

# Rapport de surveillance des communications

Juillet 2010



www.crtc.gc.ca



# Rapport de surveillance du CRTC sur les communications

Cette publication est offerte par voie électronique sur notre site Internet a <a href="http://www.crtc.gc.ca">http://www.crtc.gc.ca</a>
On peut obtenir cette publication sur demande en média substitut.
This document is also available in English.
N° de catalogue. BC9-9/2010F-PDF ISBN # 978-1-100-94715-0

#### 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; BBM Canada et BBM Nielsen Media Research pour les cotes d'écoute; BBM Analytique pour les rapports multi-intérêts préparés par l'observateur de technologies médias; comScore, pour l'aide relative aux données MyMetrix; 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.

#### Sommaire

L'influence des services sur large bande et autres services apparentés sur les revenus du secteur des communications est toujours considérable. Le présent rapport offre une image plus étoffée de la disponibilité de la large bande et des abonnements que ceux des années précédentes. Environ 95 % des ménages canadiens ont accès à des services sur large bande qui utilisent des installations terrestres. Les installations satellitaires étendent cet accès à presque tous les Canadiens et ne sont limitées que par des contraintes de capacité. À l'échelle provinciale, le service Internet terrestre sur large bande est offert à tous les ménages de trois provinces : le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard. Ailleurs au Canada, il est offert à au moins 92 % des foyers sauf à Terre-Neuve, où il ne rejoint que 78 % des ménages. Environ 96 % des Canadiens ont aussi accès à des services mobiles sur large bande par le biais d'appareils portables.

#### Croissance des revenus des services de communications

Les revenus des services canadiens de communication ont progressé de 2,1 % pour s'établir à 55,4 milliards de dollars, comparativement à 54,3 milliards de dollars en 2008. Cette croissance a été stimulée par l'augmentation de 3,0 % des revenus de radiodiffusion et de 1,8 % des revenus des télécommunications.

#### Radiodiffusion

Les revenus de radiodiffusion sont passés de 14,0 milliards de dollars en 2008 à 14,4 milliards de dollars en 2009. Cette croissance est attribuable à l'augmentation de 7,4 % des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) qui sont passé de 6,9 à 7,5 milliards de dollars, et à celle de 6 % des services spécialisés et des services payants, de TVC et de VSD. Ces hausses ont été partiellement compensées par des chutes de 7,4 % et de 5,2 % des revenus de la télévision traditionnelle (y compris la SRC) et des revenus publicitaires de la radio respectivement.

#### **Télécommunications**

Les revenus des services de télécommunications ont progressé de 1,8 % pour s'établir à 41 milliards de dollars, comparativement à 40,3 milliards de dollars en 2008. Cette augmentation est attribuable d'une part aux nouveaux services (ou services non traditionnels) de transmission de données, d'autre part aux services sans fil et Internet sur large bande. Les revenus des services non traditionnels ont augmenté de 12,2 %, passant de 1,4 milliard de dollars à 1,5 milliard de dollars. Les revenus des services Internet sont passés de 6,2 milliards de dollars à 6,6 milliards de dollars, soit une croissance de 6,3 %. Les revenus du secteur du sans-fil ont progressé de 16,0 à 16,9 milliards de dollars – une hausse de 5,3 %. Ces hausses ont été partiellement compensées par le déclin de 7,1 % des revenus des appels interurbains (4,2 à 3,9 milliards de dollars), de 7,3 % des revenus des services traditionnels de transmission de données et de liaison spécialisée (3 à 2,8 milliards de dollars) et de 1,9 % des revenus des services traditionnels et d'accès (9,6 à 9,4 milliards de dollars).

#### L'industrie des télécommunications

En 2009, environ 34 % de la clientèle résidentielle était abonnée à des services groupés qui comprenaient la téléphonie locale et au moins un des services suivants : accès internet, vidéo et services mobiles. Environ 92 % des revenus issus des télécommunications provenaient des FST actifs dans tous les secteurs des télécommunications : téléphone local, interurbain, Internet, sans-fil, transmission de données et ligne directe. Les revenus des entreprises par câble provenaient à 67 % des services de télécommunications. De la même façon, les revenus des services de radiodiffusion ont représenté environ 6 % des revenus des compagnies de téléphone titulaires.

Au Canada, la convergence de l'industrie des communications modifie le paysage concurrentiel à mesure que les entreprises pénètrent dans leurs marchés non traditionnels réciproques (voir le graphique 3.1.8).

#### Concurrence

La part des revenus totaux de télécommunications filaires affichée par les autres FST a continué à croître pour atteindre 37 % en 2009. La part de marché des autres FST comprend les activités que les compagnies de téléphone titulaires exercent hors de leurs territoires traditionnels (8 %), les activités des autres FST dotés d'installations, comme les entreprises de câblodistribution et les entreprises hydroélectriques, qui fournissent des services de télécommunication (23 %) et les activités des revendeurs (6 %).

