.2.2 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence de détail par type de FST (millions $) 158
Tableau 5.2.3 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires par type de FST (millions $) 159

b) Données relatives à la demande

Tableau 5.2.4 Nombre de lignes téléphoniques locales de détail dépendantes de l'accès par rapport aux lignes indépendantes de l'accès (milliers) 160
Tableau 5.2.5 Lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires par type de FST (milliers) 161
Graphique 5.2.1 Lignes locales VoIP de détail indépendantes et dépendantes de l'accès, par marché (2013) 162

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.2.6 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne ($) 163
Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services téléphoniques locaux ($) par ligne et par type de FST 164
Tableau 5.2.8 Revenus des services interurbains de détail ($) par minute, par type de FST 165

d) Prix

Graphique 5.2.2 Prix du service téléphonique local de base ($/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les principaux centres urbains 166

Graphique 5.2.3 Prix du service téléphonique local de base ($/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les communautés rurales, par province et territoire 167

e) Type d'installations locales

Graphique 5.2.4 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations 168
Graphique 5.2.5 Lignes locales de résidence et d'affaires exploitées par les autres FST, selon le type d'installations (2013) 168

f) Environnement concurrentiel

Tableau 5.2.9 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans le marché des services téléphonique locaux de détail, selon la province et par ligne (%) 169
Tableau 5.2.10 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans les marchés des services téléphoniques locaux de résidence et d'affaires, par ligne (%) et par région 170
Tableau 5.2.11 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région 171

g) Service de téléphone payant

Graphique 5.2.6 Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires 171
Graphique 5.2.7 Nombre de téléphones payants par 1000 ménages 172

Section 5.3 Secteur du marché des services Internet et disponibilité de la large bande

Graphique 5.3.0 Revenus des services de télécommunication de détail 173
Tableau 5.3.0 Aperçu du secteur du marché des services Internet de détail et de la disponibilité de la large bande 173

a) Revenus

Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet de détail (millions $) 175
Tableau 5.3.2 Revenus des services Internet de résidence, par type de service (millions $) 176
Tableau 5.3.3 Revenus des services Internet d'affaires, par type de service (millions $) 177

b) Données relatives à la demande

Tableau 5.3.4 Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur (milliers) 178
Tableau 5.3.5 Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur (milliers) 179
Graphique 5.3.1 Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence par gigaoctet de capacité de téléchargement 180

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.3.6 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par vitesse de téléchargement 181
Tableau 5.3.7 Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse en aval 182
Tableau 5.3.8 Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps) par vitesse en aval 183

d) Prix

Graphique 5.3.2 Prix d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et nombre de fournisseurs dans les centres urbains 184

Graphique 5.3.3 Comparaison du prix du service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et du nombre de fournisseurs dans les centres urbains et ruraux 185

e) Tendances de consommation

Tableau 5.3.9 Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval 186
Tableau 5.3.10 Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval 187

f) Environnement concurrentiel

Graphique 5.3.4 Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution 187
Graphique 5.3.5 Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et par type de fournisseur (2013) 188
Graphique 5.3.6 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès en 2009 et en 2013 188
Graphique 5.3.7 Abonnés aux services d'accès Internet de résidence par technologie d'accès en 2009 et en 2013 189

g) Exigences relatives à la capacité

Graphique 5.3.8 Bande passante requise pour diverses applications Internet 191
Graphique 5.3.9 Débits de données moyens des services filaires d'accès Internet à large bande 191
Graphique 5.3.10 Débits de données moyens des services sans fil d'accès Internet à large bande 192
Graphique 5.3.11 Nombre d'heures d'utilisation de la large bande filaire avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service 194
Graphique 5.3.12 Nombre d'heures d'utilisation de la large bande sans fil avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service 194

h) Principaux indicateurs

Tableau 5.3.11 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications 195
Graphique 5.3.13 Disponibilité de la large bande (% des ménages) 195
Graphique 5.3.14 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire (2013) 196
Graphique 5.3.15 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages) [2013] 196

i) Disponibilité de la large bande

Graphique 5.3.16 Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des ménages) 197
Tableau 5.3.12 Disponibilité de la large bande à l'échelle nationale, par vitesse et nombre de plateformes (% des ménages) [2013] 197
Tableau 5.3.13 Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire (% des ménages) [2013] 198
Graphique 5.3.17 Disponibilité de la large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages) [2013] 199

Section 5.4 Secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail

Graphique 5.4.0 Revenus des services de télécommunication de détail 201
Tableau 5.4.0 Aperçu du secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée 201

a) Revenus

Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions $) 202
Tableau 5.4.2 Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions $) 203
Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions $) 203

b) Environnement concurrentiel

Graphique 5.4.1 Part de marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail, par type de FST (%) 204
Graphique 5.4.2 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par type de FST (%) 205
Tableau 5.4.4 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par FST et par type de protocole utilisé (%) 206
Tableau 5.4.5 Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%) 207

Section 5.5 Marché des services sans fil de détail

Graphique 5.5.0 Revenus des services de télécommunication de détail 209
Tableau 5.5.0 Aperçu du secteur de marché des services sans fil 209
Graphique 5.5.1 Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des services sans fil (excluant les services de téléappel) 210

a) Revenus

Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions $) 211
Tableau 5.5.2 Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions $) 211
Tableau 5.5.3 Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) [millions $] 212
Graphique 5.5.2 Revenus d'itinérance par type et par destination (2013) 212

b) Données relatives à la demande

Tableau 5.5.4 Nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel 213
Tableau 5.5.5 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil 213
Graphique 5.5.3 Nombre de contrats de services sans fil selon la durée 213
Graphique 5.5.4 Nombre total de messages SMM et SMS 214

c) Environnement concurrentiel

Graphique 5.5.5 Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST 215
Graphique 5.5.6 Part de marché des revenus des services sans fil des FST 216
Graphique 5.5.7 Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refactureurs (2013) 217
Tableau 5.5.6 Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province et territoire (2013) [%] 218
Tableau 5.5.7 Taux de roulement mensuel moyen dans le marché des services sans fil (%) 218

d) Indicateurs technologiques

Graphique 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles 219
Tableau 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%) 219
Graphique 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles par région 220

Tableau 5.5.9 Appareils portatifs évolués, par province et territoire 221
Graphique 5.5.10 Revenus et abonnés des forfaits de données mobiles uniquement, par capacité des forfaits de données (2013) 222
Graphique 5.5.11 Pourcentage des revenus des services mobiles, services téléphoniques c. à large bande standard c. à large bande spécialisés (2013) 222
Tableau 5.5.10 Abonnements à la large bande mobile 223
Graphique 5.5.12 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada 223
Graphique 5.5.13 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de tablettes au Canada 224

e) Indicateurs de rendement

Tableau 5.5.11 Revenu moyen des services sans fil par abonné 225
Tableau 5.5.12 Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel)) 226

f) Prix

Graphique 5.5.14 Prix d'un service sans fil de niveau 1 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées 227
Graphique 5.5.15 Prix d'un service sans fil de niveau 2 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées 228
Graphique 5.5.16 Prix d'un service sans fil de niveau 3 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées 228
Graphique 5.5.17 Prix d'un service sans fil de niveau 1 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales 230
Graphique 5.5.18 Prix d'un service sans fil de niveau 2 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales 230
Graphique 5.5.19 Prix d'un service sans fil de niveau 3 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales 231

g) Détails sur la couverture et l'accessibilité

Graphique 5.5.20 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire (2013) 232
Graphique 5.5.21 Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination (2013) 232
Tableau 5.5.13 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire (2013) 233
Tableau 5.5.14 Nombre de réseaux sans fil distincts, exprimé en pourcentage de la population couverte, par province et territoire (2013) 233
Graphique 5.5.22 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs 234
Carte 5.5.1 Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations (2013) 235
Carte 5.5.2 Accessibilité des services sans fil HSPA+, par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations (2013) 236

Section 5.6 Secteur de marché des services de télécommunication de gros

Graphique 5.6.0 Revenus des services de télécommunication de gros 237
Tableau 5.6.0 Aperçu du secteur de marché des services de télécommunication de gros 237

a) Revenus

Tableau 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros (milliards $) 238

Tableau 5.6.2 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions $) 239
Graphique 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché 240
Graphique 5.6.2 Répartition des pourcentages de revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (2009 et 2013) 240
Graphique 5.6.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros par rapport à l'ensemble des revenus de télécommunication, par secteur de marché (2013) 241
Tableau 5.6.3 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions $) 241
Tableau 5.6.4 Revenus des services Internet de gros, par type de services (millions $) 242
Tableau 5.6.5 Revenus des services de protocoles de données de gros, par type de services (millions $) 242
Tableau 5.6.6 Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions $) 243

b) Données sur la demande

Tableau 5.6.7 Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers) 243

c) Environnement concurrentiel

Tableau 5.6.8 Part de marché des revenus des services filaires de gros, par type de FST 244
Tableau 5.6.9 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions $) 244
Tableau 5.6.10 Revenus des services interurbains, par type de FST (millions $) 245

d) Abstention de la réglementation

Graphique 5.6.4 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification (2013) 245
Graphique 5.6.5 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services (2013) 246
Tableau 5.6.11 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros générés par les services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation 246

e) Dépenses entre fournisseurs

Graphique 5.6.6 Dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu 247

Section 6.0 Perspective internationale

a) Revenus

Graphique 6.0.1 Pourcentage de revenus des services de télécommunication par secteur de marché (2013) 250
Graphique 6.0.2 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par région (2013) 251
Tableau 6.0.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par région du globe, par pays et par secteur de services (millions $) 252
Graphique 6.0.3 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché et par région (2009-2013) 253

b) Prix

Tableau 6.0.2 Tarification de la téléphonie filaire et sans fil par niveau d'utilisation et par pays 255
Tableau 6.0.3 Tarification des services à large bande par niveau d'utilisation et par pays 256
Tableau 6.0.4 Tarification des services groupés par pays 256

c) Large bande

Graphique 6.0.4 Pénétration des services à large bande fixe et mobile (2013) 257
Graphique 6.0.5 Abonnements aux services à large bande fixe par technologie (2013) 258

Graphique 6.0.6 Vitesses moyennes mesurées des connexions à la large bande fixe, par pays (2012 et 2013) 259
Graphique 6.0.7 Vitesses moyennes mesurées des connexions à la large bande mobile, par pays (2012 et 2013) 260

d) Services sans fil

Graphique 6.0.8 Rendement de l'industrie des services sans fil (2013) 261
Graphique 6.0.9 Revenu moyen des services sans fil par utilisateur et par pays (quatrième trimestre de 2013) 262

e) Radiodiffusion

Tableau 6.0.5 Revenus de la radio (millions $) par pays (2009-2013) 263
Tableau 6.0.6 Revenus de la télévision par pays (2013) 264
Graphique 6.0.10 Ménages avec télévision et abonnements à la télévision payante par pays (2013) 265
Graphique 6.0.11 Ménages avec télévision par plateforme et par pays (2013) 266
Graphique 6.0.12 Taux de croissance des plateformes de télévision par pays (2012-2013) 267

1.0 Introduction

Le CRTC publie des rapports de surveillance annuels sur le système de communication canadien depuis la fin des années 1990.

Le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC dresse un tableau des divers secteurs du marché des services de communication et examine leur rôle dans la vie des Canadiens. Au fil du temps, il a évolué pour refléter l'évolution du marché, les changements technologiques et les besoins des consommateurs. Il a pour objet d'encourager une discussion ouverte et éclairée avec le public sur les politiques réglementaires de radiodiffusion et de télécommunication et sur les enjeux concernant ces deux secteurs. Le Conseil invite les parties à se servir du rapport pour participer plus activement au processus de réglementation.

Le présent document renferme des données désagrégées sur les industries canadiennes de la radiodiffusion et des télécommunications et sur leurs marchés, de même que des comparaisons à l'échelle internationale. Il favorise une prise de décisions fondées sur des éléments probants. Il constitue un moyen d'évaluer l'impact de l'évolution du marché et de la technologie, notamment en regard des objectifs culturels, sociaux, économiques et politiques de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*, et d'examiner l'efficacité des décisions et des cadres de réglementation du CRTC pour atteindre ces objectifs.

Certains éléments du rapport de surveillance sont modifiés au fil du temps afin de tenir compte de l'évolution de la réglementation ou du marché; qu'il s'agisse de nouvelles technologies, de modifications apportées à la structure du marché ou à la réglementation et aux ententes nationales et internationales ou encore de l'introduction de nouveaux services ou de services évolués. Ces changements visent à s'assurer que le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC reste un outil utile pour tous les Canadiens.

Nouveautés dans ce rapport

La structure du rapport a été remaniée afin d'en faciliter la lecture et de faire en sorte que chaque section donne une information complète. Les changements apportés sont les suivants :

a) les tarifs du service téléphonique local de base, des services d'accès Internet à large bande, des services sans fil mobiles et des services des entreprises de distribution de radiodiffusion dans les centres urbains et les communautés rurales ont été ajoutés afin de démontrer les effets de la concurrence sur les prix;
b) des statistiques sur l'accès aux services de communication par communauté de langue officielle en situation minoritaire ont été ajoutées dans le rapport de cette année;
c) les données concernant les dépenses en émissions d'intérêt national sont plus complètes. Les dépenses par groupe de propriété titulaire ont été incorporées à la section sur le marché des services de télévision;
d) chaque graphique présente maintenant les valeurs ayant servi à sa production;
e) du texte dans des boîtes à fond bleuté a été ajouté sous chaque tableau, graphique et diagramme pour expliquer les données;
f) du texte dans des boîtes à fond grisé a été ajouté, au besoin, pour donner des définitions ou décrire la méthodologie utilisée pour fournir les données;

g) les statistiques sur le nombre et la nature des plaintes ainsi que sur les contacts ont été déplacées dans la section relative au secteur de marché approprié afin d'en faciliter l'accès;
h) les données inscrites l'année dernière dans la section intitulée « Disponibilité de la large bande et adoption de technologies numériques » ont été déplacées afin de donner une vue plus complète du marché des services Internet :
    a. la disponibilité de la large bande fait maintenant partie de la section sur le marché des services Internet,
    b. les données sur les technologies numériques ont été réparties dans les sections appropriées du marché des services de radiodiffusion;
i) la section sur les télécommunications a été réorganisée de façon à présenter séparément les détails relatifs au marché des services de détail et ceux relatifs au marché des services de gros. Ce réalignement permet de présenter plus clairement les renseignements concernant et intéressant les consommateurs canadiens et d'accorder plus d'attention au secteur du marché des services de gros.

Ces modifications ont été apportées afin de communiquer aux Canadiens des indicateurs et des tendances importants, notamment en matière de finances et de tarification, afin d'améliorer leur participation aux instances du Conseil. Des statistiques sur la consommation, comme l'établissement des prix, le taux de pénétration des services et les plaintes, sont présentées à propos des questions qui ont une incidence directe sur les Canadiens.

1.1 Méthodologie/collecte de données

Le présent rapport est fondé sur : 1) les réponses fournies par les entreprises de radiodiffusion et de télécommunications dans leurs rapports annuels au CRTC, rapports qui sont publiés conjointement par Statistique Canada et par le CRTC (données regroupées ci-après sous le titre « Données recueillies par le CRTC »); 2) les données provenant d'autres sources, comme Statistique Canada, Industrie Canada, les rapports financiers des sociétés, les rapports de Numeris et les comptes rendus de l'Observateur des technologies médias (OTM) de BBM Analytique et 3) des renseignements déposés antérieurement auprès du CRTC lors d'instances. Sauf indication contraire, toutes les données sur la radiodiffusion contenues dans ce rapport portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année citée, tandis que toutes les données sur les télécommunications, y compris celles sur les services Internet, portent sur la période de 12 mois se terminant le 31 décembre de chaque année citée.

En ce qui concerne les données relatives à la disponibilité des services à large bande dans le secteur résidentiel, le Conseil et Industrie Canada coordonnent une collecte de données sur la disponibilité des services d'accès Internet à large bande pour les Canadiens. Le Conseil travaille aussi de concert avec les provinces et les territoires, ainsi qu'avec d'autres ministères et organismes gouvernementaux, afin de recenser les communautés qui n'ont pas accès aux services à large bande. Les données recueillies aideront les administrations fédérale, provinciales et territoriales à analyser l'écart dans les services à large bande entre les communautés urbaines et rurales. La combinaison de ces projets de collecte de données permet d'alléger le fardeau de l'industrie sur les plans de la divulgation des données, d'uniformiser les définitions et les méthodologies à appliquer et d'améliorer la qualité des données présentées dans ce rapport.

Les comparaisons et les analyses à l'échelle mondiale présentées dans ce rapport se fondent sur les données extraites de rapports d'organismes internationaux comme l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et des données ou rapports publiés par les organismes nationaux de réglementation des communications d'autres pays.
Certains chiffres ont été repris de rapports de surveillance antérieurs afin d'illustrer l'évolution du marché ou de l'industrie et de permettre l'établissement de comparaisons valables. D'autres chiffres ont pu être modifiés du fait que certains fournisseurs de services ont resoumis des données concernant des années précédentes. Tous les chiffres révisés sont suivis du symbole dièse (#)

1.2 Le CRTC

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) réglemente et supervise le système national de communication en vertu du mandat qui lui a été fixé par le Parlement et qui consiste notamment à réaliser les objectifs stratégiques découlant de la *Loi sur la radiodiffusion*, de la *Loi sur les télécommunications* ainsi que de la *Loi canadienne anti-pourriel*. Le CRTC rend compte au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien et exécute son mandat à partir de ses bureaux situés dans la région de la capitale nationale et ailleurs au pays, grâce à la participation de conseillers nationaux et régionaux.

Dans le cadre de son mandat législatif, le CRTC s'est engagé dans une stratégie visant à assurer aux Canadiens l'accès à un système de communication de classe mondiale. Cet objectif primordial s'appuie sur les trois jalons suivants : créer, brancher et protéger.

Créer

Le CRTC contribue à l'existence d'un système de radiodiffusion grâce auquel les Canadiens ont accès à un contenu créatif varié et de qualité. La création d'émissions d'origines diverses, reflétant leurs attitudes, leurs opinions, leurs idées, leurs valeurs et leur créativité artistique, permet aux Canadiens de participer à la vie démocratique et culturelle du pays.

Brancher

Le CRTC contribue au maintien d'un système de communication qui permet à tous les Canadiens, y compris aux personnes handicapées, de se prévaloir de différents services de communication abordables et de qualité. Ce système de communication consolide le tissu socioéconomique de la nation et permet aux Canadiens d'accéder à un contenu canadien varié et de qualité, sur toute une diversité de plateformes.

Protéger

Les activités du CRTC permettent de renforcer la protection et la sécurité des Canadiens dans le cadre du système de communication. En incitant au respect des mesures législatives et réglementaires et en veillant à leur application, le CRTC consolide la participation des fournisseurs à une offre de services qui améliorent la sécurité des Canadiens et vise à faire réduire les communications commerciales non sollicitées.

2.0 Les Canadiens au cœur du système des communications

a) Priorité aux Canadiens

Le CRTC place les Canadiens au cœur du système de communication, à titre de citoyens, de créateurs et de consommateurs. Cette section donne un aperçu des questions qui intéressent particulièrement les Canadiens, c'est-à-dire les dépenses en matière de services de communication ainsi que la situation des connexions et la réduction des appels et des télécopies non sollicités liés au télémarketing. Cette section présente aussi les points saillants des régimes de contribution et de dépenses associés à la création de contenu canadien.

Quelles sont les caractéristiques d'un ménage canadien moyen?

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2012 de Statistique Canada, le revenu moyen par ménage canadien avant impôts, pour 2012, était de 79 943 $. Il variait de 67 030 $ à 73 260 $ pour les ménages de l'est de l'Ontario et de 73 672 $ à 106 846 $ pour les ménages de l'ouest de l'Ontario. Les ménages de l'Alberta affichaient le revenu moyen par ménage avant impôts le plus élevé, à 106 846 $, suivi de celui des ménages de l'Ontario, à 84 145 $.

D'un point de vue de quintile de revenu (chaque 20 % des ménages par revenu annuel moyen), le premier quintile disposait d'un revenu annuel moyen de 16 686 $. Ce quintile avait une moyenne de 1,46 membre par ménage. Le plus haut revenu de ce quintile était de 27 402 $. Le quintile médian montrait un revenu annuel moyen de 61 330 $. Il comptait une moyenne de 2,51 membres par ménage. Le revenu le plus élevé de ce quintile était 74 528 $. Les ménages formant le 20 % supérieur montraient des revenus annuels excédant 111 864 $. Le revenu annuel moyen était de l'ordre de 190 383 $. Ce quintile montrait une moyenne de 3,41 membres par ménage.

b) Régimes de contribution et de dépenses

Le Conseil utilise différentes approches pour atteindre les objectifs culturels, sociaux et économiques de la *Loi sur la radiodiffusion*. Une de ces approches est la mise sur pied de divers régimes de contributions et de dépenses.

En 2013, 3,2 milliards de dollars ont été versés par les fournisseurs de services de radiodiffusion et investis dans la poursuite de ces objectifs.

Tableau 2.0.1 Aperçu des régimes de contribution et de dépenses en programmation (millions $)

		2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Régimes de contribution/ dépenses	DCC par les services de radio et télévision	55	52	*-4,9*
	EDR			
	FMC, expression locale et fonds indépendants	383	391	*2,2*
	FAPL	112	75	*-33*
	Total – EDR	495	467	*-5,8*
	PPV and VOD (FMC et fonds indépendants)	11	11	*1,4*
Dépenses	DÉC de télévision	2 861	2 704	*-5,5*

Source : Données recueillies par le CRTC

c) Communication avec les Canadiens

En 2013, sur les 34 000 communications envoyées au Conseil par les Canadiens, 60 % concernaient les services de télécommunication et 32 % ceux de radiodiffusion.

Tableau 2.0.2 Nombre de communications du public canadien

	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Demandes de renseignements sur la radiodiffusion[1]	7 131	5 747	6 261	5 829	6 358	4 802
Plaintes liées à la radiodiffusion[1]	11 851	12 740	10 813	12 419	11 507	11 055
Plaintes liées aux télécommunications[2]	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	25 153

1. Pour une période de 12 mois : du 1er avril au 31 mars
2. Pour une période de 12 mois : du 1er janvier au 31 décembre

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC (Le système de comptage Rapids enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.)

d) Connexions

Le nombre moyen de connexions de services de communication par ménage est passé de 4,3 en 2009 à 4,5 en 2013, donnant lieu à un taux de croissance annuelle de 0,7 %. Cela reflète la croissance :

- des connexions des services sans fil ou cellulaires par ménage, qui ont augmenté de 3,4 % par an, soit de 1,78 en 2009 à 2,03 en 2013;
- des connexions Internet par ménage, qui ont augmenté de 1,5 % par an, soit de 0,75 en 2009 à 0,8 en 2013;
- des connexions aux EDR par ménage, qui ont augmenté de 0,3 % par an de 0,84 en 2009 à 0,85 en 2013.

Que sont les connexions?

« Connexion » désigne un accès par abonnement à un ou plusieurs des quatre services de base suivants : services téléphoniques locaux, services d'accès à Internet, services sans fil et services de distribution de radiodiffusion, comme la câblodistribution, la distribution par satellite ou la télévision par protocole Internet (IPTV).

La croissance des connexions par ménage a été partiellement neutralisée par une réduction de 3,3 % des connexions téléphoniques locales par ménage, soit de 0,95 en 2009 à 0,83 en 2013.

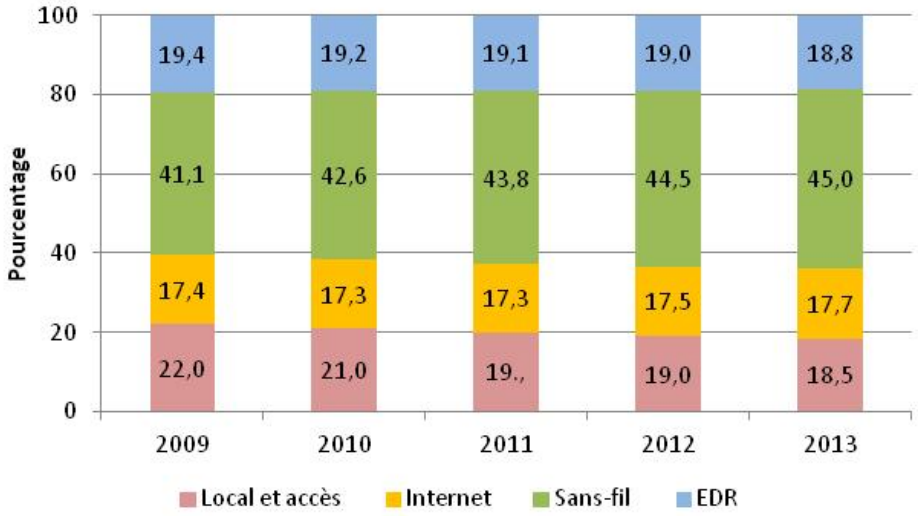
Tableau 2.0.3 Nombre de connexions des ménages (millions)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Services locaux et d'accès	12,7	12,6	12,3	12,0	11,7	*-2,1*
Croissance (%)	*-2,3*	*-0,8*	*-2,7*	*-2,7*	*-2,2*	
Services Internet	10,1	10,4	10,7	11,0	11,3	*2,8*
Croissance (%)	*2,6*	*3,1*	*2,9*	*3,0*	*2,3*	
Services sans fil mobiles	23,7	25,6	27,1	27,9	28,5	*4,7*
Croissance (%)	*7,8*	*7,8*	*5,8*	*3,1*	*2,2*	
Services par câble	11,2	11,5	11,8 #	11,9 #	11,9	*1,6*
Croissance (%)	*2,1*	*2,9*	*2,5*	*1,0*	*-0,1*	
Nombre total de connexions	57,7	60,1	61,8	62,8	63,4	*2,4*
Croissance (%)	*3,4*	*4,1*	*2,9*	*1,5*	*1,0*	
Nombre moyen de connexions par ménage	4,3	4,4	4,5	4,5	4,5	*0,7*
Croissance (%)	*3,2*	*1,9*	*1,0*	*1,3*	*-1,3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre moyen de connexions par ménage de 2009 à 2013. Les connexions de services sans fil mobiles incluent les services de résidence et d'affaires ainsi que les abonnements aux forfaits de données des services sans fil mobiles. En 2013, les Canadiens ont établi 4,5 connexions simultanées comparativement à 4,3 en 2009. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Graphique 2.0.1 Connexions des services de résidence, par type de connexion



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à barres illustre, en pourcentage, la répartition des connexions par service. En 2013, le pourcentage des connexions des services sans fil était deux fois supérieur à celui des connexions des services filaires, à celui des connexions des services Internet et à celui des services des EDR. Chaque type de connexion représentait moins de 20 % du total des connexions.

Les connexions des services sans fil mobiles incluent les services de résidence et d'affaires ainsi que les abonnements aux forfaits de données des services sans fil mobiles.

Tableau 2.0.4 Nombre d'abonnements comprenant des forfaits (millions)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Nombre d'abonnements comprenant des forfaits	7,5	8,8	9,4	10,0	10,4	*8,6*
Croissance annuelle	*30,4 %*	*17,1 %*	*6,4 %*	*6,3 %*	*4,1 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le nombre d'abonnements à des forfaits de 2009 à 2013. Les abonnements comprennent deux ou plus des services suivants : téléphonie locale, Internet, téléphonie sans fil mobile et distribution par câble. Cette analyse ne tient pas compte des forfaits incluant les appels interurbains et les fonctions téléphoniques.

En 2013, on comptait plus de 10,4 millions d'abonnements à rabais mensuels pour des forfaits.

e) Services de communication aux communautés de langue officielle en situation minoritaire

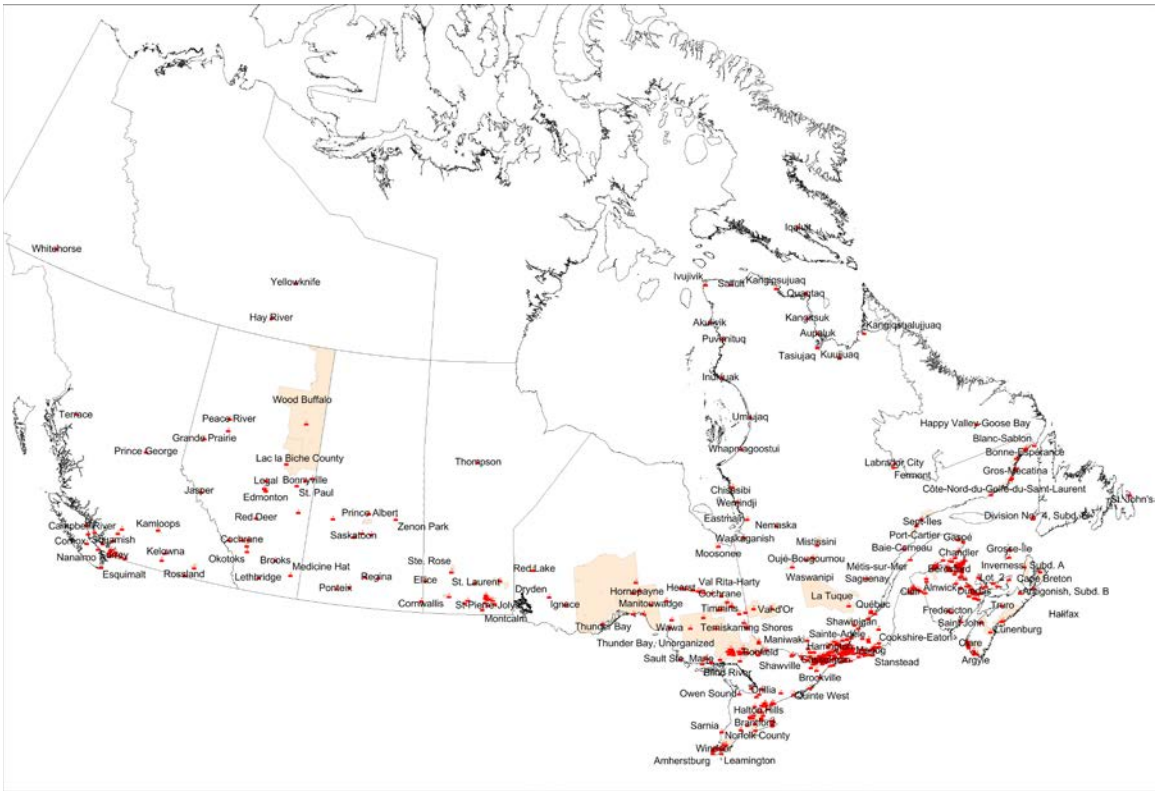
Le CRTC est tenu en vertu de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles* de veiller à ce que des mesures positives soient prises afin de favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada, d'appuyer leur développement et de promouvoir la pleine reconnaissance de l'usage du français et de l'anglais dans la société canadienne.

Ces objectifs sont reflétés à l'article 3 de la *Loi sur la radiodiffusion*, laquelle établit la politique de radiodiffusion que le CRTC doit s'efforcer de mettre en place par la surveillance et la réglementation du système de radiodiffusion canadien. Plusieurs des objectifs de la politique établie dans la *Loi sur la radiodiffusion* portent sur la création d'un système canadien de radiodiffusion qui doit tenir compte de la dualité linguistique du Canada et refléter les besoins des deux communautés de langue officielle anglaise et française en situation minoritaire.

La *Loi sur les télécommunications* énonce également un certain nombre d'objectifs de politique de télécommunications concernant les membres des communautés de langue anglaise et de langue française en situation minoritaire au Canada.

Cette section a été élaborée en vue de fournir des détails sur l'accès des membres des communautés de langue officielle en situation minoritaire à des services de communication dans leur propre langue.

Carte 2.0.1 Répartition géographique des communautés de langue officielle en situation minoritaire



Source : Équipe de recherche, Direction des langues officielles, Patrimoine Canada, d'après les données de la Fédération nationale des conseils scolaires francophones, du Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport du Québec et l'analyse des données du CRTC

Cette carte indique la répartition géographique des communautés dont une école dessert des groupes en situation minoritaire. Il existe des communautés de langue officielle en situation minoritaire partout au Canada. Plus de 85 % d'entre elles sont situées en Ontario, au Québec et dans les provinces de l'Atlantique.

Tableau 2.0.5 Pourcentage de la population de langue officielle en situation minoritaire par province et territoire (2012)

Province/territoire	Pourcentage de population de langue officielle minoritaire
Colombie-Britannique	1.4
Alberta	2.0
Saskatchewan	1.7
Manitoba	3.6
Ontario	4.0
Québec	8.0
Nouveau-Brunswick	31.6
Nouvelle-Écosse	3.5
Île-du-Prince-Édouard	3.8
Terre-Neuve-et-Labrador	0.5
Le Nord	2.8
Canada	4.8

Source : Recensement 2011, Statistique Canada

On peut utiliser un certain nombre de critères différents pour déterminer la langue d'une personne : la première langue apprise à la maison, la langue parlée à la maison et la langue des études.

Aux fins de ce rapport, les pourcentages de population en situation minoritaire sont basés sur la première langue apprise à la maison dans l'enfance et toujours comprise par la personne lors du recensement 2011.

Les données excluent les pensionnaires d'établissements institutionnels.

Ce tableau indique le pourcentage de la population dont la langue maternelle est une langue officielle en situation minoritaire, par province et territoire. Dans toutes les provinces et territoires, sauf le Québec, la langue officielle en situation minoritaire est le français. Le Nouveau-Brunswick affiche le plus haut pourcentage de population en situation minoritaire à 32 %. Le Québec est deuxième à 8 %.

Les communautés de langue officielle en situation minoritaire ont accès à du contenu dans leur propre langue, à des degrés divers. Plus de 72 % de ces communautés reçoivent les services de radio et 62 % d'entre elles ont accès aux services de télévision en direct, généralement par la Société Radio-Canada. Elles sont également desservies par d'autres services de communication dont les suivants : la distribution par câble, les services Internet à large bande et les services sans fil mobiles à large bande. Grâce à de tels services, les ménages de langue officielle en situation minoritaire peuvent se connecter avec d'autres et accéder à du contenu dans leur première langue officielle.

Pour ces communautés, le grand défi est de pouvoir accéder à du contenu local dans leur propre langue. Bien que le présent rapport ne vise pas à évaluer le contenu de la programmation locale, il donne une bonne indication sur les services d'accès à la radio et à la télévision locales que les ménages de langue officielle en situation minoritaire peuvent obtenir dans leur propre langue. Cela est présenté dans le tableau suivant :

Tableau 2.0.6 Ménages des communautés de langue officielle en situation minoritaire (en pourcentages) ayant accès à des services de communication dans leur propre langue, par région et par service (2013)

Province/territoire	Radio	Télévision	Distribution par câble (sauf SRD)	Internet à large bande	Sans fil mobiles à large bande
Colombie-Britannique	71	49	94	96	98
Alberta	77	33	90	99	99
Saskatchewan	55	16	74	99	99
Manitoba	78	62	75	99	99
Ontario	71	34	88	97	99
Québec	83	87	93	96	99
Nouveau-Brunswick	94	46	93	99	99
Nouvelle-Écosse	75	1	76	99	99
Île-du-Prince-Édouard	64	0	60	89	99
Terre-Neuve-et-Labrador	56	0	82	85	95
Le Nord	51	0	75	97	84
Canada	72	62	91	97	99

Source : Recensement 2011 de Statistique Canada; données recueillies par le CRTC et analyse du personnel du CRTC

Ce tableau présente les pourcentages des ménages des communautés de langue officielle en situation minoritaire dans chaque province et territoire qui ont accès, dans leur première langue officielle, à des services de radio, de télévision, de distribution par câble (mais pas par satellite généralement accessible à tout le monde), à des services Internet à large bande et des services sans fil mobiles à large bande.

f) Taux de pénétration des services téléphoniques

Depuis 2009, les taux de pénétration des services téléphoniques, qui évaluent la mesure dans laquelle les ménages s'abonnent aux services téléphoniques (ce qui comprend les services téléphoniques filaires et sans fil mobiles), sont demeurés relativement stables à 99,2 abonnés par 100 ménages. Toutefois, au cours de cette période, le nombre de ménages abonnés aux services téléphoniques filaires est passé de 89,3 à 83,5 abonnés par 100 ménages, tandis que le nombre de ménages abonnés aux services téléphoniques sans fil est passé de 77,2 à 81,4 abonnés par 100 ménages.

La pénétration des services sans fil mobiles était la plus élevée en Alberta avec 90,1 abonnés par 100 ménages, suivie par l'Ontario à 83,9 abonnés par 100 ménages. Dans les deux cas, cela dépassait leurs taux de pénétration respectifs des services filaires.

Tableau 2.0.7 Taux provinciaux de pénétration des services téléphoniques – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages (2012)

Province	Services filaires	Services sans fil mobiles	Services filaires et/ou sans fil mobiles	Filaire seulement	Sans fil mobiles seulement
Colombie-Britannique	79,4	83,7	98,9	15,2	19,5
Alberta	80,7	90,1	99,6	9,5	18,9
Saskatchewan	83,9	84,2	98,9	14,7	15,0
Manitoba	83,1	80	99,8	19,8	16,7
Ontario	82,4	83,9	99,3	15,4	16,9
Québec	87,5	70,4	99,1	28,7	11,6
Nouveau-Brunswick	88,2	79,4	99,5	20,1	11,3
Nouvelle-Écosse	85,4	80	99,4	19,4	14
Île-du-Prince-Édouard	85,1	79,2	98,2	19	13,1
Terre-Neuve-et-Labrador	88,9	83,3	99,4	16,1	10,5
Canada	83,5	81,4	99,2	17,8	15,7

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Ce tableau montre les taux de pénétration des services filaires et sans fil mobiles pour chaque tranche de 100 ménages par province. Les colonnes intitulées « Services filaires » et «Services sans fil mobiles » donnent le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service filaire ou un service mobile sans fil. La colonne intitulée « Services filaires et/ou sans fil mobiles » donne le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service téléphonique, filaire ou mobile sans fil ou aux deux.

Les données de 2013 n'étaient pas disponibles. Les résultats de l'Enquête sur les dépenses des ménages menée par Statistique Canada sont publiés environ deux ans après la cueillette de données.

Le quintile des ménages canadiens ayant le plus bas revenu affichait un taux de pénétration des services téléphoniques de 97,4. C'est dans ce quintile que se trouvait le plus haut taux de pénétration des services téléphoniques pour les abonnés aux services filaires seulement (35,7) et les abonnés aux services téléphoniques sans fil mobiles seulement (22,8). Le nombre d'abonnés à un seul service, c'est-à-dire ou filaire ou sans fil, a diminué avec l'augmentation du revenu des ménages qui pouvaient alors s'abonner aux deux types de services en même temps.

Tableau 2.0.8 Taux de pénétration des services téléphoniques au Canada – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages

Année	Services filaires	Services sans fil mobiles	Services filaires et/ou sans fil mobiles	Filaire seulement	Sans fil mobiles seulement
2002	97,0	51,6	98,7	47,1	1,7
2003	96,3	53,9	98,8	44,9	2,5
2004	96,2	58,9	98,9	40,0	2,7
2005	94,0	s,o,	98,8	s,o,	4,8
2006	93,6	66,8	98,6	31,8	5,0
2007	92,5	71,9	98,8	26,9	6,3
2008	91,1	74,3	99,1	24,8	8,0
2009	89,3	77,2	99,3	22,1	10,0
2010	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2
2011	86,5	79,4	99,3	19,9	12,8
2012	83,5	81,4	99,2	17,8	15,7

Sources : Statistique Canada, Abordabilité (2002-2007) et Enquête sur le service téléphonique résidentiel (2008-2012)

Ce tableau montre les taux de pénétration des services filaires et sans fil mobiles pour chaque tranche de 100 ménages par quintile de revenu. Les colonnes intitulées « Services filaires » et « Services sans fil mobiles » donnent le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service filaire ou un service sans fil mobile. La colonne intitulée « Services filaires et/ou sans fil mobiles » donne le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service téléphonique, filaire ou sans fil mobile ou aux deux.

Les données de 2013 n'étaient pas disponibles. Les résultats de l'Enquête sur les dépenses des ménages menée par Statistique Canada sont publiés environ deux ans après la cueillette de données.

Tableau 2.0.9 Taux de pénétration des services téléphoniques au Canada, par quintile de revenus – Abonnés des services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages

Quintile de revenus	Année	Services filaires	Services sans fil mobiles	Services filaires et/ou sans fil mobiles	Services filaires seulement	Services sans fil mobiles seulement
Premier	2010	82,2	54,9	97,3	42,4	15,1
	2011	76,0	57,3	97,3	40,0	21,3
	Variation (%)	*-7,5*	*4,4*	*0,0*	*-5,7*	*41,1*
	2012	74,6	61,7	97,4	35,7	7,0
	Variation (%)	*-1,8*	*7,7*	*0,1*	*-10,8*	*7,0*
Deuxième	2010	85,7	71,1	99,7	28,6	14,0
	2011	86,0	72,3	99,8	27,5	13,8
	Variation (%)	*0,4*	*1,7*	*0,1*	*-3,8*	*-1,4*
	2012	80,3	75,1	99,5	24,4	19,2
	Variation (%)	*-6,6*	*3,9*	*-0,3*	*-11,3*	*39,1*
Troisième	2010	89,3	82,0	99,8	17,8	10,5
	2011	85,1	85,3	99,7	14,4	14,6
	Variation (%)	*-4,7*	*4,0*	*-0,1*	*-19,1*	*39,0*
	2012	82,8	85,9	99,7	13,8	16,9
	Variation (%)	*-2,7*	*0,7*	*0,0*	*-4,2*	*15,8*
Quatrième	2010	93,1	89,7	99,9	10,2	6,8
	2011	91,3	89,8	99,9	10,1	8,6
	Variation (%)	*-1,9*	*0,1*	*0,0*	*-1,0*	*26,5*
	2012	87,4	91,0	99,8	8,8	12,4
	Variation (%)	*-4,3*	*1,3*	*-0,1*	*-12,9*	*44,2*
Cinquième	2010	95,3	93,5	100,0	6,5	4,7
	2011	94,1	92,0	100,0	8,0	5,9
	Variation (%)	*-1,3*	*-1,6*	*0,0*	*23,1*	*25,5*
	2012	92,4	93,4	99,7	6,3	7,3
	Variation (%)	*-1,8*	*1,5*	*-0,3*	*-21,3*	*23,7*
Tous les ménages	2010	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2
	2011	86,5	79,4	99,3	19,1	12,8
	Variation (%)	*-2,9*	*1,5*	*0,0*	*-5,7*	*25,5*
	2012	83,5	81,4	99,2	17,8	15,7
	Variation (%)	*-3,5*	*2,5*	*-0,1*	*-6,8*	*22,7*

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Ce tableau montre les taux de pénétration des services filaires et sans fil mobiles pour chaque tranche de 100 ménages par quintile de revenus. Les colonnes intitulées « Services filaires » et « Services sans fil mobiles » donnent le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service filaire ou un service sans fil mobile. La colonne intitulée « Services filaires et/ou sans fil mobile » donne le nombre par centaine de ménages qui sont abonnés à au moins un service téléphonique, filaire ou sans fil mobile, ou aux deux.

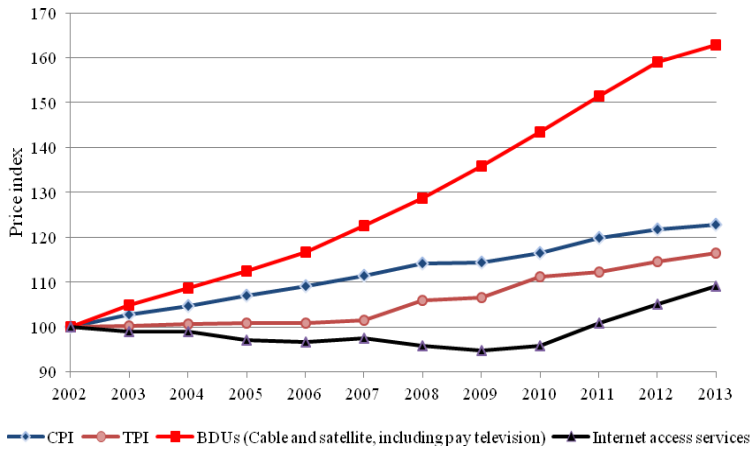
Les données de 2013 n'étaient pas disponibles. Les résultats de l'Enquête sur les dépenses des ménages menée par Statistique Canada sont publiés environ deux ans après la cueillette de données.

Les limites supérieures du premier au quatrième quintile sont les suivantes : 27 k$, 48 k$, 74 k$ et 112 k$.

g) Prix des services de communication de résidence

Le prix des services de communication a augmenté de façon générale en 2013. Les prix des ensembles de services téléphoniques, des ensembles de services par câble, par satellite et de télévision par protocole Internet (IPTV) ainsi que des ensembles de services d'accès Internet ont dépassé le taux d'inflation, comme mesuré par la variation dans l'indice des prix à la consommation (IPC). En 2013, l'inflation était de 0,9 %, tandis que le prix d'un ensemble de services téléphoniques a connu une hausse de 1,6 %, celui d'un ensemble de services par câble, par satellite et d'IPTV de 2,4 %, et celui d'un ensemble de services d'accès Internet de 3,7 %.

Graphique 2.0.2 Indices des prix (IPST, EDR [câble, satellite et IPTV incluant la télévision payante], services d'accès Internet et IPC)



Source : Statistique Canada

Qu'est-ce qu'un ensemble?

Ensemble de services téléphoniques

L'indice des prix du service téléphonique (IPST) reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services téléphoniques. Cet ensemble reflète une moyenne pondérée des dépenses des consommateurs à l'égard des services locaux de base, d'autres services locaux (options, fonctions, etc.) et interurbains, et des services d'installation et de réparation, mais l'IPST ne comprend pas les dépenses au titre des services Internet.

Ensemble de services par câble, de services par satellite et de services d'IPTV

L'indice de prix des EDR reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services de télévision par câble. L'ensemble inclut tant le service de base que le service de câble étendu. Le service de câble de base est le service minimal auquel doivent être abonnés tous les clients. Le service de câble étendu est l'ensemble le plus populaire de canaux additionnels. L'indice de prix des EDR ne tient pas compte des réductions associées aux forfaits.

Ce graphique illustre l'indice des prix à la consommation (IPC) et l'indice des prix de 2002 à 2013 pour les trois ensembles suivants : les services téléphoniques, les EDR et l'accès Internet.

L'IPC est un indicateur des changements des prix à la consommation au sein d'un groupe ciblé de la population. L'IPC mesure les changements de prix en comparant, dans le temps, le prix d'un ensemble déterminé de biens et de services.

h) Dépenses des consommateurs en services de communication

Les dépenses en services de communication des Canadiens sont passées de 185 $ par mois par ménage en 2012 à 191 $ en 2013, une augmentation de 3,2 %. L'augmentation découlait en grande partie des dépenses plus importantes en services sans fil et Internet, qui ont augmenté de 2,8 % et 14,3 %, respectivement. Cela est en grande partie attribuable à la consommation accrue de données par services sans fil mobiles et à la demande plus importante de vitesses plus élevées par Internet à large bande.

Que comprennent les dépenses en services de communication?

Les services de communication comprennent les services de téléphonie locale (y compris les services téléphoniques spécifiques et les services d'installation et de réparation), les services interurbains, les services Internet, les services sans fil et les services des EDR.

La taxe de vente est exclue de l'analyse des dépenses en services de communication.

Les Canadiens ont réduit leurs dépenses en services téléphoniques filaires de 34,86 $ par mois par ménage à 32,86 $, soit une réduction de 5,8 %. Les consommateurs réduisent leur consommation de services téléphoniques filaires. Les facteurs contributifs comprennent notamment, mais non exclusivement, l'adoption des services sans fil et l'élimination du second service téléphonique filaire des ménages. En 2013, chaque ménage disposait, en moyenne, de deux abonnements aux services sans fil mobiles.

En 2013, les ménages canadiens tendaient à dépenser moins pour les services Internet, qui représentaient 17,2 % de leurs dépenses en services de communication, comparativement à 36,3 % en services sans fil. Les ménages du quintile inférieur tendaient à attribuer la majeure partie de leurs dépenses en communication aux services par câble et aux services de distribution par SRD (37,45 $ par mois par ménage) suivis par les services sans fil (34,92 $ par mois par ménage); tandis que ceux du quintile supérieur préféraient les services de téléphonie sans fil mobiles (109,50 $ par mois par ménage), suivis par les services par le câble et les services de distribution par SRD (71,58 $ par mois par ménage).

Tableau 2.0.10 Dépenses des ménages en services de communication comme pourcentage du revenu annuel, par quintile (2012)

Caractéristiques	Quintile inférieur (revenu de moins de 27 875 $)	Deuxième quintile (revenu de 27 875 $ à 48 426 $)	Troisième quintile (revenu de 48 426 $ à 74 032 $)	Quatrième quintile (revenu de 74 032 $ à 111 639 $)	Quintile supérieur (revenu de plus de 111 639 $)	Moyenne
Revenu annuel moyen	17 312 $	37 937 $	60 559 $	90 855 $	179 659 $	77 269 $
Membres par ménage	1,47	2,10	2,57	2,90	3,34	2,48
Pourcentage ayant récemment changé d'adresse (2010-2011)	25,6 %	20,4 %	19,3 %	14,5 %	9,7 %	17,9 %
Dépenses en services de communication comme pourcentage du revenu	8,4 %	4,7 %	3,6 %	2,8 %	1,7 %	2,8 %

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Ce tableau indique le revenu moyen par ménage, le nombre de personnes par ménage, le pourcentage des ménages qui ont récemment déménagé et les dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu par quintile.

Tableau 2.0.11 Dépenses mensuelles des ménages en services de communication, par service et par quintile ($/mois/ménage)

Service	Année	Quintile inférieur	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Quintile supérieur	Tous les quintiles
Téléphonie filaire	2011	33,91	33,51	37,01	42,56	42,39	37,66
	2012	29,06	33,05	34,28	37,18	40,73	34,86
	Variation (%)	*-14,3*	*-1,4*	*-7,4*	*-12,6*	*-3,9*	*-7,4*
	2013	27,92	30,72	31,38	34,55	39,78	32,85
	Variation (%)	*-3,9*	*-7,0*	*-8,5*	*-7,1*	*-2,3*	*-5,8*
Téléphonie sans fil mobile	2011	31,58	43,33	58,25	73,00	98,50	60,92
	2012	32,92	48,58	67,92	80,42	107,08	67,42
	Variation (%)	*4,2*	*12,1*	*16,6*	*10,2*	*8,7*	*10,7*
	2013	34,92	50,33	68,67	83,33	109,5	69,33
	Variation (%)	*6,1*	*3,6*	*1,1*	*3,6*	*2,3*	*2,8*
Internet	2011	18,45	25,47	31,80	34,65	39,28	29,95
	2012	21,42	26,49	33,03	35,64	40,32	30,95
	Variation (%)	*16,1*	*4,0*	*3,9*	*2,9*	*2,6*	*3,3*
	2013	21,48	30,53	39,33	40,95	44,74	35,37
	Variation (%)	*0,3*	*15,3*	*19,1*	*14,9*	*11,0*	*14,3*
Câble et distribution par SRD	2011	37,99	45,76	52,09	59,35	67,11	52,42
	2012	35,55	46,93	51,79	55,95	70,00	52,02
	Variation (%)	*-6,4*	*2,6*	*-0,6*	*-5,7*	*4,3*	*-0,8*
	2013	37,45	46,77	88,17	60,20	71,58	53,56
	Variation (%)	*5,3*	*-0,3*	*70,2*	*7,6*	*2,3*	*3,0*
Total des services de communication	2011	121,75	148,03	179,26	209,60	247,34	180,95
	2012	118,94	155,04	187,02	209,18	258,14	185,25
	Variation (%)	*-2,3*	*4,7*	*4,3*	*-0,2*	*4,4*	*2,4*
	2013	121,76	158,35	227,54	219,03	265,60	191,12
	Variation (%)	*2,4*	*2,1*	*21,7*	*4,7*	*2,9*	*3,2*

Sources : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, données recueillies par le CRTC et analyse réalisée par le personnel du CRTC

Ce tableau indique les dépenses mensuelles des ménages en services de communication par service et par quintile de revenus ($/mois/ménage) pour 2011, 2012 et 2013. Le service de téléphonie filaire ne comprend pas l'achat et la location d'équipement.

Les données de ce tableau ont été calculées en divisant les revenus des services de résidence filaires, sans fil mobiles, Internet, de câble et de SRD par le nombre moyen de ménages. Les résultats ont ensuite été divisés par 12 pour obtenir un montant mensuel.

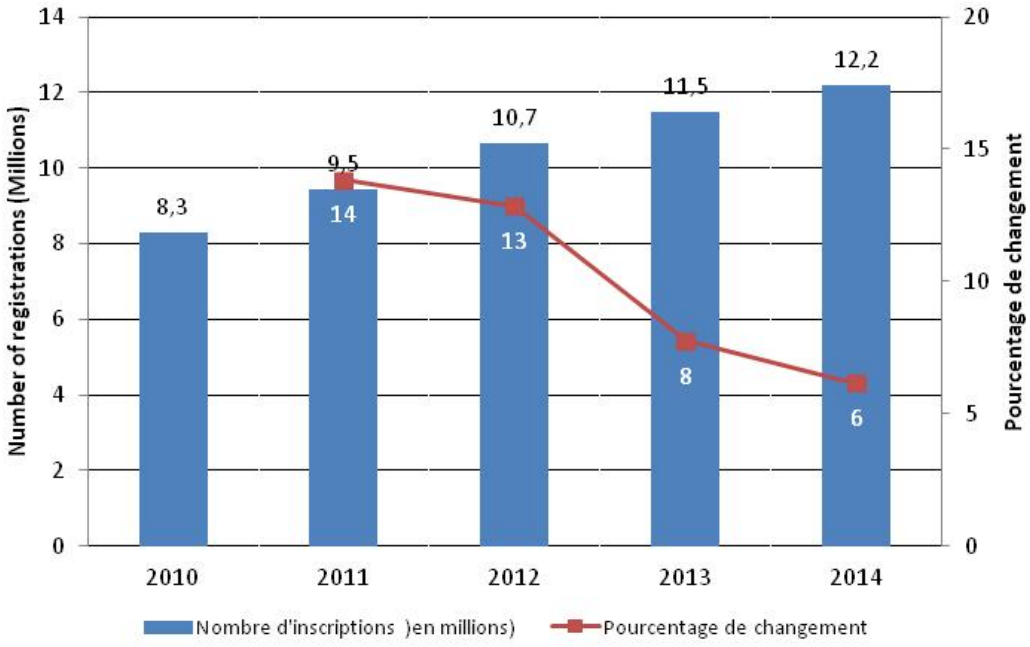
Les résultats par quintile ont été calculés par rapport aux résultats par quintile de dépenses de la plus récente Enquête sur les dépenses des ménages canadiens de Statistique Canada (2012).

i) Télémarketing

Depuis 2008, les Canadiens sont en mesure d'inscrire leurs numéros de téléphone sur la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNNTE) gratuitement afin de réduire le nombre d'appels et de télécopies non sollicités liés au télémarketing qu'ils reçoivent. La LNNTE est un élément essentiel des Règles du Conseil sur les télécommunications non sollicitées. Ces règles comprennent les Règles de télémarketing, les Règles de la LNNTE et les Règles sur les composeurs-messagers automatiques (Règles). Les télévendeurs et les organismes qui retiennent leurs services sont tenus de se familiariser avec les Règles et de les suivre.

Du 1er avril 2013 au 31 mars 2014, le CRTC a envoyé 29 avis de violation accompagnés de sanctions administratives pécuniaires totalisant un peu plus d'un million de dollars. Depuis l'entrée en vigueur de la LNNTE jusqu'au 31 mars 2014, le CRTC a envoyé 91 avis de violation accompagnés de sanctions administratives pécuniaires totalisant plus de 5 millions de dollars.

Graphique 2.0.3 Nombre d'inscriptions sur la LNNTE



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique indique le nombre d'inscriptions sur la LNNTE et leur croissance annuelle de 2010 à 2014. Toutes les données se rapportent à une période de 12 mois se terminant le 31 mars. La croissance annuelle du nombre de Canadiens inscrivant leur numéro de téléphone sur la LNNTE est en baisse.

Tableau 2.0.12 Statistiques clé de la LNNTE

		2011	2012	2013	2014
Nombre d'inscriptions (millions)		9,5	10,7	11,5	12,2
	Variation (%)	*13,9*	*12,9*	*7,7*	*6,0*
Accès des télévendeurs		8 478	9 396	10 228	10 894
	Variation (%)	*s.o.*	*10,8*	*8,9*	*6,5*
Nombre de plaintes (milliers)		s.o.	133,7	148,8	128,2
	Variation (%)		*s.o.*	*11,3*	*-13,8*
Nombre de plaintes (par 1 000 inscriptions)		s.o.	12,5	12,9	10,5
	Variation (%)		*s.o.*	*3,3*	*-18,6*

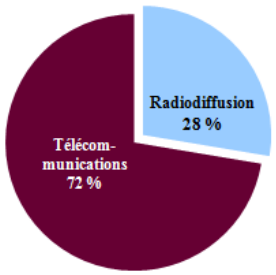
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne les principales statistiques de la LNNTE : le nombre d'inscriptions sur la liste, l'accès des télévendeurs, le nombre de plaintes total et par 1 000 inscriptions, entre 2011 et 2014. L'accès des télévendeurs signifie le nombre des télévendeurs du Canada et de l'étranger qui sont enregistrés auprès de l'administrateur de la LNNTE. Toutes les données se rapportent à une période de 12 mois se terminant le 31 mars.

3.0 L'industrie des services de communications

La présente section examine globalement les industries des services de radiodiffusion et de télécommunication (l'industrie canadienne des services de communication).

Graphique 3.0.0 Revenus de l'industrie (61,9 milliards $, 2013)



Elle présente le rendement financier d'entités canadiennes de services de communication ainsi que bon nombre d'indicateurs financiers, comme les revenus sur une période de cinq ans. Quelques-unes des caractéristiques de l'industrie telles que la propriété, ainsi que la mesure dans laquelle les acteurs de l'industrie offrent des services de communication au-delà de leur services principaux traditionnels sont également examinées. En 2006, les revenus des FST titulaires constituaient environ 59 % du total des revenus des services de communication et ceux des entreprises de câblodistribution, 23 %. À la fin de 2013, leurs revenus représentaient respectivement 50 % et 32 % des revenus des services de communication totaux. Le rendement financier des secteurs particuliers au sein de la radiodiffusion et des télécommunications est exposé dans les sections 4 et 5.

Tableau 3.0.0 Aperçu de l'industrie des services de communication

Revenus (milliards $)	2012		2013	*Croissance (%)*
Services de communication	60,8		61,9	*1,9*
Radiodiffusion	16,9		17,1	*1,3*
Radio	1,6		1,6	*0,2*
Télévision	6,5		6,5	*-0,2*
EDR	8,8		9,0	*2,7*
Télécommunications	43,9		44,8	*2,0*
Revenus des services de communication par type de fournisseur				
FST titulaires	30,3		31,0	*2,2*
Entreprises de câblodistribution	19,6		20,1	*2,4*
Autres	10,9	#	10,9	*néant*

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu de l'état de l'industrie des services de communication au Canada. Il indique le total des revenus de l'industrie ainsi que les revenus individuels de la radiodiffusion et des télécommunications et de leurs composantes, en 2012 et en 2013. Le dynamisme de l'industrie des services de communication contribue à l'atteinte des objectifs énoncés dans la *Loi sur les télécommunications* et la *Loi sur la radiodiffusion*. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

a) Revenus

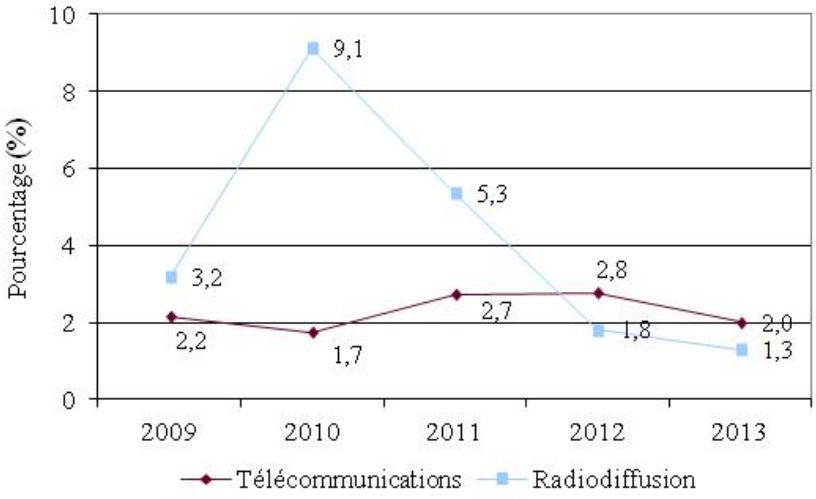
Tableau 3.0.1 Revenus des services de communication (milliards $)

	2009		2010		2011		2012		2013	*TCAC 2009-2013*
Télécommunications										
Filaire	24,0		23,6		23,6		23,6		23,7	*-0,4 %*
Croissance (%)	*-0,6*		*-1,7*		*0,0*		*-0,3*		*0,4*	
Sans fil	16,9		18,0		19,1		20,4		21,2	*5,8 %*
Croissance (%)	*5,3*		*6,6*		*6,2*		*6,5*		*3,8*	
Sous-total	40,9		41,6		42,8		43,9		44,8	*2,3 %*
Croissance (%)	*2,2*		*1,7*		*2,7*		*2,8*		*2,0*	
Radiodiffusion										
Radio AM et FM	1,5		1,6		1,6		1,6		1,6	*0,4 %*
Croissance (%)	*-5,4*		*2,9*		*3,9*		*0,4*		*0,2*	
Télévision	5,5	#	6,1	#	6,4	#	6,5		6,5	*4,4 %*
Croissance (%)	*0,1*		*10,6*		*5,4*		*1,9*		*-0,2*	
EDR	7,4	#	8,1	#	8,6	#	8,8	#	9,0	*5,9 %*
Croissance (%)	*7,6*		*9,3*		*5,6*		*2,0*		*2,7*	
Sous-total	14,4		15,7		16,6		16,9		17,1	*4,7 %*
Croissance (%)	*3,2*		*9,1*		*5,3*		*1,8*		*1,3*	
Total des revenus	55,3		57,4		59,3		60,8		61,9	*2,8 %*
Croissance (%)	*2,1*		*3,7*		*3,4*		*2,5*		*1,9*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus constituent le principal outil pour mesurer la performance de l'industrie des communications. Ce tableau indique la croissance des revenus des fournisseurs de services de télécommunication (FST) et des radiodiffuseurs, y compris les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) ainsi que le taux de croissance annuel composé. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Graphique 3.0.1 Taux de croissance annuel des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (2009-2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Le taux de croissance annuel est un indicateur des grandes tendances de l'industrie des communications. Ce graphique illustre le taux de croissance annuel des industries des services de télécommunication et de radiodiffusion de 2009 à 2013.

Tableau 3.0.2 Revenus de l'industrie par type de fournisseur (milliers $)

	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2010-2013*
FST titulaires					
Télécommunications	27,2	27,7	28,0	28,3	*1,3 %*
Croissance (%)	*-0,1*	*1,8*	*1,0*	*1,1*	
EDR	1,9	2,1	2,4	2,7	*12,6 %*
Croissance (%)	*14,2*	*12,6*	*10,3*	*15,1*	
Sous-total	29,1	29,8	30,3	31,0	*2,1 %*
Croissance (%)	*0,7*	*2,5*	*1,7*	*2,2*	
Autres fournisseurs dotés d'installations	0,7	0,9	1,2	1,2	*19,6 %*
Croissance (%)	*-1,3*	*21,0*	*34,0*	*5,6*	
Revendeurs	1,5	1,5	1,5	1,5	*0,8 %*
Croissance (%)	*-3,5*	*-0,8*	*2,3*	*0,9*	
Entreprises de câblodistribution					
Télécommunications	12,2	12,7	13,3	13,8	*4,1 %*
Croissance (%)	*7,1*	*4,0*	*4,2*	*4,0*	
EDR	6,2	6,5	6,3	6,3	*0,2 %*
Croissance (%)	*7,9*	*3,7*	*-1,9*	*-1,0*	
Sous-total	18,5	19,2	19,6	20,1	*2,8 %*
Croissance (%)	*7,3*	*3,9*	*2,2*	*2,4*	
Radiodiffusion – Autres entités	7,6	8,0	8,2	8,1	*2,2 %*
Croissance (%)	*8,9*	*4,9*	*2,6*	*-0,9*	
Total des revenus	57,4	59,3	60,8	61,9	*2,6 %*
Croissance (%)	*3,7*	*3,4*	*2,4*	*1,9*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Divers fournisseurs utilisent toute une gamme de technologies pour fournir aux Canadiens des services de télécommunication et de radiodiffusion. Ce tableau énumère les différents types de fournisseur de services de télécommunication et de radiodiffusion ainsi que les variations du revenu annuel total de chaque industrie de 2010 à 2013.

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 3.0.3 Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications

Année	Pourcentage des revenus des entreprises de câblodistribution tirés des services de télécommunication	Pourcentage des revenus des FST titulaires tirés des services de radiodiffusion
2013	68,7	8,8
2012	67,7	7,8
2011	66,3	7,2
2010	66,2	6,5
2009	66,4	5,8
2008	66,1	5,3
2007	64,7	4,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne le pourcentage des revenus que les entreprises de câblodistribution perçoivent des services de télécommunication et celui que les FST titulaires (compagnies de téléphone traditionnelles) perçoivent des services de télévision. Il reflète l'état de la convergence dans l'industrie entre 2007 et 2013. Les services de télécommunication incluent la téléphonie locale et l'interurbain, Internet, la transmission de données, la liaison spécialisée et les services sans fil.

Tableau 3.0.4 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs

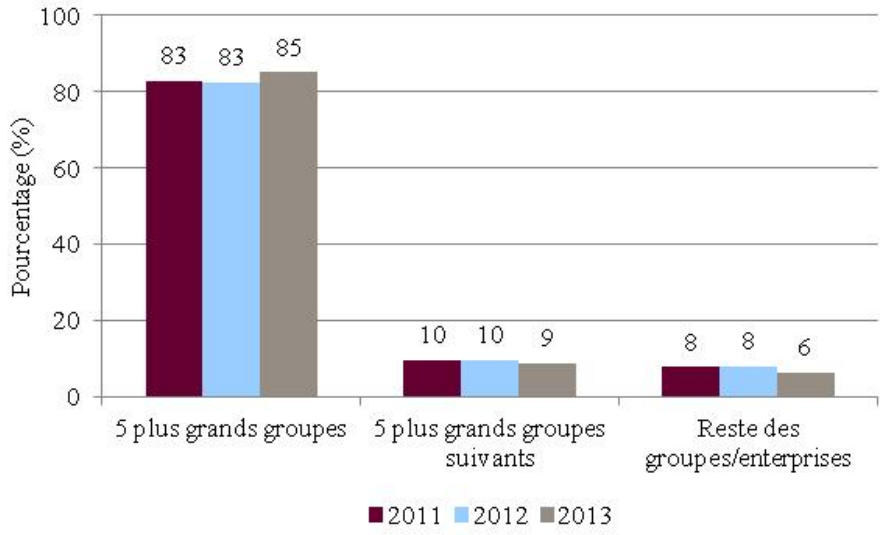
Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre d'entreprises ayant fait un rapport et exploitées dans ces secteurs			% des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés dans ces secteurs		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
11	3	3	3	62	61	63
10	0	0	0	0	0	0
9	1	1	1	5	5	5
8	4	5	6	23	24	25
7	1	1	0	1	1	0
6	6	3	2	0	0	0
5	11	14	12	0	0	0
4	22	24	17	3	3	2
3	35	39	31	1	2	1
2	44	36	28	2	2	1
1	217	233	186	2	3	2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau compare le nombre de différents services offerts par des fournisseurs de services de communication avec le pourcentage des revenus générés. Les données indiquent que les trois fournisseurs qui offrent des services dans les 11 secteurs du marché canadien (radio, télévision, EDR, services spécialisés, services sur demande, services payants, services à la carte de l'industrie de radiodiffusion, ainsi que la téléphonie locale et l'interurbain, Internet, services sans fil, transmission de données et liaison spécialisée de l'industrie des télécommunications) génèrent plus de 60 % du total des revenus de l'industrie. Par contre, plus de 180 fournisseurs qui n'offrent qu'un seul service génèrent 3 % des revenus de l'industrie.

Certains changements dans les chiffres de 2012 sont dus à l'augmentation du nombre d'entreprises qui ont fourni des rapports. Les affiliées sont incluses dans leur société mère.

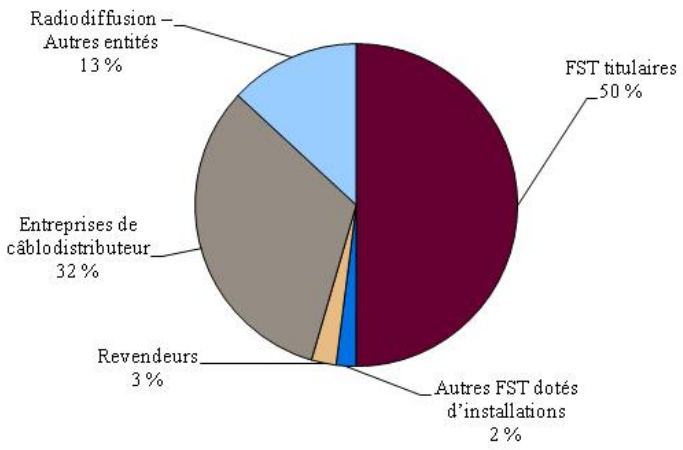
Graphique 3.0.2 Pourcentage des revenus totaux combinés pour les cinq plus grands groupes d'entreprises de services de radiodiffusion et de télécommunication et le reste des groupes/entreprises



Source : Données recueillies par le CRTC

Un petit nombre d'entreprises domine le marché canadien des services de communication. Les cinq plus grands groupes/entreprises, Bell Canada, Québecor Média, Rogers Communications, la Société TELUS Communications et Shaw Communications, perçoivent environ 85 % du total des revenus. Les cinq groupes/entreprises suivants en importance, Astral, Bragg Communications, Cogeco Câble Inc., MTS Inc. et Saskatchewan Telecommunications, ne réunissent que 9 % des revenus et les autres groupes/entreprises se partagent le dernier 6 %. Les revenus des entreprises incluent ceux de leurs affiliées.

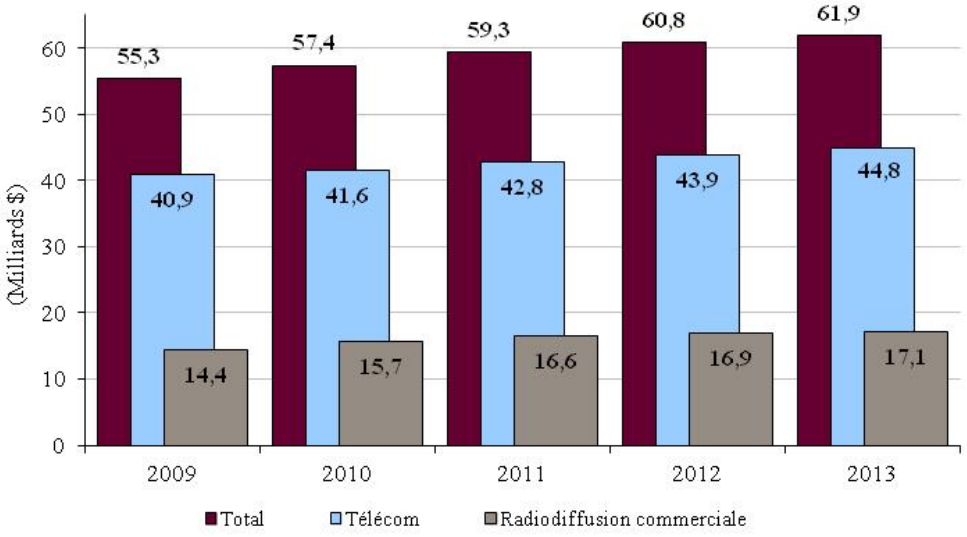
Graphique 3.0.3 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication, par type de fournisseur (2013)



Toute une variété de fournisseurs permet aux Canadiens d'accéder aux services de radiodiffusion et de télécommunication. Ce graphique illustre (en pourcentages) les revenus de chaque type de fournisseur par rapport aux revenus totaux de l'industrie en 2013.

Source : Données recueillies par le CRTC

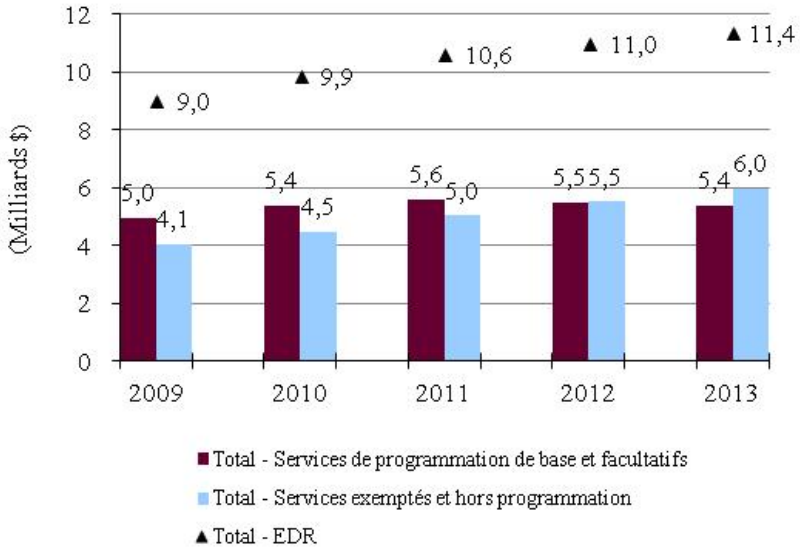
Graphique 3.0.4 Revenus des services de radiodiffusion commerciale et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique indique la répartition du total des revenus de l'industrie des communications entre les services de télécommunication et ceux de radiodiffusion de 2009 à 2013.

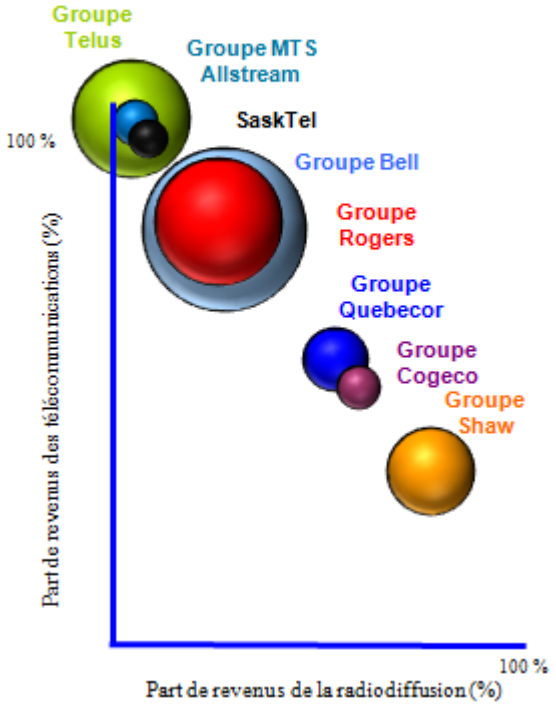
Graphique 3.0.5 Revenus des fournisseurs de services par câble par type de services



Les EDR perçoivent leurs revenus de deux sources principales : les services de base et facultatifs (les revenus des services de distribution de télévision) et les services qui sont soit exemptés de la réglementation soit hors programmation, par exemple les revenus perçus d'autres entreprises que les EDR (Internet et téléphonie locale). Ce graphique illustre le total des revenus des EDR entre 2009 et 2013, y compris ceux des deux composantes de source de revenus.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.0.6 Composition des revenus canadiens des services de radiodiffusion et de télécommunication de certaines grandes entreprises

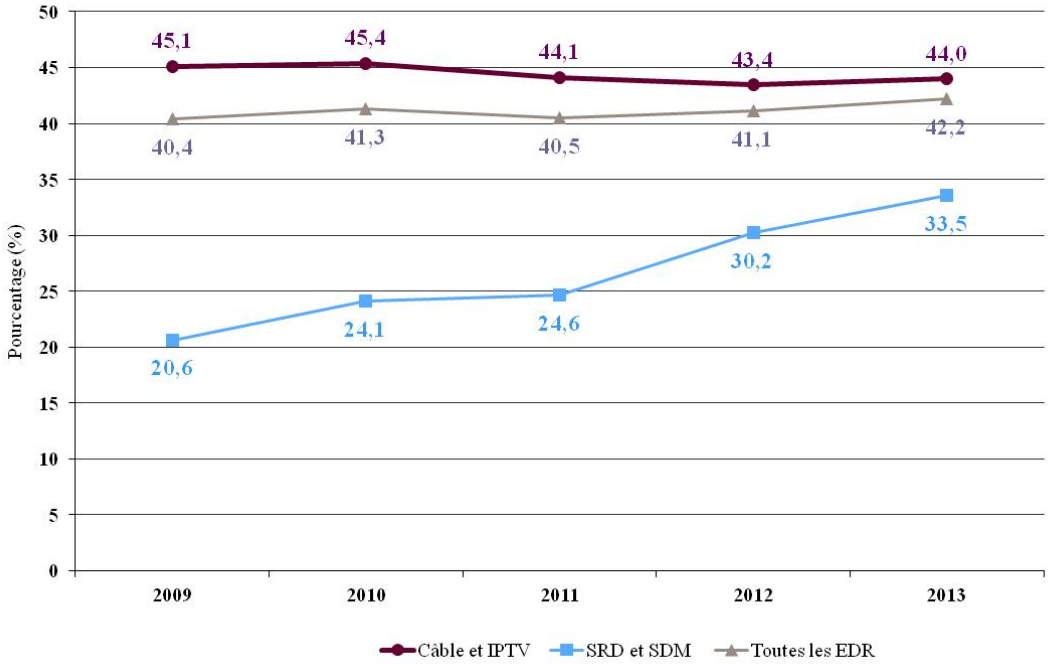


Nombre des plus grandes entreprises canadiennes de services de communication offrent des services de télécommunication et de radiodiffusion. Ce graphique illustre les revenus totaux des huit plus grandes entreprises de communication du Canada selon leur taille (la grandeur du cercle est proportionnelle aux revenus) et selon l'industrie (la proximité d'un axe indique la proportion du revenu tiré de ce secteur.

Source : Données recueillies par le CRTC

c) Rendement financier

Graphique 3.0.7 Marges de BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)



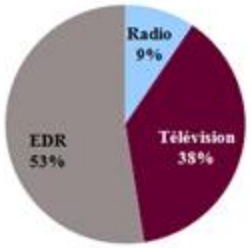
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de bénéfices avant intérêt, impôt, dépréciation et amortissement (BAIIDA) des EDR, y compris les marges de BAIIDA des services de câble, de radiodiffusion directe par satellite (SRD) et de distribution multipoint (SDM), de 2009 à 2013. La marge de BAIIDA est une mesure de rentabilité des entreprises de services de communication; plus la marge de BAIIDA est élevée, plus la rentabilité est forte.

4.0 Système de radiodiffusion

En 2013, le système canadien de radiodiffusion était dominé par cinq grandes compagnies qui, avec leurs affiliées, comptaient pour plus de 85 % des 17,1 milliards de dollars de revenus canadiens de radiodiffusion. La grande majorité du reste des entités étaient plus petites, totalisant des revenus annuels combinés de moins de 3,1 milliards de dollars.

Graphique 4.0.0 Revenus en radiodiffusion (17,1 milliards $, 2013)



En 2013, les compagnies exploitées dans les cinq secteurs du système de radiodiffusion (soit la radio, la télévision, les entreprises de distribution de radiodiffusion [EDR], le marché spécialisé et le marché de la vidéo sur demande [VSD], de la télévision à la carte [TVC] et de la télévision payante) comptaient pour environ 71 % des revenus canadiens de radiodiffusion. Les compagnies exploitées dans un secteur de marché seulement comptaient pour 6 % des revenus.

Qui sont les cinq grandes compagnies?

Les cinq grandes compagnies sont BCE, Cogeco, Québecor Média, Rogers Communications et Shaw Communications.

La présente section donne un vaste aperçu du rendement financier des entités de radiodiffusion canadiennes et se penche sur un certain nombre d'indicateurs financiers, comme les revenus sur une période de cinq ans, desquels on peut tirer des tendances de marché. Elle se penche également sur quelques-unes des caractéristiques de l'industrie en ce qui a trait à la propriété.

Tableau 4.0.0 Aperçu du secteur de la radiodiffusion

		2012		2013	*Croissance (%)*
Revenus (millions $)	Radiodiffusion	16 891	#	17 111	*1,3*
	Radio	1 620		1 623	*0,2*
	Télévision	6 514		6 499	*-0,2*
	EDR	8 757	#	8 990	*2,7*
BAII (millions $)	Radio	323		327	*1,3*
	Télévision	939		1 080	*14,9*
BAIIDA (millions $)	EDR	2 013		2 145	*6,6*

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre la croissance des revenus des entités de radiodiffusion autorisées en 2012 et 2013. Il présente aussi deux mesures de rentabilité : les bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) de la radio et de la télévision et les bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) des EDR.

Pour les EDR qui ne déposent pas de rapport, les estimations de revenus excluent les services exemptés et hors programmation (téléphone et Internet). Le BAIIDA des EDR ne comprend que les services de télévision (services de base et facultatifs).

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

a) Revenus

Tableau 4.0.1 Revenus de la radiodiffusion (millions $)

		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Radio	AM	306	307	311	306	295	*-1,9 %*
	Croissance (%)	*-7,4*	*0,4*	*1,2*	*-1,6*	*-3,7*	
	FM	1 201	1 245	1 302	1 314	1 328	*1,0 %*
	Croissance (%)	*-4,9*	*3,6*	*4,6*	*0,9*	*1,1*	
	Total − Radio	1 508	1 552	1 613	1 620	1 623	*0,4 %*
	Croissance (%)	*-5,4*	*2,9*	*3,9*	*0,4*	*0,2*	
Télévision	Télévision traditionnelle de la SRC	392	450	500	508	464	*5,4 %*
	Croissance (%)	*-4,9*	*14,8*	*11,1*	*1,6*	*-8,7*	
	Télévision traditionnelle privée	1 971	2 142	2 144	2 038	1 944	*-1,2 %*
	Croissance (%)	*-7,8*	*8,7*	*0,1*	*-5,0*	*-4,6*	
	Télévision payante, TVC, spécialisée et VSD	3 121	3 475	3 748	3 968	4 091	*7,9 %*
	Croissance (%)	*6,5*	*11,3*	*7,9*	*5,9*	*3,1*	
	Total − Télévision	5 484	6 067	6 392	6 514	6 499	*4,4 %*
	Croissance (%)	*0,1*	*10,6*	*5,4*	*1,9*	*-0,2*	
EDR	Câble et IPTV	5 123	5 610	5 927 #	6 068 #	6 321	*6,2 %*
	Croissance (%)	*7,6*	*9,5*	*5,7*	*2,4*	*4,2*	
	Entreprises de SRD et SDM	2 196	2 385	2 532	2 492	2 472	*5,2 %*
	Croissance (%)	*7,8*	*8,6*	*6,2*	*-1,6*	*-0,8*	
	EDR qui ne déposent pas de rapport	123	134 #	127 #	196 #	196	*5,8 %*
	Croissance (%)	*6,1%*	*9,6*	*-5,6*	*54,8*	*0,0%*	
	Total − EDR	7 441	8 130	8 586	8 757	8 990	*5,9 %*
	Croissance (%)	*7,6*	*9,3*	*5,6*	*2,0*	*2,7*	
Total − Radiodiffusion		14 432	15 749	16 591	16 891	17 111	*4,7 %*
	Croissance (%)	*3,2*	*9,1*	*5,3*	*1,8*	*1,3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Dans ce tableau, les revenus de radiodiffusion sont d'abord répartis par type de service et ensuite par composante de chacun afin d'illustrer les profils de croissance entre 2009 et 2013. Il donne également un taux de croissance annuelle composé (TCAC) pour chaque composante. Bien que certaines composantes comme la radio AM et la télévision traditionnelle privée aient enregistré des pertes de revenus au cours de la période examinée, d'autres, comme les services de télévision spécialisés, payants, de TVC et de VSD ainsi que la télévision par câble et par protocole Internet (IPTV) ont fait des gains.

Les revenus de la Société Radio-Canada (SRC) incluent les recettes publicitaires et autres revenus commerciaux. Les crédits parlementaires sont exclus. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

b) Caractéristiques de l'industrie

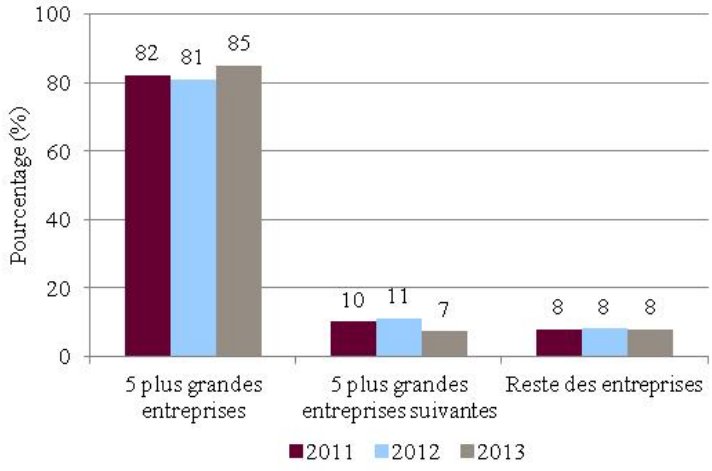
Tableau 4.0.2 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples

Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre d'entreprises déclarantes exploitées dans ces secteurs			% de revenus de radiodiffusion générés dans ces secteurs		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
5	3	3	3	68	66	71
4	2	2	1	15	15	9
3	3	2	2	5	5	5
2	15	16	19	7	8	9
1	170	171	164	6	7	6

Source : Données recueillies par le CRTC

L'industrie de la radiodiffusion englobe cinq secteurs : la radio, la télévision, les EDR, les services spécialisés et de VSD et les services payants et d'IPTV. Si la plupart des entreprises n'exploitent qu'un seul secteur, quelques-unes sont présentes dans les cinq secteurs. Ce tableau donne le nombre de compagnies en fonction des secteurs qu'elles exploitent et le pourcentage du revenu total qu'elles génèrent. Ensemble, les données démontrent que quelques compagnies actives dans plusieurs secteurs accaparent environ les deux-tiers du total des revenus de l'industrie. Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

Graphique 4.0.1 Pourcentage du total des revenus de radiodiffusion combinés par groupes d'entreprises et autres groupes/entreprises



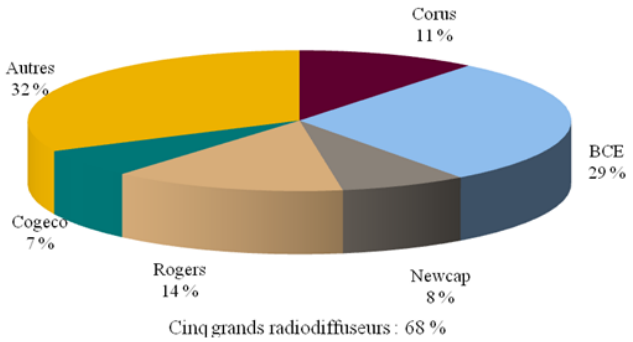
Ce graphique illustre le pourcentage combiné des revenus des cinq plus grands groupes de radiodiffuseurs canadiens (BCE, Shaw [y compris Corus], Rogers, Québecor et Cogeco), des cinq groupes/entreprises suivants en importance (TELUS, Bragg, la Société Radio-Canada, Newcap et Saskatchewan Telecommunications) ainsi que le reste des 179 groupes/entreprises de l'industrie.

Les revenus des groupes comprennent ceux de leurs affiliées.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.0.2 Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur (2013)

Source : Données recueillies par le CRTC

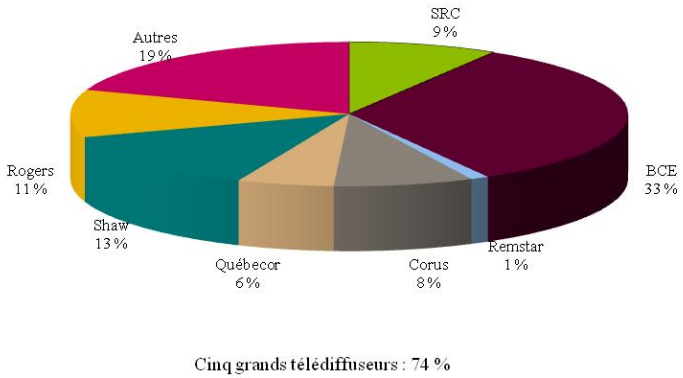


Les revenus des cinq grands radiodiffuseurs canadiens représentaient plus de 68 % du total des revenus de l'industrie en 2013. On retrouve dans la catégorie « Autres » des compagnies beaucoup plus petites dont les six plus importantes accaparent une part de 15 % du marché.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service dans lequel le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 août 2013.

Chacun des secteurs de l'industrie canadienne de la radiodiffusion est dominé par quelques grandes compagnies. Ainsi, le graphique 4.0.2 démontre que les cinq grandes compagnies du secteur de la radio représentent plus de 68 % des revenus de l'industrie; le graphique 4.0.3 démontre que les cinq plus grands télédiffuseurs représentent 74 % des revenus de la télévision commerciale et le graphique 4.0.4 indique que les cinq plus grandes EDR représentent 86 % des revenus de ce marché.

Graphique 4.0.3 Revenus de la télévision commerciale, par télédiffuseur (2013)



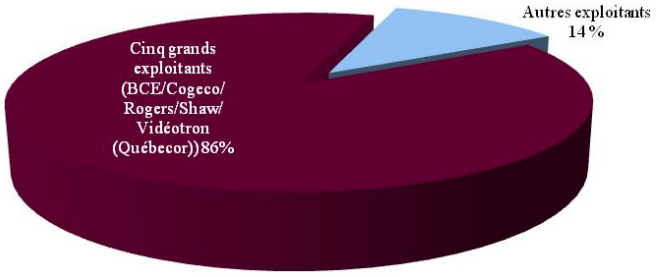
Source : Données recueillies par le CRTC

Les cinq plus grands télédiffuseurs commerciaux représentaient 74 % des revenus de l'industrie en 2013.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service dans lequel le télédiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects, au 31 août 2013.

Lors du classement des cinq plus grandes compagnies, on a combiné les résultats de Shaw Communications et de Corus Entertainment. Les revenus de la SRC comprennent les revenus publicitaires et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.

Graphique 4.0.4 Revenus des EDR, par exploitant (2013)



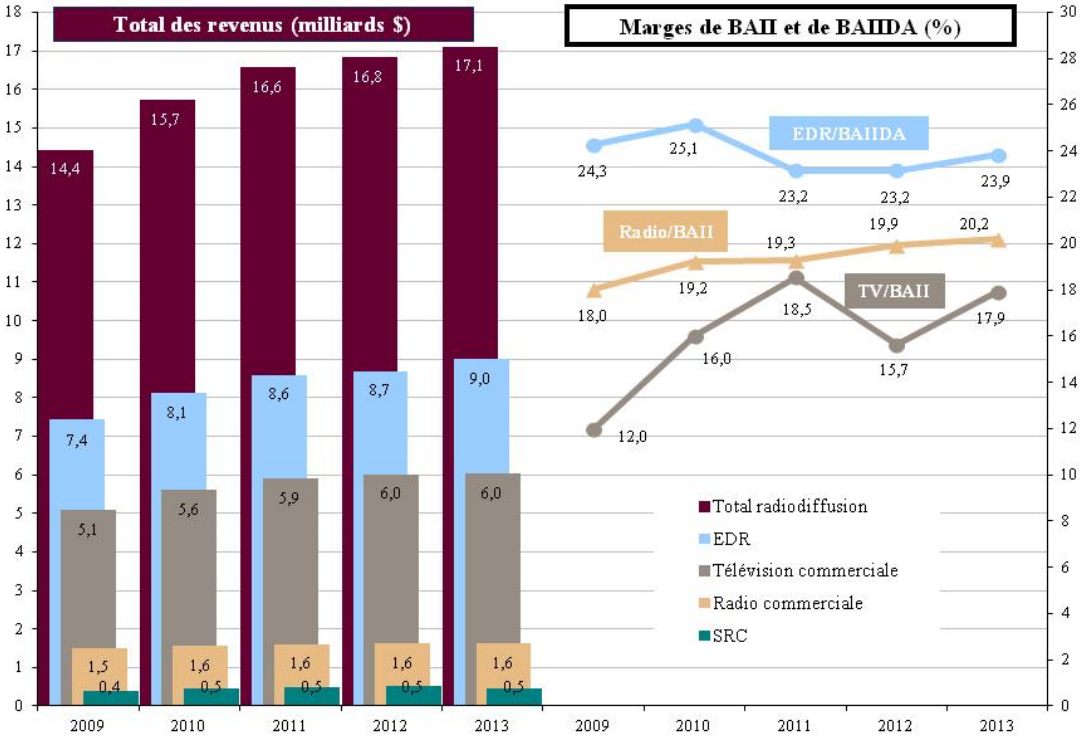
Source : Données recueillies par le CRTC

La plus grande part du marché des EDR est détenue par cinq entreprises : BCE, Cogeco Câble, Rogers Communications, Shaw Communications et Vidéotron. Ensemble, ces compagnies accaparent 86 % du total des revenus des EDR. Les entreprises restantes détiennent une part de marché de 14 %.

