



Série sur la

CONNECTIVITÉ



Internet par câble

D. April



Statistique Canada
Statistics Canada

Canada

Série sur la connectivité

Dans la série de publications sur la connectivité, on trouve des études analytiques ainsi que des rapports de recherche et des documents de travail liés au vaste domaine de la connectivité. Ce vaste domaine comprend les secteurs des télécommunications, de la radiodiffusion, des services informatiques et des fournisseurs d'accès Internet, de même que des activités qui touchent l'ensemble de l'économie comme Internet et le commerce électronique. Cette série de publications présente, sous une perspective statistique, les phénomènes particuliers qui sont la cause des grands changements en matière économique et sociale.

Tous les documents sont contrôlés par des pairs et par le Bureau et, au besoin, par des experts en la matière. Ils sont distribués dans les bureaux régionaux de Statistique Canada, aux coordonnateurs statistiques provinciaux ainsi que disponible sur Internet.

Les documents dans la Série sur la connectivité exprime le point de vue de l'auteur et ne reflète pas nécessairement celui de Statistique Canada.

La série est produite par :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

Directeur : Fred Gault

Pour de plus amples informations :
Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique
Édifice R.H. Coats, Section 7-L
Ottawa, Ontario, K1A 0T6
Téléphone : (613) 951-2581
Télécopieur : (613) 951-9920

Vous pouvez également visiter notre site web pour la liste complète des publications sans frais de Statistique Canada : <http://www.statcan.ca>

Also available in English

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.



Internet par câble

D. April

Pour de plus amples informations, veuillez contacter D. April au (613) 951-3177
Courriel : Daniel.April@statcan.ca

Editeur : George Sciadas

Comité de revue : Mike Sheridan, Philip Smith, Louis-Marc Ducharme, Paul Johanis, Philip Cross.

Production : Lucienne Sabourin

Décembre 2000

No. 56F0004MIF, N° 2

ISBN : 0-662-85418-7

ISSN : 1492-7926

Périodicité: Irrégulier

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Résumé

La demande accrue d'accès rapide à Internet, jumelée à une convergence technologique et à un régime de réglementation favorisant la concurrence, attire de nouveaux joueurs vers ce marché. Une place importante est occupée par les compagnies de câblodistribution, qui cherchent à transformer leurs vastes réseaux de communication par fil en fonction d'une transmission bidirectionnelle.

Le présent exposé examine la prestation de services Internet par l'entremise de réseaux exploités par des compagnies de câblodistribution, et fournit un profil de ces compagnies. On y trouve des indicateurs de la vitesse de déploiement de l'infrastructure nécessaire et de l'utilisation de ces services par la population canadienne, de même qu'une analyse de la pénétration du marché, de la concentration sectorielle et des perspectives de croissance. L'exposé examine également la prestation prévue de tels services selon la taille de l'entreprise et présente des comparaisons entre le Canada et les États-Unis, indiquant que le Canada a pris les devants, du point de vue tant de l'offre que de la demande de services de ce genre.

En 1999, 61 détenteurs de licence de câblodistribution offraient des services d'accès à Internet et ils comptaient 364 000 abonnés, représentant 11 % environ de tous les ménages branchés à Internet. Les recettes provenant de la prestation de ce genre de service étaient relativement peu élevées (113,2 millions de dollars), la moyenne étant de 311 \$ par abonné. Les recettes relativement faibles par abonné indiquent que le nombre d'abonnés a augmenté appréciablement au cours de l'année. Les cinq principales entreprises ont été les premières à offrir un accès rapide à Internet par câblodistribution, et elles représentaient 92 % de l'ensemble des abonnés.

Internet par câble

Par D. April

Daniel April travaille à la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada.

L'adoption d'Internet par les ménages canadiens continue de s'accélérer. En novembre 1999, 3,3 millions de ménages étaient branchés (28,7 % de tous les ménages), soit quatre fois plus qu'en 1996.