Les grandes entreprises de câblodistribution ont joué un rôle capital dans la fourniture du service Internet à haut débit puisqu'elles affichent une proportion d'environ 56 % d'abonnés de résidence à Internet haute vitesse en 2009. En 2005, elles ont commencé à offrir des services téléphoniques locaux, généralement par gestion de réseau par IP. Toutefois, elles fournissaient près de 27 % des lignes téléphoniques résidentielles, s'imposant ainsi comme d'importantes concurrentes des compagnies de téléphone titulaires des marchés de résidence.

Les concurrents des compagnies de téléphone titulaires, y compris les compagnies de téléphone titulaires qui exercent leurs activités hors de leurs territoires traditionnels, ont maintenu leur part des revenus de télécommunications. Le nombre de lignes locales des concurrents, surtout des EDR par câble, a connu une forte croissance, augmentant de 12,5 %. Dans le marché des services d'affaires, la proportion de lignes offertes par la concurrence a augmenté de 4,8 %.

#### Radiodiffusion

Radio

En 2009, le Canada comptait 1 221 services radiophoniques et sonores, dont 41 numériques. De ce total, 75 % ciblaient la population canadienne anglophone, 22 %, la population canadienne francophone, 3 %, la population canadienne de langue tierce.

À l'échelle nationale, l'écoute hebdomadaire moyenne par habitant a diminué de 3,2 %, passant de 18,3 heures en 2008 à 17,7 heures en 2009. L'écoute hebdomadaire moyenne par auditeur a baissé de 2,5 %, passant de 20,0 à 19,5 heures.

#### Télévision

L'écoute globale des émissions canadiennes diffusées par les services canadiens anglophones a diminué de 2 % par rapport à 2008, s'établissant à 74 %, tandis que celle des émissions canadiennes diffusées par les services francophones est restée relativement stable à 99 %. Les émissions dramatiques et comiques demeurent les genres les plus populaires, mais leur contenu est principalement non canadien. En 2009, les émissions non canadiennes ont représenté 79 % et 68 % de l'écoute des émissions dramatiques et comiques de langue anglaise et de langue française respectivement.

#### EDR

En 2009, environ 11,3 millions ou 90 % des ménages canadiens étaient abonnés à une EDR pour son service de télévision, soit une hausse de 2,2 % par rapport à 2008. Parmi eux, 25 % étaient abonnés soit à une EDR par SRD, soit à une EDR par SDM. Les quatre EDR par câble les plus importantes et les deux services par SRD ont accaparé 89 % de toute la clientèle des EDR en 2009.

Les revenus mensuels de programmation des EDR par abonné<sup>1</sup> ont augmenté de 2,78 \$, ou 5 %, pour s'établir à 56,14 \$ en 2009.

#### Radiodiffusion par les nouveaux médias

Un nombre croissant de Canadiens anglophones et francophones regarde des émissions vidéo sur le web (52 % et 44 % respectivement en 2009). De plus, davantage de Canadiens regardent la télévision en ligne. L'écoute hebdomadaire des émissions de télévision en ligne a été de 2,2 heures pour les anglophones et de 1,3 heure pour les francophones.

La population anglophone qui écoute la radio en continu sur le web a tendance à moins le faire que les francophones qui le font. Les anglophones passent 4,1 heures par semaine à écouter la radio AM ou FM en continu, comparativement à 4,6 heures pour les francophones.

#### **Télécommunications**

Le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile a augmenté de 8 % en 2009 comparativement à 2008. Par ailleurs, les Canadiens continuent à adopter des technologies, comme l'accès Internet à large bande, puisque le nombre d'abonnés résidentiels à un service Internet haut débit a crû de 6 %. En 2009, environ 62 % des ménages canadiens disposaient d'un service Internet à large bande, et 72 % d'un service Internet à haut débit.

-

Les revenus mensuels par abonné ont été obtenus en divisant les revenus totaux par le nombre d'abonnés et par le nombre de mois de l'année.

Les nouveaux services de transmission de données adaptés aux exigences de la clientèle d'affaires (vitesse accélérée, fonctionnalité, coût-efficacité) représentent aujourd'hui 83 % des revenus de protocoles, les services de données comme les réseaux privés virtuels IP et Ethernet totalisant une hausse combinée de leurs revenus de 12 % en 2009.

#### Collecte des données

Les données compilées pour ce rapport proviennent de différentes sources. La plupart ont été obtenues par les formulaires de collectes de données du Conseil. Les données de radiodiffusion correspondent généralement à la période de douze mois s'achevant le 31 août 2009 et les données relatives aux télécommunications, à la période de douze mois se terminant le 31 décembre 2009.

Le Conseil collabore avec d'autres agences gouvernementales et ministères fédéraux, dont Statistique Canada et Industrie Canada, pour alléger le fardeau de reddition de comptes de l'industrie. Les données réunies à des fins de surveillance sont aussi utilisées par Statistique Canada pour son Système des comptes économiques nationaux. D'autres questions ont été ajoutées au sondage pour répondre aux besoins précis de Statistique Canada.