Les graphiques de cette section incluent les estimations pour les EDR qui ne soumettent pas de rapports.

c) Rendement financier

Graphique 4.0.5 Revenus totaux et marges des BAII et des BAIIDA de la radiodiffusion



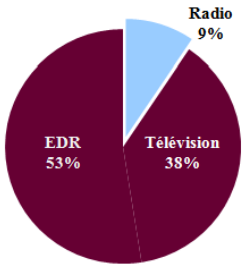
Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres situées à gauche indiquent des revenus de l'industrie de la radiodiffusion et le total des revenus de chacun des sous-secteurs (EDR, télévision commerciale, radio commerciale et la SRC). Sur la droite du graphique, les lignes indiquent les marges de BAII des services de radio et de télévision et les marges de BAIIDA des EDR.

4.1 Secteur de la radio

Graphique 4.1.0 Revenus de la radio en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion

(17,1 milliards $, 2013)



Les Canadiens ont accès à une grande variété de choix musicaux, plateformes de nouvelles et forums de discussion avec près de 1 200 services sonores et de radio. Environ 99 % des services sont disponibles en direct, alors que le reste (1 %) de ces services est par abonnement. La Société Radio-Canada (SRC), radiodiffuseur public national, exploite presque 8 % des services sonores et de radio, alors que les radiodiffuseurs commerciaux privés en exploitent 61 %. Le reste, soit 31 %, se compose de services sonores et de radio à caractère religieux, de services communautaires, de campus, autochtones et autres.

Cette section présente des détails portant sur les services radiophoniques, des mesures de l'auditoire ainsi que des résultats financiers en fonction du type de service, de la langue et du groupe de propriété.

Tableau 4.1.0 Aperçu du secteur de la radio

	2012	2013	*Croissance (%)*
Total des services sonores et de radio au Canada	1 156	1 174	*1.6*
Langue anglaise	878	885	*0.8*
Langue française	246	244	*-0.8*
Langue tierce	32	45	*40.6*
Total des services sonores et de radio commerciale privée	708	712	*0.6*
Langue anglaise	82	81	*-0.7*
Langue française	15	14	*-4.5*
Total des revenus de la radio commerciale (millions $)	1 620	1 623	*0.2*
Langue anglaise	81	81	*0.3*
Langue française	16	16	*-0.7*
Principaux exploitants privés de la radio commerciale (% des revenus totaux)	69	68	*-1.7*
Marché de langue anglaise – les 5 plus importants	69	67	*-2.8*
Marché de langue française – les 2 plus importants	42	42	*0.4*
Bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) des radiodiffuseurs privés commerciaux (millions $)	323	328	*1.6*
Radiodiffuseurs de langue anglaise	278	285	*2.7*
Radiodiffuseurs de langue française	40	37	*-7.1*

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données de ce tableau indiquent la croissance de la radio (stations en direct) ainsi que des services sonores (les services par satellite, les services spécialisés et les services payants) qui étaient autorisés à diffuser au Canada en 2012-2013. Plus précisément, les données indiquent une croissance générale, tant du nombre de services de radio que de leurs revenus, au cours de la période examinée; elles sont séparées selon la langue anglaise ou française pour refléter la dualité linguistique du Canada.

À noter que dans cette section :
- de légères variations sont dues à l'arrondissement;
- Le symbole # indique un changement par rapport aux chiffres de l'année dernière.

a) Revenus

Tableau 4.1.1 Revenus et nombre d'entreprises ayant fait un rapport sur les résultats financiers de stations de radio commerciale privées, par langue et fréquence

	2009	2010	2011	2012	2013	*Croissance (%) 2012-2013*	*TCAC (%) 2009-2013*
Revenus (millions $)							
AM – Langue anglaise	271,9	272,1	274,9	274,9	264,6	*-3,7*	*-0,7*
AM – Langue française	11,6	11,2	11,7	6,1	4,7	*-22,6*	*-20,1*
AM – Langue tierce	22,7	24,0	24,4	25,2	25,3	*0,3*	*2,7*
AM – Total	306,2	307,3	311,1	306,2	294,6	*-3,8*	*-1,0*
FM – Langue anglaise	958,8	987,3	1 035,3	1 042,1	1 053,8	*1,1*	*2,4*
FM – Langue française	226,8	239,9	246,7	251,8	253,2	*0,5*	*2,8*
FM – Langue tierce	16,2	17,9	19,8	20,2	21,1	*4,5*	*6,8*
FM – Total	1 201,8	1 244,7	1 301,6	1 314,1	1 328,0	*1,1*	*2,5*
Total des revenus	**1 508,0**	**1 552,4**	**1 613,8**	**1 620,3**	**1 622,7**	*0,1*	*1,8*
Nombre d'entreprises ayant fait des rapports financiers							
AM – Langue anglaise	129	120	115	111	112	*0,9*	*-3,5*
AM – Langue française	9	9	7	6	8	*33,3*	*-2,9*
AM – Langue tierce	12	12	12	12	13	*8,3*	*2,0*
AM – Total	150	141	134	129	133	*3,1*	*-3,0*
FM – Langue anglaise	401	419	435	444	484	*9,0*	*4,8*
FM – Langue française	90	87	89	90	89	*-1,1*	*-0,3*
FM – Langue tierce	10	10	11	12	14	*16,7*	*8,8*
FM – Total	501	516	535	546	587	*7,5*	*4,0*
Nombre total d'entreprises ayant fait un rapport	**651**	**657**	**669**	**675**	**720**	*6,7*	*2,6*

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données de ce tableau indiquent l'évolution des revenus des stations de radio commerciale privées AM et FM, selon la langue de programmation anglaise, française ou tierce, entre 2009 et 2013 ainsi que la croissance annuelle de chacune des catégories pour 2012-2013 et pour l'ensemble de la période d'étude.

Les résultats des réseaux sont inclus; cependant, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement sont exclus.

Tableau 4.1.2 Revenus de la radio de CBC/SRC

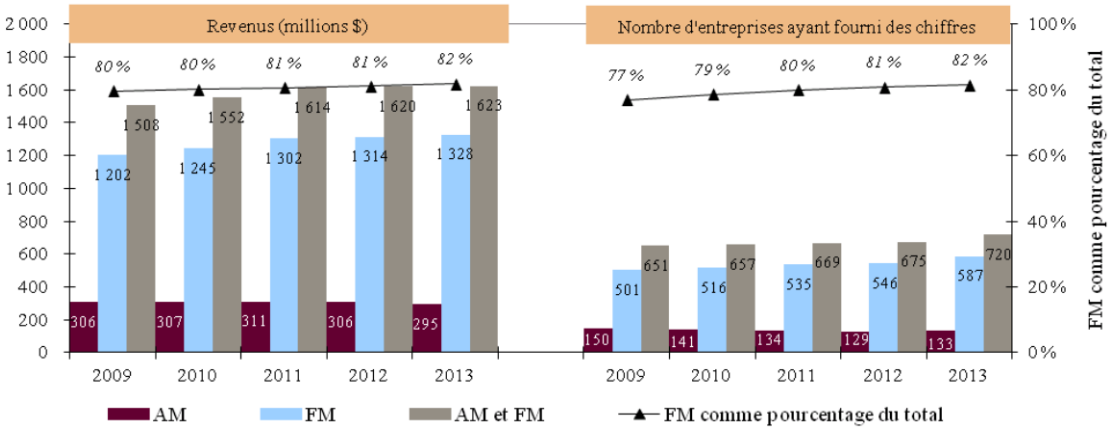
Revenus (milliers $)	2011	2012	2013
Revenus de publicité	0	0	0
Croissance annuelle (%)	-	-	-
Crédits parlementaires	327 267	316 508	295 523
Croissance annuelle (%)	*-5,6*	*-3,3*	*-6,6*
Vente/souscription d'émissions	859	952	1 087
Croissance annuelle (%)	*-3,9*	*10,9*	*14,2*
Divers	8 803	8 432	8 145
Croissance annuelle (%)	*-18,9*	*-4,2*	*-3,4*
Revenus totaux	**336 928**	**325 892**	**304 756**
Croissance annuelle (%)	*-6,0*	*-3,3*	*-6,5*
Nombre d'unités	**78#**	**78#**	**81**

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les changements de revenus en dollars absolus et en pourcentage de la Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada (CBC/SRC) en 2011, 2012 et 2013. Sur la dernière ligne, le nombre d'unités signifie le nombre de stations ayant fait un rapport au cours de l'année.

Les données du graphique qui suit donnent une analyse détaillée des stations de radio commerciale privées AM et FM de langues anglaise et française. Elles fournissent un aperçu du rendement général de chaque secteur. Par exemple, les données sur le revenu annuel moyen sont comparées aux bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) afin de donner une indication sur la santé financière des groupes de stations. Les données sur les stations AM et FM ainsi que sur la langue de diffusion sont réparties de façon à montrer les variations en fonction de chacune de ces caractéristiques.

Graphique 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées

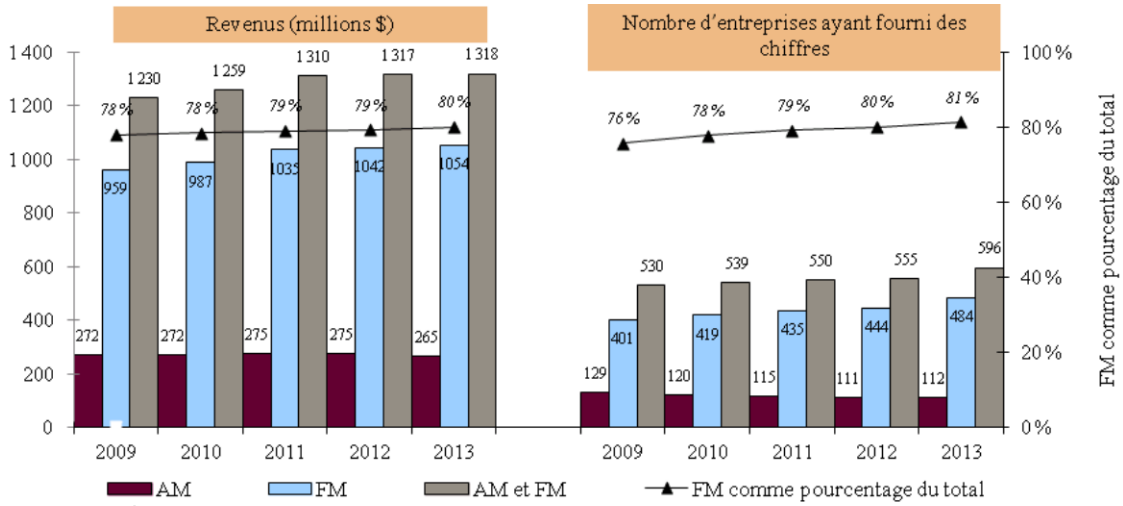


Source : Données recueillies par le CRTC

L'ensemble des revenus des stations de radio commerciale privées a augmenté chaque année entre 2009 et 2013. Bien que les revenus de la radio AM soient restés relativement constants, ceux de la radio FM ont augmenté.

Les résultats des réseaux sont inclus; cependant, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à multicanaux par abonnement sont exclus.

Graphique 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise



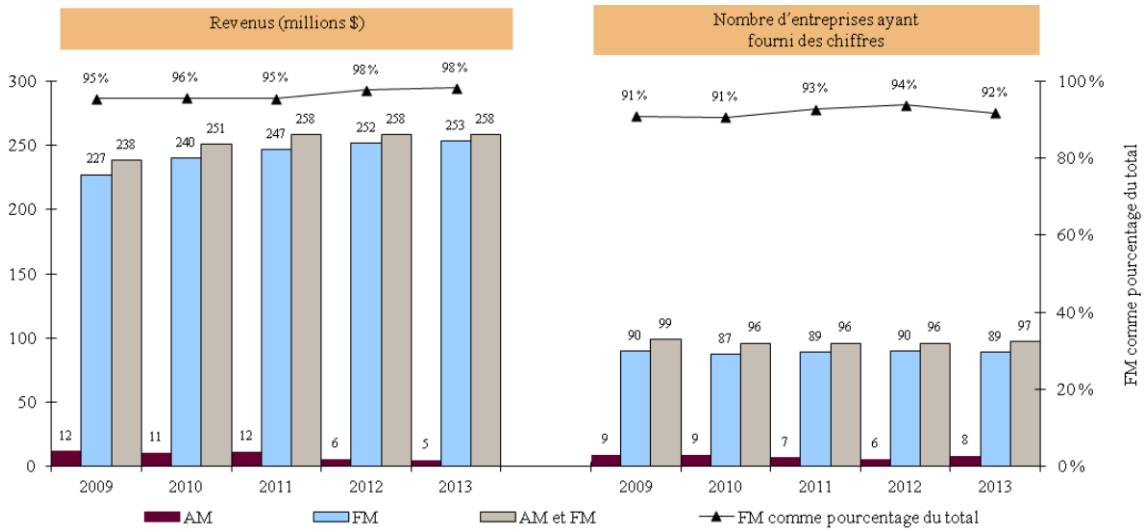
Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres de ce graphique correspondent aux revenus et au nombre d'entreprises commerciales privées de langue anglaise ayant fait des rapports financiers de 2009 à 2013. La ligne des données est celle de l'axe de droite et donne les revenus provenant des stations FM ainsi que le nombre d'entreprises de radio FM qui ont fait un rapport, en pourcentage de chaque total. Le nombre d'entreprises et le montant des revenus ont augmenté au cours des cinq dernières années.

Une entreprise est une entité autorisée par le CRTC et doit avoir des activités en radiodiffusion.

Les résultats des réseaux sont inclus; cependant, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à multicanaux par abonnement sont exclus.

Graphique 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres de ce graphique correspondent aux revenus et au nombre d'entreprises commerciales privées de langue française ayant fait des rapports financiers de 2009 à 2013. La ligne des données est celle de l'axe de droite et donne les revenus provenant des stations FM ainsi que le nombre d'entreprises de radio FM qui ont fait un rapport, en pourcentage de chaque total.

Les résultats des réseaux sont inclus; cependant, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à multicanaux par abonnement sont exclus.

Tableau 4.1.3 Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus

	2009	2010	2011	2012	2013
Stations de radio autochtones de type B					
Nombre d'entreprises de radio faisant un rapport	28	28	23	23	32
Revenus (milliers $)					
Publicité	4 989	5 445	3 704	3 738	4 170
Autre	11 137	11 396	11 377	7 069	10 715
Total des revenus	16 125	16 841	15 080	10 806	14 886
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	69,1	67,7	75,4	65,4	72,0
Marge de BAII (%)	13,9	10,8	5,9	-3,3	-0,2
Stations de radio communautaires					
Nombre d'entreprises de radio faisant un rapport	84	90	99	98	109
Revenus (milliers $)					
Publicité	12 217	13 784	15 196	15 125	14 416
Autre	12 005	13 297	14 903	14 595	16 535
Total des revenus	24 222	27 081	30 099	29 720	30 951
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	49,6	49,1	49,5	49,1	53,4
Marge de BAII (%)	6,7	8,1	10,6	4,9	6,6
Stations de radio de campus					
Nombre d'entreprises de radio faisant un rapport	45	44	47	47	48
Revenus (milliers $)					
Publicité	1 059	1 196	1 082	1 004	874
Autre	7 289	6 907	7 398	7 756	8 290
Total des revenus	8 348	8 103	8 480	8 759	9 165
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	87,3	85,2	87,2	88,5	90,5
Marge de BAII (%)	9,8	10,6	20,7	10,9	8,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne le nombre d'entreprises qui ont déposé des rapports, leurs revenus et leur marges de BAII (BAII divisés par les revenus totaux) de 2009 à 2013 et qui sont des stations de radio exploitées dans le cadre de la Politique du CRTC en matière de radiotélédiffusion autochtone ainsi que des stations de radio communautaire et de campus.

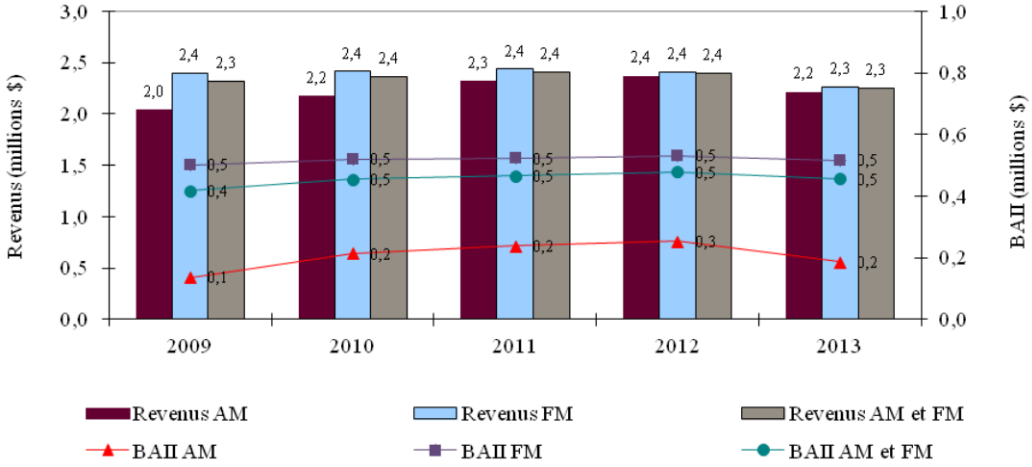
Au cours de cette période, les revenus ont augmenté pour ces trois types de stations et la marge de BAII des stations autochtones de type B a augmenté entre 2012 et 2013. La marge de BAII des stations de radio de campus a diminué au cours de l'année dernière.

À noter que les « Autres revenus » des stations autochtones de type B incluent les contributions des gouvernements et des conseils de bande et que, pour l'ensemble des revenus des stations autochtones de type B, des stations communautaires et de campus, ces autres revenus incluent des levées de fonds et contributions d'autres sources.

b) Rendement financier

Note : Les données présentées dans les graphiques qui suivent incluent les résultats des réseaux mais excluent ceux des services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à multicanaux par abonnement.

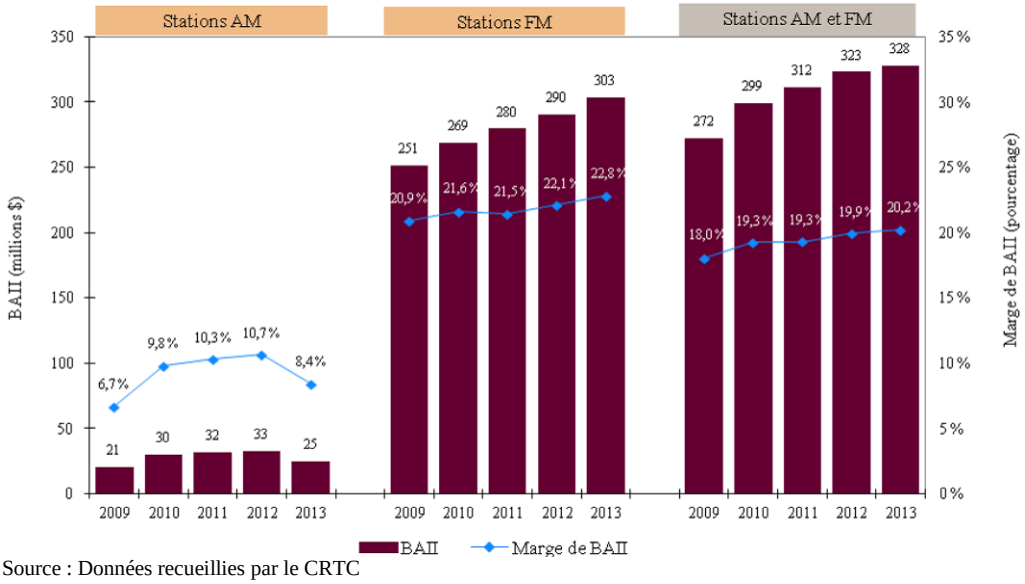
Graphique 4.1.4 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus annuels et les BAII moyens par station de radio commerciale privée AM et FM de 2009 à 2013. Les BAII sont une mesure de rendement.

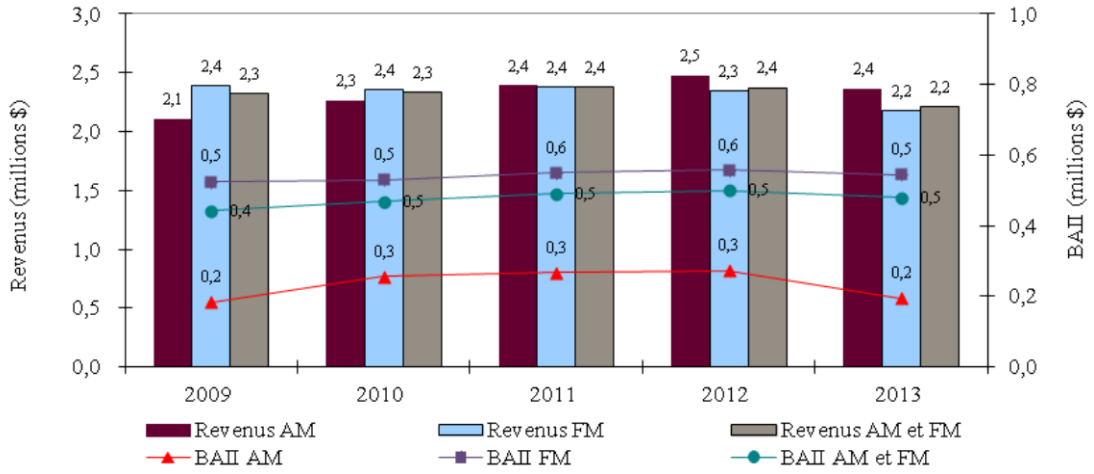
Graphique 4.1.5 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les BAII et la marge de BAII des stations de radio commerciale privées AM et FM. Alors que les BAII et la marge de BAII des stations AM ont baissé en 2012 et 2013, on a noté une augmentation générale des BAII et de la marge de BAII de l'ensemble des stations commerciale privées AM et FM de 2009 à 2013.

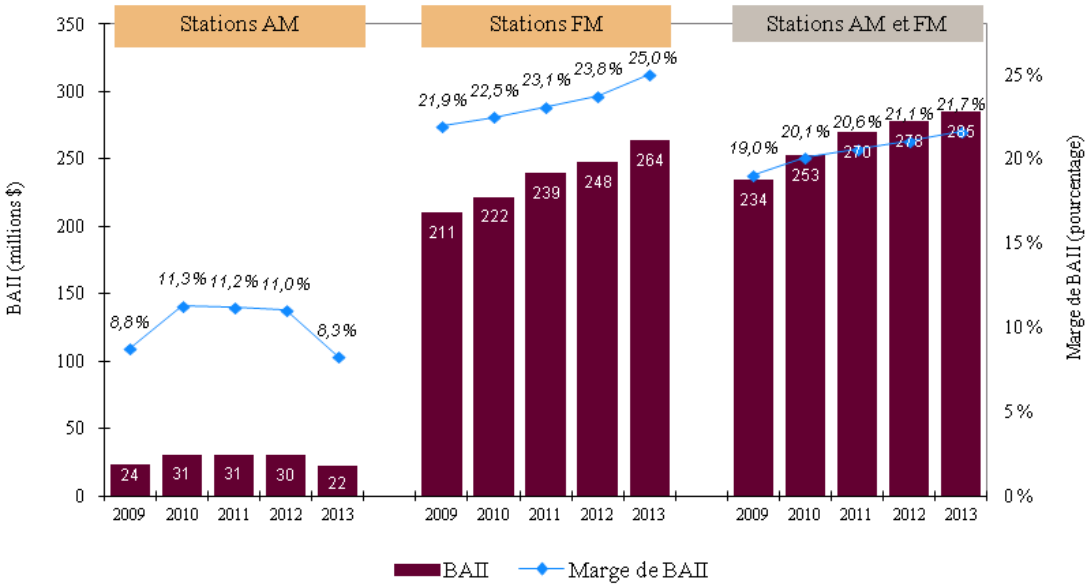
Graphique 4.1.6 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus moyens par station des stations de radio commerciale privées de langue anglaise sont restés relativement stables de 2009 à 2013 alors que les marges de BAII ont beaucoup baissé au cours de cette période.

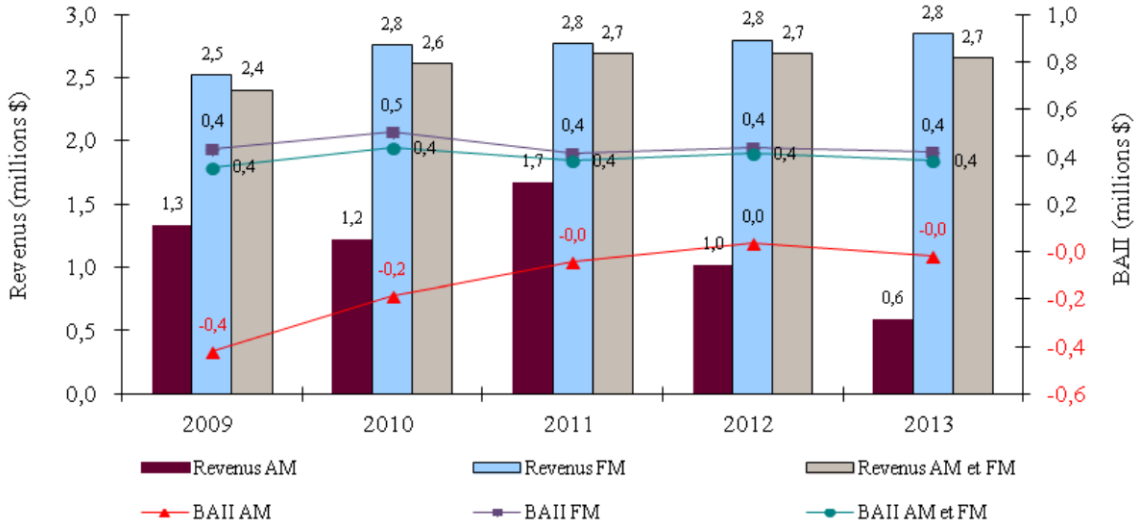
Graphique 4.1.7 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAII des stations de radio commerciale privées de langue anglaise ont augmenté chaque année de 2009 à 2013, surtout en raison de la croissance des BAII des stations FM. Les marges de BAII de toutes les stations ont également augmenté annuellement de 2009 à 2013, mais plus lentement que les bénéfices absolus.

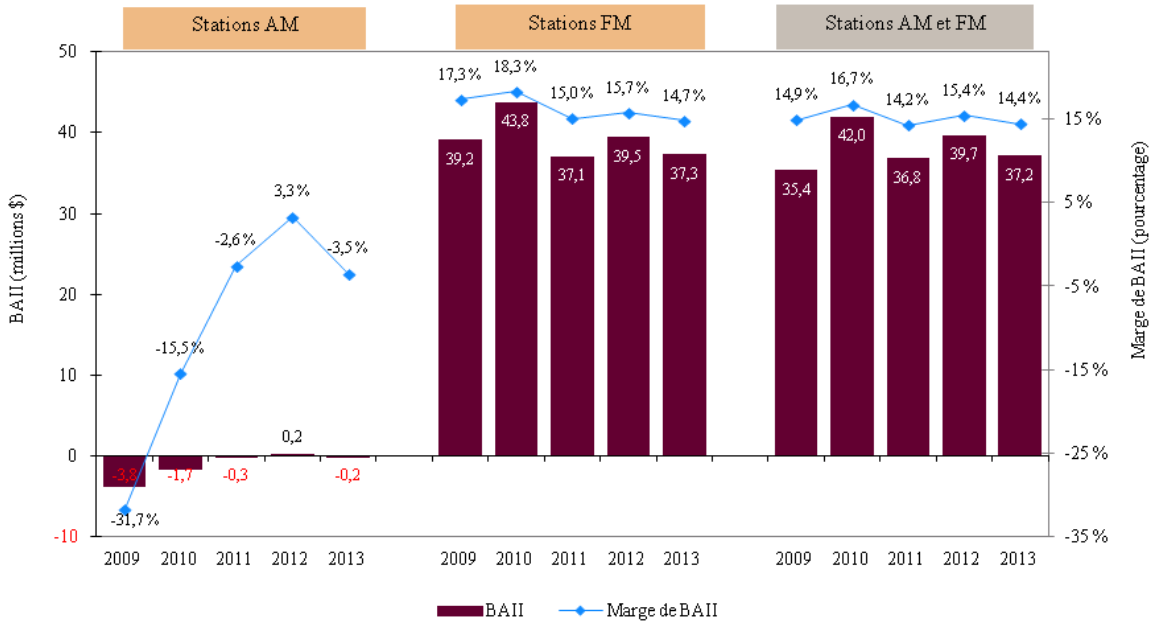
Graphique 4.1.8 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus annuels moyens par station des stations de radio commerciale privées de langue française sont demeurés pratiquement constants de 2010 à 2013, surtout en raison de la hausse des revenus des stations FM. Les revenus des stations AM de langue française ont considérablement varié. Les BAII des stations AM ont un peu baissé entre 2012 et 2013.

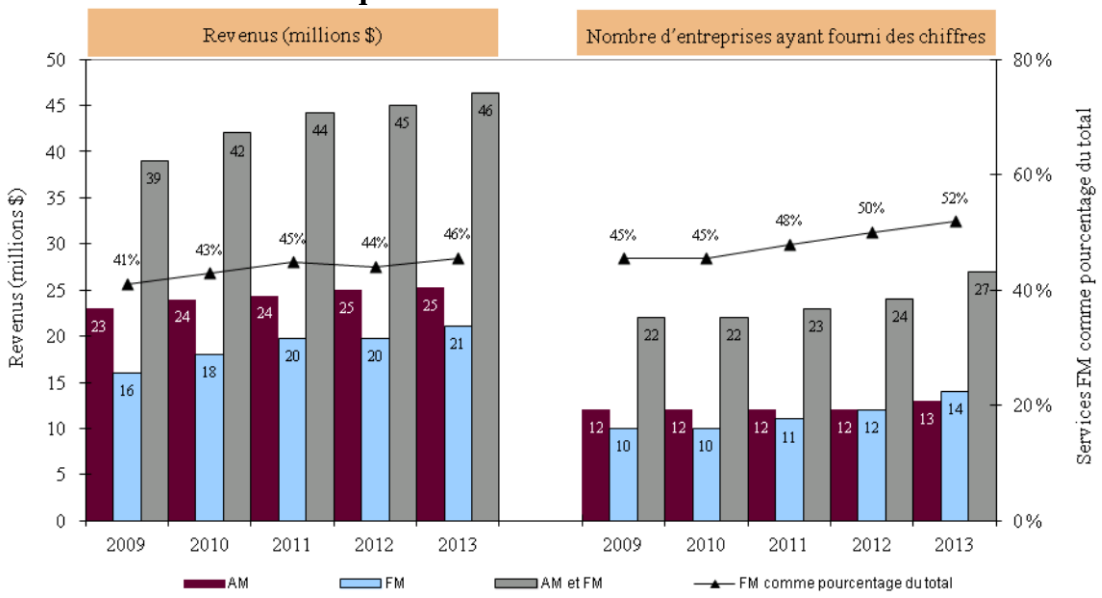
Graphique 4.1.9 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAII des stations de radio commerciale privées de langue française ont chuté entre 2012 et 2013. Les BAII des stations FM ont chuté, tandis que ceux des stations AM sont devenus négatifs.

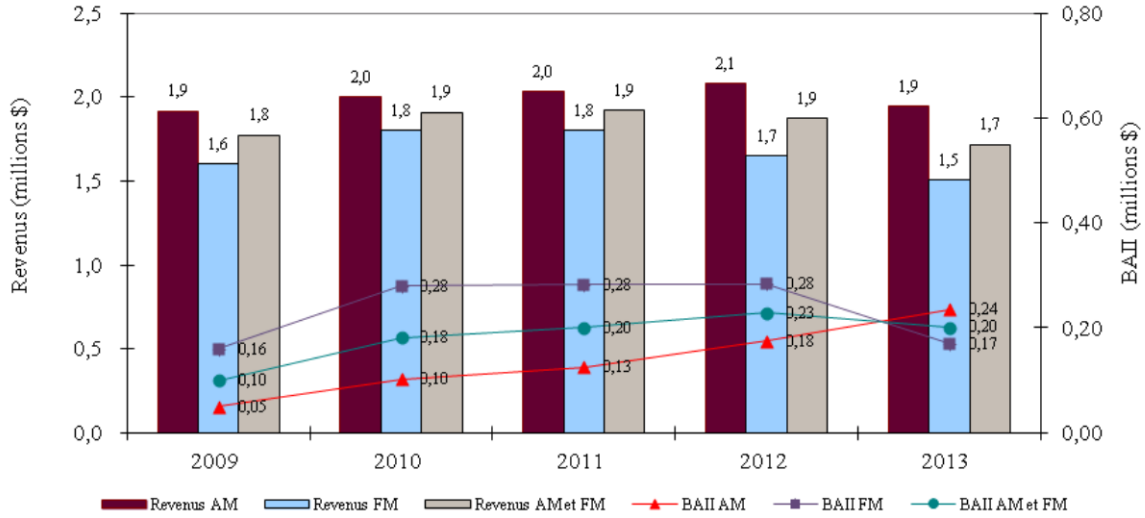
Graphique 4.1.10 Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des stations de radio commerciale privées exploitées dans le cadre de la Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique du CRTC ont montré une tendance à la hausse de 2009 à 2013, et le nombre d'entreprises faisant un rapport a augmenté chaque année au cours de cette période.

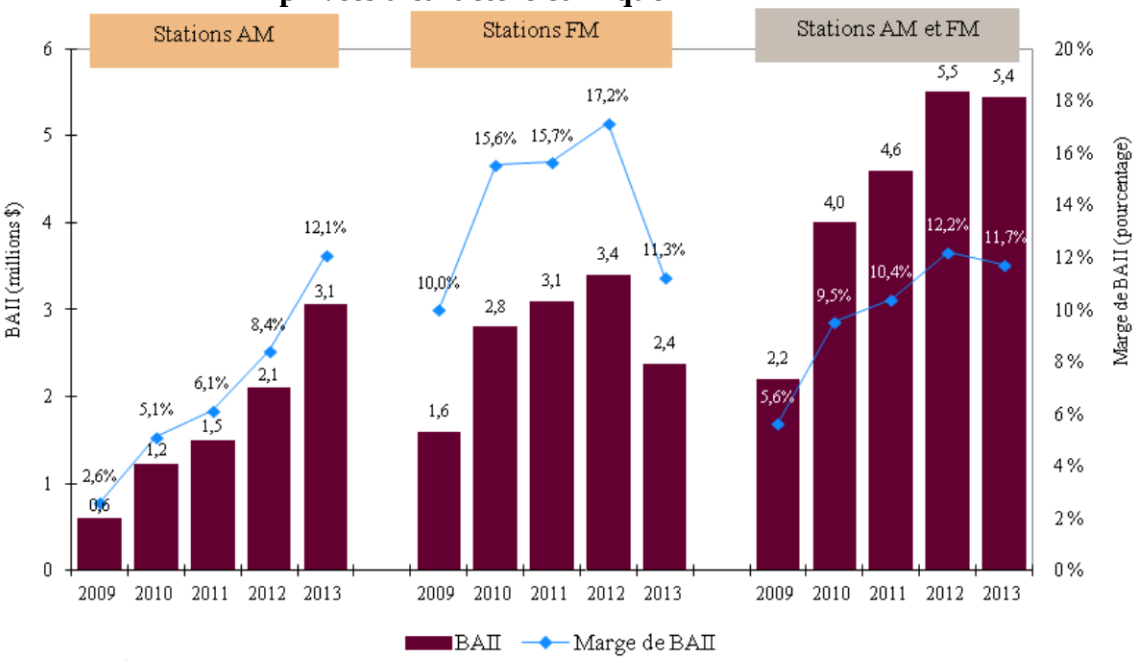
Graphique 4.1.11 Revenus annuels moyens et BAII par station − Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus annuels moyens par station de radio commerciale privée ont varié autour des 2 millions de dollars au cours de chacune des années étudiées. De 2009 à 2013, les revenus des stations AM ont dépassé ceux des stations FM. Les BAII par station pour les stations AM et FM ont chuté en 2013.

Graphique 4.1.12 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAII et la marge de BAII des stations AM de radio commerciale privées à caractère ethnique ont augmenté chaque année de 2009 à 2013. Pour les stations FM, les BAII et la marge de BAII ont chuté en 2013.

c) Disponibilité des services de radio et des services sonores

Tableau 4.1.4 Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada

	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Services de radio en direct								
Radiodiffuseur national public								
CBC Radio One/ICI Radio-Canada Première	37	38	20	21	0	0	57	59
CBC Radio 2/ICI Musique	14	14	12	14	0	0	26	28
Licences de réseaux de la radio de la SRC	2	2	2	2	0	0	4	4
Commerciale privée								
Stations AM	112	110	9	9	12	13	133	132
Stations FM	466	470	93	92	15	17	574	579
Licences de réseaux AM et FM	0	0	1	1	0	0	1	1
Religieux (musique et création orale)	47	49	24	25	0	1	71	75
Communautaire								
Communautaire	50	53	67	65	1	3	118	121
Stations en développement	3	4	0	1	0	0	3	5
Campus								
Stations axées sur la communauté	36	36	5	6	0	0	41	42
Stations d'enseignement	8	8	0	0	0	0	8	8
Services autochtones	47	45	10	5	0	4	57	54
Autres (tourisme/circulation, Environnement Canada, événements spéciaux, autres licences de réseau, etc.)	46	50	2	3	0	0	48	53
Nombre total de services de radio canadiens en direct	868	879	245	244	28	38	1 141	1 161
Services de radio à canaux multiples par abonnement et services sonores transmis par les EDR								
Services de radio par satellite	2	2	0	0	0	0	2	2
Services sonores spécialisés (commercial/sans but lucratif, régional/national)	6	4	1	0	4	5	11	9
Services sonores payants (services nationaux de langues anglaise et française)	2	0	0	0	0	2	2	2
Nombre total de services de radio et de services sonores canadiens	878	885	246	244	32	45	1 156	1 174

Source : Base de données du CRTC

Ce tableau donne une répartition du nombre de stations de radio auxquelles le CRTC a accordé une licence de diffusion au Canada. Les stations sont divisées selon la langue − française, anglaise et tierce − ainsi que par type de service et par technologie de distribution.

Les données incluent le nombre de services approuvés mais pas nécessairement le nombre de services qui sont en ondes. À moins d'une prorogation approuvée par le Conseil, une station doit normalement entrer en ondes dans les 24 mois suivant l'approbation de sa licence. Il s'agit ici des informations en date du 31 décembre 2013.
La catégorie « Langue anglaise » inclut les services bilingues (anglais-français et anglais-langue autochtone) et la catégorie « Langue française » inclut les services en langue autochtone et en français. Les services de radio en direct excluent les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio exemptés des exigences de licence. L'approbation d'une nouvelle station de radio FM à la suite d'une conversion AM à FM a pour effet de comptabiliser deux fois la station, tant que le titulaire n'a pas rétrocédé sa licence AM, ce qui se fait environ trois mois après la période transitoire de diffusion en simultané AM et FM. La plupart des licences de réseau commercial (définis dans les rapports de surveillance des communications précédents) ont été révoquées à la suite de l'avis public de radiodiffusion 2006-143 et à la demande du titulaire en ce sens. La catégorie « Religieux » (musique et création orale) englobe les stations de radio à caractère religieux commerciales et sans but lucratif.

Tableau 4.1.5 Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées

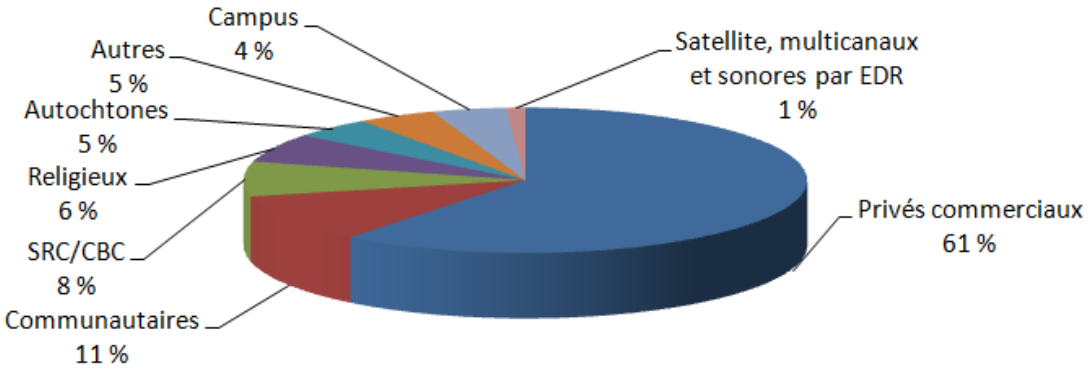
		2009	2010	2011	2012	2013	Total
Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées		***37***	***16***	***30***	***28***	***25***	***136***
Nombre de stations approuvées par							
Langue	de langue anglaise	32	16	27	26	20	121
	de langue française	5	0	2	1	5	13
	à caractère ethnique	0	0	1	1	0	2
Catégorie de licence	commerciale	21	11	11	18	12	73
	communautaire	11	2	9	5	7	34
	campus	-	-	-	-	0	0
	autochtone	1	1	7	3	0	12
	autre	4	2	3	2	6	17
Type	numérique autonome	-	-	-	-	0	0
	radio numérique	-	-	-	-	0	0
	fréquences AM	1	-	2	-	0	3
	fréquences FM	36	16	28	28	25	133
	conversions AM à FM (incluses sous FM)	*8*	*4*	*1*	*2*	5	20
Processus	concurrentiel	8	1	1	7	0	17
	non concurrentiel	29	15	29	21	25	119

Source : Décisions du CRTC publiées du 1er janvier 2009 au 31 décembre 2013

Le nombre de nouvelles stations de radio approuvées par le CRTC peut être un indicateur de la santé de l'industrie de la radio au Canada. Les données de ce tableau montrent le nombre de stations approuvées ainsi que le type de station, la langue de diffusion, la catégorie de licence et le processus.

Les services de radio suivants sont exclus de ces données : les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement. La rubrique « Autre catégorie de licence » inclut les stations sans but lucratif comme celles exploitées par la CBC/SRC et Environnement Canada.

Graphique 4.1.13 Types de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2013, les stations de radio commerciale privées représentaient plus des trois-quarts du nombre total de stations autorisées à diffuser au Canada. D'autres services, comme ceux des stations communautaires et de la CBC/SRC, ne constituaient qu'un petit nombre.

Pour les graphiques et les tableaux tirés de l'Observateur de technologies médias (OTM), veuillez noter que :
- « Service sonore par Internet » signifie l'écoute en continu de matériel sonore disponible sur Internet;
- « Radio par Internet » signifie écoute en continu des stations de radio AM/FM disponibles sur Internet.

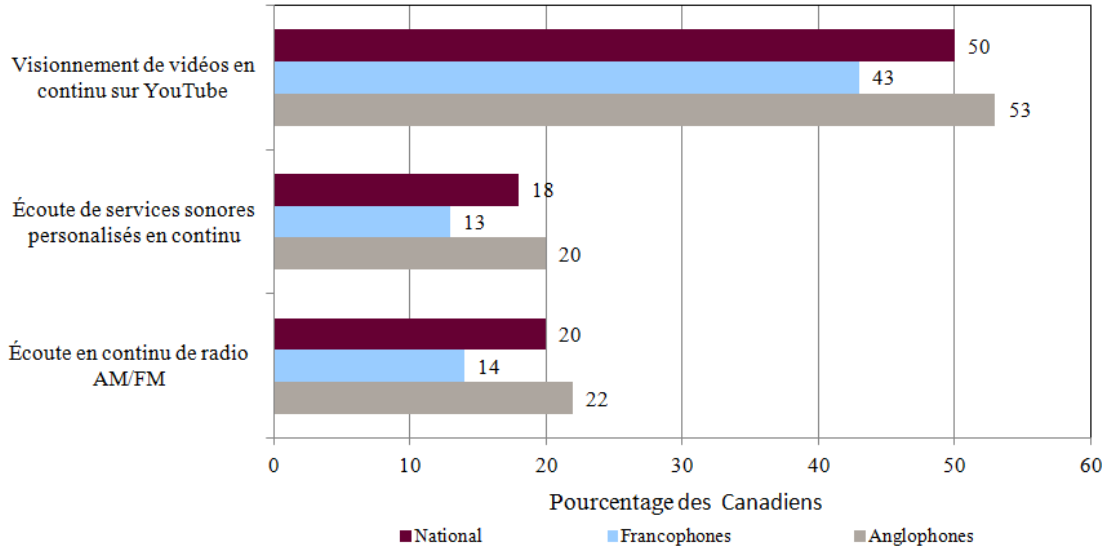
Tableau 4.1.6 Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada

	Adoption (%)					Croissance (%)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
Écoute des balados										
Anglophones	19	17	13	16	16	0	-11	-24	23	0
Francophones	5	7	5	5	4	-29	40	-29	0	-20
Radio AM/FM en continu										
Anglophones	19	20	22	22	22	19	5	10	10	0
Francophones	15	15	17	14	14	15	0	13	-18	0
Abonnés à la radio satellite										
Anglophones	11	13	15	16	17	22	18	15	7	6
Francophones	4	6	7	7	7	0	50	17	0	0

Source : OTM, 2009-2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

De 2009 à 2013, les Canadiens avaient accès à une large gamme de services sonores en plus de la radio en direct. Ce tableau indique l'adoption de nouvelles technologies par les consommateurs canadiens au cours de ces années. Les mesures relatives aux deux premières technologies sont basées sur l'utilisation faite par les répondants au cours du mois qui a précédé l'enquête OTM.

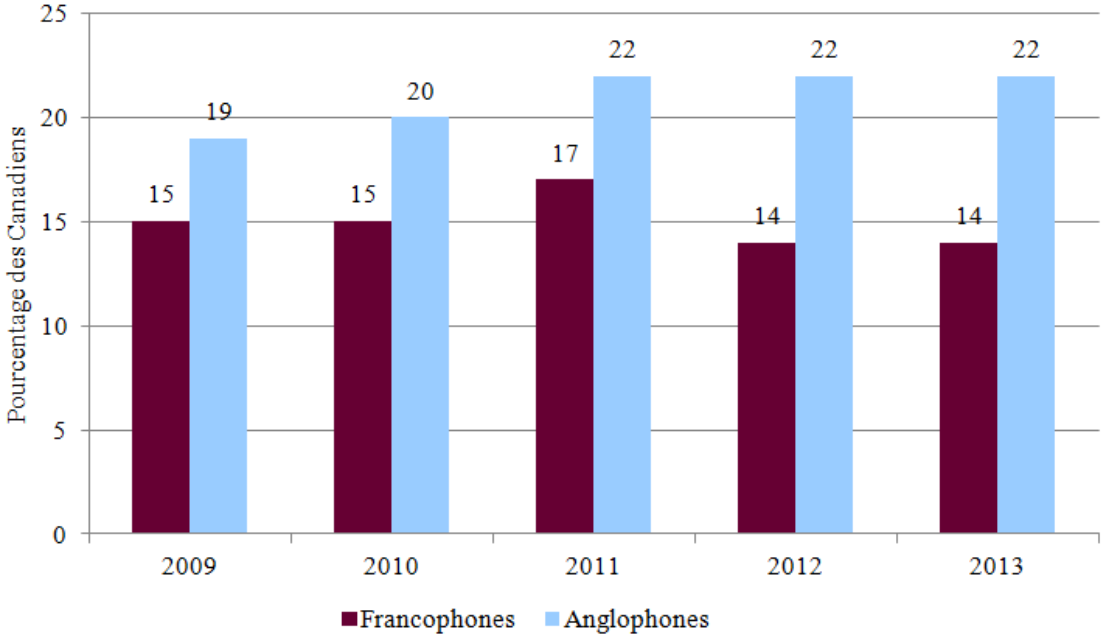
Graphique 4.1.14 Pourcentage des Canadiens qui écoutent des services sonores en continu, par groupe linguistique



Source : OTM, 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +, utilisateurs des services sonores en continu au cours du mois précédent)

Ce graphique illustre l'adoption des diverses technologies sonores par les Canadiens, d'après leur utilisation au cours du mois précédant l'enquête OTM.

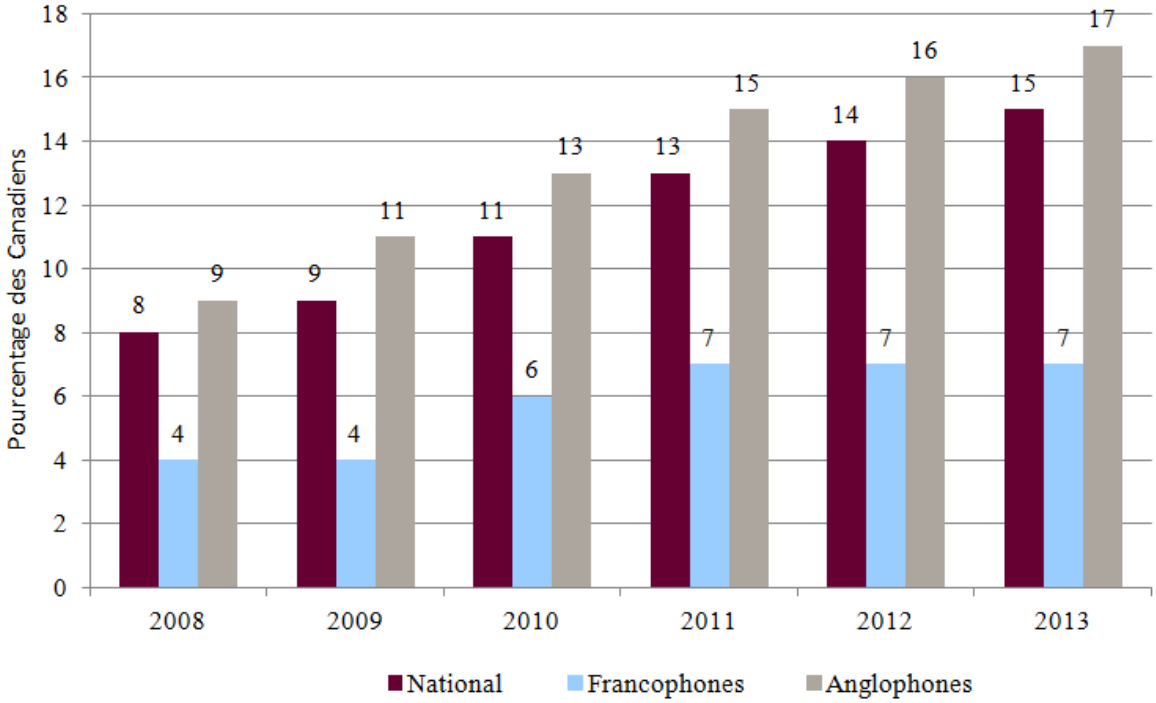
Graphique 4.1.15 Pourcentage des Canadiens qui écoutent la radio AM/FM en continu, par groupe linguistique



Source : OTM, 2009-2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre le pourcentage des consommateurs canadiens qui écoutaient la radio en continu de 2009 à 2013. Les résultats sont restés assez stables au cours de cette période; les données sont basées sur l'utilisation au cours du mois précédant l'enquête OTM.

Graphique 4.1.16 Abonnements à la radio satellite par groupe linguistique



Source : OTM, 2009-2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre le pourcentage de consommateurs abonnés à la radio par satellite entre 2008 et 2013. Ce pourcentage a augmenté régulièrement au cours de cette période.

d) Mesure de l'auditoire

Pourquoi mesurer l'auditoire?

Les sections du Rapport de surveillance des communications qui portent sur la radiodiffusion présentent des données sur l'auditoire. Non seulement ces informations sont importantes pour les membres de l'industrie qui les utilisent pour vendre du temps d'antenne aux publicistes, mais elles sont tout aussi importantes pour le CRTC; en effet, grâce à ces données sur la portée de la programmation dans l'ensemble du pays et parmi différents groupes de la population, le CRTC peut évaluer la pertinence et l'incidence de ses politiques.

À noter que dans cette sous-section :

- les mesures d'auditoire de Numeris (anciennement BBM Canada) utilisent la technologie des audimètres portatifs sans fil (PPM), c'est-à-dire des appareils similaires à des téléavertisseurs qui identifient le flux audio du réseau de diffusion et l'enregistrent en indiquant la date et le temps d'écoute. Ces données sont ensuite automatiquement téléchargées sur l'ordinateur de Numeris pour produire les cotes d'écoute.
- Les données de Numéris présentées par marché linguistique divisent le Canada en deux parties : 1) l'ensemble du Canada moins les répondants francophones du Québec et 2) les répondants francophones d Québec uniquement.
- Les saisons radiophoniques utilisées par Numeris pour son enquête étaient les suivantes :
  - 2013, PPM, semaines 1 à 13 (26 août au 24 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2013 (2 septembre au 27 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
  - 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2012 (3 septembre au 28 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
  - 2011, PPM, semaines 1 à 13 (29 août au 27 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
  - 2010, PPM, semaines 1 à 13 (30 août au 28 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2010 (6 septembre au 31 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
  - 2009, cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne (7 septembre au 1er novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada).

Tableau 4.1.7 Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM

	2009	2010	2011		2012		2013	
Pourcentage d'heures d'écoute (%)			Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Langue anglaise − AM	17,7	17,4	15,7	21,8	14,7	21,2	14,2	20,9
Langue anglaise − FM	54,9	55,3	57,0	55,0	57,5	54,3	58,4	55,4
Sous-total	*72,6*	*72,6*	*72,7*	*76,8*	72,2	75,5	*72,6*	*76,2*
Taux annuel de croissance	*-0,1*	*0,0*	-	-	-0,7	-1,7	*0,6*	*1,0*
Langue française − AM	1,1	0,8	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1
Langue française − FM	19,6	20,0	20,3	22,8	21,3	24,1	20,9	23,2
Sous-total	*20,7*	*20,8*	*20,5*	*22,9*	21,4	24,2	*20,9*	*23,4*
Taux annuel de croissance	*-0,5*	*0,5*	-	-	4,4	5,7	*-2,2*	*-3,5*
Autre	6,7	6,6	6,9	0,2	6,4	0,3	6,5	0,4
Taux annuel de croissance	*3,1*	*-1,5*	-	-	-7,2	50,0	*1,1*	*45,1*
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur	19,5	19,4	19,9	9,9	19,6	9,8	19,3	9,7
Taux annuel de croissance	*-2,5*	*-0,5*	-	-	-1,5	-1,0	*-1,5*	*-1,0*
Moyenne d'heures nationales (millions)	525,1	515,7	303,8	164,5	303,9	166,5	299,0	167,7
Taux annuel de croissance	*-1,0*	*-1,8*	-	-	0,0	1,2	*-1,6*	0,7

Source : Numeris (anciennement BBM Canada), 2013

Ce tableau retrace l'écoute de la radio par langue au cours des cinq dernières années. L'année dernière, l'écoute des stations de langue anglaise a augmenté sur les marchés PPM et sur ceux des cahiers d'écoute alors que l'écoute des stations de langue française a baissé. Dans l'ensemble, le nombre moyen d'heures d'écoute par auditeur a diminué l'année dernière.

À noter que :

- le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire est calculé en divisant le nombre total d'heures par le nombre d'auditeurs, c'est-à-dire le nombre de personnes différentes qui ont syntonisé une station pour au moins un quart d'heure au cours d'une période, selon l'estimation de Numeris;
- « Autre » se compose surtout de l'écoute en direct des stations frontalières américaines (cahiers d'écoute). « Autre » inclut aussi l'écoute sur Internet de la radio autre que des stations canadiennes en direct, les services à canaux multiples par abonnement (radio par satellite), les services sonores payants et spécialisés, les services vidéo et en direct distribués par câble ou autrement;
- les données, reportées par Numeris sur une base individuelle, n'incluent que les stations avec le service audiométrique PPM dans les marchés PPM.

Tableau 4.1.8 Part d'écoute des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada

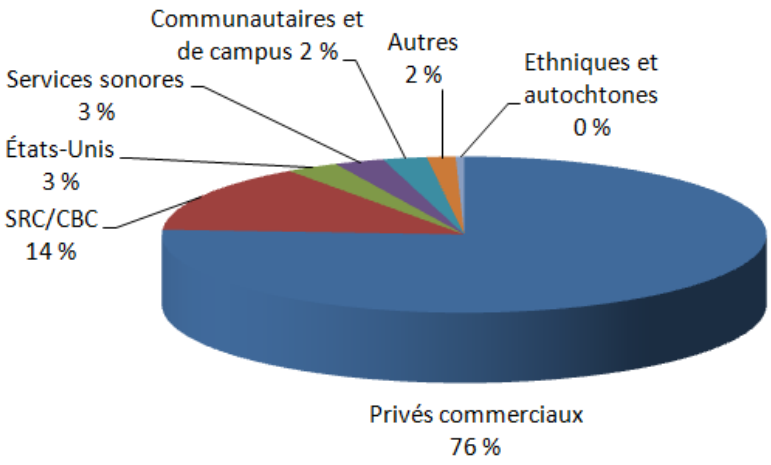
Heures d'écoute (milliers) par exploitant		2012		2013	
		Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Exploitants de radio de langue anglaise					
Astral		18,8	27,5	s.o.	s.o.
	Part	*8,6*	*26,0*	s.o.	s.o.
BCE		14,2	12,4	40,5	38,1
	Part	*6,5*	*11,6*	*18,6*	*36,3*
Pierre-Boivin (BCE en fidéicommis)		s.o.	s.o.	5,4	7,6
	Part	s.o.	s.o.	2,5	0,1
Cogeco		s.o.	2,4	0,3	3,0
	Part	s.o.	*2,2*	*0,2*	*2,8*
Corus		16,1	20,9	21,5	21,0
	Part	*7,4*	*19,7*	*9,8*	*20,0*
Newcap		19,5	3,2	18,8	2,6
	Part	*8,9*	*3,0*	*8,6*	*2,5*
Rogers		20,2	21,5	22,5	23,5
	Part	*9,2*	*20,2*	*10,3*	*22,4*
Total de la radio commerciale privée de langue anglaise		219,3	106,1	218,2	104,8
	Part	*100*	*100*	*100*	*100*
Exploitants de radio de langue française					
Astral		17,3	8,8	s.o.	s.o.
	Part	*26,5*	*26,8*	s.o.	s.o.
BCE		s.o.	s.o.	19,9	8,6
	Part	s.o.	s.o.	*31,7*	*26,9*
Cogeco		7,7	21,4	12,6	21,3
	Part	*11,8*	*65,2*	*20,1*	*66,7*
Total de la radio commerciale privée de langue française		*65,2*	*32,9*	*62,7*	*31,9*
	Part	*100*	*100*	*100*	*100*
Total		**286,8**	**139,0**	**281,3**	**136,7**

Source : Numeris (anciennement BBM Canada), 2012-2013

Ce tableau illustre l'écoute des grands groupes de propriété de radio, par langue, de 2012 à 2013. À noter que :

- dans la décision de radiodiffusion 2013-310, le Conseil a approuvé le changement de contrôle effectif de 63 stations de radio de langue anglaise et de 21 stations de radio de langue française d'Astral en faveur de BCE, à la condition que BCE se départisse de 10 stations de radio de langue anglaise (7 d'Astral et 3 de BCE) et transfère leur gestion et leur contrôle à un fiduciaire (Pierre Boivin), en attendant leur vente à des tiers;
- les services détenus en fiducie par Pierre Boivin sont indiqués séparément mais sont inclus dans les données de BCE.

Graphique 4.1.17 Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d'écoute (2013)



Sources : Numeris (anciennement BBM Canada), 2013 et données recueillies par le CRTC

Les graphiques qui suivent illustrent les habitudes d'écoute des Canadiens par marché linguistique.

Ces graphiques démontrent que les Canadiens ont accès à une large gamme de programmations de radio dans tout le pays.

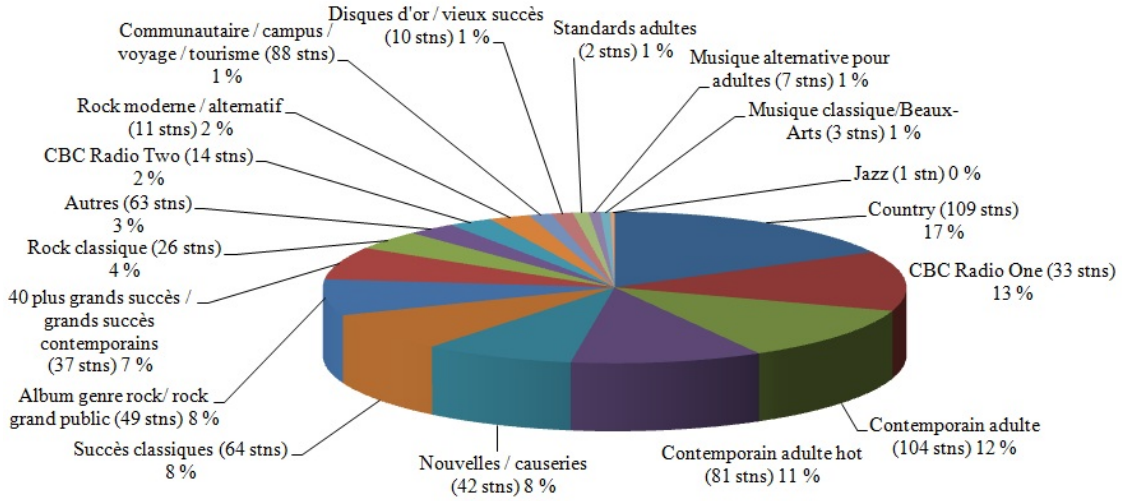
Ce tableau présente les différents types de stations de radio écoutées qui ont fait l'objet de sondages par cahiers d'écoute en 2013.

Les données, déclarées par Numeris sur une base individuelle, ne comprennent pas les stations avec le service audiométrique PPM dans les marchés PPM. Les répondants étaient des personnes de 12 ans et plus à l'écoute du lundi au dimanche entre 5 h et 1 h.

Les services audio incluent l'écoute des services multicanaux par abonnement (radio par satellite), des services sonores spécialisés et payants, des stations en direct, des services en direct et de vidéo par câble et sur l'Internet.

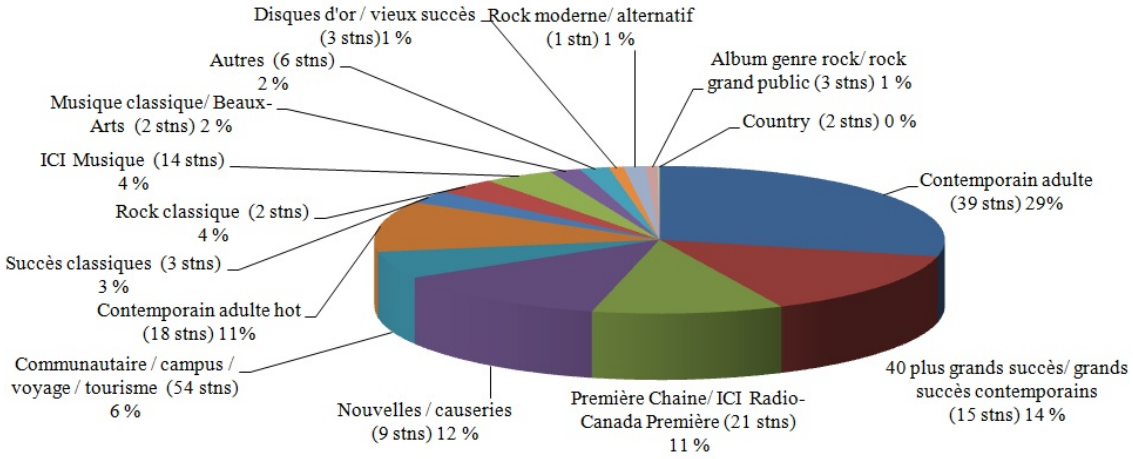
.

Graphique 4.1.18 Parts d'écoute – Formules des stations de langue anglaise par cahiers d'écoute (2013)



Sources : Numeris (anciennement BBM Canada), 2013 et données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.19 Parts d'écoute – Formules des stations de langue française par cahiers d'écoute (2013)

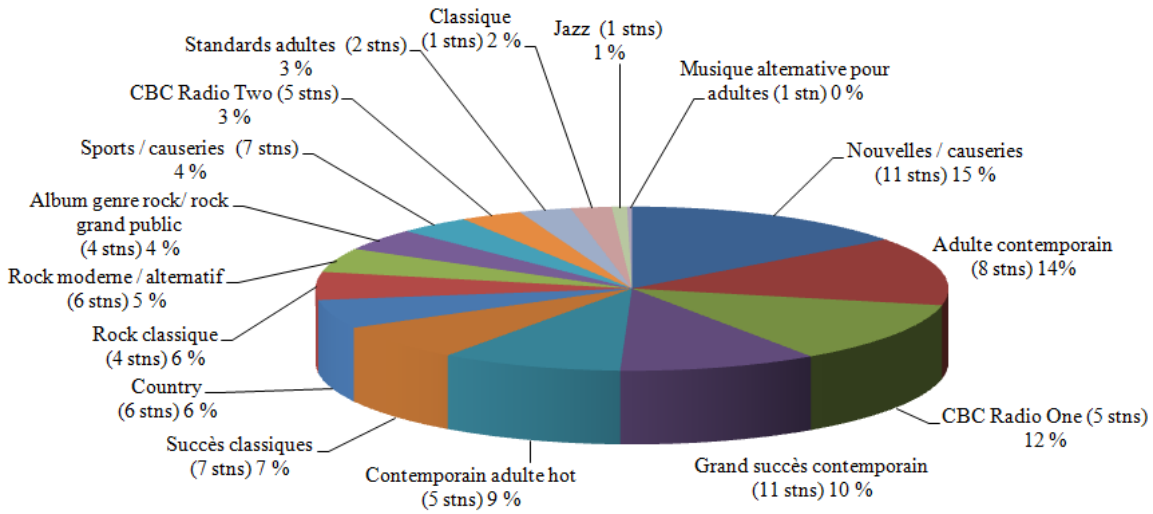


Sources : Numeris (anciennement BBM Canada), 2013 et données recueillies par le CRTC

D'après les cahiers d'écoute, chez les auditeurs des stations de langue anglaise, 50 % des heures d'écoute étaient consacrées à CBC Radio One, ainsi qu'à des formules de musique country, contemporain adulte et contemporain adulte hot. Chez les auditeurs de langue française, les formules de musique contemporain adulte recueillaient plus d'un quart des heures d'écoute, suivie de près par les 40 plus grands succès/GSC et par les nouvelles et causeries.

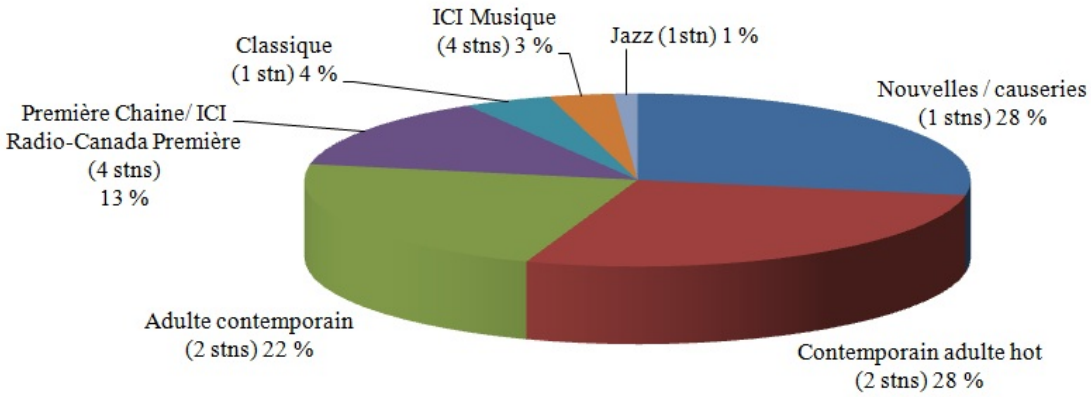
Les données, déclarées par Numeris sur une base individuelle, ne comprennent pas les stations avec le service audiométrique PPM dans les marchés PPM. Les répondants étaient des personnes de 12 ans et plus à l'écoute du lundi au dimanche entre 5 h et 1 h. Cette analyse n'inclut que les stations expressément approuvées comme stations de langue anglaise ou stations de langue française.

Graphique 4.1.20 Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de langue anglaise dans les marchés PPM (2013)



Sources : Numeris (autrefois Sondages BBM), 2013 et données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.21 Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de langue française dans les marchés PPM (2013)



Sources : Numeris (autrefois Sondages BBM), 2013 et données recueillies par le CRTC

Dans les marchés PPM, 50 % des heures d'écoute des auditeurs canadiens des stations de radio de langue anglaise ont été consacrées à Radio One de la SRC, ainsi qu'aux formules country, contemporain adulte et contemporain adulte hot. Chez les auditeurs des stations de langue française, l'écoute s'est répartie à peu près également entre les formules suivantes : nouvelles, créations orales, contemporain adulte hot et contemporain adulte.

Les données, déclarées par Numeris sur une base individuelle, comprennent les stations avec le service audiométrique PPM dans les marchés PPM. Les répondants étaient des personnes de 12 ans et plus à l'écoute du lundi au dimanche entre 5 h et 1 h. Cette analyse n'inclut que les stations expressément approuvées comme stations de langue anglaise ou stations de langue française.

e) Contributions et dépenses en matière de programmation

Le CRTC met à profit plusieurs moyens afin de réaliser les objectifs culturels, sociaux et économiques établis dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Parmi ceux-ci, on compte les différents régimes de contributions et de dépenses.

Au cours de l'année de radiodiffusion 2012-2013, les exploitants de radio commerciale ont consacré 0,032 $ par dollar de revenu au développement du contenu canadien (DCC) Collectivement, ils ont versé plus de 52 millions de dollars à ce titre, soit une diminution de 4,9 % par rapport à l'année précédente. Environ 71 % des sommes ont été versées en vertu des conditions de licence imposées aux nouvelles stations de radio ou lors de modifications à la propriété ou au contrôle effectif de stations existantes.

Le diagramme suivant illustre l'étendue du soutien des stations de radio commerciale au développement du contenu canadien.

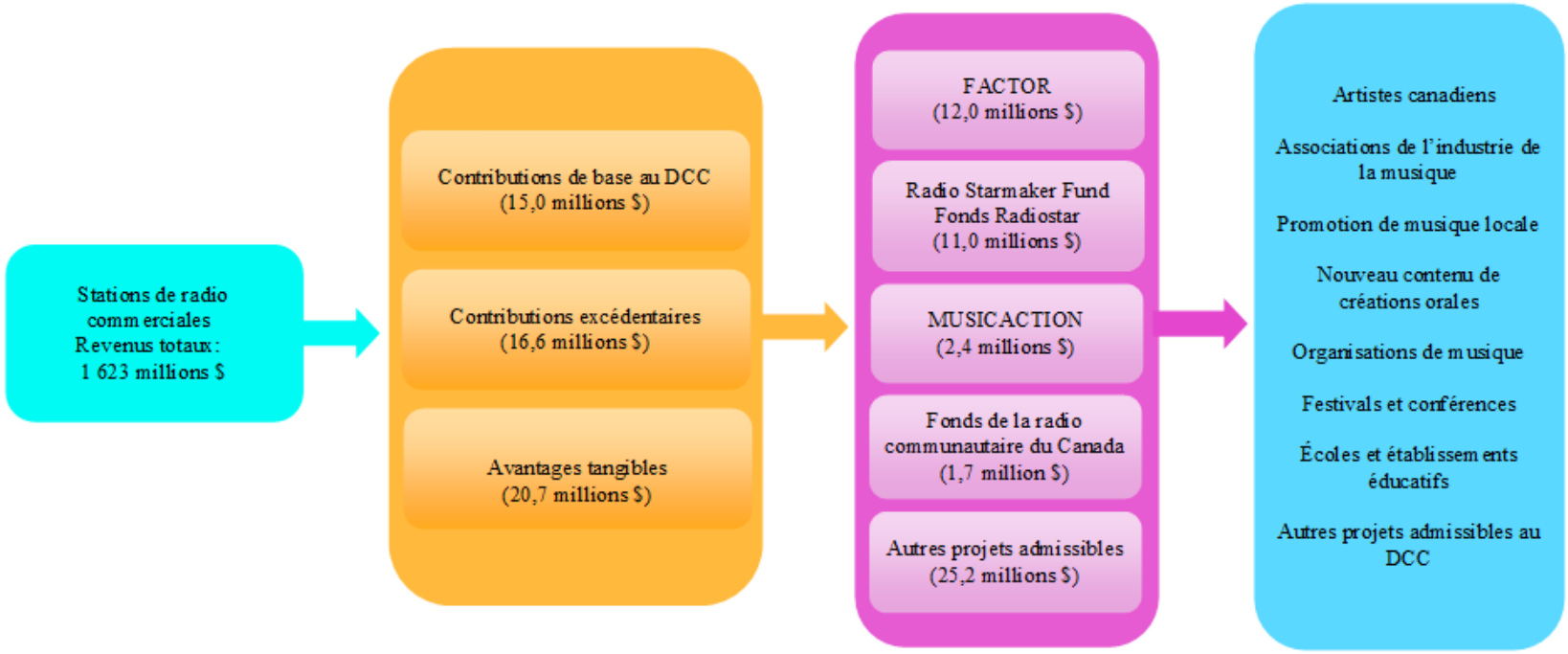
Que sont les avantages tangibles et les contributions au DCC?

En l'absence d'un processus concurrentiel d'attribution de licence lors d'un transfert de propriété ou de contrôle d'un service de radio ou de télévision, des avantages tangibles, qui sont des contributions financières proportionnelles à la valeur de la transaction (minimum de 6 % pour la radio et minimum de 10 % pour la télévision) faites au système de radiodiffusion, sont exigés de la part de l'acheteur d'un service de radio ou de télévision. Ces avantages sont généralement payables sur cinq ou sept années de radiodiffusion consécutives. Ils donnent lieu à des améliorations mesurables au système de radiodiffusion en général, ainsi qu'aux communautés desservies par le service en question. Ils sont excédentaires aux coûts normaux des affaires, et, comme pour la transaction dans son ensemble, sont dans l'intérêt public.

Les contributions financières au DCC sont celles effectuées par les radiodiffuseurs à un certain nombre de projets venant en aide au développement et à la promotion du contenu canadien musical et de créations orales pour diffusion. La majorité des demandeurs souscrivent à des engagements spécifiques à l'égard du DCC dans le cadre de demandes pour de nouvelles licences et en tant qu'avantages tangibles lors de transferts de propriété et de contrôle d'entreprises de programmation de radio. Toutes les stations commerciales et à caractère ethnique sont assujetties à des règlements exigeant des versements annuels au titre du DCC.

Les contributions financières des radiodiffuseurs favorisent notamment le développement du contenu canadien et l'avancement des carrières des artistes canadiens émergents; de plus, elles augmentent l'offre d'une musique canadienne de qualité dans toutes sortes de genres.

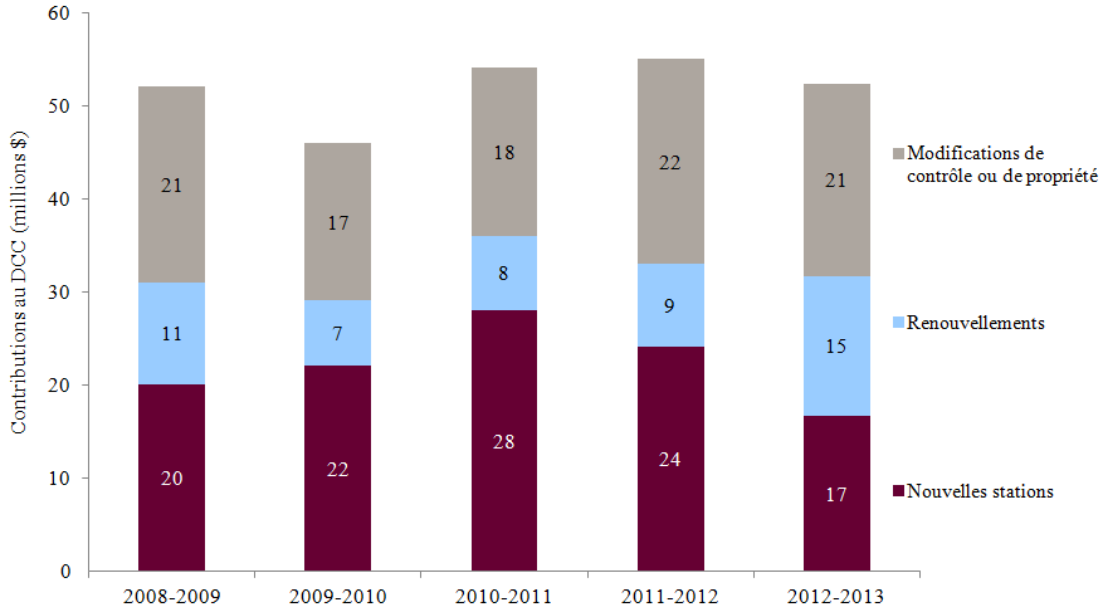
Diagramme 4.1.1 Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2012-2013)



Les stations de radio commerciale apportent un soutien financier au DCC dans le cadre de trois processus réglementaires :

- une contribution annuelle de base;
- des contributions additionnelles qui excèdent la contribution de base (habituellement associées aux demandes de nouvelles licences);
- des contributions en relation avec les demandes de transfert de propriété ou de contrôle d'entreprises de radio (avantages tangibles).

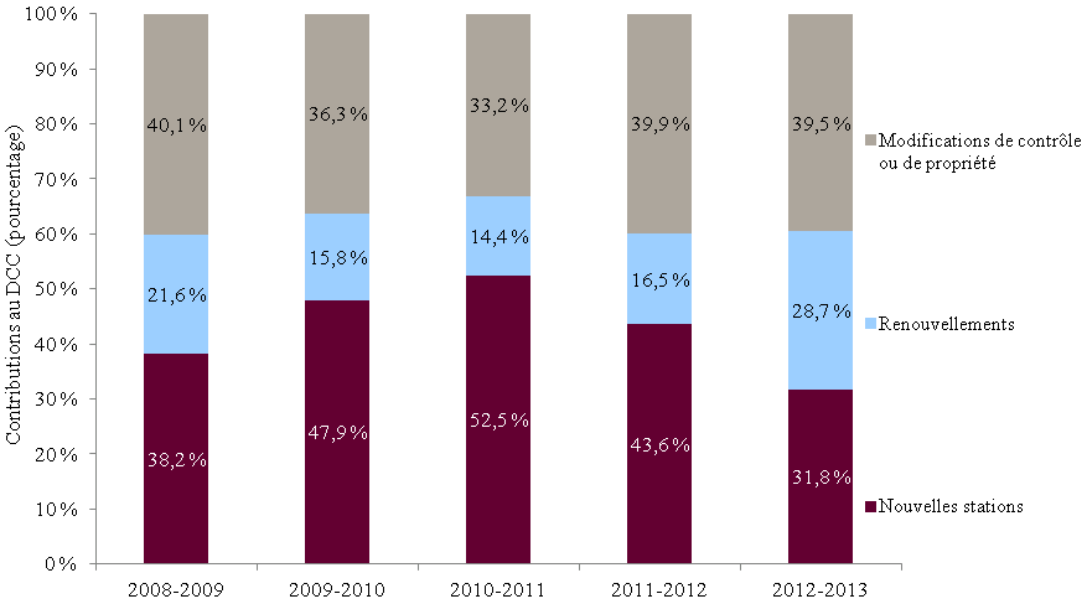
Graphique 4.1.22 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (millions $)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente le montant des contributions au titre du DCC entre 2008-2009 et 2012-2013, selon la mesure réglementaire : une modification de contrôle ou de propriété, un renouvellement de licence ou l'attribution de licence à de nouvelles stations de radio.

Graphique 4.1.23 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (pourcentage)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente le pourcentage du total des contributions au titre du DCC entre 2008-2009 et 2012-2013, selon la mesure réglementaire : une modification de contrôle ou de propriété, un renouvellement de licence ou l'attribution de licence à de nouvelles stations de radio.

Tableau 4.1.9 Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (milliers $)

RADIO - DCC	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	Croissance/diminution annuelle (%) 2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012
i) Contributions au DCC des nouvelles stations au cours de leur période de licence initiale									
FACTOR	1 582	2 014	2 719	2 615	2 818	27	35	-4	8
MUSICACTION	697	552	791	563	242	-21	43	-29	-57
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-	-	165	17	-	-	-	-90
Associations de l'industrie de la musique	-	2 150	2 493	2 221	2 342	-	16	-11	5
Projets de musique locale	-	7 120	7 485	9 106	5 524	-	5	22	-39
Nouveau contenu de créations orales	-	420	1 139	545	192	-	171	-52	-65
Projets de contenu sonore	-	-	0	0	172	-	-	-	-
Organismes musicaux	5 187	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Regroupements d'artistes	8 957	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Écoles et institutions scolaires	899	1 179	2 020	1 553	886	31	71	-23	-43
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	220	1 077	1 982	1 038	466	389	84	-48	-55
Autres projets de DCC admissibles	1 994	7 550	9 714	6 195	3 986	279	29	-36	-36
Total	**19 537**	**22 061**	**28 342**	**24 001**	**16 644**	13	28	-15	-31
ii) Contributions au DCC déclarées par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement de licence									
FACTOR	2 999	2 003	2 629	1 971	3 152	-33	31	-25	60
MUSICACTION	1 390	1 324	808	727	1 414	-5	-39	-10	95
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-		617	1 020	-	-	-	65
Associations de l'industrie de la musique	-	647	823	966	1 607	-	27	17	66
Projets de musique locale	-	1 809	1 947	2 381	3 352	-	8	22	41
Nouveau contenu de créations orales	-	188	201	398	61	-	7	98	-85
Projets de contenu sonore	-	-	0	0	0	-	-	-	-
Organismes musicaux	3 081	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Regroupements d'artistes	1 850	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Écoles et institutions scolaires	618	422	473	614	342	-32	12	30	-44
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	0	0	0	246	35	-	-	-	-86
Autres projets de DCC admissibles	1 107	876	873	1 194	4 026	-21	0	37	237
Total	**11 045**	**7 269**	**7 754**	**9 114**	**15 010**	-34	7	18	65
iii) Contributions au DCC liées à des modifications de propriété ou de contrôle									
FACTOR	5 711	5 179	5 407	5 959	6 053	-9	4	10	2
MUSICACTION	992	344	331	1 248	770	-65	-4	277	-38
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-	346	727	684	-	-	110	-6
Associations de l'industrie de la musique	-	440	1 044	567	386	-	137	-46	-32
Projets de musique locale	-	1 705	1 401	2 290	1 662	-	-18	63	-27
Nouveau contenu de créations orales	-	0	0	0	309	-	-	-	-
Projets de contenu sonore	-	-	135	135	50	-	-	0	-63
Organismes musicaux	65	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Regroupements d'artistes	2 466	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
Écoles et institutions scolaires	379	274	207	216	203	-28	-24	4	-6
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	10 508	8 167	8 801	10 499	10 483	-22	8	19	0
Autres projets de DCC admissibles	394	613	228	324	102	55	-63	42	-68
Total	20 515	16 722	17 900	21 965	20 703	-18	7	23	-6
Total des contributions annuelles	**51 097**	**46 053**	**53 996**	**55 080**	**52 357**	**-9,9**	**17,2**	**2,0**	**-4,9**

Source : Données recueillies par le CRTC

À noter que :

- les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour la période du 1er septembre au 31 août;
- les données englobent les contributions versées aussi bien en vertu du régime de développement des talents canadiens (DTC) que de DCC;
- les chiffres de 2012-2013 incluent les contributions par les services de radio payants;
- les contributions des services par satellite sont partagées selon qu'elles sont effectuées au cours de la période de licence initiale ou lors du renouvellement de licence (respectivement 25 % et 75 %), calculées en fonction d'un renouvellement de licence au 1er décembre.

f) Avantages tangibles

Tableau 4.1.10 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la radio du 1er janvier 2009 au 31 décembre 2013 (millions $)

Période d'étude (1er janvier au 31 décembre)	Services de langue anglaise			Services de langue française			Avantages totaux
	Nbr de trans.	Valeur des transactions	Avantages	Nbr de trans.	Valeur des transactions	Avantages	
2009	10	27,5	1,6	1	-	-	1,6
2010	7	67,2	4,0	2	97,7	8,8	12,8
2011	9	316,2	19,0	3	-	-	19,0
2012	5	80,4	4,8	2	1,5	0,1	4,9
2013	4	699,8	48,6	1	357,7	25,0	73,7
Total	35	1 191,1	78,0	9	456,9	33,9	112,0

Sources : Décisions et approbations administratives du CRTC

À noter que :

- la transaction de propriété Cogeco/Corus, conclue en 2010 (voir la décision de radiodiffusion 2010-942), a donné lieu à des avantages tangibles de 8,8 millions de dollars à l'endroit des projets de radio de langue française;
- la transaction de propriété BCE/CTVglobemedia Inc., conclue en 2011 (voir la décision de radiodiffusion 2011-163), a donné lieu à des avantages tangibles de 17,5 millions de dollars;
- la transaction de propriété BCE/Astral, conclue en 2013 (voir la décision de radiodiffusion 2013-310), a donné lieu à des avantages tangibles de 71,5 millions de dollars. Environ 46,5 millions de dollars de cette somme ont été consacrés à des projets de langue anglaise et 25 millions de dollars à des projets de langue française. Dans sa décision, le Conseil a ordonné à BCE de se départir de 10 services de radio. L'achat de ces stations devrait représenter des avantages tangibles additionnels d'au moins 11 millions de dollars. En décembre 2013, le Conseil a approuvé l'achat de trois stations (CFQX-FM Selkirk et CHIQ-FM Winnipeg [Manitoba] et CKCE-FM Calgary [Alberta]) par Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison) et cette dernière a souscrit à des avantages tangibles de 1,8 million de dollars. Le Conseil s'attend à publier des conclusions relatives à l'achat des sept autres services avant la fin de 2014.

g) Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de distribution de radiodiffusion doit être de grande qualité. Le CRTC traite des plaintes à l'égard de la programmation diffusée par les radiodiffuseurs publics et communautaires, de même que par les membres non canadiens du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR). Il s'occupe aussi des enjeux dépassant le cadre des codes administrés par le CCNR. Environ 78 % des plaintes en matière de radio reçues par le Conseil ont été référées au CCNR.

Qu'est-ce que le CCNR?

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) est un organisme indépendant non gouvernemental créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) afin d'administrer les normes établies par ses membres, les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du CCNR comprennent plus de 790 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés, des services payants et des réseaux de partout au Canada, de la programmation de langues française, anglaise et tierces.

Plus de renseignements au sujet du CCNR sont disponibles sur le site Web www.ccnr.ca.

Tableau 4.1.11 Nombre de communications au sujet de la radio, par type de sujet (2013-2014)

Sujet	Décisions/ politiques du CRTC	Facturation	Qualité du service/ prestation	Modalités	Questions touchant les handicapés	Programmation	Intensité sonore	Autre
Nombre de communications	1 042	4	24	2	0	1 299	10	285

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Tableau 4.1.12 Nombre de plaintes en radiodiffusion, par sujet

Type de plainte	2009-2010		2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR
Radio										
Propos haineux	11	-	35	5	38	3	64	32	32	8
Contenu pour adulte	8	3	13	5	14	6	9	3	5	1
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	1	-	4	-	3	-
Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	5	4	1	-	2	1
Insultes ou injures	89	30	220	100	258	95	283	135	702	582
Langage vulgaire	24	8	296	266	22	9	50	14	31	13
Radio par abonnement (satellite)										
Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent différentes plaintes relatives aux services de radio et de radio par abonnement. Ce tableau présente le nombre de plaintes reçues par le CRTC — et référées au CCNR — concernant différents enjeux dans divers marchés radiophoniques entre 2009-2010 et 2013-2014.

Le Système de suivi de la correspondance du CRTC enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.

« Propos haineux » : la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes identifiés dans les règlements sur la télévision, la radio ou les services spécialisés.

« Insultes ou injures » : la plainte allègue que l'on faisait de l'humour injurieux ou d'autres commentaires ne cadrant pas dans la définition des « propos haineux ».

« Langage vulgaire » : la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

Tableau 4.1.13 Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR (2012-2013)

	Radio	Radio par abonnement (satellite)	Total
Langue de l'émission			
Anglais	404	1	405
Français	486	0	486
Langue tierce	16	0	16
Autre	2	8	10
Total	908	9	917
Source de l'émission			
Canadienne	871	0	871
Étrangère	25	0	25
Autre	12	9	11
Total	908	9	917

Ce tableau indique le nombre de plaintes traitées par le CCNR, réparties selon la langue de programmation et la source (canadienne ou étrangère).

« Autre » dans les sections sur la langue de programmation et la source de programmation se rapporte aux plaintes qui ne comportaient pas suffisamment d'information pour permettre au CCNR de déterminer la langue de programmation, pas plus que l'origine nationale de la programmation.

Source : Rapports annuels du CCNR

Que sont les NCP?

Les Normes canadiennes de la publicité (NCP) sont l'organisme national d'autoréglementation à but non-lucratif en matière de publicité.

Le *Code canadien des normes de la publicité* est mis à jour régulièrement afin de veiller à ce qu'il demeure actuel et contemporain tout en suivant le rythme des consommateurs et des attentes sociétales. L'organisme répond aux plaintes de consommateurs et de groupes de défense d'intérêts spéciaux à l'égard de la publicité pour tous les médias assujettis au *Code canadien des normes de la publicité*, l'instrument principal d'autoréglementation en publicité. De plus, les NCP entreprennent des fonctions de préapprobation dans cinq catégories d'industries, en se basant sur les lois, règlements, codes de l'industrie ou lignes directrices applicables.

Pour plus d'information sur les NCP, veuillez consulter le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 4.1.14 Plaintes traitées par les NCP

	2009	2010	2011	2012	2013
Plaintes reçues par les NCP	1 228	1 200	1 809	1 310	1 310
Plaintes relatives aux publicités à la radio	64	67	85	55	84
Pourcentage du total des plaintes reçues	*5 %*	*5 %*	*5 %*	*4 %*	*6 %*

Source : Rapports des NCP sur les plaintes

Ce tableau présente le nombre de plaintes reçues par les NCP concernant la radio et le pourcentage du total des plaintes qu'elles représentent. En 2013, 6 % des plaintes concernaient des publicités à la radio.

h) Groupes de propriété

Tableau 4.1.15 Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises qui ont fait un rapport - Principaux exploitants de la radio au Canada

Exploitant	Revenus (milliers $)			Nombre d'entreprises de radio ayant fait un rapport			Part du revenu national (%)		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Principaux exploitants de radio commerciale									
BCE	160 464	157 219	474 226	33	33	117	10	10	29
Pierre Boivin (BCE en fidéicommis)	s.o.	s.o.	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	3
Astral	332 711	330 488	s.o.	84	84	s.o.	21	20	s.o.
Rogers	220 814	225 084	224 520	54	55	55	14	14	14
Corus	184 189	181 518	173 909	37	37	37	11	11	11
Newcap	113 646	116 689	122 365	60	60	62	7	7	8
Cogeco	113 585	106 533	106 613	16	13	13	7	7	7
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale	1 125 409	1 117 531	1 101 633	284#	282#	284	70	69	68
Total pour les exploitants de radio commerciale	1 613 825	1 620 316	1 622 658	669	675	718	100	100	100
Principaux exploitants de radio commerciale de langue anglaise									
BCE	160 464	157 219	365 516	33	33	96	12	12	28
Pierre Boivin (BCE en fidéicommis)	s.o.	s.o.	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	4
Astral	223 718	221 826	s.o.	63	63#	s.o.	17	17	s.o.
Rogers	220 814	225 084	223 374	54	55	54	17	17	17
Corus	184 189	181 518	173 909	37	37	37	14	14	13
Newcap	113 646	116 689	122 365	60	60	62	9	9	9
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale de langue anglaise	902 831	902 336	885 164	247#	248#	249	69	69	67
Total pour les exploitants de radio commerciale de langue anglaise	1 310 226	1 316 992	1 318 387	550	555	594	100	100	100
Principaux exploitants de radio commerciale de langue française									
BCE	s.o.	s.o.	108 710	s.o.	s.o.	21	s.o.	s.o.	42
Astral	108 993	108 662	s.o.	21	21	s.o.	42	42	s.o.
Cogeco	s.o.	s.o.	s.o.	12#	12#	12	s.o.	s.o.	s.o.
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale de langue française	108 993	108 662	108 710	33#	33#	33	42	42	42
Total pour les exploitants de radio commerciale de langue française	259 366	257 940	257 884	96	96	97	100	100	100

Source : Données recueillies par le CRTC

Le tableau 4.1.15 illustre que, collectivement, les six principaux exploitants de radio commerciale au Canada ont réalisé près de 70 % des revenus de l'industrie de la radio commerciale entre 2011 et 2013. De plus, ils englobent environ 40 % des entreprises de radio au pays. Au cours de cette période, les quatre principaux exploitants de radio de langue anglaise ont réalisé près de 70 % des revenus de ce marché tout en exploitant plus de 40 % des entreprises.