L'intérêt croissant envers ce nouveau support de communication a attiré de nouveaux fournisseurs de services d'accès à Internet. Ces services, initialement offerts par les sociétés de télécommunications et les fournisseurs de services Internet indépendants (FSI), le réseau téléphonique local servant de point d'entrée, sont maintenant également disponibles auprès des câblodistributeurs, des sociétés de radiodiffusion directe par satellite et des sociétés dites « câblodistribution sans fil »¹. Les progrès et la convergence des technologies, une connectivité de réseau accrue et un régime de réglementation qui favorise la concurrence ont rendu possible la venue de nouveaux fournisseurs. La conjoncture changeante a aussi une incidence sur la manière dont les services audiovisuels, en place ou nouveaux, sont livrés aux clients. Par exemple, la transmission des signaux de télévision au foyer qui, jusqu'à récemment, était au Canada le domaine exclusif des câblodistributeurs, est maintenant accessible auprès de fournisseurs de radiodiffusion directe par satellite et de sociétés de télédistribution sans fil. De plus, la technologie actuelle permettrait d'offrir de tels services par l'intermédiaire du réseau téléphonique.

Le développement du marché des services Internet et, plus particulièrement, le marché de l'accès rapide à Internet, est à ses débuts.

Les sociétés de câblodistribution sont des joueurs importants sur ce nouveau marché et la demande croissante de services Internet leur a donné l'occasion de développer et d'adapter leur vaste réseau à large bande pour offrir de nouveaux services.

Le présent document examine la fourniture de services Internet par l'intermédiaire des réseaux exploités par les sociétés du secteur de la câblodistribution et donne le profil de ces sociétés. L'examen de la totalité du marché des services Internet exigerait d'inclure les services d'accès à Internet offerts par d'autres secteurs, par exemple ceux des FSI et des télécommunications.

1. Le réseau de distribution par câble canadien - un vaste réseau à large bande

Le déploiement de réseaux de câblodistribution (fibres optiques - coaxial) au Canada est en bonne voie et représente une vaste infrastructure par fil. En 1999, environ 93 % des ménages avaient accès au réseau câblé et 73 % des ménages étaient abonnés (Statistique Canada 2000). Il s'agit du taux de pénétration le plus élevé au monde (UIT 1999).

Jusqu'à récemment, cependant, les systèmes de transmission par câble étaient des systèmes à sens unique pour la télédistribution. Plusieurs défis techniques devaient être relevés avant que les réseaux de câblodistribution puissent supporter des communications bidirectionnelles, ce qui exige des investissements considérables. Par ailleurs,

1 -- Ces sociétés utilisent les systèmes de distribution multipoint (SDM) qui s'appuient sur une technologie sans fil fixe capable de transmettre les signaux de télévision, la voix (pour les services téléphoniques) et les données (pour l'accès Internet).

Dans le cas d'une connexion Internet par câble, l'ordinateur personnel du client est relié à un modem spécial, qui est relié à un noeud local par câble coaxial. Le noeud est relié à la tête de bus de la société de câblodistribution par l'intermédiaire d'un réseau de fibres optiques, la tête de bus de la société de câblodistribution étant, par ailleurs, reliée à la dorsale Internet.

l'infrastructure en place, sur laquelle s'appuie le service d'accès à Internet par câble, était déjà en mesure de fonctionner sur large bande², un préalable essentiel à la transmission de l'information à grande vitesse.

La largeur de bande est particulièrement importante lorsqu'il s'agit de télécharger des supports vidéo ou d'autres supports qualifiés de riches. Pour supporter efficacement de telles applications, le réseau doit pouvoir rapidement transmettre une grande quantité d'information de la source à la destination. Une large bande peut réduire considérablement le temps nécessaire pour télécharger un fichier vidéo par rapport à une bande étroite. Le développement et la portée des nouvelles applications multimédia pour Internet seront nécessairement étroitement liés à la pénétration de l'accès rapide à Internet, et le secteur de la câblodistribution jouera certainement à cet égard un rôle important.