Le Conseil continue à travailler avec Industrie Canada pour évaluer la disponibilité du service d'accès à des services Internet à large bande. Les données combinées aident Industrie Canada à gérer et surveiller le projet de déploiement des réseaux à large bande de 225 millions de dollars annoncé par le gouvernement fédéral dans le cadre de son plan d'action économique de 2009.

Les formulaires de collecte des données sont révisés tous les ans pour s'assurer de ne recueillir que les données pertinentes.

### Table des matières

1.0	Intro	oduction	
	1.1	Raison d'être du rapport	1
	1.2	Collecte des données et aperçu du rapport	3
2.0	Le C	CRTC, politiques et réglementation	5
	2.1	Le CRTC	5
	2.2	Surveillance d'ordre réglementaire de la radiodiffusion et des	
		télécommunications	
	2.3	Régimes de contribution et de financement	
3.0	L'in	dustrie des services de communications	
	3.1	Aperçu de l'industrie des communications	19
4.0	Radi	iodiffusion	29
	4.1	Radiodiffusion – Examen de la situation financière	31
	4.2	Radio	
	4.3	Télévision	
	4.4	Distribution de radiodiffusion	
	4.5	Nouveaux médias	
<b>5.0</b>	Télé	communications	
	<b>5.1</b>	Aperçu de la situation financière	117
	<b>5.2</b>	Services locaux et d'accès et interurbains	
	<b>5.3</b>	Internet et disponibilité de la large bande	
	5.4	Services de transmission de données et de liaison spécialisée	
	5.5	Services sans fil	
6.0	Pers	pective internationale	
	6.1	Le Canada par rapport à d'autres pays	169
Anne	exe 1	Méthodologie et analyse de la collecte de données	
Anne	exe 2	Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication	
Anne	exe 3	Situation de l'abstention locale circonscriptions de résidence et d'affaires	
Anne		Hypothèses de tarification internationale	
Anne		Description du secteur des télécommunications	
Anne	exe 6	Liste des acronymes utilisés dans le rapport	
Anne	exe 7	Liste des décisions, des avis publics, des ordonnances et des circulaires	
		cités dans le rapport	

## Liste des diagrammes

Diagramme 4.0.1	Distribution de programmation	30
	Liste des tableaux	
Tableau 2.2.1	Plaintes en radiodiffusion par secteur et par sujet	10
Tableau 2.2.2	Nombre de communications provenant du public	11
Tableau 2.2.3	Plaintes traitées par le CCNR	11
Tableau 2.2.4	Plaintes traitées par les NCP	11
Tableau 3.1.1	Revenus de la radiodiffusion et des télécommunications	20
Tableau 3.1.2	Revenus de l'industrie par type de fournisseur	21
Tableau 3.1.3	Convergence dans l'industrie : radiodiffusion c. télécommunications	21
Tableau 4.1.1	Revenus de la radiodiffusion	32
Tableau 4.2.1	Nombre et type de services radiophoniques et sonores qui étaient autorisés à diffuser	
	au Canada	38
Tableau 4.2.2	Marchés avec stations de radio numérique de transition au Canada	39
Tableau 4.2.3	Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées du 1 <sup>er</sup> janvier 2005 et	20
T. 1.1	le 31 décembre 2009	39
Tableau 4.2.4 Tableau 4.2.5	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne selon la tranche d'âge Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures	40
1 doleda 4.2.5	d'écoute hebdomadaire par auditeur de langue anglaise et de langue française des bandes	
	AM et FM	41
Tableau 4.2.6	Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de la radio commerciale privée	
	au Canada	43
Tableau 4.2.7	Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue	
	française de la radio commerciale privée au Canada	44
Tableau 4.2.8	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et revenus des stations de radio	
	commerciale privées – langues anglaise, française et ethnique	46
Tableau 4.2.9	Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises	
	qui ont fait rapport – principaux exploitants de la radio au Canada	53
Tableau 4.2.10	Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et campus	54
Tableau 4.2.11	Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés du	
	1 <sup>er</sup> mai 1998 et le 31 décembre 2009	55
Tableau 4.2.12	Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio	56
Tableau 4.3.1	Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada	58
Tableau 4.3.2	Stations de télévision traditionnelle numérique	59
Tableau 4.3.3	Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge	
	(toutes personnes 2 ans+, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h)	60
Tableau 4.3.4	Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type	
	de service (ensemble du Canada sauf marché de langue française du Québec) – saisons de	
	télévision 2005-2006 à 2008-2009	61
Tableau 4.3.5	Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type	
	de service, dans le marché francophone du Québec – saisons de télévision 2005-2006	
	à 2008-2009	63
Tableau 4.3.6	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par	
	des services de télévision canadiens de langues française et anglaise, selon l'origine et	
	le genre d'émission et la région	64
Tableau 4.3.7	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par	
	les services de télévision traditionnelle privés de langues française et anglaise, selon	
	l'origine et le genre d'émission et la région	65