À noter que :

- le nombre total des exploitants de radio privée (et le nombre total des exploitants de langue anglaise et de langue française) comprend les réseaux commerciaux et les stations de radio commerciale à caractère ethnique. De plus, le transfert de propriété ou de contrôle d'un service de radio appartenant à un groupe de propriété ou vers un tel groupe est réputé avoir eu lieu l'année de radiodiffusion pendant laquelle le transfert a été autorisé par le CRTC et non à la date de clôture de la transaction. La totalité des revenus annuels du service de radio est alors attribuée à la société réputée en être la propriétaire;
- les revenus de Cogeco ont été retirés de la catégorie « Principaux exploitants de radio commerciale de langue française » en raison de questions demeurées en suspens à la suite de la clôture;
- dans la décision de radiodiffusion 2013-310, le Conseil a approuvé la modification du contrôle effectif des 21 stations de radio de langue française et des 63 stations de radio de langue anglaise appartenant à Astral en faveur de BCE, sous réserve que BCE se départisse de 10 stations de langue anglaise (7 d'Astral et 3 de BCE) et qu'elle en transfère la direction et le contrôle à un fiduciaire (Pierre Boivin) jusqu'à ce qu'elles soient vendues à un tiers;
- les services détenus en fiducie par Pierre Boivin sont présentés séparément, mais sont inclus dans les données sur BCE.

4.2 Secteur de marché de la télévision

Le système canadien de la télévision offre un vaste éventail de plus de 600 services canadiens et non canadiens aux ménages canadiens. L'industrie de la télévision est composée d'un certain nombre de grands groupes de propriété qui récoltent plus de 90 % des revenus de la télévision traditionnelle privée et des services payants, de télévision à la carte (TVC), de vidéo sur demande (VSD) et spécialisés.

Graphique 4.2.0 Revenus de la télévision en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion

(17,1 milliards $, 2013)

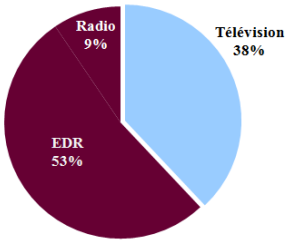


Tableau 4.2.0 Aperçu du secteur de la télévision

	2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Services de télévision autorisés à diffuser au Canada	635#	644	*1,4*
Langue anglaise	390#	374	*-4,1*
Langue française	112#	84	*-25,0*
Langue tierce	133#	186	*39,8*
Revenus (million $)	6 514	6 499	*-0,2*
Stations privées de télévision traditionnelle	2 038	1 944	*-4,6*
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	3 968	4 091	*3,1*
CBC/SRC (traditionnelle)	508	464	*-8,7*
BAII (millions $)			
Stations privées de télévision traditionnelle	23	-2	*-110,1*
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	917	1 083	*18,4*
Nombre d'heures d'écoute hebdomadaire en moyenne pour tous les Canadiens âgés de 2 ans et plus	28,2	27,9	*-1,1*
Moyenne d'écoute (%) hebdomadaire des émissions canadiennes			
Services canadiens de langue anglaise (sauf marché de langue française du Québec)	43,8	43,1	*-1,8*
Services canadiens de langue française (marché de langue française du Québec)	63,2	61,1	*-3,2*
Dépenses en émissions canadiennes (millions $)	2 861	2 704	*-5,5*
Dépenses en émissions canadiennes (% du total)			
CBC/SRC (traditionnelle)	25,6	25,9	
Stations privées de télévision traditionnelle	23,1	22,4	
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	48,6	48,9	
Autres services de télévision publics et à but non-lucratif	2,7	2,8	

Source : Données recueillies par le CRTC, Numeris (anciennement BBM Canada) – Données de l'audimètre portatif sans fil (PPM)

Ce tableau donne un aperçu du marché de la télévision en 2012 et 2013. Il indique le nombre de services de télévision autorisés à diffuser au Canada en langues anglaise et française et en langue tierce ainsi que les revenus, les bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) et la moyenne d'écoute des Canadiens de 2 ans et +, le pourcentage d'écoute hebdomadaire de programmation canadienne. Finalement, il présente les dépenses en émissions canadiennes à la fois en dollars absolus et en pourcentages du montant total répartis par service.

Le symbole # indique un changement par rapport aux chiffres du rapport de l'an dernier (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Le secteur de la télévision traditionnelle privée de langue anglaise compte trois principaux groupes de propriété : BCE (CTV et CTV Two), dont la part de marché lui vaut 49 % des revenus, Shaw Media Inc. (Global), avec 26 % des revenus, et Rogers Media (Citytv et Omni) avec 17 %. Le marché de la télévision traditionnelle privée de langue française compte deux grands exploitants : Québecor Média Inc. (TVA), qui obtient 69 % des revenus du marché, et Remstar (V), qui en obtient 21 %. Le système canadien de la télévision comprend en outre un diffuseur public national, la CBC/SRC, aussi bien sur le marché de langue anglaise que le marché de langue française, ainsi qu'un certain nombre de diffuseurs publics provinciaux, la plupart éducatifs.

Cette section présente des détails sur les services de télévision, des mesures de l'auditoire, ainsi que des résultats financiers en fonction du type de service, de la langue et du groupe de propriété. De plus, la dernière portion de cette section offre des renseignements détaillés sur les dépenses en programmation par tous les types de service.

Notez que dans cette section :

- de légères variances sont dues à l'arrondissement;
- le symbole # indique un changement par rapport aux chiffres du rapport de l'an dernier.

a) Revenus

Cette sous-section présente les revenus des services de télévision traditionnelle, des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD. Les revenus des médias numériques sont exclus.

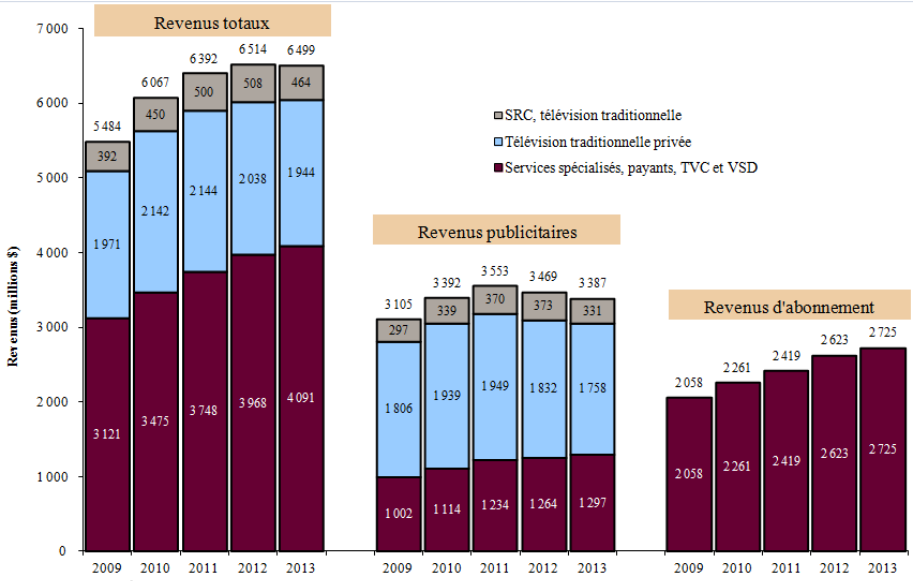
Tableau 4.2.1 Revenus de télévision par type de service (millions $)

	2011	2012	2013	*TCAC (%)*
Télévision traditionnelle				
Privée	2 144	2 038	1 944	*-4,8*
CBC/SRC	500	508	464	*-3,7*
Sous-total	2 644	2 546	2 408	*-4,6*
Télévision non traditionnelle				
Payante TVC VSD	856	837	799	*-3,4*
Spécialisée	2 892	3 130	3 292	*6,7*
Sous-total	3 748	3 968	4 091	*4,5*
Total	6 392	6 513	6 499	*0,8*

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre les changements dans les revenus de la télévision, par type de service de 2011 à 2013. Les services de télévision sont divisés en traditionnels (télévision privée et la CBC/SRC) et non-traditionnels (payants, TVC, VSD et spécialisés). Le tableau exclut les crédits parlementaires de la CBC/SRC. L'acronyme TCAC signifie « taux de croissance annuel composé ».

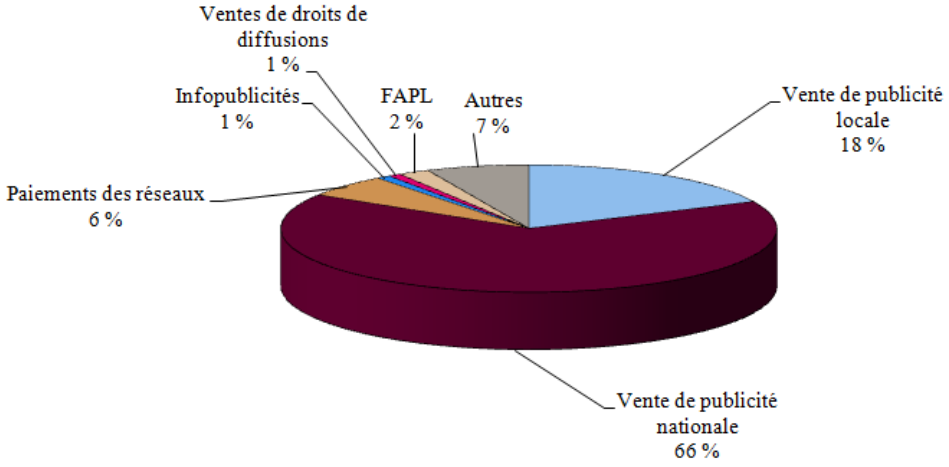
Graphique 4.2.1 Revenus de télévision : CBC/SRC, télévision traditionnelle privée, services spécialisés, payants, de TVC et de VSD



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces trois graphiques illustrent les total des revenus de publicité et d'abonnement de la télévision traditionnelle de la CBC/SRC, de la télévision traditionnelle privée et des services payants, de TVC, de VSD et spécialisés. Le total des revenus inclut d'autres revenus (revenus associés à une licence de radiodiffusion mais ne provenant pas d'activités de radiodiffusion comme des levées de fonds) et le financement du Fonds d'amélioration de la programmation locale (FAPL pour toutes les années sauf 2009). Les revenus publicitaires incluent les infopublicités. Les revenus de la CBC/SRC n'incluent pas les crédits parlementaires.

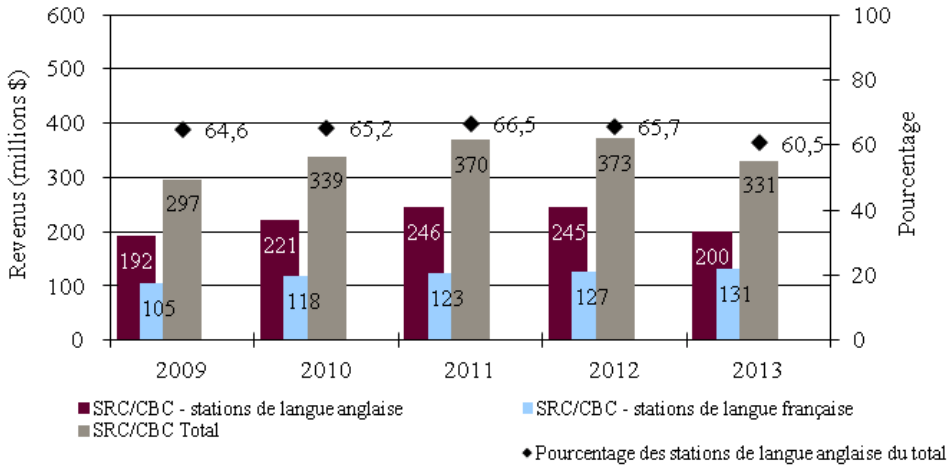
Graphique 4.2.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2013, les services privés de télévision traditionnelle ont tiré environ les deux tiers de leurs revenus des ventes de publicité nationale, plus 18 % en ventes de publicité locale. Les autres sources de revenus incluaient les paiements des réseaux, les infopublicités, la programmation souscrite et le financement du FAPL.

Graphique 4.2.3 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la CBC/SRC



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le total des revenus perçus par la CBC/SRC ainsi que la répartition des revenus entre les stations de langues française et anglaise détenues et exploitées par la CBC/SRC. Les données inscrites sur l'axe de droite donnent le pourcentage des stations de langue anglaise par rapport à l'ensemble des entreprises de télévision traditionnelle de la CBC/SRC.

Tableau 4.2.2 Revenus de publicité et autres des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la CBC/SRC

Revenus (millions $)	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Stations traditionnelles CBC/SRC						
Revenus publicitaires						
Stations de langue anglaise	192	221	246	245	200	
Croissance annuelle (%)	*-24,1*	*15,1*	*11,3*	*-0,3*	*-18,3*	*1,1*
Stations de langue française	105	118	123	127	131	
Croissance annuelle (%)	*-7,1*	*12,4*	*4,2*	*3,1*	*3,1*	*5,7*
Total des revenus de publicité	297	339	370	373	331	
Croissance annuelle (%)	*-18,9*	*14,1*	*9,1*	*0,8*	*-11,2*	*2,8*
Autres revenus	95	111	130	135	133	
Croissance annuelle (%)	*106,5*	*16,8*	*17,1*	*3,9*	*-1,8*	*8,7*
Total	392	450	500	508	464	
Croissance annuelle (%)	*-4,9*	*14,8*	*11,1*	*1,6*	*-8,7*	*4,3*
Crédits parlementaires	s,o,	794	839	861	783	
Croissance annuelle (%)		*s,o,*	*5,7*	*2,7*	*-9,0*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le total des revenus perçus par les stations de télévision traditionnelle de la CBC/SRC, lesquels incluent les revenus publicitaires des stations de langues anglaise et française, les crédits parlementaires et autres revenus y compris les autres revenus commerciaux de 2009 à 2013 et les revenus du FAPL de 2010 à 2013.

Tableau 4.2.3 Revenus de publicité et autres des stations privées de télévision traditionnelle selon la langue

Revenus (millions $)	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Stations de langue anglaise						
Publicité	1 520	1 659	1 659	1 540	1 468	*-0,9*
Croissance annuelle (%)	*-9,5*	*9,2*	*0,0*	*-7,2*	*-4,7*	
% du sous-total	*94,0*	*92,0*	*93,0*	*92,0*	*92,7*	
Autre	101	135	129	131	115	*3,4*
Croissance annuelle (%)	*34,7*	*33,1*	*-4,5*	*2,0*	*-11,8*	
% du sous-total	*6,0*	*8,0*	*7,0*	*8,0*	*7,3*	
Sous-total	1 621	1 794	1 788	1 672	1 583	*-0,6*
Croissance annuelle (%)	*-7,6*	*10,7*	*-0,3*	*-6,5*	*-5,3*	
Stations de langue française						
Publicité	286	280	290	291	290	*0,4*
Croissance annuelle (%)	*-11,2*	*-1,9*	*3,6*	*0,3*	*-0,2*	
% du sous-total	*82,0*	*80,0*	*81,0*	*79,0*	*80,5*	
Autre	64	68	66	75	70	*2,4*
Croissance annuelle (%)	*3,2*	*5,5*	*-2,2*	*13,5*	*-6,1*	
% du sous-total	*18,0*	*20,0*	*19,0*	*21,0*	*19,5*	
Sous-total	350	348	357	367	361	*0,8*
Croissance annuelle (%)	*-8,9*	*-0,5*	*2,5*	*2,8*	*-1,7*	
Total						
Publicité	1 806	1 939	1 949	1 832	1 758	*-0,7*
Croissance annuelle (%)	*-9,7*	*7,4*	*0,5*	*-6,0*	*-4,0*	
% du total	*92,0*	*91,0*	*91,0*	*90,0*	*90,4*	
Autre	165	202	195	206	186	*3,0*
Croissance annuelle (%)	*20,4*	*22,4*	*-3,6*	*5,9*	*-9,8*	
% du total	*8,0*	*9,0*	*9,0*	*10,0*	*9,6*	
Total	1 971	2 142	2 144	2 038	1 944	*-0,3*
Croissance annuelle (%)	*-7,8*	*8,9*	*0,1*	*-5,0*	*-4,6*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le total des revenus de publicité et d'autres sources perçus par les stations privées de télévision traditionnelle de langues anglaise et française. Les revenus de stations de langue anglaise incluent ceux des stations traditionnelles à caractère ethnique parce qu'une part importante de leurs revenus provenait de la programmation de langue anglaise. La catégorie « Autres » inclut le financement du FAPL de 2010 à 2013.

Tableau 4.2.4 Revenus des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD selon la langue

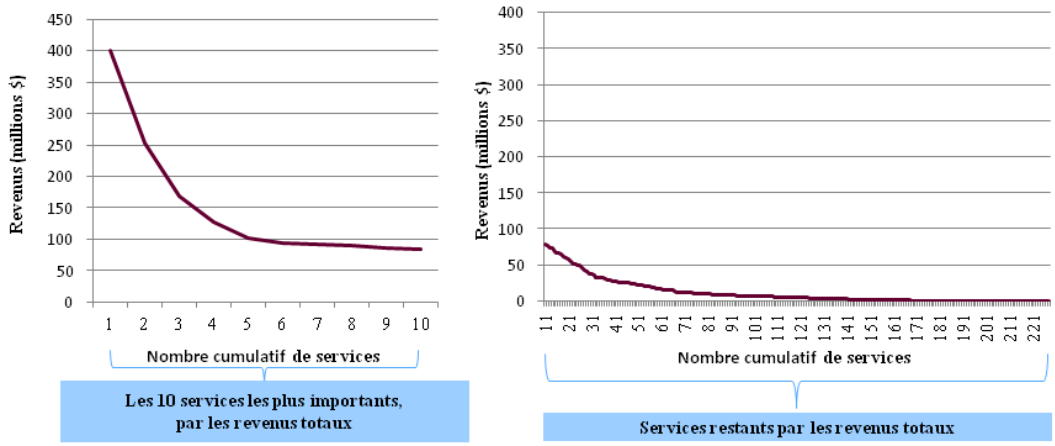
Services	Revenus (milliers $) 2011	2012	2013	BAII (milliers$) 2011	2012	2013	Marge de BAII (%) 2011	2012	2013
Services spécialisés									
Langue anglaise									
Catégorie A	1 341 680	1 347 720	1 376 935	451 225	490 798	495 668	33,6	36,4	36,0
Catégorie B	294 723	332 660	373 721	81 184	92 747	111 385	27,5	27,9	29,8
Catégorie C	666 289	794 906	850 891	117 032	119 106	218 905	17,6	15	25,7
Sous-total	2 302 692	2 475 285	2 601 547	649 441	702 651	825 958	28,2	28,4	31,7
Langue française									
Catégorie A	274 600	276 529	296 800	84 556	78 789	91 640	30,8	28,5	30,9
Catégorie B	19 841	29 027	37 418	-5 241	-4 206	-2 876	-26,4	-14,5	-7,7
Catégorie C	212 734	265 686	269 679	44 579	25 089	49 354	21	9,4	18,3
Sous-total	507 175	571 243	603 897	123 894	99 672	138 118	24,4	17,4	22,9
Services ethniques et de langues tierces									
Catégorie A	68 241	67 856	60 429	18 919	18 080	15 268	27,7	26,6	25,3
Catégorie B	14 311	15 746	26 151	1 479	2 717	2 841	10,3	17,3	10,9
Sous-total	82 552	83 601	86 580	20 398	20 797	18 109	24,7	24,9	20,9
Total des services spécialisés									
Catégorie A	1 684 521	1 692 105	1 734 163	554 700	587 667	602 576	32,9	34,7	34,7
Catégorie B	328 875	377 433	437 291	77 422	91 258	111 350	23,5	24,2	25,5
Catégorie C	879 023	1 060 592	1 120 570	161 611	144 195	268 259	18,4	13,6	23,9
Sous-total	2 892 419	3 130 129	3 292 024	793 733	823 120	982 185	27,4	26,3	29,8
Services payants, de TVC et de VSD									
Services payants	468 946	457 798	444 785	123 445	101 719	99 297	26,3	22,2	22,3
Services TVC (terrestre et SRD)	129 243	115 739	99 652	13 095	8 358	10 543	10,1	7,2	10,6
VSD	257 457	263 865	254 532	3 937	-16 780	-8 862	1,5	-6,3	-3,5
Sous-total	855 646	837 401	798 969	140 477	91 492	100 978	16,4	11,2	12,6
Total	3 748 065	3 967 530	4 090 994	934 210	916 612	1 083 163	24,9	23,1	26,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus perçus par les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langues anglaise, française et tierce. Les bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) et la marge de BAII (BAII divisés par le total des revenus) y figurent également. Les BAII sont une mesure de rendement.

Pour voir la définition complète de chaque catégorie, telle que décrite dans le *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*, voir la page 8 de ce rapport à l'adresse : www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/BrAnalysis/psp2012/individual/ipsp2012.pdf.

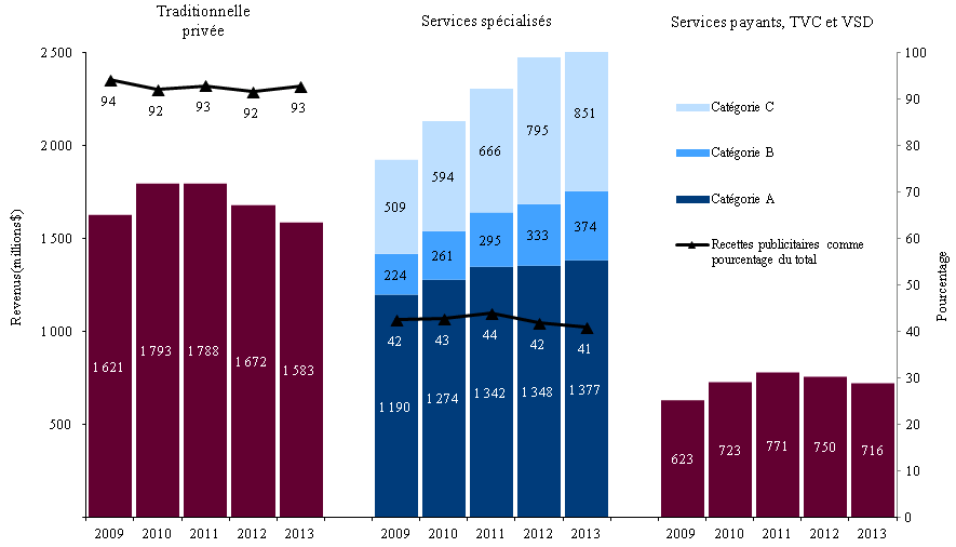
Graphique 4.2.4 Classement par revenus des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en ordre décroissant (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en ordre décroissant. Chacun des cinq services les plus importants a récolté au moins 100 millions de dollars de revenus alors que les cinq services suivants en importance ont récolté un peu moins de 100 millions de dollars. Les 68 services suivants ont récolté des revenus qui dépassaient 10 millions de dollars et les 94 suivants des revenus qui dépassaient 1 million de dollars; les revenus des services restants n'atteignaient pas 1 million de dollars. Parmi les 10 services les plus importants, trois services étaient des réseaux de sports et les sept autres étaient de différents genres.

Graphique 4.2.5 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise

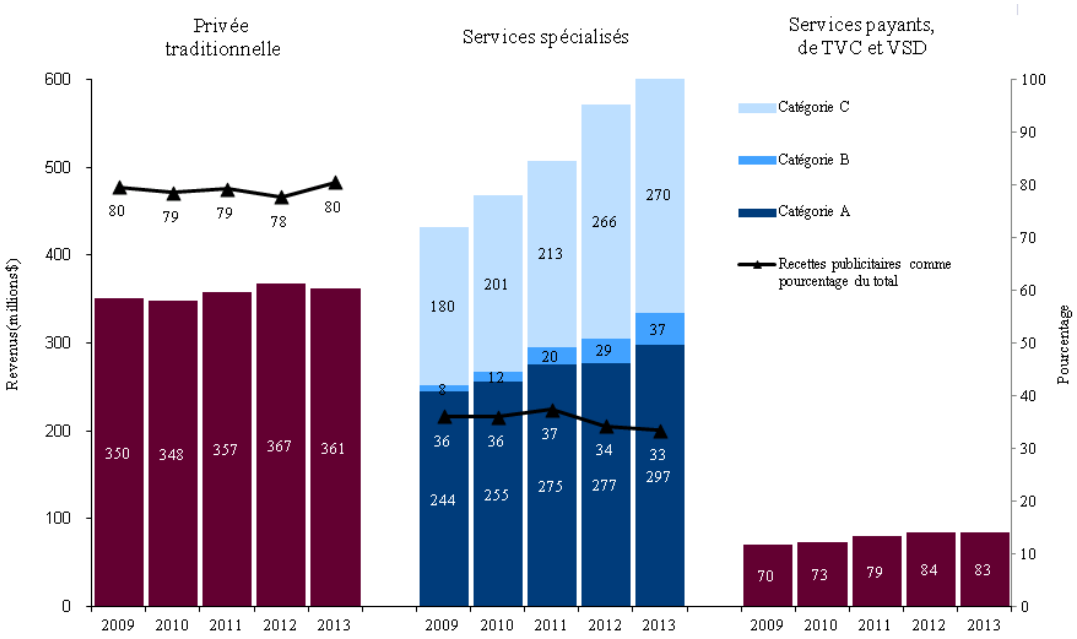


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise, ainsi que le pourcentage des revenus issus de la publicité. Les revenus des services spécialisés sont indiqués par catégorie.

Les stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise englobent les stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise. Les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise comprennent les services bilingues.

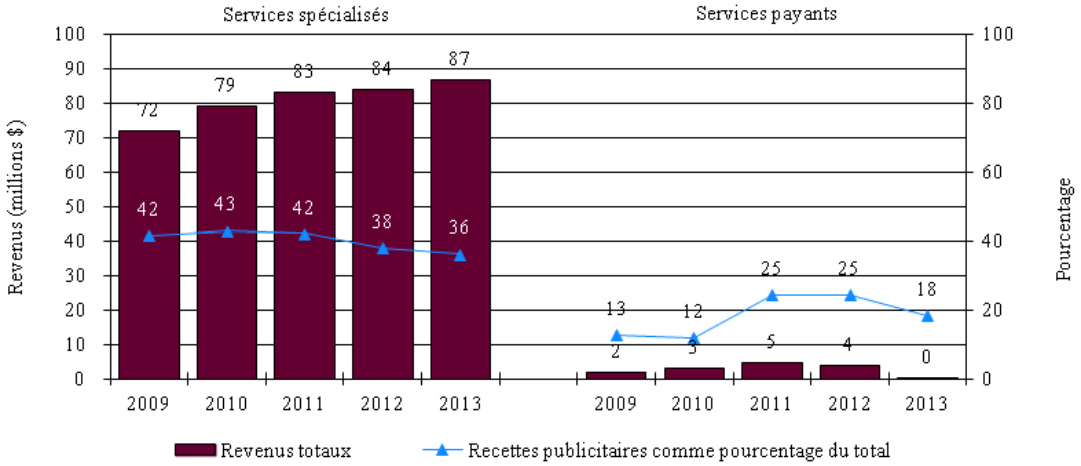
Graphique 4.2.6 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD en langue française ainsi que les pourcentages de revenus issus de la publicité. Les revenus des services spécialisés sont indiqués par catégorie.

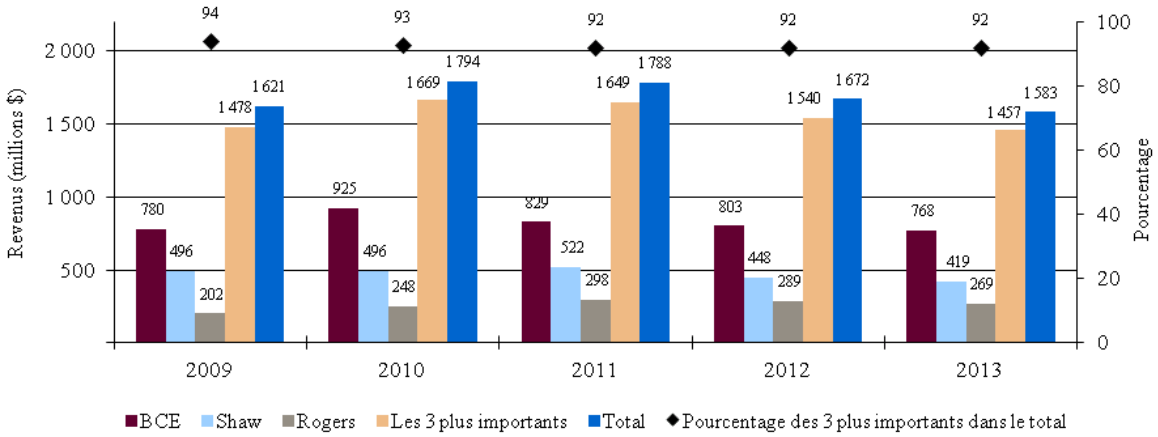
Graphique 4.2.7 Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces



Source : Données recueillies par le CRTC

Le graphique en barres indique le total des revenus perçus par les services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces. Le graphique linéaire indique le pourcentage des revenus issus de la publicité.

Graphique 4.2.8 Revenus des trois plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise



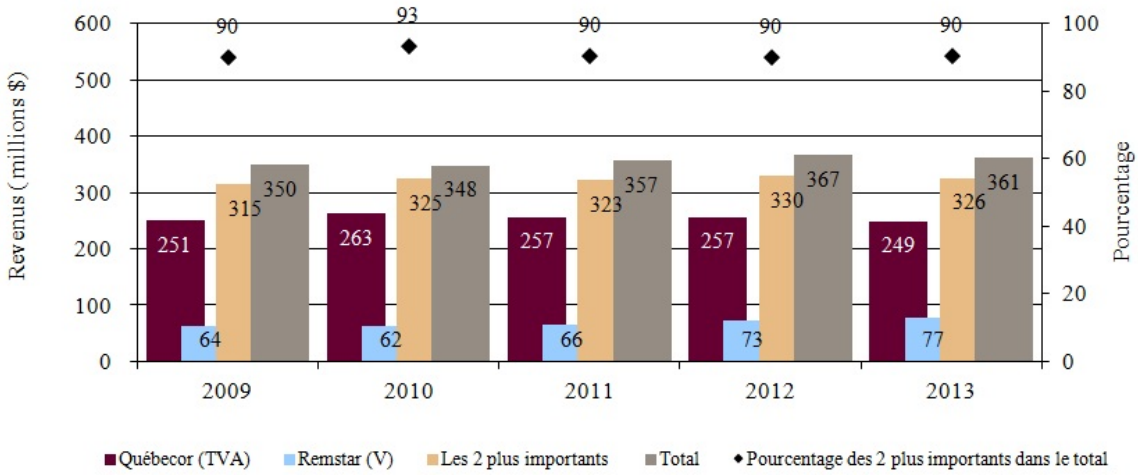
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus de chacun des trois plus grands groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise, ainsi que leurs revenus totaux de la télévision traditionnelle pour chacune des années de 2009 à 2013. L'axe vertical de droite donne le pourcentage des revenus totaux des trois plus grands groupes par rapport au total des revenus de la télévision traditionnelle privée pour toutes les années indiquées.

La télévision traditionnelle privée de langue anglaise inclut les stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.

Les données sur les revenus sont basées sur le nombre de stations traditionnelles détenues ou contrôlées par le groupe de propriété en date du 31 août de chaque année. La date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, officialise la propriété. Les revenus annuels complets de la station sont attribués au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire en date du 31 août. Les revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL de 2010 à 2013.

Graphique 4.2.9 Revenus des deux plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française



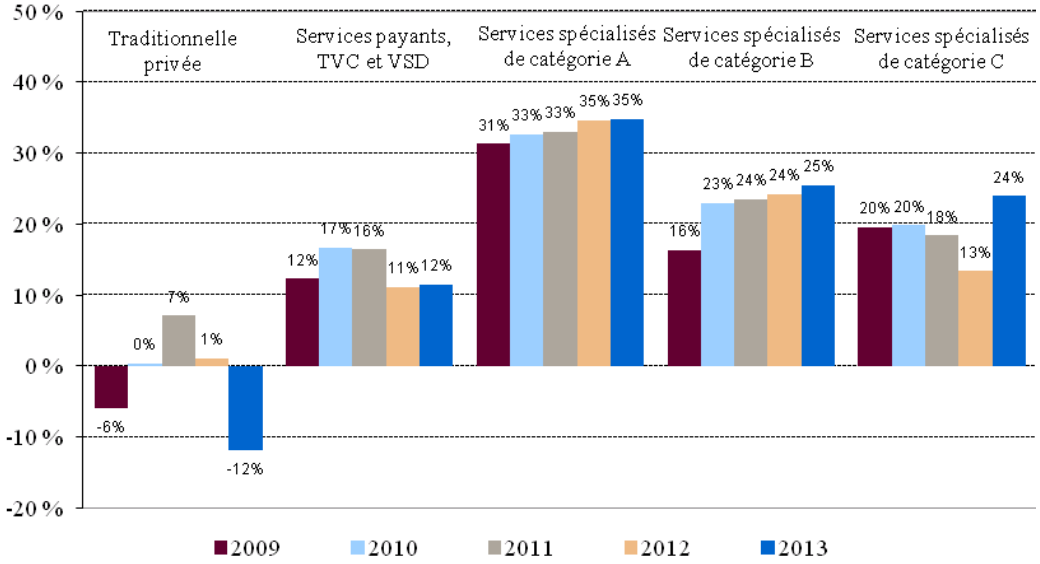
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus de chacun des deux plus grands groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française, ainsi que leurs revenus totaux de la télévision traditionnelle pour chacune des années de 2009 à 2013. L'axe vertical de droite donne le pourcentage des revenus totaux des deux plus grands groupes par rapport au total des revenus de la télévision traditionnelle privée pour toutes les années indiquées.

Les données sur les revenus sont basées sur le nombre de stations traditionnelles détenues ou contrôlées par le groupe de propriété en date du 31 août de chaque année. La date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, officialise la propriété. Les revenus annuels complets de la station sont attribués au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire en date du 31 août. Les revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL de 2010 à 2013.

b) Rendement financier

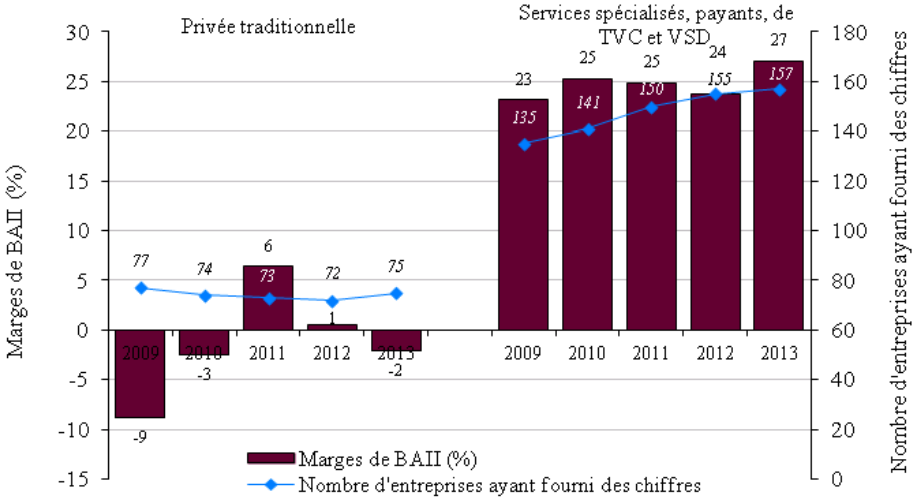
Graphique 4.2.10 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés des catégories A, B et C



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de BAII des divers types de services de télévision de 2009 à 2013.

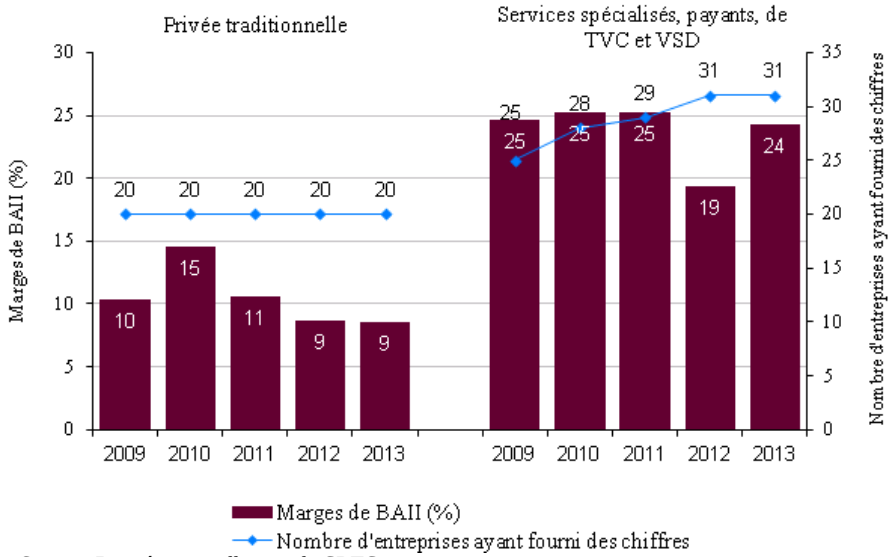
Graphique 4.2.11 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise. Les lignes du graphique indiquent pour chaque service, le nombre d'entreprises qui ont fourni des données.

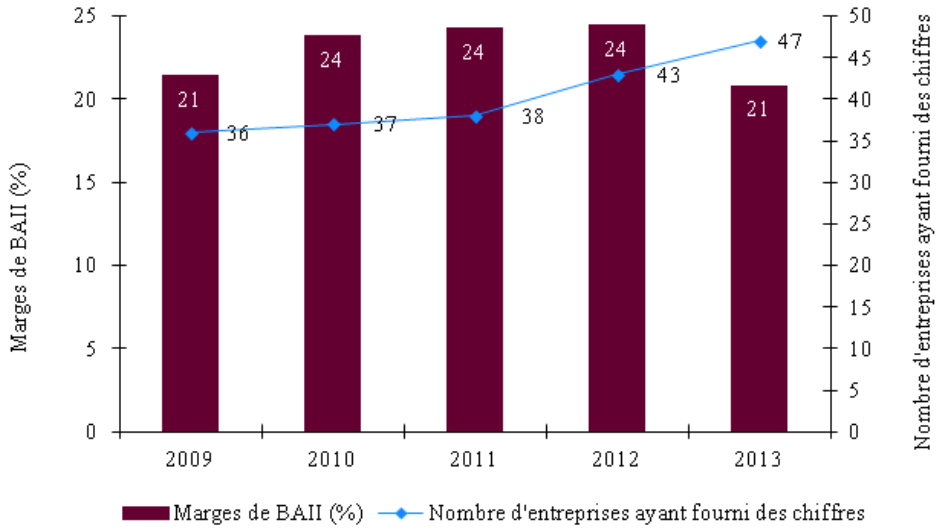
Graphique 4.2.12 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française. Les lignes du graphique indiquent pour chaque service, le nombre d'entreprises qui ont fourni des données.

Graphique 4.2.13 Marges de BAII des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces



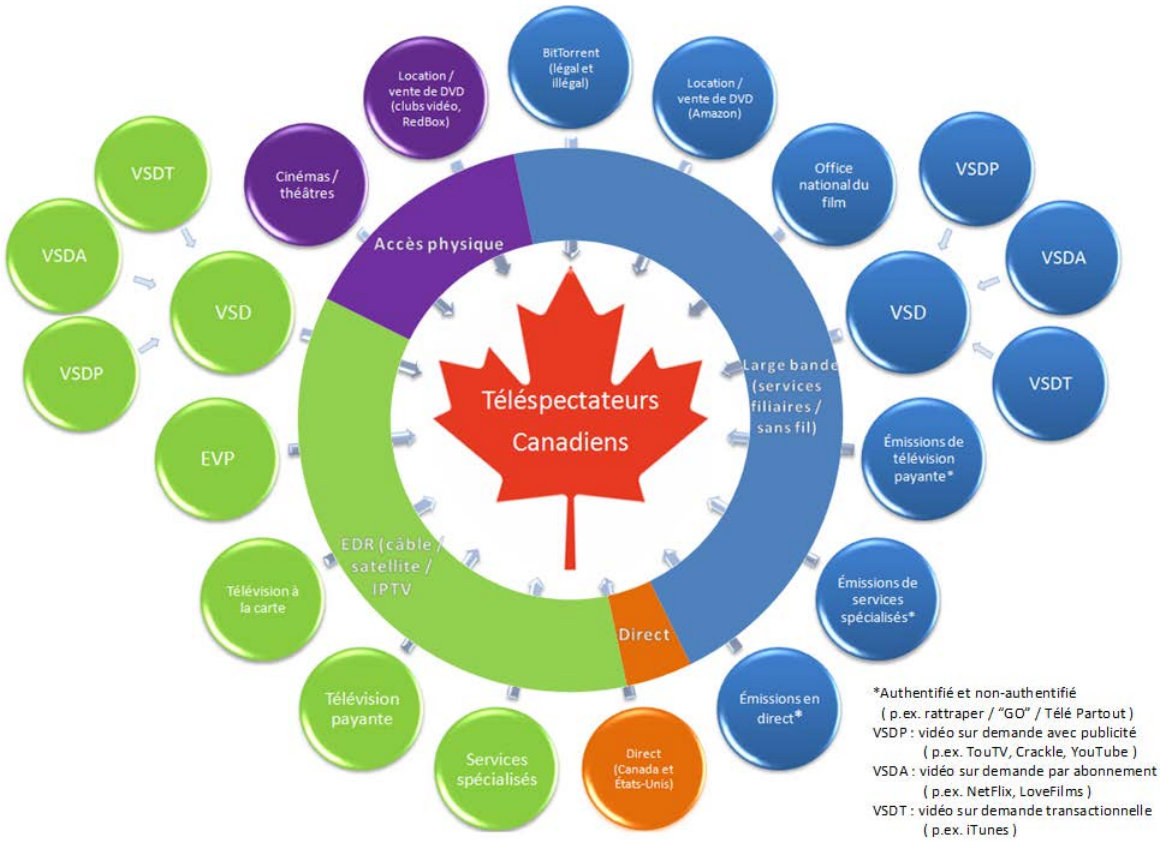
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de BAII combinées des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langue tierce. Les lignes du graphique indiquent pour chaque service, le nombre d'entreprises qui ont fourni des données.

c) Disponibilité des services de télévision et de vidéo

Les Canadiens ont à leur disposition diverses sources et moyens leur permettant d'accéder à du contenu vidéo, de la radiodiffusion traditionnelle linéaire en direct jusqu'aux médias numériques sur Internet. Le diagramme qui suit illustre les diverses catégories et les différents types de programmation et de plateformes.

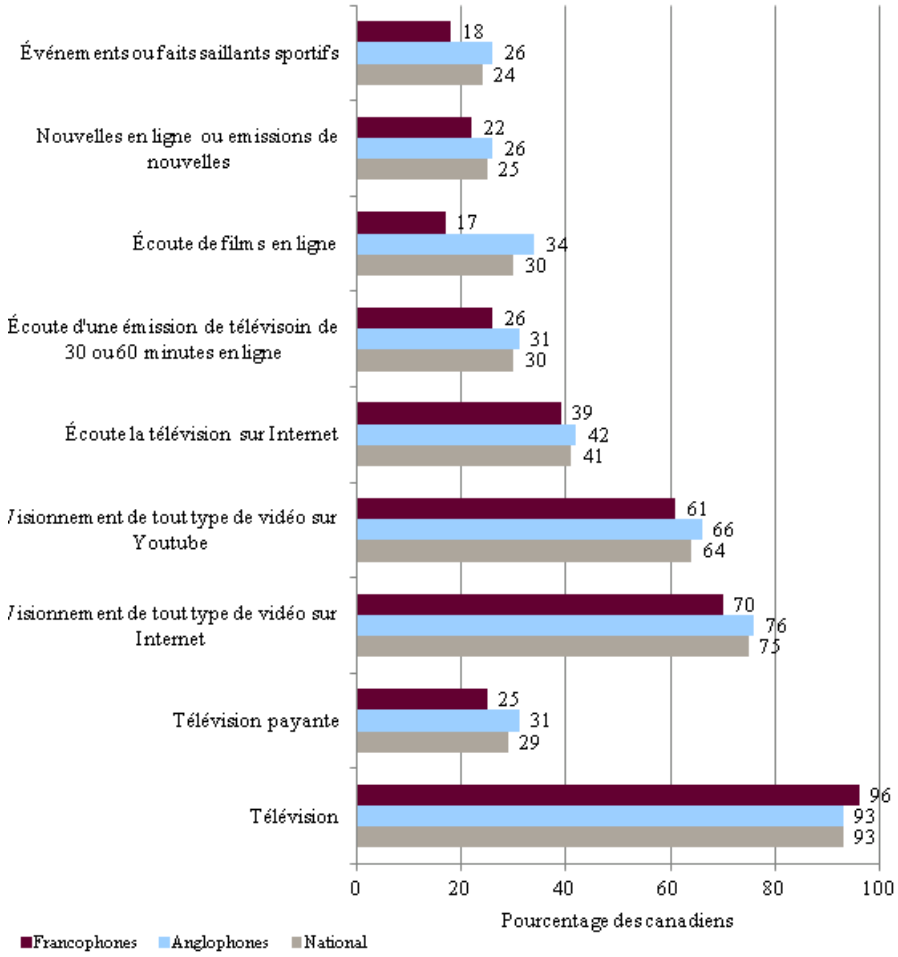
Diagramme 4.2.1 Sources de programmation et plateformes



Selon l'Observateur de technologies médias (OTM) dont sont tirés ces tableaux et graphiques :

- Le symbole * signifie que la question a été posée uniquement aux répondants abonnés au service de ligne filaire;
- « Vidéo sur Internet » est défini comme le visionnement ou l'écoute en continu de vidéos disponibles sur Internet (vidéoclip sur YouTube, émissions de télévision, sports, films etc.);
- « Télé sur Internet » est le visionnement ou l'écoute en continu d'émissions de télévision ou de clips disponibles sur Internet.

Graphique 4.2.14 Visionnement de vidéos sur Internet et à la télévision et écoute de programmation au cours du mois dernier, selon la langue

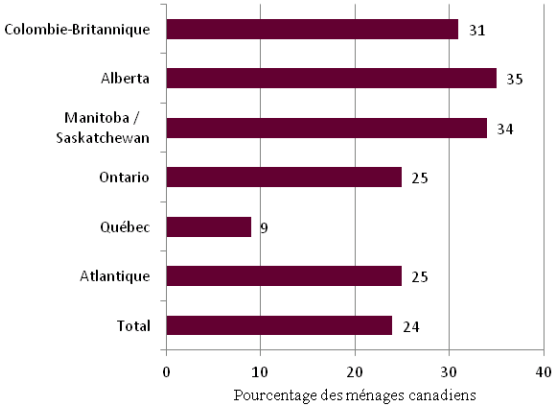


Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique indique le pourcentage des consommateurs qui ont regardé divers types de vidéo à la télévision et en ligne, selon la langue préférée de chaque répondant.

Les résultats reflètent l'utilisation des répondants au cours du mois qui a précédé l'entrevue avec OTM.

Graphique 4.2.15 Abonnés canadiens à Netflix par région



Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre le pourcentage total des Canadiens abonnés à Netflix ainsi que leur répartition par zone géographique.

Tableau 4.2.5 Adoption et croissance des diverses technologies vidéo au Canada (pourcentage)

	Adoption (%)					Croissance (%)				
	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
EVP										
Anglophones	18	23	35	43	43	38	28	52	23	0
Francophones	13	16	23	39	39	30	23	44	70	0
Télé sur Internet										
Anglophones	30	31	34	38	37	36	3	10	12	-3
Francophones	22	26	33	34	36	29	18	27	3	6
Vidéo sur Internet avec téléphone cellulaire*										
Anglophones	5	9	12	14	14	0	80	33	17	0
Francophones	2	4	8	8	8	0	100	100	0	0
Télé sur Internet avec téléphone cellulaire										
Anglophones	1	2	4	7	8	0	100	100	75	14
Francophones		1	3	4	4	-	-	200	33	0
Vidéo sur Internet avec tablette*										
Anglophones			6	12	13	-	-	-	100	8
Francophones			3	7	8	-	-	-	133	14
Télé sur Internet avec tablette										
Anglophones			3	6	7	-	-	-	100	17
Francophones			2	4	5	-	-	-	100	25
Netflix										
Anglophones			10	21	19	-	-	-	110	-10
Francophones			5	5	4	-	-	-	0	-20

Source : OTM 2009-2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce tableau indique le taux d'adoption ainsi que la croissance, d'une année à l'autre, des diverses technologies de vidéo et services chez les consommateurs canadiens. Au cours des dernières années, la popularité de la diffusion de vidéos et d'émissions de télévision sur des appareils portatifs personnels a grandement augmenté. Veuillez noter que :

- l'adoption d'enregistreur vidéo personnel (EVP) était basée sur la possession d'un appareil enregistreur alors que pour toutes les autres catégories, les données étaient basées sur l'utilisation par les répondants au cours du mois qui a précédé l'entrevue avec OTM;
- en 2011, la formulation des questions sur l'écoute de la télévision et l'écoute de vidéos sur téléphone cellulaire a changé pour s'énoncer respectivement ainsi : « Écoute d'émissions de télévision ou de clips » et « Écoute de vidéos en ligne ».

Tableau 4.2.6 Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada

	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Télévision canadienne traditionnelle								
Radiodiffuseur public du Canada (CBC/SRC)								
Services détenus et exploités	14	15	13	14	0	0	27	29
Privés commerciaux	65	64	20	22	6	6	91	92
Religieux	8	8	0	0	0	0	8	8
Éducatifs	4	2	3	2	0	0	7	4
Autochtones	4	2	0	0	0	1	4	3
Services canadiens spécialisés, payants, de TVC et de VSD								
Services spécialisés de catégorie A	41	42	14	15	5	5	60	62
Services spécialisés de catégorie B	81	74	39	9	9	44	129	127
Services spécialisés de catégorie C	8	8	5	5	0	0	13	13
Services payants	9	7	2	2	0	0	11	9
Services de TVC (par SRD et terrestres)	15	13	1	1	0	0	16	14
Services de VSD	22	23	1	1	0	2	23	26
Autres services canadiens								
Canaux communautaires	10	11	2	2	0	0	12	13
Chambre des Communes (CPAC)	1	1	1	1	0	0	2	2
Services non canadiens								
Services par satellite non canadiens autorisés pour distribution au Canada	108	104	11	10	113	128	232	242
Total des services de télévision	390	374	112	84	133	186	635	644

Source : Base de données interne du CRTC

Ce tableau indique le nombre et les types de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada et qui sont : les services de télévision traditionnelle, les services spécialisés, payants, de TVC, de VSD et autres services comme les canaux communautaires, les services par satellite non canadiens dont la distribution est autorisée au Canada.

Les données ne tiennent pas compte des EDR, réémetteurs, services de télévision exemptés et services spécialisés dont l'autorisation est expirée. Quelques licences de réseau sont également exclues. Veuillez noter que :

- les stations privées commerciales excluent les stations de télévision privées commerciales à caractère religieux;
- les services spécialisés de catégorie B englobent uniquement les services en ondes qui ont déposé un rapport annuel au Conseil;
- les services payants englobent uniquement les services payants en ondes en date du 31 décembre 2012;
- les services de VSD englobent les services approuvés, mais pas nécessairement exploités. Le nombre de services a diminué à la suite de l'ordonnance de radiodiffusion 2011-60;
- les services bilingues sont regroupés sous la rubrique « langue anglaise » (anglais/français et anglais/autochtone);
- les autres services canadiens n'englobent pas les canaux communautaires déclarés par les titulaires d'EDR.

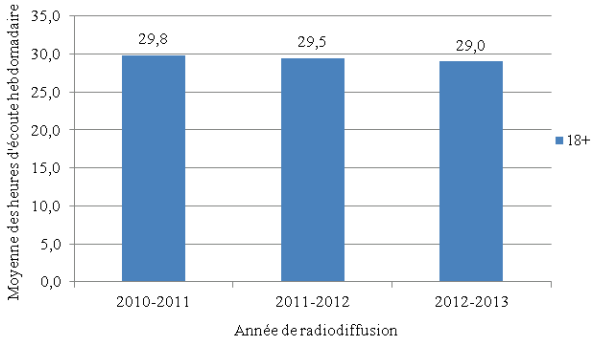
d) Mesures de l'auditoire

Dans cette sous-section veuillez noter que :

- Sauf avis contraire, toutes les mesures d'auditoire fournies par Numeris (anciennement BBM Canada) ont été recueillies par des audimètres portatifs sans fil (PPM) et non pas par des boîtiers ou des cahiers d'écoute.
- Les données de Numéris présentées par marché linguistique divisent le Canada en deux parties : 1) l'ensemble du Canada moins les répondants francophones au Québec et 2) les répondants francophones du Québec uniquement.
- Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé de la technologie Mark II meter (boîtier) à la technologie PPM le 31 août 2009. Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.
- Numéris a choisi les saisons de télévision suivantes :
  - -31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
  - -30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
  - -29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
  - -27 août 2012 au 25 août 2013, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.

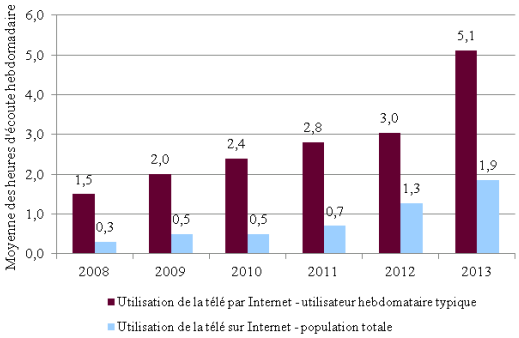
Graphique 4.2.16 Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire

Télévision traditionnelle



Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Télévision par Internet



Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Les graphiques illustrent la moyenne nationale des heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens âgés de 18 ans et plus pour la télévision traditionnelle et la télévision par Internet. Le graphique sur la télévision par Internet compare la moyenne d'écoute hebdomadaire des personnes qui regardent la télévision par Internet chaque semaine avec celle de l'écoute nationale de la télévision par Internet.

Alors que l'écoute de la télévision traditionnelle a diminué au cours des trois dernières années, l'écoute de la télévision par Internent a augmenté de manière importante.

Tableau 4.2.7 Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par tranche d'âge pour l'ensemble du Canada

	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Tous auditeurs 12 ans et +	28,5	28,2	27,9
Croissance annuelle	*1,8%*	*-1,1%*	*-1,1 %*
Enfants 2-11 ans	22,7	22,2	21,6
Croissance annuelle	*1,3%*	*-2,2%*	*-2,7 %*
Adolescents 12–17 ans	22,4	22,7	21,0
Croissance annuelle	*-2,6%*	*1,3%*	*-7,5 %*
Adultes 18 ans et +	29,8	29,5	29,3
Croissance annuelle	*2,1%*	*-1,0%*	*-0,7 %*
18–34 ans	23,0	22,8	21,9
Croissance annuelle	*-2,1%*	*-0,9%*	*-3,9 %*
18–49 ans	24,1	23,8	23,2
Croissance annuelle	*-0,8%*	*-1,2%*	*-2,5 %*
25–54 ans	25,4	25,0	24,6
Croissance annuelle	*1,2%*	*-1,6%*	*-1,6 %*
55 ans et +	39,0	38,8	38,6
Croissance annuelle	*4,0%*	*-0,5%*	*-0,5 %*

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ce tableau indique le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par tranche d'âge pour l'ensemble du Canada et n'inclut pas les médias numériques.

Au cours de l'année de radiodiffusion 2012–2013, l'écoute hebdomadaire a chuté pour toutes les tranches d'âge.

Tableau 4.2.8 Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans l'ensemble du Canada, excluant le marché du Québec francophone

Part d'écoute (%)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Services canadiens				
Langue anglaise				
CBC	6,3	6,4	5,5	5,1
Traditionnels privés	26,6	25,0	25,6	24,9
Spécialisés	36,9	36,0	35,7	36,3
Payants	6,5	6,3	6,2	5,7
Numériques payants et spécialisés	5,9	7,0	7,7	9,1
Autres services	2,3	2,3	2,2	2,3
Total − Langue anglaise	84,5	83,0	82,8	83,4
Croissance annuelle	*s.o.*	*-1,7*	*-0,3*	*0,7*
Langue française				
SRC	0,1	0,2	0,2	0,1
Traditionnels privés	0,2	0,1	0,1	0,1
Télé-Québec	0	0	0	0
TFO	0	0	0	0
Spécialisés	0,4	0,4	0,4	0,4
Payants	0	0	0	0
Numériques payants et spécialisés	0	0	0	0
Total − Langue française	0,8	0,8	0,8	0,7
Croissance annuelle	*s.o.*	*4,2*	*-0,3*	*-10,4*
Autres langues				
Traditionnels privés	1,3	1,3	1,1	0,9
Spécialisés	1,0	1,2	1,0	0,9
Numériques	0	0	0	0
APTN	0,2	0,2	0,1	0,2
Total − Autres langues	2,4	2,6	2,3	2,0
Croissance annuelle	*s.o.*	*6,1*	*-12,5*	*-10,0*
Services communautaires	0,2	0,3	0,3	0,3
VSD/TVC	0	0	0	0
Total des services canadiens	87,9	86,7	86,1	86,4
Croissance annuelle	*s.o.*	*-1,4*	*-0,7*	*0,3*
Services non canadiens				
Américains traditionnels	4,7	5,3	5,4	5,0
Américains spécialisés	7,3	8,0	8,5	8,8
Internationaux	0	0	0	0
Total des services non canadiens	12,1	13,3	13,9	13,7
Croissance annuelle	*s.o.*	*9,9*	*4,5*	*-1,1*
Total des heures (millions)	709,3	713,2	720,0	**712,0**
Croissance annuelle	*s.o.*	*0,6*	*1,0*	***-1,1***

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ce tableau donne la répartition des parts d'écoute d'après le nombre d'heures syntonisées à des services détenus ou contrôlés par chaque groupe, en pourcentage de l'écoute totale de différents types de services de télévision canadiens et non canadiens dans l'ensemble du pays, à l'exclusion du Québec.

Les données pour les « Autres services » dans la catégorie des services canadiens de langue anglaise comprennent certaines stations éducatives (Access, Knowledge, SCN, TVO) et à caractère religieux (CTS et CJIL).

Tableau 4.2.9 Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans le marché francophone du Québec

Part d'écoute (%)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Services canadiens				
Langue française				
SRC	12,5	12,9	11,8	12,8
Traditionnels privés	32,9	32,3	32,0	32,4
Télé-Québec	3,2	3,0	2,9	3,0
TFO	0	0,1	0,1	0,1
Spécialisés	36,1	35,1	36,4	34,3
Payants	4,1	3,6	3,0	2,9
Numériques payants et spécialisés	3,2	5,1	6,4	7,5
Total − Langue française	92,0	92,2	92,7	*93,0*
Croissance annuelle	*-1,1*	*0,2*	*0,5*	*0,3*
Langue anglaise				
CBC	0,6	0,5	0,6	0,4
Traditionnels privés	1,9	1,9	1,7	1,7
Spécialisés	2,4	2,3	2,1	1,9
Payants	0,4	0,4	0,4	0,5
Numériques payants et spécialisés	0,6	0,8	0,6	0,7
Autres services	0	0	0,1	0
Total – Langue anglaise	6,0	6,0	5,5	*5,2*
Croissance annuelle	*1,5*	*-0,1*	*-8,9*	*-4,3*
Autres langues				
Privés traditionnels	0,1	0,1	0,1	0,2
Spécialisés	0	0	0	0
Numériques	0	0	0	0
APTN	0,1	0	0	0,1
Total − Autres langues	0,2	0,2	0,2	0,3
Croissance annuelle	1,5	-21,8	46,6	*42,9*
Services communautaires	0,2	0,2	0,2	0,2
VSD/TVC	0	0	0	0
Total des services canadiens	98,4	98,5	98,6	98,8
Croissance annuelle	*-0,1*	*0,1*	*0,1*	*0,2*
Services non canadiens				
Américains traditionnels	1,0	1,0	0,8	0,8
Américains spécialisés	0,6	0,5	0,6	0,5
Internationaux	0	0	0,1	0,1
Total des services non canadiens	1,6	1,5	1,5	1,4
Croissance annuelle	*8,4*	*-4,2*	*-2,3*	*-2,7*
Total des heures (millions)	**217,9**	**219,5**	**211,3**	**216,5**
Croissance annuelle	***5,9***	***0,7***	***-3,8***	***2,5***

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ce tableau donne la répartition des parts d'écoute de différents types de services de télévision canadiens et non canadiens (la SRC/CBC, traditionnels privés, spécialisés, payants, numériques payants et spécialisés et autres) dans le marché francophone du Québec.

Tableau 4.2.10 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
Heures d'écoute (millions)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Nouvelles (catégorie 1)	68,0	76,5	76,7	84,7	30,6	32,0	29,8	30,7
% canadien	*99,9*	*100*	*100*	*100,0*	*99,1*	*99,0*	*98,8*	*98,8*
% du total	*11,9*	*13,4*	*13,3*	*14,6*	*15,1*	*15,6*	*15,0*	*15,0*
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	30,0	34,7	22,5	21,6	12,4	12,4	11,4	10,9
% canadien	*41,0*	*40,5*	*43,8*	*46,9*	*48,2*	*50,5*	*44,6*	*42,9*
% du total	*5,2*	*6,1*	*3,9*	*3,7*	*6,1*	*6,1*	*5,7*	*5,4*
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	49,7	57,0	52,7	52,2	31,0	34,1	32,6	32,7
% canadien	*52,6*	*51,1*	*55,6*	*56,9*	*91,6*	*91,3*	*91,1*	*91,1*
% du total	*8,7*	*10,0*	*9,1*	*9,0*	*15,3*	*16,6*	*16,4*	*16,0*
Sports (catégorie 6)	97,6#	75,2#	84,5	70,9	16,7	12,7	13,4	10,7
% canadien	*77,0*	*71,4*	*72,0*	*65,9*	*85,6*	*82,0*	*82,1*	*67,8*
% du total	*17,0*	*13,2*	*14,6*	*12,2*	*8,2*	*6,2*	*6,8*	*5,3*
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	237,6#	235,8#	236,5	237,4	79,9	78,3	75,3	79,8
% canadien	*19,8*	*19,7*	*20,1*	*20,0*	*32,7*	*30,2*	*29,3*	*29,1*
% du total	*41,4*	*41,3*	*40,9*	*40,9*	*39,4*	*38,2*	*38,0*	*39,1*
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	11,9	10,7	9,7	10,5	3,5	4,4	3,5	3,8
% canadien	*46,5*	*41,8*	*27,4*	*23,8*	*74,5*	*80,8*	*80,8*	*81,5*
% du total	*2,1*	*1,9*	*1,7*	*1,8*	*1,7*	*2,2*	*1,8*	*1,8*
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	6,2	8,1	4,9	8,1	8,5	8,9	8,9	9,1
% canadien	*12,2*	*15,1*	*28,8*	*26,7*	*91,3*	*89,9*	*92,5*	*94,1*
% du total	*1,1*	*1,4*	*0,8*	*1,4*	*4,2*	*4,3*	*4,5*	*4,5*
Divertissement général/ intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	72,5	72,3	91,0	94,6	19,7	21,4	23,0	25,9
% canadien	*29,7*	*28,2*	*27,7*	*29,7*	*75,6*	*73,9*	*71,9*	*68,9*
% du total	*12,6*	*12,7*	*15,7*	*16,3*	*9,7*	*10,4*	*11,6*	*12,7*
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0,1	0,5	0,8	0,4	0,4
% canadien	*100*	*100*	*98,0*	*96,4*	*96,6*	*98,5*	*98,2*	*91,6*
% du total	*0*	*0*	*0*	*0*	*0,3*	*0,4*	*0,2*	*0,2*
Total	573,4#	570,4#	578,6	580,1	202,9	205,0	198,2	204,1
% canadien	*44,7*	*43,1*	*43,8*	*43,4*	*64,5*	*64,0*	*63,2*	*61,4*

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Le symbole # indique une modification du chiffre paru dans le rapport de l'année dernière.

Ce tableau illustre la moyenne d'heures d'écoute des Canadiens selon le genre d'émission et le marché linguistique de 2009 à 2013. Il indique aussi le pourcentage d'écoute des émissions d'origine canadienne et la part d'écoute de chaque genre d'émission en pourcentage du total.

Tableau 4.2.11 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec) 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	Services de langue française Marché de langue française du Québec 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Nouvelles (catégorie 1)	32,6	34,3	35,4	36,7	11,5	11,0	9,4	10,3
% canadien	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*
% du total	*17,9*	*20,0*	*20,2*	*21,6*	*16,2*	*15,6*	*14,1*	*14,8*
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	1,7	2,4	1,0	1,5	1,1	0,9	0,3	0,3
% canadien	*71,3*	*57,8*	*91,9*	*95,2*	*90,7*	*95,2*	*76,4*	*90,5*
% du total	*0,9*	*1,4*	*0,6*	*0,9*	*1,6*	*1,2*	*0,4*	*0,4*
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	10,9	12,0	11,0	10,4	14,6	15,9	15,1	14,5
% canadien	*54,6*	*53,8*	*58,3*	*62,2*	*99,1*	*99,6*	*99,6*	*100*
% du total	*6,0*	*7,0*	*6,3*	*6,1*	*20,5*	*22,6*	*22,5*	*20,8*
Sports (catégorie 6)	17,2	3,8	11,6	4,6	2,4	0,2	1,3	0
% canadien	*78,1*	*4,6*	*66,0*	*6,5*	*95,2*	*100*	*96,9*	*85,9*
% du total	*9,4*	*2,2*	*6,6*	*2,7*	*3,3*	*0,2*	*2,0*	*0,0*
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	70,5	70,8	67,1	64,9	25,0	25,2	23,7	26,9
% canadien	*11,0*	*10,8*	*10,5*	*10,3*	*28,2*	*24,3*	*23,9*	*22,7*
% du total	*38,7*	*41,4*	*38,3*	*38,1*	*35,3*	*35,8*	*35,3*	*38,7*
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	5,9	6,2	6,3	7,3	1,2	1,9	1,0	0,9
% canadien	*9,2*	*9,6*	*3,4*	*2,0*	*56,6*	*74,7*	*67,5*	*59,7*
% du total	*3,2*	*3,6*	*3,6*	*4,3*	*1,7*	*2,6*	*1,5*	*1,3*
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	1,8	3,1	1,8	5,0	5,4	5,8	6,2	6,6
% canadien	*0*	*0,2*	*0*	*3,7*	*98,2*	*97,6*	*97,6*	*99,5*
% du total	*1,0*	*1,8*	*1,0*	*2,9*	*7,6*	*8,3*	*9,3*	*9,6*
Divertissement général/ intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	41,8	38,7	40,9	40,0	9,3	8,9	9,7	9,7
% canadien	*22,6*	*22,1*	*23,7*	*22,9*	*73,7*	*69,4*	*80,2*	*81,5*
% du total	*22,9*	*22,6*	*23,4*	*23,5*	*13,1*	*12,6*	*14,5*	*14,0*
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0	0,5	0,7	0,4	0,3
% canadien	*0*	*0*	*0*	*0*	*100*	*100*	*100*	*100*
% du total	*0*	*0*	*0*	*0*	*0,7*	*1,0*	*0,6*	*0,5*
Total	182,4	171,1	175,0	170,1	71,0	70,3	67,1	69,4
% canadien	*38,9*	*34,5*	*38,5*	*35,9*	*69,9*	*68,1*	*69,3*	*66,9*

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Ce tableau illustre la moyenne d'heures d'écoute par les Canadiens des émissions diffusées par les services privés de télévision traditionnelle selon le genre d'émission et le marché linguistique, de 2009 à 2013. Il indique aussi le pourcentage d'écoute des émissions d'origine canadienne et la part d'écoute de chaque genre d'émission en pourcentage du total.

Tableau 4.2.12 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la CBC/SRC, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec) 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	Services de langue française Marché de langue française du Québec 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Nouvelles (catégorie 1)	6,1	6,8	6,6	7,1	4,0	4,1	3,8	4,4
% canadien	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*	*100*
% du total	*14,2*	*15,2*	*17,2*	*20,4*	*14,7*	*14,6*	*15,4*	*15,9*
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	1,5	1,7	1,5	1,6	0,4	0,3	0,3	0,3
% canadien	*97,2*	*97,7*	*96,1*	*96,6*	*92,1*	*97,2*	*98,8*	*93,0*
% du total	*3,5*	*3,9*	*3,8*	*4,7*	*1,4*	*1,2*	*1,2*	*1,1*
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	1,5	2,4	2,2	2,9	3,7	4,6	4,0	3,6
% canadien	*100*	*100*	*100*	*99,9*	*100*	*100*	*100*	*99,9*
% du total	*3,4*	*5,3*	*5,6*	*8,3*	*13,6*	*16,1*	*16,0*	*12,9*
Sports (catégorie 6)	16,3	15,4	11,5	9,9	1,0	0,4	0,2	0,3
% canadien	*100*	*98,7*	*99,9*	*100*	*100*	*100*	*99,6*	*100*
% du total	*37,6*	*34,4*	*29,6*	*28,3*	*3,8*	*1,4*	*1,0*	*1,0*
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	11,4	11,1	11,5	9,4	8,9	8,3	7,4	9,0
% canadien	*45,5*	*46,4*	*42,6*	*54,1*	*66,5*	*72,8*	*73,1*	*70,0*
% du total	*26,2*	*24,9*	*29,6*	*26,9*	*32,9*	*29,1*	*29,7*	*32,4*
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	0,1	0,1	0,2	0,1	0,5	0,8	1,1	1,4
% canadien	*84,1*	*78,8*	*36,2*	*100*	*100*	*99,5*	*99,4*	*100*
% du total	*0,2*	*0,2*	*0,5*	*0,2*	*1,8*	*3,0*	*4,4*	*5,1*
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	4,1	4,4	2,5	0,2	2,3	2,2	1,8	1,7
% canadien	*1,0*	*0*	*0*	*0*	*100*	*100*	*100*	*100*
% du total	*9,5*	*10,0*	*6,6*	*0,5*	*8,5*	*7,9*	*7,3*	*6,2*
Divertissement général/ intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	2,3	2,8	2,8	3,7	6,3	7,6	6,2	7,0
% canadien	*97,8*	*99,2*	*99,6*	*99,5*	*100*	*99,8*	*100*	*100*
% du total	*5,4*	*6,2*	*7,2*	*10,6*	*23,2*	*26,7*	*25,0*	*25,3*
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0	0	0	0	0,0
% canadien	*0*	*0*	*0*	*0*	*40,0*	*95,8*	*100*	*100*
% du total	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*
Total	43,3	44,7	38,8	35,0	27,1	28,3	24,8	27,6
% canadien	*76,1*	*76,1*	*75,9*	*86,9*	*88,8*	*92,0*	*92,0*	*90,2*

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Ce tableau illustre la moyenne d'heures d'écoute par les Canadiens des émissions diffusées par les services traditionnels de la CBC/SRC selon le genre d'émission et le marché linguistique de 2009 à 2013. Il indique aussi le pourcentage d'écoute des émissions d'origine canadienne et la part d'écoute de chaque genre d'émission en pourcentage du total.

Tableau 4.2.13 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec) 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	Services de langue française Marché de langue française du Québec 2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013
Nouvelles (catégorie 1)	29,6	35,8	35,1	41,2	15,1	16,9	16,5	16,0
% canadien	*99,8*	*100*	*100*	*100*	*98,2*	*98,0*	*97,8*	*97,7*
% du total	*8,5*	*10,2*	*9,8*	*11,2*	*15,4*	*16,9*	*16,5*	*15,9*
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	25,2	28,4	17,6	16,0	10,4	10,6	10,3	9,8
% canadien	*36,2*	*36,3*	*39,0*	*41,0*	*42,8*	*45,8*	*43,1*	*41,2*
% du total	*7,3*	*8,1*	*4,9*	*4,3*	*10,6*	*10,6*	*10,3*	*9,7*
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	35,9	40,4	37,1	36,6	11,3	12,4	12,4	13,5
% canadien	*49,6*	*46,6*	*51,4*	*51,2*	*80,1*	*77,8*	*78,5*	*79,4*
% du total	*10,3*	*11,5*	*10,3*	*9,9*	*11,5*	*12,5*	*12,4*	*13,4*
Sports (catégorie 6)	64,1	56,1	61,5	56,5	13,3	12,2	11,9	10,4
% canadien	*70,9*	*68,4*	*67,9*	*64,7*	*82,8*	*81,2*	*80,1*	*66,9*
% du total	*18,5*	*16,0*	*17,1*	*15,3*	*13,6*	*12,2*	*11,8*	*10,4*
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	155,9	151,9	154,9	159,1	41,6	40,8	40,5	40,2
% canadien	*21,0*	*21,0*	*22,1*	*21,7*	*26,2*	*23,5*	*22,9*	*23,5*
% du total	*44,9*	*43,3*	*43,0*	*43,2*	*42,5*	*40,9*	*40,4*	*40,0*
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	5,9	4,4	3,2	3,1	1,6	1,4	1,1	1,3
% canadien	*83,2*	*85,7*	*74,1*	*73,6*	*77,1*	*74,0*	*69,6*	*72,8*
% du total	*1,7*	*1,3*	*0,9*	*0,8*	*1,6*	*1,5*	*1,1*	*1,3*
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	1,4	2,5	2,0	3,2	0,7	0,8	0,8	0,6
% canadien	*50,3*	*48,0*	*69,9*	*62,4*	*7,5*	*8,4*	*32,1*	*15,9*
% du total	*0,4*	*0,7*	*0,6*	*0,9*	*0,7*	*0,8*	*0,8*	*0,6*
Divertissement général/ intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	29,2	31,6	48,7	53,1	3,9	4,5	6,8	8,7
% canadien	*33,7*	*28,6*	*26,1*	*28,7*	*39,7*	*36,9*	*32,9*	*28,0*
% du total	*8,4*	*9,0*	*13,5*	*14,4*	*4,0*	*4,5*	*6,7*	*8,7*
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0	0,1	0,1	0	0
% canadien	*0*	*0*	*0*	*0*	*75,0*	*78,7*	*56,6*	*33,3*
% du total	*0*	*0*	*0*	*0*	*0,1*	*0,1*	*0*	*0*
Total	347,2	351,2	360,1	368,8	98,0	99,8	100,2	100,5
% canadien	*43,2*	*42,5*	*42,6*	*42,6*	*54,2*	*53,5*	*52,2*	*50,0*

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Ce tableau illustre la moyenne d'heures d'écoute par les Canadiens des émissions diffusées par les services payants et spécialisés selon le genre d'émission et le marché linguistique, de 2009 à 2013. Il indique aussi le pourcentage d'écoute des émissions d'origine canadienne et la part d'écoute de chaque genre d'émission en pourcentage du total.

Tableau 4.2.14 Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française

Part d'écoute (%)	2010-2011			2011-2012			2012-2013		
	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total
L'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec									
BCE	16,2	18,9	35,1	16,7	18,5	35,2	15,4	22,9	38,3
Services de langue anglaise	*16,2*	*18,7*	*34,9*	*16,7*	*18,4*	*35,1*	*15,4*	*22,7*	*38,1*
Services de langue française	-	*0,2*	*0,2*	-	*0,1*	*0,1*	-	*0,2*	*0,2*
Pierre Boivin (BCE en fidéicommis)	-	-	-	-	-	-	-	4,1	4,1
Services de langue anglaise	-	-	-	-	-	-	-	*4,1*	*4,1*
Services de langue française	-	-	-	-	-	-	-	*0*	*0*
Shaw	8,5	13,0	21,6	8,8	14,3	23,1	8,5	15,0	23,5
Services de langue anglaise	*8,5*	*13,0*	*21,6*	*8,8*	*14,3*	*23,1*	*8,5*	*15,0*	*23,5*
Services de langue française	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corus	0,3	10,0	10,3	0,2	9,6	9,8	0,3	12,8	13,1
Services de langue anglaise	*0,3*	*10,0*	*10,3*	*0,2*	*9,6*	*9,8*	*0,3*	*12,8*	*13,1*
Services de langue française	-	-	-	-	-	-	-	*0*	*0*
Rogers	4,8	3,8	8,6	4,7	4,2	8,8	4,6	4,7	9,3
Services de langue anglaise	*4,8*	*3,8*	*8,6*	*4,7*	*4,2*	*8,8*	*4,6*	*4,7*	*9,3*
Services de langue française	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CBC-SRC	7,4	1,8	9,3	6,4	1,7	8,1	5,6	1,8	7,5
Services de langue anglaise	*7,2*	*1,8*	*9,0*	*6,2*	*1,6*	*7,8*	*5,5*	*1,8*	*7,3*
Services de langue française	*0,2*	*0,1*	*0,2*	*0,2*	*0,1*	*0,2*	*0,1*	*0,1*	*0,2*
Total des heures (millions)	252,0	356,1	**608,1**	249,7	361,0	**610,7**	237,5	368,3	**605,8**
Marché de langue française du Québec									
Québecor	25,2	7,3	32,5	24,0	8,3	32,3	24,4	8,6	32,9
Services de langue française	*25,2*	*7,2*	*32,4*	*24,0*	*8,3*	*32,3*	*24,4*	*8,6*	*32,9*
Services de langue anglaise	-	*0*	*0*	-	*0*	*0*	*0*	*0*	*0*
BCE	1,2	7,4	8,6	1,0	7,1	8,1	0,9	21,9	22,8
Services de langue française	-	*5,7*	*5,7*	-	*5,5*	*5,5*	-	*20,3*	*20,3*
Services de langue anglaise	*1,2*	*1,7*	*2,9*	*1,0*	*1,5*	*2,5*	*0,9*	*1,6*	*2,5*
Pierre Boivin (BCE en fidéicommis)	-	-	-	-	-	-	-	1,9	1,9
Services de langue française	-	-	-	-	-	-	-	*1,8*	*1,8*
Services de langue anglaise	-	-	-	-	-	-	-	*0,1*	*0,1*
SRC-CBC	13,3	4,6	18,0	12,3	5,1	17,4	13,0	5,1	18,2
Services de langue française	*12,8*	*4,6*	*17,4*	*11,7*	*5,0*	*16,7*	*12,6*	*5,1*	*17,7*
Services de langue anglaise	*0,5*	*0*	*0,6*	*0,6*	*0,1*	*0,7*	*0,4*	*0,1*	*0,5*
Remstar	7,7	-	7,7	8,6	-	8,6	8,6	-	8,6
Services de langue française	*7,7*	-	*7,7*	*8,6*	-	*8,6*	*8,6*	-	*8,6*
Services de langue anglaise	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total des heures (millions)	111,8	104,0	**215,8**	104,1	103,6	**207,6**	109,3	103,6	**212,8**

Source : Numeris (anciennement BBM Canada)

Ce tableau présente les parts d'écoute par groupe de propriété. À noter que :

- Les calculs se fondent sur l'écoute moyenne totale de services canadiens pour toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 2 h à 2 h.
- L'écoute totale se fonde sur l'écoute des stations canadiennes de télévision traditionnelle (y compris les stations à caractère ethnique) et celle des services canadiens facultatifs (télévision spécialisée et payante, excluant les services de TVC et de VSD).
- La propriété est basée sur la date de la décision approuvant la transaction et non sur la date de clôture de la transaction. L'écoute est attribuée pour la saison complète au groupe de propriété qui détient une part des actions avec droits de vote directs ou indirects de 50 % et plus au 31 décembre de chaque année.
- L'écoute de Corus n'englobe pas celle de Telelatino.
- Les services détenus en fiducie par Pierre Boivin sont présentés séparément, mais sont inclus dans les données sur BCE.
- Les nombres ont été recalculés pour tenir compte de toute éventuelle reconfiguration des groupes de stations et du retraitement des données par Numeris.

e) Dépenses en programmation

Les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* favorisent l'épanouissement de l'expression canadienne et font en sorte que chaque élément du système canadien de radiodiffusion contribue de la manière qui convient à la création et à la présentation d'une programmation canadienne. C'est ainsi que les radiodiffuseurs canadiens doivent consacrer une certaine partie de leurs revenus annuels de radiodiffusion à des dépenses au titre d'émissions canadiennes. Ces dépenses servent à créer des émissions canadiennes et à garantir une diversité de voix et d'intérêts dans notre système national de radiodiffusion.

Les fournisseurs de services de télévision ont versé 0,34 $ par dollar de revenu au soutien de la programmation canadienne au cours de l'année de radiodiffusion 2012-2013. Les dépenses en émissions canadiennes (DÉC) ont atteint 2,7 milliards de dollars, dont 15 % ont été consacrés aux émissions d'intérêt national (ÉIN).

Le diagramme 4.4.2 illustre le flot des fonds utilisés pour financer la programmation canadienne. Un pourcentage des revenus d'abonnements des EDR est utilisé pour financer les services de programmation canadienne facultatifs (services de TVC et de VSD, services payants et spécialisés), aussi bien que l'expression locale (télévision communautaire), le Fonds des médias du Canada (FMC), le FAPL et divers fonds indépendants. Les services de programmation de télévision commerciale (services spécialisés, payants et privés de télévision en direct) et la CBC/SRC comptent sur les revenus provenant de la publicité. Le gouvernement accorde également de l'aide financière au FMC, à la CBC/SRC (par l'entremise des crédits parlementaires) et à divers fournisseurs de contenu indépendants.

Que sont les ÉIN?

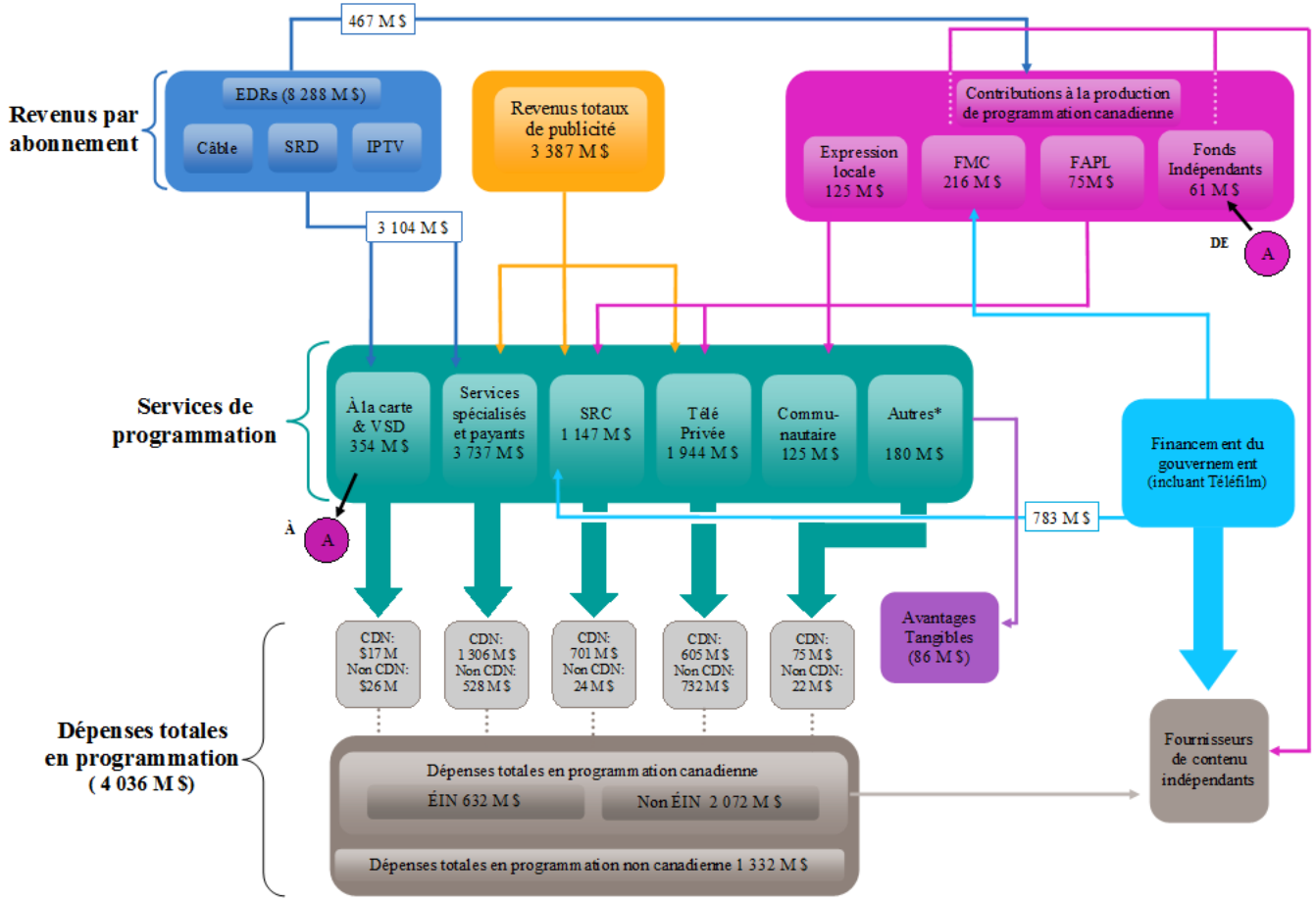
Les émissions d'intérêt national (ÉIN), telles que définies par le CRTC, englobent les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée et les émissions canadiennes de remise de prix spécifiques qui rendent hommage à des créateurs et artistes canadiens. Pour les radiodiffuseurs de langue française, les ÉIN englobent aussi les vidéoclips et les émissions de variétés.

Aux fins du présent rapport, les dépenses au titre des ÉIN comprennent les dépenses au soutien de l'un ou l'autre de ces genres d'émissions :

- documentaires de longue durée (catégorie 2b);
- émissions dramatiques et comiques (catégorie 7);
- émissions de musique, danse et variétés de langue française (catégories 8 et 9); émissions de remise de prix de langue anglaise (sous-catégorie de la catégorie 11).

Les chiffres des graphiques 4.2.20 et 4.2.21, et des tableaux 4.2.16 et 4.2.17 tiennent compte des entreprises de radiodiffusion qui n'avaient pas, au moment de la publication de ce rapport, de condition de licence relative aux ÉIN ou à la présentation d'émissions canadiennes.

Diagramme 4.2.2 Financement et dépenses par des entités de radiodiffusion au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2012-2013)



Ce diagramme donne un aperçu des principales sources de financement des émissions.

À même les revenus d'abonnements des EDR, environ 478 millions de dollars ont servi à remplir différents engagements envers la programmation canadienne et 3 104 millions de dollars ont été versés à des services de programmation.

Les revenus publicitaires de la télévision traditionnelle et des services payants et spécialisés ont atteint 3,4 millions de dollars, lesquels ont été consacrés aux services de programmation. À noter que la catégorie « Autres » comprend les entreprises de programmation communautaire de faible puissance sans but lucratif ainsi que les entreprises de programmation de télévision éducative.

Le financement gouvernemental est versé à la CBC/SRC (783 millions de dollars) et au FMC.

Le financement de l'expression locale, du FMC, du FAPL et des groupes indépendants passe par les services de programmation et les fournisseurs de contenu indépendants.

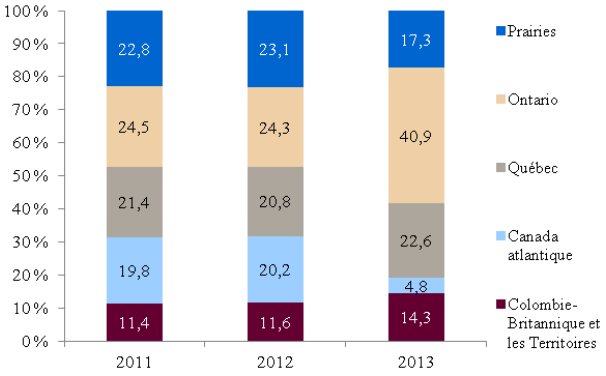
Tableau 4.2.15 Versements du FAPL et nombre de bénéficiaires

Année	Versements du FAPL (millions $)	Nombre de bénéficiaires		Pourcentage des revenus des bénéficiaires provenant du FAPL (sauf la CBC/SRC)
		Titulaires	Stations	
2009-2010	100,7	16	79	10,8 %
2010-2011	106,7	16	80	10,8 %
2011-2012	112,1	16	80	11,1 %
2012-2013	74,7	16	74	7,3 %

• Sur la base des années de radiodiffusion comprises entre le 1er septembre 2009 et le 31 août 2013
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les sommes allouées par le FAPL selon le nombre de bénéficiaires, qu'il s'agisse de titulaires ou de stations. La dernière colonne indique les versements du FAPL exprimés en pourcentage des revenus totaux des bénéficiaires, à l'exclusion de la CBC/SRC.

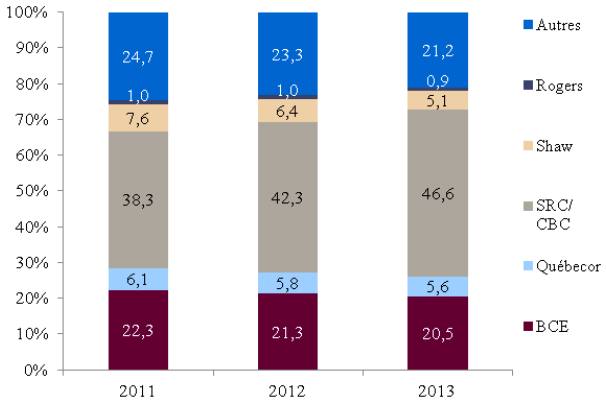
Graphique 4.2.17 Versements du FAPL selon les régions



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente les versements du FAPL selon les régions. L'année dernière, la part de l'Ontario au titre des versements du FAPL a considérablement augmenté, alors que celle des provinces de l'Atlantique a diminué de façon significative.

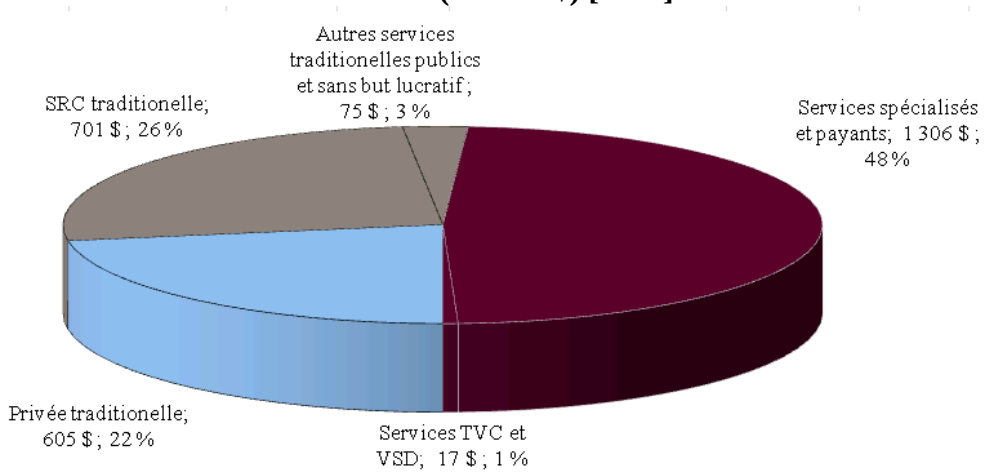
Graphique 4.2.18 Versements du FAPL selon les groupes de propriété



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente les versements du FAPL aux divers groupes de propriété. Les pourcentages versés à Shaw, à BCE, à Québecor et à d'autres entités regroupées (Autres) ont diminué au cours des dernières années, alors que ceux versés à la CBC/SRC ont augmenté.

Graphique 4.2.19 DÉC de télévision (2,7 milliards de dollars au total), selon le type de services (million $) [2013]

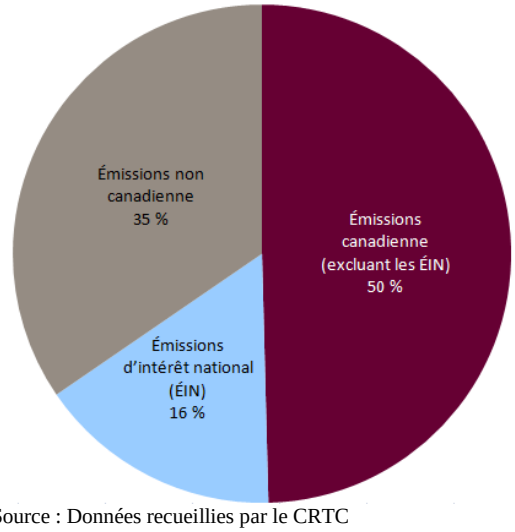


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à secteurs présente les sommes et les pourcentages de la totalité des DÉC que les radiodiffuseurs ont consacrés à la programmation canadienne, par type de services. Environ la moitié de ces dépenses ont été consacrées aux services payants et spécialisés.