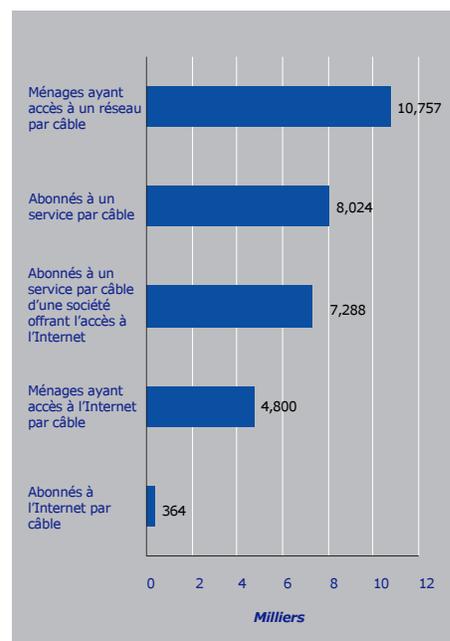
2. Données fondamentales sur la câblodistribution

Le graphique 1 montre certaines données fondamentales sur le secteur canadien de la câblodistribution. Ces indicateurs servent couramment pour décrire l'état du développement de l'infrastructure de câblodistribution et la mesure selon laquelle les Canadiens utilisent les services offerts par ce secteur.

Selon les estimations, le Canada comptait 11,6 millions de ménages en 1999. Dans de nombreux cas, leur lieu de résidence n'est pas desservi par les réseaux actuels de câblodistribution et ils n'y ont donc pas accès, peu importe s'ils le veulent ou pourraient financièrement se le permettre. Ainsi, l'expression « Ménages ayant accès à un réseau par câble » désigne le nombre maximal de ménages qui pourraient regarder la télévision par l'intermédiaire d'un service par câble, ce nombre étant un indicateur de la taille du déploiement des réseaux par câble. Le nombre actuel de ménages qui se sont effectivement abonnés à un service de câblodistribution est appelé « Abonnés à un service par câble » (ou, plus simplement,

abonnés du câble). Deux autres observations sont dignes de mention. En premier lieu, les sociétés de câblodistribution n'offraient pas toutes aussi un service d'accès à Internet. Cependant, la très grande majorité des abonnés à un service par câble faisaient affaire avec des sociétés qui offraient aussi ce service. Ces abonnés sont appelés « Abonnés à un service par câble d'une société offrant l'accès à Internet », c'est-à-dire les abonnés qui demeurent dans le secteur desservi par les sociétés qui offraient, effectivement, le nouveau service. En deuxième lieu, les sociétés qui offraient le service d'accès à Internet ne l'offraient pas toutes dans la totalité du territoire géographique qu'elles desservent. Par conséquent, ce ne sont pas tous les ménages qui y vivaient qui pouvaient avoir accès à un tel service. Les ménages qui le pouvaient sont appelés « Ménages ayant accès à Internet par câble », tandis que ceux qui se sont de fait abonnés à un service d'accès à Internet sont désignés par l'expression « Abonnés à Internet par câble ».

Les données fondamentales susmentionnées serviront dans l'ensemble du présent document aux fins de l'analyse du déploiement du service par modem câble et de la pénétration de ce service en date du 31 août 1999.



2 -- Il n'existe pas de définition généralement reconnue de l'expression bande large. La United States Federal Communication Commission définit une bande large comme un service permettant des vitesses d'au moins 200 Kbps, à la fois pour une communication descendante (vers l'utilisateur) et pour une communication montante (de l'utilisateur) - voir US (2000). Il est difficile de préciser un nombre pour décrire le rendement des systèmes à large bande les plus répandus (lignes d'abonnés numériques et par modem câble), puisque le rendement de ces systèmes dépend, à divers degrés, de facteurs comme le nombre d'utilisateurs, la distance et la configuration du réseau.