#### Liste des tableaux (suite)

Tableau 4.3.8	Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision traditionnelle de langues française et anglaise de la SRC, selon l'origine et	
Tableau 4.3.9	le genre d'émission et la région Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés de langues française et anglaise, selon l'origine et	66
	le genre d'émission, et la région	67
Tableau 4.3.10	Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés anglophones et francophones	68
Tableau 4.3.11	Revenus de publicité et autres – stations de télévision traditionnelle détenues	00
	et exploitées par la SRC/CBC	71
Tableau 4.3.12	Revenus de publicité et autres – stations privées de télévision traditionnelle	72
Tableau 4.3.13	Revenus des services spécialisés, payants, VSD et TVC, analogiques et numériques	73
Tableau 4.3.14	Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et VSD au 31 décembre 2009	81
Tableau 4.3.15	Dépenses au titre des émissions canadiennes (DEC) par la télévision	0.
1401044 110110	traditionnelle de la SRC, de langue anglaises et de langue française	87
Tableau 4.3.16	Dépenses au titre des émissions canadiennes (DEC) – télévision privée traditionnelle	87
Tableau 4.3.17	Dépenses au titre d'émissions non canadiennes – télévision privée traditionnelle	88
Tableau 4.3.18	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes et non canadiennes par des	
1401044 110110	services payants et spécialisés, et par genre	89
Tableau 4.3.19	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes par les services TVC et	
Tableau 4.3.20	de VSD	90
	Nombre d'heures consacrées aux émissions canadiennes prioritaires diffusées annuellement, entre 19 h et 23 h	91
Tableau 4.3.21	Valeur des transactions dans le secteur de la télévision et des avantages tangibles	
	correspondants, pour la période du 11 juin 1999 au 31 décembre 2009	92
Tableau 4.4.1	Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs,	
	nombre d'abonnés, revenus mensuels par abonné et pourcentage des foyers	
	abonnés à des EDR	94
Tableau 4.4.2	Principaux distributeurs canadiens et nombre d'abonnés	96
Tableau 4.4.3	Nombre d'abonnés aux services numériques	97
Tableau 4.4.4	Entreprises de câblodistribution contribuant financièrement à des canaux	
	communautaires	99
Tableau 4.4.5	Paiements d'affiliation versés aux services payants, à la carte, VSD (payants) et	
	spécialisés	100
Tableau 4.5.1	Nombre de visiteurs uniques Canadiens de sites Web	104
Tableau 4.5.2	Utilisation d'Internet au Canada, selon le groupe linguistique	104
Tableau 4.5.3	Moyenne d'heures hebdomadaires que les Canadiens passent en ligne	106
Tableau 4.5.4	Taux d'adoption et de croissance des technologies de vidéo au Canada	109
Tableau 4.5.5	Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada	112
Tableau 4.5.6	Temps d'utilisation des diverses technologies par les Canadiens	113
Tableau 4.5.7	Fonds de développement canadiens pour les nouveaux médias	115
Tableau 5.1.1	Revenus des services de télécommunications de gros et de détail	118
Tableau 5.1.2	Revenus des services de télécommunication par segment de marché	119
Tableau 5.1.3	Pourcentage des revenus des entités actives dans un ou plusieurs segments de marché	121
Tableau 5.1.4	Revenus totaux générés par les services de télécommunication	
	selon le type de fournisseur de services	122
Tableau 5.1.5	Part des revenus (en %) dans le marché des télécommunications filaires en 2009,	
	selon le type de fournisseur de services	122
Tableau 5.1.6	Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention	123