À noter que ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision, à de la dépréciation dans le catalogue canadien, à la scénarisation et à la conceptualisation, aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les dépenses relatives aux avantages liés aux transferts de contrôle et aux engagements pris lors de l'attribution de licence. Ils excluent cependant les investissements complémentaires du FMC rapportés par les services traditionnels privés, les services spécialisés et payants et les services de TVC et de VSD. Les dépenses de la télévision traditionnelle de la CBC/SRC excluent les allocations indirectes et le coût des installations.

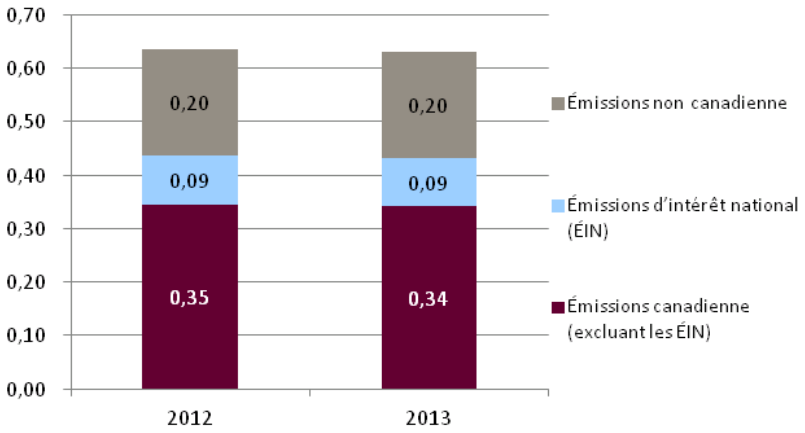
Graphique 4.2.20 Dépenses en émissions de télévision (4,1 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à secteurs présente les pourcentages des dépenses que les radiodiffuseurs ont consacrés aux émissions canadiennes (sauf les ÉIN), aux ÉIN et aux émissions non canadiennes. Environ 65 % des dépenses ont été consacrées aux émissions canadiennes (y compris les ÉIN). Le graphique ne tient pas compte des services de TVC et de VSD ni des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif.

Graphique 4.2.21 Dépenses en émissions par dollar de revenu (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à barres présente les montants que les radiodiffuseurs ont consacrés aux émissions canadiennes (sauf les ÉIN), aux ÉIN et aux émissions non canadiennes, par dollar de revenu. Par exemple, on y voit que, pour chaque dollar de revenu réalisé par les radiodiffuseurs en 2013, ils ont dépensé 34 cents au titre des émissions canadiennes (sauf les ÉIN), 9 cents à celui des ÉIN et 19 cents à celui des émissions non canadiennes. Ce graphique ne tient pas compte des services de TVC et de VSD ni des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif.

Tableau 4.2.16 Dépenses de la CBC/SRC au titre des ÉIN et des autres types de service (millions $)

	Genre d'émission	2012	2013	*Croissance (%)*
Télévision traditionnelle privée	Documentaires de longue durée	16,6	7,9	*-52,4*
	Émissions dramatiques	59,2	66,0	*11,5*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	13,4	21,0	*56,1*
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	2,6	-
	Total pour les ÉIN de la télévision traditionnelle privée	89,2	97,5	*9,3*
	% du total	*14,6*	*15,4*	
CBC/SRC	Documentaires de longue durée	43,8	38,8	*-11,5*
	Émissions dramatiques	160,3	154,9	*-3,4*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,6	16,3	*4,1*
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,6	3,1	*-14,5*
	Total des dépenses en ÉIN de la CBC/SRC	223,4	213,0	*-4,6*
	% du total	*36,4*	*33,7*	
Services payants et spécialisés	Documentaires de longue durée	94,8	105,8	*11,6*
	Émissions dramatiques	193,5	199,2	*2,9*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	9,1	12,0	*32,4*
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	2,9	4,7	*59,5*
	Total pour les ÉIN des services payants et spécialisés	300,3	321,6	*7,1*
	% du total	*49,0*	*50,9*	
Total	Documentaires de longue durée	155,2	152,5	*-1,7*
	Émissions dramatiques	413,0	420,0	*1,7*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	38,1	49,3	*29,2*
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	6,5	10,4	*59,1*
	Total pour les ÉIN	612,8	632,1	*3,1*
	% du total	*100*	*100*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau résume les dépenses au titre des ÉIN faites par la CBC/SRC, la télévision traditionnelle privée et les services payants et spécialisés. Les chiffres dans le tableau ont été mis à jour. La section sur la CBC/SRC comprend les services spécialisés et payants qu'elle offre.

Tableau 4.2.17 Dépenses au titre des ÉIN par la CBC/SRC et les grands groupes privés de propriété (millions $)

	Genre d'émission	2012	2013	Croissance (%)
CBC/SRC	Documentaires de longue durée	43,8	38,8	*-11,5*
	Émissions dramatiques	160,3	154,9	*-3,4*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,6	16,3	*4,1*
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,6	3,1	*-14,5*
	Total des dépenses en ÉIN de la CBC/SRC	223,4	213,0	*-4,6*
	% du total	*36,4*	*33,7*	
BCE	Documentaires de longue durée	29,5	43,2	*46,7*
	Émissions dramatiques	39,4	99,1	*151,4*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	2,9	7,3	*150,3*
	Total des dépenses en ÉIN de BCE	71,8	149,7	*108,4*
	% du total	*11,7*	*23,7*	
Astral	Documentaires de longue durée	17,8	-	-
	Émissions dramatiques	64,9	-	-
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	7,3	-	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	-	-
	Total des dépenses en ÉIN d'Astral	90,1	-	-
	% du total	*14,7*	-	
Shaw	Documentaires de longue durée	29,1	34,5	*18,5*
	Émissions dramatiques	30,0	33,7	*12,5*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	-
	Total des dépenses en ÉIN de Shaw	59,1	68,3	*15,5*
	% du total	*9,6*	*10,8*	
Corus	Documentaires de longue durée	4,5	5,0	*9,9*
	Émissions dramatiques	36,3	36,8	*1,4*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	-
	Total des dépenses en ÉIN de Corus	40,8	41,8	*2,3*
	% du total	*6,7*	*6,6*	
Rogers	Documentaires de longue durée	4,0	5,8	*47,7*
	Émissions dramatiques	4,8	7,8	*61,4*
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	-
	Total des dépenses en ÉIN de Rogers	8,8	13,6	*55,2*
	% du total	*1,4*	*2,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les dépenses au titre des ÉIN faites par la CBC/SRC et les grands groupes de propriété. Collectivement, ces entités ont assumé plus des trois-quarts des dépenses à ce titre au cours de la dernière année.

Tableau 4.2.18 DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la CBC/SRC, par genre d'émission (milliers $)

Genre d'émission	2009	2010	2011	2012	2013	Croissance annuelle (%) 2010	2011	2012	2013
Nouvelles (catégorie 1)	165 717	203 223	191 924	196 688	212 876	22,6	-5,6	2,5	8,2
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	s.o.	s.o.	s.o.	35 649	30 870	s.o.	s.o.	s.o.	-13,4
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	106 500	75 754	98 534	67 446	63 744	-28,9	30,1	5,0	-5,5
Sports (catégorie 6)	151 315	159 463	157 190	158 698	127 730	5,4	-1,4	1,0	-19,5
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	129 403	139 042	141 049	158 420	153 529	7,4	1,4	12,3	-3,1
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	21 432	13 700	12 912	26 120	27 635	-36,1	-5,8	102,3	5,8
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	13 785	12 068	11 900	16 217	12 933	-12,5	-1,4	36,3	-20,3
Divertissement général/intérêt général/ téléréalité (catégorie 11)	62 352	80 167	94 059	73 474	70 337	28,6	17,3	-22,3	-4,3
Intérêt général	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*58 411*	-	-	-	-
Remises de prix	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*7 467*	-	-	-	-
Téléréalité	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*4 460*	-	-	-	-
Autres (catégories 12 à 15)	-41	0	2 203	924	1 139	0	0	-57,3	23,3
Total (catégories 1 à 15)	650 464	683 417	709 769	733 635	700 793	5,1	3,9	3,4	-4,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les DÉC des services de télévision traditionnelle de langue anglaise et de langue française de la CBC/SRC, par genre d'émission, de 2009 à 2013. Il indique aussi les taux de croissance annuelle pour chaque genre d'émission.

Les dépenses ne tiennent pas compte des allocations indirectes et du coût des installations. Certaines dépenses liées à la programmation sont comprises à titre de coût de programmation, conformément aux directives du CRTC. Pour en savoir davantage, voir le document du CRTC *Certification des émissions canadiennes* : www.crtc.gc.ca/fra/info_sht/tv11.htm.

Pour 2012 et 2013, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2-5) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2b) ». De plus, le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible que pour 2013.

Tableau 4.2.19 DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers $)

Genre d'émission	2009	2010	2011	2012	2013	Croissance annuelle (%) 2010	2011	2012	2013
Nouvelles (catégorie 1)	312 106	304 358	316 922	353 646	355 287	-250,0	4,1	11,6	0,5
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	s.o.	s.o.	s.o.	16 600#	7 894	s.o.	s.o.	s.o.	-52,4
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	72 840	50 474	55 033	32 150#	31 128	-30,7	9,0	-11,3	-3,2
Sports (catégorie 6)	3 803	141 011	848	68 485	6 490	3 607,9	-99,4	7 974,0	-90,5
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	77 372	71 365	58 322	59 169#	65 959	-7,8	-18,3	1,0	11,5
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	38 182	21 678	33 006	30 241#	24 476	-43,2	52,3	-10,8	-19,1
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	12 510	22 933	22 033	17 546	19 394	83,3	-3,9	-20,4	10,5
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	82 293	68 256	75 577	83 017#	92 345	-17,1	10,7	10,9	11,2
Intérêt général	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*72 953*	-	-	-	-
Remises de prix	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*4 071*	-	-	-	-
Téléréalité	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*15 321*	-	-	-	-
Autres (catégories 12 à 15)	276	1 173	1 173	905#	2 444	325,0	0	-8,7	170,0
Total (catégories 1 à 15)	599 383	681 248	562 914	661 759	605 415	13,7	-17,4	17,6	-8,5
% du revenu total	30,4	31,7	26,2	32,5	31,1				

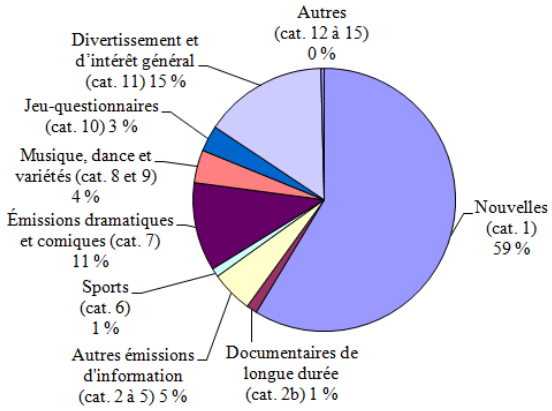
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les DÉC faites par les services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission, de 2009 à 2013. Il indique aussi les taux de croissance annuelle pour chaque genre d'émission.

À noter que ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision, à de la dépréciation dans le catalogue canadien, à la scénarisation et à la conceptualisation, aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les dépenses relatives aux avantages liés aux transferts de contrôle et aux engagements pris lors de l'attribution de licence. Ils excluent cependant les investissements complémentaires du Fonds canadien de télévision (FCT) rapportés par les services privés de télévision traditionnelle.

Pour 2012 et 2013, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2-5) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2b) ». De plus, le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible que pour 2013.

Graphique 4.2.22 Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, selon le genre d'émission (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre la répartition, selon le genre d'émission, des DÉC faites par les services privés de télévision traditionnelle en 2013.

Plus de la moitié des sommes a été consacrée aux émissions de nouvelles. Des sommes importantes ont aussi été dépensées pour des émissions de divertissement général (dont les émissions d'intérêt général et les remises de prix) et des émissions dramatiques et comiques.

Tableau 4.2.20 Dépenses en émissions non canadiennes – Services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers $)

						Croissance annuelle (%)			
Genre d'émission	2009	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Nouvelles (catégorie 1)	20	145	90	57	4 631	625,0	-38,0	-36,7	8 081,6
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	298	454	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	52,3
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	12 405	5 270	16 522	15 034	9 750	-57,5	213,5	-7,2	-35,1
Sports (catégorie 6)	13 746	14 823	17 916	17 877	20 269	7,8	20,9	-0,2	13,4
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	602 865	553 796	480 114	488 652	483 024	-8,1	-13,3	1,8	-1,2
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	31 710	32 968	31 878	47 333	57 128	4,0	-3,0	48,5	20,7
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	13 016	6 078	11 460	5 278	5 625	-53,3	88,5	-53,9	6,6
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	172 007	164 091	169 059	151 234	151 044	-4,6	3,0	-10,5	-0,1
Intérêt général	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*90 375*	-	-	-	-
Remises de prix	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*14 173*	-	-	-	-
Téléréalité	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*s.o.*	*46 496*	-	-	-	-
Autres (catégories 12 à 15)	517	6	1 994	51	52	-98,8	33 133,0	-43,7	2,4
Total (catégories 1 à 15)	846 286	777 176	729 033	725 813	731 978	-8,2	-6,2	-0,4	0,8
% du revenu total	42,9	36,2	33,9	35,6	37,6				

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en émissions non canadiennes faites par les services privés de télévision traditionnelle, selon le genre d'émission, de 2009 à 2013. Il indique aussi les taux de croissance annuelle des dépenses pour chaque genre d'émission.

Ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision, à de la dépréciation dans le catalogue canadien, à la scénarisation et à la conceptualisation, aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les dépenses relatives aux avantages liés aux transferts de contrôle et aux engagements pris lors de l'attribution de licence. Ils excluent cependant les investissements complémentaires du FCT rapportés par les services privés de télévision traditionnelle.

Pour 2012 et 2013, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2-5) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2b) ». De plus, le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible que pour 2013.

Tableau 4.2.21 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services payants et spécialisés, selon la langue et le genre d'émission (milliers $) [Partie 1 de 2]

Genre d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2012	2013	Croissance (%)	2012	2013	Croissance (%)
Services de langue anglaise						
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	*139*	*149*		*143*	*149*	
Nouvelles (catégorie 1)	148 312	148 658	0,2	52	1 138	2079,4
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	75 564	85 144	12,7	29 398	30 427	3,5
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	106 385	85 992	-19,2	14 722	15 992	8,6
Sports (catégorie 6)	399 041	337 251	-15,5	66 667	73 476	10,2
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	156 113	162 506	4,1	258 864	272 018	5,1
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	22 834	20 173	-11,7	1 482	1 079	-27,2
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	8 060	8 192	1,6	1 701	935	-45,1
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	92 708	111 195	19,9	37 372	48 965	31,0
Intérêt général	s.o.	67 423	-	s.o.	33 700	-
Remises de prix	s.o.	4 657	-	s.o.	33	-
Téléréalité	s.o.	39 115	-	s.o.	15 232	-
Autres (catégories 12 à 15)	36 384	30 409	-16,4	565	1 332	135,7
Total (catégories 1 à 15)	1 045 403	989 519	-5,3	410 824	445 362	8,4
Services de langue française						
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	*30*	*31*		*30*	*31*	
Nouvelles (catégorie 1)	69 267	71 331	3,0	281	213	-24,3
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	25 102	25 765	2,6	4 495	4 651	3,5
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	49 716	54 205	9,0	4 404	1 697	-61,5
Sports (catégorie 6)	85 251	74 369	-12,8	7 310	9 167	25,4
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	35 456	34 496	-2,7	42 257	46 307	9,6
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	9 053	11 985	32,4	1 585	539	-66,0
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	1 071	1 173	9,6	0	0	0
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	17 892	8 676	-51,5	2 969	3 639	22,6
Intérêt général	s.o.	7 916	-	s.o.	1 282	-
Remises de prix	s.o.	500	-	s.o.	3	-
Téléréalité	s.o.	260	-	s.o.	2 354	-
Autres (catégories 12 à 15)	9 721	7 850	-19,2	363	447	22,9
Total (catégories 1 à 15)	302 528	289 850	-4,2	63 664	66 659	4,7

Tableau 4.2.21 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services payants et spécialisés, selon la langue et le genre d'émission (milliers $) [Partie 2 de 2]

Genre d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2012	2013	Croissance (%)	2012	2013	Croissance (%)
Services en langue tierce						
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	*43*	*47*		*43*	*47*	
Nouvelles (catégorie 1)	3 995	3 734	-6,5	1 412	1 412	0
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	75	1 371	1718,7	0	0	0
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	2 538	2 886	13,7	530	712	34,3
Sports (catégorie 6)	2 166	431	-80,1	1 410	963	-31,7
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	2 373	2 624	10,6	4 748	6 380	34,4
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	6 228	10 565	69,7	780	1 037	33,0
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	463	470	1,5	478	561	17,5
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	3 159	2 491	-21,1	2 374	3 969	67,2
Intérêt général	s.o.	2 244	-	s.o.	3 967	-
Remises de prix	s.o.	248	-	s.o.	2	-
Téléréalité	s.o.	0	-	s.o.	0	-
Autres (catégories 12 à 15)	2 822	1 845	-34,6	619	764	23,4
Total (catégories 1 à 15)	23 820	26 418	10,9	12 350	15 797	27,9
Total pour les services payants et spécialisés						
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	*212*	*227*		*216*	*227*	
Nouvelles (catégorie 1)	221 575	223 723	1,0	1 746	2 764	58,3
Documentaires de longue durée (catégorie 2b)	100 741	112 279	11,5	33 893	35 078	3,5
Autres émissions d'information (catégories 2-5)	158 639	143 083	-9,8	19 656	18 401	-6,4
Sports (catégorie 6)	486 458	412 051	-15,3	75 387	83 606	10,9
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	193 942	199 626	2,9	305 868	324 704	6,2
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	38 115	42 723	12,1	3 846	2 654	-31,0
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	9 593	9 835	2,5	2 179	1 496	-31,3
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	113 759	122 363	7,6	42 715	56 573	32,4
Intérêt général	s.o.	77 583	-	s.o.	38 949	-
Remises de prix	s.o.	5 405	-	s.o.	38	-
Téléréalité	s.o.	39 375	-	s.o.	17 586	-
Autres (catégories 12 à 15)	48 928	40 104	-18,0	1 547	2 542	64,3
Total (catégories 1 à 15)	**1 371 751**	**1 305 787**	**-4,8**	**486 838**	**527 818**	**8,4**

Source : Données recueillies par le CRTC

Ces tableaux illustrent le total des DÉC et des dépenses en émissions non canadiennes faites par les services de langue anglaise, de langue française et de langue tierce, selon le genre d'émission, en 2012 et en 2013. Ils indiquent aussi les taux de croissance annuelle entre les deux années examinées et le nombre de services de chaque groupe linguistique qui ont rapporté des dépenses à cet égard.

Les chiffres relatifs aux services de langue anglaise comprennent les dépenses en émissions bilingues et celles faites au titre d'avantages liés à des transferts de contrôle (avantages tangibles) et d'engagements pris lors de l'attribution de licence, mais ne tiennent pas compte des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services payants et spécialisés.

Pour 2012 et 2013, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2-5) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2b) ». De plus, le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible que pour 2013.

Tableau 4.2.22 DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers $)

	2011	2012	2013	Croissance (%)
Total pour les services de TVC et de VSD	16 838	16 280	17 317	6,4
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	*30#*	*26#*	*23*	*-11,5*

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les DÉC totales faites par les services de TVC et de VSD en 2011, 2012 et 2013, le nombre de services qui ont rapporté des dépenses à ce titre et les taux de croissance annuelle.

Les dépenses des services de TVC et de VSD selon le genre d'émission ne sont pas disponibles. Les montants ne tiennent pas compte des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services de TVC et de VSD, mais comprennent celles faites au titre d'avantages liés à des transferts de contrôle et d'engagements pris lors de l'attribution de licence.

Le symbole # indique une modification du chiffre paru dans le rapport de l'année dernière.

f) Avantages tangibles

Que sont les avantages tangibles?

En absence d'un processus d'attribution de licence concurrentiel lors du transfert de la propriété ou du contrôle de services de radio ou de télévision, l'acheteur a l'obligation de verser des contributions financières importantes et sans équivoque à l'endroit du système de radiodiffusion en général, ainsi qu'aux communautés desservies par le service en question. Les contributions à titre d'**avantages tangibles** qui sont excédentaires aux coûts normaux des affaires, représentent un pourcentage de la valeur de la transaction (minimum de 6 % pour les services de radio et minimum de 10 % pour ceux de télévision) et sont généralement payées sur une période de cinq à sept ans.

Tableau 4.2.23 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2009 au 31 décembre 2013 (millions $)

Année (1er jan. au 31 déc.)	Services de langue anglaise			Services de langue française			Total des avantages
	# de trans.	Valeur des transactions	Avantages	# de trans.	Valeur des transactions	Avantages	
2009	7	54,8	5,8	0	-	-	5,8
2010	3	2 086,4	183,4	0	-	-	183,4
2011	5	2 254,0	224,2	0	-	-	224,2
2012	4	106,0	18,6	0	-	-	18,6
2013	4	905,4	90,5	3	1 425,9	142,6	233,1
Total	23	5 406,6	522,5	3	1 425,9	142,6	665,1

À noter :

- En 2010, la transaction de propriété de Shaw/Canwest (décision de radiodiffusion 2010-782) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 180,2 millions de dollars.
- En 2011, la transaction de propriété de BCE/CTVglobemedia Inc. (décision de radiodiffusion 2011-163) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 221,8 millions de dollars. Aux fins de la présente analyse, l'ensemble de la valeur des actifs de télévision ainsi que les avantages tangibles connexes ont été inclus dans la catégorie des services de langue anglaise.
- En 2013, la transaction de propriété BCE/Astral (décision de radiodiffusion 2013-310) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 175,4 millions de dollars. Sur ce total, environ 121 millions de dollars étaient réservés à des projets de langue française et 54,4 millions de dollars à des projets de langue anglaise.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-310, 27 juin 2013, le Conseil a ordonné à BCE de se départir de 11 services de télévision spécialisés. La cession de ces services devrait rapporter des contributions en avantages tangibles inférieures à 72,7 millions de dollars de la part des acheteurs. Dans les décisions de radiodiffusion 2013-737 et 2013-738, 20 décembre 2013, le Conseil a approuvé la cession de six de ces services (Historia, Séries+, TÉLÉTOON Rétro, TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro et Cartoon Network) à Corus Entertainment Inc. Corus s'est engagée à investir un total de 40,5 millions de dollars en avantages tangibles dont environ 21,6 millions de dollars pour des projets de langue française et 18,9 millions de dollars pour des projets de langue anglaise. Le Conseil s'attend à publier au moins une décision concernant la vente des cinq autres services restants d'ici la fin de 2014.

g) Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité. Le Conseil traite les plaintes en matière de programmation reliées aux radiodiffuseurs publics et communautaires, ainsi que les organismes qui ne sont pas membres du CCNR, et les enjeux qui ne sont pas englobés par les codes qu'administre le CCNR.

Qu'est-ce que le CCNR?

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) est un organisme indépendant non gouvernemental créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) afin d'administrer les normes établies par ses membres, les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du CCNR comprennent plus de 790 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés, des services payants et des réseaux de partout au Canada, de la programmation de langues française, anglaise et tierces.

Plus de renseignements au sujet du CCNR sont disponibles sur le site Web www.ccnr.ca.

Le CCNR administre des codes de conduite spécifiques en matière de diffusion et fournit un moyen de recours pour les membres du public en ce qui a trait à l'application des normes énoncées dans les codes suivants :

- Nouveau Code de déontologie de l'ACR
- Code de l'ACR concernant la violence
- Code sur la représentation équitable de l'ACR
- Code de déontologie journalistique de l'Association des services de nouvelles numériques et radiotélévisées du Canada (ASNNR)

Entre avril 2013 et mars 2014, environ 32 % de toutes les plaintes reçues par le Conseil concernant la télévision ont été référées au CCNR.

Tableau 4.2.24 Nombre de communications relatives à la télévision reçues par le CRTC, par sujet (2013-2014)

Sujets	Politique et décisions du CRTC	Facturation	Qualité du service /prestation	Modalités	Questions touchant les handicapés	Programmation	Intensité sonore	Autre
Nombre de communi-cations	728	0	148	1	115	1 687	749	189

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Certaines communications adressées au CRTC ont été référées à d'autres organismes. Le tableau ci-dessous résume les communications reçues par le CRTC en 2013-2014, lesquelles incluent des questions, des commentaires, des plaintes et autres types de communication, réparties par sujet.

Tableau 4.2.25 Plaintes relatives à la programmation de la télévision, par secteur et par sujet

Secteur de marché	Type de plainte	2009-2010		2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014	
		Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR
Télévision traditionnelle	Propos haineux	5	1	26	-	30	2	30	6	15	5
	Contenu pour adultes	84	34	52	8	56	11	71	12	73	13
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	4	-	4	-	8	-	18	3	9	2
	Stéréotypes sexuels	-	-	2	-	9	-	5	1	6	-
	Insultes ou injures	107	6	135	22	217	43	233	62	164	63
	Langage vulgaire	34	14	41	19	29	3	32	8	45	7
	Violence à la télévision	40	9	84	14	76	14	54	8	61	11
Services spécialisés	Propos haineux	2	-	-	-	1	-	5	2	2	-
	Contenu pour adultes	32	14	31	10	23	12	16	9	19	10
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	1	-	-	-	-	-	2	1	3	1
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	1	-	1	1	-	-
	Insultes ou injures	12	2	19	5	161	87	44	23	46	25
	Langage vulgaire	7	2	13	6	7	5	11	7	15	8
	Violence à la télévision	14	5	21	5	18	10	13	3	12	6
Services payants et de TVC	Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Contenu pour adultes	4	-	32	-	3	-	2	1	1	-
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Insultes ou injures	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Langage vulgaire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Violence à la télévision	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent une gamme de plaintes concernant les services de télévision traditionnelle, spécialisés, payants et à la carte. Ce tableau indique le nombre de plaintes reçues par le CRTC — et le nombre de celles qu'il a référées au CCNR — sur diverses questions et dans divers secteurs de marché, des années 2009–2010 à 2013–2014. Chaque période de 12 mois débute le 1er avril et se termine le 31 mars.

Le Système de suivi de la correspondance du CRTC enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.

« Propos haineux » : la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes identifiés dans les règlements sur la télévision, la radio ou les services spécialisés.

« Insultes ou injures » : la plainte allègue que l'on faisait de l'humour injurieux ou d'autres commentaires ne cadrant pas dans la définition des « propos haineux ».

« Langage vulgaire » : la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

Tableau 4.2.26 Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue et par source de programmation (2012-2013)

	Télé traditionnelle et spécialisée	Télé payante	Total
Langue de programmation			
Anglaise	526	4	530
Français	198	0	198
Langue tierce	10	0	10
Autre	8	-	-
Total	742	4	746
Source de programmation			
Canadienne	485	0	485
Étrangère	215	4	219
Autre	42	0	42
Total	742	4	746

Source : Rapports annuels du CCNR

Ce tableau indique le nombre de plaintes traitées par le CCNR, réparties selon la langue de programmation et la source (canadienne ou étrangère).

« Autre » dans les sections sur la langue de programmation et la source de programmation se rapporte aux plaintes qui ne comportaient pas suffisamment d'informations pour permettre au CCNR de déterminer la langue de programmation, pas plus que l'origine nationale de la programmation.

Que sont les NCP?

Les Normes canadiennes de la publicité (NCP) sont l'organisme national d'autoréglementation à but non-lucratif en matière de publicité.

Le *Code canadien des normes de la publicité* est mis à jour régulièrement afin de veiller à ce qu'il demeure actuel et contemporain tout en suivant le rythme des consommateurs et des attentes sociétales. L'organisme répond aux plaintes de consommateurs et de groupes de défense d'intérêts spéciaux à l'égard de la publicité pour tous les médias assujettis au *Code canadien des normes de la publicité*, l'instrument principal d'autoréglementation en publicité. De plus, les NCP entreprennent des fonctions de préapprobation dans cinq catégories d'industries, en se basant sur les lois, règlements, codes de l'industrie ou lignes directrices applicables.

Davantage de renseignements sur les NCP sont disponibles sur le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 4.2.27 Plaintes traitées par les NCP

	2009	2010	2011	2012	2013
Plaintes reçues par les NCP	1 228	1 200	1 809	1 310	1 310
Plaintes portant sur des annonces à la télévision	546	526	686	559	528
% du total des plaintes reçues	*44*	*44*	*38*	*43*	*40*
Plaintes sur des annonces en ligne	s.o.	s.o.	s.o.	280	240
% du total des plaintes reçues				*21*	*18*

Source : Rapports de plaintes sur la publicité, NCP

Ce tableau indique le nombre de plaintes reçues par les NCP, par genre. En 2013, 40 % des plaintes reçues portaient sur les annonces à la télévision.

h) Groupes de propriété

Le tableau qui suit donne un aperçu des groupes de propriété de radiodiffusion. Il énumère les types de service qu'ils offrent, dans quelle langue et précise leur nombre d'abonnés et s'ils sont en haute définition. On trouve aussi dans ce tableau le pourcentage de droits de vote du groupe dans chaque service, les BAII et la marge de BAII.

À noter :

- Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601, le Conseil a décidé de publier les données financières complètes des services de catégorie A spécialisés (analogiques et de catégorie 1) et des services de catégorie B spécialisés (catégorie 2) détenus ou contrôlés par une entreprise verticalement intégrée. Le Conseil a décidé de ne publier qu'en partie les données financières de tous les services de catégorie B spécialisés indépendants individuels (catégorie 2) y compris celles relatives au revenu total, aux dépenses totales au titre de la programmation et aux dépenses totales au titre des émissions canadiennes. Le Conseil publiera également les données financières complètes des services de catégorie B spécialisés (catégorie 2) indépendants pris dans leur ensemble.
- Shaw est affiliée à Corus Entertainment Inc. (Corus) et J.R. Shaw a le contrôle des votes des deux sociétés.
- La propriété est basée sur le pourcentage de droits de vote directs et indirects détenus au 31 décembre 2013. En cas de changement de propriété, l'information est basée sur la date de la décision d'approbation et non pas la date de signature de la transaction.
- Les pourcentages de droits de propriété et les résultats financiers sont présentés pour chaque service spécialisé, payant, de TVC et de VSD. Le pourcentage de la propriété ne se reflète pas dans les résultats financiers. Pour cette raison, les totaux par groupe de propriété ne sont pas indiqués.
- Seuls les services lancés avant le 31 décembre 2013 sont inclus.

Liste des abréviations utilisées dans les tableaux qui suivent :

- Sp. A = Service analogique spécialisé
- Sp. B = Service spécialisé de catégorie B
- Sp. C = Service spécialisé de catégorie C
- Sp. D2 = Service numérique de catégorie 2
- Pay A = Service payant de catégorie A
- Pay B = Service payant de catégorie B
- TVC** = Détient à la fois une licence de TVC terrestre et par satellite (SRD)
- VSD = Vidéo sur demande

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) [Partie 1 de 5]

HD	BCE	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	Animal Planet	Sp. B	Anglais	64	2 345 246	8 621	3 584	41,57
OUI	Bell TV On Demand and Vu!	VSD	Anglais	100	s.o.	9 019	-5 442	-60,34
OUI	Bell TV On Demand and Vu!	TVC**	Anglais	100	s.o.	37 685	2 717	7,21
NON	Book Television	Sp. A	Anglais	100	885 479	4 479	3 090	68,98
OUI	Bravo!	Sp. A	Anglais	100	6 755 640	50 689	23 895	47,14
OUI	Business News Network	Sp. A	Anglais	100	6 358 008	31 833	14 009	44,01
OUI	CablePulse 24	Sp. A	Anglais	100	3 556 237	24 479	3 548	14,49
OUI	Câblevision du Nord de Québec inc.	VSD	Français	100	s.o.	644	74	11,54
OUI	Canal D	Sp. A	Français	100	2 549 210	46 046	23 974	52,07
OUI	Canal D Investigation	Sp. B	Français	100	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	Canal Vie	Sp. A	Français	100	2 347 188	48 986	17 791	36,32
OUI	CINÉPOP	Pay B	Français	100	1 092 007	9 359	4 174	44,60
NON	Comedy Gold	Sp. B	Anglais	100	894 185	5 130	3 378	65,86
OUI	CTV News Channel	Sp. C	Anglais	100	8 440 427	26 043	5 513	21,17
OUI	Discovery Channel	Sp. A	Anglais	64	7 733 150	101 372	26 223	25,87
OUI	Discovery Science	Sp. B	Anglais	64	1 562 630	5 181	1 175	22,69
OUI	Discovery World HD	Sp. B	Anglais	64	1 320 604	26 297	14 549	55,33
OUI	E!	Sp. A	Anglais	100	7 114 520	30 788	11 355	36,88
NON	ESPN Classic Canada	Sp. B	Anglais	80	1 028 723	2 919	709	24,28
NON	Fashion Television Channel	Sp. A	Anglais	100	766 638	4 865	3 079	63,29
OUI	Investigation Discovery	Sp. B	Anglais	100	1 405 963	7 356	3 994	54,29
NON	Juicebox	Sp. B	Anglais	100	271 893	587	474	80,73
OUI	Le Réseau des Sports (RDS)	Sp. C	Français	80	3 334 671	167 818	49 145	29,28
NON	M3	Sp. A	Anglais	100	6 137 846	17 500	5 722	32,70
OUI	MTV Canada	Sp. A	Anglais	100	6 361 023	24 227	-1 358	-5,61
NON	MTV2 Canada	Sp. A	Anglais	100	962 471	4 780	1 803	37,72
NON	MuchLoud	Sp. B	Anglais	100	135 392	333	215	64,52
OUI	MuchMusic	Sp. A	Anglais	100	9 248 193	37 674	-2 242	-5,95
NON	MuchRetro	Sp. B	Anglais	100	256 684	792	601	75,82
NON	MuchVibe	Sp. B	Anglais	100	394 362	799	611	76,52
OUI	Northwestel VOD	VSD	Anglais	100	s.o.	934	7	0,78
OUI	RDS Info	Sp. A	Français	80	1 277 144	8 267	-3 196	-38,66
OUI	Space	Sp. A	Anglais	100	6 562 605	50 274	17 250	34,31
OUI	Super Écran	Pay A	Français	100	628 845	65 041	21 522	33,09
OUI	The Comedy Network	Sp. A	Anglais	100	5 849 682	60 804	31 270	51,43
OUI	The Movie Network	Pay A	Anglais	100	1 181 772	127 767	16 629	13,01
OUI	The Movie Network Encore	Pay A	Anglais	100	1 401 247	23 119	12 083	52,26
NON	The NHL Network	Sp. B	Anglais	17,1	1 367 152	12 299	4 590	37,32
OUI	The Sports Network (TSN)	Sp. C	Anglais	80	9 069 491	400 393	123 035	30,73
OUI	Viewers Choice Canada	TVC**	Anglais	70,1	s.o.	12 457	1 620	13,01
OUI	VRAK.TV	Sp. A	Français	100	2 200 643	28 596	10 173	35,57
OUI	Ztélé	Sp. A	Français	100	2 024 663	26 885	9 339	34,74

À noter :

- Canal D Investigation a été lancé en décembre 2013;
- MuchMoreMusic a pris le nom de M3 et MuchMoreRetro celui de MuchRetro.

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) [Partie 2 de 5]

HD	Pierre Boivin (BCE en fidéicommis)	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	Disney Junior	Sp. B	Français	100	487 329	2 946	219	7,45
OUI	Disney XD	Sp. B	Anglais	100	4 348 873	6 533	2 260	34,58
OUI	MusiquePlus	Sp. A	Français	100	2 264 746	13 536	867	6,40
OUI	MUSIMAX	Sp. A	Français	100	1 826 706	9 622	103	1,07
OUI	The Family Channel	Pay A	Anglais	100	5 726 126	67 014	19 905	29,70

À noter :

- Dans la décision de radiodiffusion 2013-310, 27 juin 2013, le Conseil a approuvé le changement de contrôle effectif des entreprises de radiodiffusion d'Astral en faveur de BCE, à condition que BCE se départisse d'un certain nombre d'éléments d'actif de radiodiffusion et en transfère la gestion et le contrôle à un fiduciaire (Pierre Boivin) en attendant leur vente à une tierce partie.

HD	CBC/SRC	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	ARTV	Sp. A	Français	85	2 025 432	16 885	-281	-1,66
OUI	CBC News Network	Sp. C	Anglais	100	11 336 559	86 799	20 371	23,47
OUI	Documentary	Sp. A	Anglais	82	2 697 178	6 321	1 013	16,02
OUI	EXPLORA	Sp. B	Français	100	368 107	2 449	-2 845	-116,19
OUI	RDI	Sp. C	Français	100	11 127 544	54 593	10 546	19,32

HD	Cogeco	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	Cogeco On Demand/Cogeco Sur Demande	VSD	Bilingue	100	s.o.	19 697	7 873	39,97

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) [Partie 3 de 5]

HD	Corus	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	ABC Spark	Sp. B	Anglais	100	3 757 391	10 085	1 149	11,39
OUI	Cartoon Network	Sp. B	Anglais	100	964 958	3 096	-646	-20,87
NON	CMT Canada	Sp. A	Anglais	90	10 577 182	24 722	4 055	16,40
NON	Cosmopolitan TV	Sp. B	Anglais	67	3 611 980	11 684	1 920	16,43
OUI	Encore Avenue	Pay A	Anglais	100	2 249 940	20 376	10 761	52,81
NON	EuroWorld SPORT	Sp. B	Anglais	50,5	8 994	46	-64	-138,51
OUI	Historia	Sp. A	Français	100	2 060 048	21 293	10 855	50,98
NON	Mediaset Italia	Sp. B	Autre	50,5	0	721	350	48,53
OUI	Movie Central	Pay A	Anglais	100	995 496	94 822	12 308	12,98
OUI	Nickelodeon	Sp. B	Anglais	100	1 878 205	6 879	1 116	16,23
OUI	OWN	Sp. A	Anglais	100	6 157 269	29 504	5 612	19,02
OUI	Séries+	Sp. A	Français	100	2 079 697	32 677	19 027	58,23
NON	Sky TG24 Canada	Sp. B	Autre	50,5	7 922	272	96	35,26
NON	Sundance Channel	Sp. B	Anglais	100	1 403 792	5 628	1 237	21,98
OUI	Telelatino	Sp. A	Autre	50,5	4 329 579	15 616	7 002	44,84
NON	Teleniños	Sp. B	Autre	50,5	8 097	34	0	-0,48
NON	TELETOON Retro	Sp. B	Anglais	100	7 309 248	7 398	4 989	67,45
NON	TÉLÉTOON Rétro	Sp. B	Français	100	1 896 577	1 631	895	54,86
OUI	TELETOON/TÉLÉTOON	Sp. A	Bilingue	100	7 271 415	84 370	38 290	45,38
NON	TreeHouse TV	Sp. A	Anglais	100	8 637 702	14 499	4 943	34,09
NON	Univision Canada	Sp. B	Autre	50,5	16 553	1 285	1 027	79,97
OUI	W Movies	Sp. B	Anglais	100	1 493 284	7 413	2 567	34,63
OUI	W Network	Sp. A	Anglais	100	8 278 673	91 183	39 508	43,33
OUI	YTV	Sp. A	Anglais	100	11 230 697	89 391	33 247	37,19

À noter :

- Au cours de 2013, Corus a acquis 49 % des parts détenues par Shaw dans ABC Spark, et Shaw a acquis de Corus un intérêt minoritaire dans Food Network.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-737, 20 décembre 2013, le Conseil a approuvé la modification de contrôle effectif des entreprises de Teletoon (TELETOON Retro/TÉLÉTOON Rétro et TELETOON/TÉLÉTOON) en faveur de Corus.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-738, 20 décembre 2013, le Conseil a approuvé l'acquisition par Corus du contrôle effectif de Historia et de Séries+.
- TLN en Español a pris le nom d'Univision Canada le 28 janvier 2014.

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) [Partie 4 de 5]

HD	Québecor	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	addikTV	Sp. A	Français	100	1 107 005	10 594	2 252	21,26
NON	ARGENT	Sp. A	Français	100	549 887	2 621	-604	-23,05
OUI	Canal Indigo	TVC**	Français	100	s.o.	8 192	2 914	35,57
OUI	Casa	Sp. B	Français	100	924 632	8 094	-187	-2,31
OUI	Évasion	Sp. A	Français	8,3	2 031 946	12 215	1 050	8,60
OUI	Illico sur demande	VSD	Bilingue	100	s.o.	57 221	-4 123	-7,21
OUI	Le Canal Nouvelles (LCN)	Sp. C	Français	100	2 482 223	32 248	8 581	26,61
OUI	Moi&cie	Sp. B	Français	100	552 395	3 526	-4 046	-114,73
OUI	Prise 2	Sp. B	Français	100	983 554	7 417	2 037	27,47
OUI	Sun News Network	Sp. C	Anglais	100	4 973 066	7 939	-14 790	-186,30
OUI	TVA Sports	Sp. C	Français	100	1 523 946	15 020	-18 918	-125,95
OUI	YOOPA	Sp. B	Français	100	772 662	4 770	524	10,99

HD	Rogers	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
OUI	CityNews Channel	Sp. B	Anglais	0	1 988 000	1 033	-3 512	-340,12
OUI	FX Canada	Sp. B	Anglais	66,6	3 910 000	8 486	-1 562	-18,40
OUI	G4	Sp. A	Anglais	100	2 350 000	9 941	3 069	30,87
OUI	Gol TV	Sp. B	Anglais	30,0	828 852	3 351	407	12,15
OUI	Leafs TV	Sp. B	Anglais	37,5	1 116 718	7 373	-452	-6,13
OUI	NBA TV Canada	Sp. B	Anglais	37,5	2 076 310	8 738	2 235	25,58
OUI	OLN	Sp. A	Anglais	100	5 429 000	22 519	8 654	38,43
OUI	Rogers on Demand/sur demande	VSD	Bilingue	100	s.o.	58 950	-11 367	-19,28
OUI	Sportsnet	Sp. C	Anglais	100	8 497 000	253 417	50 035	19,74
OUI	Sportsnet 360	Sp. A	Anglais	100	6 041 000	41 655	-5 258	-12,62
OUI	Sportsnet One	Sp. C	Anglais	100	6 156 000	76 300	34 741	45,53
OUI	Sportsnet PPV	TVC**	Anglais	100	s.o.	11 618	3 392	29,19
OUI	Sportsnet World	Sp. B	Anglais	100	100 000	11 984	3 295	27,50
OUI	The Biography Channel	Sp. A	Anglais	100	2 140 000	8 178	2 252	27,53

À noter :

- Dans la décision de radiodiffusion 2013-530, 1er octobre 2013, le Conseil a révoqué la licence de CityNews Channel, à la demande de Rogers.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-207, 30 avril 2013, le Conseil a approuvé l'acquisition de The Score par Rogers. Le nom du service a été changé pour Sportsnet 360 le 1er juillet 2013.

Tableau 4.2.28 Groupes de propriété détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (2013) [Partie 5 de 5]

HD	Shaw	Type de service	Langue	Droits de vote directs et indirects (%)	Nombre d'abonnés	Revenus ($)	BAII ($)	Marge de BAII (%)
NON	Action	Sp. B	Anglais	100	4 581 044	20 685	13 476	65,15
NON	BBC Canada	Sp. B	Anglais	80	2 727 819	10 666	6 078	56,99
OUI	Global News Plus BC	Sp. B	Anglais	100	856 226	726	-2 639	-363,66
NON	D.I.Y. Network	Sp. D2	Anglais	80,2	3 233 203	10 431	7 249	69,49
NON	DejaView	Sp. B	Anglais	100	1 565 370	7 824	4 404	56,28
NON	DTOUR	Sp. A	Anglais	100	5 759 675	32 065	16 562	51,65
OUI	Food Network Canada	Sp. A	Anglais	80,2	7 539 371	66 358	35 321	53,23
NON	H2	Sp. A	Anglais	100	3 093 204	6 546	1 668	25,48
OUI	HGTV Canada	Sp. A	Anglais	80,2	9 018 881	73 865	42 841	58,00
OUI	History Television	Sp. A	Anglais	100	7 867 210	78 365	43 279	55,23
NON	IFC	Sp. A	Anglais	100	2 727 950	10 999	5 791	52,65
NON	Lifetime	Sp. B	Anglais	100	4 193 191	22 166	11 164	50,36
OUI	MovieTime	Sp. B	Anglais	100	5 206 356	15 118	10 402	68,80
NON	Mystery	Sp. A	Anglais	100	2 016 325	15 876	7 525	47,40
OUI	NatGeo Wild	Sp. B	Anglais	64	2 991 975	6 099	1 223	20,04
OUI	National Geographic Channel Canada	Sp. B	Anglais	64	7 125 246	25 545	16 454	64,41
NON	Shaw on Demand/sur demande	VOD	Bilingue	100	s.o.	69 048	4 584	6,64
OUI	Shaw Pay-Per-View	PPV**	Anglais	100	s.o.	24 945	-51	-0,20
OUI	Showcase	Sp. A	Anglais	100	9 099 034	72 915	36 807	50,48
NON	Slice	Sp. A	Anglais	100	5 461 976	42 692	5 093	11,93
NON	Twist TV	Sp. A	Anglais	100	2 173 082	7 023	3 439	48,97

Sources : Registres de propriété du CRTC et données recueillies par le CRTC

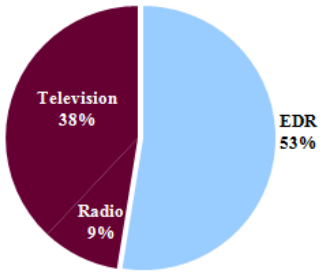
À noter :

- Global News Plus BC, service autorisé dans la décision de radiodiffusion 2012-394, 20 juillet 2012, a été lancé en mars 2013.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-283, 11 juin 2013, le Conseil a approuvé une demande de Shaw Media Global Inc. d'acquérir les parts détenues par Rogers dans TVtropolis General Partnership. TVtropolis a été relancée sous le nom de DTOUR le 26 août 2013.
- Shaw a acquis de Corus un intérêt minoritaire dans Food Network.

4.3 Secteur du marché de la distribution de radiodiffusion

Graphique 4.3.0 Revenus EDR en pourcentage du total des revenus en radiodiffusion

(17,1 milliards $, 2013)



Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) fournissent aux Canadiens un service de télévision par abonnement. Les EDR redistribuent la programmation des stations de radio et de télévision en direct traditionnelles ainsi que des services sonores payants, les services de télévision spécialisés, payants, à la carte (TVC) et de vidéo sur demande (VSD).

La présente section porte sur trois types d'EDR : les câblodistributeurs, les fournisseurs de service de télévision par protocole Internet (IPTV) et les fournisseurs de services par satellite de radiodiffusion directe (SRD). Les câblodistributeurs et les distributeurs par SRD dominent le marché, bien que les fournisseurs d'IPTV aient récemment étendu leurs réseaux de distribution et augmenté leur bassin de clientèle. Ensemble, les cinq plus grandes EDR accaparent 86 % des revenus de la distribution de programmation.

Tableau 4.3.0 Aperçu de la distribution de radiodiffusion

	2012		2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus (milliards $)	8,8	#	9,0	*2.7*
Abonnés (millions $)	11,9	#	11,9	*-0.1*
Revenus ($) par abonné par mois	62,27	#	63,66	*2.9*
Pourcentage des foyers abonnés	85,6 %	#	84,9 %	
Part du marché (abonnés) :				
Les quatre câblodistributeurs les plus importants	59 %		57 %	
Fournisseurs de services par SRD	24 %		23 %	
Paiements d'affiliation par dollar d'abonnement	$0,351	#	$0,353	
Marge de BAIIDA				
Câble et IPTV	20,3 %	#	20,1 %	
SRD et SDM	30,2 %	#	33,5 %	
Total	23,2 %	#	23,9 %	

Ce tableau donne un aperçu de l'industrie canadienne de la radiodiffusion et indique les revenus, le nombre d'abonnés et le revenu par abonné des EDR canadiennes. Les données portent également sur le nombre de fournisseurs de services au Canada, la part de marché des principaux exploitants, et elles indiquent les bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIA) qui sont une indication de la rentabilité. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

La présente section donne les détails relatifs aux revenus et aux abonnés des EDR sur cinq ans. Elle indique la croissance, le rendement, le type d'EDR et les indicateurs financiers de ce secteur de marché ainsi que les débours effectués en vertu d'une entente d'affiliation avec des fournisseurs de services canadiens et non canadiens payants, spécialisés, de TVC et de VSD.

Depuis 2009, les foyers canadiens abonnés à des EDR ont toujours dépassé 82 % du total des foyers. Les Canadiens des centres urbains peuvent choisir entre trois et quatre fournisseurs ou types de fournisseur, alors que dans le Nord et les communautés rurales, le choix est limité à moins de trois fournisseurs.

Pour pouvoir redistribuer les services de programmation, les EDR paient un tarif d'affiliation à des entreprises affiliées canadiennes et à d'autres entreprises non canadiennes. Les paiements d'affiliation permettent d'évaluer le volume des investissements des EDR en programmation canadienne.

a) Revenus

Tableau 4.3.1 Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Revenus (millions $)						
Câble	4 971,3	5 402,2	5 604,7 #	5 472,9	5 395,0	*2,1*
Pourcentage du total	*66,8*	*66,5*	*65,1*	*62,6*	*60,0*	
Pourcentage de croissance	*6,8*	*8,7*	*3,7*	*-2,2*	*-1,6*	
IPTV	151,4	207,8	322,3	585,4 #	926,1	*57,3*
Pourcentage du total	*2,0*	*2,6*	*3,8*	*6,7*	*10,3*	
Pourcentage de croissance	*39,8*	*37,2*	*55,1*	*81,6*	*58,2*	
SRD et SDM	2 195,6	2 385,3	2 532,1	2 492,4	2 472,2	*3,0*
Pourcentage du total	*29,5*	*29,3*	*29,5*	*28,5*	*27,5*	
Pourcentage de croissance	*7,8*	*8,6*	*6,2*	*-1,6*	*-0,8*	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	7 318,3	7 995,4	8 459,1 #	8 560,8 #	8 793,3	*4,7*
Pourcentage du total	*98,4*	*98,3*	*98,5*	*98,8*	*97,8*	
Pourcentage de croissance	*7,7*	*9,3*	*5,8*	*1,2*	*2,7*	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	122,6 #	134,4 #	126,8 #	196,3 #	196,3	*12,5*
Pourcentage du total	*1,6*	*1,7*	*1,5*	*2,2*	*2,2*	
Pourcentage de croissance	*6,1*	*12,0*	*-5,6*	*54,8*	*0,0*	
Total des revenus	7 440,9 #	8 129,7 #	8 585,8 #	8 757,0 #	8 989,6	*4,8*
Pourcentage de croissance	*7,6*	*9,3*	*5,6*	*2,0*	*2,7*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus annuels des EDR pour les services de câble, d'IPTV et de SRD depuis 2009 ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour toutes ces années. Les chiffres proviennent des données des EDR qui soumettent des rapports et pour celles qui n'en soumettent pas, il s'agit d'estimés. L'IPTV a eu une croissance remarquable comparativement aux autres services de distribution. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Services de base et services facultatifs : le service de télévision de base est le plus petit forfait de programmation ou de chaînes auquel un consommateur peut s'abonner. Les services facultatifs sont les chaînes supplémentaires qui peuvent être ajoutées au service de base.

Système de distribution multipoint (SDM) : depuis le 1er septembre 2011, le Conseil n'attribue plus de licence de radiodiffusion de SDM. Dans le cadre de la vente aux enchères du spectre de la bande de fréquence de 2596 à 2686 MHz qui était utilisée par les titulaires de licence de SDM, Industrie Canada a converti plusieurs certificats de radiodiffusion émis à des entreprises de SDM en licences pour services radio à large bande (SRLB). Depuis le 1er septembre 2013, il n'y a plus d'entreprise de SDM en activité.

b) Détails relatifs aux abonnés

Tableau 4.3.2 Distribution de radiodiffusion – Abonnés aux services de base et aux services facultatifs

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Abonnés (en milliers)						
Câble	7 782,7	7 874,4 #	7 858,3 #	7 682,2 #	7 430,6	*-1,2*
Pourcentage du total	*69,5*	*68,3*	*66,3*	*64,4*	*62,3*	
Pourcentage de croissance	*1,2*	*1,2*	*-0,2*	*-2,2*	*-3,3*	
IPTV	311,4	419,6 #	657,3	1 002,5 #	1 385,1	*45,2*
Pourcentage du total	*2,8*	*3,6*	*5,6*	*8,4*	*11,6*	
Pourcentage de croissance	*38,4*	*34,7*	*56,6*	*52,5*	*38,2*	
SRD et SDM	2 760,9	2 862,1	2 877,4	2 825,7	2 691,2	*-0,6*
Pourcentage du total	*24,7*	*24,8*	*24,4*	*23,7*	*22,6*	
Pourcentage de croissance	*2,3*	*3,7*	*0,5*	*-1,8*	*-4,8*	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	10 854,9	11 156,0	11 397,0 #	11 514,4 #	11 506,8	*1,5*
Pourcentage du total	*96,9*	*96,8*	*96,5*	*96,5*	*96,5*	
Pourcentage de croissance	*2,2*	*2,8*	*2,2*	*1,0*	*-0,1*	
EDR n'ayant pas présenté de rapport et estimés	345,1 #	369,7 #	412,7 #	412,4 #	412,4	*4,6*
Pourcentage du total	*3,1*	*3,2*	*3,5*	*3,5*	*3,5*	
Pourcentage de croissance	*-1,5*	*7,1*	*11,6*	*-0,1*	*0,0*	
Total des abonnés	11 200,0 #	11 525,7 #	11 809,6 #	11 926,8 #	11 919,2	*1,6*
Pourcentage de croissance	*2,1*	*2,9*	*2,5*	*1,0*	*-0,1*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre d'abonnés à des EDR pour des services de câble, d'IPTV et de SRD de 2009 à 2013 ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour cette même période. Les chiffres des EDR qui ne soumettent pas de rapport sont des estimations. Il s'agit du nombre d'abonnés en date du 31 août de chaque année.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Tableau 4.3.3 Nombre d'abonnés aux cinq plus grands télédistributeurs canadiens (milliers)

Entreprises	2010	2011	2012	2013	2014	*TCAC (%) 2010-2014*
Rogers	2 296	2 303	2 276	2 189	2 107	*-2,1*
Croissance annuelle	*-0,7*	*0,3*	*-1,2*	*-3,8*	*-3,7*	
Shaw	3 232	2 219	3 168	3 044	2 883	*-2,8*
Croissance annuelle	*1,9*	*-0,4*	*-1,6*	*-3,9*	*-5,3*	
Vidéotron	1 786	1 809	1 854	1 849	1 811	*0,3*
Croissance annuelle	*3,3*	*1,3*	*2,5*	*-0,3*	*-2,1*	
Cogeco	874	881	873	853	816	*-1,7*
Croissance annuelle	*0,7*	*0,8*	*-0,8*	*-2,4*	*-4,3*	
BCE	1 969	2 043	2 112	2 170	2 307	*4,0*
Croissance annuelle	*5,6*	*3,8*	*3,3*	*2,8*	*6,3*	
Total	10 156	10 255	10 283	10 105	9 924	*-0,6*
Croissance annuelle	*2,1*	*1,0*	*0,3*	*-1,7*	*-1,8*	
% de tous les abonnés	*89,4 #*	*87,9 #*	*86,6 #*	*84,8 #*	*s.o.*	

Source : Rapports trimestriels des sociétés

Les données de ce tableau indiquent le nombre d'abonnés à chacun des cinq plus grands télédistributeurs canadiens en termes de revenus dans leurs propres secteurs de marché. Le tableau donne le nombre total d'abonnés aux principaux télédistributeurs, leur taux de croissance année après année et le pourcentage de tous les abonnés aux grands distributeurs.

Les données datent du 31 mars de chaque année, sauf pour Shaw et Cogeco dont les données sont colligées au 28 février. Les données incluent la distribution par câble, par IPTV et par SRD. Les données relatives à Shaw incluent Shaw Direct et celles de BCE incluent les activités de distribution de radiodiffusion de Bell Canada et de Norouestel (les données de Norouestel sont incluses depuis 2011).

Tableau 4.3.4 Pourcentage des foyers abonnés aux EDR

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Taux d'abonnement des foyers (%)	83,0 #	84,5	85,8 #	85,6 #	84,9	*0,6*

Source : Données recueillies par le CRTC

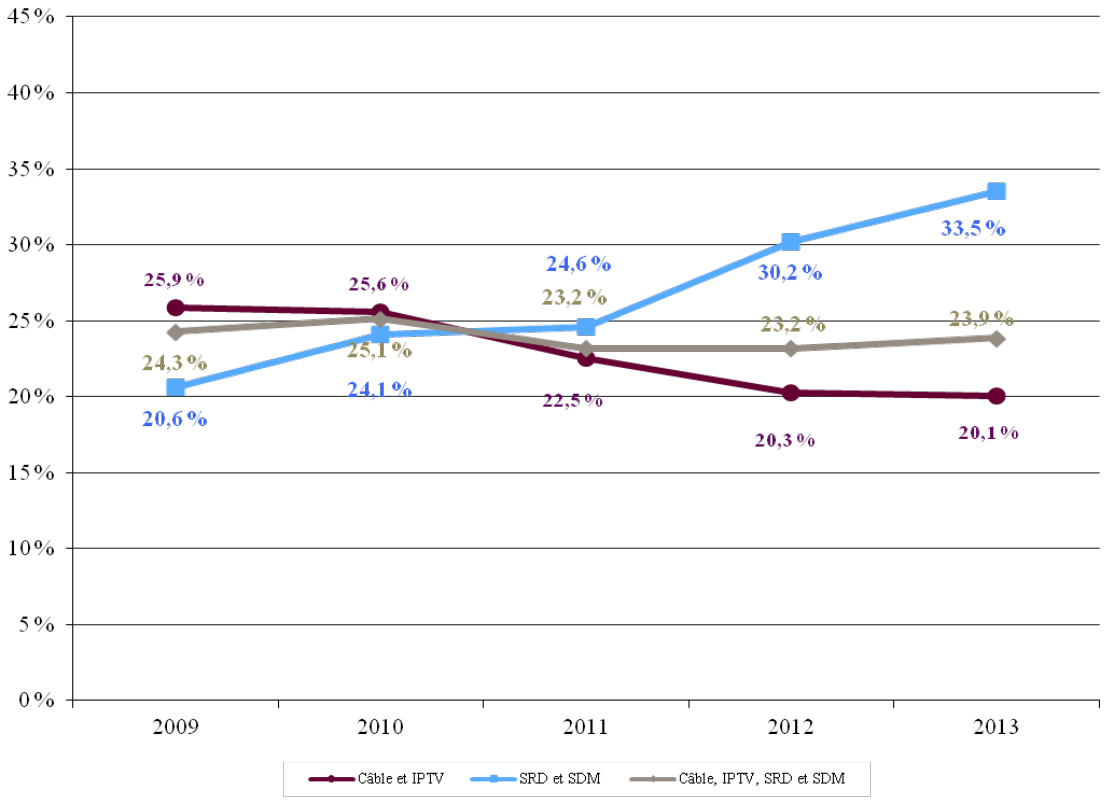
Ce tableau indique le taux national d'abonnement des foyers aux EDR pour chaque année de 2009 à 2013. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août des années citées. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Taux d'abonnement des foyers

Le taux d'abonnement est calculé en divisant le nombre d'abonnements aux EDR à fin d'une période de 12 mois par le nombre total de foyers au Canada.

c) Rendement financier

Graphique 4.3.1 Marges de BAIIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les marges de BAIIDA de 2009 à 2013 de deux groupes d'EDR : les fournisseurs de câble et d'IPTV et les fournisseurs par SRD et SDM. Les marges des services de câble et d'IPTV ont baissé au cours de la période étudiée alors que celles des services par SRD et SDM ont augmenté. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année.

Qu'est-ce qu'une marge de BAIIDA?

La marge de BAIIDA est un outil de mesure de la rentabilité. Elle représente les bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement exprimés en pourcentage des revenus totaux.

d) Indicateurs de rendement

Tableau 4.3.5 Revenus mensuels par abonné

Revenus mensuels/abonné	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Câble	53,54	57,51	59,36	58,77	59,48	*2,7*
Pourcentage de croissance	*5,1*	*7,4*	*3,2*	*-1,0*	*1,2*	
IPTV	47,05	47,38	49,88	58,78	64,65	*8,3*
Pourcentage de croissance	*1,9*	*0,7*	*5,3*	*17,8*	*10,0*	
SRD et SDM	67,02	70,70	73,53	72,84	74,69	*2,7*
Pourcentage de croissance	*5,3*	*5,5*	*4,0*	*-0,9*	*2,5*	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	56,91	60,54	62,51	62,27	63,66	*2,9*
Pourcentage de croissance	*5,0*	*6,6*	*3,3*	*-0,4*	*2,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus moyens des EDR par abonné ainsi que les tarifs nationaux d'abonnement par foyer, de 2009 à 2013. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année.

Revenus mensuels par abonné

Les revenus mensuels par abonné sont calculés en divisant les revenus annuels d'une EDR provenant des services de base et facultatifs, par le nombre moyen d'abonnés dans l'année. Le résultat est divisé par 12 pour obtenir le montant mensuel. Le nombre moyen d'abonnés est obtenu en divisant par deux le total des abonnés au début et à la fin de l'année.

e) Prix

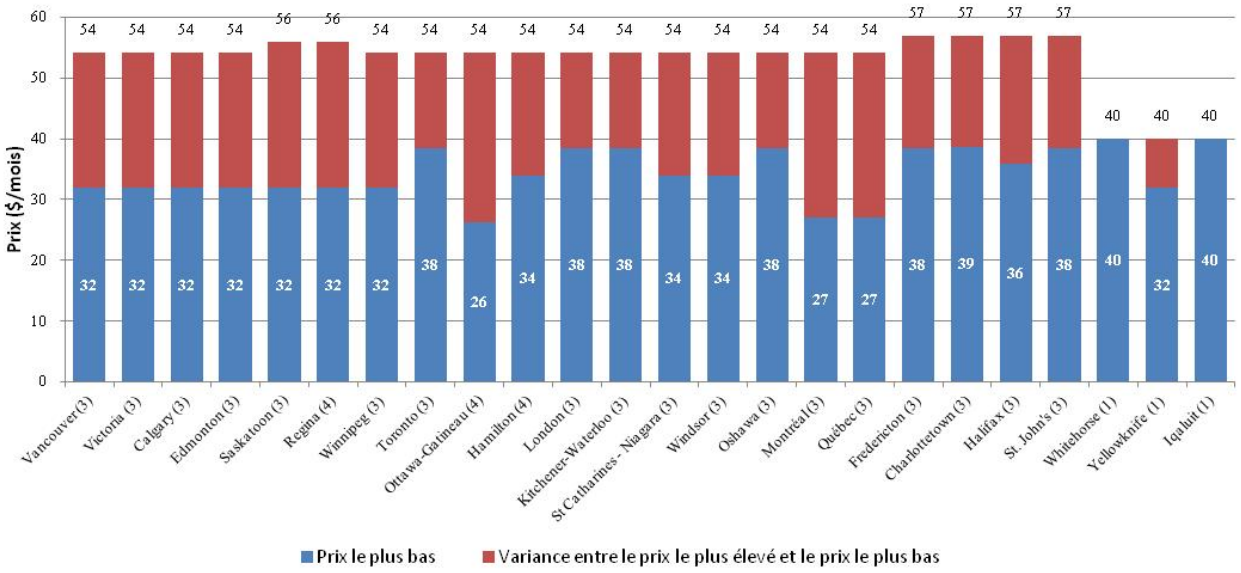
D'après le résultat de l'enquête sur le prix du service de télévision de base dans 21 grands centres urbains et dans un certain nombre de communautés rurales choisies (consulter l'annexe 4), les prix et le nombre de chaînes incluses dans le service varient considérablement d'un fournisseur à l'autre et d'une communauté à l'autre, tant dans les grands centres que dans les petites communautés rurales.

Centres urbains

Les Canadiens des 21 grands centres urbains indiqués dans le graphique ci-dessous avaient généralement le choix entre des fournisseurs de télévision par câble, par IPTV et par SRD.

Le prix mensuel du service de télévision de base varie de 26 $ à 40 $ pour les moins chers et de 54 $ à 57 $ pour les plus chers. Les Canadiens habitant Ottawa, Gatineau, Montréal et la Ville de Québec payaient les tarifs les plus bas, entre 26 $ et 27 $ par mois.

Graphique 4.3.2 Prix du service de base des EDR par grand centre urbain (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

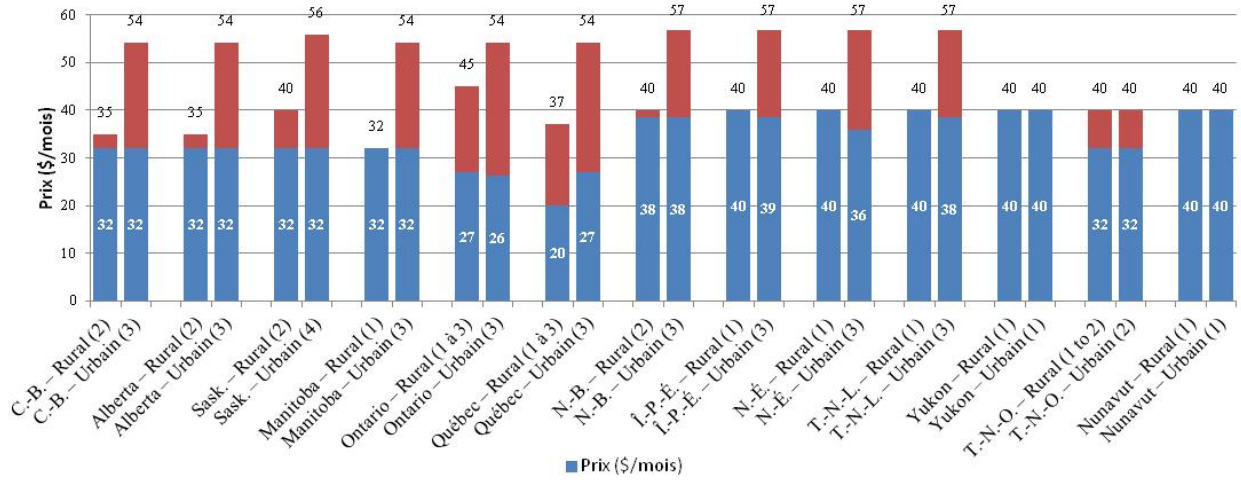
Le nombre de fournisseurs dans chacun des centres urbains est indiqué sur le graphique ci-dessus sur l'axe X, le prix le plus bas en bleu et le plus élevé au dessus de chaque barre. Par exemple, à Vancouver trois EDR fournissent les services; le prix le plus bas est 32 $ et le plus élevé 54 $.

La composition d'un forfait de base de services de télévision varie de 69 à 124 chaînes selon l'endroit et le fournisseur. Généralement, les services sont disponibles en format numérique et en haute définition et la programmation inclut les chaînes de télévision, de radio et de musique.

Centres ruraux

Les Canadiens des régions rurales, y compris dans le Nord, paient entre 20 $ et 40 $ par mois pour le service de télévision de base. Généralement, ils reçoivent moins de chaînes que ceux qui vivent dans les centres urbains.

Graphique 4.3.3 Prix du service de base en zones urbaines et rurales par province (2013)



Source: Données recueillies par le CRTC

Le nombre de fournisseurs dans chacun des centres ruraux est indiqué sur le graphique ci-dessus sur l'axe X, le prix le plus bas est en bleu et le plus élevé est au-dessus de chaque barre. Par exemple, en Colombie-Britannique on a compté deux fournisseurs de services dans les communautés rurales choisies et trois dans les centres urbains. Ces fournisseurs offrent le service d'EDR de base au prix de 32 $ à 35 $ par mois dans les communautés rurales et de 32 $ à 54 $ dans les centres urbains.

Le prix mensuel du service de télévision de base varie dans les différentes communautés rurales répertoriées, de 20 $ à 40 $ pour les prix les plus bas et de 32 $ à 57 $ pour les plus élevés.

Les communautés choisies pour l'enquête

Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix du service de base des EDR dans les communautés rurales répondant aux critères suivants:

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km^2 ou un centre de moins de 1000 personnes ;
- le nombre de communautés dans chaque province doit être proportionnel à la population provinciale;
- les communautés ne doivent pas être regroupées.

Consulter l'annexe 4 pour plus de détails.

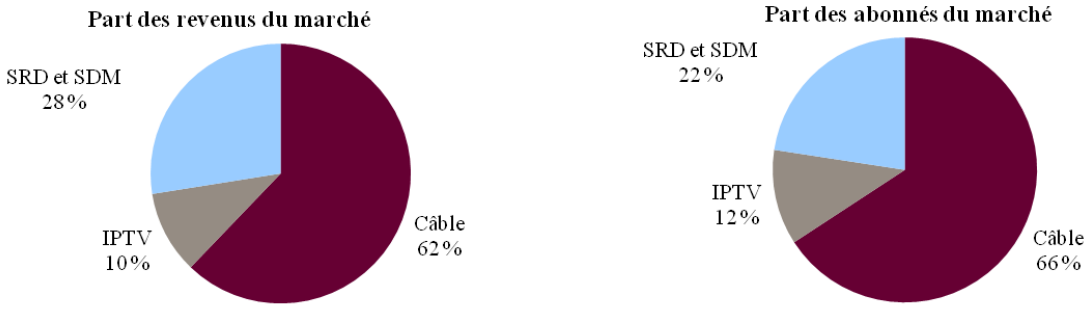
f) Environnement concurrentiel

Les câblodistributeurs ont été les premières EDR au Canada. C'est au milieu des années 1990 que les services de distribution par satellite ont fait leur apparition sur le marché, et plus récemment que l'IPTV est devenue disponible.

Les Canadiens des centres urbains avaient accès à trois types d'EDR : les câblodistributeurs, les services par SRD et l'IPTV. Dans les régions rurales, le choix se limitait souvent au fournisseur de service par SRD et, dans quelques cas seulement, il existait aussi un service par câble.

Environ 49 % des foyers des régions rurales avaient accès à la fois à un fournisseur de service par câble et à un fournisseur de service par SRD. Les autres 51 % dépendaient généralement du service par SRD.

Graphique 4.3.4 Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques indiquent le pourcentage de revenus et d'abonnés de chacun des trois types de plateforme de distribution suivants : câble, IPTV, SRD et SDM.

g) Communications des consommateurs

Tableau 4.3.6 Nombre de communications par type de sujet lié aux EDR (2013-2014)

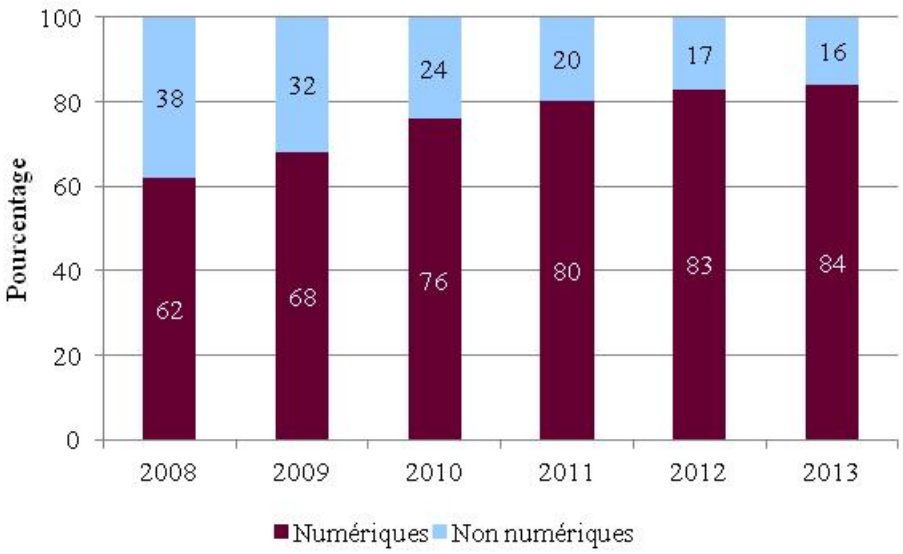
Sujet	Politiques/ décisions du CRTC	Factu-ration	Prix/ tarifs	Modalités	Enjeux liés aux handicaps	Qualité du service/ prestation	Concurrence	Autre	Total
Nombre de communi-cations	699	1 562	342	336	61	2 062	116	654	5 832

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Les Canadiens communiquent avec le Conseil pour diverses raisons, notamment pour demander des renseignements ou faire connaître leurs préoccupations sur divers sujets. Ce tableau montre le nombre de fois où des Canadiens ont communiqué avec le CRTC, avec la répartition selon le sujet. Du nombre total de communications, 35 % d'entre elles portaient sur la qualité du service ou sa prestation et 27 % des communications concernaient la facturation.

h) Télévision numérique

Graphique 4.3.5 Pourcentage d'abonnés à des EDR recevant des services numériques et des services non numériques



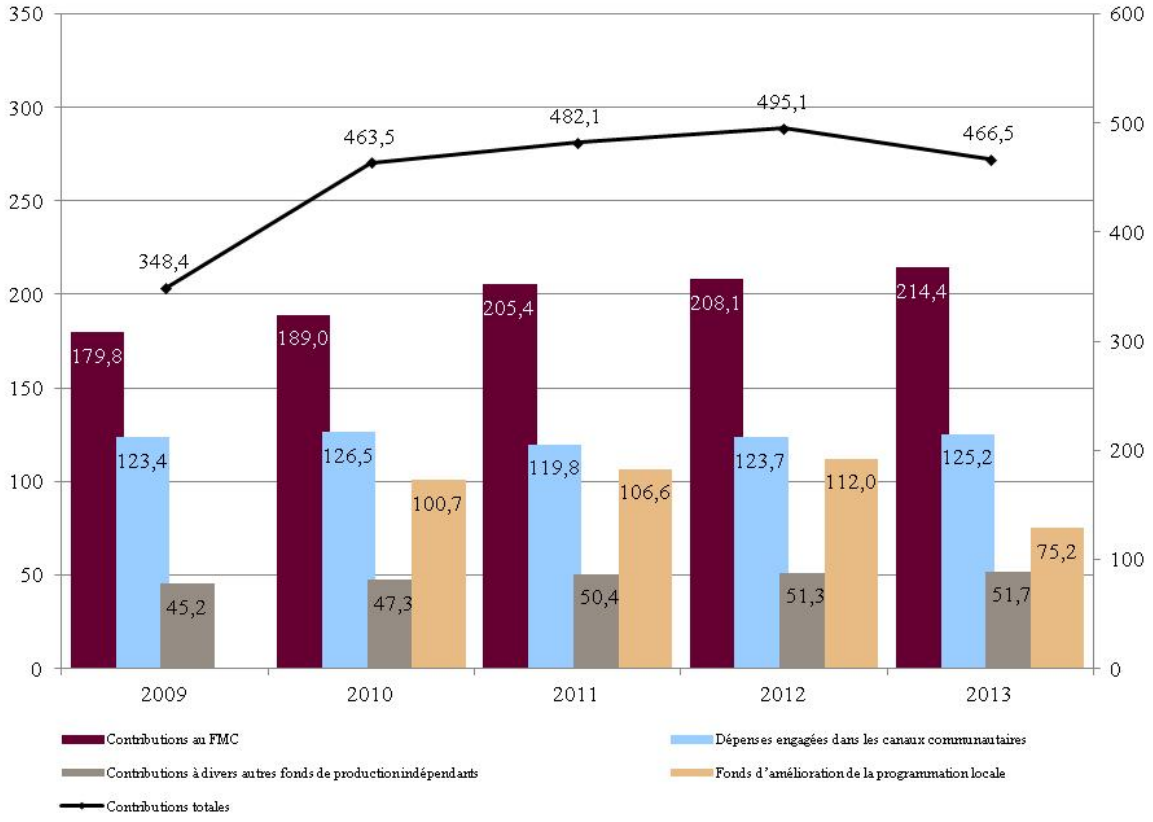
Sources : Mediastats et données recueillies par le CRTC

Le pourcentage des abonnés à une EDR qui reçoivent des services numériques a augmenté de façon constante depuis 2008.

i) Contribution à la programmation canadienne

Au cours de l'année de radiodiffusion 2012-2013, environ 5 % des revenus des EDR ont été alloués à divers fonds, comme le Fonds des médias du Canada (FMC), ou à l'expression locale.

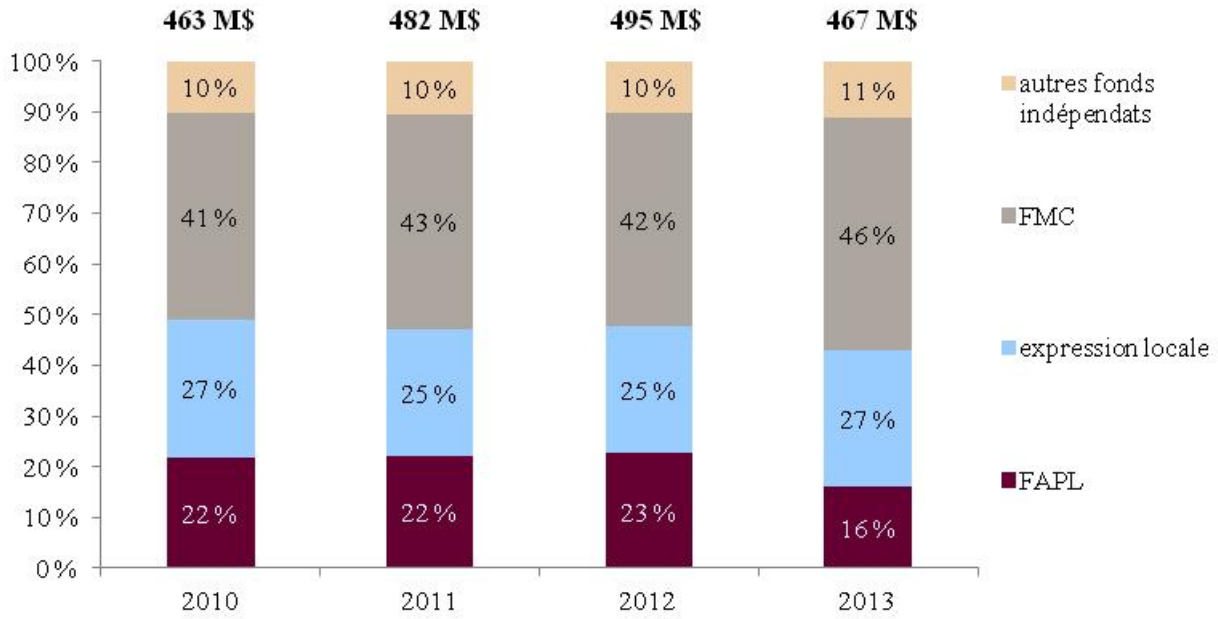
Graphique 4.3.6 Contributions au FMC, au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale, à d'autres fonds indépendants et dépenses en matière d'expression locale (canaux communautaires) déclarés par les EDR (millions $)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres dans le graphique ci-dessus montrent les contributions faites par les EDR au FMC, au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) et à d'autres fonds indépendants ainsi que des dépenses pour l'expression locale (canaux communautaires). La ligne dans le graphique indique le total de ces dépenses et contributions, lesquelles ont été faites au cours de la période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année montrée. Les contributions des EDR comprennent les contributions déclarées pour les services par câble, par SRD et par SDM et les entreprises de distribution par relais satellite (EDRS).

Graphique 4.3.7 Contributions par les EDR à la création et à la production de programmation canadienne



Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres dans le graphique ci-dessus montrent le pourcentage des contributions totales faites par les EDR au FMC, au FAPL et à d'autres fonds indépendants et à l'expression locale (canaux communautaires). Ces pourcentages concernent la période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année montrée. Les contributions des EDR comprennent les contributions déclarées pour les services par câble, par SRD, par SDM et par EDRS.

j) Paiements d'affiliation

Les fournisseurs de services de programmation spécialisés et payants reçoivent une rémunération des EDR qui les distribuent. Cette rémunération est désignée sous le nom de paiement d'affiliation dont le montant est généralement basé sur le nombre des abonnés à l'EDR qui reçoivent le service de programmation.

Tableau 4.3.7 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés déclarés par les EDR (volet 1 de 2)

Paiements aux services canadiens affiliés		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	1 473	1 633	1 809 #	1 930 #	2 024	*8,3*
	Pourcentage de croissance	*13*	*11*	*11*	*7*	*5*	
	SRD et MDS	738	819	735 #	726	700	*-1,3*
	Pourcentage de croissance	*9*	*11*	*-10*	*-1*	*-4*	
	Total	2 211	2 452	2 544 #	2 656 #	2 724	*5,4*
Paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	596	647	682	671 #	670	*3,0*
	Pourcentage de croissance	*10*	*9*	*5*	*-2*	*0*	
	Spécialisés	1 616	1 805	1 862 #	1 986 #	2 054	*6,2*
	Pourcentage de croissance	*12*	*12*	*3*	*4*	*3*	
	Total	2 211	2 452	2 544 #	2 656	2 724	*5,4*
	Pourcentage de croissance	*12*	*11*	*4*	*4*	*3*	
Paiements aux services affiliés non canadiens							
Paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	207	243	263 #	265 #	285	*8,4*
	Pourcentage de croissance	*-5*	*18*	*8*	*1*	*8*	
	SRD et MDS	70	75	81	86	94	*7,8*
	Pourcentage de croissance	*11*	*8*	*8*	*5*	*9*	
	Total	276	318	344	351 #	379	*8,2*
Paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	38	46	48	34	37	*-0,9*
	Pourcentage de croissance	*17*	*21*	*3*	*-29*	*8*	
	Spécialisés	238	272	296	317 #	342	*9,5*
	Pourcentage de croissance	*-4*	*14*	*9*	*7*	*8*	
	Total	276	318	344	351 #	379	*8,2*
	Pourcentage de croissance	*-2*	*15*	*8*	*2*	*8*	

Tableau 4.3.7 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés déclarés par les EDR (volet 2 de 2)

		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Total des paiements aux services affiliés							
Total des paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	1 680	1 877	2 072 #	2 195 #	2 309	*8,3*
	Pourcentage de services canadiens	*88*	*87*	*87*	*88*	*88*	
	Pourcentage du total	*68*	*68*	*72*	*73*	*74*	
	Pourcentage de croissance	*10*	*12*	*10*	*6*	*5*	
	SRD et SDM	807	894	816 #	812	794	*-0,4*
	Pourcentage de services canadiens	*91*	*92*	*90*	*89*	*88*	
	Pourcentage du total	*32*	*32*	*28*	*27*	*26*	
	Pourcentage de croissance	*9*	*11*	*-9*	*0*	*-2*	
	Total	2 488	2 770	2 888 #	3 007	3 104	*5,7*
Total des paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	634	693	730	705 #	707	*2,8*
	Pourcentage de services canadiens	*94*	*93*	*93*	*95*	*95*	
	Pourcentage du total	*25*	*25*	*25*	*23*	*23*	
	Pourcentage de croissance	*10*	*9*	*5*	*-3*	*0*	
	Spécialisés	1 854	2 077	2 158 #	2 303 #	2 396	*6,6*
	Pourcentage de services canadiens	*87*	*87*	*86*	*86*	*86*	
	Pourcentage du total	*75*	*75*	*75*	*77*	*77*	
	Pourcentage de croissance	*10*	*12*	*4*	*7*	*4*	
	Total	2 488	2 770	2 888 #	3 007 #	3 104	*5,7*
	Pourcentage de services canadiens	*89*	*89*	*88*	*88*	*88*	
	Pourcentage de croissance	*10*	*11*	*4*	*4*	*3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

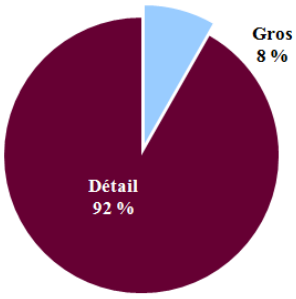
Ce tableau donne une répartition détaillée de la valeur des paiements d'affiliation versés par les fournisseurs de services par câble et par IPTV et ceux par SRD et par MDS, aux fournisseurs de services spécialisés, payants, de TVC et de VSD. Les paiements aux services affiliés canadiens et non canadiens, ainsi que les pourcentages de croissance sont indiqués séparément pour les années 2009 à 2013. Le tableau donne aussi le pourcentage des paiements aux affiliés canadiens et les pourcentages par rapport aux paiements totaux.

Les paiements aux services canadiens affiliés ont augmenté de 5,4 % par an depuis 2009, alors que les paiements aux services affiliés non canadiens ont augmenté de 8,2 %. Les données portent une période de 12 mois se terminant le 31 août.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

5.0 Aperçu du secteur de marché des services de télécommunication

Graphique 5.0.0 Revenus des services de télécommunication (44, 8 milliards de dollars, 2013)



La présente section offre un aperçu de l'industrie et des secteurs du marché des services de télécommunication et en examine certaines caractéristiques comme les revenus, les exigences en matière de propriété, le nombre, la taille et le type d'entreprises, le rendement et les dépenses en immobilisations annuelles relatives aux installations et aux équipements.

En 2013, les fournisseurs de services de télécommunication (FST) ont fourni des services de détail à plus de 12 millions de ménages et à plus d'un million d'entreprises. Des services au prix de gros sont fournis à plus de 800 FST.

Tableau 5.0.0 Aperçu de l'industrie des services de télécommunication

		2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus des services de télécommunication (milliards $)		43,9	44,8	*2,0*
Part des revenus des services de télécommunication	5 premiers FST titulaires	66 #	62	*-6,1*
	5 premières entreprises de câblodistribution	30	33	*9,0*
	5 premiers revendeurs	2	2	*1,9*
Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements (milliards $)	Services filaires	7,1	6,9	*-2,8*
	Services sans fil	2,5	2,3	*11,4*
Marge de BAIIDA (%)	Services filaires	41	40	*-2,6*
	Services sans fil	41	43	*6,3*

Source : Données recueillies par le CRTC

L'industrie canadienne des services de télécommunication est dominée par quelques grandes entreprises. Ce tableau illustre le pourcentage des revenus de ces services qui revient aux cinq premiers fournisseurs de services de télécommunication titulaires (FST titulaires), aux cinq premières entreprises de câblodistribution et aux cinq premiers revendeurs. Ensemble, ces entreprises ont réalisé 97 % de la totalité des revenus de l'industrie en 2012 et en 2013. Le tableau illustre aussi le pourcentage que représentent les dépenses en immobilisations dans les installations et les équipements en matière de services filaires et de services sans fil, la marge de bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) pour les services filaires et les services sans fil ainsi que les revenus mensuels des services sans fil par abonné.

Les revenus des services de télécommunication excluent les revenus provenant de la vente ou de la location des téléphones filaires. Les dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements ne comprennent que celles consenties par les entreprises dont les revenus dépassent 100 millions de dollars. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

a) Revenus

En 2013, les revenus des services de télécommunication canadiens se sont élevés à 44,8 milliards de dollars dont 92 % étaient attribuables aux services de résidence et d'affaires de détail et 8 % aux services de gros fournis à d'autres FST.

Tableau 5.0.1 Revenus des services de télécommunication (détail et gros) [milliards $]

		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services filaires	Détail	21,0	20,6	20,6	20,7	20,9	0,0 %
	Croissance annuelle	*-0,5*	*-1,9*	*0,3*	*0,2*	*1,2*	
	Gros	3,1	3,1	3,0	2,9	2,8	-2,7 %
	Croissance annuelle	*-1,3*	*-0,3*	*-1,4*	*-3,6*	*-5,1*	
	Total – Services filaires	24,0	23,6	23,6	23,6	23,7	-0,4 %
	Croissance annuelle	*-0,6*	*-1,7*	*0,0*	*-0,3*	*0,4*	
Services sans fil	Détail	16,3	17,5	18,4	19,5	20,2	5,4 %
	Croissance annuelle	*5,9*	*7,2*	*5,0*	*6,1*	*3,4*	
	Gros	0,5	0,5	0,7	0,8	1,0	15,0 %
	Croissance annuelle	*19,3*	*-12,9*	*50,6*	*17,6*	*13,5*	
	Total – Services sans fil	16,9	18,0	19,1	20,4	21,2	5,8 %
	Croissance annuelle	*5.3*	*6.6*	*6.2*	*6.5*	*3.8*	
Total − Détail		37,3	38,1	39,0	40,2	41,1	2,5 %
	Croissance annuelle	*2,2*	*2,1*	*2,5*	*3,0*	*2,3*	
Total − Gros		3,6	3,5	3,7	3,7	3,7	0,7 %
	Croissance annuelle	*1,3*	*-2,2*	*5,6*	*0,5*	*-1,0*	
Total		40,9	41,6	42,8	43,9	44,8	2,3 %
	Croissance annuelle	*2,2*	*1,7*	*2,7*	*2,8*	*2,0*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des services de télécommunication proviennent des ventes réalisées auprès des clients particuliers et d'affaires (revenus des services de détail) et des autres fournisseurs (revenus des services de gros). Le tableau illustre les revenus des services filaires et sans fil de détail et de gros de 2009 à 2013.

On a estimé les revenus des fournisseurs qui n'ont pas fourni de données. En 2013, ces estimés représentaient moins de 1 % de l'ensemble des revenus des services de télécommunication. Les revenus de la vente et de la location d'équipement local ou d'accès au terminal de même que les revenus autres que des services de télécommunication ont été exclus des revenus des services filaires de détail.

b) Abstention de la réglementation

En 2013, environ 94 % des revenus des services de télécommunication ont découlé de services qui, selon le Conseil, faisaient l'objet de suffisamment de concurrence pour ne plus exiger le dépôt des tarifs.

Tableau 5.0.2 Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

(Pourcentage)	2009	2010	2011	2012	2013
Local et accès	71	73	76	77	78
Interurbain	96	96	95	99	99
Internet	99	98	98	98	97
Données et liaison spécialisée	82	81	83	84	84
Sans-fil	100	100	100	100	100
Total	91	92	93	93	94

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre le pourcentage des revenus des services de télécommunication par secteur de marché non réglementé par le CRTC entre 2009 et 2013. Dans le secteur des services locaux et d'accès, les services d'accès comprennent les services filaires qui donnent aux FST accès à l'abonné ou au réseau de télécommunication.

Abstention de la réglementation

Le Conseil s'abstient de réglementer un service lorsqu'il juge qu'il fait l'objet de suffisamment de concurrence ou lorsqu'il estime qu'une telle abstention est conforme aux objectifs de la politique canadienne sur les télécommunications. Il s'agit de l'abstention de la réglementation. Un service faisant l'objet d'une abstention de la réglementation est généralement relevé de l'obligation d'être offert à un tarif approuvé par le Conseil. Il peut continuer à être assujetti à une réglementation à d'autres égards.

c) Propriété canadienne

L'article 16 de la *Loi sur les télécommunications* traite de l'admissibilité des entreprises canadiennes à agir comme entreprises de services de télécommunication. Aux fins de l'application de l'article 16, le Conseil a déterminé que, pour ce qui est de la période entre la date de publication du *Rapport de surveillance des communications* 2014 et celle du *Rapport de surveillance des communications* 2015, le total des revenus de prestation de services de télécommunication au Canada s'élèvera à 44,8 milliards de dollars.

Quelles sont les exigences de l'article 16 de la *Loi sur les télécommunications*?

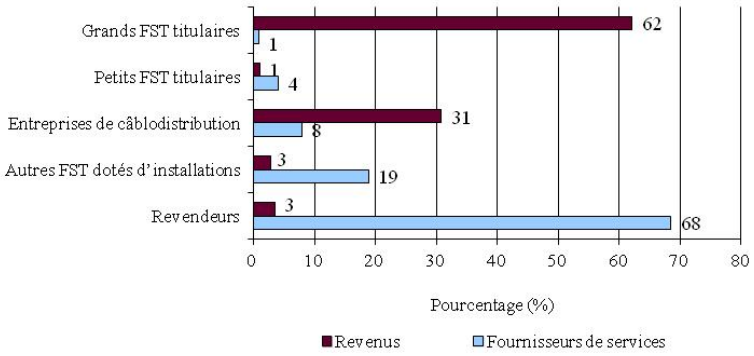
Sauf certaines exceptions, l'article 16 exige que les entreprises de services de télécommunication qui possèdent ou exploitent une installation de transmission et réalisent des revenus de services de télécommunication canadiens de plus de 4,5 milliards $ (10 % du total des revenus des services de télécommunication canadiens) soient possédées et contrôlées par des Canadiens.

d) Nombre, taille et type d'entreprises

En 2013, l'industrie des télécommunications comptait plus de 800 fournisseurs de services. Moins de 1 % d'entre eux étaient de grands FST titulaires, mais ils réalisaient plus de 62 % des revenus de l'industrie. Les entreprises de câblodistribution, deuxième groupe en importance pour ce qui est des revenus, accaparaient 31 % des revenus même si elles ne représentaient que 8 % des fournisseurs de services.