Graphique 1.
Données fondamentales sur la câblodistribution, 1999

3. Pénétration du marché

L'arrivée des câblodistributeurs sur le marché des services d'accès à Internet est relativement récente. Après quelques essais de mise en marché, des services rapides d'Internet par câble ont d'abord été lancés dans quelques grands marchés en novembre 1996 (ACTC 2000). Moins de trois ans plus tard, 61 titulaires de licence de câblodistribution offraient ces services, sur de grands et de petits marchés. À la fin d'août 1999, les titulaires de licence offraient des services d'accès à Internet à 364 000 abonnés, soit à environ 11 % de tous les ménages branchés sur Internet³. Le tableau 1 montre le nombre d'abonnés à Internet par câble et leur répartition par région. Pour des fins de comparaison, la répartition régionale de tous les types d'accès à Internet paraît également.

L'accès rapide à Internet par câble est surtout populaire dans l'Ouest canadien. Cette région représente 42,8 % des abonnés à Internet par câble, par rapport à 33,7 % pour tous les ménages abonnés à Internet. Cette popularité découle vraisemblablement, au moins en partie, du fait que les ménages de l'Ouest canadien, et notamment de l'Alberta et de la Colombie-Britannique, ont adopté relativement tôt la technologie Internet en plus grand nombre. Les ménages qui ont été parmi les premiers à adopter Internet, et ceux qui l'utilisent le plus régulièrement, seront vraisemblablement plus intéressés à obtenir un service haut de gamme, comme celui qu'offrent les sociétés de câblodistribution. L'inverse est vrai dans les provinces centrales et dans les provinces de l'Atlantique, où la proportion du nombre d'abonnés à Internet par câble est faible par rapport à celle du nombre total de ménages qui ont accès à Internet.

3 -- Il est supposé ici que la très grande majorité des 364 000 abonnés sont des ménages, par opposition à des clients commerciaux ou des établissements. Le taux de 11 % vaut pour le 31 août 1999. L'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages, menée en novembre 1999, a révélé que ce taux avait augmenté, passant à 12 %.

NOTE AUX LECTEURS

Les données du présent article sont tirées d'un supplément spécial du Rapport annuel pour les titulaires d'une licence de télédistribution de 1999, relevant conjointement de Statistique Canada et du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Ces données portent sur 406 titulaires de licence pour l'exercice financier se terminant le 31 août 1999. Elles ont été complétées, au besoin, par des données tirées de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages de 1999, menée par Statistique Canada, et par des données publiées par l'Association canadienne de télévision par câble (ACTC) et la National Cable Television Association (États-Unis).

L'analyse présentée dans le présent document porte sur deux types d'entités : le *titulaire de licence*, qui détient une ou plusieurs licences d'exploitation d'un ou de plusieurs systèmes de câblodistribution, et l'*entreprise*, c'est-à-dire une corporation propriétaire d'un ou de plusieurs titulaires de licence de câblodistribution.

Dans le modèle commercial de Statistique Canada, l'*entreprise* représente la grande unité d'exploitation au sein de laquelle les stratégies commerciales sont formulées, et les bilans, gérés. Bien que les sociétés soient en général associées à une seule *entité juridique*, ce n'est pas toujours le cas des sociétés complexes ou de grande taille. En plus de leur structure juridique, les sociétés peuvent aussi être dotées d'une *structure d'exploitation*, qui reflète la manière dont elle sont organisées en termes d'unités fonctionnelles, désignées, selon l'ordre hiérarchique, par les mots *sociétés*, *établissements* et *emplacements* statistiques.

Le titulaire de licence et la licence, au sens du présent document, correspondent en gros à l'entité juridique et à l'établissement statistique, respectivement. Bien que dans la plupart des cas l'entreprise et le titulaire de licence soient des entités qui se recoupent exactement, les grandes sociétés du secteur sont habituellement propriétaires de plusieurs titulaires de licence. Le titulaire de licence est donc une entité plus pertinente lorsqu'il s'agit d'analyser la taille et la croissance du marché, tandis que l'entreprise est une unité qui se prête mieux à l'analyse de la concentration dans le secteur. Dans le présent document, l'expression *titulaire de licence* et le mot *société* sont utilisés indifféremment.