#### Liste des tableaux (suite)

Tableau 5.1.7	Taux de pénétration au Canada - Abonnés des services filaires et sans fil	
	(par 100 ménages)	123
Tableau 5.1.8	Nombre de connexions	123
Tableau 5.1.9	Dépenses en immobilisations par type de FST	125
Tableau 5.1.10	Pourcentage des abonnés ayant un service local groupé avec d'autre services	127
Tableau 5.2.1	Revenus des services locaux et d'accès et interurbains, et nombre de lignes locales et	
	de minutes d'interurbain	130
Tableau 5.2.2	Revenus des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention	130
Tableau 5.2.3	Revenus des services locaux, d'accès et interurbains par catégorie de service	131
Tableau 5.2.4	Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST	132
Tableau 5.2.5	Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST	133
Tableau 5.2.6	Revenus mensuels des servicees locaux et interurbains de détail par ligne	134
Tableau 5.2.7	Revenus mensuels des servicees locaux et interurbains de détail par ligne, par type de FST	134
Tableau 5.2.8	Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne	135
Tableau 5.2.9	Part des FST titulaires dans les marché locaux de résidence et d'affaires des grands	133
1 abicau 3.2.9	centres urbains, par ligne	135
Tableau 5.2.10	Revenus du service local de gros, selon la composante principale	136
Tableau 5.2.11	Revenus du service interurbain par type de FST	138
Tableau 5.2.11	Revenus du service interurbain de détail par minute par type de FST	139
Tableau 5.2.13	Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail,	137
1401044 5.2.13	par région	140
Tables 5 2 1	Revenus des services Internet	1 4 4
Tableau 5.3.1		144 146
Tableau 5.3.2 Tableau 5.3.3	Abonnés du service Internet de résidence par type de FST Plans et tarification des services Internet de résidence	140
Tableau 5.3.4	Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications	150
Tableau 5.3.4	Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande	150
Tableau 5.3.6	Disponibilité de la large bande, selon la technologie (pourcentage des foyers)	152
rabicau 3.3.0	Disponionite de la large bande, scion la technologie (pourcentage des toyets)	132
Tableau 5.4.1	Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée	154
Tableau 5.4.2	Revenus des services de protocoles de données, par catégorie de services	155
Tableau 5.4.3	Part de revenus dans le marché des services de protocoles de données,	
	par catégorie de service (%)	156
Tableau 5.4.4	Revenus des services de liaison spécialisée, par catégorie de services	157
Tableau 5.4.5	Part des revenus des marchés courte distance et longue distance -	
	Services de liaison spécialisée (%)	157
Tableau 5.5.1	Revenus des services sans fil et de téléappel, et nombre d'abonnés	160
Tableau 5.5.2	Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel	161
Tableau 5.5.3	Revenus des services prépayés et postpayés du sans-fil	
	(téléphonie de base et interurbain)	162
Tableau 5.5.4	Part de marché en 2009 exprimée en abonnés du sans-fil par province	165
Tableau 5.5.5	Revenu moyen par utilisateur (RMPU) par province	
	(à l'exclusion des services de téléappel)	165
Tableau 5.5.6	Taux de roulement mensuel moyen	165
Tableau 6.1.1	Tarification internationale (prix mensuel moyen)	170
Tableau 6.1.2	Part de marché de la large bande par type de connexion, 2009	173
Tableau 6.1.3	Vitesses moyennes annoncées (mbps), par type de connexion	173
Tableau 6.1.4	Abonnés à la large bande par pays	175
Tableau 6.1.5	Indicateurs de l'industrie du sans-fil, 2009	176
Tableau 6.1.6	Indicateurs de l'industrie de la radio, 2008	177
Tableau 6.1.7	Indicateurs de l'industrie de la télévision, 2009	178

#### Liste des graphiques

Graphique 2.3.1 Graphique 2.3.2	Contributions au DCC en 2009 – radio commerciale et services sonores DEC de la télévision en 2009	14 15
Graphique 2.3.3 Graphique 2.3.4	Contributions des EDR aux émissions canadiennes et au reflet local en 2009 Subventions versées aux ESL et frais en pourcentage des revenus	16 17
Graphique 3.1.1 Graphique 3.1.2	Taux de croissance des revenus annuels de la radiodiffusion et des télécommunications Pourcentage des revenus de la radiodiffusion et des télécommunications par type	20
1 1	de fournisseur	22
Graphique 3.1.3	Revenus des services commerciaux de la radiodiffusion et des télécommunications (services exemptés et hors programmation exclus)	22
Graphique 3.1.4	Revenus des EDR par type de service	23
Graphique 3.1.5	Marges des BAIIA dégagées par l'ensemble des services des EDR	
	(services de programmation, exemptés et hors programmation)	24
Graphique 3.1.6	Composition des revenus de certaines entreprises canadiennes de communication	25
Graphique 3.1.7	Plateformes d'exploitation de la radiodiffusion et des télécommunications	26
Graphique 3.1.8	Aspects d'ordre réglementaire d'une industrie en convergence	27
Graphique 4.1.1	Revenus de radio commerciale par radiodiffuseur	33
Graphique 4.1.2	Revenus de la télévision commerciale par radiodiffuseur	34
Graphique 4.1.3	Revenus des EDR par exploitant	35
Graphique 4.1.4	Revenus totaux et marges des BAII et des BAIIA de la radiodiffusion	35
Graphique 4.1.5	Revenus de publicité au Canada	36
Graphique 4.2.1	Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada	40
Graphique 4.2.2	Part d'écoute radio durant une semaine moyenne	42
Graphique 4.2.3	Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise	45
Graphique 4.2.4	Part d'écoute - Formules des stations de langue française	45
Graphique 4.2.5	Stations de radio commerciale privées – revenus	47
Graphique 4.2.6	Stations de radio commerciale privées – revenus annuels moyens et BAII par station	47
Graphique 4.2.7	Stations de radio commerciale privées – BAII et marge de BAII	48
Graphique 4.2.8	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus	48
Graphique 4.2.9	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus annuels moyens et BAII par station	49
Graphique 4.2.10	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – BAII et marge de BAII	49
Graphique 4.2.11	Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus	50
Graphique 4.2.12	Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus annuels moyens	
	et BAII par station	50
Graphique 4.2.13	Stations de radio commerciale privées de langue française – BAII et marge de BAII	51
Graphique 4.2.14	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus	51
Graphique 4.2.15	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus annuels moyens et BAII par station	52
Graphique 4.2.16	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – BAII et marge de BAII	52