Les revendeurs, le groupe le plus important, comptent pour 68 % des fournisseurs de services. Généralement, ils achètent des services de gros d'autres FST en vue de les revendre à leurs propres clients. La majorité des revendeurs œuvrent dans les secteurs de l'interurbain et d'Internet; ils réalisent 3,4 % des revenus des services de télécommunication.

Graphique 5.0.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

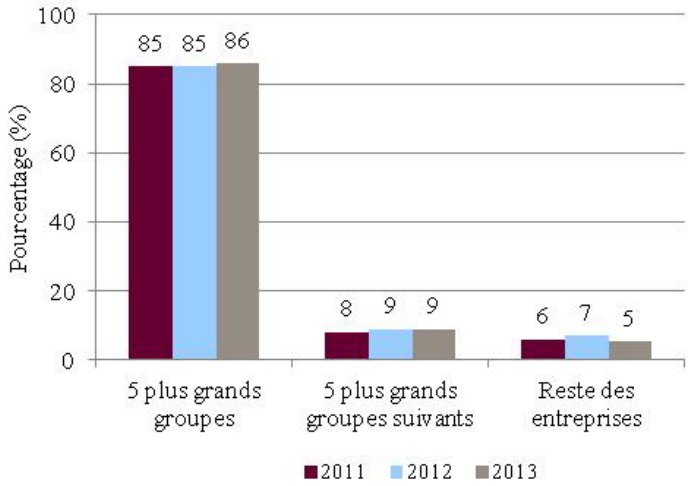
Ce graphique présente le pourcentage de l'ensemble des revenus réalisés selon le type de FST et le pourcentage de fournisseurs qui offrent le service.

Les données des FST titulaires indiquées ci-dessus comprennent les revenus de toutes leurs activités de télécommunication au Canada tant dans leur territoire que hors territoire.

Les FST offrent différents services de technologie de l'information et de la communication (TIC), par exemple des services de télécommunication vocaux et de données, l'hébergement de données, des services informatiques en nuage et d'autres services comprenant tant des activités canadiennes que non canadiennes. En 2013, 61 % des revenus des FST provenaient de services fournis aux Canadiens, alors que 39 % provenaient d'autres services TIC, de services de radiodiffusion et de services autres que de télécommunication comme ceux tirés de la location de locaux ou du parc de l'entreprise.

L'industrie est dominée par 10 grandes entreprises qui, collectivement, compte tenu de leurs affiliées, ont réalisé 95 % des revenus des services de télécommunication canadiens en 2013. Les autres entreprises ont réalisé moins de 2,5 milliards de dollars de l'ensemble des revenus.

Graphique 5.0.2 Part de l'ensemble des revenus combinés des services de télécommunication réalisés par les grands groupes et le reste des groupes/entreprises



Source : Données recueillies par le CRTC

Bell Canada, MTS Inc. et Allstream Inc., Rogers Communications Inc., Shaw Communications Inc. et la Société TELUS Communications (TELUS) sont les cinq premiers FST au Canada. Ensemble et compte tenu de leurs affiliés, ils réalisent plus de 85 % des revenus totaux du marché. Les cinq grands groupes/entreprises suivants — Bragg Communications Inc., Cogeco Câble inc., Québecor Média inc., Saskatchewan Telecommunications et Telesat Canada — réalisent moins de 10 % des revenus totaux du marché. Les autres groupes/entreprises réalisent le reste des revenus.

Les dix premiers groupes/entreprises sont pourvus d'installations, c'est-à-dire qu'ils possèdent et exploitent les installations de transmission nécessaires à la fourniture de services de télécommunication. Les revendeurs forment la majorité des autres groupes/entreprises.

Les FST sont classés en FST titulaires ou en autres FST. Les autres FST comprennent les revendeurs, les autres fournisseurs de services pourvus d'installations, y compris les entreprises de câblodistribution.

Les FST titulaires sont les entreprises traditionnelles de téléphone. En vue de surveiller les différents secteurs du marché des services de télécommunication, ce groupe de FST est ensuite subdivisé de façon à identifier comme suit leurs activités hors territoire : les FST titulaires (activités hors territoire exclues) et les FST titulaires (hors territoire). On trouve d'autres informations sur le classement des FST à l'annexe 2.

Les revenus des services de détail des FST titulaires, à l'exclusion de ceux provenant des activités hors territoire, ont augmenté de 1 % de 2009 à 2013, alors que ceux des autres FST ont augmenté de 4,6 %. Dans l'ensemble, ce sont les entreprises de câblodistribution qui ont connu la plus forte croissance de leurs revenus des services de télécommunication. Leurs revenus ont augmenté de 4,8 %, passant de 11,4 milliards de dollars en 2009 à 13,8 milliards de dollars en 2013.

Tableau 5.0.3 Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions $)

			2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
FST titulaires	Grands FST titulaires		26 803,1	26 755,2	27 205,0	27 478,5	27 818,4	0,9 %
	Petits FST titulaires		401,8	417,5	469,9	474,4	450,5	2,9 %
	Total partiel		27 204,9	27 172,7	27 674,9	27 953,0	28 268,8	1,0 %
	Moins : hors territoire		4 281,1	4 326,1	4 463,5	4 934,6	5 023,3	4,1 %
	Titulaires (act. hors territoire exclues)		22 923,8	22 846,6	23 211,3	23 018,4	23 245,4	0,3 %
	Pourcentage du total		*56 %*	*55 %*	54 %	*52 %*	*52 %*	
Autres FST	FST pourvus d'installations	Titulaires (hors territoire)	4 281,1	4 326,1	4 463,5	4 934,6	5 023,3	4,1 %
		Entreprises de câblodistribution	11 425,9	12 233,7	12 722,1	13 260,2	13 785,5	4,8 %
		Autres entreprises	726,1	716,3	866,8	1 161,5	1 226,0	14,0 %
		Autres FST – Total partiel	16 433,1	17 276,1	18 052,5	19 356,2	20 034,9	5,1 %
	Revendeurs		1 559,3	1 504,7	1 493,4	1 527,7	1 542,0	-0,3 %
	Autres FST – Total		17 992,5	18 780,8	19 545,9	20 883,9	21 576,8	4,6 %
	Pourcentage du total		*44 %*	*45 %*	*46 %*	*48 %*	*48 %*	
Total			40 916,3	41 627,3	42 757,2	43 902,3	44 822,3	2,3 %

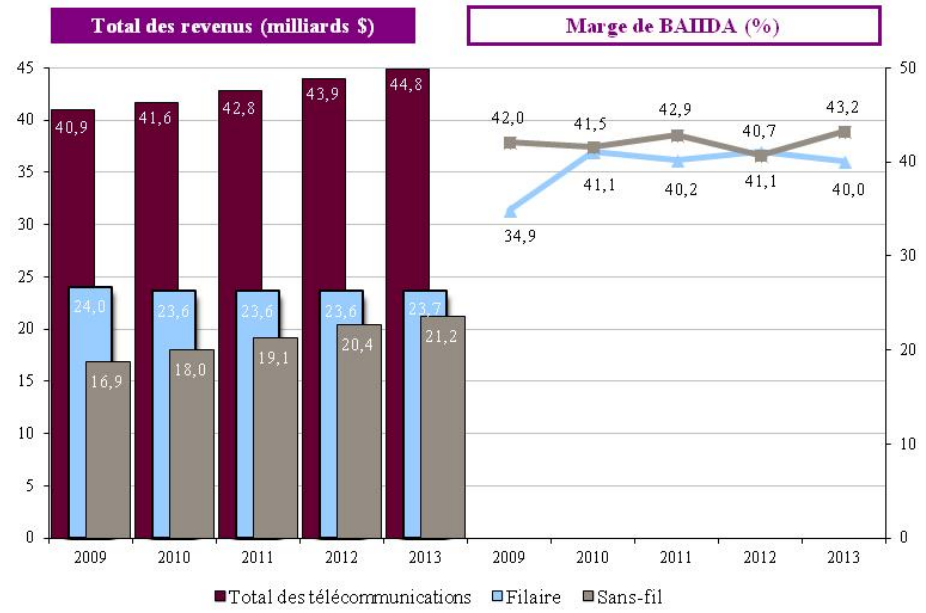
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les revenus des services de télécommunication par type de FST de 2009 à 2013. Il indique les totaux partiels des FST titulaires, à l'exclusion de leurs activités hors territoire. Les revenus des activités hors territoire font partie de la section du tableau consacrée aux autres FST. Cette disposition tient compte du fait que les FST titulaires sont considérés comme « autres FST » lorsqu'ils exercent des activités hors de leur territoire.

e) Rendement financier

On doit tenir compte d'un certain nombre d'éléments pour évaluer le rendement financier ou la rentabilité d'une entreprise, dont le pourcentage du revenu total que représentent les BAIIDA (marge de BAIIDA).

Graphique 5.0.3 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA



La marge de BAIIDA représente les bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement, divisés par le total des revenus et exprimés en pourcentage.

Les affiliées ont été exclues de leur société mère pour le calcul de la marge de BAIIDA.

Source : Données recueillies par le CRTC

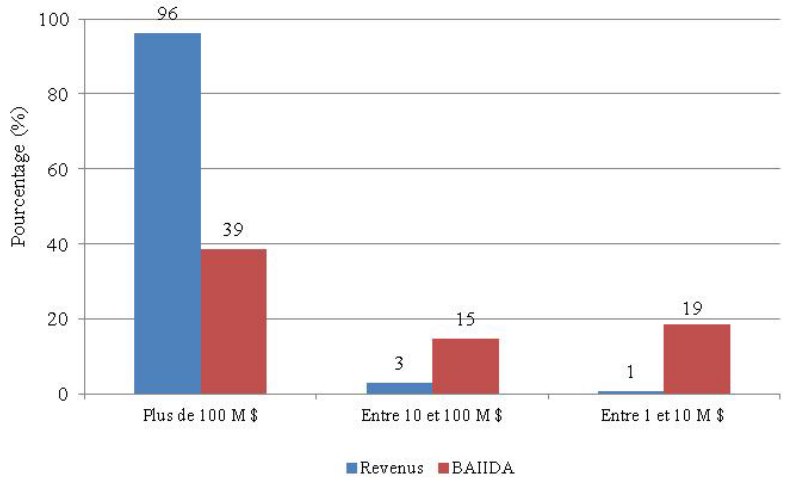
Les marges de BAIIDA et les revenus ont été calculés pour les FST dont les revenus des services de télécommunication ont représenté plus de 80 % de l'ensemble de leurs revenus. Les revenus de ces entreprises ont compté pour 91 % de la totalité des revenus des services de télécommunication canadiens.

Ce tableau illustre la croissance de l'ensemble des revenus des services filaires et des services sans fil entre 2009 et 2013. Il indique aussi les marges de BAIIDA des FST de services filaires et sans fil.

Les fournisseurs non pourvus d'installations de transmission (p. ex. les revendeurs) ont généralement eu des marges de BAIIDA moins élevées. Celles-ci ont été en moyenne sept fois moins élevées que celles des fournisseurs pourvus d'installations.

Les grands FST ayant eu des revenus des services de télécommunication canadiens supérieurs à 100 millions de dollars ont généralement été plus rentables que les FST plus petits.

Graphique 5.0.4 Pourcentage des revenus et marges de BAIIDA selon la taille de l'entreprise (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Le pourcentage des revenus et la rentabilité ont été calculés pour les FST dont les revenus des services de télécommunication canadiens ont été supérieurs à 80 % de l'ensemble de leurs revenus.

Ces entreprises ont été classées selon trois fourchettes de revenus de services de télécommunication : 1 à 10 millions de dollars, 10 à 100 millions de dollars et plus de 100 millions de dollars.

La marge de BAIIDA des entreprises dont les revenus des services de télécommunication canadiens ont été supérieurs à 80 % de l'ensemble de leurs revenus a été de 37,8 %. Comme il est indiqué ci-dessus, les entreprises dont les revenus ont dépassé 100 millions de dollars ont obtenu la marge de BAIIDA la plus élevée, 38,7%. Celles dont les revenus des services de télécommunication ont atteint collectivement entre 10 et 100 millions de dollars ont eu une marge de BAIIDA de 14,8 % et celles dont les revenus se sont établis entre 1 et 10 millions de dollars ont eu une marge de BAIIDA de 18,7 %.

f) Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements

Les « dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements » font référence à celles consacrées au renouvellement et à la mise à niveau du réseau d'un FST. En 2013, ces fournisseurs ont consacré 9,2 milliards de dollars à des dépenses en immobilisations dont 44 % visaient les services d'accès et 30 % concernaient le réseau. Les autres 27 % ont été consacrés à des activités autres que de réseau, comme la facturation ou le parc de l'entreprise.

Que signifient les expressions « services d'accès » et « dépenses en immobilisations associées au réseau »?

Les « services d'accès » sont les installations nécessaires pour brancher un abonné à un réseau, par exemple des lignes de téléphone locales ou une voie d'accès à la large bande.

Des « dépenses en immobilisations associées au réseau » sont celles consacrées aux installations qui relient les installations des services d'accès.

Tableau 5.0.4 Immobilisations des services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards $)

			2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services filaires	FST titulaires		4,2	4,4	4,6	4,7 #	4,9	*4,2 %*
		Croissance annuelle (%)	*-1,4*	*5,1*	*5,4*	*2,0*	*4,2*	
	Autres FST	Autres FST pourvus d'installations (y compris les entreprises de câblodistribution)	1,5	2,1	2,4 #	2,3 #	1,9	*6,0 %*
		Croissance annuelle (%)	*-10,7*	*40,2*	*13,7*	*-4,6*	*-17,0*	
		Revendeurs	0,0	0,	0,0	0,0	0,0	*6,8 %*
		Croissance annuelle (%)	*-59,0*	*-35,5*	*33,6*	*48,8*	*1,4*	
		Total partiel	1,6	2,2	2,5	2,4	2,0	*6,0 %*
		Croissance annuelle (%)	*-12,8*	*38,7*	*13,9*	*-4,0*	*-16,7*	
	Total du secteur des services filaires		5,7	6,6	7,1	7,1	6,9	*4,7 %*
		Croissance annuelle (%)	*-2,9*	*14,2*	*8,2*	*0,0*	*-2,8*	
Services sans fil			2,2	1,8	2,5 #	2,6 #	2,3	*0,5 %*
		Croissance annuelle (%)	*-63,0*	*-18,9*	*35,2*	*4,9*	*-11,4*	
Total des secteurs des services filaires et sans fil			8,0	8,4	9,6	9,7	9,2	*3,5 %*
		Croissance annuelle (%)	*-33,4*	*4,9*	*14,1*	*1,2*	*-5,1*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en immobilisations faites selon le type de FST entre 2009 et 2013.

Les données pour les FST titulaires comprennent leurs activités hors territoire, alors que celles des autres FST excluent les activités hors territoire des titulaires. Les FST qui ont réalisé des revenus de moins de 100 millions de dollars n'étaient pas tenus de fournir leurs données.

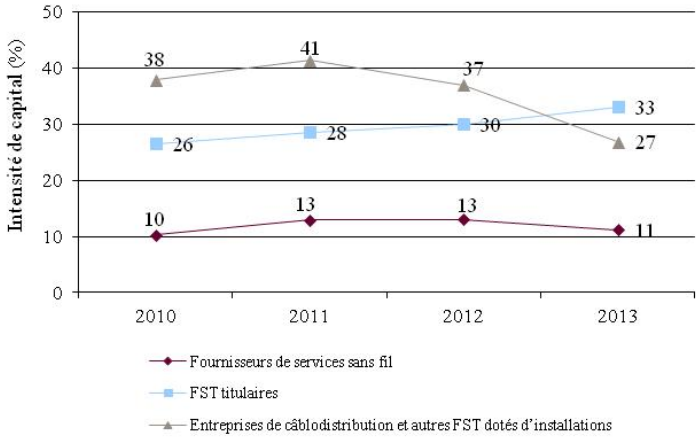
Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Depuis 2009, les FST titulaires ont consenti environ 50 % des dépenses en immobilisations dans le secteur. Ce sont les revendeurs qui ont dépensé le moins parce qu'ils utilisent les installations de transmission des autres.

Un bon outil pour comparer les dépenses en immobilisations d'une année à l'autre est « l'intensité de capital ». Selon cet outil, les entreprises de câblodistribution et les autres FST pourvus d'installations ont consacré à des installations filaires en moyenne 30 cents de chaque dollar gagné au cours des deux dernières années, alors que les FST titulaires y ont consacré 35 cents.

Entre 2009 et 2013, les fournisseurs de services sans fil ont affiché l'intensité de capital la plus faible : elle a été relativement constante à 11 cents, soit environ le quart des sommes consacrées aux installations filaires par les entreprises de câblodistribution et les autres FST pourvus d'installations.

Graphique 5.0.5 Dépenses en immobilisations des services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST



L'intensité de capital est un outil de calcul du niveau ou du pourcentage des dépenses qu'une entreprise consacre à ses installations et à ses équipements. Elle s'obtient en divisant les dépenses annuelles consacrées en immobilisations par les revenus annuels et s'exprime en pourcentage.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en immobilisations selon le type de FST entre 2009 et 2013.

Les données des FST titulaires comprennent leurs activités hors territoire, alors que celles des autres FST excluent les activités hors territoire des titulaires. Les FST dont les revenus ont été inférieurs à 100 millions de dollars sont exclus parce qu'ils n'étaient pas tenus de fournir leurs données en matière de dépenses en immobilisations.

5.1 Secteurs du marché des services de télécommunication de détail

Cette section donne un aperçu de l'industrie canadienne des services de télécommunication de détail et des différents secteurs de marché; elle traite aussi de certaines caractéristiques comme les revenus et la technologie déployée en vue de fournir des services aux particuliers et aux entreprises.

Les secteurs du marché de détail comprennent la communication vocale filaire, Internet, la transmission de données et la liaison spécialisée ainsi que le sans-fil.

Graphique 5.1.0 Revenus des services de télécommunication de détail (41,1 milliards de dollars, 2013)

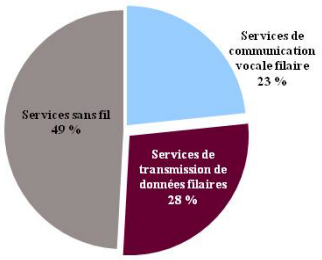


Tableau 5.1.0 Aperçu de l'industrie des services de télécommunication

		2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus des services de télécommunication (milliards $)		40,2	41,1	*2,3*
Pourcentage des revenus des services de télécommunication	5 premiers FST titulaires	61	62	*1,2*
	5 premières entreprises de câblodistribution	32	33	*3,7*
	5 premiers revendeurs	2	2	*-2,5*
Pourcentage des revenus des services de détail des entreprises exploitées dans tous les secteurs de marché		83	85	-
Nombre d'entreprises exploitées dans tous les secteurs de marché		9	9	-

Source : Données recueillies par le CRTC

L'industrie canadienne des services de télécommunication de détail est dominée par quelques grands joueurs. Ce tableau indique le pourcentage des revenus réalisés par les cinq premiers FST titulaires, les cinq premières entreprises de câblodistribution et les cinq premiers revendeurs. Ensemble, ces entreprises ont accaparé 97 % des revenus des services de télécommunication de détail en 2013. Enfin, le tableau fournit des données sur le nombre d'entreprises exploitées et celles qui le sont dans tous les secteurs de marché.

Les revenus des services de télécommunication excluent les revenus provenant de la vente ou de la location des téléphones filaires. Les dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements ne comprennent que celles consenties par les entreprises dont les revenus dépassent 100 millions de dollars.

a) Revenus

Les revenus des services de télécommunication de détail sont passés de 37,4 milliards de dollars en 2009 à 41,1 milliards de dollars en 2013. Cette croissance est attribuable à l'augmentation des dépenses des Canadiens en matière de services sans fil mobiles.

En 2009, les revenus des services sans fil ont été de 16,3 milliards de dollars, soit 44 % du total des revenus des services de détail. En 2013, les revenus des services sans fil mobiles sont passés à 20,2 milliards de dollars, soit 49 %.

Tableau 5.1.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché (milliards $)

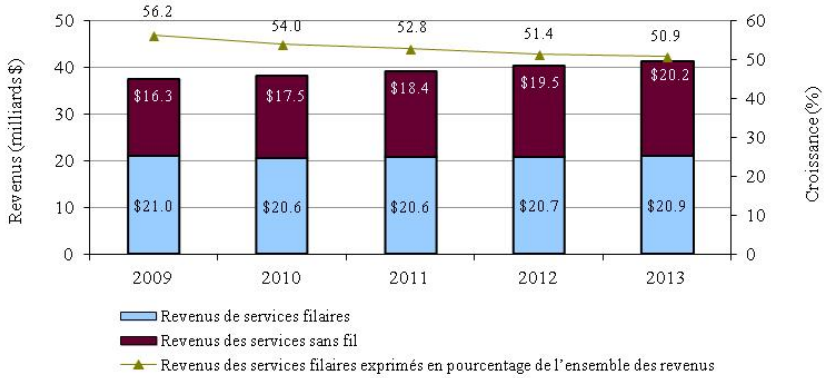
			2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services filaires	Communication vocale filaire	Local	8,5	8,3	8,1	7,8	7,7	-2,7 %
		Croissance annuelle	*-1,3 %*	*-2,6 %*	*-2,4 %*	*-3,5 %*	*-2,0 %*	
		Interurbain	3,1	2,6	2,4	2,1	1,9	-10,8 %
		Croissance annuelle	*-7,5 %*	*-14,4 %*	*-8,6 %*	*-11,4 %*	*-8,7 %*	
		Total partiel	11,6	10,9	10,5	10,0	9,6	-4,6 %
		Croissance annuelle	*-14,9 %*	*-5,7 %*	*-3,9 %*	*-5,3 %*	*-3,5 %*	
	Sauf communication vocale	Internet	6,1	6,4	6,8	7,2	7,7	5,9 %
		Croissance annuelle	*5,7 %*	*4,6 %*	*5,7 %*	*6,0 %*	*7,3 %*	
		Nouveaux protocoles de données	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	6,0 %
		Croissance annuelle	*13,1 %*	*5,9 %*	*10,4 %*	*5,6 %*	*2,3 %*	
		Protocoles de données traditionnels, liaison spécialisée et autres	1,7	1,6	1,6	1,7	1,7	-0,2 %
		Croissance annuelle	*-9,8 %*	*-5,5 %*	*-2,9 %*	*4,3 %*	*3,6 %*	
		Protocoles de données, liaison spécialisée et autres – Total partiel	3,2	3,2	3,3	3,5	3,6	2,8 %
		Croissance annuelle	*-0,5 %*	*-0,2 %*	*3,6 %*	*5,0 %*	*2,9 %*	
		Autres que vocal – Total partiel	9,4	9,6	10,1	10,7	11,3	4,9 %
		Croissance annuelle	*0,0 %*	*3,0 %*	*5,0 %*	*5,6 %*	*5,9 %*	
	Total – Services filaires		21.0	20,6	20,6	20,6	20,9	*-0,0 %*
		Croissance annuelle	*-0,2 %*	*-1,9 %*	*0,3 %*	*0,1 %*	*1,4 %*	
Services sans fil			16,3	17,5	18,4	19,5	20,2	5,4 %
		Croissance annuelle	*5,9 %*	*7,2 %*	*5,0 %*	*6,1 %*	*3,4 %*	
Total			37,3	38,1	39,0	40,2	41,1	2,4 %
		Croissance annuelle	*2,4 %*	*2,1 %*	*2,4 %*	*2,9 %*	*2,4 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des services de télécommunications proviennent de différentes sources. Ceux des services de communication vocale filaire proviennent des services téléphoniques locaux et interurbains, alors que ceux des services autres que de communication vocale proviennent des services Internet, des nouveaux de protocoles de données (p.ex. Ethernet et les services de données par réseau privé virtuel de protocole Internet) et des services traditionnels de protocoles de données (p. ex. le mode de transfert asynchrone et X.25). Les revenus des services sans fil mobiles proviennent des services mobiles de voix et de données ainsi que de la vente et de la location d'appareils mobiles. Le tableau présente la ventilation détaillée des revenus des services de détail et de la croissance annuelle des services filaires et des services sans fil par secteur du marché de 2009 à 2013. Le taux de croissance annuel composé (TCAC) de chaque secteur du marché, pour la même période, y est également illustré.

En 2013, la somme de 20,9 milliards de dollars en revenus des services filaires a été générée par environ 800 fournisseurs de services filaires, alors que la somme de 20,2 milliards de dollars en revenus des services sans fil a été générée par 20 fournisseurs de services sans fil. On comptait environ 40 fournisseurs de services filaires pour chaque fournisseur de services sans fil.

Graphique 5.1.1 Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil



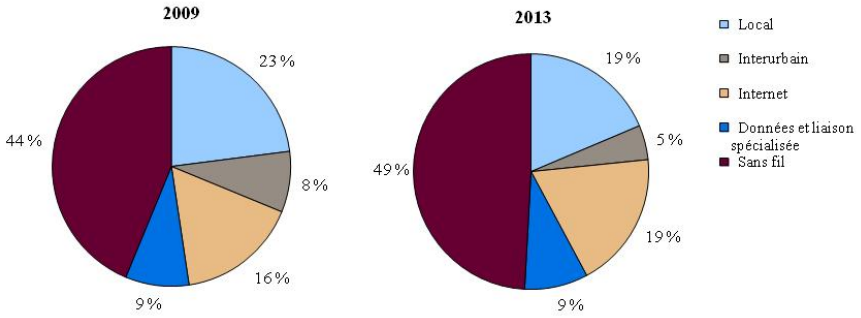
Les services filaires sont généralement des services de résidence ou d'affaires, alors que les services sans fil mobiles sont plutôt de type individuel ou personnel.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services filaires et des services sans fil mobiles de détail de 2009 à 2013. Au cours de cette période, l'ensemble des revenus des services filaires n'a cessé de diminuer, alors que ceux des services sans fil ont augmenté. La ligne qui traverse le graphique représente les revenus des services filaires de détail exprimés en pourcentage de l'ensemble des revenus des services de télécommunication de détail.

En 2012, la dernière période pour laquelle les données sur la pénétration du téléphone recueillies par l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada sont disponibles, 83,5 % des ménages avaient un service filaire, 81,4 % avaient un service sans fil, 15,7 % n'avaient qu'un service filaire et 17,8 % n'avaient qu'un service sans fil.

Graphique 5.1.2 Répartition des revenus des services de télécommunication, par secteur de marché



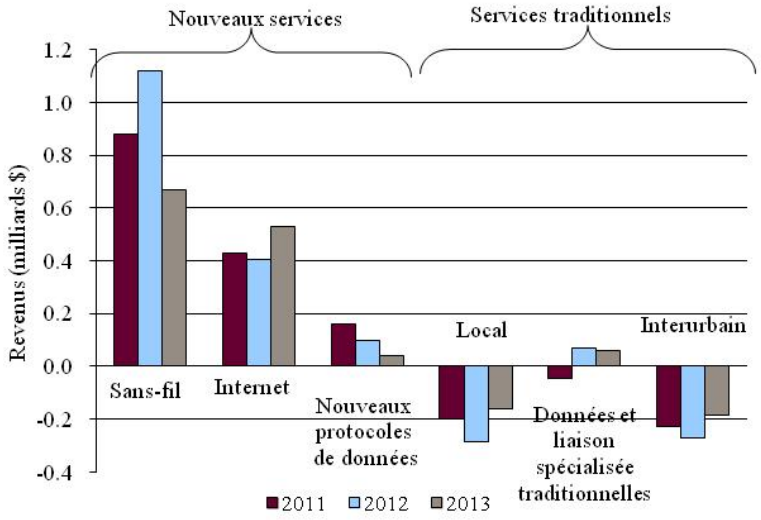
Source : Données recueillies par le CRTC

Ces deux graphiques illustrent la répartition des revenus des services de télécommunication par secteur de marché pour les années 2009 et 2013. Les services de données sans fil sont compris dans le secteur du marché des services sans fil. Les services sans fil ont occupé une part grandissante du marché, alors que les services téléphoniques locaux et interurbains ont vu leur part du marché diminuer.

b) Indicateurs technologiques

La technologie a été le moteur principal de la croissance de l'industrie des télécommunications. Elle a favorisé l'efficacité des réseaux, l'innovation dans les services et les produits et elle a encouragé la concurrence. Les revenus des services traditionnels diminuent au fur et à mesure que les consommateurs choisissent d'autres services plus fonctionnels et plus flexibles.

Graphique 5.1.3 Incidence des nouveaux services et des nouvelles technologies sur les revenus des services de télécommunication



Source : Données recueillies par le CRTC

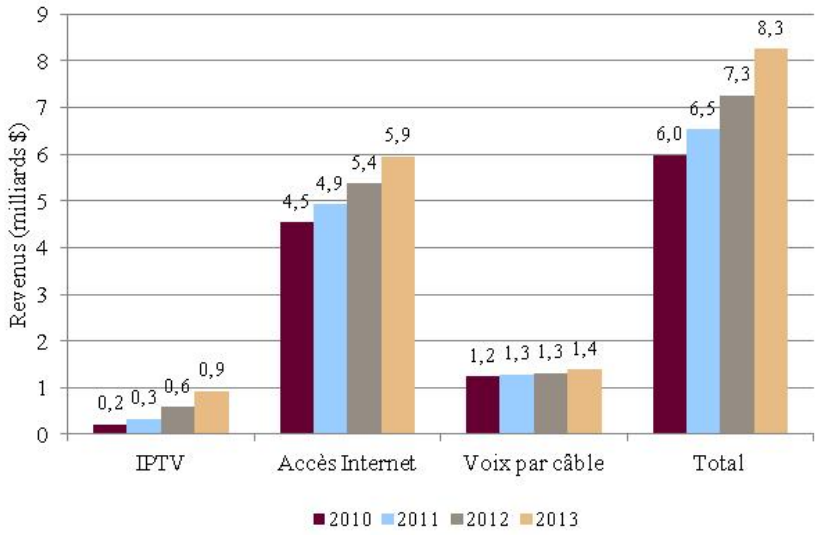
Comment définit-on les nouveaux services et les nouvelles technologies?

Les nouveaux services et les nouvelles technologies sont les services et les technologies qui supplantent les services traditionnels de téléphonie ou qui réduisent la dépendance à leur égard.

La technologie change la façon dont les Canadiens accèdent aux services de télécommunication. Ce graphique indique les changements annuels survenus au cours des trois dernières années à l'égard des revenus des nouvelles technologies comme le sans-fil, Internet ou d'autres services de protocoles de données. Il offre aussi une comparaison entre les changements des revenus annuels des nouveaux services et ceux des services traditionnels comme les services locaux, interurbains ou les services de données et de liaison spécialisée traditionnels.

Les nouveaux protocoles de données renvoient aux services qui utilisent des protocoles comme Ethernet et IP. Les services de données traditionnels sont ceux qui utilisent des protocoles comme X.25 ou le relais de trames.

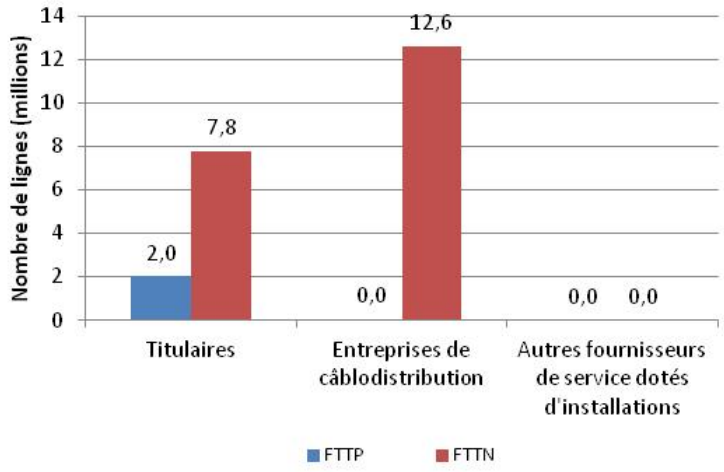
Graphique 5.1.4 Revenus des services de résidence offerts par protocole Internet



Source : Données recueillies par le CRTC

Les services offerts par protocole Internet (IP) sont de plus en plus présents dans les ménages canadiens. Ce tableau illustre la croissance des revenus de la télévision par protocole Internet (IPTV), de l'accès à Internet et des services de voix par câble en 2011, 2012 et 2013.

Graphique 5.1.5 Habitations desservies par câble de fibre optique (2013)



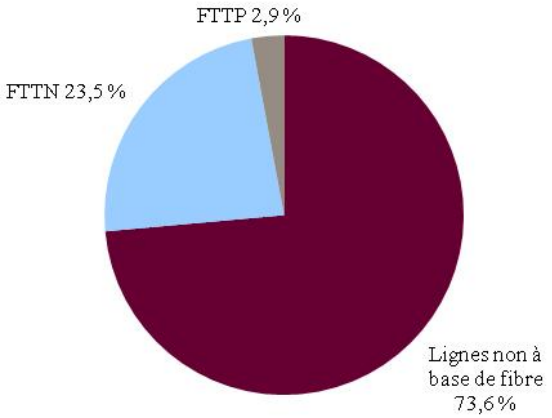
Source : Données recueillies par le CRTC

Un **câble de fibre optique** est celui qui contient un ou plusieurs fils ayant la propriété de conduire la lumière. Cette lumière sert à la transmission de données. Un câble de fibre optique est excellent pour la transmission sur de grandes distances et sur des largeurs de bandes supérieures et de meilleure capacité qu'un câble en acier.

Le nombre d'habitations desservies fait référence au nombre de celles qui peuvent obtenir des services de télécommunications qui utilisent cette technologie.

Les FST adoptent les systèmes qui utilisent la fibre, c.-à-d. les fibres optiques jusqu'au nœud (FTTN) et les fibres optiques jusqu'aux locaux (FTTP). Ce graphique illustre le nombre d'habitations qui ont été dotées soit de lignes de fibre optique, soit de lignes de cuivre branchées à un nœud muni d'un câble de fibre optique. Le nœud branché par câble de fibre optique est celui le plus près des locaux à desservir. Un nœud est un socle qui reçoit les branchements.

Graphique 5.1.6 Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique (2013)



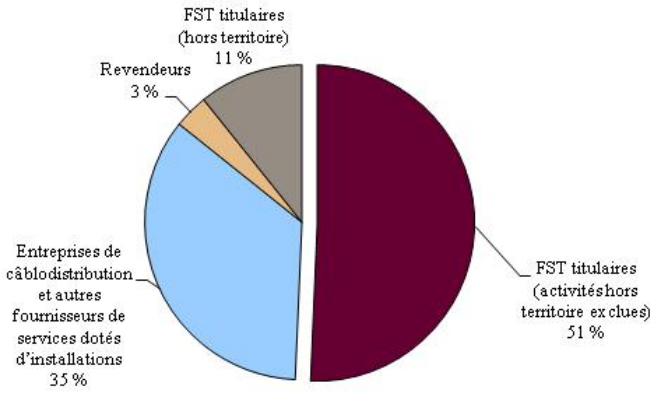
Source : Données recueillies par le CRTC

Les FST adoptent les systèmes qui utilisent la fibre (les fibres optiques jusqu'au nœud [FTTN] et les fibres optiques jusqu'aux locaux [FTTP]). Ce tableau illustre le pourcentage de lignes utilisant la fibre dans l'ensemble des lignes de résidence au pays en 2013.

c) Environnement concurrentiel

Les FST pourvus d'installations ont réalisé 97 % des revenus des services de télécommunication de détail en 2013. Les entreprises de câblodistribution et les autres FST pourvus d'installations sont les concurrents les plus sérieux des FST titulaires.

Graphique 5.1.7 Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, par type de FST (2013)



Le total des revenus des services de télécommunication de détail s'est élevé à 41,1 milliards de dollars en 2013. Ce graphique illustre le pourcentage des revenus selon le type de FST. Par exemple, les FST titulaires ont réalisé la plus grande part des revenus du marché, à l'exclusion de leurs activités hors territoire. Viennent ensuite les entreprises de câblodistribution et les autres FST pourvus d'installations, suivis des FST titulaires pour leurs activités hors territoire et enfin les revendeurs.

Source : Données recueillies par le CRTC

Neuf FST ont exercé leurs activités dans les six secteurs de marché et ont recueilli 85 % des revenus des services de télécommunication de détail en 2013. Ces FST ont une ampleur et une envergure importantes.

Tableau 5.1.2 Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché

Nombre de secteurs de marché	Nombre d'entreprises ayant fait un rapport et exploitées dans ces marchés			Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
6	9	9	9	85	83	85
5	13	16	11	9	9	10
4	17	20	16	2	2	3
3	31	42	26	1	1	1
2	22	22	13	2	2	1
1	34	49	22	1	2	1

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau démontre la position dominante des grandes entreprises dans les différents secteurs de marché des services de télécommunication. Par exemple, même si seul un petit nombre d'entreprises exercent des activités dans les six secteurs de marché des services de télécommunication (local, interurbain, Internet, données et liaison spécialisée et sans-fil), ce sont elles qui réalisent près de 90 % de l'ensemble des revenus du marché.

Caractéristiques des entreprises

Les entreprises qui offrent des services dans cinq secteurs de marché ou plus sont généralement de grandes entreprises pourvues d'installations et dont les revenus dépassent 100 millions de dollars. Celles qui offrent des services dans deux secteurs ou moins sont plutôt des revendeurs dont les revenus sont inférieurs à 10 millions de dollars.

Les sociétés mères comprennent leurs affiliées.

Pour ce qui est des secteurs de marché des services de télécommunication filaires, les concurrents ont fait davantage de gains dans le marché des services de résidence que dans le marché des services d'affaires. Les artisans de cette croissance ont été les entreprises de câblodistribution qui ont mis leurs réseaux de câble à niveau afin d'offrir des services téléphoniques à leurs abonnés résidentiels aux services de télévision.

Tableau 5.1.3 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST (2013)

		Résidence	Affaires	Total
FST titulaires (activités hors territoire exclues)		49,6	65,0	56,4
Autres FST	FST titulaires (hors territoire)	0,1	11,7	5,3
	Entreprises de câblodistribution et autres FST pourvus d'installations	45,0	14,7	31,6
	Revendeurs	5,2	8,6	6,7
	Total partiel	50,4	35,0	43,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Les secteurs de marché des services filaires comprennent les suivants :

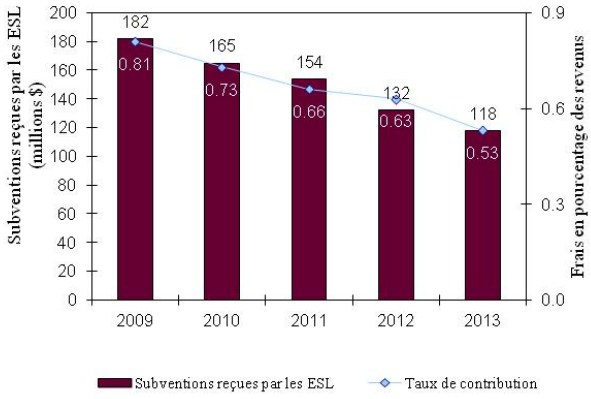
- le service téléphonique local;
- l'interurbain;
- Internet;
- les données et la liaison spécialisée.

Dans ce tableau, les parts de revenus des services de télécommunication filaires sont divisées par source, soit les services de résidence soit les services d'affaires, tant pour les FST titulaires (à l'exclusion des activités hors territoire) que pour les autres FST comme les revendeurs, les entreprises de câblodistribution et les FST titulaires pour leurs activités hors territoire.

d) Contribution

En 2013, environ 10 % des lignes téléphoniques de résidence dans les zones de desserte à coût élevé ont été subventionnés par des FST, ou des groupes de FST affiliés, avec au moins 10 millions de dollars de revenus provenant de services de télécommunication canadiens pour l'atteinte des objectifs sociaux et économiques de la *Loi sur les télécommunications*. Les FST ont versés 118 millions de dollars pour atteindre les objectifs du service de base.

Graphique 5.1.8 Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus



Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres dans ce graphique montrent le montant de subvention payé aux fournisseurs de services locaux de résidence desservant les zones de desserte à coût élevé. La ligne dans le graphique indique les frais en pourcentage des revenus que les FST doivent verser.

e) Communications avec les consommateurs

En 2013, le CRTC et le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication (CPRST) ont reçu 44 500 communications de Canadiens au sujet des services de télécommunication. De ces communications, 57 % ont été traitées par le CRTC et 43 % l'ont été par le CPRST. Les communications relatives aux services sans fil étaient les plus fréquentes (42 %), suivies par les sujets relatifs au télémarketing (16 %) et ceux sur Internet (11 %).

Qu'est-ce que le CPRST?

Le CPRST est un organisme indépendant voué à travailler avec les consommateurs et les FST afin de résoudre les plaintes reliées aux services de télécommunication.

Le CPRST est responsable des plaintes reliées aux services dont les tarifs ne sont plus approuvés par le Conseil.

Les sujets sous-jacents de ces plaintes étaient des erreurs de facturation (37 %), des différends reliés à des contrats ou modalités (14 %) et la prestation du service (13 %).

Tableau 5.1.4 Nombre de communications reçues par le CRTC, par type de sujet et de service (2013)

Sujet	Politiques/ décisions du CRTC	Facturation /tarifs	Qualité du service	Prestation du service	Modalités de service	Autre	Total	Plaintes par 10 000 SAR de résidence, abonnés ou téléphone payant
Télémarketing	6 892	-	-	-	-	76	6 968	6,2
Compagnies de téléphone titulaires	387	1 823	458	368	242	490	3 768	5,8
Services sans fil	1 688	3 187	334	505	992	651	7 359	2,6
Services Internet	533	553	378	450	124	602	2 640	2,3
Services de télécommunication	1 246	688	78	229	84	423	2 748	1,6
Entreprises de services locaux concurrentes	67	327	112	108	69	95	778	1,6
Autres fournisseurs de services interurbains	26	100	15	17	22	19	199	0,2
Services VoIP	110	161	122	127	28	48	596	0,5
Services de téléphone payant	39	34	4	4	1	17	99	15,2
Total	10 988	6 873	1 501	1 808	1 562	2 421	25 153	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente un résumé des sujets soulevés dans les communications entre les Canadiens et le CRTC en 2013. Plus précisément, le tableau indique le nombre de communications par sujet et par service.

Tableau 5.1.5 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les télécommunications traitées par le CPRST (2012-2013)

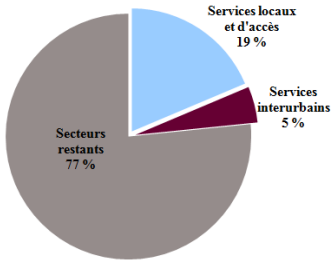
Sujet	Erreur de facturation	Différend au sujet du contrat	Prestation du service	Gestion du crédit	Total
Services sans fil	6 318	3 207	1 667	471	11 663
Services locaux et VoIP	1 366	730	941	135	3 172
Services d'accès Internet	1 670	795	1 166	127	2 160
Services interurbains	460	84	129	26	699
Services d'assistance-annuaire	-	–	–	–	-
Annuaire – Pages blanches	–	2	3	–	5
Services de téléphoniste	–	–	–	–	–
Total	9 814	4 818	3 905	759	19 297

Source : Rapports annuels du CPRST

Ce tableau présente un résumé des sujets soulevés dans les plaintes acheminées au CPRST. La prestation du service inclut l'installation, les réparations et l'entretien.

5.2 Secteur du marché des services de communication vocale filaire de détail

Graphique 5.2.0 Revenus des services de télécommunication de détail (41,1 milliards de dollars, 2013)



Les Canadiens ont pu choisir leurs services de communication vocale parmi les divers types de fournisseurs suivants :

- les grands fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires, qui offrent essentiellement des services locaux et interurbains sur leurs propres réseaux;
- les petits FST titulaires, qui exercent leurs activités dans des zones limitées de l'Ontario, du Québec et de la Colombie-Britannique et qui comprennent des entreprises détenues par des municipalités ainsi que des entreprises publiques et privées;

Tableau 5.2.0 Aperçu du secteur des services de communication vocale filaire de détail

	2012	2013	*Écart annuel (%)*
Revenus (milliards $)	9,8	9,5	*-3,4*
Services locaux et d'accès	7,7	7,5	*-1,9*
Services interurbains	2,1	1,9	*-8,7*
Lignes locales (millions)	16,9#	15,9	*-5,8*
Revenus mensuels locaux et interurbains de détail par ligne			
Service de résidence	40,16 $	39,25$	*-2,3*
Service d'affaires	56,46 $	56.66$	*-3,9*
Revenus mensuels des services locaux de détail par ligne			
Service de résidence	30,37$	30,53$	*0,5*
Service d'affaires	46,38$	47,96$	*3,4*
Revenus des services interurbains de détail par minute			
Service de résidence	$0.067	0,066$	*-1,6*
Service d'affaires	$0.040	0,043$	*-8,6*
Part des revenus des titulaires (activités hors territoire exclues)			
Services locaux et d'accès	72 %	70 %	
Services interurbains	65 %	64 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Le marché de la communication vocale filaire regroupe plus de 150 compagnies, dont les grands et les petits FST titulaires, les entreprises de câblodistribution, les fournisseurs de services Internet et les revendeurs. Ce tableau montre les revenus totaux gagnés par ces compagnies en 2012 et 2013, ainsi que le nombre total de lignes locales qu'ils exploitent, les revenus mensuels des services locaux et interurbains par ligne de détail et la part de marché que représentent les revenus des services locaux et interurbains des titulaires.

Les revenus provenant des services téléphoniques basés sur les communications d'ordinateur à ordinateur, des petits fournisseurs de services vocaux par protocole Internet (VoIP) indépendants de l'accès et des ventes d'équipement terminal filaire sont exclus des revenus locaux et d'accès.

Les revenus et les minutes des cartes d'appels sont inclus dans cette section du rapport. Cependant, les appels interurbains composés à partir des téléphones mobiles sont incorporés à la section des communications sans fil.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

- les entreprises de câblodistribution, qui offrent des services locaux et interurbains sur un réseau géré;
- les fournisseurs de services Internet, qui offrent des services locaux ou interurbains sur le réseau public Internet; et
- les revendeurs, qui ne sont pas propriétaires d'installations de télécommunication et qui ont tendance à se concentrer sur le marché de l'interurbain en offrant des services de contournement et des cartes d'appel prépayées.

Les services téléphoniques locaux peuvent passer soit par un réseau géré qui est exploité et entretenu et par le fournisseur de services, soit par Internet, lequel ne peut être géré par le fournisseur. Sur Internet, il n'y a pas de différence entre le trafic téléphonique local et le reste du trafic. Pour les besoins du rapport, les services téléphoniques locaux par Internet sont désignés comme des services de réseau non géré.

Les services téléphoniques locaux fournis par un réseau non géré utilisant le protocole Internet sont désignés comme des services de communication locale VoIP indépendants de l'accès ou services VoIP mobiles. On peut accéder à ces services par une connexion Internet haute vitesse.

En 2013, plus de 100 fournisseurs de services téléphoniques locaux et plus de 150 fournisseurs de services interurbains étaient en activité au Canada. Nombre d'entre eux étaient concentrés dans les grands centres urbains. On comptait en moyenne de 3 à 9 fournisseurs dans les grands centres urbains et de 1 à 3 dans les communautés rurales.

La présente section donne des renseignements sur les revenus et sur la demande (soit les lignes d'abonnés locales, les téléphones payants et les minutes d'interurbain), généralement sur une période de cinq ans, afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple les revenus moyens par ligne et les revenus moyens par minute, les données sur la part de marché et les données illustrant l'innovation et les avancées technologiques dans les réseaux et les offres de services des entreprises.

a) Revenus

En 2013, le marché des services de communication vocale filaire de détail, qui inclut les revenus des services téléphoniques locaux et interurbains, a rapporté 10 milliards de dollars. Cependant, depuis 2009, ces revenus ont accusé une baisse annuelle de 4,7 % sans doute attribuable au fait que les Canadiens ont modifié leurs modes de communication notamment par :

- le remplacement des services filaires des ménages par les services sans fil;
- l'utilisation des services par Internet (qui ont généralement une plus grande incidence négative sur les services interurbains), dont
    - les réseaux sociaux (p. ex. Facebook, Twitter et Pinterest);
    - les courriels et les messages textes;
    - les communications d'ordinateur à ordinateur (p. ex. Skype); et
    - les services VoIP indépendants de l'accès.

Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et interurbains de détail

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Revenus totaux des services locaux de détail (millions $)	8 531	8 308	8 106	7 821#	7 661	*-2,7 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,3*	*-2,6*	*-2,4*	*-3,5*	*-2,0*	
Moins : (millions $) Revenus de contribution	203	165	157	132	118	*-12,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,9*	*-18,7*	*-4,8*	*-16,2*	*-10,6*	
Revenus nets des services locaux (millions $)	8 328	8 143	7 949	7 690#	7 544	*-2,4 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,3*	*-2,2*	*-2,4*	*-3,3*	*-1,9*	
Revenus des services interurbains de détail (millions $)	3 076	2 634	2 408	2 134	1 949	*-10,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-7,5*	*-14,4*	*-8,6*	*-11,4*	*-8,7*	
Revenus de services locaux et interurbains de détail (millions $)	11 403	10 777	10 357	9 824#	9 493	*-4,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-3,1*	*--5,5*	*-3,9*	*-5,1*	*-3,4*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus des services téléphoniques locaux filaires (avant et après déduction des revenus de contribution) et des services interurbains.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Les revenus des services de communication vocale filaire de résidence ont baissé chaque année entre 2009 et 2013. D'après l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, les Canadiens ont réduit leurs dépenses en services téléphoniques filaires de 7,3 % en 2012.

La perte d'un abonné des services téléphoniques filaires locaux au profit des services sans fil mobiles se traduit par la perte de revenus d'appels locaux et d'appels interurbains pour la téléphonie filaire.

Tableau 5.2.2 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence de détail par type de FST (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Services locaux	3 546	3 349	3 129	2 906	2 672	*-6,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-7,3*	*-5,6*	*-6,6*	*-7,1*	*-8,0*	
Services interurbains	1 288	1 136	1 051	931	801	*-11,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-10,6*	*-11,8*	*-7,5*	*-11,4*	*-14,0*	
Total	4 834	4 485	4 180	3 837	3 473	*-7,9 %*
Croissance annuelle (%)	*-8,2*	*-7,2*	*-6,8*	*-8,2*	*-9,5*	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Services locaux	9	9	12	16	24	*27,5 %*
Croissance annuelle (%) %	*-5,9*	*-1,8*	*31,7*	*34,2*	*52,1*	
Services interurbains	2	2	1	1	1	*-24,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-21,5*	*-16,4*	*-21,8*	*-38,1*	*-18,3*	
Total	11	11	13	16	24	*21,9 %*
Croissance annuelle (%)	*-9,3*	*-4,5*	*23,0*	*26,7*	*48,5*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Services locaux	151	137	174	188	164	*2,2 %*
Croissance annuelle (%)	*10,7*	*-9,2*	*27,5*	*7,8*	*-12,7*	
Services interurbains	475	357	330	281	*211*	*-18,4 %*
Croissance annuelle (%)	*-4,7*	*-24,7*	*-7,6*	*-14,9*	*-25,1*	
Total	625	494	505	469	375	*-12,0 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,4*	*-21,0*	*2,1*	*-7,0*	*-20,1*	
Entreprises de câblodistribution						
Services locaux	1 099	1 252	1 285	1 307	1 388	*6,0 %*
Croissance annuelle (%)	*21,3*	*13,9*	*2,6*	*1,7*	*6,2*	
Services interurbains	235	232	223	210	201	*-3,8 %*
Croissance annuelle (%)	*2,4*	*-1,0*	*-3,9*	*-5,9*	*-4,3*	
Total	1 334	1 484	1 508	1 517	1 589	*4,5 %*
Croissance annuelle (%)	*17,5*	*11,3*	*1,6*	*0,6*	*4,8*	
Total des services de résidence						
Services locaux	4 805	4 746	4 600	4 417	4 248	*-3,0 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,5*	*-1,2*	*-3,1*	*-4,0*	*-3,8*	
Services interurbains	1 999	1 728	1 606	1 424	1 213	*-11,7 %*
Croissance annuelle (%)	*-7,9*	*-13,6*	*-7,0*	*-11,4*	*-14,8*	
Total	6 804	6 474	6 206	5 840	5 462	*-5,3 %*
Croissance annuelle (%)	*-3,5*	*-4,8*	*-4,1*	*-5,9*	*-6,5*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence, par type de FST, de 2009 à 2013.

Tableau 5.2.3 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires par type de FST (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Services locaux	3 017	2 934	2 813	2 664	2 595	*-3,7 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,6*	*-2,7*	*-4,1*	*-5,3*	*-2,6*	
Services interurbains	669	565	491	449	454	*-9,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,4*	*-15,6*	*-13,1*	*-8,5*	*1,2*	
Total − Local	3 686	3 499	3 304	3 113	3 050	*-4,6 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,5*	*-5,1*	*-5,6*	*-5,8*	*-2,0*	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Services locaux	309	270	259	306	312	*0,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-0,1*	*-12,6*	*-4,0*	*18,1*	*1,9*	
Services interurbains	161	115	119	89	79	*-16,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-8,4*	*-28,2*	*2,7*	*-25,0*	*-10,8*	
Total	470	385	378	395	391	*-4,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-3,1*	*-18,0*	*-2,0*	*4,6*	*-1,0*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Services locaux	59	49	90	93	141	*24,4 %*
Croissance annuelle (%)	*219,9*	*-17,0*	*83,7*	*3,0*	*52,7*	
Services interurbains	146	138	117	108	142	*-0,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-18,0*	*-5,6*	*-15,1*	*-8,3*	*31,8*	
Total	205	187	207	200	283	*8,4 %*
Croissance annuelle (%)	*4,3*	*-8,9*	*10,7*	*-3,4*	*41,5*	
Entreprises de câblodistribution						
Services locaux	139	144	187	210	247	*15,5 %*
Croissance annuelle (%)	*2,0*	*3,9*	*29,9*	*12,3*	*17,5*	
Services interurbains	100	88	76	66	60	*-12,0 %*
Croissance annuelle (%)	*-13,6*	*-12,2*	*-14,2*	*-13,2*	*-8,2*	
Total	239	232	263	276	307	*6,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-5,2*	*-2,9*	*13,2*	*5,0*	*11,4*	
Total des services d'affaires						
Services locaux	3 523	3 397	3 350	3 273	3 295	*-1,7 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,0*	*-3,6*	*-1,4*	*-2,3*	*0,7*	
Services interurbains	1 077	907	802	711	736	*-9,1 %*
Croissance annuelle (%)	*-6,9*	*-15,8*	*-11,5*	*-11,3*	*3,5*	
Total	4 600	4 303	4 151	3 984	4 031	*-3,2 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,5*	*-6,4*	*-3,5*	*-4,0*	*1,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires, par type de FST, de 2009 à 2013.

b) Données relatives à la demande

Que ce soit pour les services de résidence ou d'affaires, les Canadiens continuent à délaisser la téléphonie filaire. Le nombre de lignes téléphoniques filaires de réseau géré est passé de 18,6 millions en 2009 à 15,9 millions en 2013, soit une baisse annuelle de 3,8 %.

D'après l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, le pourcentage de ménages abonnés aux services téléphoniques filaires représentait 86,5 % en 2011 et 83,5 % en 2012, ce qui signifie une baisse d'environ 380 000 ménages. Selon cette même enquête, le nombre de ménages abonnés à deux lignes ou plus avait aussi diminué.

Tableau 5.2.4 Nombre de lignes téléphoniques locales de détail dépendantes de l'accès par rapport aux lignes indépendantes de l'accès (milliers)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Lignes de réseau géré						
Lignes locales	18 564	18 210	17 869	16 866#	15 887	*-3,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,9*	*-1,9*	*-1,9*	*-5,6*	*-5,8*	
Lignes de réseau non géré						
Lignes indépendantes de l'accès	199	255	404	861#	1 033	*50,9 %*
Croissance annuelle (%)	*6,7*	*28,2*	*58,4*	*112,8*	*20,1*	
Lignes de réseaux gérés et non gérés						
Total	18 764	18 466	18 274	17 726#	16 921	*-2,6 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,8*	*-1,6*	*-1,0*	*-3,0*	*-4,6*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre de lignes téléphoniques locales exploitées sur des réseaux gérés et non gérés entre 2009 et 2013. Les lignes de réseau non géré sont exclues des tableaux qui suivent dans cette section.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Tableau 5.2.5 Lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires par type de FST (milliers)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Lignes de résidence	8 818	8 142	7 543	6 942	6 389	*-7,7 %*
Croissance annuelle (%)	*-7,6*	*-7,7*	*-7,4*	*-8,0*	*-8,0*	
Lignes d'affaires	4 968	4 721	4 598	4 445	4 255	*-3,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-5,7*	*-5,0*	*-2,6*	*-3,3*	*-4,3*	
Total	13 786	12 863	12 141	11 387	10 644	*-6,3 %*
Croissance annuelle (%)	*-6,9*	*-6,7*	*-5,6*	*-6,2*	*-6,5*	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Lignes de résidence	28	27	34	33	53	*16,9 %*
Croissance annuelle (%)	*4,6*	*-6,1*	*26,7*	*-3,5*	*62,8*	
Lignes d'affaires	617	638	752	639	635	*0,7 %*
Croissance annuelle (%)	*0,5*	*3,3*	*17,9*	*-15,0*	*-0,6*	
Total	646	665	786	672	688	*1,6 %*
Croissance annuelle (%)	*0,7*	*2,9*	*18,2*	*-14,5*	*2,5*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Lignes de résidence	452	510	646	723	482	*1,6 %*
Croissance annuelle (%)	*-15,7*	*12,9*	*26,6*	*11,9*	*-33,3*	
Lignes d'affaires	176	178	225	264	261	*10,3 %*
Croissance annuelle (%)	*40,8*	*1,1*	*26,1*	*17,4*	*-1,2*	
Total	629	689	871	987	743	*4,3 %*
Croissance annuelle (%)	*-5,0*	*9,6*	*26,5*	*13,3*	*-24,7*	
Entreprises de câblodistribution						
Lignes de résidence	3 425	3 947	4 061	4 258	4 314	*5,9 %*
Croissance annuelle (%)	*17,4*	*15,2*	*2,9*	*4,8*	*1,3*	
Lignes d'affaires	278	303	414	422	531	*17,6 %*
Croissance annuelle (%)	*-1,0*	*8,9*	*36,9*	*1,9*	*25,8*	
Total	3 703	4 250	4 476	4 681	4 846	*7,0 %*
Croissance annuelle (%)	*15,8*	*14,8*	*5,3*	*4,6*	*3,5*	
Lignes de détail						
Lignes de résidence	12 724	12 626	12 284	11 956	11 238	*-3,1 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,3*	*-0,8*	*-2,7*	*-2,7*	*-6,0*	
Lignes d'affaires	6 040	5 840	5 989	5 770	5 683	*-1,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-4,0*	*-3,3*	*2,6*	*-3,7*	*-1,5*	
Total	18 764	18 466	18 274	17 726	16 921	*-2,6 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,8*	*-1,6*	*-1,0*	*-3,0*	*-4,5*	

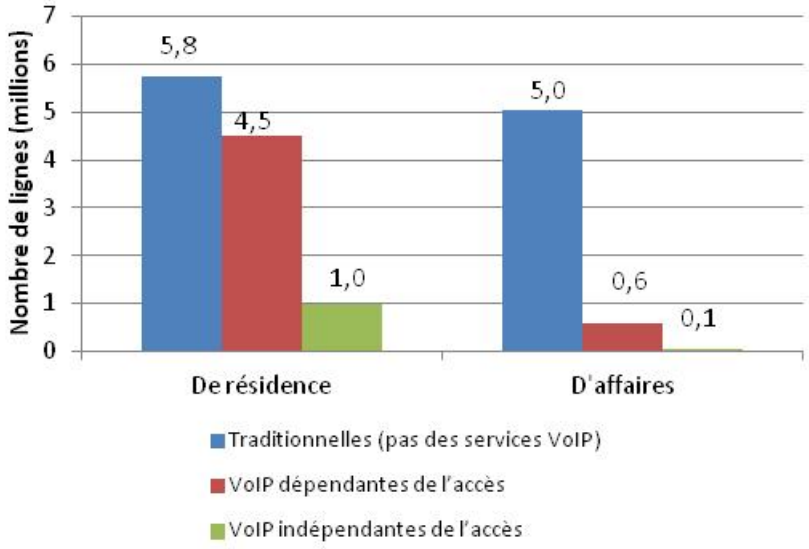
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre de lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires, par type de FST, de 2009 à 2013.

Les ménages se sont adaptés à la technologie VoIP. Ils accordent généralement leur préférence à un réseau géré de téléphonie locale, parce que le fournisseur a plus de contrôle sur la qualité du service que dans le cas d'un réseau non géré.

L'utilisation de services VoIP varie significativement selon le type de marché, c'est-à-dire les services de résidence ou d'affaires, surtout en raison de la présence des entreprises de câblodistribution qui fournissent les services téléphoniques locaux sur leurs réseaux gérés, en utilisant la technologie VoIP dépendante de l'accès. Situés dans des communautés résidentielles, ces réseaux sont déjà utilisés par les entreprises de câblodistribution pour fournir le service de télévision par câble à leurs abonnés; il est donc facile d'y greffer les services téléphoniques locaux. Les entreprises de câblodistribution sont le plus grand concurrent des compagnies de téléphone traditionnelles sur le marché résidentiel. Plus de 30 % des ménages s'abonnent aux services téléphoniques locaux et 55 % s'abonnent au service de télévision d'une entreprise de câblodistribution.

Graphique 5.2.1 Lignes locales VoIP de détail indépendantes et dépendantes de l'accès, par marché (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les consommateurs semblent hésiter à s'abonner à un service téléphonique VoIP indépendant de l'accès. En 2013, on comptait 20,1 millions de lignes téléphoniques locales (c.-à-d. service téléphonique local par réseau géré) comparativement à 0,8 million de connexions VoIP indépendantes de l'accès (c.-à-d. service téléphonique local par réseau non géré).

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.2.6 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne ($)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services de résidence	44,05	42,56	41,52	40,16	39,25	*-2,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-2,7*	*-3,4*	*-2,5*	*-3,3*	*-2,3*	
Services d'affaires	62,17	60,37	58,49	56,46	58,66	*-1,4 %*
Croissance annuelle (%)	*-0,6*	*-2,9*	*-3,1*	*-3,5*	*3,9*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus mensuels moyens, par ligne, des services téléphoniques locaux et interurbains de détail des FST. Les revenus mensuels par ligne téléphonique locale ont baissé régulièrement entre 2009 et 2013, tant sur le marché des services de résidence que sur le marché des services d'affaires.

Revenus mensuels par ligne

Le revenu mensuel par ligne est calculé i) en divisant les revenus annuels du service par le nombre moyen de lignes locales d'une année et ii) en divisant le résultat par 12. Le nombre moyen de lignes est calculé en divisant par 2 le total des lignes en service au début de l'année et à la fin de l'année.

Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services téléphoniques locaux ($) par ligne et par type de FST

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services locaux de résidence						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	32,19	32,91	33,25	33,44	33,41	*0,9 %*
Croissance annuelle (%)	*0,4*	*2,2*	*1,0*	*0,6*	*-0,1*	
FST titulaires (activités hors territoire)	27,01	26,75	32,09	39,22	46,20	*14,4 %*
Croissance annuelle (%)	*-9,3*	*-0,9*	*20,0*	*22,2*	*17,8*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	25.41	23,70	25,14	22,90	22,72	*-2,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-14,1*	*-6,7*	*6,1*	*-8,9*	*-0,8*	
Entreprises de câblodistribution	28,88	28,31	26,74	26,18	26,99	*-1,7 %*
Croissance annuelle (%)	*0,0*	*-2,0*	*-5,5*	*-2,1*	*3,1*	
Total des services de résidence	31,11	31,21	30,78	30,37	30,53	*-0,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-0,7*	*0,3*	*-1,4*	*-1,3*	*0,5*	
Services locaux d'affaires						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	49,11	50,47	50,32	49,10	49,72	*0,3 %*
Croissance annuelle (%)	*0,1*	*2,8*	*-0,3*	*-2,4*	*1,3*	
FST titulaires (activités hors territoire)	41,77	35,82	31,06	36,66	40,76	*-0,6 %*
Croissance annuelle (%)	*1,7*	*-14,3*	*-13,3*	*18,0*	*11,2*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	*32,56*	*22,97*	*37,13*	*31,54*	*44,86*	*8,3 %*
Croissance annuelle (%)	*141,0*	*-29,4*	*61,6*	*-15,1*	*42,2*	
Entreprises de câblodistribution	41,35	41,33	43,48	41,86	43,16	*1,1 %*
Croissance annuelle (%)	*2,4*	*0,0*	*5,2*	*-3,7*	*3,1*	
Total des services d'affaires	47,62	47,65	47,19	46,38	47,96	*0,2 %*
Croissance annuelle (%)	*0,9*	*0,1*	*-1,0*	*-1,7*	*3,4*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Dans l'ensemble, les revenus totaux mensuels moyens provenant des lignes locales de résidence ou des lignes d'affaires ont affiché une certaine stabilité entre 2009 et 2013. Cependant, on a noté de grands écarts de revenus entre les différents types de FST.

Tableau 5.2.8 Revenus des services interurbains de détail ($) par minute, par type de FST

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services interurbains de résidence						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,100	0,092	0,089	0,088	0,087	*-3,5 %*
Croissance annuelle (%)	*-9,5*	*-8,4*	*-2,3*	*-2,0*	*-1,5*	
FST titulaires (activités hors territoire)	0,071	0,082	0,084	0,072	0,081	*3,2 %*
Croissance annuelle (%)	*3,4*	*14,1*	*2,9*	*-13,8*	*12,0*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,059	0,058	0,049	0,051	0,047	*-5,6 %*
Croissance annuelle (%)	*9,9*	*-2,2*	*-16,3*	*4,0*	*-6,9*	
Entreprises de câblodistribution	0,047	0,044	0,043	0,042	0,043	*-2,0 %*
Croissance annuelle (%)	*-0,1*	*-4,9*	*-3,1*	*-2,4*	*2,4*	
Total des services de résidence	0,077	0,072	0,068	0,067	0,066	*-3,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-9,0*	*-5,8*	*-6,6*	*-0,8*	*-1,6*	
Services interurbains d'affaires						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,067	0,059	0,061	0,049	0,050	*-7,1 %*
Croissance annuelle (%)	*0,8*	*-11,7*	*2,6*	*-18,8*	*1,5*	
FST titulaires (activités hors territoire)	0,054	0,043	0,062	0,032	0,026	*-16,9 %*
Croissance annuelle (%)	*-4,0*	*-24,0*	*12,1*	*-14,7*	*-18,7*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,049	0,051	0,036	0,038	0,062	*5,8 %*
Croissance annuelle (%)	*-15,1*	*-1,7*	*-20,2*	*3,6*	*60,8*	
Entreprises de câblodistribution	0,030	0,028	0,027	0,025	0,024	*-5,3 %*
Croissance annuelle (%)	*-15,1*	*-1,7*	*-20,2*	*3,6*	*-2,5*	
Total des services d'affaires	0,052	0,046	0,044	0,040	0,043	*-4,4 %*
Croissance annuelle (%)	*-4,0*	*-11,0*	*-4,7*	*-10,0*	*8,6*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des services interurbains de détail par minute sont un indicateur de rentabilité pour les FST offrant ces services. Ce tableau montre les variations des revenus moyens de ces services, par FST, sur les marchés des services de résidence et d'affaires entre 2009 et 2013.

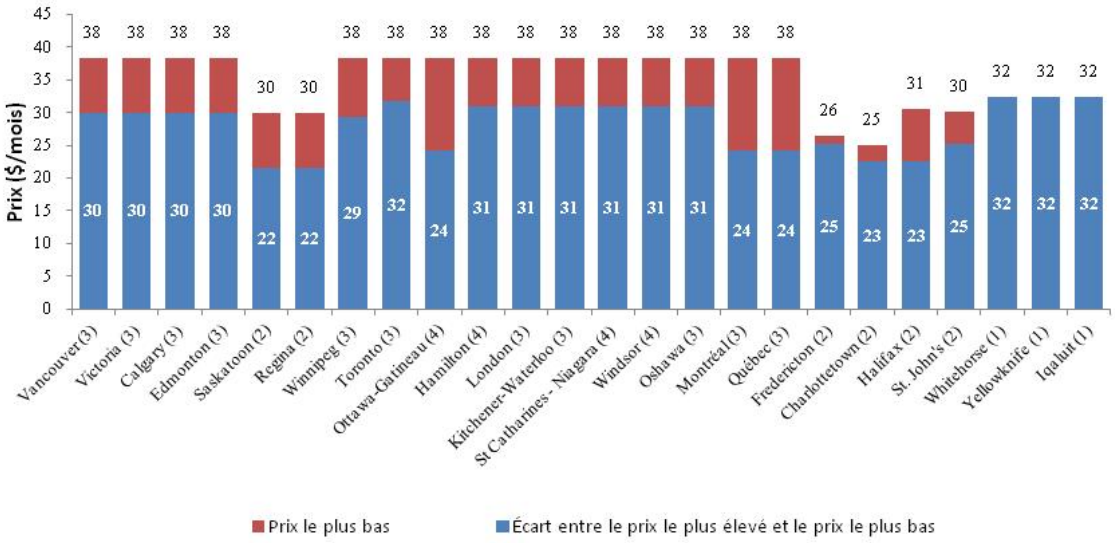
d) Prix

Le service téléphonique local de base inclut les appels illimités dans une zone géographique, les services 9-1-1, le service de relais de messages ainsi que l'accès aux services interurbains. Environ 15 % des ménages abonnés aux services téléphoniques filaires locaux choisissent le service téléphonique local de base; les autres 85 % des ménages ajoutent des services supplémentaires locaux qui peuvent être regroupés avec d'autres services de communication comme Internet, la télévision ou les services sans fil. Les chiffres indiqués ci-dessous indiquent le prix du service téléphonique local de base seul, dans un certain nombre de centres urbains et ruraux.

Centres urbains

Le diagramme à barres ci-dessous illustre la gamme de prix mensuels du service téléphonique local de base dans 24 grands centres urbains au Canada. Dans chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique la différence entre le prix le plus bas et le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de fournisseurs de service téléphonique local de base.

Graphique 5.2.2 Prix du service téléphonique local de base ($/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les principaux centres urbains



Source : Données recueillies par le CRTC

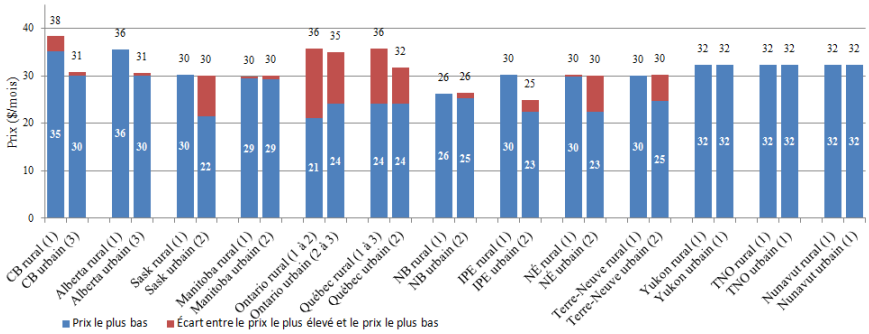
Ce graphique illustre la gamme de prix mensuels du service téléphonique local de base dans 24 grands centres urbains au Canada. Dans chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique la différence entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de fournisseurs de service téléphonique local de base.

Le prix du service téléphonique local de base varie d'un centre urbain à l'autre; il passe de 22 $ par mois à Saskatoon et Regina à 32 $ dans les principales communautés du Nord. Dans certains cas, plusieurs fournisseurs n'offraient pas le service téléphonique local de base tel que défini et ils ont indiqué le prix du service qui s'approchait le plus de la définition.

Communautés rurales

Comme le montre le graphique ci-dessous, le prix du service téléphonique local de base était généralement plus élevé dans les communautés rurales que dans les centres urbains, sauf en Ontario.

Graphique 5.2.3 Prix du service téléphonique local de base ($/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les communautés rurales, par province et territoire



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre la gamme des prix mensuels du service téléphonique local de base dans 54 communautés rurales du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique la différence entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente le nombre de fournisseurs de service téléphonique local de base ayant participé à l'enquête dans chaque communauté rurale.

Le prix mensuel du service téléphonique local de base varie dans les différentes communautés rurales répertoriées, de 21 $ à 36 $ pour les prix les plus bas et de 26 $ à 38 $ pour les plus élevés.

Dans certains cas, plusieurs fournisseurs de services n'offraient pas le service téléphonique local de base tel que défini et ils ont indiqué le prix du service qui s'approchait le plus de la définition.

Les communautés choisies pour l'enquête

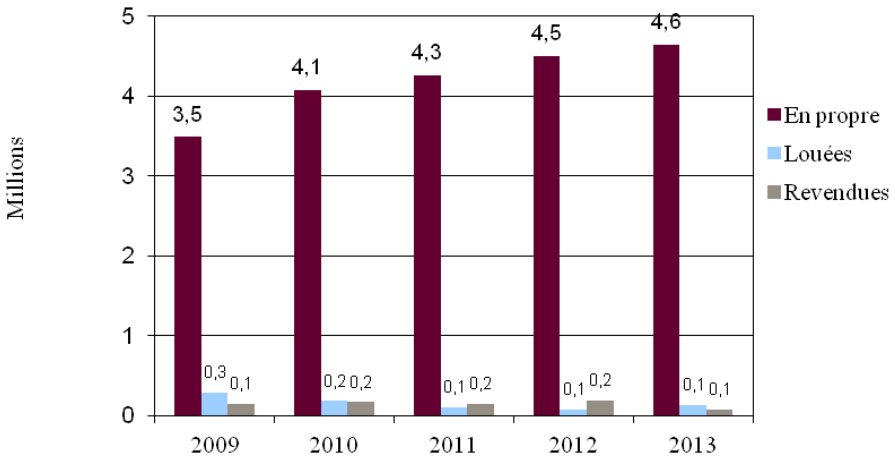
Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix du service téléphonique local de base dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km^2 ou un centre de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province doit être proportionnel à la population provinciale;
- les communautés ne doivent pas être regroupées.

L'annexe 4 donne la liste des communautés rurales.

e) Type d'installations locales

Graphique 5.2.4 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations



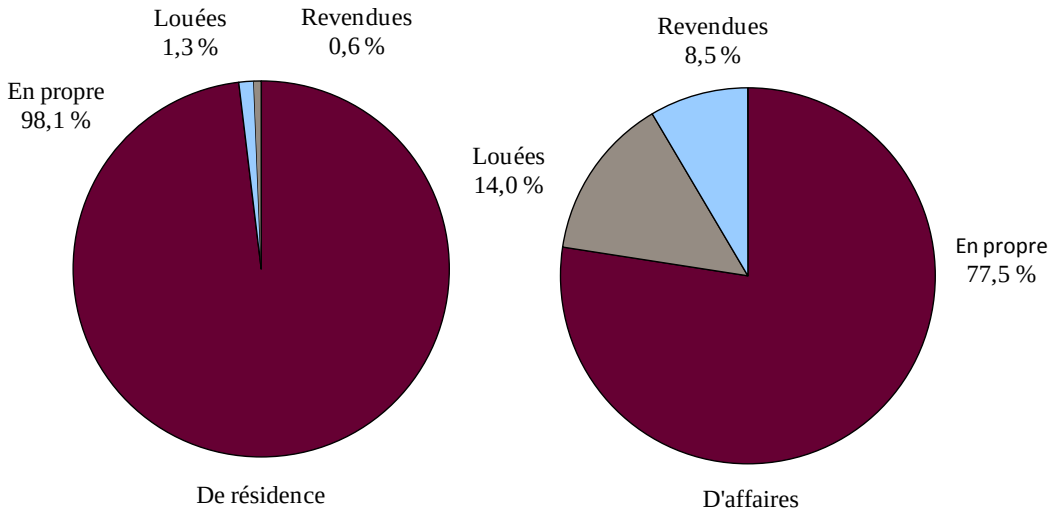
Les lignes louées sont des lignes acquises d'entreprises dotées de leurs propres installations.

Les lignes revendues assurent la liaison directe entre le réseau de base de l'entreprise dotée d'installations et le client.

Source : Données recueillies par le CRTC

Les autres FST concurrencent les FST titulaires. Ce tableau montre que les autres FST détiennent généralement leurs lignes en propre. Très peu d'entre eux louent ou achètent des lignes aux FST titulaires.

Graphique 5.2.5 Lignes locales de résidence et d'affaires exploitées par les autres FST, selon le type d'installations (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces deux graphiques comparent les pourcentages des lignes de détail détenues en propre par les autres FST pour les marchés des services de résidence et d'affaires. La plus forte proportion des lignes détenues en propre dans le marché des services de résidence par rapport au marché des services d'affaires peut être attribuée aux entreprises de câblodistribution.

f) Environnement concurrentiel

Tableau 5.2.9 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans le marché des services téléphonique locaux de détail, selon la province et par ligne (%)

Province	2009	2010	2011	2012	2013
Colombie-Britannique	75,6	67,3	65,2	60,9	61,4
Alberta	71,7	68,2	66,8	64,6	63,6
Saskatchewan	94,3	93,0	92,5	90,9	89,7
Manitoba	87,1	83,7	80,2	77,4	76,1
Ontario	73,4	70,2	67,6	66,4	64,8
Québec	67,0	62,8	58,0	55,5	53,9
Nouveau-Brunswick	87,5	85,1	83,1	81,6	72,5
Nouvelle-Écosse	70,4	67,8	65,1	65,8	65,6
Île-du-Prince-Édouard	79,2	74,7	71,7	71,3	71,5
Terre-Neuve-et-Labrador	90,6	89,4	90,9	81,2	83,8
Yukon	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	99,8
Territoires du Nord-Ouest	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	99,9
Nunavut	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	100,0
Canada	73,8	69,8	66,9	64,8	63,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Traditionnellement, quelques grands FST titulaires dominaient le marché canadien des services de télécommunication. Avec le temps, les marchés autrefois fermés se sont ouverts à la concurrence. Ce tableau montre le pourcentage de lignes locales de détail en service offertes par les FST titulaires, de 2009 à 2013.

Tableau 5.2.10 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans les marchés des services téléphoniques locaux de résidence et d'affaires, par ligne (%) et par région

Province	Principaux centres ou régions	Lignes de résidence		Lignes d'affaires	
		2012	2013	2012	2013
Colombie-Britannique	Vancouver	56,5	56,2	62,3	60,6
	Victoria	45,1	44,6	61,6	61,9
	Autres régions	63,3	65,9	73,7	75,3
Alberta	Calgary	49,6	48,8	61,0	59,0
	Edmonton	56,1	54,6	62,2	63,5
	Autres régions	78,9	77,4	88,0	87,6
Saskatchewan	Saskatoon	72,7	71,6	94,2	91,9
	Regina	83,0	81,4	97,6	97,0
	Autres régions	95,4	95,6	99,2	98,9
Manitoba	Winnipeg	56,1	53,3	82,6	87,4
	Autres régions	95,8	91,9	99,3	92,7
Ontario	Toronto	55,4	53,6	75,9	70,5
	Ottawa – Gatineau	53,4	56,7	88,8	86,8
	Hamilton	50,9	54,5	75,1	68,8
	London	56,3	53,5	76,9	71,4
	Kitchener – Waterloo	53,8	50,8	76,7	73,3
	St, Catharines – Niagara	59,6	57,9	80,8	70,7
	Windsor	61,9	59,8	68,1	61,5
	Oshawa	52,1	50,8	86,4	82,9
	Autres régions	73,0	73,8	77,4	79,7
Québec	Montréal	44,6	43,1	72,6	68,9
	Québec	38,0	36,8	68,2	60,9
	Autres régions	57,2	60,0	74,9	66,6
Nouveau-Brunswick	Fredericton	72,4	67,5	99,6	98,3
	Autres régions	72,1	60,0	99,3	98,5
Nouvelle-Écosse	Halifax	48,8	50,9	75,6	74,0
	Autres régions	68,2	67,5	82,1	82,4
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	51,7	54,7	75,2	78,8
	Autres régions	80,6	80,1	83,1	78,0
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's	70,3	65,8	99,3	98,2
	Autres régions	77,6	86,7	90,1	94,4
Yukon	Whitehorse	100,0	100,0	99,7	99,7
	Autres régions	100,0	100,0	99,5	99,5
Territoires du Nord-Ouest	Yellowknife	100,0	100,0	99,9	99,9
	Autres régions	100,0	100,0	99,9	99,9
Nunavut	Iqaluit	100,0	100,0	100,0	100,0
	Autres régions	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le pourcentage de lignes locales de résidence et d'affaires de détail en service offertes par les FST titulaires dans les grands centres urbains et dans les autres régions des provinces et territoires canadiens en 2012 et 2013. Les limites des grands centres urbains correspondent aux définitions données par Statistique Canada pour« région métropolitaine de recensement » et « agglomération de recensement ».

Tableau 5.2.11 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région

Région	2009	2010	2011	2012	2013
C.-B., Alberta	b	68	74	75	74
Saskatchewan	84	83	92	92	92
Manitoba	81	78	84	83	81
Ontario, Québec	55	61	71	70	69
Atlantique	80	81	83	83	86
Le Nord	97	97	97	97	98

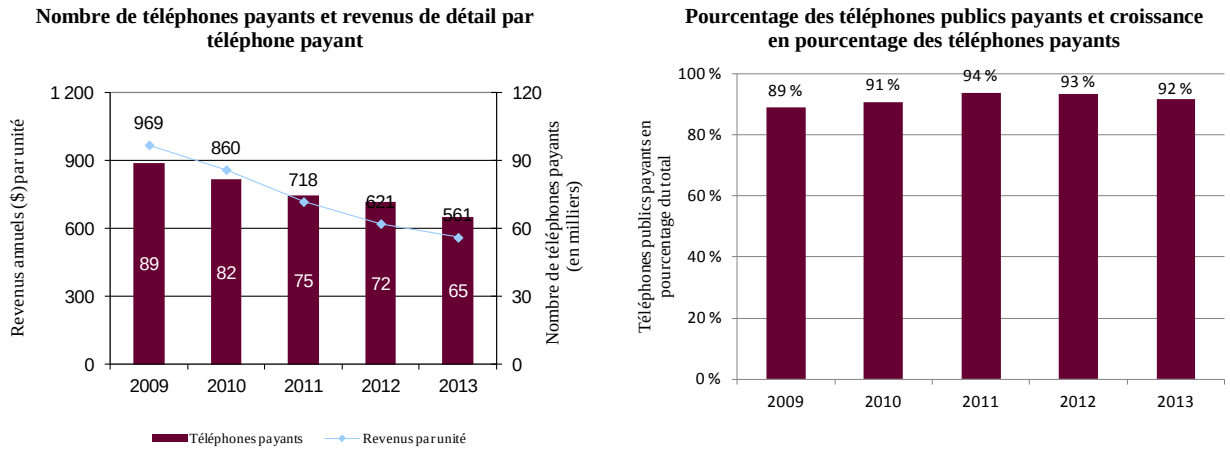
Source : Données recueillies par le CRTC

Traditionnellement, les grands FST détenaient le monopole des services interurbains au Canada. Avec l'arrivée de la concurrence en 1992, d'autres fournisseurs sont entrés sur le marché. Ce tableau montre le pourcentage des revenus des services interurbains de détail accaparés par les grands FST titulaires.

« Le Nord » inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

g) Service de téléphone payant

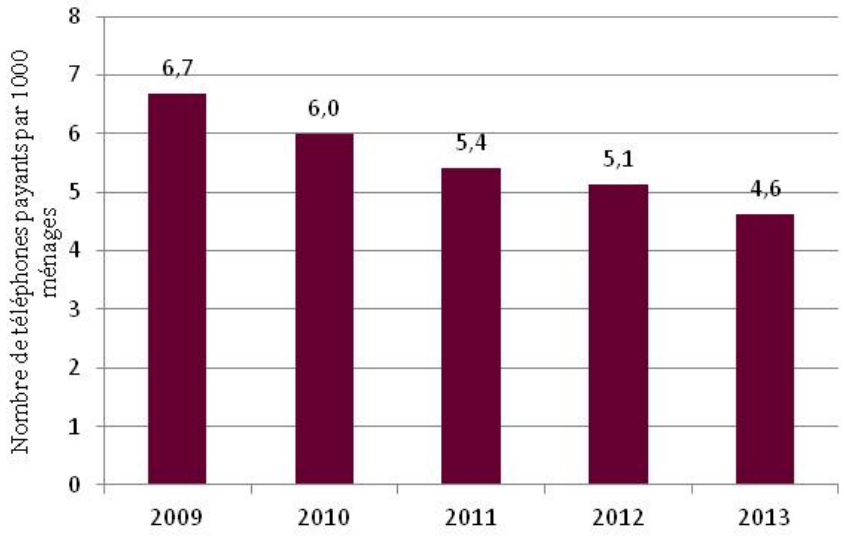
Graphique 5.2.6 Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires



Source : Données recueillies par le CRTC

Le nombre de téléphones payants détenus et exploités par les grands FST a baissé régulièrement entre 2009 et 2013. Les revenus par appareil ont également baissé. Cependant, le pourcentage de téléphones publics payants par rapport au total des téléphones payants est resté stable. Environ 10 % des téléphones payants sont équipés de téléimprimeurs.

Graphique 5.2.7 Nombre de téléphones payants par 1000 ménages



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre que l'importance des téléphones payants au Canada pour 1000 ménages a baissé régulièrement de 2009 à 2013.

5.3 Secteur du marché des services Internet et disponibilité de la large bande

En 2013, il y avait plus de 500 fournisseurs de services Internet (FSI) dans l'ensemble du Canada. On comptait parmi eux des fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires, des entreprises de câblodistribution, des compagnies de téléphone de services publics et des fournisseurs de services sans fil fixes et des revendeurs.

Graphique 5.3.0 Revenus des services de télécommunication de détail (41,1 milliards de dollars, 2013)

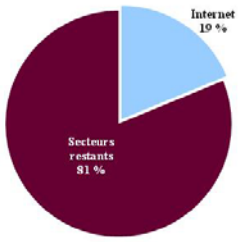


Tableau 5.3.0 Aperçu du secteur du marché des services Internet de détail et de la disponibilité de la large bande

	2012		2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus (milliards $)	7,2		7,7	*7,3*
Services d'accès et de transport Internet				
Services de résidence	5,4		5,9	*10,6*
Services d'affaires	1,2		1,2	*3,4*
Autres	0,6		0,5	*-13,0*
Abonnés des services de résidence (millions)	11,0		11,3	*2,7*
Revenus attribuables aux services d'accès haute vitesse de résidence par abonné, par mois	41,80 $		44,87 $	
Part de marché des revenus des services d'accès Internet				
Les 5 principaux FSI (y compris les affiliés)	76 %		75 %	
Entreprises de câblodistribution	52 %		51 %	
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	37 %		37 %	
Pénétration des services de résidence :	79 %		80 %	
Toutes les vitesses				
Haute vitesse (256 kbps et plus)	78 %		79 %	
Large bande (1,5 Mbps et plus)	75 %		77 %	
Large bande (5 Mbps et plus)	62 %		67 %	
Nombre moyen de gigaoctets téléchargés par mois et par abonné des services de résidence	28,4		44,8	*57,7*
Nombre moyen de gigaoctets téléversés par mois et par abonné des services de résidence	5,4		6,0	*11,0*
Taux de résiliation mensuel moyen des services haute vitesse de résidence	1,83 %		1,64 %	
Taux de résiliation mensuel moyen des services haute vitesse d'affaires	2,04 %	#	1,67 %	
Disponibilité de la large bande pour des services de résidence (à l'exclusion du satellite)				
Nationale	97 %		97 %	
Urbaine	100 %		100 %	
Rurale	85 %		84 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

En 2013, on a répertorié plus de 500 FSI au Canada. Les cinq plus importants — Bell Canada, Québecor Media Inc., Rogers Communications, Shaw Communications et la Société TELUS Communications — dominaient le marché canadien des services Internet. Ce tableau donne un aperçu du marché des services Internet. Il présente les revenus totaux et les revenus par sous-secteur de marché, le nombre d'abonnés, les revenus par abonné, les parts de marché des entreprises, les taux de pénétration des services Internet, la moyenne mensuelle des téléchargements et téléversements des abonnés, les taux de résiliation des services de résidence et d'affaires. Le tableau exclut les données sur les services Internet sans fil car celles-ci sont comptabilisées dans la section sur les services sans fil. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Ce tableau indique aussi le pourcentage de ménages canadiens ayant à leur disposition des services d'accès Internet à large bande, dans les centres urbains, dans les communautés rurales et à l'échelle nationale. Tous les ménages canadiens des centres urbains peuvent accéder aux services d'accès Internet à large bande contre seulement 84 % des ménages dans les communautés rurales.

Le transport Internet signifie le transport du trafic Internet entre réseaux.

Les revenus mensuels par abonné sont calculés en divisant les revenus annuels des services d'accès Internet de résidence par le nombre annuel moyen d'abonnés. Le résultat est ensuite divisé par 12 pour obtenir le montant mensuel. Le nombre moyen d'abonnés est déterminé en divisant par deux la somme du nombre d'abonnés au début et à la fin de l'année.

Le taux de résiliation est calculé en divisant le nombre d'abonnés qui ont mis fin au service au cours d'un mois donné, par le nombre moyen d'abonnés pour ce même mois.

Diverses technologies servent à fournir les services Internet. Les FST titulaires dépendent essentiellement de leur réseau téléphonique local sur fils de cuivre utilisant la ligne d'abonné numérique (LAN), la fibre jusqu'au domicile ou la fibre jusqu'au nœud (un socle dans le voisinage). Dans le dernier cas, les fils de cuivre prennent le relais pour assurer la connexion jusqu'à l'abonné. Les entreprises de câblodistribution dépendent de leur réseau de câble coaxial via un modem câble et des installations de fibre optique pour fournir les services Internet. Les autres technologies utilisées pour fournir les services Internet sont le satellite, le sans-fil fixe et la ligne commutée.

Les revendeurs de services Internet sont des FSI indépendants qui utilisent les installations des FST titulaires dotés d'installations ou des entreprises de câblodistribution pour rejoindre leur clientèle. Les FSI qui travaillent dans les régions rurales ou éloignées dépendent des installations de services sans fil fixes et de satellite.

La présente section donne des renseignements sur les revenus des services Internet de résidence et d'affaires ainsi que sur la demande (le nombre d'abonnés aux services Internet), le tout sur une période de cinq ans afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple le revenu moyen par abonné et des données sur la part de marché, ainsi que celles sur les forfaits de services Internet et les prix. Cette section exclut les revenus et les données relatives aux appareils portatifs qui accèdent à Internet. Ces données font partie de la section sur les services sans fil.

Qu'est-ce que le service sans fil fixe?

On entend par « sans-fil fixe » l'utilisation du spectre autorisé ou non autorisé pour fournir des services de communications aux abonnés. Une tour située dans les environs du domicile des abonnés permet d'assurer la connexion. Cette tour peut être connectée au réseau par satellite, ligne terrestre (fibre optique ou câble de cuivre) ou d'autres installations.

a) Revenus

Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet de détail (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Services de résidence						
Accès par câble téléphonique	141	96	69	43	32	*-30,7*
Accès haute vitesse	4 144	4 442	4 853	5 325	5 906	*9,3*
Total – Services de résidence	4 285	4 538	4 923	5 369	5 938	*8,5*
Croissance annuelle (%)	*9,9*	*5,9*	*8,5*	*9,1*	*10,6*	
Services d'affaires						
Accès	1 019	1 125	1 142	1 138	1 171	*3,5*
Transport	67	77	52	65	71	*1,8*
Total – Services d'affaires	1 086	1 202	1 194	1 202	1 243	*3,4*
Croissance annuelle (%)	*1,2*	*10,7*	*-0,6*	*0,7*	*3,4*	
Applications, équipements et autres services Internet associés	772	686	674	625	544	*-8,4*
Croissance annuelle (%)	*-8,0*	*-11,0*	*-1,8*	*-7,3*	*-13,0*	
Total	6 142	6 426	6 791	7 196	7 724	*5,9*
Croissance annuelle (%)	*5,7*	*4,6*	*5,7*	*6,0*	*7,3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2009 à 2013, les types de services offerts aux Canadiens par les FSI ont beaucoup varié. Plus de 90 % de la clientèle des services de résidence avait un grand choix de FSI sur diverses plateformes. Ce tableau donne un aperçu des revenus des services Internet de résidence et d'affaires. Les revenus des services de résidence ont augmenté plus vite que ceux des services d'affaires, soit de 8,5 % contre 3,4 % de 2009 à 2013.

En raison des changements dans la manière de rapporter les données des entreprises en 2009 et 2011, les données sur le transport des services d'affaires ne peuvent pas être comparées à celles des années précédentes.

Les types de services Internet disponibles varient selon la vitesse de téléchargement de la connexion Internet. La vitesse de connexion la plus lente est celle par câble téléphonique à 64 kilobits par seconde (kbps). La vitesse suivante, c'est-à-dire toute vitesse de téléchargement supérieure à 256 kbps, est la haute vitesse.