Tableau 1.
Accès à Internet par région, 1999*

	Abonnés à Internet par câble		Pénétration d'Internet dans les ménages - tous les types
	Nombre	Répartition	Répartition
	(milliers)	(%)	(%)
Provinces de l'Atlantique	11	3,1	6,3
Québec	55	15,2	18,9
Ontario	142	38,9	41,1
Provinces des Prairies	85	23,3	17,0
Colombie-Britannique et Territoires	71	19,5	16,7
Canada	364	100,0	100,0

* Le niveau de précision géographique indiqué ci-dessus est le niveau le plus détaillé qui permette de protéger la confidentialité des réponses individuelles des sociétés. L'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (Dickinson et Ellison 2000) renferme des données sur l'accès à Internet, de tous types, à la maison.

Le tableau 2 montre que la popularité de l'accès à Internet par câble dans les provinces de l'Ouest se reflète aussi dans les taux de pénétration supérieurs à la moyenne atteints par les sociétés de câblodistribution qui y évoluent. Par opposition, les sociétés de câblodistribution du Québec et des provinces de l'Atlantique affichent des taux de pénétration inférieurs à la moyenne nationale, qui est de 5 %.

4. Recettes

Les recettes tirées des services d'accès rapide à Internet par câble en 1999 ont atteint 113,2 millions de dollars (soit 311 \$ par abonné), ce qui est relativement modeste par rapport

aux recettes globales de 3,3 milliards du secteur de la câblodistribution. De ces 113,2 millions de dollars, 59,4 millions ont été directement attribuables aux titulaires de licence de câblodistribution et 53,7 millions de dollars à des sociétés qui leur étaient affiliées⁴. Étant donné les recettes relativement faibles par abonné, la croissance du nombre d'abonnés durant l'année a été importante.

Bien que relativement petit actuellement, ce marché devrait vraisemblablement prendre rapidement de l'ampleur. Selon des estimations modérées, on peut supposer que le nombre d'abonnés augmentera de 2 % par mois

4 -- Certains câblodistributeurs offrent des services d'accès à Internet directement à leurs clients et incluent les recettes qui en découlent dans leurs livres. D'autres ont créé des filiales pour dispenser les services en cause. Selon la structure juridique retenue, ces filiales peuvent être classées dans le secteur des fournisseurs de service Internet plutôt que dans celui de la câblodistribution.

Tableau 2.
Pénétration du service d'accès à Internet par câble, 1999

	Abonnés à Internet par câble	Abonnés à un service par câble des sociétés offrant l'accès à Internet	Taux de pénétration*
	(milliers)	(milliers)	(%)
Provinces de l'Atlantique	11	465	2,4
Québec	55	1,859	3,0
Ontario	142	2,807	5,1
Provinces des Prairies	85	1,034	8,2
Colombie-Britannique et Territoires	71	1,124	6,3
Canada	364	7,288	5,0

* Proportion des abonnés à un service par câble qui sont aussi abonnés à Internet par câble.

d'août 1999 à août 2001⁵, ce qui permettrait à l'activité de plus de doubler, les recettes atteignant environ 250 millions de dollars en 2001. Si la prévision du secteur se réalise et que le nombre d'abonnés atteint 1,5 million d'ici 2007 (ACTC 2000a), le marché représentera de 650 à 750 millions de dollars par année. Cette valeur du marché peut se comparer à la valeur actuelle du marché de la publicité radiophonique FM ou aux recettes associées à la télévision payante et de spécialité.

5. Concentration dans le secteur

Le secteur de la câblodistribution compte un nombre relativement grand de participants (340 entreprises regroupant 406 titulaires de licence), mais le taux de concentration y est élevé. Comme le montre le tableau 3, les cinq plus grandes entreprises du secteur, qui possédaient et exploitaient 23 titulaires de licence de câblodistribution, ont fourni le service à 80 % des abonnés canadiens du câble.