#### Liste des graphiques (suite)

Graphique 4.3.1	Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge	60
Graphique 4.3.2	Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, télévision	
	payante TVC, VSD et services spécialisés	70
Graphique 4.3.3	Sources de revenus de la télévision traditionnelle	71
Graphique 4.3.4	Marges de BAII combinées : services commerciaux privés de télévision traditionnelle,	
	payants, TVC, VSD, spécialisés analogiques et numériques de catégories 1 et 2	74
Graphique 4.3.5	Marges de BAII combinées : services privés de télévision traditionnelle	
	payants, de TVC, de VSD et spécialisés	74
Graphique 4.3.6	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants,	
	de TVC et de VSD de langue anglaise	75
Graphique 4.3.7	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle,	
	payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue anglaise	75
Graphique 4.3.8	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants,	
	de TVC et de VSD de langue française	76
Graphique 4.3.9	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle,	
	payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue française	76
Graphique 4.3.10	Revenus des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère	
	ethnique et en langues tierces	77
Graphique 4.3.11	Marges de BAII combinées des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à	
	caractère ethnique et en langues tierces	77
Graphique 4.3.12	Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue	
G 11 1010	anglaise	78
Graphique 4.3.13	Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue	
0 1: 4214	française	79
Graphique 4.3.14	Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la	0.0
C1: 4 2 15	SRC/CBC	80
Graphique 4.3.15	Dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC) par les stations privées traditionnelles	00
	en direct en 2009, réparties par genre	88
Graphique 4.4.1	Marges d'excédent brut d'exploitation générées par les services de programmation de base	
Grapinque 4.4.1	et facultatifs	98
Graphique 4.4.2	Contributions au FCT et à des fonds indépendants de l'industrie et dépenses au titre de	70
Grapinque 4.4.2	l'expression locale (canaux communautaires) selon les rapports des EDR	99
	respression locale (canada communautanes) scion les rapports des EDR	22
Graphique 4.5.1	Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit	104
Graphique 4.5.2	Bande passante requise pour les diverses applications Internet	105
Graphique 4.5.2 Graphique 4.5.3	Activités populaires liées à l'Internet pour les usagers canadiens	106
Graphique 4.5.4	Taux de pénétration des technologies vidéo au Canada	107
Graphique 4.5.5	Visionnement de vidéos sur Internet par les Canadiens	108
Graphique 4.5.6	Type de vidéos que les Canadiens regardent sur Internet	108
Graphique 4.5.7	Pénétration de la télévision sur Internet auprès des usagers selon certains groupes	100
Grapinque nerv	sociodémographiques	109
Graphique 4.5.8	Taux de pénétration des technologies sonores au Canada	110
Graphique 4.5.9	Taux de pénétration de la baladodiffusion au Canada	110
Graphique 4.5.10	Téléchargement de musique au Canada	111
Graphique 4.5.11	Écoute en continu de la radio au Canada	111
Graphique 4.5.12	Radiodiffuseurs AM/FM comme sources de matériel sonore pour la musique en continu	112
Graphique 4.5.13	Moyenne d'heures d'écoute de la télévision traditionnelle par rapport à celle	
1 1	de la télévision sur Internet chez les Canadiens	113

#### Liste des graphiques (suite)

Graphique 4.5.14	Moyenne d'heures d'écoute de radio des Canadiens – Comparaison des heures moyennes d'écoute de la radio aux heures passées sur Internet à écouter la radio en mode continu ou à écouter des fichiers balados	114
Graphique 4.5.15	Revenus de publicité en ligne au Canada	114
Graphique 4.5.16	Revenus de publicité des appareils mobiles au Canada	115
Graphique 5.1.1	Revenus des services de télécommunications et pourcentage de croissance annuelle	118
Graphique 5.1.2	Croissance annuelle des revenus par segment de marché	119
Graphique 5.1.3	Répartition des revenus des services de télécommunication	
	par segment de marché	120
Graphique 5.1.4	Part de l'ensemble des revenus de télécommunication	
	selon le type de fournisseur de services en 2009	120
Graphique 5.1.5	Part de marché totale des revenus des services de télécommunication	
a	en 2009, selon le type de fournisseur de services	121
Graphique 5.1.6	Répartition des revenus du marché filaire des services d'affaires en 2009,	
0 1: 517	selon l'importance des clients et le type de fournisseur	124
Graphique 5.1.7	Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIA	125
Graphique 5.1.8	Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus par type de FST (y compris les dépenses liées au FSFÉ)	126
Graphique 5.1.9	Paiements interentreprises du secteur filaire exprimés en pourcentage des revenus par type de FST	126
Graphique 5.1.10	Indices des prix (IPST, EDR (câble et satellite (avec la télévision payante)), services d'accès Internet et IPC	127
Graphique 5.2.1	Lignes locales de détail exploitées par les autres FST, selon le type d'installations	136
Graphique 5.2.2	Lignes locales de résidence et d'affaires par les autres FST, selon le type d'installations (2009)	137
Graphique 5.2.3	Nombre de téléphones payants exploités par les FST titulaires et revenus de détail par unité	137
Graphique 5.2.4	Répartition des revenus du marché des services d'affaires locaux selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)	140
Graphique 5.2.5	Répartition des revenus du marché des services d'affaires interurbains selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)	141
Graphique 5.3.1	Part de revenus de l'accès Internet par type d'entité	145
Graphique 5.3.2	Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès	145
Graphique 5.3.3	Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence	149
Graphique 5.3.4	Abonnement à la large bande (1,5 mbps et plus)	149
Graphique 5.3.5	Disponibilité de la large bande (pourcentage des foyers)	150
Graphique 5.3.6	Disponibilité de la large bande en 2009, zones urbaines c. zones rurales	
Graphique 5.3.7	(% des foyers) Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande	151 151
Graphique 5.4.1	Part des revenus dans le marché des services de transmission de données et	
1 1	de liaison spécialisée, par type de FST	154
Graphique 5.4.2	Part des revenus dans le marché des services de transmission de données,	
	par type de FST	155
Graphique 5.4.3	Part des revenus dans le marché des services de liaison spécialisée,	
	par type de FST	156
Graphique 5.4.4	Répartition des revenus des services de liaison spécialisée et de transmission selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)	158