On entend par « **transport des services d'affaires** » le transfert du trafic Internet entre les réseaux; il est généralement utilisé par les grandes entreprises.

Tableau 5.3.2 Revenus des services Internet de résidence, par type de service (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	92	64	46	30	20	*-31,9*
Haute vitesse	1 506	1 588	1 732	1 860	2 136	*9,1*
Total	1 598	1 652	1 778	1 890	2 155	*7,8*
Croissance annuelle (%)	*5,0*	*3,4*	*7,7*	*6,3*	*14,0*	
Entreprises de câblodistribution						
Ligne commutée	1	1	1	0	0	*-38,0*
Haute vitesse	2 419	2 572	2 811	3 065	3 293	*8,0*
Total	2 420	2 573	2 811	3 065	3 293	*8,0*
Croissance annuelle (%)	*13,6*	*6,3*	*9,2*	*9,1*	*7,4*	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Ligne commutée	48	31	23	12	12	*-28,8*
Haute vitesse	219	282	310	400	477	*21,5*
Total	267	313	332	413	490	*16,4*
Croissance annuelle (%)	*8,7*	*17,4*	*6,3*	*24,0*	*18,6*	
Total des éléments ci-dessus						
Ligne commutée	141	96	69	43	32	*-30,7*
Haute vitesse	4 144	4 442	4 853	5 325	5 906	*9,3*
Total − Services Internet de résidence	4 285	4 538	4 923	5 369	5 938	*8,5*
Croissance annuelle (%)	*9,9*	*5,9*	*8,5*	*9,1*	*10,6*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus de services Internet de résidence par câble téléphonique et haute vitesse, par type de fournisseur.

Tableau 5.3.3 Revenus des services Internet d'affaires, par type de service (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Accès Internet						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	444	478	481	499	501	*3,1*
Entreprises de câblodistribution	227	284	309	273	306	*7,7*
Total	671	762	790	772	807	*4,7*
Croissance annuelle (%)	*2,1*	*13,5*	*3,7*	*-2,3*	*4,5*	
Autres fournisseurs (entreprises de câblodistribution exclues)						
FST titulaires (activités hors territoire)	93	81	81	81	79	*-3,9*
Reste des autres fournisseurs de services	255	282	272	285	285	*2,8*
Total	348	364	353	366	364	*1,1*
Croissance annuelle (%)	*2,6*	*4,5*	*-3,1*	*3,7*	*-0,4*	
Total – Accès Internet	1 019	1 125	1 142	1 138	1 171	*3,5*
Croissance annuelle (%)	*2,3*	*10,4*	*1,5*	*-0,4*	*3,0*	
Transport	67	77	52	65	71	*1,8*
Croissance annuelle (%)	*-12,8*	*15,2*	*-32,4*	*25,0*	*10,4*	
Total – Revenus de services Internet d'affaires	1 086	1 202	1 194	1 202	1 243	*3,4*
Croissance annuelle (%)	*1,2*	*10,7*	*0,6*	*0,7*	*3,4*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu des revenus des services Internet d'affaires par type de fournisseur. De 2009 à 2013, le marché des services Internet d'affaires a augmenté de 3,4 % par an. Parmi tous les fournisseurs, ce sont les entreprises de câblodistribution qui ont connu la plus forte croissance annuelle, soit 7,7 %.

b) Données relatives à la demande

Tableau 5.3.4 Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur (milliers)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	286	210	137	97	70	*-29,6*
Croissance annuelle (%)	*-33,9*	*-26,6*	*-34,9*	*-28,8*	*-27,9*	
Part du total − Ligne commutée (%)	*58,8*	*57,3*	*55,5*	53,2	*57,1*	
Haute vitesse	3 673	3 762	3 874	4 014	4 172	*3,2*
Croissance annuelle (%)	*2,5*	*2,4*	*3,0*	*3,6*	*3,9*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*38,4*	*37,6*	*37,2*	37,1	*37,5*	
Total	3 959	3 972	4 011	4 111	4 242	*1,7*
Croissance annuelle (%)	*-1,4*	*0,3*	*1,0*	*2,5*	*3,2*	
Part du total (%)	*39,3*	*38,3*	*37,6*	37,4	*37,7*	
Entreprises de câblodistribution						
Ligne commutée	14	10	7	6	2	*-38,4*
Croissance annuelle (%)	*-24,4*	*-23,0*	*-28,9*	*-14,6*	*-69,2*	
Part du total − Ligne commutée (%)	*2,8*	*2,8*	*3,0*	3,5	*1,6*	
Haute vitesse	5 358	5 642	5 839	5 925	5 931	*2,6*
Croissance annuelle (%)	*7,4*	*5,3*	*3,5*	*1,5*	*0,1*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*56,0*	*56,4*	*56,0*	54,8	*53,3*	
Total	5 372	5 653	5 846	5 932	5 933	*2,5*
Croissance annuelle (%)	*7,3*	*5,2*	*3,4*	*1,5*	*0,0*	
Part du total (%)	*53,4*	*54,5*	*54,8*	*54,0*	*52,7*	
Autres fournisseurs de services						
Ligne commutée	187	146	102	79	51	*-27,8*
Croissance annuelle (%)	*-33,6*	*-21,7*	*-30,1*	*-22,3*	*-36,1*	
Part du total − Ligne commutée (%)	*38,4*	*39,9*	*41,5*	43,4	*41,3*	
Haute vitesse	545	604	712	870	1 025	*17,1*
Croissance annuelle (%)	*8,2*	*10,8*	*18,0*	*22,1*	*17,8*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*5,7*	*6,0*	*6,8*	8,1	*9,2*	
Total	731	750	815	950	1 076	*10,1*
Croissance annuelle (%)	*8,2*	*2,5*	*8,6*	*16,6*	*13,3*	
Part du total (%)	*7,3*	*7,2*	*7,6*	8,6	*9,6*	
Total des éléments ci-dessus						
Ligne commutée	486	366	246	183	123	*-29,1*
Croissance annuelle (%)	*-33,6*	*-24,6*	*-32,8*	*-25,7*	*-32,9*	
Part du total (%)	*4,8*	*3,5*	*2,3*	1,7	*1,1*	
Haute vitesse	9 576	10 008	10 426	10 809	11 128	*3,8*
Croissance annuelle (%)	*5,5*	*4,5*	*4,2*	*3,7*	*2,9*	
Part du total (%)	*95,2*	*96,5*	*97,7*	*98,3*	*98,9*	
Total général	10 062	10 375	10 672	10 992	11 251	*2,8*
Croissance annuelle (%)	*2,6*	*3,1*	*2,9*	*3,0*	*2,3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les abonnés des services Internet de résidence reçoivent les services Internet de divers fournisseurs. Ce tableau indique le nombre d'abonnés et le taux de croissance annuelle par type de fournisseur de 2009 à 2013. Dans l'ensemble, la croissance annuelle du nombre d'abonnés aux services Internet reste relativement stable à environ 3 %, c'est-à-dire trois fois le taux de croissance de la population canadienne indiqué par les données de Statistique Canada.

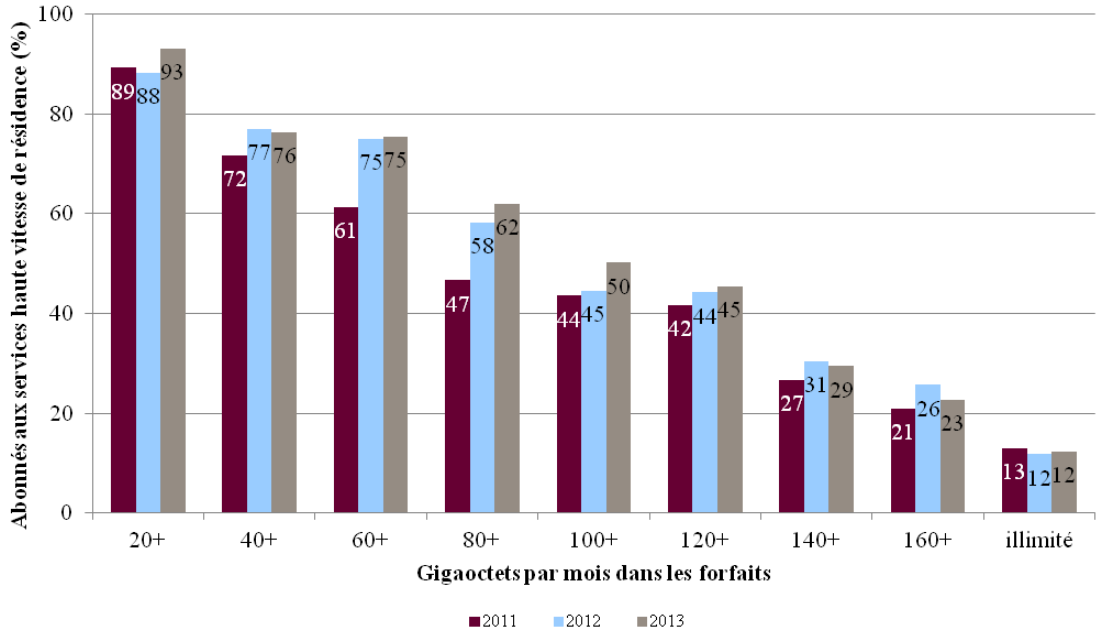
Tableau 5.3.5 Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur (milliers)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Ligne commutée	113	84	72	61	54	*-16,8*
Croissance annuelle (%)	*-18,1*	*-26,0*	*-13,5*	*-15,2*	*-11,8*	
Haute vitesse						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	431	447	452	444	470	*2,2*
Croissance annuelle (%)	*0,0*	*3,6*	*1,3*	*-1,8*	*5,8*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*55,5*	*55,2*	*52,8*	*50,4*	*48,6*	
Entreprises de câblodistribution	176	199	232	268	310	*15,2*
Croissance annuelle (%)	*12,0*	*13,3*	*16,6*	*15,1*	*15,8*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*22,6*	*24,6*	*27,1*	*30,4*	*32,0*	
FST titulaires (activités hors territoire)	12	11	19	19	17	*9,4*
Croissance annuelle (%)	*-21,3*	*-8,2*	*76,5*	*-3,9*	*-8,0*	
Part du total − Haute vitesse (%)	*1,5*	*1,4*	*2,3*	*2,1*	*1,8*	
Autres fournisseurs à l'exclusion des entreprises de câblodistribution et des FST titulaires (activités hors territoire)	158	152	152	150	170	*1,8*
Croissance annuelle (%)	*-2,3*	*-3,8*	*-0,2*	*-1,1*	*13,1*	
Part du total− Haute vitesse (%)	*20,4*	*18,8*	*17,7*	*17,1*	*17,6*	
Total − Haute vitesse	777	809	856	881	967	*5,6*
Croissance annuelle (%)	*1,5*	*4,1*	*5,8*	*2,8*	*9,8*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre d'abonnés aux services Internet d'affaires ainsi que les taux de croissance des abonnements, par type de fournisseur entre 2009 et 2013.

Graphique 5.3.1 Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence par gigaoctet de capacité de téléchargement



Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens utilisent Internet pour des tâches qui nécessitent toujours davantage de largeur de bande. Ce graphique illustre la capacité de téléchargement mensuelle pour les abonnés aux services Internet haute vitesse en 2011, 2012 et 2013.

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.3.6 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par vitesse de téléchargement

Vitesse en aval	2009	2010	2011	2012		2013
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	19,55 $	25,18 $	33,86 $	35,97 $		35,36 $
Large bande de 300 à 1 400 kbps	26,84 $	28,87 $	33,03 $	35,83 $	#	35,49 $
Large bande						
1,5 à 4 Mbps	32,46 $	33,57 $	32,87 $	41,87 $	#	31,45 $
5 à 9 Mbps	41,14 $	42,23 $	40,97 $	44,05 $	#	46,10 $
10 à 15 Mbps	44,43 $	39,67 $	42,11 $	40,62 $	#	48,17 $
16 Mbps et plus	65,08 $	53,71 $	51,63 $	46,83 $		59,87 $
16 à 49 Mbps	-	51,66 $	50,76 $	44,85 $		58,69 $
50 Mbps et plus	-	75,80 $	78,06 $	59,69 $		66,05 $
Total de l'échantillonnage	37,80 $	38,96 $	39,80 $	43,80 $	#	49,64 $

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le revenu mensuel moyen des FST par abonné pour des services Internet de diverses vitesses. Toutes les données excluent les revenus de location de modem. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Le revenu mensuel moyen par abonné par vitesse a été calculé en divisant le revenu moyen total d'un mois pour chaque catégorie de vitesse par le nombre total d'abonnés à chaque vitesse du service pendant ce mois. Le mois utilisé était celui de décembre ou le mois le plus récent dont les données étaient disponibles.

Tableau 5.3.7 Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse en aval

Vitesse en aval	2009	2010		2011	2012		2013
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	11,75	-		-	-		-
Large bande de 300 à 1 400 kbps	3,04	7,20		14,90	17,89	#	25,42
Large bande							
1,5 à 4 Mbps	32,20	24,69	#	69,06	94,93	#	68,22
5 à 9 Mbps	42,80	49,07	#	80,81	76,78	#	48,46
10 à 15 Mbps	69,53	74,55	#	74,22	106,74	#	99,84
16 Mbps et plus	104,14	116,90	#	179,58	160,23		168,94
16 à 49 Mbps	-	112,27	#	176,98	131,50		142,14
50 Mbps et plus	-	165,33	#	236,54	364,80		362,86
Total de l'échantillonnage	40,32	48,14	#	81,11	103,48	#	99,24

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement des forfaits de services Internet de résidence par vitesse en aval. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

La limite moyenne pondérée de téléversement/téléchargement a été calculée pour chaque catégorie de vitesse en aval d'après le nombre d'abonnés aux forfaits avec limite de téléversement/téléchargement.

Tableau 5.3.8 Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps) par vitesse en aval

Vitesse en aval	2009	2010	2011	2012		2013
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	152	209	178	168		136
Large bande de 300 à 1 400 kbps	267	352	314	313	#	291
Large bande						
1,5 à 4 Mbps	656	584	666	651		768
5 à 9 Mbps	723	870	855	1 118	#	809
10 à 15 Mbps	751	797	876	2 519	#	2 407
16 Mbps et plus	1 085	1 735	2 693	4 291		6 656
16 à 49 Mbps	-	1 661	2 662	2 912		4 133
50 Mbps et plus	-	2 529	3 667	13 199		19 890
Total de l'échantillonnage	652	769	961	2 009	#	3 031
Vitesse de téléchargement − Moyenne pondérée	5 945	7 060	8 238	12 610	#	15 465

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la vitesse moyenne pondérée de téléversement des services Internet de résidence selon diverses vitesses en aval de 2009 à 2013. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

La vitesse moyenne pondérée de téléversement a été calculée pour chaque tranche de vitesse en aval selon le nombre d'abonnés au forfait.

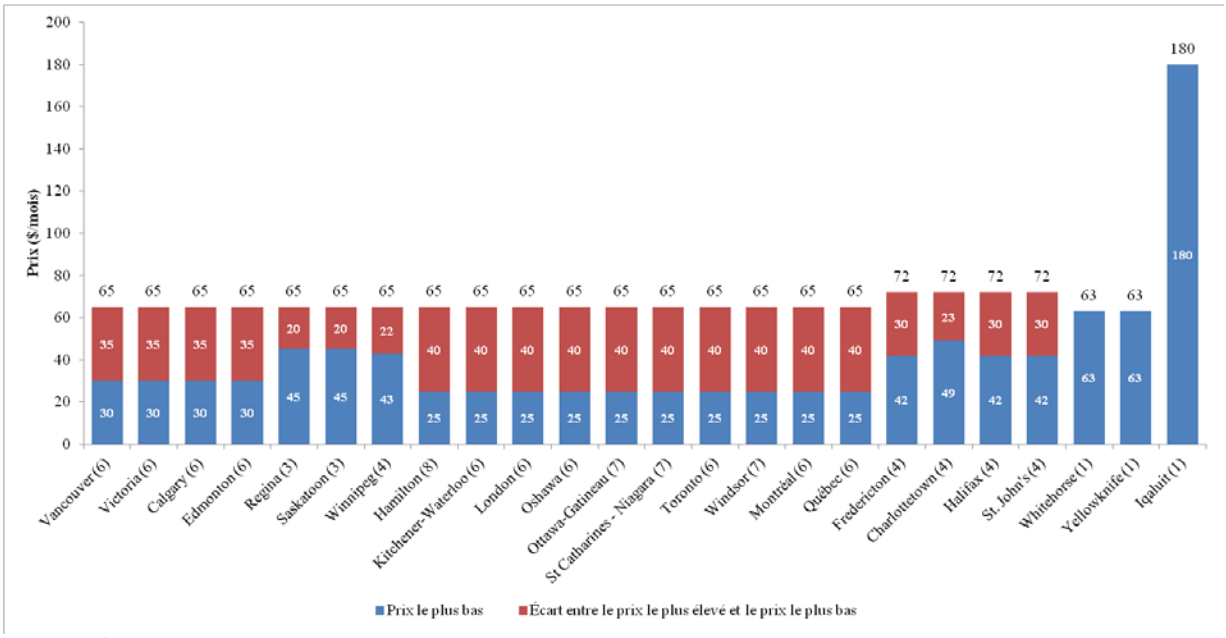
d) Prix

En 2013, environ 67 % des ménages étaient abonnés à un service Internet à large bande de 5 mégaoctets par seconde (Mbps) ou plus. Les ménages des centres urbains payaient généralement moins cher et avaient un plus grand choix de FSI que les ménages des communautés rurales.

On a demandé aux entreprises de déclarer le prix du service le moins cher qu'elles vendent et qui offre une vitesse d'au moins 5 Mbps. Certains fournisseurs n'offrent que des options qui ont des vitesses plus rapides que 5 Mbps. Elles ont été incluses dans l'analyse qui suit.

Centres urbains

Graphique 5.3.2 Prix d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et nombre de fournisseurs dans les centres urbains



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le prix mensuel d'un service Internet de 5 Mbps dans 24 centres urbains au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom du centre urbain représente le nombre de FSI dans ce centre.

Les prix mensuels du service Internet de 5 Mbps variaient de 25 $ à 63 $ pour les plus bas et de 63 $ à 72 $ pour les plus élevés, sauf à Iqaluit où les abonnés payaient 180 $ par mois pour ce service Internet. Les limites de données constituaient des éléments distinctifs des fournisseurs et des centres urbains.

Dans les provinces, les abonnés des centres urbains avaient généralement le choix entre trois et sept fournisseurs alors que dans les centres urbains des territoires, le choix de fournisseurs était limité.

Les fournisseurs de services et les centres urbains peuvent être différenciés selon les limites d'utilisation de données imposées. Les faibles utilisateurs d'Internet devraient profiter davantage de ces limites d'utilisation que les grands utilisateurs. Parmi les 17 fournisseurs de services :

- huit offraient un service illimité;
- dix imposaient des limites d'utilisation de données de 15 Go à 300 Go;
- Un imposait des limites de données qui variaient d'un centre urbain à l'autre; aucune limite n'était imposée dans un seul centre urbain.

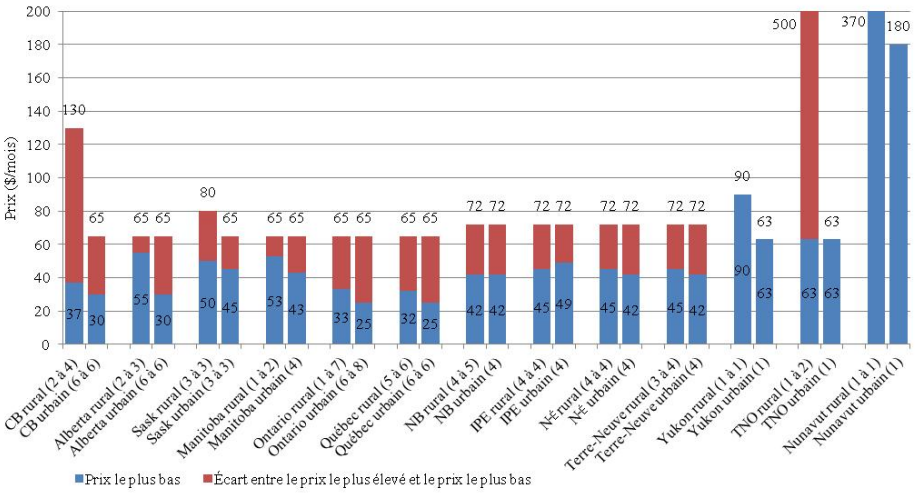
Communautés rurales

Comme l'illustre le graphique qui suit, le prix d'un service Internet de 5 Mbps était généralement plus élevé dans les communautés rurales que dans les centres urbains, sauf au Nouveau-Brunswick.

Le prix d'un service Internet de 5 Mbps dans les communautés rurales variait entre 32 $ et 90 $ par mois pour les moins chers, et entre 65 $ et 130 $ par mois pour les plus chers, sauf dans les communautés rurales du Nunavut et des Territoires du Nord-Ouest où les abonnés à ce service Internet payaient respectivement 370 $ et jusqu'à 500 $ par mois.

Les abonnés aux services Internet vivant dans des communautés rurales avaient généralement accès à moins de fournisseurs que ceux dans les centres urbains. Les abonnés des régions rurales avaient généralement un choix de un à cinq fournisseurs de services Internet.

Graphique 5.3.3 Comparaison du prix du service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et du nombre de fournisseurs dans les centres urbains et ruraux



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre l'échelle de prix mensuels d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) dans 54 communautés rurales au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente la gamme de fournisseurs de services parmi les communautés ou les centres. Par exemple, CB rural 2 à 4 signifie que le nombre de fournisseurs parmi les communautés rurales en Colombie-Britannique choisies pour cette enquête variait de 2 à 4.

Sur quelles communautés est basée l'enquête?

Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix des services sans fil dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km^2 ou un centre-ville de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population de chaque province/territoire;
- les communautés n'étaient pas rassemblées sur un même territoire.

La liste des communautés rurales se trouve à l'annexe 4.

e) Tendances de consommation

En 2009, 46,5 % des revenus des services d'accès Internet des FSI provenaient de forfaits avec des vitesses de téléchargement de 5 et 9 Mbps. Les forfaits à vitesse moindre représentaient 30,1 % de leurs revenus et ceux à vitesse supérieure 23,4 %. Quatre ans plus tard, les forfaits de 5 à 9 Mbps ne constituaient plus la part la plus importante des revenus à 30,5 %, alors que les forfaits à plus basse vitesse n'en représentaient plus que 6,9 %, et que les revenus des forfaits à plus haute vitesse augmentaient à 62,6 %.

Tableau 5.3.9 Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval

Vitesse en aval	2009	2010	2011	2012	2013
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	0,6	0,2	0,3	0,3 #	0,2
Large bande de 300 à 1 400 kbps	8,6	4,3	3,6	2,4 #	2,1
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	20,9	20,9	20,3	17,4 #	4,6
5 à 9 Mbps	46,5	49,1	47,0	41,6 #	30,5
10 à 15 Mbps	22,4	22,8	16,5	9,3 #	24,8
16 Mbps et plus	1,0	2,7	12,3	29,1 #	37,8
16 à 49 Mbps	-	2,4	11,8	24,1 #	31,1
50 Mbps et plus	-	0,3	0,6	5,0 #	6,7
Total de l'échantillonnage	320,7	350,0	375,7	427,6 #	494,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la répartition des revenus des FSI provenant de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse de téléchargement. Les données excluent les revenus de location d'équipement de terminal. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

En 2013, les Canadiens s'abonnaient à des services Internet à plus haute vitesse qu'en 2009, époque à laquelle les forfaits les plus populaires avaient une vitesse de téléchargement de 5 à 9 Mbps et représentaient 42,6 % de tous les abonnements. Les forfaits Internet à plus basse vitesse représentaient 37,8 % et ceux à plus haute vitesse 19,6 % de tous les abonnements. Quatre ans plus tard, les forfaits les plus populaires étaient toujours ceux de 5 à 9 Mbps. Cependant, le pourcentage des abonnés à ces forfaits avait baissé à 32,8 %. À noter qu'en 2013, le pourcentage des abonnés aux forfaits Internet à basse vitesse (moins de 5 Mbps) avait baissé à 10,3 % alors que celui des abonnés à des forfaits à plus haute vitesse (plus de 9 Mbps) avait presque triplé et atteint 56,9 % par rapport à 2009.

Tableau 5.3.10 Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval

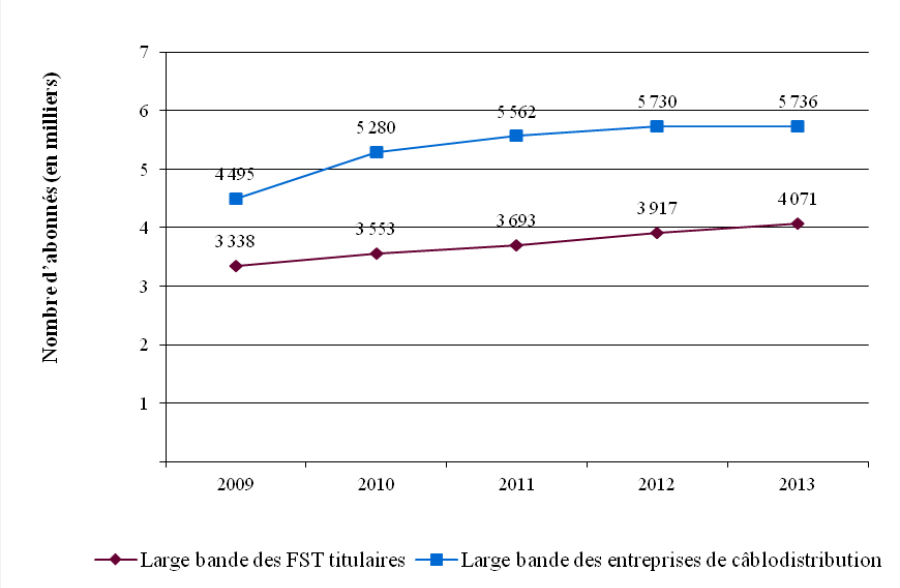
Vitesse en aval	2009	2010	2011	2012		2013
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	1,1	0,3	0,4	0,3		0,3
Large bande de 300 à 1 400 kbps	12,2	5,8	4,3	2,9	#	2,7
Large bande						
1,5 à 4 Mbps	24,5	24,2	24,6	18,2	#	7,3
5 à 9 Mbps	42,6	45,3	45,6	41,3	#	32,8
10 à 15 Mbps	19,0	22,4	15,6	10,1	#	25,6
16 Mbps et plus	0,6	2,0	9,5	27,2	#	31,4
16 à 49 Mbps	-	1,8	9,2	23,5	#	26,3
50 Mbps et plus	-	0,2	0,3	3,6	#	5,0
Total de l'échantillonnage	8 516,8	8 983,1	9 440,3	9 761,1	#	9 970,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données illustrent la répartition, en pourcentage, des abonnements aux services d'accès Internet de résidence selon la vitesse en aval. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

f) Environnement concurrentiel

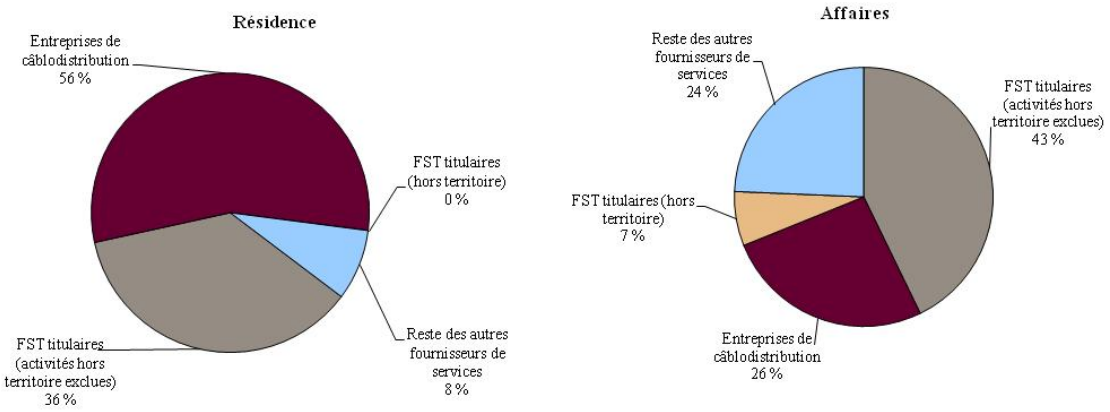
Graphique 5.3.4 Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique indique le nombre d'abonnés aux services d'accès Internet à large bande à une vitesse de téléchargement de 1,5 Mbps ou plus offerts par les FST et les entreprises de câblodistribution de 2009 à 2013.

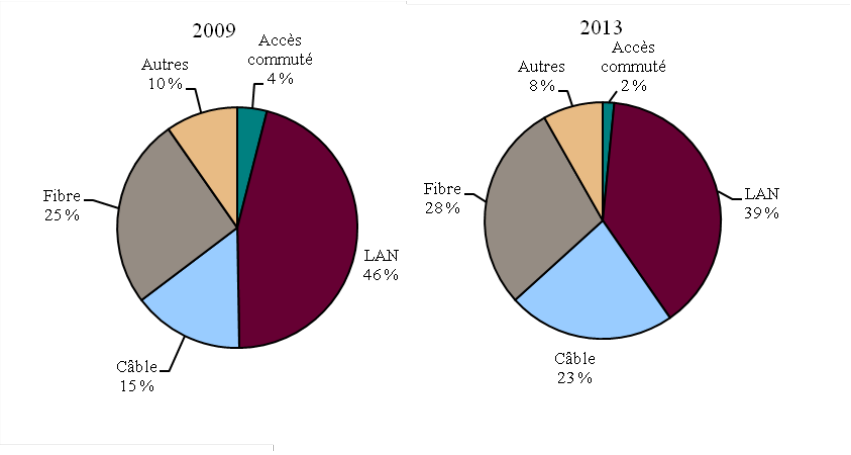
Graphique 5.3.5 Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et par type de fournisseur (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques à secteurs illustrent les segments des marchés des services de résidence et d'affaires par type de fournisseur en 2013.

Graphique 5.3.6 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès en 2009 et en 2013



Source : Données recueillies par le CRTC

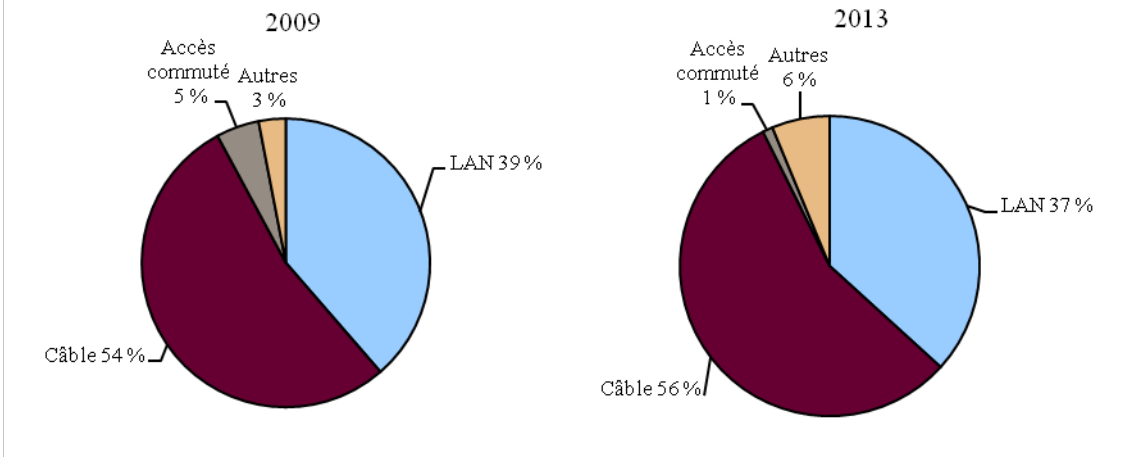
Ces graphiques à secteurs comparent, selon la technologie d'accès, les revenus des services d'accès Internet de 2009 avec ceux de 2013. Le segment « Autres » reflète d'autres technologies comme celles des services sans fil fixes et des services par satellite.

Qu'entend-t-on par satellite?

Les satellites peuvent fournir des services d'accès Internet. Les connexions sont établies entre une station terrestre au sol (avec des équipements comme les soucoupes satellitaires) et un satellite dans l'espace. Les satellites peuvent prendre en charge les diverses bandes de fréquences (C, Ku et Ka).

Les services Internet par satellite fournis qui utilisent la bande C nécessitent une grande soucoupe qui dessert généralement toute une communauté. Les services d'accès Internet par la bande Ka, et dans une moindre mesure par la bande Ku, passent par une petite soucoupe installée chez le client.

Graphique 5.3.7 Abonnés aux services d'accès Internet de résidence par technologie d'accès en 2009 et en 2013



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces diagrammes comparent les technologies des services d'accès Internet utilisées par les abonnés des services de résidence en 2009 avec celles utilisées en 2013.

Les Canadiens peuvent accéder à la large bande à l'aide d'installations filaires ou sans fil. Ces installations, qui permettent l'évolution des services, créent de nouvelles expériences pour les Canadiens, de celles qui ressemblent à la télévision et la radio aux nouveaux services et programmes hautement interactifs offrant aux consommateurs un contrôle et des choix accrus. Les consommateurs peuvent participer au monde numérique avec leurs appareils au moment et à l'endroit de leur choix.

Les sections suivantes portent sur la disponibilité des services d'accès Internet à large bande, les exigences de capacité qui doivent être satisfaites pour participer à l'environnement numérique, ainsi que les effets de ces exigences sur le comportement des consommateurs. Elles se penchent aussi sur certaines technologies relatives aux secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada.

Cible pour la large bande

Sauf indication contraire dans les tableaux et graphiques qui suivent, la large bande est définie comme une technologie offrant une vitesse de téléchargement d'au moins 1,5 Mbps.

Dans la politique réglementaire de télécom 2011-291, le CRTC a établi ses objectifs relatifs aux services d'accès Internet à large bande comme suit. Tous les Canadiens devraient avoir accès à des vitesses cibles de l'ordre de 5 mégabits par seconde (Mbps) pour le téléchargement et de 1 Mbps pour le téléversement, d'ici la fin de 2015.

g) *Exigences relatives à la capacité*

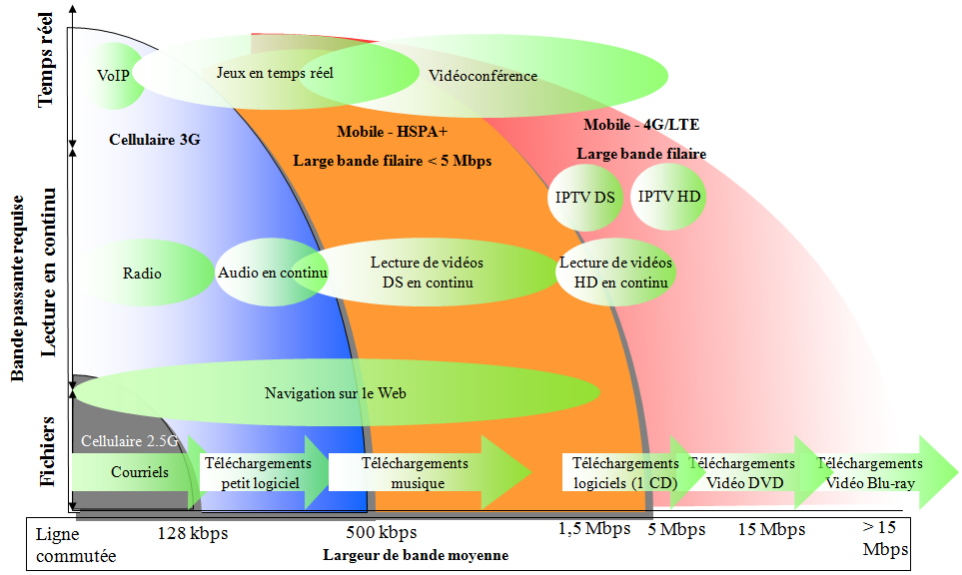
La présente section examine l'état de la situation en ce qui concerne l'accès des Canadiens aux services d'accès Internet à large bande et les exigences relatives à la capacité.

Plus de 99 % des ménages sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande fixe ainsi qu'à la large bande mobile (c'est-à-dire l'accès par paquets en liaison à haute vitesse évolué [HSPA+] et les réseaux de technologie d'évolution à long terme [LTE]). Les Canadiens accèdent au volume croissant de contenu en ligne, que ce soit sous forme sonore, vidéo ou de données. La demande s'accentue à mesure que l'accessibilité des appareils multifonctions se répand.

En 2013, plus de 500 FSI étaient en activité au Canada. Les FST titulaires ont offert des services Internet principalement par LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe. Les entreprises de câblodistribution ont utilisé le modem câble, la fibre optique et le sans-fil fixe. Les compagnies de téléphone de services publics, des municipalités et d'autres FST fournissent des services Internet par ligne commutée, LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe. Les revendeurs comptent essentiellement sur les FST dotés d'installations pour avoir accès à des installations au prix de gros. De plus, les revendeurs fournissent les services Internet haute vitesse en utilisant surtout des installations LAN louées et, dans une moindre mesure, le modem câble et la fibre optique.

Les fournisseurs de services sans fil offrent également des services à large bande. Comme il est indiqué dans la section de ce rapport intitulée « Secteur du marché des services sans fil de détail », 77 % des abonnés aux services sans fil avaient en 2013 des appareils portatifs évolués capables d'accéder au monde numérique.

Graphique 5.3.8 Bande passante requise pour diverses applications Internet



3G signifie troisième génération de la technologie sans fil.

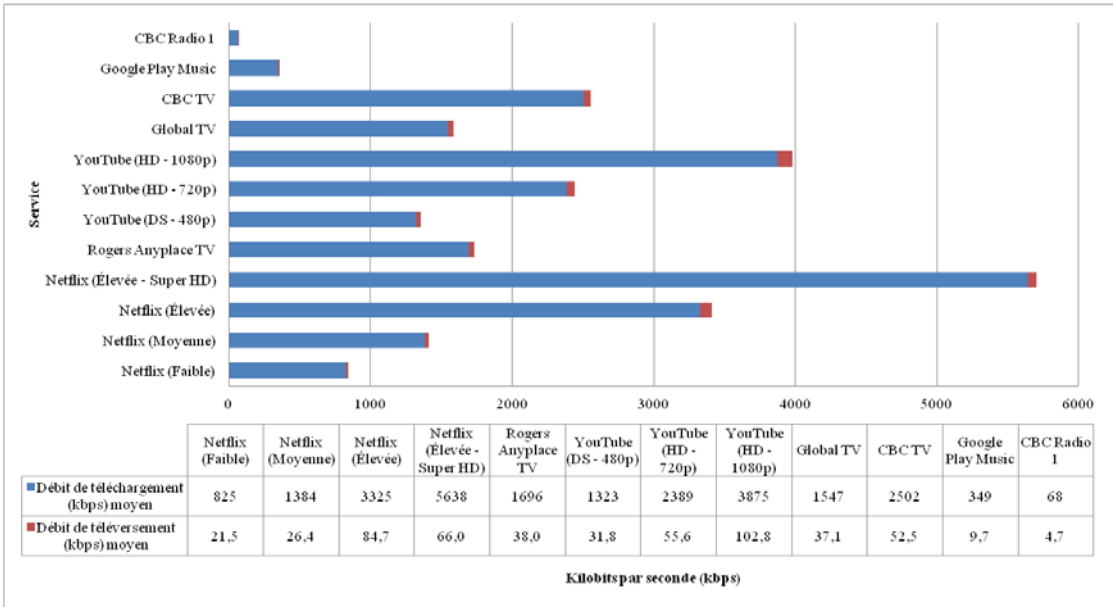
DS signifie définition standard.

HD signifie haute définition.

Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Les deux graphiques qui suivent illustrent les débits de données des services d'accès Internet nécessaires pour un certain nombre de services en ligne courants, que ce soit sur des réseaux filaires ou sans fil. Ils précisent les débits de données moyens de téléchargement et de téléversement requis par chaque service.

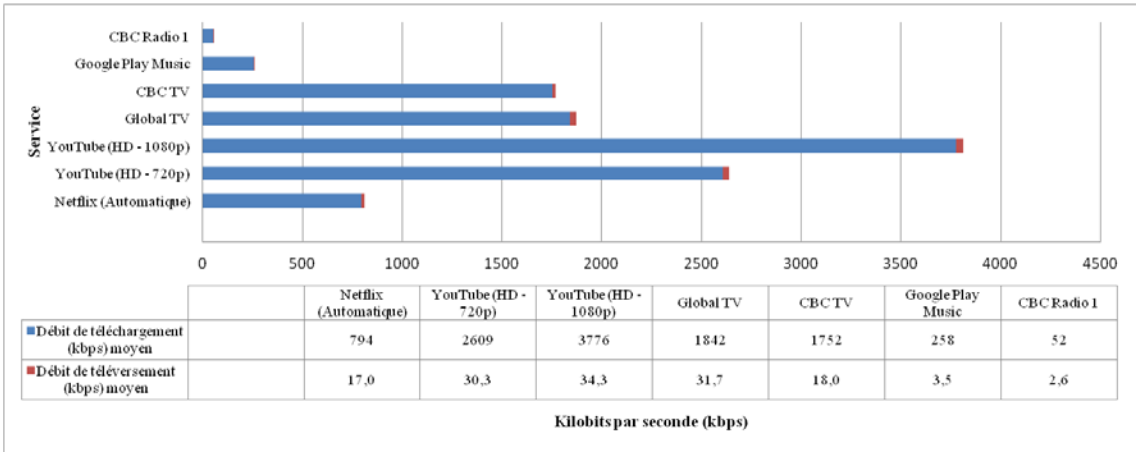
Graphique 5.3.9 Débits de données moyens des services filaires d'accès Internet à large bande



	Netflix (Faible)	Netflix (Moyenne)	Netflix (Élevée)	Netflix (Élevée - Super HD)	Rogers Anyplace TV	YouTube (DS - 480p)	YouTube (HD - 720p)	YouTube (HD - 1080p)	Global TV	CBC TV	Google Play Music	CBC Radio 1
Débit de téléchargement (kbps) moyen	825	1384	3325	5638	1696	1323	2389	3875	1547	2502	349	68
Débit de téléversement (kbps) moyen	21,5	26,4	84,7	66,0	38,0	31,8	55,6	102,8	37,1	52,5	9,7	4,7

Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Graphique 5.3.10 Débits de données moyens des services sans fil d'accès Internet à large bande



	Netflix (Automatique)	YouTube (HD - 720p)	YouTube (HD - 1080p)	Global TV	CBC TV	Google Play Music	CBC Radio 1
Débit de téléchargement (kbps) moyen	794	2609	3776	1842	1752	258	52
Débit de téléversement (kbps) moyen	17,0	30,3	34,3	31,7	18,0	3,5	2,6

Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Pour réunir ces données, le personnel du CRTC a reproduit de façon expérimentale, à titre de test, l'utilisation la plus courante des services en ligne en continu chez les consommateurs. L'accès à ces services s'est fait par Internet via le service filaire résidentiel à large bande et les réseaux LTE et en utilisant des appareils courants sur le marché. Les appareils utilisés pour mesurer la consommation de données avec la connexion Internet filaire sont un ordinateur personnel sous Windows et une console de jeux vidéo avec plusieurs joueurs en ligne. Lors des mises à l'essai sur le réseau sans fil, les appareils utilisés pour mesurer la consommation de données comprenaient des tablettes et des téléphones intelligents Android et iOS. L'ordinateur utilisait un navigateur Web pour accéder aux services alors que les autres appareils utilisaient des applications qui leur étaient propres.

À l'exception de Netflix et de YouTube, pour lesquels on a mesuré plusieurs réglages de qualité vidéo, des paramètres par défaut ont été utilisés pour chaque appareil et pour chaque service mesurés. La vitesse de connexion utilisée pour tester les services était considérablement plus élevée que la vitesse maximale requise par les services mesurés. De nombreuses données ont été recueillies à l'aide de divers outils et techniques, sur un réseau relativement inoccupé, sans interférence causée par d'autres applications ou services.

Qu'est-ce que la latence?

La latence est le délai de réception des données.

Pour le consommateur type, la largeur de bande disponible à un moment donné peut varier pour diverses raisons, y compris l'utilisation de plusieurs appareils sur un même un réseau résidentiel et, dans le cas d'un appareil mobile, le fait de se déplacer d'une zone de couverture à une autre. L'utilisateur final de la connexion Internet constitue un facteur déterminant de la qualité et de la stabilité du flux mais il existe d'autres facteurs comme la congestion du réseau, la charge du serveur, la latence du réseau et du serveur, et la fonctionnalité de l'appareil de l'utilisateur final. De plus en plus, les services peuvent changer de façon automatique la qualité (et donc la quantité de données) livrée, en fonction de plusieurs facteurs qui contribuent à la stabilité du flux audio et vidéo transmis à l'utilisateur final.

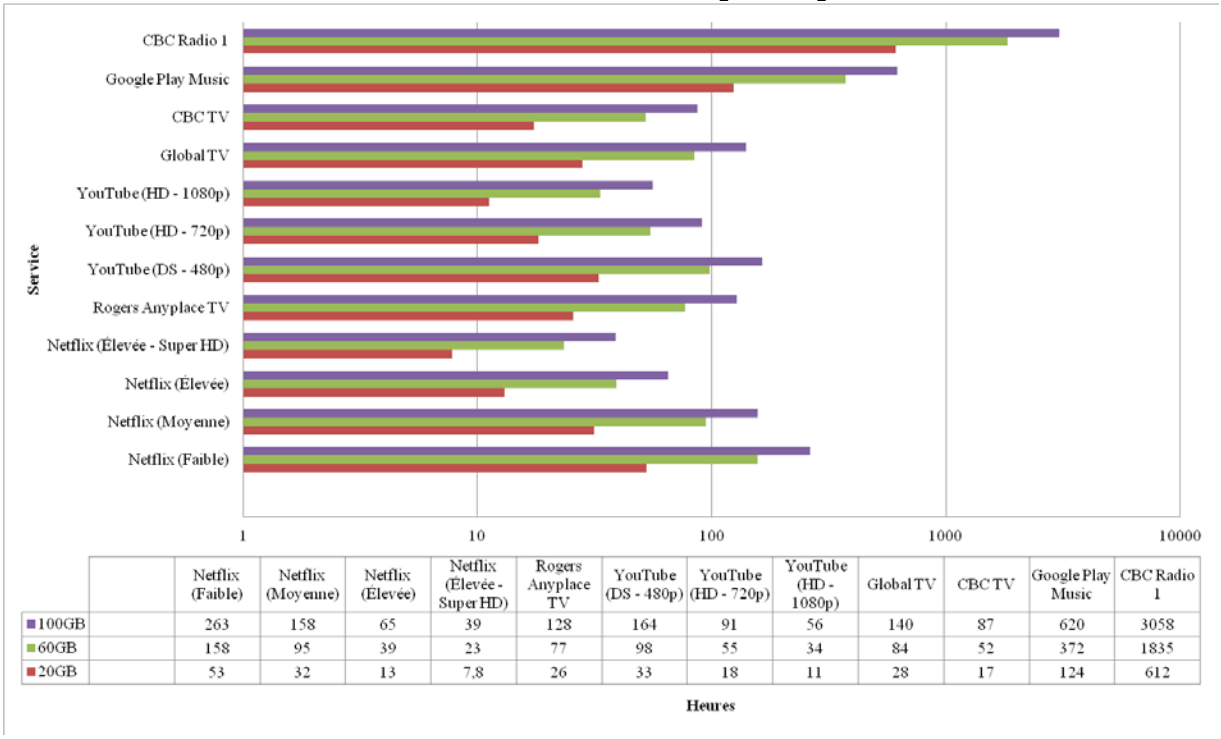
Beaucoup de services de diffusion en continu incluent des insertions publicitaires qui contribuent à la consommation globale des données. Dans certains cas, on peut sauter les publicités, mais dans d'autres, il faut passer par les annonces pour accéder au contenu audio ou vidéo désiré.

Les données des services de diffusion en continu sont livrées selon différents schémas de transmission, dont la transmission en rafales plus moins courtes ou bien la transmission continue. Afin de pouvoir fournir des données représentatives quel que soit le schéma de transmission, on a procédé à des mesures au cours de périodes suffisamment longues. La plupart des services de diffusion en continu pouvant modifier de façon automatique la taille des rafales, le débit moyen demeure un facteur important dans la détermination des exigences relatives au débit de données.

Les deux graphiques ci-dessous illustrent, d'après l'information des tableaux précédents, le nombre d'heures que l'on peut utiliser pour chaque service avant d'atteindre le seuil de capacité. Le graphique 5.3.11 indique les limites d'utilisation courantes sur la large bande filaire et le graphique 5.3.12 indique les limites d'utilisation courantes sur la large bande sans fil.

Certains services offrent aux consommateurs divers choix de qualité de diffusion audio et vidéo, et par là-même un certain contrôle sur leur consommation de données; par contre, d'autres services tentent de maintenir automatiquement la plus haute qualité possible, ce qui se traduit généralement par une plus forte consommation de données. Pour connaitre sa consommation de données sur une certaine période, l'utilisateur final peut adopter différentes approches, selon le type de réseau. Pour les connexions filaires à large bande, les FST fournissent normalement des outils de mesure de consommation et un système d'alerte automatique lorsque l'utilisateur approche de sa limite maximale. Pour les connexions à large bande sans fil, divers moyens de surveillance sont disponibles : ils peuvent être intégrés aux appareils ou à des applications à acquérir en plus. Il est possible de trouver ces applications en utilisant des mots clés de recherche tels que « surveillance de la bande passante (*bandwidth monitor*) » ou « surveillance du réseau (*network monitor*) » dans les magasins d'applications populaires.

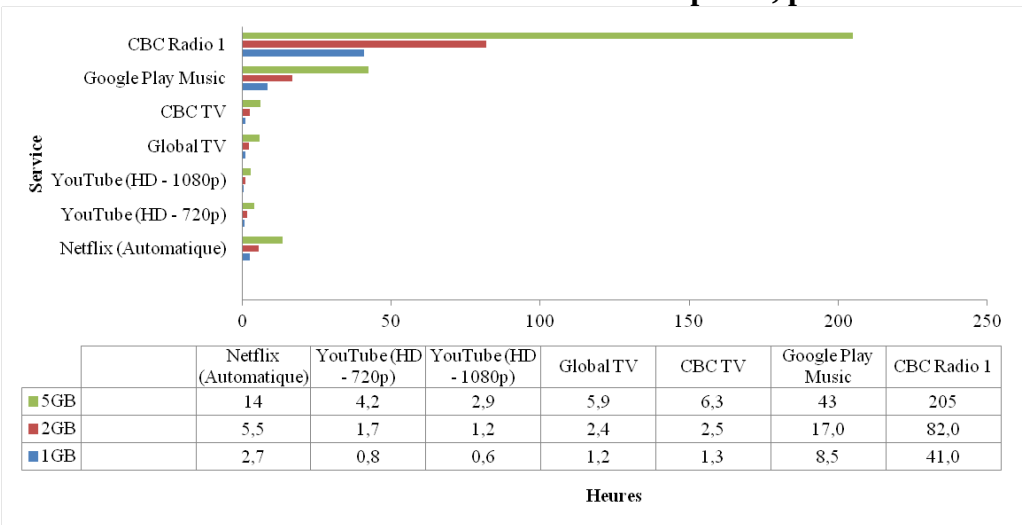
Graphique 5.3.11 Nombre d'heures d'utilisation de la large bande filaire avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service



	Netflix (Faible)	Netflix (Moyenne)	Netflix (Élevée)	Netflix (Élevée - Super HD)	Rogers Anyplace TV	YouTube (DS - 480p)	YouTube (HD - 720p)	YouTube (HD - 1080p)	Global TV	CBC TV	Google Play Music	CBC Radio 1
100GB	263	158	65	39	128	164	91	56	140	87	620	3058
60GB	158	95	39	23	77	98	55	34	84	52	372	1835
20GB	53	32	13	7,8	26	33	18	11	28	17	124	612

Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Graphique 5.3.12 Nombre d'heures d'utilisation de la large bande sans fil avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service



	Netflix (Automatique)	YouTube (HD - 720p)	YouTube (HD - 1080p)	Global TV	CBC TV	Google Play Music	CBC Radio 1
5GB	14	4,2	2,9	5,9	6,3	43	205
2GB	5,5	1,7	1,2	2,4	2,5	17,0	82,0
1GB	2,7	0,8	0,6	1,2	1,3	8,5	41,0

Source : Centre de ressources en technologie CRTC

En raison de la taille limitée de l'échantillon mesuré et de la grande variété de configurations et d'équipement, les moyennes utilisées pour la large bande et la capacité ne sont indiquées qu'à titre d'exemple, et les résultats obtenus peuvent varier selon les différentes configurations.

h) Principaux indicateurs

Tableau 5.3.11 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

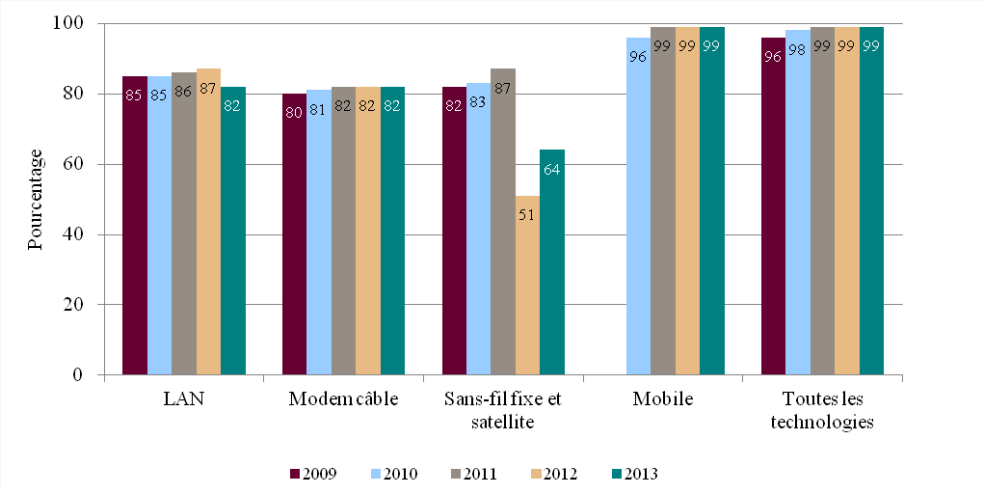
Plateforme	Disponibilité (% des ménages)				
	2009	2010	2011	2011	2013
Large bande mobile					
3G/équivalent 3G	96	98	99	99	99
HSPA+	n.d.	96	99	99	99
LTE	n.d.	n.d.	45	72	81
Large bande filaire					
LAN	85	85	86	87	82
Modem câble	80	81	82	82	82
Sans-fil fixe	81	82	86	50	63
IPTV	21	22	34	45 #	56
Satellite numérique	National	National	National	National	National

Source : Données recueillies par le CRTC

Toutes les technologies à large bande ne sont pas disponibles partout au Canada. Ce tableau énumère les divers types de technologies à large bande filaires et sans fil (ainsi que la télévision par protocole Internet [IPTV] et les technologies numériques par satellite). Il indique aussi le pourcentage de ménages, à l'échelle nationale, qui pouvaient accéder à ces technologies, des années 2009 à 2013. La baisse de disponibilité des services fixes sans fil en 2012 et celle des services LAN en 2013 sont attribuables au développement de nouvelles technologies et à la désactivation du réseau Inukshuk.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

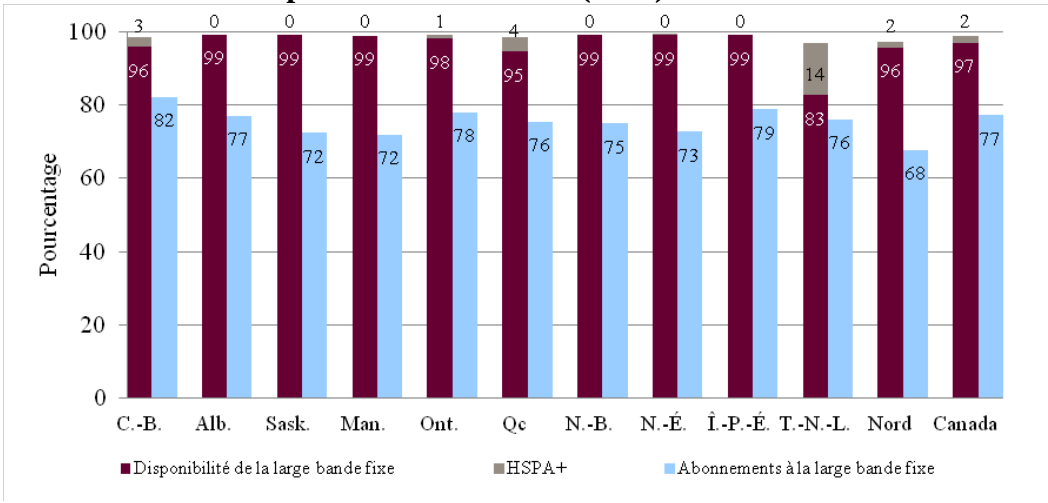
Graphique 5.3.13 Disponibilité de la large bande (% des ménages)



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Ce graphique indique le pourcentage de ménages, à l'échelle nationale, qui pouvaient accéder à diverses technologies à large bande, de 2009 à 2013. Depuis 2011, 98 % des Canadiens ont accès à la large bande à des vitesses d'au moins 1,5 Mbps. La baisse de disponibilité des services fixes sans fil en 2012 et celle des services LAN en 2013 sont attribuables au déploiement de la fibre optique et à la désactivation du réseau Inukshuk.

Graphique 5.3.14 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire (2013)

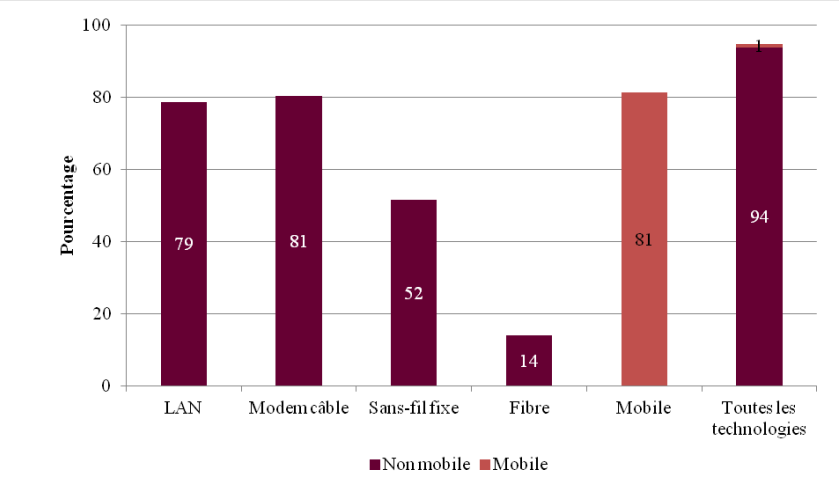


Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Ce graphique établit une comparaison entre la disponibilité du service à large bande et le pourcentage de ménages abonnés au service, par province et territoire.

Les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Saskatchewan ont des arrangements pour fournir des services de large bande via satellite selon des modalités similaires aux services filaires. Le service HSPA+ à l'Île-du-Prince-Édouard est disponible à ceux qui n'ont pas accès à d'autres moyens de connectivité de large bande selon des modalités équivalentes aux services filaires. Ces arrangements sont pris en considération dans les barres illustrant la disponibilité de la large bande fixe dans ce graphique. Ces données excluent les services à large bande par satellite.

Graphique 5.3.15 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages) [2013]

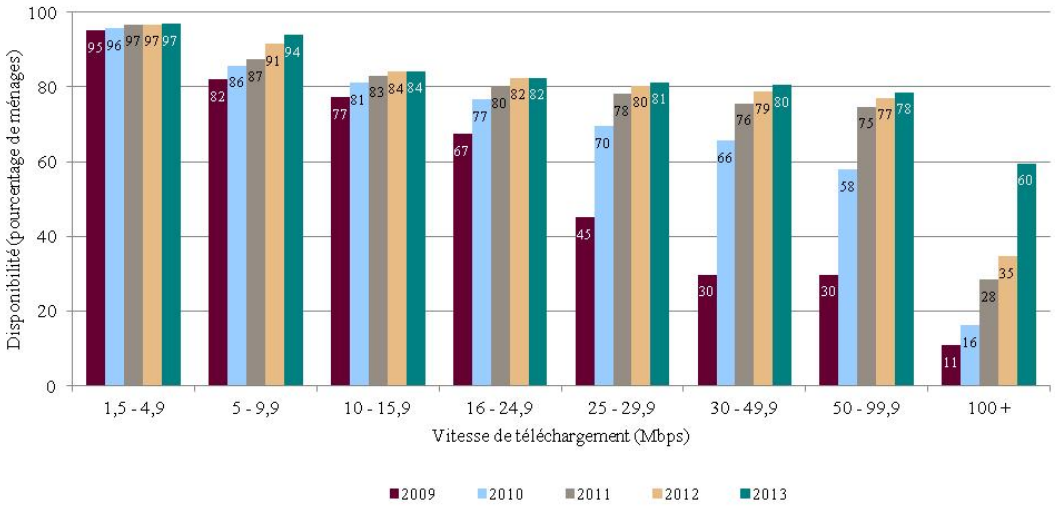


Sources : Données recueillies par le CRTC

Avec la large bande, les ménages canadiens ont accès à des vitesses de téléchargement d'au moins 5 Mbps sur toute une variété de plateformes. Ce graphique donne les taux de disponibilité des services d'accès à large bande par LAN, modem câble, sans-fil fixe, fibre optique et technologies mobiles, ainsi que le taux de disponibilité de toutes les technologies à cette vitesse. Les services par satellite sont exclus; ils n'augmenteraient que d'environ 1,5 % à la disponibilité des services à large bande de 5 Mbps.

i) Disponibilité de la large bande

Graphique 5.3.16 Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des ménages)



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre la croissance des technologies à large bande accessibles aux ménages canadiens par vitesse, entre 2009 et 2013. Ce graphique exclut les données des technologies HSPA+, LTE et par satellite.

Tableau 5.3.12 Disponibilité de la large bande à l'échelle nationale, par vitesse et nombre de plateformes (% des ménages) [2013]

Nombre de plateformes	1,5 Mbps et plus	5,0 Mbps et plus	10,0 Mbps et plus	16,0 Mbps et plus	25,0 Mbps et plus	30,0 Mbps et plus	50,0 Mbps et plus	100 Mbps et plus
1	3	8	22	23	24	24	53	52
2	10	10	52	55	53	52	25	8
3	37	40	10	5	5	5	0	0
4	48	37	0	0	0	0	0	0
Disponibilité totale à l'échelle nationale	99	95	84	82	81	80	78	60

Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le pourcentage des ménages de l'ensemble du pays qui ont accès aux technologies à large bande à différentes vitesses et sur quatre plateformes : LAN/fibre, modem câble, sans-fil fixe et mobile (HSPA+ et LTE). À une extrémité du spectre de disponibilité, on a quatre plateformes à des vitesses d'au moins 5 Mbps auxquelles 37 % des ménages canadiens peuvent accéder. À l'autre extrémité, on a deux plateformes à large bande à une vitesse de plus de 100 Mbps accessibles à 8 % des ménages canadiens.

Le total indiqué au bas de chaque colonne indique le pourcentage de ménages canadiens ayant accès aux vitesses inscrites dans la même colonne.

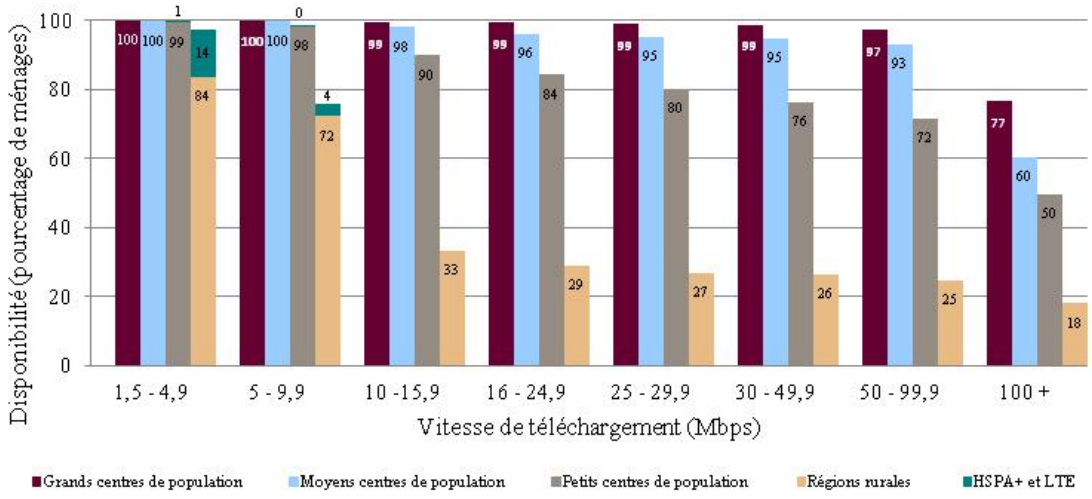
Tableau 5.3.13 Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire (% des ménages) [2013]

Province	1,5-4,9 Mbps	5-9,9 Mbps	10-15,9 Mbps	16-24,9 Mbps	25-100 Mbps
Colombie-Britannique	99	95	91	90	88
Alberta	99	97	85	84	80
Saskatchewan	99	81	62	58	58
Manitoba	99	98	67	67	67
Ontario	99	97	87	85	84
Québec	99	94	84	82	82
Nouveau-Brunswick	99	89	82	82	82
Nouvelle-Écosse	99	88	79	77	76
Île-du-Prince-Édouard	99	89	57	51	51
Terre-Neuve-et-Labrador	97	81	70	70	62
Yukon	99	90	59	59	59
Territoires du Nord-Ouest	93	87	58	50	42
Nunavut	99	29	0	0	0

Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Toutes les régions du pays n'ayant pas le même accès aux technologies à large bande, ce tableau indique leur disponibilité selon les régions, par province et par territoire en 2013. La technologie HSPA+ est seulement incluse dans la tranche de vitesses de 1,5 à 4,9 Mbps, et la technologie LTE est incluse dans la tranche de 5 à 9,9 Mbps. Étant donné que les services par satellite sont des services de couverture nationale, ils sont exclus de ce tableau.

Graphique 5.3.17 Disponibilité de la large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages) [2013]



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

La disponibilité de la large bande est différente dans les centres urbains et dans les communautés rurales du Canada, surtout en ce qui a trait aux technologies offrant des vitesses de téléchargement plus élevées. Ce tableau montre le pourcentage des ménages canadiens ayant accès aux services à large bande dans des grands, des moyens et des petits centres urbains ainsi que dans des communautés rurales.

Les petits centres ont une population de 1 000 à 29 000 habitants. Les centres moyens comptent de 30 000 à 99 999 habitants et les grands centres comptent plus de 100 000 habitants. Une région rurale se définit comme une région dont la densité de la population est inférieure à 400 personnes par kilomètre carré ou par une agglomération de moins de 1 000 personnes.

Les sections intitulées HSPA+ et LTE montrent l'apport de ces technologies sur chaque barre.

Les services par satellite sont exclus.

5.4 Secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail

Les services de transmission de données et de liaison spécialisée vendus par les fournisseurs de services de télécommunication (FST) servent à la transmission de données, de vidéos et de trafic de communication vocale par les clients des services d'affaires.

Graphique 5.4.0 Revenus des services de télécommunication de détail (41,1 milliards de dollars, 2013)

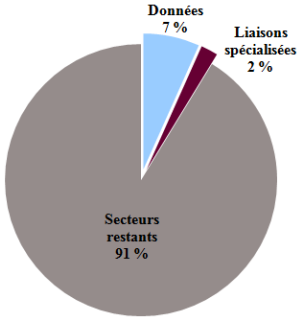


Tableau 5.4.0 Aperçu du secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée

	2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus (milliards $)	3,5	3,6	*2,9*
Transmission de données	2,7	2,7	*2,2*
Liaison spécialisée	0,8	0,8	*5,2*
Pourcentage des revenus totaux des services de transmission de données	77,2 %	76,7 %	
Pourcentage des revenus totaux des services de liaison spécialisée	22,8 %	23,3 %	
Nouveaux protocoles de transmission de données			
Revenus (milliards $)	1,8	1,9	*2,3*
Pourcentage des revenus totaux des services de protocoles de transmission de données	96,5 %	97,4 %	
Part du marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée			
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	62 %	63 %	
Services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation (détail)			
Pourcentage des revenus des données tirés des services de transmission de données faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	91 %	91 %	
Pourcentage des revenus de liaison spécialisée tirés des services de liaison spécialisée faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	83 %	84 %	
Nombre de routes de liaisons spécialisées faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	5 394	5 947	*10,3*

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de transmission de données et de liaison spécialisée ont été essentiellement vendus à des clients des services d'affaires. En 2013, les revenus tirés des services de transmission de données ont été classifiés d'après le protocole utilisé, soit a) les nouveaux protocoles de données comme Ethernet ou IP ou b) les protocoles traditionnels comme X.25, MTA ou le relais de trames. Les entreprises canadiennes ont été desservies par environ 150 entités qui offraient des services de transmission de données et de liaison spécialisée en 2013. De ce nombre, les FST titulaires représentaient environ 20 % et les autres fournisseurs de services comme les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs, représentaient le reste, soit 80 %.

Ce tableau montre l'état du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée en 2012 et 2013. Il présente les revenus tirés des services, les revenus tirés des services de transmission de données et de liaison spécialisée en pourcentage des revenus totaux, les revenus tirés selon les nouveaux protocoles de transmission des données, la part de marché des revenus et les revenus des services de détail provenant de la transmission de données et des liaisons spécialisées et faisant l'objet d'une abstention de la réglementation en pourcentage de revenus tirés du total des services de transmission de données et de liaison spécialisée.

Aux fins de rédaction de ce rapport, les services de transmission de données sont classés selon qu'ils utilisent a) de nouveaux protocoles de données comme Ethernet ou le protocole Internet (IP) ou b) des protocoles traditionnels comme X.25, le mode de transfert asynchrone (MTA) ou le relais de trames.

Les services de liaison spécialisée permettent de raccorder deux ou plusieurs points au moyen d'installations réservées aux fins d'acheminement du trafic de communication vocale, de vidéos ou de données. Parmi ces services, notons les services de transmission numérique à grand débit et les systèmes de données numériques, de même que les voies téléphoniques et autres services analogiques. Les installations de transmission incluent les fils de cuivre et les câbles de fibre optique. Les services de liaison spécialisée font appel à des installations comme des fibres optiques OC-3, des installations de cuivre DS-1, etc.

Cette section présente les revenus des services de détail de l'industrie sur une période de cinq ans afin d'illustrer les tendances du secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée. On y traite aussi du paysage concurrentiel et des indicateurs technologiques, par exemple la part de marché de la transmission de données et les tendances technologiques.

a) Revenus

Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Transmission de données						
Protocoles de données	1 744	1 740	1 833	1 893	1 917	*2,4*
Croissance (%)	*5,5*	*-0,2*	*5,3*	*3,3*	*1,2*	
Autres	622	654	732	796	832	*7,5*
Croissance (%)	*-8,4*	*5,1*	*11,9*	*8,7*	*4,6*	
Total des protocoles de données et des autres	2 366	2 394	2 565	2 689	2 749	*3,8*
Croissance (%)	*1,5*	*1,2*	*7,1*	*4,9*	*2,2*	
Liaison spécialisée	843	807	751	793	834	*-0,3*
Croissance (%)	*-5,7*	*-4,2*	*-7,0*	*5,6*	*5,2*	
Total des services de transmission de données et de liaison spécialisée	3 209	3 201	3 316	3 482	3 583	*2,8*
Croissance (%)	*-0,5*	*-0,2*	*3,6*	*5,0*	*2,9*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée pour 2009 à 2013. Les services de transmission de données sont divisés en deux catégories : a) les services qui utilisent les protocoles de données comme Ethernet, IP, X.25, MTA ou le relais de trames ou b) les autres services comme la gestion de réseaux et l'équipement de réseau.

Tableau 5.4.2 Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Nouveaux protocoles						
Ethernet	482,3	451,4	478,6	482,7	483,0	*0,0*
Croissance (%)	*-7,4*	*-6,4*	*6,0*	*0,9*	*0,1*	
IP	870,8	995,9	1 124,4	1 189,7	1 217,9	*8,7*
Croissance (%)	*22,6*	*14,4*	*12,9*	*5,8*	*2,4*	
Autres protocoles	126,4	118,9	125,9	154,0	167,3	*7,3*
Croissance (%)	*63,0*	*-5,9*	*5,7*	*22,3*	*8,6*	
Total – Nouveaux protocoles	1 479,5	1 566,2	1 728,9	1 826,4	1 868,1	*6,0*
Croissance (%)	*13,1*	*5,9*	*10,4*	*5,6*	*2,3*	
Protocoles traditionnels	264,2	173,6	103,6	67,1	48,9	*-34,4*
Croissance (%)	*-23,2*	*-34,3*	*-40,3*	*-35,3*	*-27,1*	
Total – Protocoles de transmission de données	1 743,7	1 740,0	1 832,5	1 893,4	1 917,0	*2,4*
Croissance (%)	*5,5*	*-0,2*	*5,3*	*3,3*	*1,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services de transmission de données de détail gagnés par les fournisseurs de services. Ces services sont classés selon qu'ils utilisent a) les nouveaux protocoles de données comme Ethernet ou IP ou b) les protocoles traditionnels comme X.25, MTA ou le relais de trames. Le tableau illustre la croissance des revenus entre 2009 et 2013.

Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	650	681	625	610	641	*-0,4*
Croissance (%)	*s.o.*	*4,9*	*-8,2*	*-2,4*	*5,0*	
Autres FST						
FST titulaires (hors territoire)	113	53	45	41	42	*-21,9*
Croissance (%)	*s.o.*	*-52,9*	*-15,7*	*-8,0*	*1,6*	
Entreprises de câblodistribution	46	34	48	49	54	*4,0*
Croissance (%)	*s.o.*	*-25,3*	*39,7*	*2,3*	*9,7*	
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	34	38	33	92	97	*32,4*
Croissance (%)	*s.o.*	*12,2*	*-14,8*	*183,2*	*5,4*	
Total des autres FST	193	126	125	183	193	*0,3*
Croissance (%)	*s.o.*	*-34,8*	*-0,3*	*45,6*	*5,7*	
Total des services de liaison spécialisée	843	807	751	793	834	*-0,3*
Croissance (%)	*5,7*	*-4,2*	*-7,0*	*5,6*	*5,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre la croissance des revenus des services de liaison spécialisée de détail réalisés par les FST de 2009 à 2013.

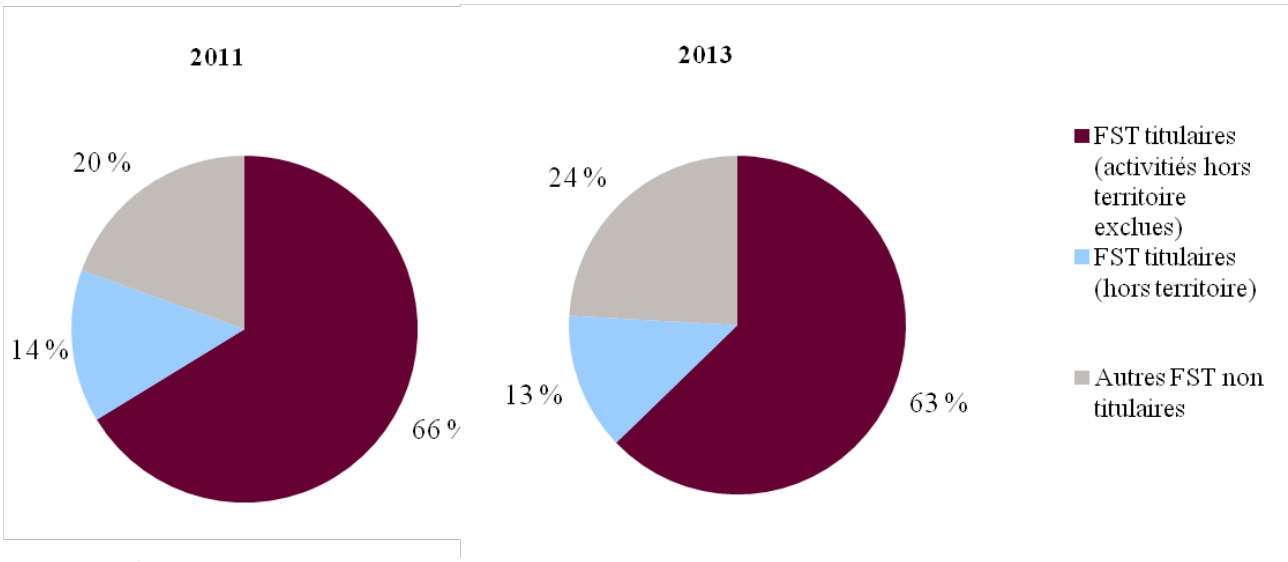
Qu'est-ce qu'une liaison spécialisée?

Une liaison spécialisée permet de raccorder deux ou plusieurs points au moyen d'installations réservées.

b) Environnement concurrentiel

Les FST titulaires comptent pour environ 20 % de l'ensemble des entreprises qui fournissent des services de transmission de données et de liaison spécialisée, mais ils recueillent 76 % des revenus qui en découlent. Les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs, qui représentent 80 % des fournisseurs, réalisent 24 % des revenus.

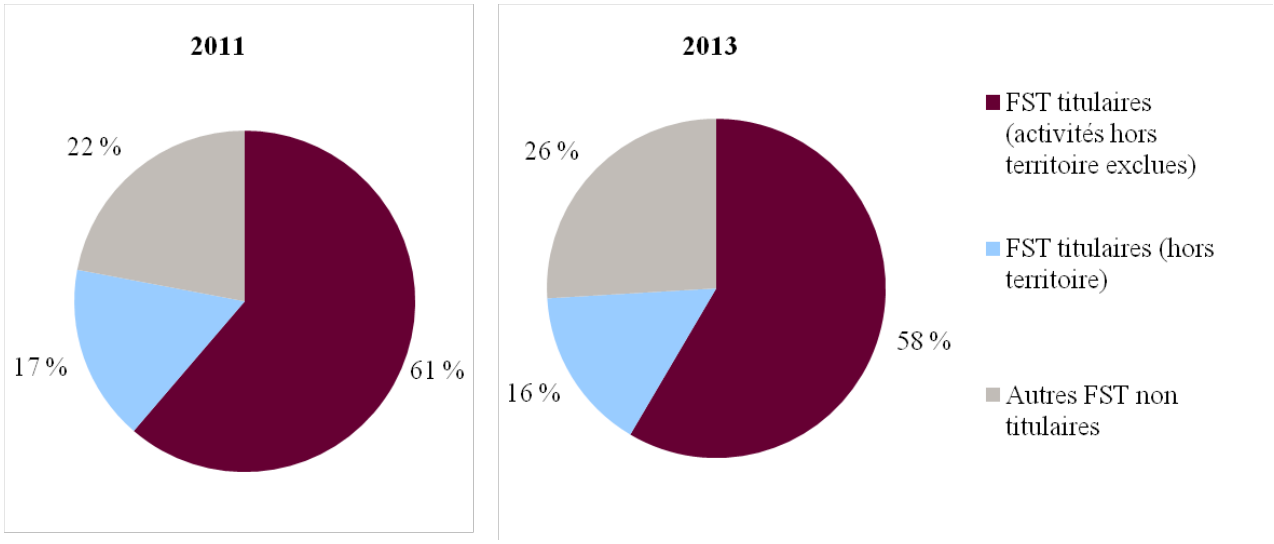
Graphique 5.4.1 Part de marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail, par type de FST (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les différents types de FST recueillent différentes parts de marché des revenus découlant des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail. Ces graphiques illustrent la part des FST titulaires alors qu'ils fournissent un service à leurs clients d'affaires, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de leurs territoires, et celle des autres FST (à l'exclusion des FST titulaires hors territoire) pour 2012 et 2013. Ce dernier groupe comprend les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs.

Graphique 5.4.2 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par type de FST (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent les parts de revenus des FST titulaires qui fournissent des services de transmission de données à leurs clients d'affaires, à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs territoires, et celles des autres FST (à l'exclusion des FST hors territoire) pour 2011 et 2013. Ce dernier groupe comprend les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs.

Tableau 5.4.4 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par FST et par type de protocole utilisé (%)

	2009	2010	2011	2012	2013
Nouveaux protocoles de transmission de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54	57	52	48	49
Autres FST					
FST titulaires (activités hors territoire)	21	18	20	19	17
Entreprises de câblodistribution	3	4	7	10	12
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	22	21	21	23	22
Total − Autres FST	46	43	48	52	51
Protocoles de transmission de données traditionnels					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54	56	61	55	53
Autres FST	-	-	-	-	-
FST titulaires (activités hors territoire)	-	-	-	-	-
Entreprises de câblodistribution					
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	-	-	-	-	-
Total − Autres FST	46	44	39	45	47
Eensemble des protocoles de transmission de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54	57	52	48	49
Autres FST	-	-	-	-	-
FST titulaires (activités hors territoire)	-	-	-	-	-
Entreprises de câblodistribution					
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	-	-	-	-	-
Total − Autres FST	46	43	48	52	51

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le pourcentage des revenus des services de transmission de données de détail réalisé par les FST selon qu'ils utilisent les nouveaux protocoles ou les protocoles traditionnels.

En raison des changements apportés aux rapports des entreprises en 2010 et en 2011, les résultats des FST titulaires en ce qui concerne leurs activités hors territoire ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes. De plus, avant 2010, ces FST ne distinguaient pas dans leurs rapports les revenus provenant des services de transmission de données utilisant d'autres protocoles. L'incidence sur les résultats de 2010 n'est toutefois que d'au plus 2 %.

Tableau 5.4.5 Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%)

	2009	2010	2011	2012	2013
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	77	84	83	77	77
Autres FST					
FST titulaires (activités hors territoire)	13	7	6	5	5
Entreprises de câblodistribution	5	4	6	6	6
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	4	5	4	12	12
Autres FST	23	16	17	23	23

Source : Données recueillies par le CRTC

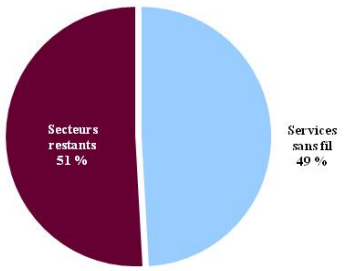
Ce tableau présente la part des revenus des FST titulaires qui fournissent leurs services à leurs clients d'affaires, à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs territoires, et celle des autres FST (c.-à-d. les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs) de 2009 à 2013.

En raison des changements apportés aux rapports des entreprises en 2010 et en 2011, les résultats des FST titulaires en ce qui concerne leurs activités hors territoire ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes. De plus, compte tenu des nouveaux rapports déposés par les autres FST, les résultats de 2012 ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes.

5.5 Marché des services sans fil de détail

Le réseau sans fil permet aux fournisseurs d'offrir aux Canadiens de plus en plus de services semblables à ceux proposés par les fournisseurs de services filaires. Grâce au réseau sans fil, les fournisseurs de services sans fil (FSSF) donnent accès aux services de communication vocale, aux services de transmission de données, à Internet et aux services vidéo. La grande différence entre les services filaires et ceux sans fil repose sur la mobilité et le prix.

Graphique 5.5.0 Revenus des services de télécommunication de détail (41,1 milliards de dollars, 2013)



Les réseaux de services sans fil couvrent environ 20 % du territoire canadien et sont accessibles à 99 % des Canadiens. Le réseau des services sans fil évolués qui est compatible avec des appareils comme les téléphones intelligents, les tablettes et les clés turbo est accessible à 99 % des Canadiens. Le réseau LTE (évolution à long terme), qui offre des vitesses encore plus élevées que les réseaux d'ancienne génération, est accessible à environ 81 % des Canadiens. Les dépenses en services sans fil des Canadiens représentent la part la plus importante (50 %) de leurs dépenses totales en services de télécommunication.

Tableau 5.5.0 Aperçu du secteur de marché des services sans fil

	2012	2013	*Croissance (%)*
Revenus (milliards $)	19,5	20,2	*3.4*
Nombre d'abonnés, excluant les services de téléappel (millions)	27,7	28,4	*2.3*
Revenu moyen par abonné par mois, excluant les services de téléappel	59,58 $	59,97 $	*0.7*
Revenu moyen par minute, excluant les services de téléappel	0,09 $	0,07 $	*-17.9*
Dépenses annuelles moyennes d'installations et d'équipements, en pourcentage des revenus	13 %	11 %	-
Dépenses annuelles moyennes d'installations et d'équipements, par usager et par mois	7,90 $	$6,80 $	*-13.8*
Accessibilité des services sans fil (% de la population)	99	99	*néant*
Disponibilité du service à large bande HSPA+ (% de la population)	99	99	*néant*
Disponibilité du service à large bande LTE (% de la population)	72	81	*13.1*
Pénétration des services sans fil (% de la population)	79	79	*néant*

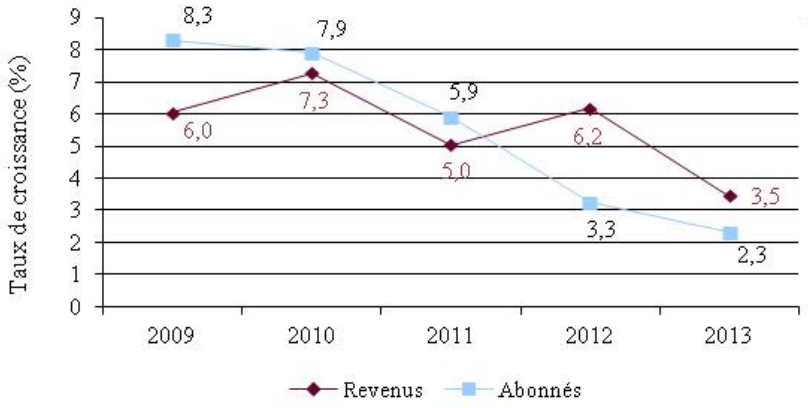
Sources : Données recueillies par le CRTC et Statistique Canada

Ce tableau donne un bref aperçu de l'état du marché des services sans fil au Canada. Il présente des statistiques sur les revenus totaux du marché, le nombre d'abonnés, les revenus moyens par abonné et par minute, les dépenses en capital, la disponibilité et la pénétration.

En 2013, presque tous les Canadiens (99 %) pouvaient accéder à des services sans fil. D'après l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, 81,4 % des ménages canadiens

sont abonnés à un service sans fil et 17,8 % ont abandonné les services filaires au profit des services sans fil.

Graphique 5.5.1 Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des services sans fil (excluant les services de téléappel)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens ont adopté les technologies sans fil. Ce tableau indique les taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des FSSF de 2009 à 2013. La croissance des revenus des services sans fil a été relativement constante entre 2009 et 2012, à 6-7 %, même si la croissance des abonnements a ralenti. En 2013, le taux de croissance des revenus des services sans fil a diminué de 3,5 % et le taux de croissance des abonnements a atteint 2,3 %, soit le taux le plus faible en 10 ans.

De 2009 à 2013, trois grands FSSF nationaux desservaient le marché canadien et regroupaient 90 % des abonnés des services sans fil. Un certain nombre d'autres FSSF régionaux plus petits et dotés d'installations et seulement quelques exploitants de réseau mobile virtuel et revendeurs desservaient les autres 8 %. Les exploitants de réseau mobile virtuel et les revendeurs dépendent des installations des exploitants de réseau pour fournir des services sans fil à leurs abonnés.

Dans les centres urbains, les Canadiens pouvaient généralement choisir entre 3 et 6 FSSF alors que dans les communautés rurales, le choix se limitait entre 2 et 5 FSSF. En moyenne, les Canadiens ont payé 59,97 $ par mois pour leurs services sans fil.

Cette section donne des renseignements sur les revenus et sur les abonnés, généralement sur une période de cinq ans afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple le revenu moyen par abonné, des données sur les taux de pénétration et la part de marché, ainsi que sur la large bande et la couverture.

a) Revenus

Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Services sans fil	16 300,6	17 487,4	18 368,6	19 504,8	20 179,3	*5,5 %*
Croissance annuelle	*6,0 %*	*7,3 %*	*5,0 %*	*6,2 %*	*3,5 %*	
Services de téléappel	48,2	41,9	38,2	21,8	18,4	*-21,4 %*
Croissance annuelle	*-22,3 %*	*-13,0 %*	*-9,0 %*	*-42,8 %*	*-15,6 %*	
Revenus – Total	16 348,9	17 529,3	18 406,7	19 526,6	20 197,7	*5,4 %*
Croissance annuelle	*5,9 %*	*7,2 %*	*5,0 %*	*6,1 %*	*3,4 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens se tournent de plus en plus vers la technologie sans fil. Ce tableau illustre la croissance des revenus des marchés de services sans fil et de téléappel de 2009 à 2013. On observe un déclin des revenus des services de téléappel qui ont fait leur apparition avant les services de communication vocale sans fil.

Tableau 5.5.2 Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions $)

		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Téléphonie de base		10 276,7	10 285,1	9 816,5	9 486,8	8 818,7	*-3,8 %*
	Croissance annuelle	*-1,6 %*	*0,1 %*	*-4,6 %*	*-3,4 %*	*-7,0 %*	
Interurbain		1 201,8	1 275,9	1 286,2	1 255,6	1 160,3	-0,9 %
	Croissance annuelle	*-1,7 %*	*6,2 %*	*0,8 %*	*-2,4 %*	*-7,6 %*	
Téléappel		48,2	41,9	38,2	21,8	18,4	*-21,4 %*
	Croissance annuelle	*-22,3 %*	*-13,0 %*	*-9,0 %*	*-42,8 %*	*-15,6 %*	
Équipement terminal et appareils portatifs		1,106.3	1,159.0	1,401.9	1,532.8	1,501.5	*7,9 %*
	Croissance annuelle	*37,8 %*	*4,8 %*	*21,0 %*	*9,3 %*	*-2,0 %*	
Données, itinérance et autres	Données	2 996,1	3 866,1	5 046,1	6 233,2	7 546,1	*26,0 %*
	Croissance annuelle	*37,3 %*	*29,0 %*	*30,5 %*	*23,5 %*	*21,1 %*	
	Itinérance et autres	719,9	901,4	817,8	996,3	1 152,8	*12,5 %*
	Croissance annuelle	*-13,7 %*	*25,2 %*	*-9,3 %*	*21,8 %*	*15,7 %*	
	Données, itinérance et autres − Total	3 715,9	4 767,5	5 863,9	7 229,5	8 698,8	*23,7 %*
	Croissance annuelle	*23,2 %*	*28,3 %*	*23,0 %*	*23,3 %*	*20,3 %*	
Total		16 348,9	17 529,4	18 406,7	19 526,6	20 197,7	*5,4 %*
	Croissance annuelle	*5,2 %*	*7,2 %*	*5,0 %*	*6,1 %*	*3,4 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les diverses composantes des revenus des services sans fil de 2009 à 2013. Ces composantes incluent la communication vocale, l'interurbain, le téléappel, l'équipement, les données, l'itinérance et d'autres.

Tableau 5.5.3 Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) [millions $]

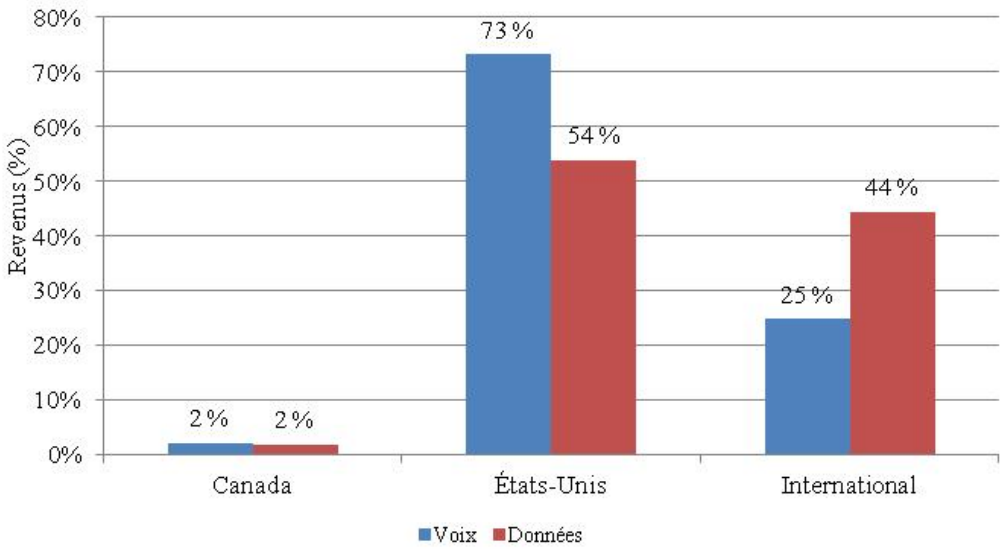
	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2010-2013*
Services prépayés	1 042,9	978,2	877,3	790,4	*-8,8 %*
Croissance annuelle	*s.o.*	*-6,2 %*	*-10,3 %*	*-9,9 %*	
Services postpayés	14 296,2	14 957,3	15 762,3	16 303,6	*4,5 %*
Croissance annuelle	*s.o.*	*4,6 %*	*5,4 %*	*3,4 %*	
Total	15 339,1	15 935,5	16 639,6	17 094,0	*3,7 %*
Croissance annuelle	*s.o.*	*3,9 %*	*4,4 %*	*2,7 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens peuvent choisir des services sans fil prépayés ou postpayés. Avec les services prépayés, une part importante des services et de l'utilisation est payée d'avance alors qu'avec les services postpayés, le paiement d'une part importante des services et de l'utilisation se fait après consommation du service.