Depuis quelques années, les principaux câblodistributeurs ont procédé à des acquisitions et à des échanges de systèmes pour former des régions de service contiguës, ce qui a facilité le déploiement du service par modem câble. Ils ont été les premiers à offrir l'accès rapide à Internet par câble et ont représenté 92 % des abonnés à ce service.

6. Comparaison Canada et États-Unis

La comparaison de la situation au Canada et de la situation aux États-Unis est éloquent, la concentration des sociétés aux États-Unis n'étant pas aussi forte du point de vue des secteurs de services et des abonnés. Les données disponibles montrent que le déploiement du service par modem câble est sensiblement plus avancé au Canada, tant pour l'offre que pour la demande du service.

Comme le montre le tableau 4, en 1999, au Canada, 4,8 millions de ménages avaient accès à Internet par câble, ce qui représente 45 % des ménages ayant accès à un réseau de

5 -- Croissance mensuelle moyenne du nombre de ménages branchés à Internet, de novembre 1998 à novembre 1999. Il s'agit là d'une estimation prudente, puisqu'il devrait vraisemblablement y avoir remplacement du service par réseau commuté par un service d'accès rapide dans les années à venir, que ce soit par câble ou autrement. L'ACTC (2000a) estime que le nombre d'abonnés atteignait 479 000 à la fin de 1999, ce qui représente une augmentation de 30 % pendant les quatre derniers mois de 1999.

Tableau 3.

Concentration sur les marchés de la câblodistribution et d'Internet par câble, 1999

	Abonnés à Internet (milliers)	Pourcentage du total	Abonnés à un service par câble (milliers)	Pourcentage du total
Cinq premières entreprises	337	92,4	6,411	79,9
Vingt premières entreprises	353	97,0	7,509	93,6
Toutes les entreprises	364	100,0	8,024	100,0

Tableau 4.

Comparaison des marchés canadiens et américains de la câblodistribution et d'Internet par câble, 1999

	Abonnés à Internet par câble	Ménages ayant accès à Internet par câble	Abonnés à un service par câble	Ménages ayant accès à un réseau par câble
	(milliers)			
Canada	364	4,800	8,024	10,757
United States	1,600	29,000	68,538	96,000

Données statistiques du Canada : Statistique Canada et Association canadienne de télévision par câble (ACTA 2000b).

Données statistiques des États-Unis : The National Cable Television Association (NCTA 2000).

câblodistribution, soit sensiblement plus que les 30 % réalisés aux États-Unis. Bien qu'il ait représenté 10 % des ménages des deux pays ayant accès à un réseau de câblodistribution, le Canada représentait plus de 14 % des ménages ayant accès à Internet par câble. Du côté de la demande, 7,6 % des ménages ayant accès à Internet par câble se sont effectivement abonnés à ce service, par rapport à 5,5 % aux États-Unis.

Il ressort clairement de ce qui précède que le déploiement de cette technologie à large bande particulière progresse rapidement. Certains pourraient soutenir, cependant, qu'il y a encore beaucoup de chemin à faire avant d'atteindre à l'accès universel aux services, et particulièrement dans les régions non urbaines. La section suivante du présent document précise le profil des fournisseurs et des non-fournisseurs de services de modem câble, ainsi que les projets des non-fournisseurs, ce qui devrait éclairer quelque peu la question de l'accès universel.

7. Fournisseurs et non-fournisseurs d'un service d'accès à Internet par câble - Profil

Les câblodistributeurs canadiens comptaient plus de huit millions d'abonnés en 1999 et leur réseau était accessible à 10,8 millions de ménages. Le marché potentiel de l'accès rapide à Internet par câble demeure donc à peu près vierge. Comme le montre le tableau 5, les titulaires de licence qui offraient déjà

le service Internet à une partie de leurs clients comptaient 7,3 millions d'abonnés à un service par câble⁶, soit 91 % de tous les abonnés de ce type. Il est vraisemblable que la majorité des ménages qui ont accès à ces réseaux de câblodistribution auront éventuellement accès au service par modem câble, au fur et à mesure que le câblodistributeur qui leur fournit le service présentement mettra son réseau à niveau.