#### Liste des graphiques (suite)

Graphique 5.5.1	Revenus des services sans fil, nombre d'abonnés et revenus par abonné	
	(excluant les services de téléappel	160
Graphique 5.5.2	Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés du sans-fil	
• •	(excluant les services de téléappel)	161
Graphique 5.5.3	Revenus des principales composantes (excluant la téléphonie de base)	162
Graphique 5.5.4	Pourcentage d'abonnés aux services prépayés et postpayés	162
Graphique 5.5.5	Dépenses en capital et dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU)	163
Graphique 5.5.6	Partage des revenus entre les services de détail et de gros	163
Graphique 5.5.7	Part de marché des FST de services sans fil exprimée en abonnés	164
Graphique 5.5.8	Part de marché des FST de services sans fil exprimée en revenus	164
Graphique 5.5.9	Population et pénétration	166
Graphique 6.1.1	Revenus des services de télécommunications en 2009	171
Graphique 6.1.2	Revenus de détail des services de communications par habitant en 2008	171
Graphique 6.1.3	Moyenne des revenus de détail mensuels des services de télécommunications en 2008	172
Graphique 6.1.4	Taux de pénétration dans divers pays en 2009	172
Graphique 6.1.5	Connexions à la large bande fixe - augmentations annuelles de 2004 à 2009	173
Graphique 6.1.6	Vitesses moyennes de la large bande en 2008 et 2009	174
Graphique 6.1.7	Disponibilité de la large bande mobile (3G) en 2007 et 2008	175
Graphique 6.1.8	RMPU du sans-fil – revenus mensuels du sans-fil avec partage de données, en 2009	176
Graphique 6.1.9	Pourcentage d'abonnés aux services sans fil prépayés, 2004 et 2009	177
Graphique 6.1.10	Principales plateformes télévisuelles en 2009 (% des foyers qui ont la télévision)	178
	Liste des cartes	
Carte 5.5.1	Présence de fournisseurs de services sans fil dotés d'installation	167
Carte 5.5.2	Couverture des services sans fil 3G ou équivalents	168

#### 1.0 Introduction

#### 1.1 Raison d'être du rapport

Ce rapport dresse le portrait des industries de la radiodiffusion et des télécommunications et a pour but de favoriser un débat public plus ouvert et plus éclairé sur les enjeux et les politiques de radiodiffusion et de télécommunication.

Ce rapport renferme des données non regroupées sur les marchés et les industries de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Il constitue un moyen d'évaluer l'impact de l'évolution du marché et de la technologie, notamment sur les objectifs culturels, sociaux et économiques de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications* (ci-après les *Lois*), et l'efficacité des cadres de réglementation et des décisions du CRTC pour atteindre ces objectifs.

La concurrence, qu'elle vienne de l'intérieur du pays ou de l'extérieur, de même que la pression des consommateurs qui souhaitent contrôler davantage leurs activités de communication, ont entraîné la convergence rapide des entreprises et des technologies dans le milieu des communications, au Canada comme ailleurs. Échappant aux frontières, l'univers des communications en constante évolution constitue pour l'expression canadienne une source d'innovation et de possibilités lui permettant de se tailler une place de choix au sein du système de radiodiffusion canadien. Le Conseil invite les parties à utiliser ce rapport pour enrichir leur participation au processus de réglementation.