Ce tableau indique les revenus et la croissance des revenus des services sans fil prépayés et postpayés de 2010 à 2013.

Graphique 5.5.2 Revenus d'itinérance par type et par destination (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF ont étendu leur couverture dans des régions où ils ne possèdent pas d'installations en concluant des ententes avec d'autres FSSF qui en possèdent et qui offrent le service à leurs utilisateurs finals. Lorsqu'un abonné utilise les installations d'un autre FSSF, on dit qu'il est en itinérance. Ce graphique illustre les revenus d'itinérance en pourcentage à l'intérieur du Canada, aux États-Unis et dans le reste du monde. Dans ce graphique, les revenus tirés du service de message texte (SMS) et du service de messagerie multimédia (SMM) ont été exclus de la composante de données relative aux revenus.

b) Données relatives à la demande

Tableau 5.5.4 Nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel

		2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Abonnés (milliers)	Services sans fil	23 488,7	25 344,6	26 844,3	27 720,6	28 363,8	*4,8 %*
	Croissance annuelle	*8,3 %*	*7,9 %*	*5,9 %*	*3,3 %*	*2,3 %*	
	Services de téléappel	253,6	240,8	219,0	186,3	161,5	*-10,7 %*
	Croissance annuelle	*-10,7 %*	*-5,1 %*	*-9,0 %*	*-14,9 %*	*-13,3 %*	
RMPU ($/mois)	Services sans fil	60,14	59,68	58,66	59,58	59,97	*-0,1 %*
	Croissance annuelle	*-1,9 %*	*-0,8 %*	*-1,7 %*	*1,6 %*	*0,7 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2009 à 2013, on a observé une baisse du nombre d'abonnés aux services de téléappel, lesquels ont fait leur apparition avant les services de communication vocale sans fil. Ce tableau montre la croissance du nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel de 2009 à 2013.

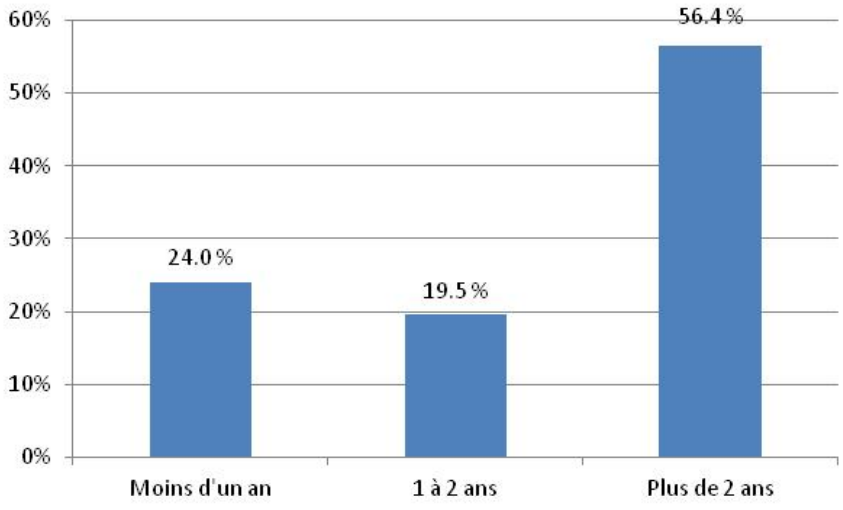
Tableau 5.5.5 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil

	2009	2010	2011	2012	2013
Services postpayés	79	79	78	81	83

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2009 à 2013, les Canadiens abonnés aux services sans fil ont préféré les services postpayés.

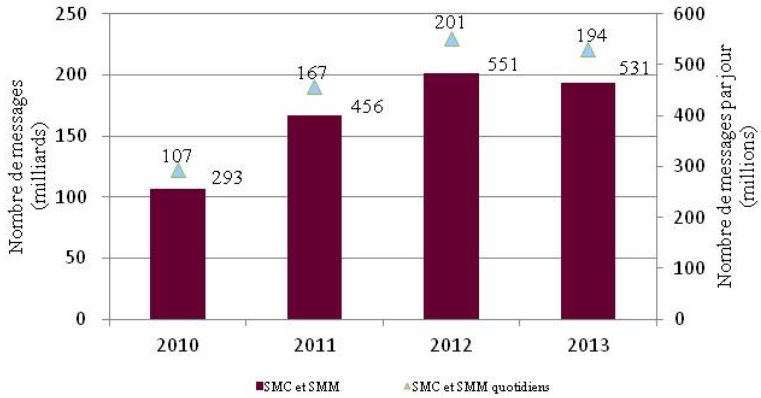
Graphique 5.5.3 Nombre de contrats de services sans fil selon la durée



En raison de l'entrée en vigueur du Code sur les services sans fil en 2013, les Canadiens pourront profiter davantage de contrats de deux ans et moins. Ce graphique montre le pourcentage de forfaits de services postpayés selon un contrat de moins d'un an, de un à deux ans et de plus de deux ans.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.4 Nombre total de messages SMM et SMS



Source : Données recueillies par le CRTC

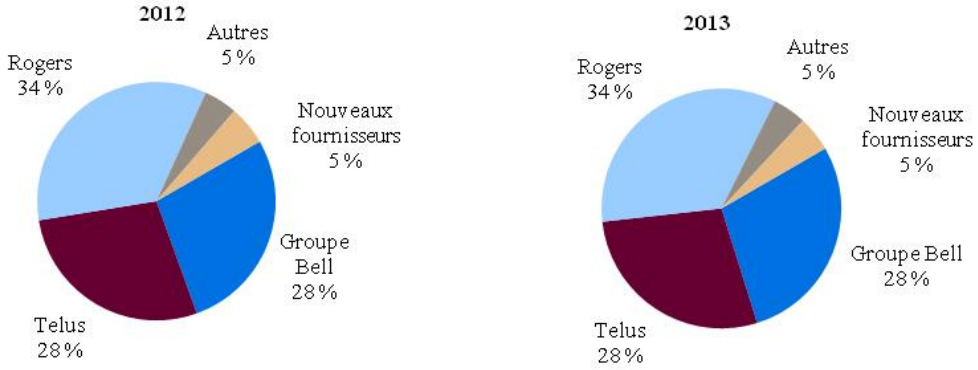
Le service de message texte (SMS) permet la transmission entre abonnés de textes d'un maximum de 160 caractères.

Le service de messagerie multimédia (SMM) est similaire au SMS mais il permet en plus la transmission de contenu multimédia comme des photos et des vidéos entre les abonnés.

Ce tableau montre la croissance du nombre de messages envoyés et reçus chaque jour et chaque année par les Canadiens via les services de messagerie multimédia (SMM) et les services de messages textes (SMS) de 2010 à 2013. Le nombre total de messages SMS et SMM a été recalculé pour 2010 à 2012 afin d'inclure des estimés pour une entreprise qui n'avait pas été étudiée ces années-là.

c) Environnement concurrentiel

Graphique 5.5.5 Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST

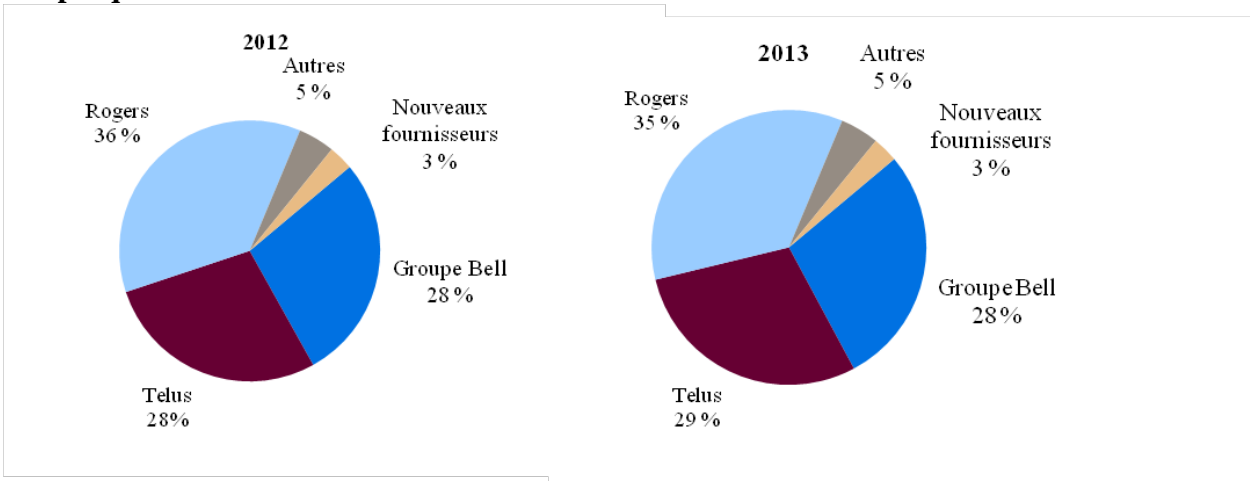


Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent le pourcentage des abonnés aux services sans fil en 2012 et 2013 aux trois principaux fournisseurs de services de télécommunication (FST) canadiens : les compagnies du groupe Bell (groupe Bell), Rogers Communications (Rogers) et la Société Telus Communications (Telus). Collectivement le groupe Bell, Rogers et Telus représentaient 90 % des abonnés en 2012 et 2013.

« Autres » incluent des FST comme MTS Allstream, SaskTel et d'autres petits FST. « Nouveaux fournisseurs » désignent les nouvelles entités qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008 et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents de Bell, de Telus ou de Rogers en 2013. Ces entités incluaient : Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc.; Globalive Wireless Management Corp., exploitée sous le nom de WIND Mobile, Vidéotron s.e.n.c. et plus récemment Bragg Communications Inc., exerçant ses activités sous le nom d'EastLink. Le groupe Bell inclut Bell Canada; Bell Mobilité; Latitude Wireless; NorthernTel, Limited Partnership; Norouestel Mobilité; SkyTerra; Télébec, Société en commandite et Virgin Mobile. En 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de Telus.

Graphique 5.5.6 Part de marché des revenus des services sans fil des FST

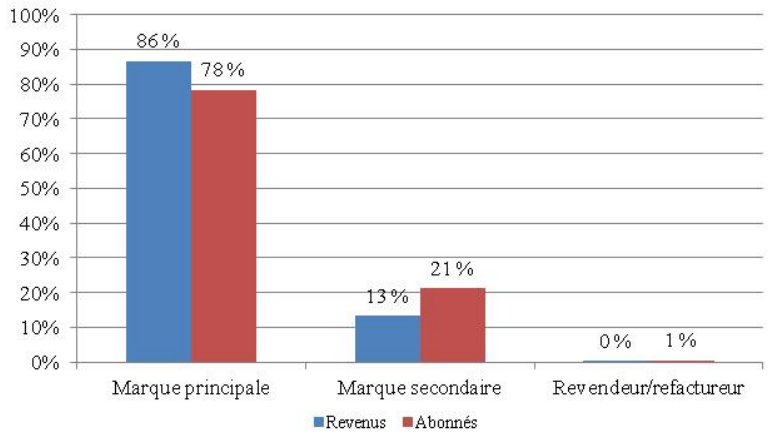


Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent le pourcentage des revenus des services sans fil en 2012 et 2013 des trois principaux FST canadiens : les compagnies du groupe Bell (groupe Bell), Rogers Communications (Rogers) et la Société Telus Communications (Telus). Collectivement le groupe Bell, Rogers et Telus représentaient 92 % des abonnés en 2012 et 2013.

« Autres » incluent des FST comme MTS Allstream, SaskTel et d'autres petits FST. « Nouveaux fournisseurs » désignent les nouvelles entités qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008 et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents de Bell, de Telus ou de Rogers en 2013. Ces entités incluaient : Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc.; Globalive Wireless Management Corp., exploitée sous le nom de WIND Mobile, Vidéotron s.e.n.c. et plus récemment Bragg Communications Inc., exerçant ses activités sous le nom d'EastLink. Le groupe Bell inclut Bell Canada; Bell Mobilité; Latitude Wireless; NorthernTel, Limited Partnership; Norouestel Mobilité; SkyTerra; Télébec, Société en commandite et Virgin Mobile. En 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de Telus.

Graphique 5.5.7 Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refacturateurs (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF canadiens mettent en marché leurs services sans fil par l'intermédiaire de marques principales et de marques secondaires. En pénétrant différents segments de marché, les FSSF peuvent différencier leurs offres et éventuellement modifier l'environnement concurrentiel sur les marchés régionaux. Ce graphique illustre les revenus et les abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et à des accords avec des revendeurs/refacturateurs.

Les marques secondaires sont des noms de marque créés par des compagnies pour répondre aux besoins spécifiques des consommateurs. Ces noms s'ajoutent à celui de l'entreprise établie ou à la marque principale.

Les marques secondaires sont souvent appelées marques complémentaires. Au Canada, Fido, Solo et Koodo sont des marques complémentaires.

Les revendeurs/refacturateurs dépendent largement des grands exploitants dotés d'installations pour l'assemblage, la mise en marché, la facturation et la livraison de leurs services mobiles (ex. PC mobile, Petro-Canada Mobilité et SpeakOut 7-Eleven).

Tableau 5.5.6 Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province et territoire (2013) [%]

Province/territoire	Groupe Bell	Telus	Rogers	Nouveaux fournisseurs	Autres
Colombie-Britannique	19	39	38	3	0
Alberta	24	48	25	3	0
Saskatchewan	12	13	8	0	68
Manitoba	6	10	33	0	51
Ontario	29	19	45	5	1
Québec	33	29	29	9	0
Nouveau-Brunswick	57	26	17	0	0
Nouvelle-Écosse	53	33	14	1	0
Île-du-Prince-Édouard	56	32	12	1	0
Terre-Neuve-et-Labrador	71	28	2	0	0
Le Nord	99	0	0	0	1

Source : Données recueillies par le CRTC

Les principaux FSSF canadiens possèdent différentes parts de marché des services dans fil dans les provinces. Ce tableau indique les parts de marché détenues par les principaux FSSF dans les provinces et les territoires du Canada.

Ce sont les trois principaux FSSF qui détiennent la plus grande part de marché dans toutes les provinces et territoires sauf en Saskatchewan et au Manitoba. Les compagnies de téléphone titulaires qui offrent des services sans fil comptent le plus grand nombre d'abonnés aux services sans fil dans leurs territoires de desserte respectifs, sauf en Ontario.

Le groupe Bell inclut Bell Canada; Bell Mobilité; Latitude Wireless; NorthernTel, Limited Partnership; Norouestel Mobilité; SkyTerra; Télébec, Société en commandite et Virgin Mobile. En 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de Telus. « Nouveaux fournisseurs » désignent les nouvelles entités de services sans fil qui ont acheté des licences lors de la vente aux enchères de spectre de services sans fil évolués d'Industrie Canada en 2008 et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents de Bell, de Telus ou de Rogers en 2013. Ces entités incluaient : Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc.; Globalive Wireless Management Corp., exploitée sous le nom de WIND Mobile; Vidéotron s.e.n.c. et plus récemment Bragg Communications Inc., exerçant ses activités sous le nom d'EastLink. La catégorie « Autres » inclut des FST comme MTS Allstream, SaskTel et d'autres petits FST.

Un certain nombre d'entreprises ont amélioré le suivi de leurs données, ce qui peut avoir un effet sur les comparaisons entre les années.

Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Tableau 5.5.7 Taux de roulement mensuel moyen dans le marché des services sans fil (%)

	2009	2010	2011	2012	2013
Bell Mobilité	1,6	1,9	2,0	1,7	1,6
Rogers	1,4	1,5	1,8	1,8	1,7
STC	1,6	1,6	1,7	1,5	1,4

Sources : Rapports annuels des compagnies et données recueillies par le CRTC

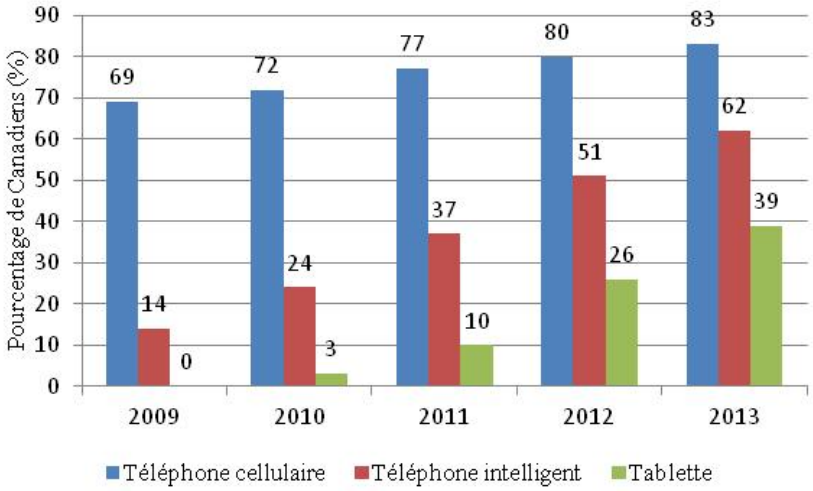
Le taux de roulement moyen est une mesure de la rotation des abonnés. On l'obtient en divisant le nombre d'abonnés qui ont quitté par le nombre total d'abonnés aux services sans fil.

Ce tableau indique le taux de roulement mensuel moyen des trois principaux FSSF de 2009 à 2013. Les clients peuvent quitter leur FSSF pour plusieurs raisons, y compris l'insatisfaction relative au service, les offres de la concurrence et les prix.

d) Indicateurs technologiques

Les tableaux et les graphiques qui suivent illustrent l'adaptation des Canadiens au système de communication numérique. Le nombre d'appareils portatifs évolués, de tablettes et autres appareils sans fil permettant d'accéder à Internet ne cesse d'augmenter et, par là même, d'accroître la demande de capacité pour les services sans fil.

Graphique 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles



Source : Observateur de technologies médias (OTM) 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique indique le pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de téléphones cellulaires ordinaires, de téléphones intelligents et de tablettes de 2009 à 2013. L'utilisation des téléphones intelligents et des tablettes augmente le volume du trafic de données sur le réseau.

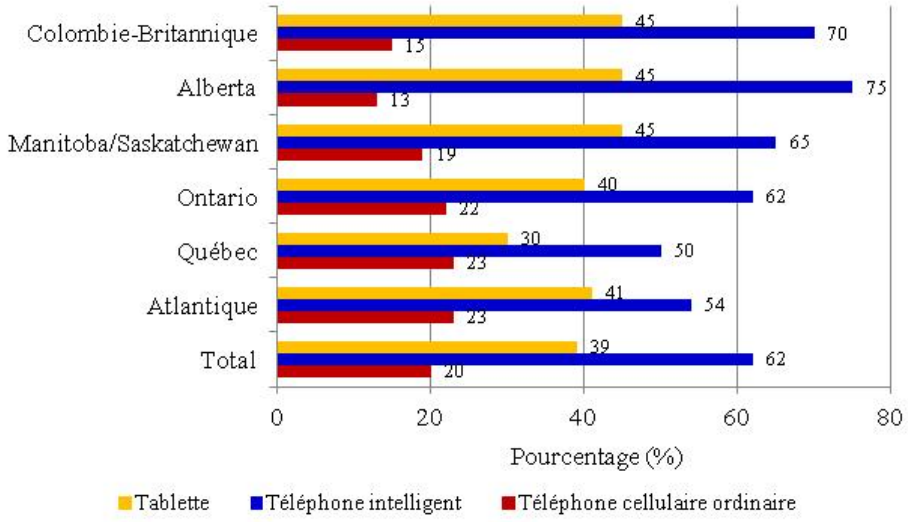
Tableau 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)

Propriété d'appareils mobiles	2009		2010		2011		2012		2013	
	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones
Téléphones cellulaires	72	59	74	63	80	67	83	71	86	74
Téléphones intelligents	16	8	27	14	41	26	55	39	66	49
Tablettes	-	-	4	2	12	6	28	17	42	30

Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce tableau indique le pourcentage de francophones et d'anglophones au Canada propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes entre 2009 et 2013. Les propriétaires de téléphones cellulaires possèdent un téléphone cellulaire ordinaire ou intelligent.

Graphique 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles par région



Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Les Canadiens qui résident dans les provinces de l'Ouest sont généralement plus enclins à acheter des téléphones intelligents et des tablettes que les Canadiens qui résident dans les provinces de l'Est.

Tableau 5.5.9 Appareils portatifs évolués, par province et territoire

	2012			2013		*Croissance annuelle (%)*
Province/territoire	Nombre d'appareils portatifs évolués		Pourcentage du total des appareils portatifs	Nombre d'appareils portatifs évolués	Pourcentage du total des appareils portatifs	
Colombie-Britannique	2 002 719		13	2 388 176	11	*19*
Alberta	2 066 054		14	2 477 044	12	*20*
Saskatchewan	480 135	#	5	596 026	3	*24*
Manitoba	730 018		5	803 718	4	*10*
Ontario	5 659 999		38	6 937 766	33	*23*
Québec	2 884 597		19	3 202 481	15	*11*
Nouveau-Brunswick	258 440		2	345 937	2	*34*
Nouvelle-Écosse	348 422		2	460 253	2	*32*
Île-du-Prince-Édouard	48 210		0	64 975	0	*35*
Terre-Neuve-et-Labrador	187 908		1	268 560	1	*43*
Le Nord	4 660		0	53 216	0	*1 042*

Source : Données recueillies par le CRTC

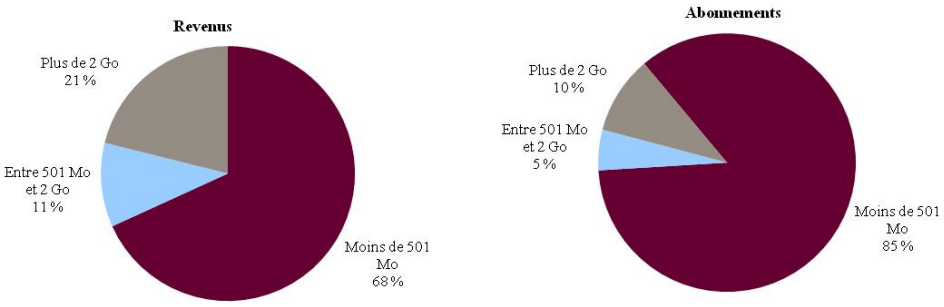
Les appareils portatifs évolués offrent bien plus que des fonctions vocales. Ils prennent souvent en charge les SMM, Internet, un programme de courriel et les vidéos. Le nombre d'appareils portatifs évolués donne la mesure de la participation des Canadiens à l'économie numérique.

Ce tableau indique le nombre d'appareils portatifs évolués utilisés dans chaque région du Canada en 2012 et 2013, ainsi que leur nombre en pourcentage de tous les appareils en utilisation.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails). En 2013, au moins une entreprise a mis à jour ses systèmes de déclaration afin de permettre de déclarer plus précisément le nombre d'abonnés par province.

Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Graphique 5.5.10 Revenus et abonnés des forfaits de données mobiles uniquement, par capacité des forfaits de données (2013)

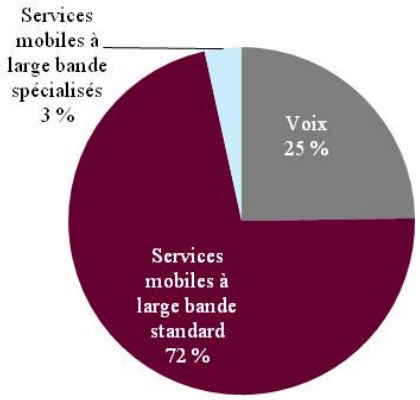


Les forfaits de données seulement comprennent les appareils d'accès intégrés et portables comme les concentrateurs, les clés USB, les clés électroniques et les ordinateurs portables.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent, en pourcentages, les revenus et les abonnés par utilisateur correspondant aux diverses capacités des forfaits de données des FSSF en 2013. Parmi le nombre total d'abonnés, 5 % d'entre eux ne sont abonnés qu'aux forfaits de données mobiles uniquement.

Graphique 5.5.11 Pourcentage des revenus des services mobiles, services téléphoniques c. à large bande standard c. à large bande spécialisés (2013)



L'utilisateur de services mobiles à large bande standard possède un téléphone intelligent ou ordinaire avec un abonnement à un forfait de services vocaux et de données. (Les forfaits de téléphone mobile avec navigation seulement sont exclus de cette catégorie.)

L'utilisateur de services mobiles à large bande spécialisés est un abonné à des services de données spécialisés sur un réseau mobile. Ce type d'abonnement s'achète à part des services téléphoniques, soit comme service autonome (modem/clé électronique) soit à titre de forfait de données complémentaire au service de téléphonie, nécessitant ainsi un autre abonnement.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre, en pourcentages, les revenus des FSSF qui proviennent des abonnés aux forfaits téléphoniques, aux forfaits à large bande standard et aux forfaits à large bande spécialisés.

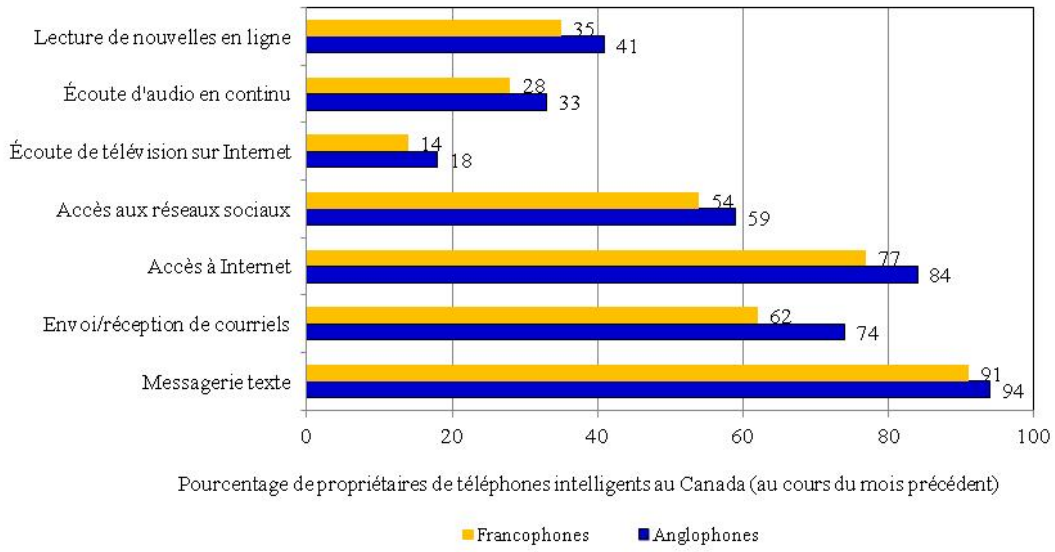
Tableau 5.5.10 Abonnements à la large bande mobile

	2011	2012	2013	*TCAC 2011-2013*
Services mobiles à large bande standard				
Nombre d'abonnés (millions)	12,0	13,0	16,1	*15,9 %*
Pourcentage de tous les abonnés	44	47	57	
Croissance annuelle (%)	*s.o.*	*8,0*	*24,3*	
Services mobiles spécialisés				
Nombre d'abonnés (millions)	1,2	1,3	1,5	*11,4 %*
Pourcentage de tous les abonnés	4	5	5	
Croissance annuelle (%)	*s.o.*	*12,3*	*10,5*	
Total des services mobiles à large bande				
Nombre d'abonnés (millions)	13,2	14,3	17,6	*15,5 %*
Pourcentage de tous les abonnés	48	51	62	
Croissance annuelle (%)	*s.o.*	*3,0*	*2,3*	

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2011 à 2013, les Canadiens ont augmenté continuellement leur utilisation de la large bande sur les appareils mobiles. Ce tableau indique le nombre d'abonnés à la large bande mobile au Canada durant cette période.

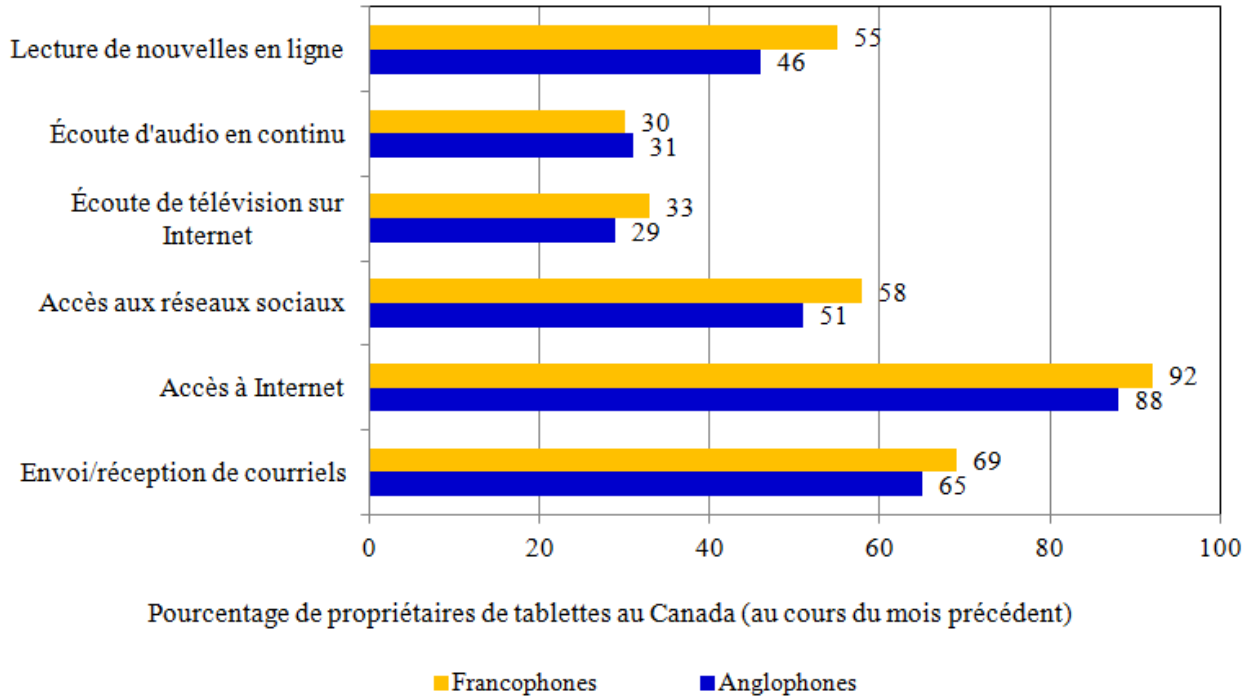
Graphique 5.5.12 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada



Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre les activités des francophones et des anglophones avec leurs téléphones intelligents.

Graphique 5.5.13 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de tablettes au Canada



Source : OTM 2013 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre les activités des francophones et des anglophones avec leurs tablettes.

e) Indicateurs de rendement

Tableau 5.5.11 Revenu moyen des services sans fil par abonné

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC 2009-2013*
Revenu moyen des services sans fil par abonné ($/mois)	60,1	59,7	58,7	59,6	60,0	*-0,1 %*
Croissance annuelle	*-1,9 %*	*-0,8 %*	*-1,7 %*	*1.6 %*	*0,7 %*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Le revenu moyen des services sans fil par abonné est un indicateur utile des revenus que rapporte aux FSSF chaque abonné des services sans fil. Par contre, sur le plan de la consommation, il s'agit d'un indicateur des dépenses des consommateurs en services sans fil. Ce tableau indique le revenu moyen provenant des services sans fil, par utilisateur, de 2009 à 2013.

Les revenus moyens des services sans fil par abonné pour toutes les années précédentes ont été recalculés.

Le revenu moyen des services sans fil par abonné a été calculé en divisant le total des revenus annuels des services sans fil par le nombre moyen d'abonnés au cours de l'année. Le résultat a ensuite été divisé par 12 pour obtenir le résultat mensuel. Le nombre moyen d'abonnés a été obtenu en divisant par deux le total des abonnés au début de l'année et à la fin de l'année.

Au cours des années précédentes, le revenu moyen des services sans fil par abonné était calculé en divisant le total des revenus d'une année par le nombre d'abonnés à la fin de l'année et en divisant le résultat par 12. Cette méthodologie tend à surestimer les résultats dans un marché en croissance parce qu'elle présume que le nombre d'abonnés à la fin de l'année est représentatif du nombre d'abonnés de toute l'année. On peut réduire cette surestimation en utilisant un nombre moyen d'abonnés.

Tableau 5.5.12 Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel)

Province/territoire	2009	2010	2011	2012	2013
Colombie-Britannique	62,33 $	62,59 $	63,84 $	62,55 $	63,42 $
Alberta	71,17 $	71,89 $	75,82 $	72,82 $	74,10 $
Saskatchewan	51,65 $	63,45 $	53,51 $	57,83 $	58,72 $
Manitoba	52,78 $	52,07 $	53,07 $	54,99 $	59,42 $
Ontario	63,44 $	62,04 $	58,18 $	60,60 $	58,93 $
Québec	52,53 $	52,79 $	51,08 $	51,46 $	53,69 $
Nouveau-Brunswick	52,75 $	55,11 $	53,15 $	54,62 $	55,65 $
Nouvelle-Écosse	54,25 $	57,76 $	55,26 $	57,22 $	58,15 $
Île-du-Prince-Édouard	57,32 $	52,15 $	52,01 $	55,47 $	52,86 $
Terre-Neuve-et-Labrador	50,34 $	53,78 $	53,86 $	58,70 $	60,61 $
Le Nord	s.o.	82,02 $	105,43 $	94,31 $	135,44 $

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le revenu moyen par abonné à un FSSF dans chaque région du pays de 2009 à 2013. Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut. Le revenu moyen par abonné aux services sans fil pour les années antérieures a été recalculé. On a procédé à des estimations pour les entreprises qui n'avaient pas à fournir de données provinciales ou territoriales.

f) Prix

Le prix des services sans fil est basé sur l'utilisation. Pour évaluer le prix de ces services dans les centres urbains et dans les communautés rurales, on a utilisé trois ensembles de services, lesquels ont été empruntés au rapport intitulé *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger* (2013).

- L'ensemble de services mobiles de niveau 1 correspond à un forfait de base ou de faible utilisation avec 150 minutes d'appels par mois, pas de SMS ni de service de données par Internet.
- L'ensemble de services mobiles de niveau 2 correspond à un forfait de services mobiles courant ou d'utilisation moyenne avec au moins 450 minutes d'appels, 300 messages textes mais pas de service de données par Internet.
- L'ensemble de services mobiles de niveau 3 correspond au forfait de l'utilisateur de téléphone intelligent typique, avec au moins 1 200 minutes d'appels, 300 messages textes et une limite d'utilisation des données par Internet de 1 Go par mois.

***Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger* (2013)**

Ce rapport est la mise à jour 2014 des précédentes études comparatives sur les prix des télécommunications de 2008 à 2012 commandées par le CRTC et Industrie Canada à Wall Communications Inc.

Cette étude couvre les services filaires, les services sans fil mobiles, les services Internet à large bande et les services Internet mobiles.

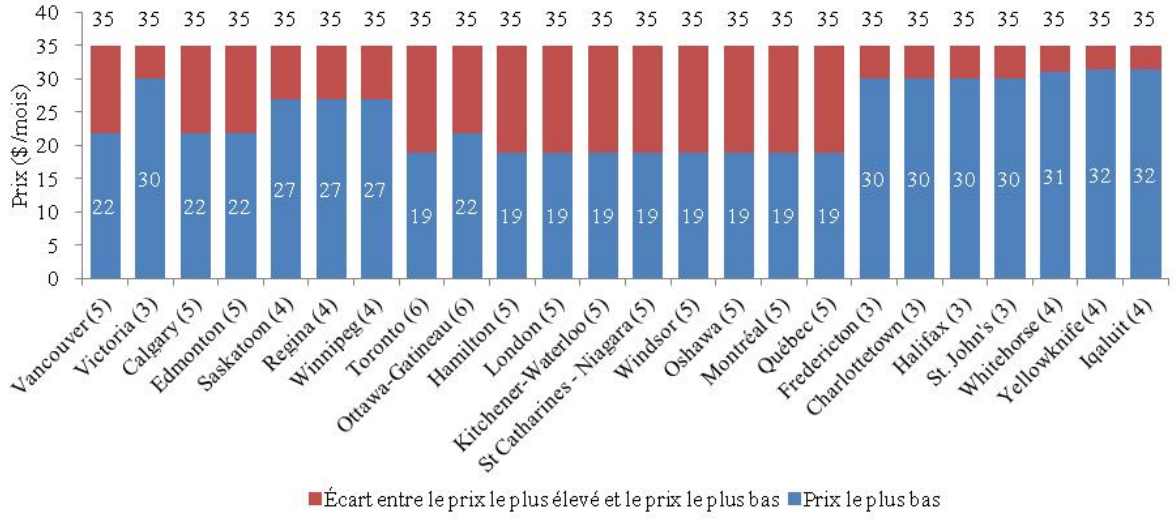
Pour d'autres informations, veuillez consulter le lien suivant : http://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp130422.htm.

Centres urbains

C'est dans les centres urbains desservis par cinq FSSF ou plus que l'on observe la plus grande variance entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé, ainsi qu'entre les prix les plus bas des trois ensembles. La variance est forte, soit de 16 $ à 50 $, entre les prix les plus bas et les plus élevés pour tous les ensembles de services dans n'importe quel centre urbain. Le plus bas prix pour un forfait de niveau 1 dans un centre urbain desservi par quatre FSSF ou moins était en moyenne de 10 $ à 12 $ plus cher que dans des centres desservis par au moins cinq FSSF. La variance du prix moyen le plus bas et le plus élevé était de 11 $ ou 46 % du plus bas prix pour l'ensemble de services de niveau 1, de 20 $ ou 65 % du plus bas prix pour l'ensemble de services de niveau 2 et de 40 $ ou 83 % pour un ensemble de niveau 3.

Dans les villes desservies par au moins un nouveau FSSF, les prix étaient notablement plus bas pour les trois ensembles de services. Bien que les résultats de l'enquête suggèrent que les prix baissent avec l'augmentation du nombre de concurrents, cette analyse ne tient pas compte de certains facteurs qui pourraient avoir une incidence sur la valeur de consommation d'un service comme la couverture, la qualité du service et les différents choix d'assemblage.

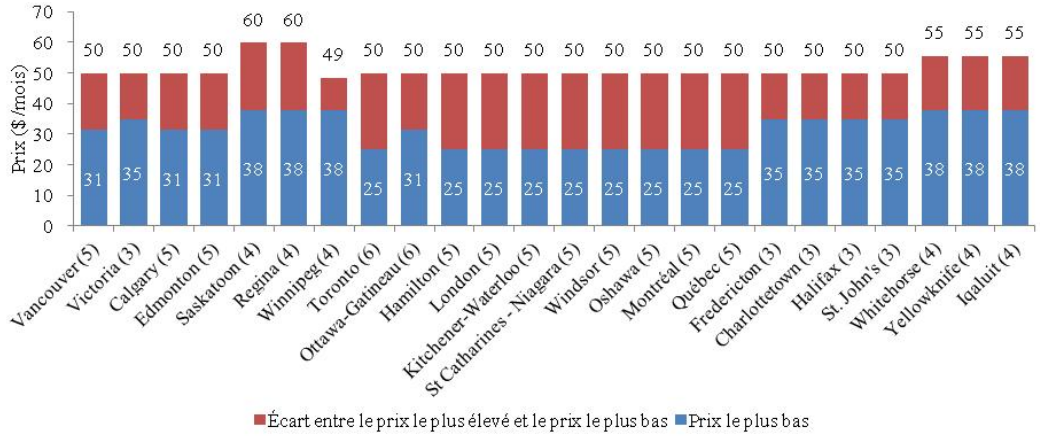
Graphique 5.5.14 Prix d'un service sans fil de niveau 1 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil de niveau 1 dans 24 centres urbains du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de FSSF locaux.resents the number of local WSPs.

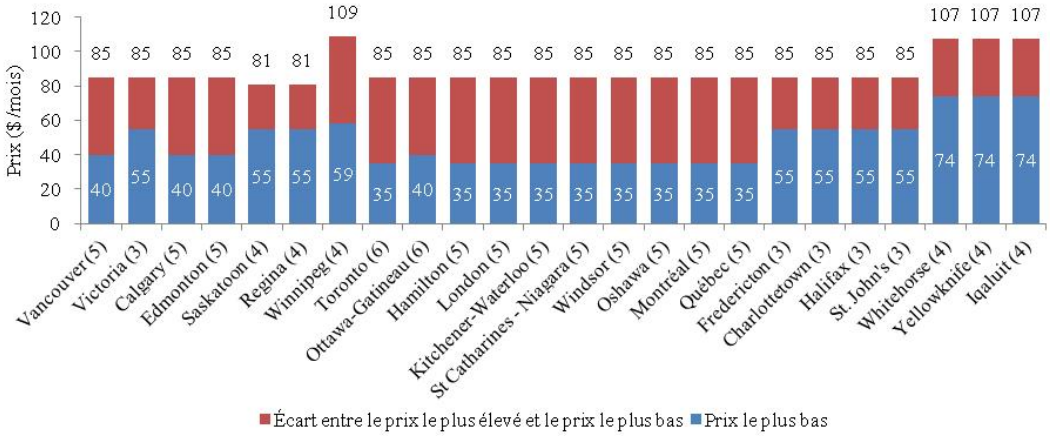
Graphique 5.5.15 Prix d'un service sans fil de niveau 2 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil de niveau 2 dans 24 centres urbains du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de FSSF locaux.

Graphique 5.5.16 Prix d'un service sans fil de niveau 3 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil de niveau 3 dans 24 centres urbains du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de FSSF locaux.

Comparaison des prix des services sans fil dans les zones urbaines et rurales

Pour évaluer le prix des services sans fil en zones rurales, on a sélectionné 54 communautés rurales et comparé les prix de leurs services à ceux des centres urbains.

De façon générale, les prix des services sans fil des ensembles de niveaux 1, 2, et 3 dans les communautés rurales étaient égaux ou plus élevés que dans les centres urbains.

Dans le cas de chacun des trois ensembles de services sans fil disponibles dans les communautés rurales, on a constaté un grand écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut, soit de 3 $ à 50 $, selon la province et le territoire. L'écart était important également dans les centres urbains.

La variance du prix moyen dans les diverses communautés rurales et dans les centres urbains pour les services sans fil de faible utilisation et pour les abonnés typiques des téléphones intelligents étaient respectivement de 60 % et de 23 %. Cependant, dans les centres urbains, la variance du prix moyen des services sans fil à faible utilisation et des services à utilisation moyenne était d'environ 22 % moindre que dans les zones rurales.

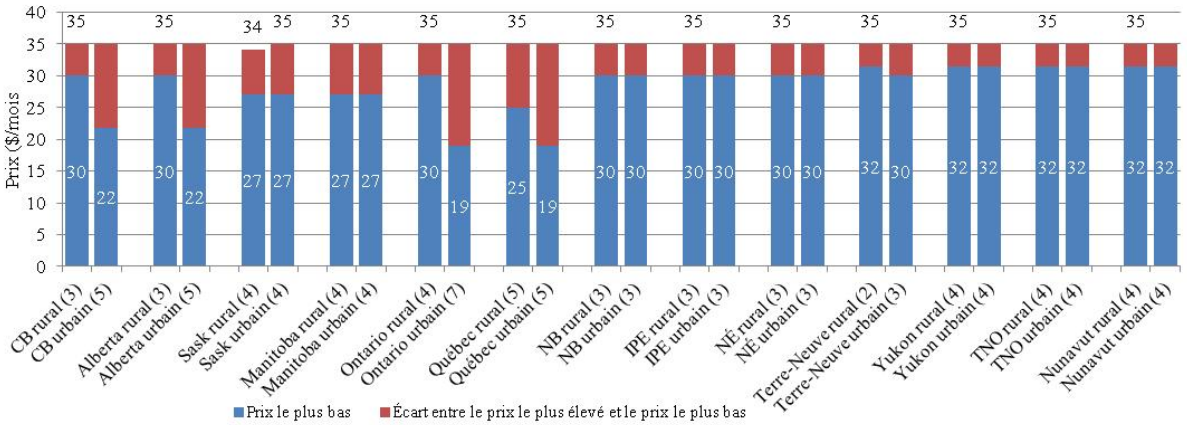
Sur quelles communautés est basée l'enquête?

Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix des services sans fil dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km^2 ou un centre-ville de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population de chaque province/territoire;
- les communautés n'étaient pas rassemblées sur un même territoire.

La liste des communautés rurales se trouve à l'annexe 4.

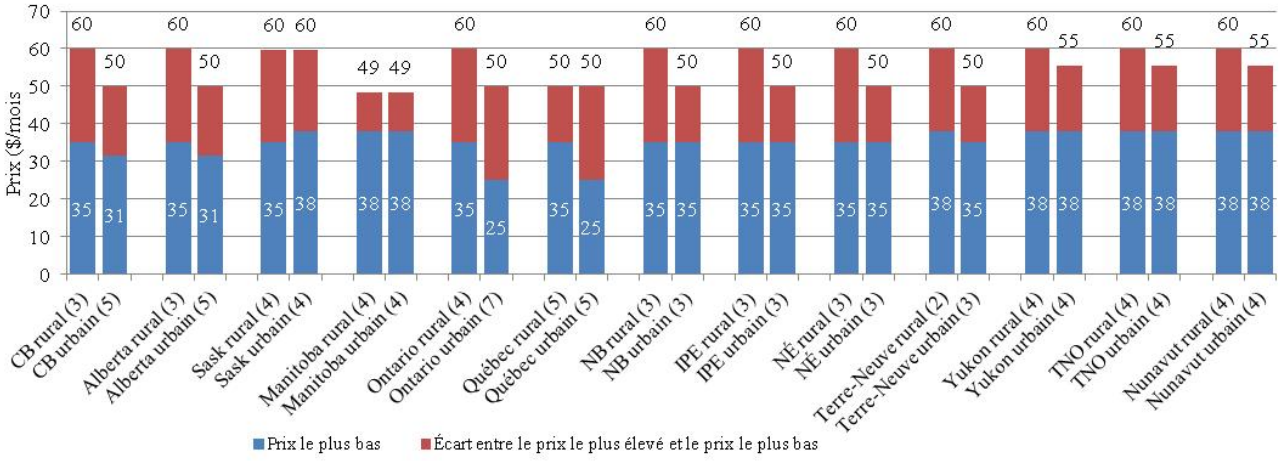
Graphique 5.5.17 Prix d'un service sans fil de niveau 1 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil dans les communautés rurales et les centres urbains par province et territoire au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente le nombre de FSSF locaux.

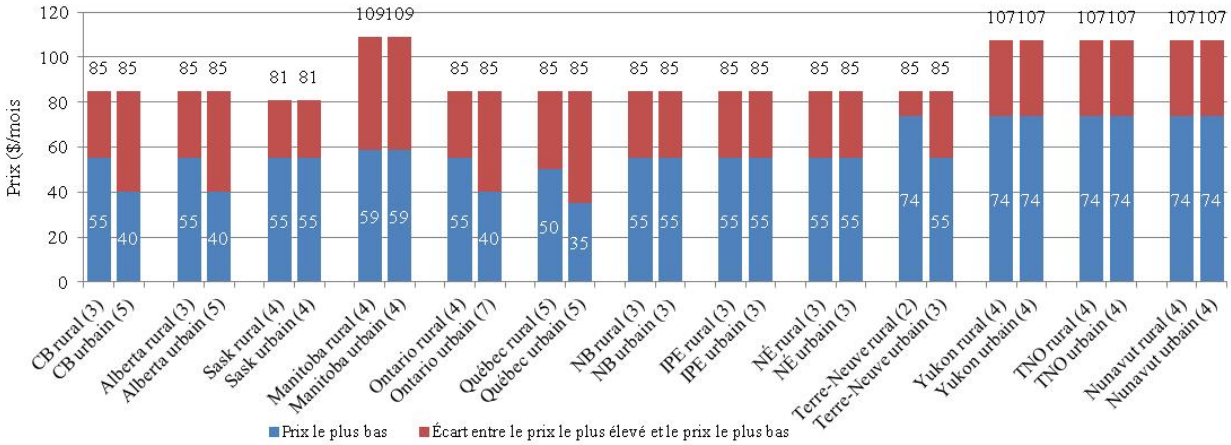
Graphique 5.5.18 Prix d'un service sans fil de niveau 2 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil dans les communautés rurales et les centres urbains par province et territoire au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente le nombre de FSSF locaux.

Graphique 5.5.19 Prix d'un service sans fil de niveau 3 ($/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales

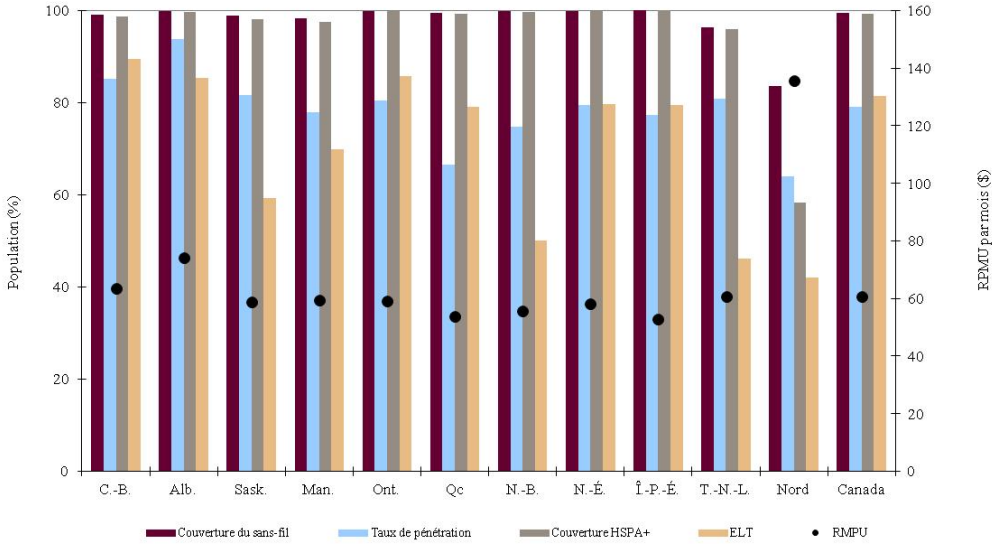


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique représente l'éventail des prix mensuels des services sans fil dans les communautés rurales et les centres urbains, par province et territoire du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus haut. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente le nombre de FSSF locaux.

g) Détails sur la couverture et l'accessibilité

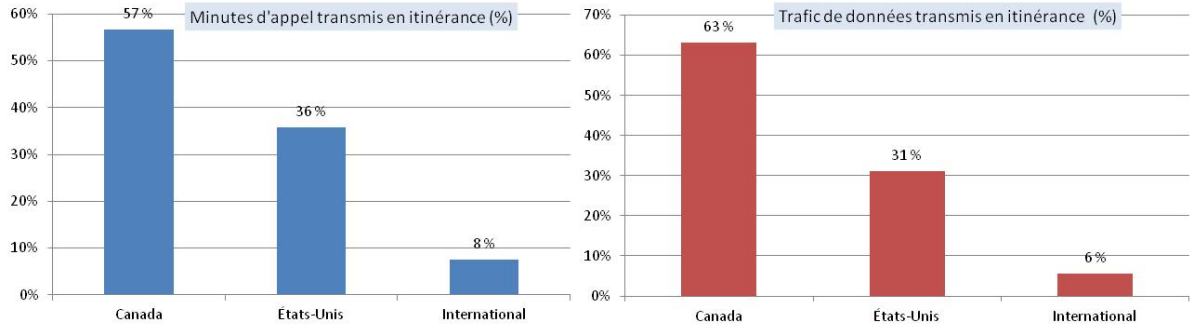
Graphique 5.5.20 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la couverture et le taux de pénétration de diverses technologies sans fil comme la technologie d'évolution à long terme (LTE) et la technologie évoluée d'accès haute vitesse par paquet (HSPA+) en pourcentage de la population de chaque province et territoire. Il indique également le revenu moyen par utilisateur dans chaque région.

Graphique 5.5.21 Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF étendent leur couverture dans des régions où ils ne possèdent pas d'installations en concluant des ententes avec d'autres FSSF qui en possèdent et qui offrent le service à leurs utilisateurs finals. Lorsqu'un abonné utilise les installations d'un autre FSSF, on dit qu'il est en itinérance. Ce double graphique illustre les minutes d'appels et le trafic de données (sans SMS ni SMM) transmis en itinérance, à l'intérieur du Canada, aux États-Unis et dans le reste du monde.

Tableau 5.5.13 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire (2013)

Province/territoire	Couverture (%)			Taux de pénétration (%)	RMPU ($/mois)
	Sans fil	HSPA+	LTE		
Colombie-Britannique	99,0	98,7	89,4	85,1	63,42
Alberta	99,8	99,7	85,3	93,8	74,10
Saskatchewan	98,9	98,1	59,3	81,7	58,72
Manitoba	98,4	97,5	69,8	77,9	59,42
Ontario	99,8	99,8	85,7	80,5	58,93
Québec	99,4	99,3	79,0	66,6	53,69
Nouveau-Brunswick	99,8	99,6	50,0	74,7	55,65
Nouvelle-Écosse	99,9	99,8	79,7	79,6	58,15
Île-du-Prince-Édouard	99,9	99,9	79,5	77,2	52,86
Terre-Neuve-et-Labrador	96,4	95,9	46,1	80,9	60,61
Le Nord	83,7	58,3	42,1	64,0	135,44
Canada	99,4	99,2	81,4	79,1	60,67

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la couverture et le taux de pénétration de diverses technologies sans fil comme LTE et HSPA+ en pourcentage de la population de chaque province et territoire. Il indique également le revenu moyen par utilisateur dans chaque région. Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

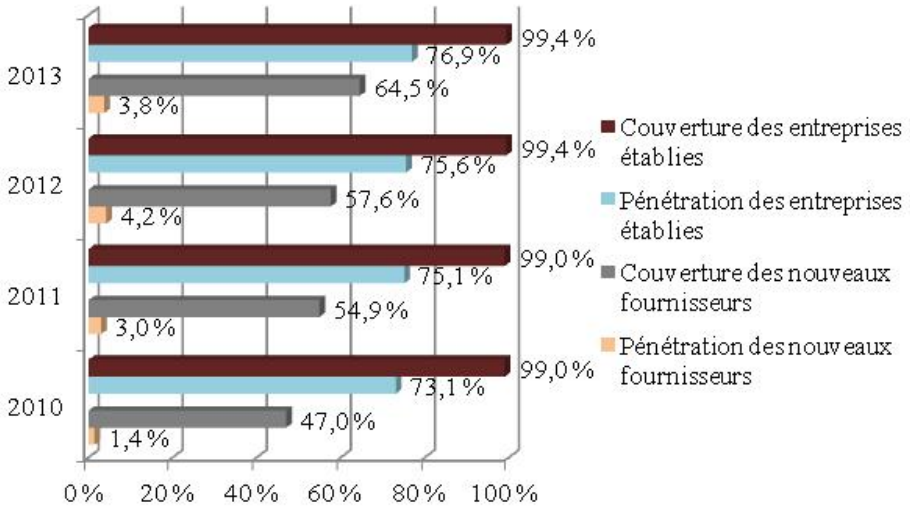
Tableau 5.5.14 Nombre de réseaux sans fil distincts, exprimé en pourcentage de la population couverte, par province et territoire (2013)

Province/territoire	Nombre de réseaux				
	aucun	1 seulement	2 seulement	3 seulement	4 ou plus
Colombie-Britannique	1 %	2 %	33 %	5 %	59 %
Alberta	0 %	1 %	35 %	7 %	58 %
Saskatchewan	1 %	16 %	75 %	8 %	0 %
Manitoba	2 %	2 %	20 %	76 %	0 %
Ontario	0 %	1 %	5 %	21 %	73 %
Québec	1 %	4 %	6 %	7 %	83 %
Nouveau-Brunswick	0 %	4 %	72 %	23 %	0 %
Nouvelle-Écosse	0 %	4 %	18 %	37 %	41 %
Île-du-Prince-Édouard	0 %	1 %	24 %	75 %	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	4 %	39 %	18 %	40 %	0 %
Le Nord	16 %	26 %	58 %	0 %	0 %
Canada	1 %	3 %	17 %	17 %	63 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre de réseaux sans fil distincts, en termes d'installations d'accès radio, dans chaque province et territoire. Dans bon nombre de provinces, les fournisseurs de services sans fil dotés d'installations qui possèdent du spectre partagent les mêmes installations d'accès radio pour offrir des services de télécommunication au public. Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

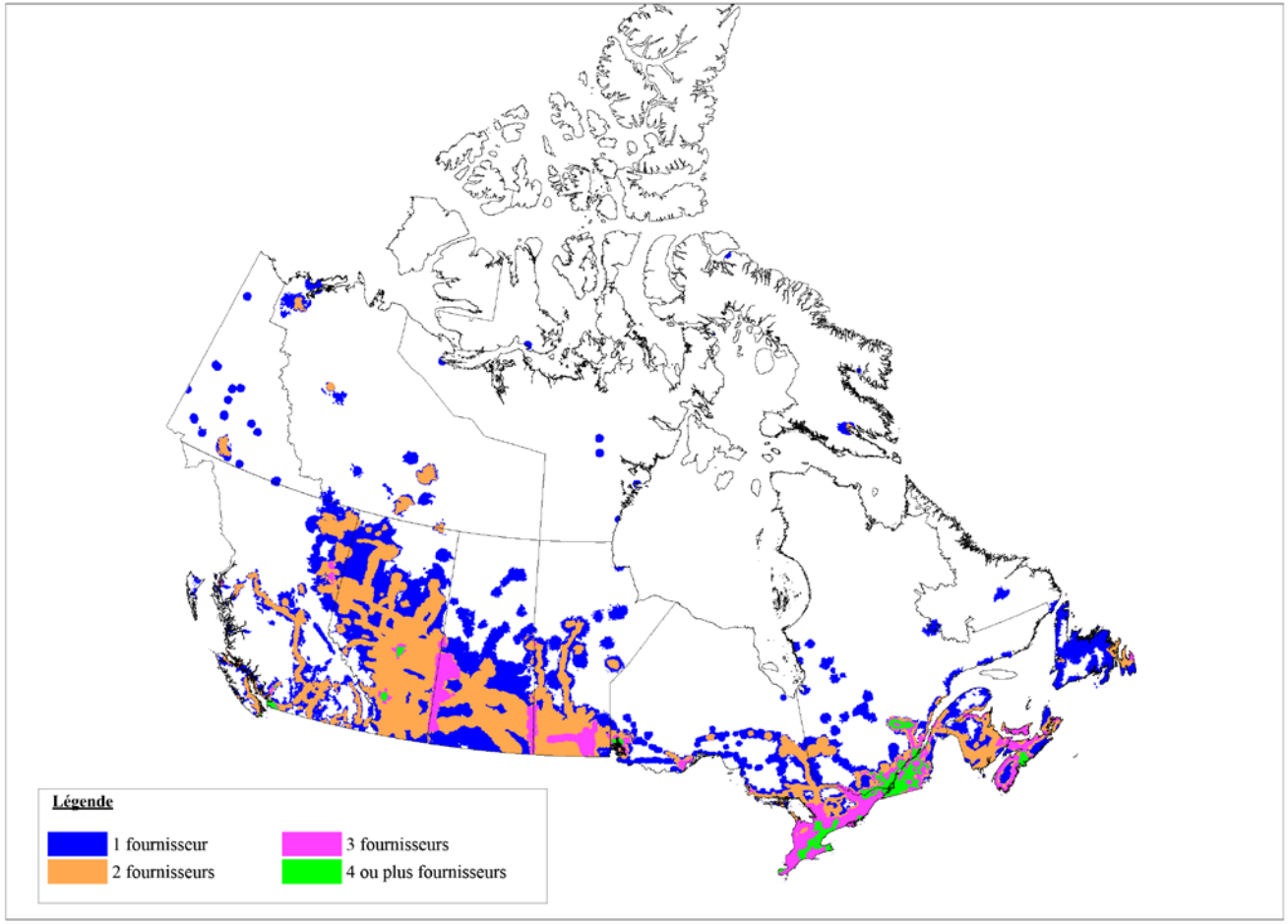
Graphique 5.5.22 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs



Source : Données recueillies par le CRTC

Au Canada, les entreprises établies qui dominent le marché des services sans fil offrent une couverture plus étendue et ont un taux de pénétration plus important que les nouveaux fournisseurs. « Nouveaux fournisseurs » désignent les nouvelles entités qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008, et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents de Bell, de Telus ou de Rogers en 2013. Ces entités incluaient : Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc.; Globalive Wireless Management Corp., exploitée sous le nom de WIND Mobile, Vidéotron s.e.n.c. et plus récemment Bragg Communications Inc., exerçant ses activités sous le nom d'EastLink. En 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de Telus.

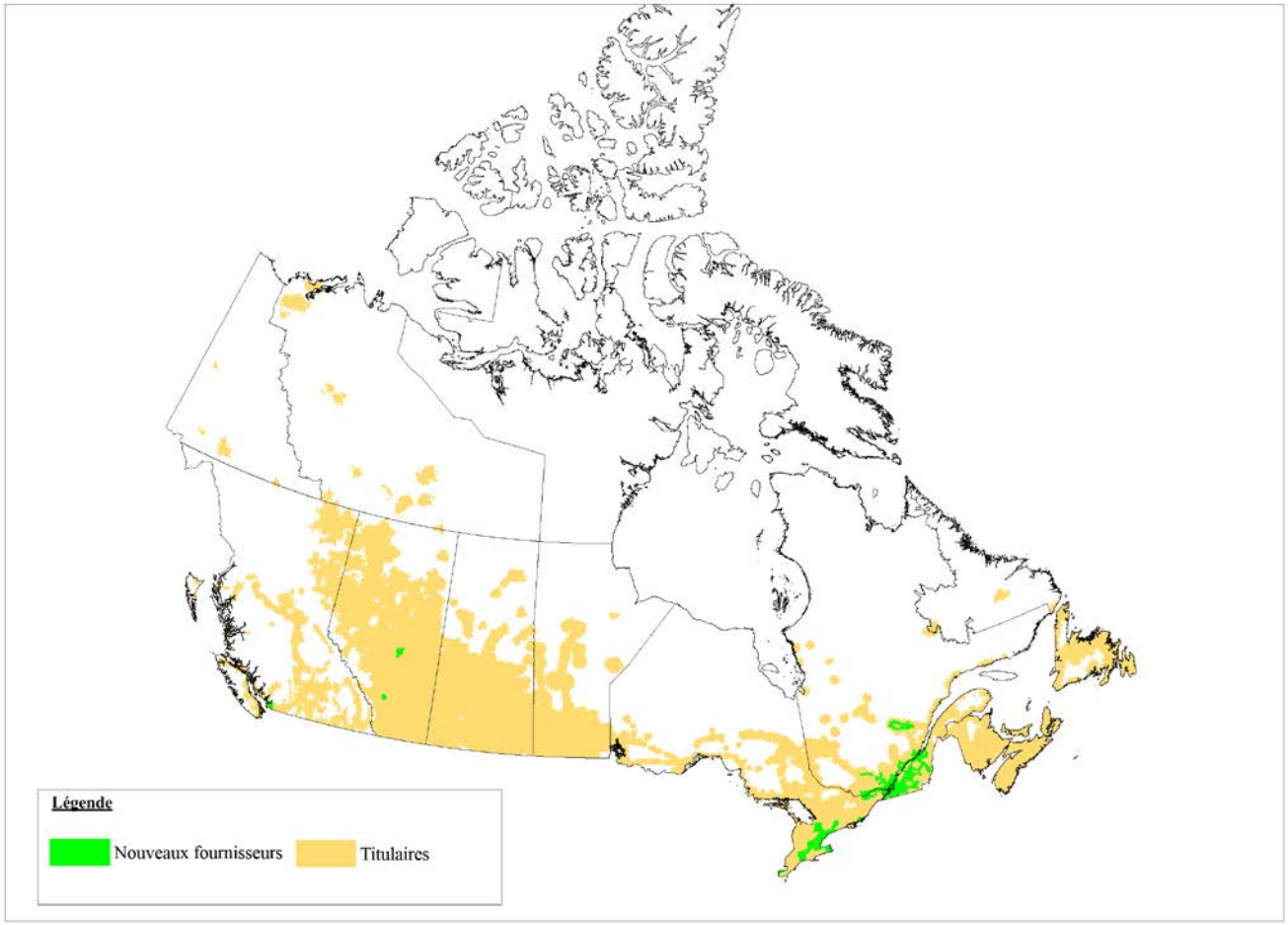
Carte 5.5.1 Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre la disponibilité des services sans fil fournis par les FSSF dotés d'installations dans l'ensemble du Canada.

Carte 5.5.2 Accessibilité des services sans fil HSPA+, par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations (2013)

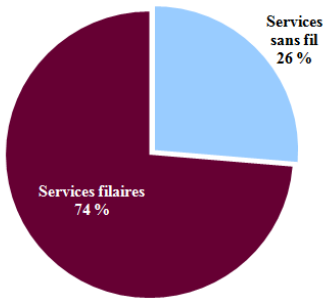


Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre l'accessibilité de la technologie évoluée d'accès haute vitesse par paquet (HSPA+) par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations dans l'ensemble du Canada.

5.6 Secteur de marché des services de télécommunication de gros

Graphique 5.6.0 Revenus des services de télécommunication de gros (3,7 milliards de dollars, 2013)



Les services de gros permettent aux fournisseurs de services de télécommunication (FST) d'agrandir leurs réseaux et d'interconnecter leurs systèmes avec ceux d'autres FST. Les services de gros comprennent la location d'installations de télécommunication comme des lignes d'accès local et de liaison spécialisée intercirconscriptions, la vente de demandes, par exemple celle de minutes d'interurbain, l'itinérance de services sans fil mobiles, les ententes d'interconnexion ou encore la vente d'un service aux fins de revente.

L'envergure du marché des services de gros permet d'évaluer le degré de concurrence au sein d'une industrie. Les FST titulaires sont les principaux fournisseurs de services de gros, suivis des entreprises de câblodistribution.

Tous les FST dépendent jusqu'à un certain point des services de gros. Les revendeurs en sont les principaux clients. Ils dépendent des installations de transmission d'autres FST pour fournir des services à leurs propres clients. Les FST titulaires dépendent moins du marché des services de gros. Ils ont besoin de ce type de services lorsqu'ils exercent des activités hors territoire où ils n'ont pas d'installations, ou encore pour interconnecter leurs systèmes avec ceux d'un autre FST pour compléter un appel ou un service. D'autres FST dotés d'installations se servent de services de gros pour agrandir leur zone de desserte ou offrir à leurs clients des services qu'ils seraient par ailleurs incapables de fournir directement.

Tableau 5.6.0 Aperçu du secteur de marché des services de télécommunication de gros

	2012	2013	*Croissance annuelle (%)*
Revenus (milliards $)			
Local et accès	0,8	0,7	*-6,2*
Interurbain	0,6	0,4	*-21,5*
Internet	0,4	0,4	*3,5*
Données	0,5	0,5	*8,4*
Liaison spécialisée	0,7	0,7	*-5,5*
Sans-fil	0,8	1,0	*13,4*
Total des revenus des services de gros	3,7	3,7	*-1,0*
Pourcentage des revenus des services de gros faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	76,6	75,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu de la taille du secteur du marché des services de gros en 2012 et en 2013. Il indique les revenus des services de gros par secteur de marché : local et accès, interurbain, Internet, données, liaison spécialisée et sans-fil. Le marché des services sans fil de gros exclut les services sans fil fixes. Le tableau indique aussi le pourcentage des revenus provenant des services de gros qui font l'objet d'une abstention de la réglementation.

Cette section présente le détail des revenus des services de télécommunication de gros, sur une période de cinq ans, afin d'illustrer les tendances du marché des services de gros. Elle traite aussi des indicateurs de la concurrence et des indicateurs technologiques, par exemple la part de marché des données ou les tendances technologiques.

a) Revenus

Tableau 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros (milliards $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Services filaires	3,1	3,1	3,0	2,9	2,8	*-2,7*
Croissance annuelle (%)	*-1,3*	*-0,3*	*-1,4*	*-3,6*	*-5,1*	
Services sans fil	0,5	0,5	0,7	0,8	1,0	*15,0*
Croissance annuelle (%)	*19,3*	*-12,9*	*51,3*	*17,1*	*13,4*	
Total	3,6	3,5	3,7	3,7	*3,7*	*0,7*
Croissance annuelle (%)	*1,4*	*-2,2*	*5,3*	*0,7*	*-1,0*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu des revenus des services filaires et des services sans fil de gros, des taux de croissance annuelle et des taux moyens de croissance annuelle entre 2009 et 2013. Il illustre le fait que les revenus des services filaires de gros ne cessent de diminuer depuis 2009, alors que ceux des services sans fil augmentent. Le marché des services sans fil de gros exclut les services sans fil fixes.

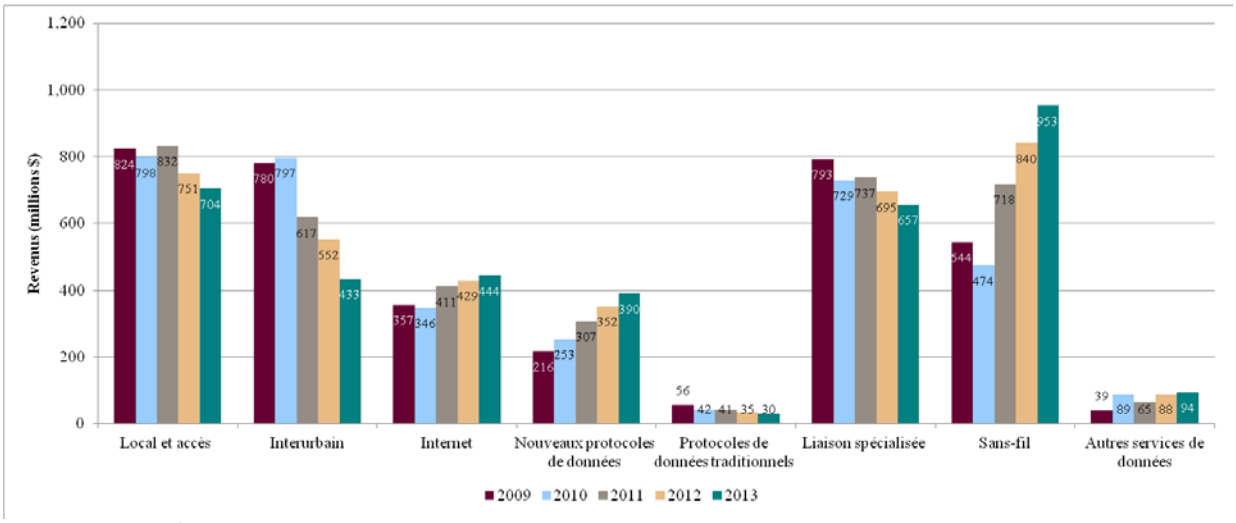
Tableau 5.6.2 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions $)

			2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Services filaires	Communication vocale	Local et accès	824	798	832	751	704	*-3,8*
		Croissance annuelle (%)	*-3,2*	*-3,1*	*4,3*	*-9,8*	*-6,2*	
		Interurbain	780	797	617	552	433	*-13,7*
		Croissance annuelle (%)	*-5,7*	*2,2*	*-22,6*	*-10,6*	*-21,5*	
		Total partiel − Communication vocale	1,604	1,595	1,449	1,303	1,137	*-8,2*
		Croissance annuelle (%)	*0,0*	*0,0*	*-0,1*	*-0,1*	*-0,1*	
	Sauf communication vocale	Internet	357	346	411	429	444	*5,6*
		Croissance annuelle (%)	*13,0*	*-2,9*	*18,6*	*4,4*	*3,5*	
		Nouveaux protocoles de données	216 #	253 #	307 #	352 #	390	*15,9*
		Croissance annuelle (%)	*22,0*	*17,0*	*21,3*	*14,6*	*11,0*	
		Protocoles de données traditionnels	56	42	41	35	30	*-14,0*
		Croissance annuelle (%)	*-8,3*	*-25,4*	*-2,2*	*-14,5*	*-12,5*	
		Autres services de données	39	89	65	88	94	
		Croissance annuelle (%)	*-9,8*	*125,8*	*-26,7*	*35,2*	*6,4*	
		Total partiel − Données	311	384	413	475	515	*13,4*
		Croissance annuelle (%)	*10,5*	*23,2*	*7,6*	*15,0*	*8,4*	
		Liaison spécialisée	793	729	737	695	657	*-4,6*
		Croissance annuelle (%)	*-4,3*	*-8,0*	*1,1*	*-5,7*	*-5,5*	
		Total partiel − Sauf communication vocale	1,461	1,459	1,561	1,599	1,615	*2,5*
		Croissance annuelle (%)	*2,5*	*-0,1*	*7,0*	*2,4*	*1,0*	
	Total des services filaires		3,065	3,055	3,010	2,901	2,753	*-2,7*
		Croissance annuelle (%)	*-1,3*	*-0,3*	*-1,4*	*-3,6*	*-5,1*	
Services sans fil	Mobile		544	474	718	840	953	*15,0*
		Croissance annuelle (%)	*19,3*	*-12,9*	*51,3*	*17,1*	*13,4*	
Total			3,610	3,529	3,728	3,742	3,706	*0,7*
		Croissance annuelle (%)	*1,4*	*-2,2*	*5,6*	*0,4*	*-1,0*	

Source : Données recueillies par le CRTC

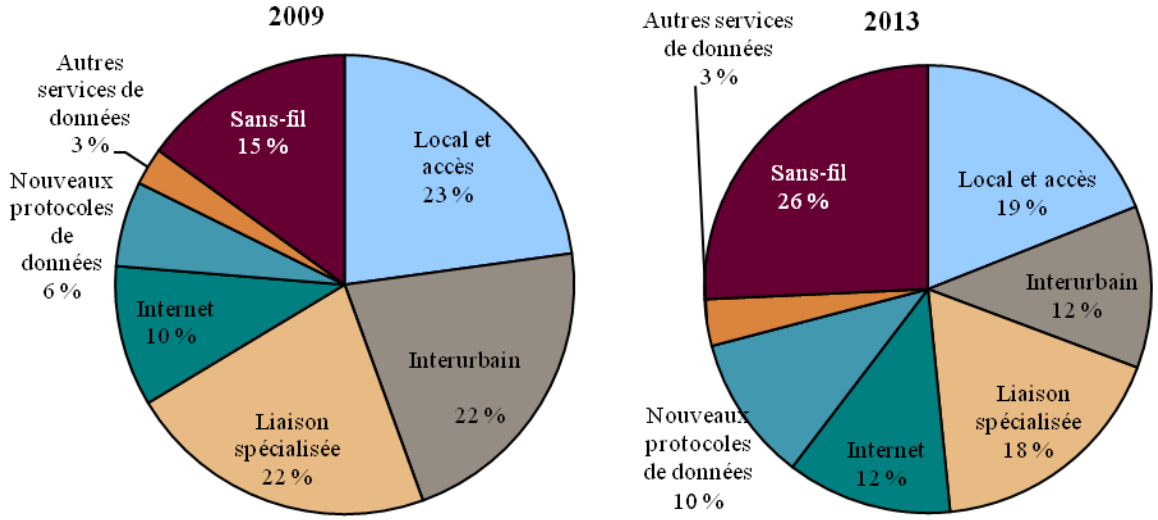
Ce tableau présente les revenus des services de gros par secteur de marché et par service. Les revenus des services de communication vocale de gros ont diminué de 8,2 % par année depuis 2009, alors que ceux des services filaires sauf de communication vocale et ceux des services de données ont augmenté de 2,5 %. La plus forte croissance a été celle des nouveaux services comme Internet, les services sans fil mobiles et les services de données utilisant de nouveaux protocoles comme Ethernet ou le protocole Internet (IP). Depuis 2009, les revenus de ces services ont augmenté chaque année de 5,6 % à 15,9 %. Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Graphique 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché



Source : Données recueillies par le CRTC

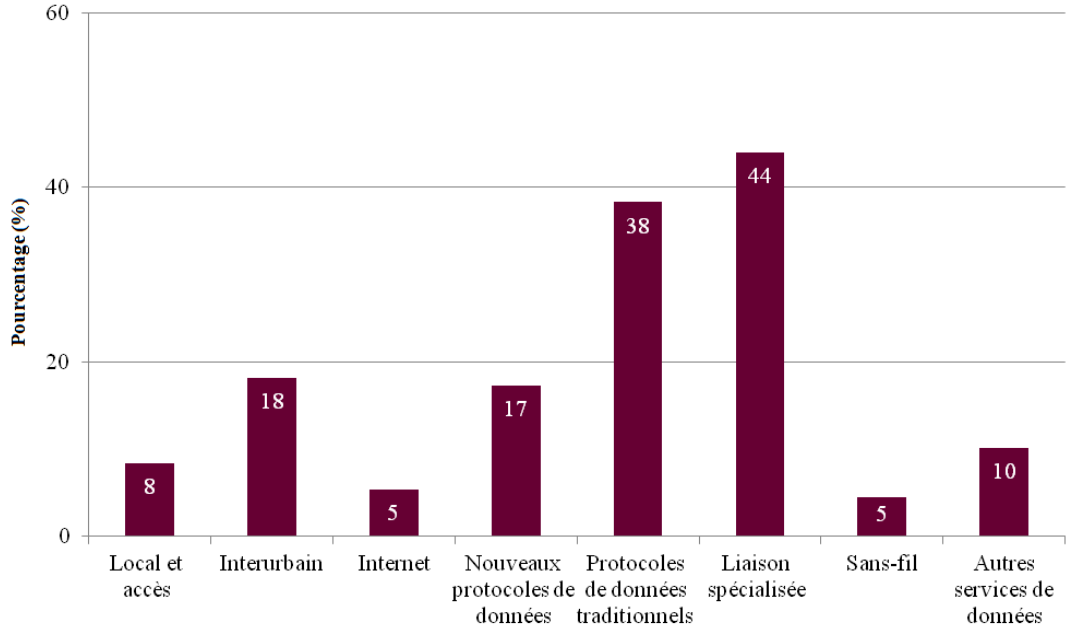
Graphique 5.6.2 Répartition des pourcentages de revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (2009 et 2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques à secteurs comparent la répartition des pourcentages de revenus des services de gros entre 2009 et 2013. Au cours de cette période, le pourcentage des revenus des services sans fil mobiles de gros par rapport à l'ensemble des revenus des services de gros a augmenté de 15 % en 2009 à 26 % en 2013. Ce pourcentage est le plus élevé de l'ensemble des revenus des services de gros; viennent ensuite le pourcentage réalisé par les services locaux et d'accès et celui réalisé par les services de liaison spécialisée.

Graphique 5.6.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros par rapport à l'ensemble des revenus de télécommunication, par secteur de marché (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente sous forme de pourcentage les revenus des services de gros par secteur de marché et par service, par rapport à l'ensemble des revenus des secteurs et des services.

Tableau 5.6.3 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Interconnexion	280	276	254	220	212	*-6.7*
Centrex	97	89	88	76	64	*-9.7*
Accès au RTPC	290	288	354	327	304	*1.1*
Lignes dégroupées	92	79	60	47	44	*-17.1*
Autres revenus	33	42	42	44	42	*6.2*
Total	792	774	798	714	665	*-4.3*

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services locaux et d'accès de gros, selon la composante principale. Les FST utilisent ces composantes pour fournir des services de télécommunication de détail. Par exemple, les lignes dégroupées peuvent servir à un autre FST pour fournir les services téléphoniques locaux à ses clients des services de détail.

Tableau 5.6.4 Revenus des services Internet de gros, par type de services (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Accès et transport de grande capacité	48	42	53	45	52	*1,9*
Croissance annuelle (%)	*-11,0*	*-12,2*	*26,4*	*-15,7*	*15,5*	
Accès de faible capacité	213	218	266	303	336	*12,1*
Croissance annuelle (%)	*32,3*	*2,3*	*21,7*	*14,2*	*10,8*	
Autres services de gros	96	86	92	81	56	*-12,5*
Croissance annuelle (%)	*-5,0*	*-10,0*	*6,9*	*-12,2*	*-30,5*	
Total − Services de gros	356	346	411	429	444	*5,6*
Croissance annuelle (%)	*13,0*	*-2,9*	*18,6*	*4,4*	*3,5*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de transport et d'accès Internet de gros sont généralement vendus à des fournisseurs de services Internet (FSI) ou à des fournisseurs de services de voix sur protocole Internet (VoIP). Les FSI font appel à ces services pour fournir un service d'accès à Internet à leurs clients des services de détail. L'« accès de grande capacité » fait référence aux services d'accès à Internet par fibre, alors que le « transport » renvoie au transfert du trafic Internet entre les réseaux. L'« accès de faible capacité » comprend les lignes d'abonnés numériques, par exemple les services d'accès par passerelle de Bell Canada, les points de présence virtuels de TELUS, les services d'accès Internet de tiers fournis par les entreprises de câblodistribution, de même que la capacité de satellite et l'accès commuté groupé avec l'accès Internet vendu aux FSI.

Tableau 5.6.5 Revenus des services de protocoles de données de gros, par type de services (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
Nouveaux protocoles						
Ethernet	173	197	221	225	259	*10,5*
Croissance annuelle (%)	*41,5*	*13,7*	*12,4*	*1,8*	*14,7*	
IP	12	42	69	99	102	*71,6*
Croissance annuelle (%)	*-32,3*	*253,5*	*65,0*	*43,2*	*3,9*	
Autres	31 #	14 #	17 #	28 #	30	*-1,4*
Croissance annuelle (%)	*-16,4*	*-53,8*	*16,8*	*64,7*	*6,2*	
Total − Nouveaux protocoles	216 #	253 #	307 #	352 #	390	*15,9*
Croissance annuelle (%)	*22,0*	*17,0*	*21,3*	*14,6*	*11,0*	
Protocoles traditionnels	56	42	41	35	30	*-14,0*
Croissance annuelle (%)	*-8,3*	*-25,4*	*-2,2*	*-14,5*	*-12,5*	
Total − Protocoles de données	272	295	348	386	421	*11,5*
Croissance annuelle (%)	*14,3*	*8,3*	*18,0*	*11,2*	*8,9*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de transmission de données sont classés selon qu'ils utilisent a) de nouveaux protocoles comme Ethernet et IP, ou b) des protocoles traditionnels comme X.25, le mode de transfert asynchrone ou le relais de trames. Ce tableau indique les revenus des services de transmission de données de gros selon les protocoles utilisés, de 2009 à 2013.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans le Rapport de surveillance des communications précédent (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Tableau 5.6.6 Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions $)

	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2010-2013*
Interconnexion et itinérance	350	607	736	811	*32,4*
Croissance annuelle (%)	*n/a*	*73,3*	*21,3*	*10,3*	
Autres	124	111	105	142	*4,4*
Croissance annuelle (%)	*n/a*	*-10,6*	*-1,6*	*35,3*	
Total − Services de gros	474	718	840	953	*26,2*
Croissance annuelle (%)	*-12,9*	*51,3*	*17,1*	*13,4*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services d'interconnexion et d'itinérance sont vendus à d'autres fournisseurs de services sans fil. Ils permettent aux fournisseurs d'échanger leur trafic et d'agrandir leur zone géographique de couverture. Les « autres » services comprennent notamment les ententes selon lesquelles un fournisseur de services sans fil fournira des services sans fil aux clients d'un autre fournisseur, aussi connues sous le nom de revente ou d'ententes avec un exploitant de réseau mobile virtuel.

b) Données sur la demande

Tableau 5.6.7 Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	533	515	525	495	447	*-4,3*
Croissance annuelle (%)	*-14,4*	*-3,4*	*1,9*	*-5,8*	*-9,6*	
Pourcentage du total	*57*	*59*	*53*	*47*	*53*	
FST titulaires (activités hors territoire)	300	266	322	247	236	*-5,8*
Croissance annuelle (%)	*14,6*	*-11,2*	*21,0*	*-23,3*	*-4,6*	
Pourcentage du total	*32*	*31*	*32*	*24*	*28*	
Reste des autres FST	99	83	135	267	149	*10,8*
Croissance annuelle (%)	*1,8*	*-15,7*	*61,4*	*98,4*	*-44,1*	
Pourcentage du total	*11*	*10*	*13*	*26*	*18*	
Entreprises de câblodistribution	0	5	16	33	5	-
Croissance annuelle (%)	*-*	*-*	*262,4*	*100,5*	*-85,2*	
Pourcentage du total	*0*	*0*	*2*	*3*	*1*	
Total − Lignes des services de gros	932	870	999	1,042	837	*-2,6*
Croissance annuelle (%)	*-5,1*	*-6,7*	*14,8*	*4,4*	*-19,7*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre le nombre de lignes locales et d'accès des services de gros par type de FST, de même que les taux de croissance et les pourcentages des lignes des services de gros par type de FST, de 2009 à 2013. Au cours de cette période, la part des lignes des services de gros des FST titulaires a diminué de 57 % en 2009 à 53 % en 2013.

c) Environnement concurrentiel

Tableau 5.6.8 Part de marché des revenus des services filaires de gros, par type de FST

(pourcentage)		2009	2010	2011	2012	2013
FST titulaires (activités hors territoire exclues)		66,0	64,8	70,6	72,1	72,3
Autres FST	FST titulaires (activités hors territoire)	17,2	16,1	15,1	12,7	11,3
	Autres FST dotés d'installation (y compris les entreprises de câblodistribution)	13,6	16,6	11,7	12,1	12,8
	Revendeurs	3,2	2,6	2,7	3,1	3,5
	Total partiel	34,0	35,2	29,4	27,9	27,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente la part de marché des revenus des services filaires de gros, par type de FST. Depuis 2010, la part des FST titulaires a augmenté régulièrement. Elle a atteint 72 % et elle était la plus importante du marché des services de gros.

Tableau 5.6.9 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions $)

	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	660	653	682	623	588	*-2,8*
Croissance annuelle (%)	*-3,8*	*-1,1*	*4,5*	*-8,7*	*-5,5*	
Pourcentage du total	*80*	*82*	*82*	*83*	*84*	
FST titulaires (activités hors territoire)	115	105	112	85	69	*-12,0*
Croissance annuelle (%)	*0,4*	*-8,6*	*6,5*	*-24,2*	*-18,5*	
Pourcentage du total	*14*	*13*	*13*	*11*	*10*	
Reste des autres FST	27	21	22	34	36	*-7,6*
Croissance annuelle (%)	*6,7*	*-20,8*	*1,6*	*56,5*	*6,5*	
Pourcentage du total	*3,2*	*2,7*	*2,6*	*4,5*	*5,1*	
Entreprises de câblodistribution	22	19	17	10	11	*-16,1*
Croissance annuelle (%)	*-13,8*	*-13,9*	*-11,5*	*-41,1*	*10,4*	
Pourcentage du total	*2,7*	*2,4*	*2,1*	*1,3*	*1,6*	
Total − Services de gros	824	798	832	751	704	*-3,8*
Croissance annuelle (%)	*-3,2*	*-3,1*	*4,3*	*-9,8*	*-6,2*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services locaux et d'accès de gros, par type de FST, ainsi que les taux de croissance et les pourcentages de revenus des services de gros par type de FST, de 2009 à 2013. Au cours de cette période, les FST titulaires ont conservé plus de 80 % de ces revenus.

Tableau 5.6.10 Revenus des services interurbains, par type de FST (millions $)

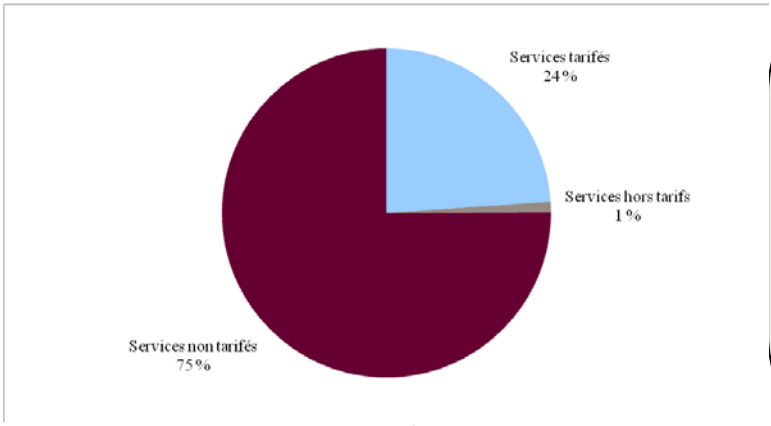
	2009	2010	2011	2012	2013	*TCAC (%) 2009-2013*
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	373	311	315	323	254	*-9,1*
Croissance annuelle (%)	*-11,2*	*-16,6*	*1,3*	*2,6*	*-21,4*	
Pourcentage du total	*48*	*39*	*51*	*59*	*59*	
FST titulaires (activités hors territoire)	231	229	205	138	106	*-17,8*
Croissance annuelle (%)	*-11,8*	*-1,1*	*-10,5*	*-32,5*	*-23,5*	
Pourcentage du total	*30*	*29*	*33*	*25*	*24*	
Entreprises de câblodistribution	40	64	55	72	59	*10,1*
Croissance annuelle (%)	*-72,1*	*57,7*	*-13,7*	*30,7*	*-17,2*	
Pourcentage du total	*5*	*8*	*9*	*13*	*14*	
Reste des autres FST	136	194	42	18	13	*-43,8*
Croissance annuelle (%)	*37,8*	*42,9*	*-78,2*	*-56,5*	*-26,6*	
Pourcentage du total	*17,4*	*24,3*	*6,8*	*3,3*	*3,1*	
Total − Services de gros	780	797	617	552	433	*13,7*
Croissance annuelle (%)	*-5,7*	*2,2*	*-22,6*	*-10,6*	*-21,5*	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services interurbains de gros, par type de FST, de même que les taux de croissance et les pourcentages des revenus des services de gros par type de FST, de 2009 à 2013. Les services interurbains de gros comprennent la revente des minutes d'interurbain qu'un FST achète d'un autre FST. Les fournisseurs de cartes d'appels interurbains prépayés utilisent ces services. Au cours de cette période, les FST titulaires ont perdu 9,1 % de ces revenus, alors que les autres FST en ont perdu 19 %. Cela explique que la part des revenus des services de gros des FST titulaires a augmenté, passant de 48 % en 2009 à 59 % en 2013.

d) Abstention de la réglementation

Graphique 5.6.4 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Que sont les services de gros tarifés, non tarifés et hors tarifs?

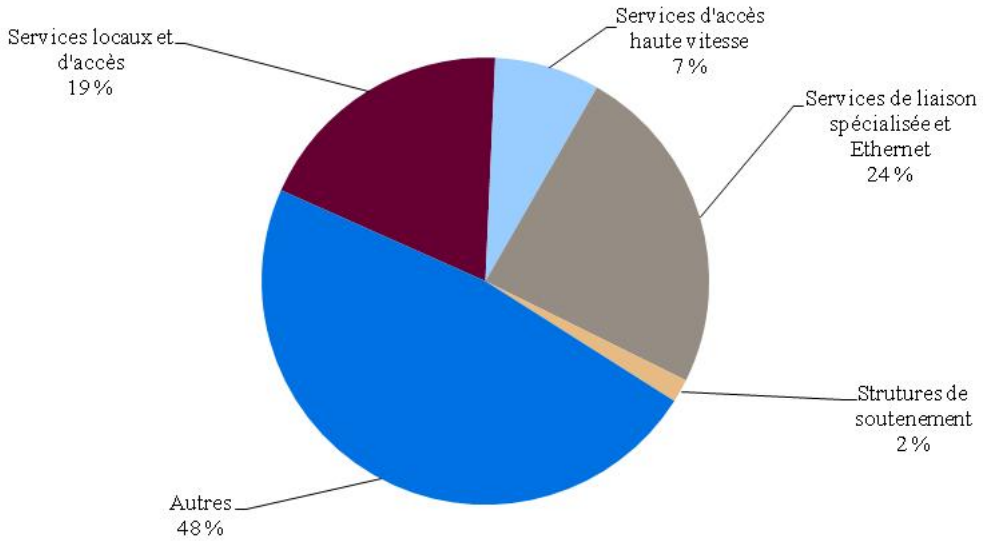
Les services tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions sont énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.

Les services non tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions ne sont pas énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.

Les services hors tarifs sont ceux dont le coût, bien que déposé auprès du Conseil, a été établi autrement à la suite d'une entente entre les parties.

Ce graphique à secteurs illustre le pourcentage des revenus des services de gros selon qu'ils sont tarifés, non tarifés ou hors tarifs.

Graphique 5.6.5 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services (2013)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à secteurs illustre le pourcentage des revenus des services de gros par type de services de gros.