Le tableau 5 montre que l'offre d'un service par modem câble provient surtout des titulaires de licence qui servent plus de 100 000 abonnés. Bien que tous les titulaires de licence de câblodistribution de cette catégorie aient offert un service d'accès à Internet, seulement 51 des 396 autres titulaires de licence (13 %) ont offert un tel accès. Presque neuf abonnés à Internet par câble sur dix étaient des clients de titulaires de licence dont le nombre respectif d'abonnés dépassait 100 000.

En majeure partie, les titulaires de licence qui regroupent plus de 100 000 abonnés exploitent des systèmes dans des villes de moyenne ou de grande taille. Par opposition, la majorité des autres titulaires de licence servent moins de 3 000 abonnés chacun (308 titulaires sur 396) et sont situés dans de petites villes ou des villages. Il est probablement difficile pour la plupart des petits exploitants de justifier l'investissement nécessaire au lancement d'un service rapide d'accès à Internet, et de réussir à faire un tel investissement, d'autant plus qu'ils sont davantage vulnérables à la concurrence des fournisseurs de services par satellite. Malgré tout,

6 -- À ce moment, ce ne sont pas tous les abonnés qui se voyaient offrir l'accès à Internet. Le chiffre indiqué représente le marché potentiel total pour les câblodistributeurs offrant déjà l'accès à un tel service à une partie de leurs clients.

Tableau 5.

Titulaires de licence offrant l'accès à Internet par câble, selon la taille, 1999

	Tous les titulaires	Titulaires offrant l'accès à Internet	Abonnés à Internet par câble (milliers)	Abonnés à un service par câble des sociétés offrant l'accès à Internet (milliers)
Titulaires dénombrant :				
100,000 abonnés du câble ou plus	10	10	322	6,308
Moins de 100,000 abonnés du câble	396	51	42	980
Total	406	61	364	7,288

plusieurs de ces titulaires de licence ont l'intention d'offrir un service d'accès à Internet d'ici à la fin de 2001. La section suivante examine les plans à court terme des sociétés qui n'ont pas offert l'accès à Internet en 1999.

8. Plans à court terme

La majorité (345 sur 406) des titulaires de licence de câblodistribution n'ont pas offert l'accès à Internet en 1999. Comme le montre le tableau 6, la plupart des non-fournisseurs sont des titulaires de licence qui comptent moins de 10 000 abonnés du câble. Plus de la moitié de ces titulaires de licence de petite taille évoluent dans les provinces du Québec et de la Colombie-Britannique, mais c'est dans les Territoires, à Terre-Neuve et en Nouvelle-Écosse que les petits exploitants détiennent la plus grande part du marché.

Près de 20 % (67 sur 345) des titulaires de licence qui n'offraient pas de service d'accès à Internet en 1999 ont indiqué qu'ils prévoient le faire d'ici à 2001; ces derniers incluent un nombre important de très petits câblodistributeurs (comptant moins de 10 000 abonnés). Si les projets prévus se concrétisent, 435 000 autres abonnés du câble se verraient offrir un service d'accès rapide à Internet par câble, le nombre total de tels abonnés passant ainsi à 7,7 millions, soit 96 % des abonnés du câble⁷.

Il n'est guère probable que beaucoup de titulaires, parmi les 278 titulaires de licence qui n'offrent pas le service d'accès à Internet et qui ne prévoient pas l'offrir d'ici à 2001, offrent ce service un jour. Plus de 80 % de ces câblodistributeurs comptent moins de 1 000 abonnés, et très peu de sociétés de cette taille sont entrées sur le marché des services d'accès à Internet.

Conclusion

Le secteur de la câblodistribution a considérablement évolué depuis dix ans. L'arrivée de plusieurs canaux spécialisés et payants et l'entrée du secteur sur le marché des services d'accès à Internet n'auraient pu se concrétiser sans une amélioration importante des réseaux en place. Les récentes mises à niveau des réseaux, ainsi que les projets en ce sens à court terme, entraîneront l'offre de nouveaux services de divertissement et d'information auxquels il sera possible d'avoir accès par l'intermédiaire d'un ordinateur personnel ou d'un téléviseur. Le récent déploiement de décodeurs numériques, par certains câblodistributeurs, laisse déjà présager une telle évolution.

Le secteur de la câblodistribution, qui pouvait fournir des services par modem câble à environ 4,8 millions de foyers en 1999, ne pourra pas offrir à la plupart de ses clients un accès rapide à Internet avant quelques années. Cette offre

7 -- Il s'agit d'un scénario optimiste, dans lequel les câblodistributeurs offrant un service par modem câble l'offrent à tous leurs clients.

Tableau 6.

Offre prévue de l'accès à Internet par câble, selon la taille du titulaire de licence, 1999

	Tous les titulaires	Abonnés à Internet par câble	Abonnés à un service par câble
		(milliers)	(milliers)
Titulaires de licence :			
Offrant l'accès à Internet à une partie ou à l'ensemble de leurs clients	61	364	7,288
Prévoyant offrir l'accès à Internet d'ici à 2001	67	-	435
<i>De 10,000 à 100,000 abonnés</i>	13		287
<i>Moins de 10,000 abonnés</i>	54		149
N'offrant pas, et ne prévoyant pas offrir, l'accès à Internet	278	-	301
<i>De 10,000 à 100,000 abonnés</i>	5		122
<i>Moins de 10,000 abonnés</i>	273		179
Total	406	364	8,024

dépendra principalement de la demande des clients et de la possibilité, pour le secteur, d'investir les montants nécessaires à la prestation du service. Même s'il n'en est qu'à ses débuts, ce service suscite chez la clientèle une réponse qui dépasse certaines prévisions du secteur privé (ACTC 2000a). Les données incluses dans le présent document confirment que le secteur s'efforce de saisir l'occasion que représente ce marché en croissance rapide.

Les changements fondamentaux qui touchent le secteur de la câblodistribution surviennent au moment où la concurrence sur les

marchés des services de l'audiovisuel et de l'information est plus vive qu'elle ne l'a jamais été et cette compétition devrait, vraisemblablement, s'étendre aux nouveaux marchés. Depuis 1998, des entreprises de télédistribution sans fil livrent concurrence sur le marché de la distribution d'émissions; elles commencent maintenant à livrer concurrence sur le marché des services d'accès à Internet. Les exploitants de services de télécommunications, directement ou par l'intermédiaire de leurs filiales, sont également présents sur ces marchés. La course est lancée.

RÉFÉRENCE

Dickinson, P. et Ellison, J. (2000) "Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999", *Série sur la connectivité*, N° 56F0004MIF, N° 1 au catalogue.

Association canadienne de télévision par câble (ACTA) (2000a). "The Internet and Beyond, Network Initiative", <http://www.ccta.ca>

National Cable Television Association (NCTA) (2000) "Annual Report, 1999-2000, Cable Facts and Figures",

ITU (1999) " World Telecommunications Indicators", International Telecommunications Union, Geneva.

NCTA (2000) "Cable Industry Overview", The National Cable Television Association, <http://ncta.com>

Statistique Canada (2000) « Télédistribution 1999 », N° 56-205-XIB, à venir.

US (2000) "Advanced Telecommunications in Rural America, The Challenge of Bringing Broadband Service to All Americans", National Telecommunications and Information Administration (NTIA) and Rural Utilities Service (RUS), April.

Série sur la connectivité



Les Canadiens se branchent : l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999

P. Dickinson et J. Ellison



Internet par câble

D. April

PUBLICATIONS ÉLECTRONIQUES DISPONIBLES À
www.statcan.ca





Le Bulletin de l'analyse en innovation est une publication de la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada.

On peut se le procurer sans frais dans Internet sur le site Web de Statistique Canada (<http://www.statcan.ca>) sous Produits et Services. Publications téléchargeables (gratuites) dans la catégorie Science et Technologie.