Environ 76 % des revenus des services de gros provenaient des services non tarifés et des services dont le coût faisait l'objet d'une entente entre les parties.

Tableau 5.6.11 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros générés par les services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

(pourcentage)	2009	2010	2011	2012	2013
Local et accès	60	58	60	61	61
Interurbain	97	97	96	99	99
Internet	56	54	59	56	41
Données	82	85	86	86	87
Liaison spécialisée	57	53	54	53	53
Sans-fil	100	100	100	100	100

Source : Données recueillies par le CRTC

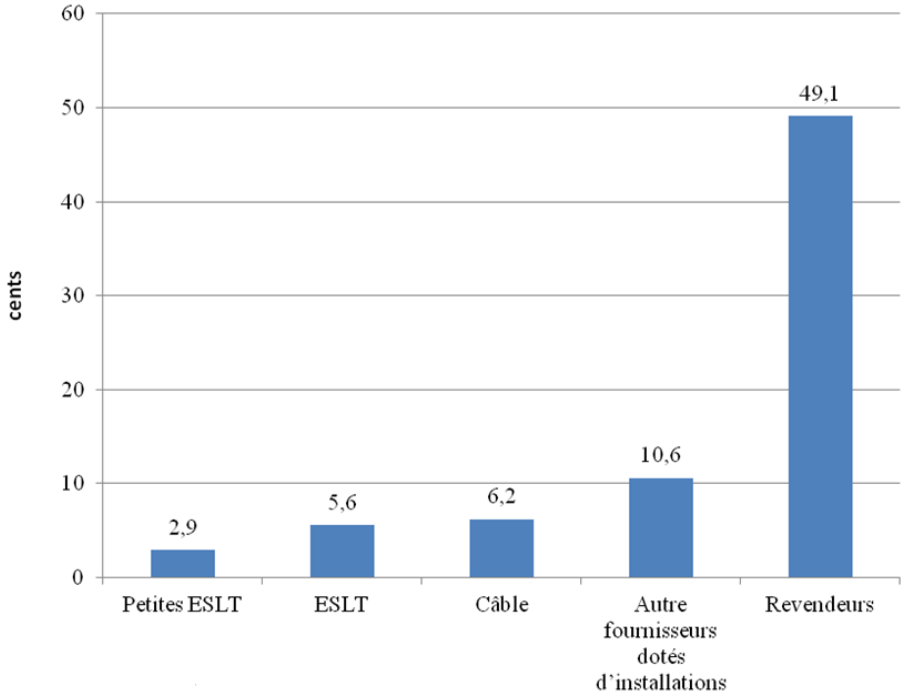
Ce tableau présente le pourcentage des revenus des services de gros provenant des services qui ne font pas l'objet d'un tarif approuvé par le Conseil.

Des entreprises additionnelles ont fait un rapport en 2012.

e) Dépenses entre fournisseurs

Les revenus des services de gros correspondent aux dépenses entre fournisseurs faites par les FST qui acquièrent ce type de services. Toutes les entreprises achètent des services de télécommunication d'autres fournisseurs. Le degré de dépendance d'un fournisseur à l'égard de ces services est étroitement lié à la nature de ses activités.

Graphique 5.6.6 Dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu



Source : Données recueillies par le CRTC

Les dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu comparent d'une part, les dépenses engagées par les FST dans l'achat de services de gros pour fournir un service donné, et d'autre part, les revenus provenant de la fourniture de services de télécommunication.

Cette comparaison se calcule en divisant le total des dépenses annuelles entre fournisseurs par les revenus annuels des services de télécommunication. Ce calcul inclut tous les revenus des services de télécommunication, y compris ceux qui dépendent peu ou pas du tout des services de gros.

Ce graphique illustre le degré de dépendance des différents FST à l'égard des services de gros. Les FST dotés d'installations consacrent moins de 10 cents par dollar de revenu à des services de gros, alors que les revendeurs, soit des fournisseurs qui ne possèdent ni n'exploitent d'installations, en sont très dépendants. Ils consacrent 49 cents par dollar de revenu à ces services.

6.0 Perspective internationale

Cette section présente le Canada dans le contexte international des communications, en commençant par un aperçu d'ensemble des revenus des services de télécommunication. Les données montrent les revenus répartis selon les régions du globe et les secteurs de marché. Comme entrée en matière, on peut dire que le Canada détient une part de 2,5 % des revenus mondiaux tirés des services de télécommunication et une part de 10,4 % du marché nord-américain.

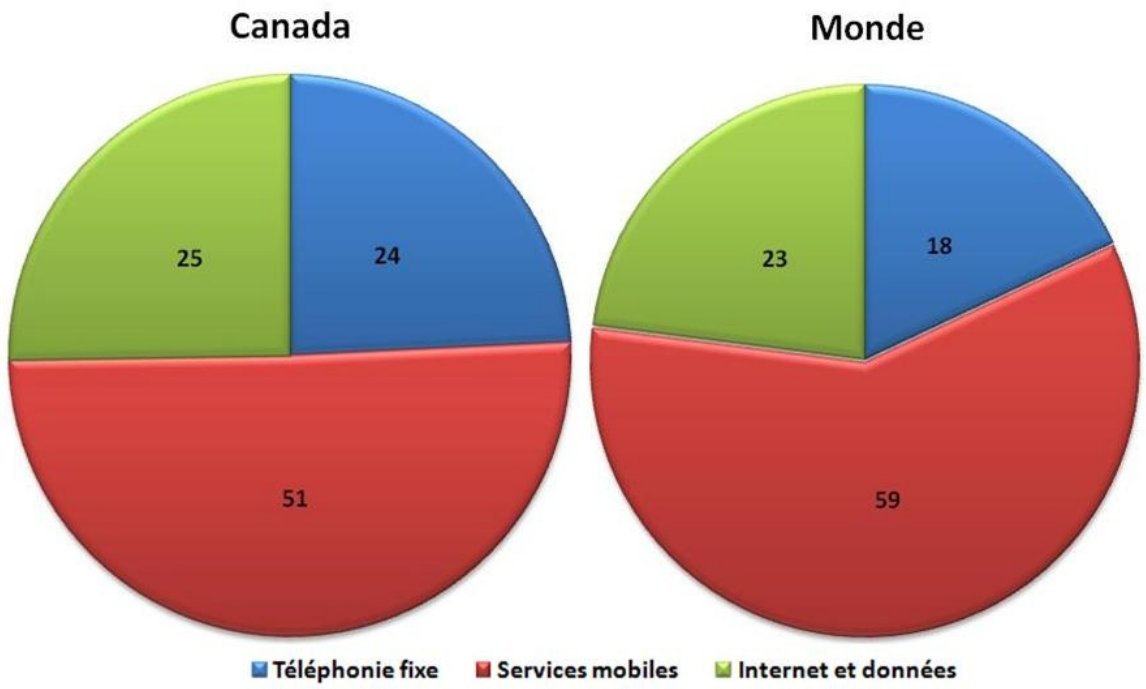
Les pages qui suivent regroupent des données de comparaison entre le Canada, les États-Unis, le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne, l'Italie, l'Australie et le Japon (collectivement les pays de comparaison). Ces pays ont été choisis en raison de la similitude de plusieurs de leurs caractéristiques avec celles du Canada, notamment en ce qui a trait au niveau de développement, à la structure de leurs marchés et à leur réglementation. Cette section présente aussi des données sur la large bande, les services sans fil et les services de radiodiffusion en commençant par les prix des services individuels et groupés.

Il faut noter lors de l'examen de ces données que :

1. Une analyse comparative à l'échelle internationale est un véritable défi en raison de la disponibilité et le délai d'obtention des données, les différences de définitions et de taux de change, la méthode et le moment de la collecte des données ainsi que la diversité des sources de données;
2. Sauf indication contraire, tous les montants en dollars ont été convertis en dollars canadiens selon le taux de change annuel moyen 2012 du Fonds monétaire international;
3. Les données de cette section proviennent de sources externes et par conséquent, les comparaisons qu'elles soutiennent ne correspondent pas forcément à celles qui sont présentées ailleurs dans ce rapport. Des facteurs comme le choix du moment, la terminologie et la méthodologie contribuent à la production de résultats qui peuvent différer de ceux du CRTC;
4. Les sources externes qui sont indiquées sont du domaine public et peuvent donc être consultées.

a) Revenus

Graphique 6.0.1 Pourcentage de revenus des services de télécommunication par secteur de marché (2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télécommunication, novembre 2013

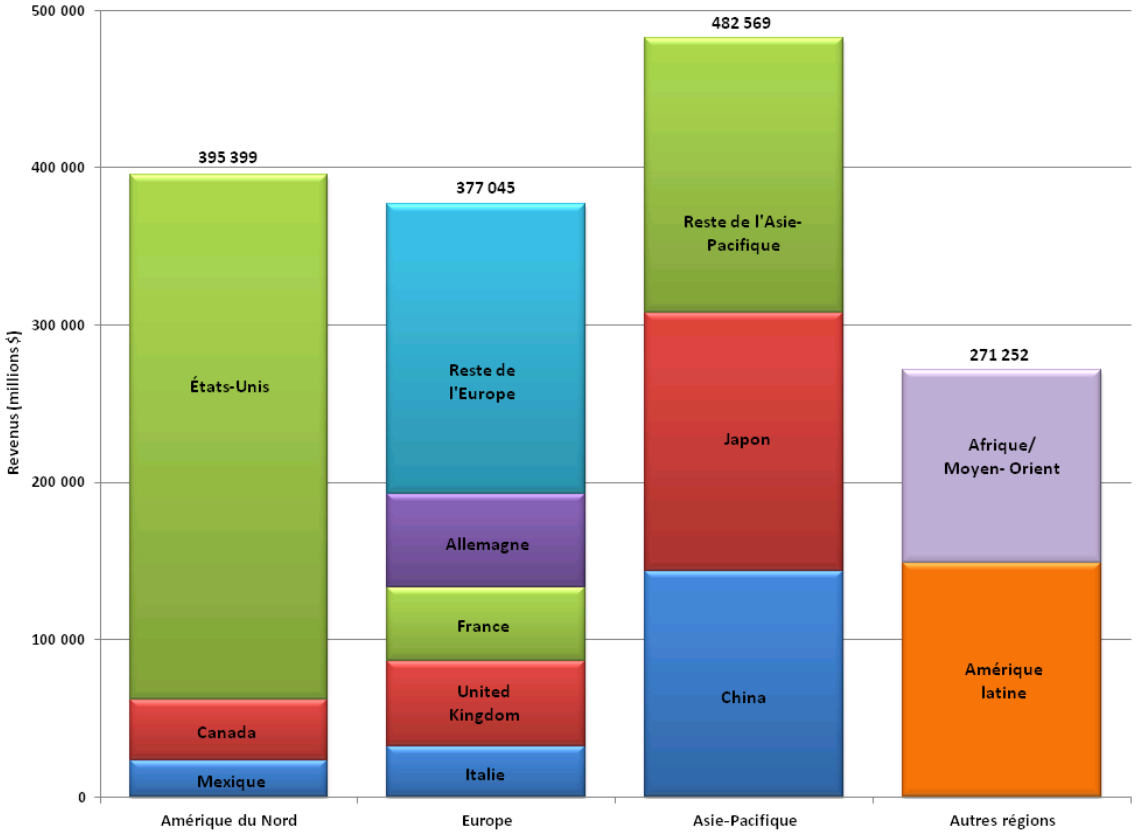
Les services mobiles représentent 59 % des revenus des services de télécommunication à l'international comparativement à 51 % au Canada. Les services de téléphonie fixes représentent 24 % des revenus au Canada, mais seulement 18 % à l'échelle mondiale.

Les graphiques à secteurs ci-dessus comparent la distribution des revenus des services de télécommunication au Canada et dans le monde en utilisant les données de trois grands secteurs de services suivants :

- les services de téléphonie fixe (lignes terrestres), c'est-à-dire les connectivités du réseau téléphonique public commuté et les lignes de réseau numérique à intégration de service et les services de communication vocale (VoIP) dépendants de l'accès;
- les services mobiles, qui incluent les abonnements prépayés et postpayés de 2G, 3G et 4G (d'après la part de marché des quatre plus grands opérateurs de services mobiles) ainsi que l'exploitation des réseaux de radiocommunication (service radiotéléphonique et de téléappel);
- les services Internet et les services de transmission de données, qui incluent l'accès Internet à bande étroite et à large bande (ligne d'abonné numérique LAN, à large bande et commutée, câble, fibre optique jusqu'à l'immeuble/point de

concentration/domicile/ nœud/locaux des clients [FTTx] et autres), la communication vocale sur protocole Internet (VoIP) et la transmission de données.

Graphique 6.0.2 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par région (2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télécommunication, novembre 2013

Avec 85 % du marché nord-américain des services de télécommunication de détail et des revenus totaux de 334 milliards de dollars en 2012, les États-Unis représentent le plus gros marché de tous les pays comparés dans cette section. La région Asie/Pacifique affiche le plus haut revenu des grandes régions du globe et dépasse l'Amérique du Nord et l'Europe avec 483 milliards de dollars.

Ce graphique donne une vue d'ensemble des revenus mondiaux des services de télécommunication de détail en 2013. Il présente les principaux acteurs du marché mondial des services de télécommunication de détail, par pays.

Le tableau ci-dessous fournit une présentation plus détaillée de ce graphique, en répartissant les revenus des services de télécommunication de détail de chaque pays, par secteur de services.

Tableau 6.0.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par région du globe, par pays et par secteur de services (millions $)

Amérique du Nord			
Secteur de services	**Mexique**	**Canada**	**États-Unis**
Téléphonie fixe	5 281	9 371	68 948
Services mobiles	13 673	19 514	183 909
Services fixes Internet et transmission de données	4 257	9 761	80 686
Services de télécommunication	**23 211**	**38 645**	**333 543**

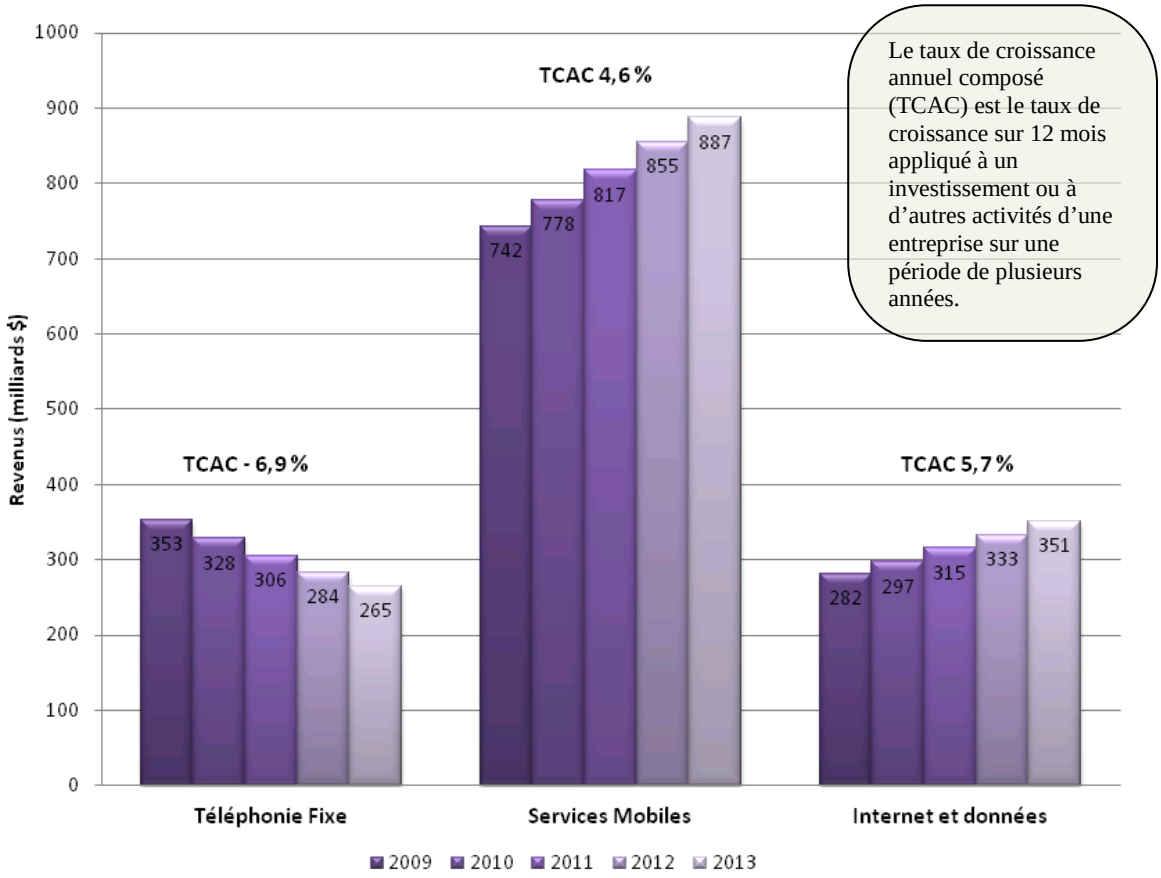
Europe					
Secteur de services	**Italie**	**Royaume -Uni**	**France**	**Allemagne**	**Reste de l'Europe**
Téléphonie fixe	9 148	14 280	6 834	12 637	33 201
Services mobiles	16 507	27 915	21 888	29 832	104 661
Services fixes Internet et transmission de données	6 766	11 471	18 225	17 316	46 364
Services de télécommunication	**32 421**	**53 666**	**46 947**	**59 786**	**184 226**

Asie/Pacifique			
Secteur de services	**Chine**	**Japon**	**Reste de l'Asie/ Pacifique**
Téléphonie fixe	11 923	25 469	21 132
Services mobiles	107 933	88 776	106 394
Services fixes Internet et transmission de données	23 681	49 995	47 266
Services de télécommunication	**143 537**	**164 241**	**174 791**

Autres régions		
Secteur de services	**Amérique latine**	**Afrique/Moyen Orient**
Téléphonie fixe	36 419	15 761
Services mobiles	86 045	93 833
Services fixes Internet et transmission de données	26 577	12 618
Services de télécommunication	**149 041**	**122 211**

Source : IDATE, Marché mondial des services de télécommunication, novembre 2013
Note : Voir graphique 6.0.1 concernant l'explication des secteurs de marché de télécom.

Graphique 6.0.3 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché et par région (2009-2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télécommunication, novembre 2013

Ce graphique illustre les tendances mondiales dans différents segments de services de télécommunication de détail (téléphonie fixe, services mobiles, Internet et transmission de données) et il donne une comparaison des revenus totaux de ces secteurs de 2009 à 2013. Voir l'explication de ces secteurs de services sur le graphique 6.0.1.

b) Prix

Tarification des services individuels et groupés

Les tableaux suivants présentent des données sur les prix des services de communication au Canada et dans les pays de comparaison. Ces données ont été réunies entre janvier et mars 2014. Ces tableaux indiquent les prix mensuels des services filaires, sans fil et à large bande pour des ensembles de services qui sont représentatifs d'une utilisation faible, moyenne et élevée.

Les services à large bande fixe et les services sans fil incluent un quatrième ensemble qui représente une très forte utilisation. Pour les services à large bande fixe, chaque ensemble reflète des tarifs qui incluent une plage de vitesses (d'après la vitesse moyenne annoncée) ainsi qu'une limite mensuelle de téléchargement ou de données.

Un rapport préparé par Wall Communications Inc. pour le CRTC et Industrie Canada intitulé *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger* (Mise à jour 2014) [citée ici comme l'étude comparative des tarifs] comprend une analyse plus complète avec un sommaire détaillé des niveaux d'utilisation, ainsi que des explications concernant les hypothèses et la méthodologie utilisées pour faire les calculs. Tous les prix rapportés sont exprimés en dollars canadiens ajustés en termes de parité de pouvoir d'achat.

La **parité de pouvoir d'achat** est le taux de conversion des changes qui élimine les écarts de prix entre les pays.

Tableau 6.0.2 Tarification de la téléphonie filaire et sans fil par niveau d'utilisation et par pays

		Prix ($ par mois)							
	Niveau d'utilisation	Canada	États-Unis	Royaume-Uni	France	Allemagne	Italie	Japon	Australie
Filaire	Faible	38,99	43,13	33,28	35,10	36,55	41,04	31,61	46,80
	Moyen	54,37	66,61	42,81	49,72	57,46	51,02	65,36	67,13
	Élevé	60,29	71,88	56,48	52,39	60,89	67,85	101,90	74,54
Sans fil	Faible	35,70	30,34	26,46	20,75	16,68	10,85	28,88	25,28
	Moyen	45,26	55,91	41,17	37,55	36,48	33,61	50,98	38,69
	Élevé	79,69	91,52	72,14	63,68	71,15	67,06	139,90	72,10
	Très élevé	92,99	109,28	58,37	50,14	80,63	61,52	s.o.	84,85

Source : *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger,* selon une étude de Wall Communications Inc.

Définitions des ensembles de services filaires selon l'étude comparative des tarifs :

- **Faible :** 400 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 10 % de minutes d'appels interurbains sortants, aucune fonction
- **Moyen :** 1 000 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 20 % de minutes d'appels interurbains sortants, 2 fonctions (boîte vocale et afficheur)
- **Élevé :** 1 600 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 30 % de minutes d'appels interurbains sortants, ensemble complet de fonctions

Définitions des ensembles de services sans fil selon l'étude comparative des tarifs :

- **Faible :** 150 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 10 % de minutes d'appels interurbains sortants, aucune fonction
- **Moyen :** 450 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 10 % de minutes d'appels interurbains sortants, 2 fonctions (boîte vocale et afficheur), 300 messages textes par mois
- **Élevé :** 1 200 minutes d'appels entrants et sortants par mois, 15 % de minutes d'appels interurbains sortants, ensemble complet de fonctions, 300 messages textes et utilisation de données limitée à 1 gigaoctet (Go) par mois
- **Très élevé :** Appels et messages textes illimités à l'échelle nationale (aucun appel international), messagerie et afficheur, 2 Go de données par mois

Tableau 6.0.3 Tarification des services à large bande par niveau d'utilisation et par pays

		Tarifs ($/mois)							
	Niveau Utilisation	Canada	États-Unis	Royaume-Uni	France	Allemagne	Italie	Japon	Australie
Fixe	Faible (≤ 3 Mbps, 7,5 Go/mois)	50,00	62,53	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	56,55	s.o.
	Moyen (4-15 Mbps, 30 Go/mois)	55,10	72,91	30,22	s.o.	26,09	52,26	60,65	50,67
	Élevé (16-40 Mbps, 75 Go/mois)	68,60	79,76	46,89	51,15	38,30	52,92	63,88	67,44
	Très élevé (≥ 40 Mbps, 120 Go/mois)	86,46	103,17	47,76	55,98	58,52	61,79	67,73	70,33
Mobile	Faible (2 Go/mois)	43,30	63,74	21,90	18,47	34,37	17,56	50,05	25,67
	Moyen (5 Go/mois)	63,90	69,05	45,93	43,04	49,70	25,86	62,04	36,80

Source : *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*, selon une étude de Wall Communications Inc.

Tableau 6.0.4 Tarification des services groupés par pays

		Tarifs ($/mois)							
		Canada	**États-Unis**	**Royaume-Uni**	**France**	**Allemagne**	**Italie**	**Japon**	**Australie**
Services groupés	Services filaires, Internet à large bande et sans fil	143,95	163,11	105,40	70,56	111,52	107,94	161,38	150,32
	Services filaires, Internet à large bande et télévision numérique	137,51	172,07	70,32	69,91	110,38	93,79	149,72	142,49
	Services filaires, Internet à large bande, sans fil et télévision numérique	181,70	214,39	101,52	93,21	157,98	124,94	202,99	182,43

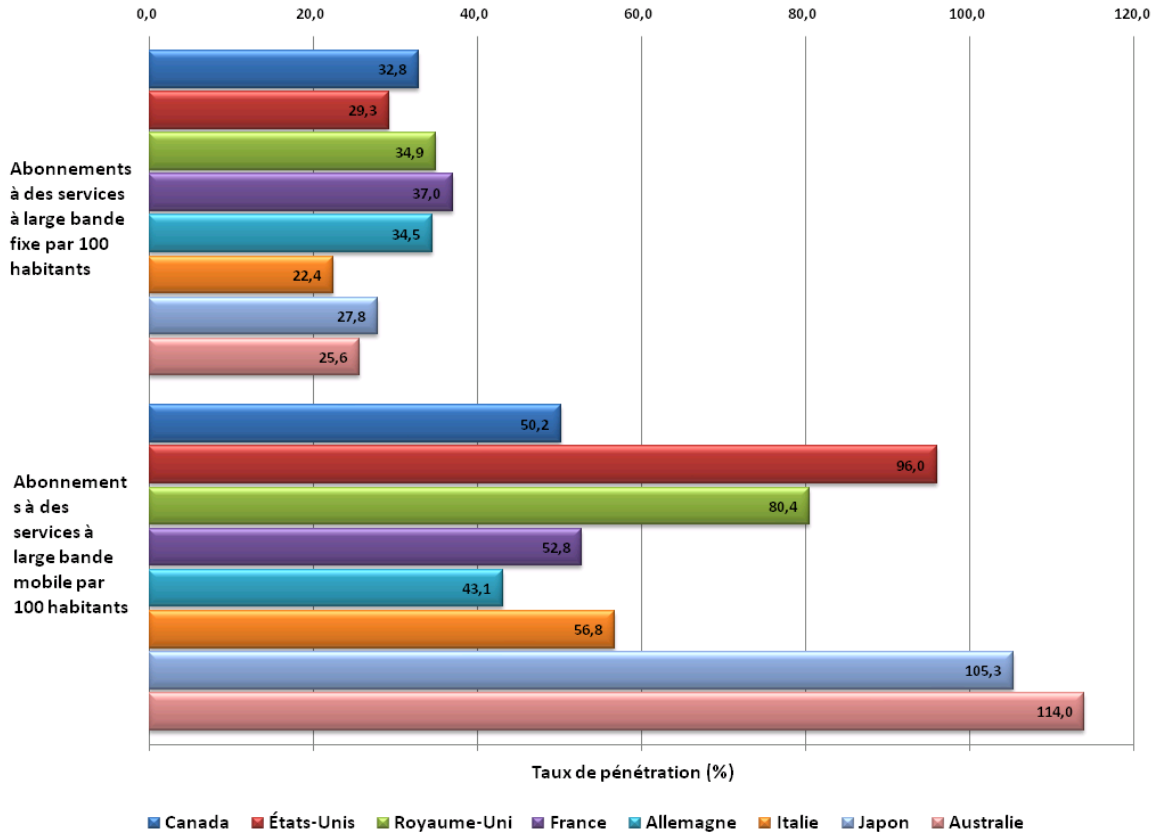
Source : *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger*, selon une étude de Wall Communications Inc.

c) Large bande

La pénétration des services à large bande fixe inclut tous les abonnements aux services suivants :
- Ligne d'abonné numérique et modem câble avec une vitesse de téléchargement d'au moins 256 kilobits par seconde (kbps);
- Connexion par fibre jusqu'aux locaux de l'abonné (maison ou appartement) avec une vitesse de téléchargement d'au moins 256 kbps et connexion par fibre jusqu'à l'immeuble (réseau local jusqu'à l'appartement) qui utilise la fibre jusqu'à l'immeuble sauf Ethernet jusqu'à l'utilisateur final (seul le nombre d'abonnements au fournisseur est pris en compte mais pas celui des utilisateurs finals);
- Large bande sur ligne électrique, avec une vitesse supérieure à 256 kbps et circuits de ligne louée avec une connectivité Internet supérieure à 256 kbps jusqu'à l'utilisateur final.

La pénétration des services à large bande mobile inclut tous les abonnements aux services suivants:
- Satellite avec une vitesse annoncée d'au moins 256 kbps;
- Sans fil fixe terrestre avec une vitesse annoncée de téléchargement d'au moins 256 kbps;
- Données mobiles dont les abonnements sont dédiés aux services de données par réseau

Graphique 6.0.4 Pénétration des services à large bande fixe et mobile (2013)



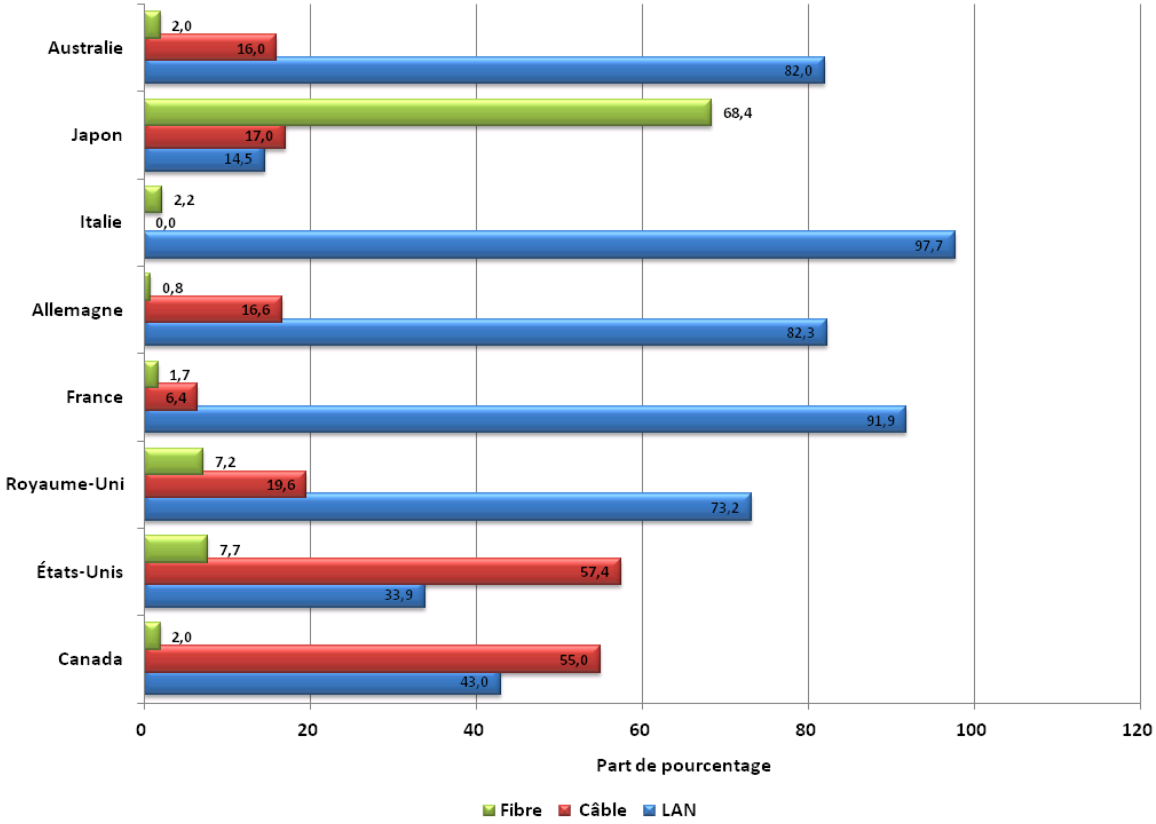
Source : Portail de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur le haut débit, données publiées en juin 2013

Le graphique ci-dessus illustre la pénétration des connexions à la large bande fixe et mobile dans les pays de comparaison. La pénétration indique le volume des abonnements par rapport à la population dans un pays donné. Ici, la pénétration est la moyenne d'habitants par centaine d'abonnés à un service à large bande fixe ou mobile.

L'OCDE compte 34 pays membres dont la mission est de promouvoir des politiques en vue d'améliorer le bien-être économique et social des peuples du monde.

Le Portail de l'OCDE sur le haut débit donne accès à diverses statistiques sur la large bande compilées par l'OCDE, qui a choisi cinq grandes catégories jugées importantes pour évaluer le marché : pénétration, utilisation, couverture et géographie, prix, services et vitesses.

Graphique 6.0.5 Abonnements aux services à large bande fixe par technologie (2013)

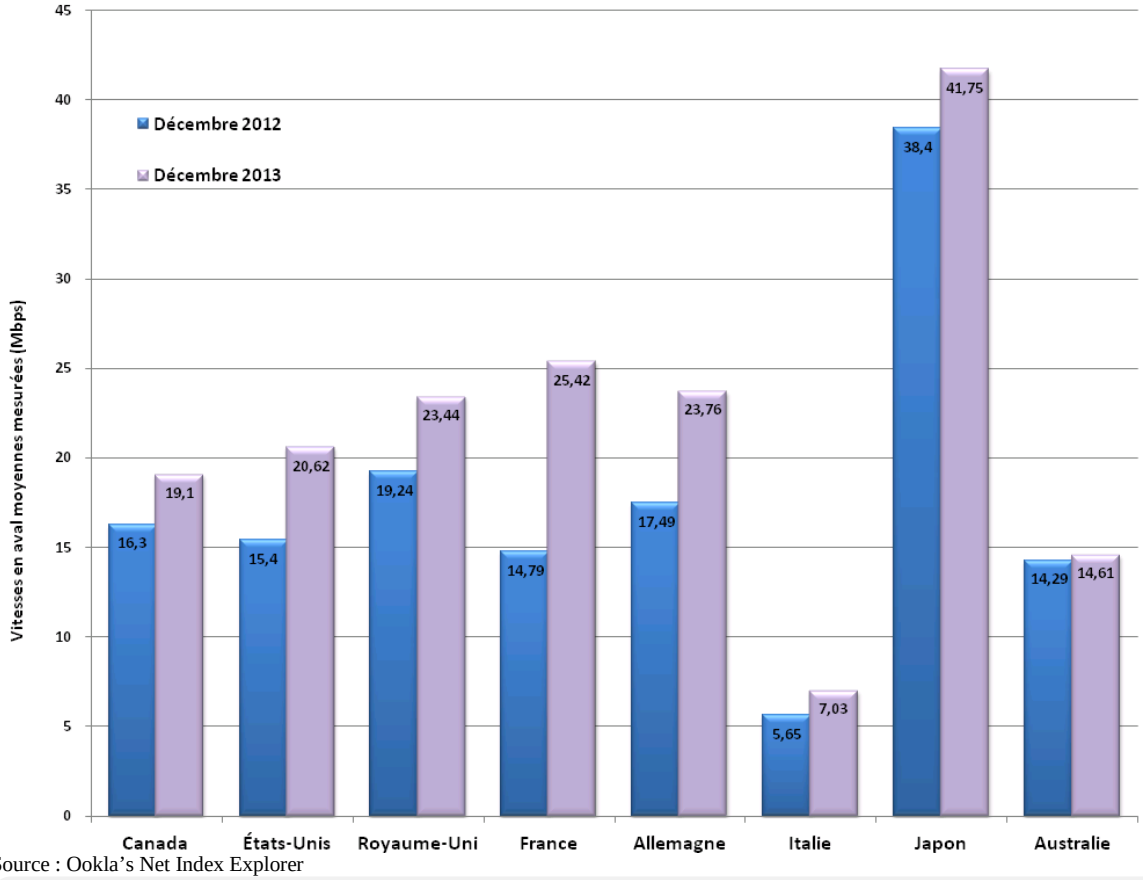


Source : Portail de l'OCDE sur le haut débit, données publiées en juin 2013

Note : Les pourcentages de chaque catégorie inscrite ci-dessus peuvent ne pas totaliser 100 parce que la catégorie « Autre technologie » qui représente une part minime, proche de zéro, n'a pas été comptée.

Ce graphique illustre la distribution des abonnements aux services à large bande fixe par technologie (LAN, câble et fibre) dans les pays de comparaison.

Graphique 6.0.6 Vitesses moyennes mesurées des connexions à la large bande fixe, par pays (2012 et 2013)



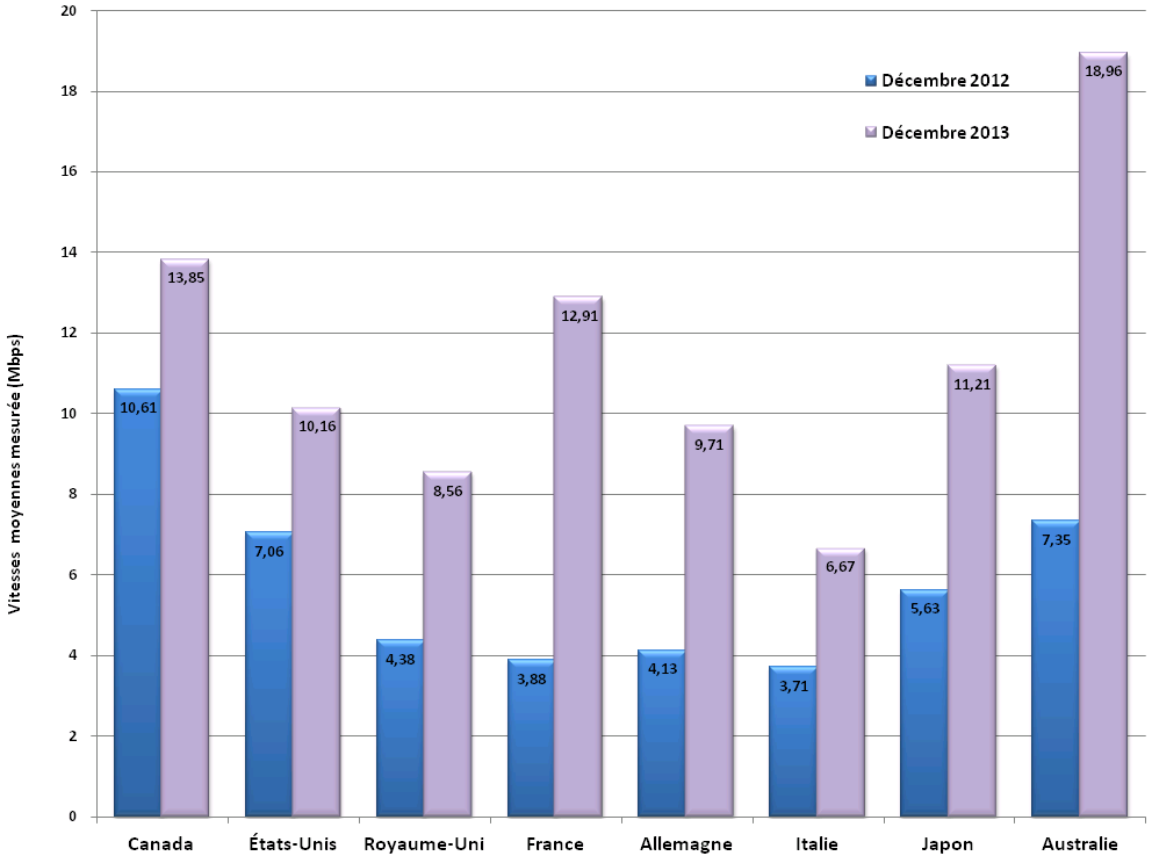
Source : Ookla's Net Index Explorer

Le graphique ci-dessus compare les vitesses moyennes mesurées des connexions Internet fixes d'une année à l'autre dans les pays de comparaison. Toutes ces vitesses dépassaient la vitesse de téléchargement des services à large bande cible du CRTC de 5 Mbps.

Les données proviennent de l'historique des données du Ookla's Net Index, qui regroupe des données de tests de qualité des diverses vitesses de connexion à la large bande.

Ookla, est une société des États-Unis spécialisée dans les tests de la large bande et les logiciels de diagnostic de réseau en ligne. Son service Web mesure la largeur de bande (vitesse) et le temps de latence des connexions Internet par rapport à un de ses 2600 serveurs qui sont répartis géographiquement dans le monde. Chaque test mesure les données de téléchargement du serveur jusqu'à l'ordinateur de l'utilisateur final. Ces données sont accessibles sur le site Web d'Ookla.

Graphique 6.0.7 Vitesses moyennes mesurées des connexions à la large bande mobile, par pays (2012 et 2013)

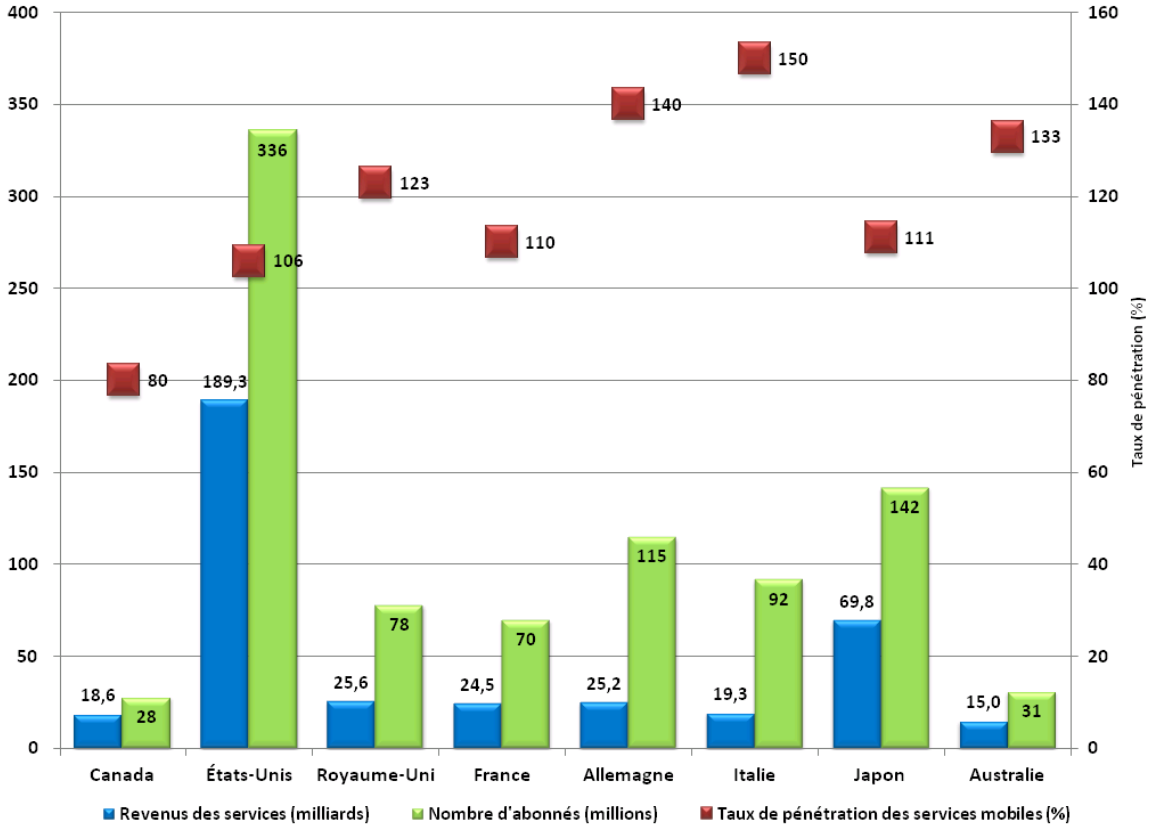


Source : Ookla's Net Index Explorer

Ce graphique illustre la comparaison d'une année à l'autre des vitesses moyennes mesurées des connexions à la large bande mobile dans les pays de comparaison.

d) Services sans fil

Graphique 6.0.8 Rendement de l'industrie des services sans fil (2013)



Source : Bank of America Merrill Lynch Global Wireless Matrix 1Q2014, 21 avril 2014

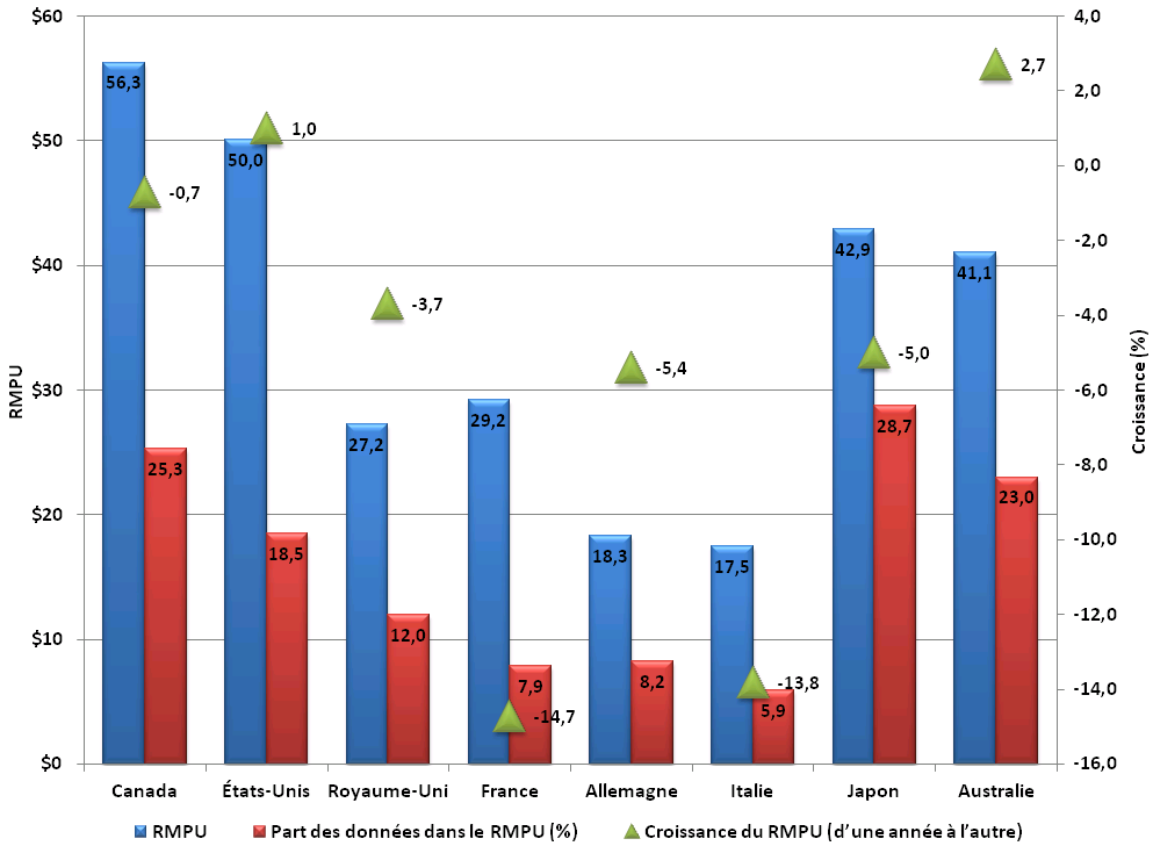
Ce graphique illustre la comparaison par pays des principaux indicateurs de rendement du marché des services sans fil, y compris le revenu, le nombre d'abonnés et le taux de pénétration des services mobiles.

Bank of America Merrill Lynch est la banque d'investisssement de la Bank of America.

Les revenus d'un service sont généralement définis par la Bank of America comme les revenus totaux (les revenus de service, d'équipement et d'accessoires sans les taxes) moins les revenus de ventes d'équipement.

La Bank of America s'appuie sur les chiffres d'exploitation des opérateurs de services mobiles publics et privés dans environ 48 pays. Certaines estimations dépendent de la disponibilité des données de diverses entreprises.

Graphique 6.0.9 Revenu moyen des services sans fil par utilisateur et par pays (quatrième trimestre de 2013)



Source : Bank of America Merrill Lynch Global Wireless Matrix 1Q2014, 21 avril 2014

Ce graphique illustre le revenu mensuel moyen par utilisateur (RMPU) au quatrième trimestre de 2013, notamment la part des données dans le RMPU (le revenu des services de données par utilisateur) et la croissance du RMPU d'une année à l'autre dans chaque pays.

La part des données inclut les revenus de messages textes selon les déclarations des fournisseurs.

Le RMPU mensuel est calculé en divisant le revenu total sur les 12 derniers mois par la moyenne pondérée du nombre de clients durant le trimestre.

e) Radiodiffusion

Tableau 6.0.5 Revenus de la radio (millions $) par pays (2009-2013)

Pays	2009	2010	2011	2012	2013	TCAC 2009-2013 (%)
Canada	1 661	1 721	1 815	1 846	1 909	3,54
États-Unis	19 243	18 953	19 425	19 976	20 545	1,65
France	1 656	1 718	1 742	1 726	1 755	1,46
Allemagne	4 709	4 707	4 716	4 682	4 682	-0,14
Italie	730	781	723	664	654	-2,71
Royaume-Uni	1 573	1 590	1 564	1 615	1 640	1,05
Japon	1 488	1 415	1 361	1 357	1 295	-3,41
Australie	987	1 055	1 063	1 067	1 104	2,84

Source : PricewaterhouseCoopers (PwC) Global Entertainmentet Media Outlook 2014-2018
Note : Les données 2013 sont des estimations de fin d'année.

Ce tableau présente les données sur les revenus de l'industrie de la radio de 2009 à 2013 ainsi que le TCAC pour la même période. Les revenus totaux incluent les dépenses en licences de radio pour le consommateur (le cas échéant) et toutes les dépenses de publicité sur les stations de radio et sur les réseaux radiophoniques.

Les prix des licences de radio publique sont inclus pour le Japon, l'Australie, la France, l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni. Lorsque le coût de la licence de radio est obligatoirement inclus avec celui de la télévision, la part de la radio a fait l'objet d'une estimation.

Les revenus publicitaires des stations et des réseaux de radio n'incluent ni les commissions d'agence, ni les coûts de production ni les rabais. Aux États-Unis et au Canada, les revenus de publicité de la radiodiffusion terrestre sont présentés séparément des revenus de publicité en ligne.

Aux États-Unis et au Canada, les revenus d'abonnements aux services de radio par satellite (Sirus et XM) sont également pris en compte tout comme les dépenses de publicité sur la radio par satellite.

PwC est un réseau de firmes qui offrent des services de conseils fiscaux et de déclaration d'impôts dans 157 pays.

PwC's annual Global Entertainment and Media Outlook offre une source unique de prévisions sur 5 ans et de données historiques sur 5 ans relatives aux dépenses des consommateurs et des publicitaires dans 13 secteurs des médias et du divertissement y compris la radio, dans 54 pays.

Tableau 6.0.6 Revenus de la télévision par pays (2013)

	Revenus de la télévision linéaire (millions $)	Revenus de la télévision linéaire par ménage avec TV ($/an)	Revenus de la télévision payante (millions $)	Revenus de la publicité télévisée (millions $)	Revenus de la vidéo sur demande (millions $)
Canada	7 085	557	2 623	3 469	1 180
États-Unis	163 544	1 416	100 961	62 078	10 645
Royaume-Uni	18 493	720	8 552	5 575	764
France	15 202	546	7 772	4 284	437
Allemagne	17 399	460	5 995	5 205	207
Italie	10 503	433	3 295	5 029	91
Japon	51 600	1 003	19 396	23 374	1 419
Australie	8 510	1 038	3 116	4 102	s.o.

Source : IDATE, Marché mondial des services de télévision, décembre 2013

Ce tableau présente les revenus de l'industrie de la télévision en 2013, y compris les revenus de la télévision linéaire, la télévision payante, la publicité télévisée et la vidéo sur demande (VSD). Les revenus proviennent de trois sources principales : financement public, publicité et télévision payante.

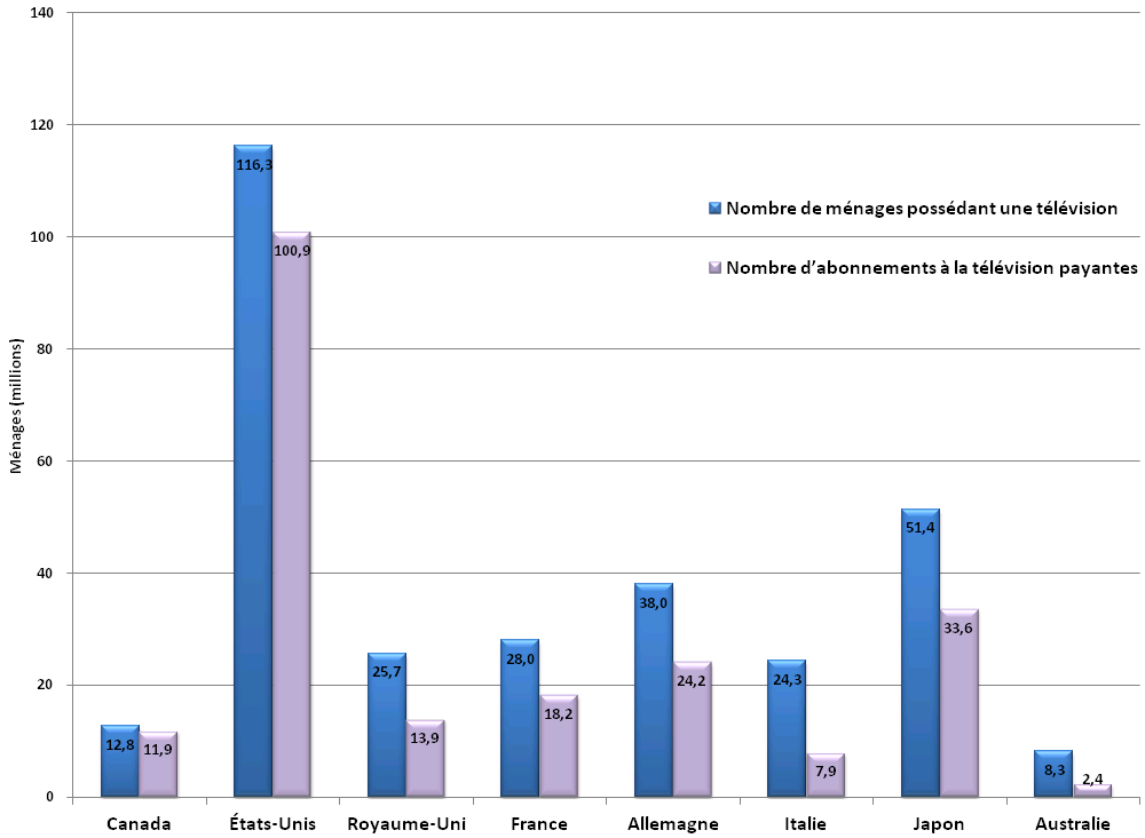
Les revenus publicitaires incluent les revenus gagnés par les télédiffuseurs avec les messages publicitaires de la télévision en direct et sur leurs services à la carte sur des réseaux gérés. Les données incluent les revenus des chaînes à accès libre et des chaînes payantes des radiodiffuseurs publics et privés.

La télévision linéaire est un service où le spectateur regarde une émission de télévision programmée à l'heure précise où elle est offerte.

Les revenus de la télévision payante incluent les revenus d'abonnements et de services payés à l'utilisation.

VSD inclut quatre types de services : VSD, abonnement VSD, publicité VSD et vidéo mobile.

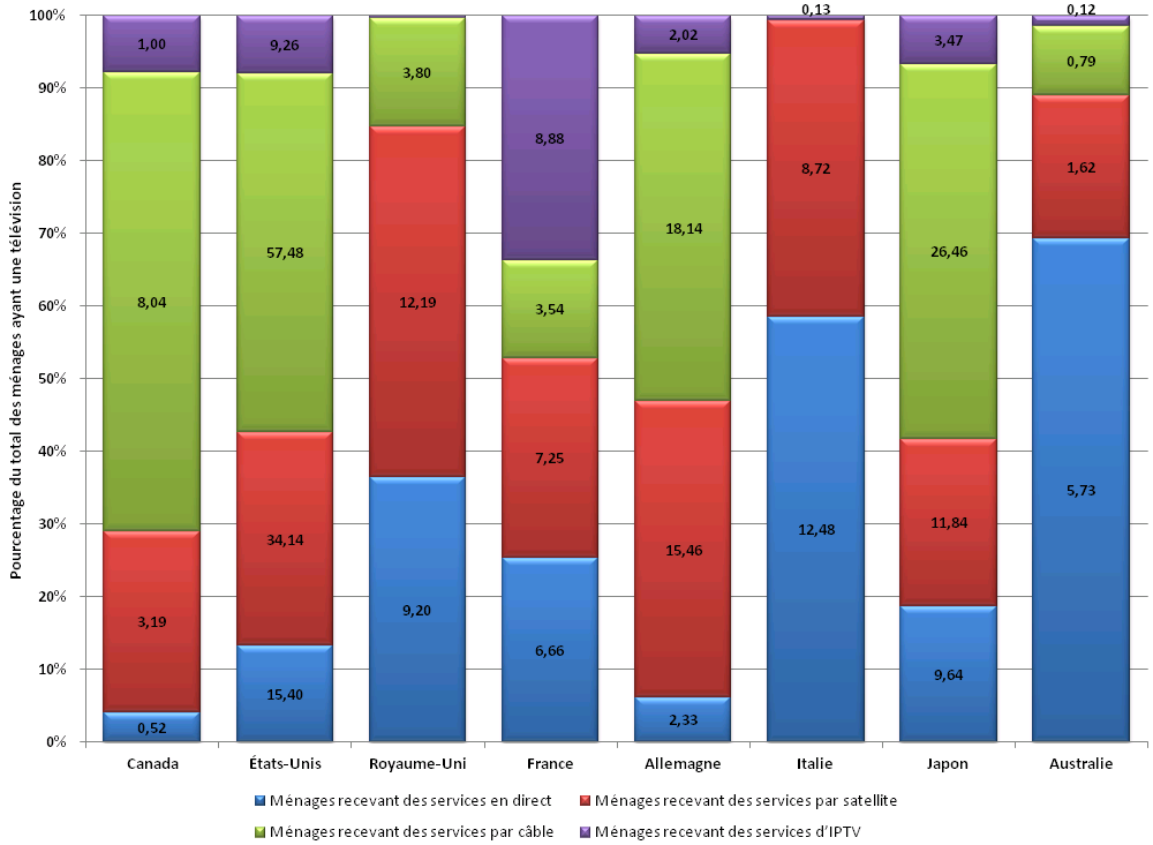
Graphique 6.0.10 Ménages avec télévision et abonnements à la télévision payante par pays (2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télévision, décembre 2013

Ce graphique illustre le nombre de ménages ayant la télévision et le nombre de ménages abonnés à la télévision payante sous une forme ou une autre. La télévision payante inclut le câble, le satellite, les services d'IPTV ainsi que les services à supplément vendus par abonnement.

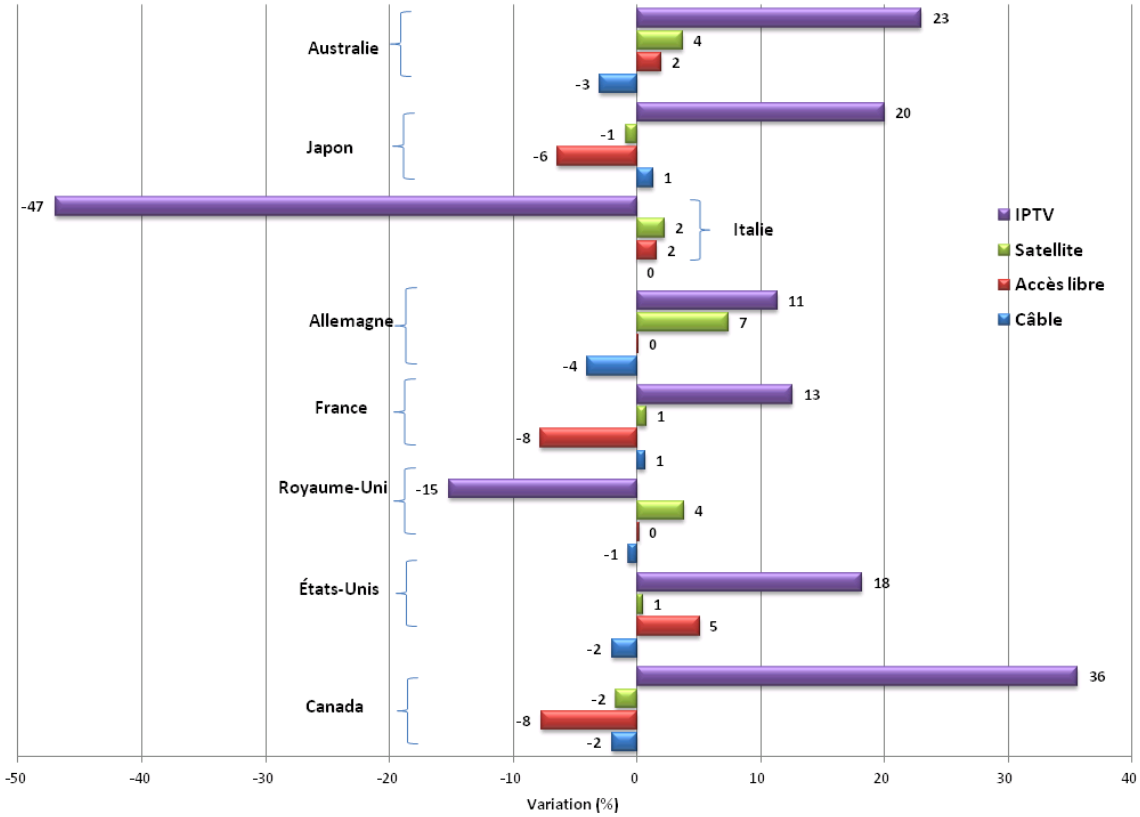
Graphique 6.0.11 Ménages avec télévision par plateforme et par pays (2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télévision, décembre 2013

Ce graphique illustre la répartition des ménages qui ont la télévision par plateforme et par pays. Les chiffres sur chaque barre indiquent combien de millions de ménages reçoivent la télévision sur leur appareil principal par une plateforme donnée. Le total des ménages qui reçoivent la télé en direct et des abonnés au satellite, au câble et à l'IPTV (aucun n'a été compté 2 fois). Les ménages avec la télévision en direct seulement ne reçoivent que les chaînes gratuites.

Graphique 6.0.12 Taux de croissance des plateformes de télévision par pays (2012-2013)



Source : IDATE, Marché mondial des services de télévision, décembre 2013

Ce graphique illustre les taux de croissance 2012-2013 des différentes plateformes de télévision dans les pays de comparaison. Les taux de croissance sont basés sur le nombre de ménages qui reçoivent de la programmation télévisuelle sur leur appareil principal par une plateforme donnée.

Collecte et analyse des données

Collecte de données

La collecte des données est effectuée par Statistique Canada en vertu de la *Loi sur la statistique* et par le CRTC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*. Statistique Canada se sert de ces données pour préparer des comptes rendus nationaux. Le CRTC, lui, les utilise pour surveiller le rendement des industries de la radiodiffusion et des télécommunications, pour déterminer si ces dernières se conforment à la réglementation, et pour évaluer l'efficacité de ses cadres réglementaires. Plusieurs acteurs utilisent ces données pour élaborer des politiques et des règlements. Les données recueillies permettent de mesurer le rendement financier des radiodiffuseurs et des fournisseurs de services de télécommunication (FST) ainsi que leur contribution à l'économie du Canada. En outre, le CRTC s'en sert pour mettre à jour ses données sur les droits de licence de services de radiodiffusion et de télécommunication. Les données sont recueillies à divers degrés auprès de tous les radiodiffuseurs et FST réglementés et supervisés par le CRTC. Ces fournisseurs de services exploitent des services privés ou publics ou des services non commerciaux de radio, de télévision et de distribution de radiodiffusion, ainsi que des services payants, de télévision à la carte, de vidéo sur demande ou spécialisés, de même que des services de de télécommunication filaires et sans fil.

Tous les ans, les radiodiffuseurs (ou titulaires de licence de radiodiffusion) et les FST doivent répondre à des questionnaires faisant appel à des renseignements financiers et statistiques correspondant à leur année d'exercice et à l'année civile respectivement. Les principaux résultats de cette collecte de données alimentent les relevés statistiques et financiers annuels sur les revenus et, dans le cas des radiodiffuseurs, sur les dépenses comme celles liées aux programmations canadienne et internationale. Les données sur les titulaires de licence de radiodiffusion sont résumées sur le site Web du CRTC à l'adresse www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm. Les données en question sont aussi publiées sous la forme du *Rapport de surveillance des communications*.

La réglementation du secteur de la radiodiffusion exige que les radiodiffuseurs remplissent un sondage annuel. La *Loi sur les télécommunications*, quant à elle, exige des FST qu'ils fournissent au CRTC certaines données sur demande. Tant en radiodiffusion qu'en télécommunications, les fournisseurs de services accèdent et répondent aux questionnaires en ligne en passant par le Service de collecte des données (SCD) sécurisé en ligne du CRTC.

Le sondage sur la radiodiffusion couvre une période de douze mois se terminant le 31 août. Tous les radiodiffuseurs ont jusqu'au 30 novembre pour remplir et soumettre leurs formulaires de sondage annuel. Le sondage sur les télécommunications couvre une période de douze mois se terminant le 31 décembre. Le questionnaire sur les télécommunications, qui porte sur les installations et la tarification des services, est envoyé en janvier et les répondants ont jusqu'au 28 février pour le soumettre. Les autres questionnaires sur les télécommunications sont envoyés en février et les répondants ont jusqu'au 30 mars pour y répondre.

Dans le cadre du sondage sur la radiodiffusion, les radiodiffuseurs de radio commerciale doivent fournir des renseignements sur leurs contributions au Développement du contenu canadien (DCC). Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) doivent déposer des renseignements sur leurs contributions à la création et à la production d'émissions canadiennes. Ceux-ci permettent au CRTC de veiller à ce que les radiodiffuseurs respectent leurs conditions de licence et les exigences réglementaires sur ces plans.

Dans le cadre du sondage sur les télécommunications, le CRTC exige des FST qu'ils tiennent à jour leurs listes d'enregistrement et qu'ils fournissent des données en lien avec le régime de contribution fondé sur les revenus et avec l'évaluation des droits de télécommunication. Les revenus annuels consolidés provenant de la fourniture de services de télécommunication au Canada servent à déterminer l'admissibilité des entreprises à exploiter à titre d'entreprises de services de télécommunication en vertu de l'article 16 de la *Loi sur les télécommunications*.

Où obtenir plus de détails sur le processus de collecte de données du CRTC?

On trouvera de plus amples renseignements sur le site Web du CRTC : www.crtc.gc.ca/dcs/fra/current/dcs2.htm.

Analyse des données

Le CRTC analyse les données de sondage pour s'assurer que les renseignements fournis sont complets et exacts. Les comparaisons d'une année sur l'autre permettent de repérer les variations importantes ou inexpliquées, et le CRTC assure le suivi nécessaire auprès des répondants pour régler les anomalies constatées obtenir des explications à leur sujet. Le CRTC soumet aussi les données à des vérifications à l'aide de règles informatisées afin d'en vérifier l'exactitude et la cohérence interne. Au besoin, le CRTC compare les données déclarées avec les renseignements financiers audités. Les données d'origine ou dérivées (comme les revenus moyens par ligne ou par minute) sont aussi comparées avec les indicateurs établis.

Les objectifs de cette analyse sont les suivants :

- assurer l'exactitude et la validité des données recueillies afin : a) de fournir aux Canadiens des données de qualité supérieure qui étayent leurs décisions éclairées et une participation constructive aux instances du CRTC; b) d'appuyer le processus décisionnel du CRTC, fondé sur les faits;
- permettre d'établir, dans les grandes catégories de revenus et de dépenses apparaissant dans les formulaires annuels, une analyse des tendances sur cinq ans, surtout par rapport à l'année précédente;

- permettre au Conseil de rapprocher les dépenses réelles au titre des émissions canadiennes et les dépenses exigées par la réglementation;
- s'assurer que le sommaire des données financières d'exploitation du titulaire de licence, inclus dans le rapport annuel, correspond aux données présentées dans les états financiers

exigés des titulaires de licence, conformément aux dispositions réglementaires évoquées dans la circulaire n^{o} 404;
- maintenir à jour la liste des FST affichée sur le site Web du CRTC.

Des modifications pourraient être apportées à la suite de la publication des données soumises, ainsi que du présent rapport. Ces modificat^{io}ns sont généralement le résultat de la réception tardive de données, de révisions apportées par les répondants à des données soumises précédemment, ou encore d'erreurs décelées après la publication des données. Enfin, certains chiffres publiés dans le *Rapport de surveillance des communications* des années précédentes peuvent être reformulés par souci de cohérence. Il peut être, par exemple, question de donner suite aux reclassifications effectuées afin de mieux refléter les divers segments de marché ou l'évolution de l'industrie. Il est établi que ces révisions sont généralement sans incidences importantes sur les résultats du processus de collecte de données. Tous ces changements sont indiqués, soit par l'ajout du symbole # à côté du nouveau chiffre, soit par une note dans le texte qui apparaît en-dessous du tableau ou du graphique pertinent.

La plupart des tableaux et graphiques du rapport sont tirés des données recueillies par le SCD, tandis que d'autres ont été créés à partir de données provenant de Statistique Canada, d'Industrie Canada ou de tierces parties. Les données provenant de ces sources ne se recoupent pas toujours, étant donné que les entreprises visées, les définitions utilisées et le niveau de précision exigé sont parfois différents. La source des données est indiquée sous chaque tableau et graphique.

Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication

Aux fins de la réglementation et de la déclaration sur l'état de la concurrence dans le marché des services de télécommunication, les fournisseurs de services de télécommunication (FST) exerçant leurs activités au Canada sont classés en deux grandes catégories, soit les FST titulaires et les autres FST, tel qu'il est décrit ci-après. La catégorie dont relève un FST donné peut varier d'une année à l'autre, en raison des fusions ou acquisitions au sein de l'industrie. Par exemple, si un FST acquiert ou crée une entreprise qui offre des services mobiles (sans fil), le FST de services sans fil obtient la même classification que la société mère. Les FST sont classés d'après la structure établie ci-dessous.

1) ***Les FST titulaires*** sont les entreprises qui fournissaient des services locaux de télécommunication sur une base monopolistique avant l'introduction de la concurrence. Dans le présent rapport, les activités que ces entreprises ont menées en dehors de leurs territoires d'exploitation traditionnels sont intégrées à celles du groupe des autres FST. Les FST titulaires se subdivisent en grands et petits FST.

    a) *Les grands FST titulaires* desservent des régions relativement vastes, comprenant en général tant des populations rurales qu'urbaines, et fournissent des services de communication vocale filaire, Internet, de transmission de données, de liaison spécialisée, sans fil et autres services. Les grands FST titulaires sont Bell Aliant Communications régionales, société en commandite; Bell Canada; MTS Inc.; Norouestel Inc.; Saskatchewan Telecommunications; la Société TELUS Communications et Télébec, Société en commandite.

    b) *Les petits FST titulaires* desservent des superficies relativement petites (surtout des municipalités situées habituellement dans des régions peu peuplées) en Ontario et au Québec et, dans un cas, en Colombie-Britannique. En raison de la taille restreinte des régions desservies, ces entreprises n'offrent pas en général des services téléphoniques interurbains à l'aide d'installations. Toutefois, elles offrent une panoplie de services téléphoniques filaires, Internet, de transmission de données, de liaison spécialisée et sans fil. Lansdowne Rural Telephone Co. Ltd. en Ontario et Sogetel inc. au Québec sont des exemples de petits FST titulaires.

2) ***Les autres FST*** sont : i) les FST qui ne correspondent pas à la définition des FST titulaires énoncée au point 1) ci-dessus; ou ii) les FST titulaires exerçant des activités hors territoire, comme Bell Canada en Alberta et en Colombie-Britannique et Allstream Inc., une affiliée de MTS Inc. qui exerce ses activités partout au Canada. Les autres FST se subdivisent en FST dotés d'installations et en FST non dotés d'installations.

    a) *Les autres FST dotés d'installations* possèdent et exploitent des réseaux de télécommunication. Ce groupe se subdivise en FST titulaires dotés d'installations (hors territoire) et les FST non titulaires dotés d'installations.

Les FST non titulaires dotés d'installations se subdivisent à leur tour en entreprises de câblodistribution, en compagnies de téléphone de services publics et autres entreprises.

- *Les entreprises de câblodistribution* sont les anciennes entreprises de câblodistribution monopolistiques qui fournissent également des services de télécommunication (par exemple, des services de communication vocale filaire, Internet, de transmission de données, de liaison spécialisée et sans fil). Ces FST comprennent des entreprises telles que Bragg Communications Inc.; Cogeco Câble inc.; le Rogers Communications Partnership; Shaw Cablesystems Limited et Vidéotron s.e.n.c.

- *Les compagnies de téléphone de services publics* sont les FST dont l'entrée dans le marché des services de télécommunication ou l'entrée de leur groupe d'entreprises a suivi les activités d'une société membre du groupe dans le secteur des services publics comme l'électricité, le gaz ou autres.

- *Les autres entreprises* possèdent leurs propres installations de transmission (par exemple, des installations de transmission interurbaines, urbaines ou locales). Ces FST comprennent des entreprises telles que Xplornet Communications Inc.

b) *Les autres FST non dotés d'installations* ne possèdent ni n'exploitent un réseau de télécommunication. Ces fournisseurs sont généralement appelés des revendeurs, car ils achètent normalement les services de télécommunication d'autres FST pour les revendre ou pour créer leur propre réseau qui leur permettra de desservir leurs clients. Distributel Communications Limited; Primus Telecommunications Canada Inc.; Yak Communications (Canada) Corp. et les FST indépendants en sont des exemples.

Situation de l'abstention locale - Circonscriptions de résidence et d'affaires (en date du 31 décembre 2013)

Grand centre	Nombre de circonscriptions locales	Nombre de circonscriptions ayant obtenu l'abstention de la réglementation		Pourcentage de circonscriptions ayant obtenu l'abstention de la réglementation	
		De résidence	D'affaires	De résidence	D'affaires
Colombie-Britannique					
Vancouver	19	18	18	95	95
Victoria	4	3	3	75	75
Autres circonscriptions	259	81	67	31	26
Total provincial	282	102	88	36	31
Alberta					
Calgary	8	5	3	63	38
Edmonton	27	15	11	56	41
Autres circonscriptions	303	53	40	17	13
Total provincial	338	73	54	22	16
Saskatchewan					
Saskatoon	10	1	1	10	10
Regina	5	1	0	20	0
Autres circonscriptions	214	8	3	4	1
Total provincial	229	10	4	4	2
Manitoba					
Winnipeg	14	1	1	7	7
Autres circonscriptions	230	9	2	4	1
Total provincial	244	10	3	4	1
Ontario					
Toronto	50	47	20	94	40
Ottawa-Gatineau	28	19	3	68	11
Hamilton	12	10	5	83	42
London	16	12	1	75	6
Kitchener	8	8	2	100	25
St. Catharines-Niagara	13	7	2	54	15
Windsor	11	4	2	36	18
Oshawa	8	7	2	88	25
Autres circonscriptions	531	115	31	22	6
Total provincial	677	229	68	34	10
Québec					
Montréal	40	40	11	100	28
Québec	17	12	4	71	24
Autres circonscriptions	518	135	52	26	10
Total provincial	575	187	67	33	11
Nouveau-Brunswick					
Fredericton	2	2	2	100	100
Autres circonscriptions	86	27	55	31	64
Total provincial	88	29	57	33	65
Nouvelle-Écosse					
Halifax	16	7	8	44	50
Autres circonscriptions	131	46	54	35	41
Total provincial	147	53	62	36	42
Île-du-Prince-Édouard					
Charlottetown	4	1	1	25	25
Autres circonscriptions	22	10	13	45	59
Total provincial	26	11	14	42	54
Terre-Neuve-et-Labrador					
St. John's	6	3	5	50	83
Autres circonscriptions	206	13	53	6	26
Total provincial	212	16	58	8	27
Toutes les provinces	2 818	720	475	26	17

Source : Données recueillies par le CRTC

Aucune circonscription n'a fait l'objet d'une abstention de la réglementation au Yukon, dans les Territoires du Nord-Ouest et au Nunavut.

Communautés rurales utilisées pour l'évaluation des prix des services

En 2013, environ 19 % des Canadiens vivaient dans des communautés rurales. Afin d'évaluer le prix des services de communication dans les zones rurales du Canada, 54 communautés représentant 3 % de toute la population canadienne vivant dans les communautés rurales ont été sélectionnées. Le processus de sélection était basé sur les critères suivants :

- la communauté ne devait pas faire partie d'une des régions métropolitaines de recensement des 24 centres urbains énumérés dans le tableau A.4.2 ci-dessous;
- la densité de population de la communauté devait être inférieure à 400 personnes par km^2 ou le centre-ville devait compter moins de 1 000 personnes;
- le nombre de communautés sélectionnées dans chaque province ou territoire devait être proportionnel à population de la province ou du territoire;
- les communautés ne devaient pas être regroupées sur un même territoire.

Tableau A.4.1 Liste des communautés rurales

Province	Communauté
Colombie-Britannique	Barriere Bowser Cobble Hill Hazelton Kaslo Keremeos Thrums
Alberta	Cremona Evansburg Glendon Hythe Wabasca
Saskatchewan	Broadview Gull Lake Naicam Redvers Spiritwood
Manitoba	Ashern La Broquerie Norway House Pine Falls Southport
Ontario	Bayfield Ripley Bancroft Echo Bay Emsdale Ingleside Lion's Head
Québec	L'Islet La Guadeloupe Lac-des-Écorces New Carlisle Laterrière Rock Island Saint-Honoré (Témiscouata)
Nouveau-Brunswick	Cap-Pelé Florenceville Lamèque
Île-du-Prince-Édouard	Crapaud Hunter River Morell-St. Peters
Nouvelle-Écosse	Bear River Mahone Bay Wedgeport
Terre-Neuve-et-Labrador	Burin Harbour Main New Harbour

Territoire	Communauté
Yukon	Dawson City Mayo
Territoires du Nord-Ouest	Fort Simpson Fort Smith
Nunavut	Cape Dorset Igloolik

Tableau A.4.2 Liste des centres urbains

Province	Centre urbain
Colombie-Britannique	Vancouver Victoria
Alberta	Calgary Edmonton
Saskatchewan	Saskatoon Regina
Manitoba	Winnipeg
Ontario	Toronto Ottawa – Gatineau Hamilton London Kitchener – Waterloo St. Catharines – Niagara Windsor Oshawa

Province	Centre urbain
Québec	Montréal Québec
Nouveau-Brunswick	Fredericton
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown
Nouvelle-Écosse	Halifax
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's

Territoire	Communauté
Yukon	Whitehorse
Territoires du Nord-Ouest	Yellowknife
Nunavut	Iqaluit

Les limites des principaux centres urbains ont été établies en fonction des définitions de « région métropolitaine de recensement » et d'« agglomération de recensement » de Statistique Canada.

Description du secteur du marché des télécommunications

A) Communication vocale filaire

Les services de télécommunication vocale filaire peuvent être divisés en deux grands segments de marché : i) les services locaux et d'accès et ii) les services interurbains.

i) Services locaux et d'accès

Le segment des services locaux et d'accès comprend les services filaires relatifs à l'accès et à la connectivité au réseau téléphonique public commuté (RTPC), y compris les services utilisés à la fois par les clients de détail et de gros.

Le service téléphonique filaire local permet au client d'effectuer un nombre illimité d'appels à l'intérieur d'une zone locale moyennant un tarif mensuel de base. Ce service est soit dépendant de l'accès, soit indépendant de l'accès. Le service téléphonique dépendant de l'accès comprend un accès filaire géré depuis le fournisseur de services de télécommunication au client, un raccordement au RTPC et un numéro de téléphone. Le service téléphonique indépendant de l'accès ne comprend pas l'accès filaire géré. Les clients du service téléphonique indépendant de l'accès doivent être abonnés à un service Internet à large bande, qui sert d'accès.

Le service téléphonique filaire local regroupe aussi les services automatisés de prise d'appels, le service Centrex d'affaires, les services de réseau numérique à intégration de services (RNIS) ainsi que d'autres services auxiliaires, notamment le câblage intérieur, l'installation et la réparation, les téléconférences et divers services locaux.

Les services locaux et d'accès comprennent a) les services locaux de gros fournis aux autres fournisseurs de services de télécommunication et b) les services d'accès fournis aux entreprises et aux autres fournisseurs de services aux fins d'interconnexion, notamment la commutation et le groupement.

ii) Services interurbains

L'interurbain de détail englobe le trafic de communication vocale filaire acheminé à l'extérieur de la zone d'appel local. Ces services sont vendus selon des formules aussi diversifiées que l'imposition de frais standards par minute, des plans à frais mensuels fixes, des cartes d'appel ou des forfaits de services.

Les services interurbains de gros sont offerts : a) dans le cadre d'arrangements de raccordement entre un fournisseur de services de télécommunication doté d'installations et un fournisseur de services interurbains pour assurer le trafic des minutes d'appels interurbains ou b) sur la base de vente de blocs de minutes d'appels interurbains par les fournisseurs de services de télécommunication dotés d'installations à des revendeurs de services interurbains.

B) Internet

Les services de télécommunication liés à Internet peuvent être divisés en deux grands segments de marché : i) l'accès et le transport Internet et ii) les applications Internet et autres services liés à Internet.

i) Accès et transport Internet

Le service d'accès Internet se résume à fournir aux utilisateurs finals une connexion par protocole Internet qui leur permet d'échanger du trafic avec des prestataires de services Internet et d'autres utilisateurs finals. Le service d'accès Internet comprend les trois composantes distinctes suivantes :

a) une connexion de données entre un modem à l'emplacement de l'utilisateur final (comme une habitation résidentielle) et le fournisseur de services Internet (FSI);

b) les installations du FSI, qui comprennent :
   - des routeurs, afin de pouvoir acheminer le trafic entre les utilisateurs finals du FSI et Internet;
   - des serveurs, pour les services du FSI fournis à l'interne, tels que le courrier électronique;
   - des éléments de gestion de réseau;

c) une connexion du FSI jusqu'à Internet.

Il existe des services d'accès Internet à différentes vitesses. Les services à faible vitesse ou services d'accès sur bande étroite, avec un débit pouvant atteindre jusqu'à 64 kilobits par seconde, sont généralement fournis par ligne commutée. Les services d'accès à haute vitesse, y compris la bande élargie (jusqu'à 1,5 mégabits par seconde [Mbps]) et la large bande (plus de 1,5 Mbps), sont généralement fournis par les technologies par ligne d'abonné numérique (LAN), câble, les technologies terrestres sans fil, le satellite ou les câbles à fibre optique.

Le service de transport Internet est un type de connectivité Internet normalement vendu aux FSI et à certaines grandes entreprises clientes. La capacité de transport Internet est assurée par des installations Internet de base qui acheminent le trafic groupé au moyen de liaisons nationales et internationales entre les commutateurs ou les routeurs de trafic Internet. Le service de transport Internet permet un contrôle partiel des mouvements du trafic Internet des clients. Dans certains cas, les FSI de base concluent entre eux des accords d'homologage plutôt que de signer des contrats d'achat ferme de services de transport Internet.

ii) Applications Internet et autres services liés à Internet

Un nombre croissant de services d'applications Internet, comme le courrier électronique et l'hébergement, se greffent sur les services de connectivité Internet. Les services

d'application Internet sont normalement groupés avec les services d'accès Internet. Toutefois, les fournisseurs de services de télécommunication participent également au développement de nouveaux marchés d'applications Internet d'affaires autonomes, parmi lesquels on compte des services comme l'hébergement Web, les centres de données Internet et le stockage de données à l'extérieur, ainsi que la sécurité et les coupe-feu.

C) Services de transmission de données et de liaison spécialisée

Les services de transmission de données comprennent des services gérés de réseau local (RL) et de réseau étendu (RV) pour les réseaux de données, vidéo et de communication vocale dans une zone métropolitaine ou encore à l'échelle nationale ou internationale. Les services de transmission de données comprennent des protocoles traditionnels, tels le X.25 (communications RE commutées par paquets), le mode de transfert asynchrone (MTA) et le relais de trames ainsi que des protocoles plus récents, notamment Ethernet et le réseau privé virtuel-IP (RPV-IP), sans oublier la fourniture et la gestion de réseaux et d'équipement de réseau.

Les services de liaison spécialisée permettent de raccorder deux ou plusieurs points au moyen d'installations réservées aux fins d'acheminement du trafic de communication vocale, vidéo ou de données. Parmi ces services, notons les services de transmission numérique à grand débit (sur fibre optique, le débit peut être de l'ordre du gigabit), de même que les services de qualité de communication vocale et autres services analogiques. Les installations de transmission de liaison spécialisée incluent les fils de cuivre, les câbles de fibre optique et le satellite.

D) Services sans fil

Les services sans fil sont constitués des services de télécommunication fournis au moyen d'installations d'accès sans fil mobiles. Ces services comprennent la téléphonie mobile, les données mobiles (comme la messagerie texte et la messagerie multimédia), l'itinérance, l'accès Internet sans fil et les services de téléappel. Les données et les services de liaison spécialisée par satellite sont comprises dans la section intitulée « Secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée », tandis que les services de téléphone mobile font partie de la section sur les services sans fil de ce rapport.

En plus de permettre la communication vocale par l'intermédiaire de réseaux sans fil, les nouvelles technologies du sans-fil permettent aux utilisateurs d'envoyer d'un appareil à un autre et d'une entreprise à une autre des messages textes et multimédias comprenant des photos, des éléments graphiques ainsi que des clips audio et vidéo. L'utilisation de données devrait continuer de prendre de l'ampleur à mesure que les entreprises existantes et nouvelles concluent des accords de réseau et qu'elles élargissent et modernisent leurs réseaux, et à mesure que les fabricants d'équipement terminal lancent de nouveaux appareils de pointe.

Liste des acronymes utilisés dans le rapport

ACR	Association canadienne des radiodiffuseurs
AIT	accès Internet de tiers
ARN	accès au réseau numérique
ARN haute vitesse	accès au réseau numérique haute vitesse
ARN	autorité réglementaire nationale
ATS	téléscripteurs
BAII	bénéfice avant intérêts et impôt
BAIIDA	bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement
CCNR	Conseil canadien des normes de la radiotélévision
CPAC	La Chaîne d'affaires publiques par câble inc.
CPRST	Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication inc.
CRTC, le Conseil	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
DCC	développement du contenu canadien
DCMU	dépenses en capital moyennes par utilisateur
DÉC	dépenses au titre des émissions canadiennes
DS	définition standard
DTC	développement des talents canadiens
EDR	entreprise de distribution de radiodiffusion
EDRc	entreprise de distribution de radiocommunication
EDRS	entreprise de distribution par relais satellite
ÉIN	émissions d'intérêt national
ELT	évolution à long terme
ERMV	exploitant de réseau mobile virtuel
ESL	entreprise de service local
ESLC	entreprise de services locaux concurrente
ESLT	entreprise de services locaux titulaire
FAPL	Fonds pour l'amélioration de la programmation locale
FCT	Fonds canadien de télévision
FMC	Fonds des médias du Canada
FMI	Fonds monétaire international

FSI	fournisseur de services Internet
FSSF	fournisseur de services sans fil
FST	fournisseur de services de télécommunication
FTTH	fibre jusqu'au domicile
Go	gigaoctet
HD	haute définition
HSPA	accès haute vitesse par paquets
HSPA+	accès haute vitesse par paquets évolué
IAB Canada	Bureau de la publicité interactive du Canada
IP	protocole Internet ou protocole IP
IPC	indice des prix à la consommation
IPST	indice des prix du service téléphonique
IPTV	télévision sur IP
kbps	kilobit par seconde
LAN	ligne d'abonné numérique
LANT	ligne d'abonné numérique à très haut débit
LNNTE	Liste nationale de numéros de télécommunication exclus
Mbps	mégabit par seconde
MTA	mode de transfert asynchrone
NCP	Les normes canadiennes de la publicité
n.d.	non disponible
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OTM	Observateur des technologies médias
PBX	autocommutateur privé
PDPV	point de présence virtuel
PIB	produit intérieur brut
PPA	parité des pouvoirs d'achat
PPM	audimètre portatif sans fil
RE	réseau étendu
RL	réseau local
RMPM	revenu moyen par minute
RMPU	revenu moyen par utilisateur

RNIS	réseau numérique à intégration de services
RPV-IP	réseau privé virtuel sur protocole Internet
RTPC	réseau téléphonique public commuté
SAR	service d’accès au réseau
SAP	service d’accès par passerelle
SAP	sanction administrative pécuniaire
SCD	système de collecte de données
SDM	service de distribution multipoint
s.i.	sans incidence
SMC	service de messages courts
SMM	service de messagerie multimédia
SMCLO	service métropolitain de commutation en longueur d’onde
SNHV	service numérique haute vitesse
s.o.	sans objet
SODIMO	Société de développement de l’industrie des médias de l’Ontario
SRC	Société Radio-Canada
SRD	satellite de radiodiffusion directe
SSFE	service sans fil évolué
TCAC	taux de croissance annuel composé
TPS	taxe sur les produits et services
TVA	taxe sur la valeur ajoutée
TVC	télévision à la carte
TVP	taxe de vente provinciale
UIT	Union internationale des télécommunications
VSD	vidéo sur demande
VoIP	communication vocale sur protocole Internet
3G	troisième génération
4G	quatrième génération

Circulaire, décisions, avis publics, avis de consultation, ordonnances et politiques réglementaires cités dans le rapport

Circulaire N^{o} 404	*Exigences relatives au dépôt d'états financiers avec le rapport annuel de radiodiffusion*, Circulaire N^{o} 404, 23 août 1994
Décision de radiodiffusion 2010-782	*Changement du contrôle effectif des filiales de radiodiffusion autorisées de Canwest Global Communications Corp.*, décision de radiodiffusion CRTC 2010-782, 22 octobre 2010
Décision de radiodiffusion 2010-942	*Transfert du contrôle effectif de diverses entreprises de programmation de radio commerciale de Corus Entertainment Inc. à Cogeco inc.*, décision de radiodiffusion CRTC 2010-942, 17 décembre 2010
Décision de radiodiffusion 2011-163	*Modification du contrôle effectif des filiales de radiodiffusion autorisées de CTVglobemedia Inc.*, décision de radiodiffusion CRTC 2011-163, 7 mars 2011
Décision de radiodiffusion 2012-394	*Global News Plus BC – service de catégorie B spécialisé*, décision de radiodiffusion CRTC 2012-394, 20 juillet 2012
Décision de radiodiffusion 2013-207	*The Score – Modification du contrôle effectif, et renouvellement et modification de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-207, 30 avril 2013
Décision de radiodiffusion 2013-283	*TVtropolis – Acquisition d'actif*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-283, 11 juin 2013
Décision de radiodiffusion 2013-310	*Les entreprises de radiodiffusion d'Astral – Modification du contrôle effectif*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-310, 27 juin 2013
Décision de radiodiffusion 2013-530	*CityNews Channel (autrefois connu sous le nom de CITY News (Toronto)) – Révocation de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-530, 1 octobre 2013
Décision de radiodiffusion 2013-737	*TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro, TÉLÉTOON Rétro et Cartoon Network – Modification de contrôle effectif; TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro et TÉLÉTOON Rétro – Renouvellement et modification de licence*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-737, 20 décembre 2013
Décision de radiodiffusion 2013-738	*Historia et Séries+ – Acquisition d'actif et modification au contrôle effectif*, décision de radiodiffusion CRTC 2013-738, 20 décembre 2013
Ordonnance de radiodiffusion 2011-60	*Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande*, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, 31 janvier 2011

Avis public de radiodiffusion 2006-143	Ordonnance d’exemption relative à certaines exploitations de réseaux, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-143, 10 novembre 2006

Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport

Access Communications	Access Communications Co-operative Limited
Allstream	Allstream Inc.
Astral	Astral Media Inc.
Atria	Atria Networks L.P.
BCE	Bell Canada Enterprises
Bell Aliant	Bell Aliant Communications régionales, société en commandite
Bell Canada	Bell Canada
Groupe Bell	Bell Canada; Bell Mobilité Inc.; Latitude Wireless Inc.; Norouestel Mobilité Inc.; NorthernTel, Limited Partnership; SkyTerra (Canada) Inc.; SkyTerra Corp.; Télébec, Société en commandite; Virgin Mobile Canada
Bell Mobilité	Bell Mobilité Inc.
Bragg	Bragg Communications Inc.
Canwest	Canwest Media Inc.
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
Cogeco	Cogeco Canada L.P., Cogeco Câble Québec s.e.n.c. et Cogeco Inc.
Corus	Corus Entertainment Inc.
Crossroads	Crossroads Television System
CTV	CTV Inc. (CTVglobemedia Inc., CTV Inc., CTV Limited et CTV Corp. ont fusionné le 15 mars 2011 sous le nom de CTV Inc.)
Distributel	Distributel Communications Limited
EastLink	EastLink
Hydro One	Hydro One Telecom Inc.
Latitude Wireless	Latitude Wireless Inc.
MTS	MTS Inc.
NorthernTel	NorthernTel, Limited Partnership
Norouestel	Norouestel Inc.
Norouestel Mobilité	Norouestel Mobilité Inc.
Québecor	Québecor Média inc.
Primus	Primus Telecommunications Canada Inc.

Remstar	Remstar (V)
Rogers	Rogers Broadcasting Limited, Rogers Cable Communications Inc., Rogers Communications Inc. et Rogers Wireless Inc.
SaskTel	Saskatchewan Telecommunications
Shaw	Shaw Communications Inc.
SkyTerra	SkyTerra (Canada) Inc. et SkyTerra Corp.
SRC	Société Radio-Canada
Star Choice	Réseau de télévision Star Choice incorporée
STC	Société TELUS Communications
TBayTel	TBayTel
Télébec	Télébec, Société en commandite
Télé-Québec	Télé-Québec
Vidéotron	Vidéotron ltée
Virgin Mobile	Virgin Mobile Canada
WIND	WIND Mobile
Xplornet	Xplornet Communications Inc.
YAK	YAK Communications (Canada) Corp.