#### Contenu du rapport

Ce rapport propose une vue d'ensemble des industries et de leurs marchés. Il met l'accent sur les tendances et les indicateurs de rendement présentés dans le rapport de l'année dernière et propose, le cas échéant, de nouveaux indicateurs pertinents associés aux progrès de l'industrie, par exemple l'adoption de plus grandes vitesses d'accès filaire et sans fil. Ces avancées contribuent à faire évoluer la radiodiffusion néomédiatique, offrant ainsi une belle occasion de se rapprocher davantage des objectifs de la politique de radiodiffusion énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Les entreprises de communication sortent des limites traditionnelles qui séparaient la radiodiffusion et les télécommunications.

#### 1.2 Collecte des données et aperçu du rapport

Collecte des données et réduction des exigences de rapport

Ce rapport se fonde sur les réponses fournies par l'industrie dans les rapports annuels de radiodiffusion déposés au Conseil et dans les formulaires de collecte de données sur les télécommunications<sup>2</sup> (collectivement appelées « données recueillies par le CRTC »), sur des données recueillies auprès d'autres sources, comme Statistique Canada, Industrie Canada, les rapports financiers de sociétés, Sondages BBM, BBM Nielsen Recherche Média, les rapports de surveillance Media Technology Monitor (MTM) de BBM Analytique, ainsi que sur les renseignements déposés antérieurement auprès du Conseil. À moins d'indication contraire, toutes les données de radiodiffusion contenues dans ce rapport portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août des années citées alors que toutes les données de télécommunication, y compris le service Internet, portent sur la période de 12 mois se terminant le 31 décembre des années citées.

En ce qui concerne les données relatives à la disponibilité de la large bande dans le secteur résidentiel, le Conseil a négocié avec Industrie Canada une entente triennale qui expirera en 2012. Cette entente prévoit une collaboration dans le domaine de la collecte des données associées à la disponibilité d'un service d'accès internet à large bande au Canada. Le Conseil travaille aussi de concert avec les provinces et les territoires, ainsi qu'avec d'autres ministères et groupes gouvernementaux, afin de cibler les populations qui n'ont pas accès à la large bande. Les données recueillies aideront Industrie Canada à subventionner des projets devant permettre d'offrir des services à large bande à des populations non desservies. Ces initiatives en matière de collecte de données allègent les exigences de rapport de l'industrie et améliorent la qualité des données présentées dans ce rapport.

Les comparaisons et analyses internationales présentées dans ce rapport se fondent sur les rapports d'organismes internationaux reconnus, comme l'OCDE, et sur les données et rapports des organismes nationaux de réglementation des télécommunications d'autres pays.

Avec le temps, certains éléments de l'exercice de surveillance sont appelés à changer pour tenir compte de nouvelles questions de réglementation ou de l'évolution du marché, comme l'arrivée de nouvelles technologies, les changements apportés à la structure du marché, à la réglementation nationale et internationale et aux accords nationaux et internationaux ou bien l'introduction de nouveaux services ou de services en évolution. Tous ces changements font en sorte que le rapport de surveillance du CRTC continue d'être un outil utile pour toutes les parties intéressées, y compris les organismes de réglementation, les clients et les intervenants de l'industrie. Certains chiffres publiés dans des rapports de surveillance antérieurs peuvent avoir été reportés de manière à être conformes aux données inscrites dans le présent rapport. D'autres chiffres pourraient être

3

٠

Les formulaires de collecte de données annuelles sont produits conjointement par Statistique Canada et par le Conseil.

modifiés du fait que certains fournisseurs de services ont présenté à nouveau des données concernant des années précédentes. Tous les chiffres révisés sont suivis du carré (#).

#### Aperçu du rapport

Ce rapport est divisé en sections et annexes. La section 2 propose un aperçu des cadres de réglementation du Conseil. La section 3 présente les statistiques financières clés de l'industrie des communications. Elle dresse un tableau de la situation financière des industries de la radiodiffusion et des télécommunications en analysant les indicateurs de rendement clés, tels les revenus, les dépenses en immobilisations et autres données opérationnelles, et propose une vision globale des radiodiffuseurs et des FST. La section 4 se penche sur le rendement du système canadien de radiodiffusion et donne les résultats de la radio, de la télévision et des entreprises de distribution de radiodiffusion traditionnelles ainsi que ceux des nouveaux médias non traditionnels. La section 5 étudie les grands segments du marché des télécommunications (local et accès, interurbain, Internet, transmission de données et liaison spécialisée et sans fil) et la disponibilité du service à large bande. La section 6 suit l'évolution de la réglementation dans d'autres pays et compare le rendement du Canada dans le domaine de la radiodiffusion et des télécommunications à celui d'autres pays.

L'annexe 1 propose une description de l'analyse et de la méthodologie de la collecte des données et l'annexe 2, une classification des FST. L'annexe 3 présente la situation de l'abstention locale dans les circonscriptions de résidence et d'affaires. L'annexe 4 résume les hypothèses de tarification utilisées dans la comparaison des tarifs des services de télécommunication au Canada et dans d'autres pays. L'annexe 5 décrit les secteurs des marchés des télécommunications. L'annexe 6 recense les acronymes du rapport et l'annexe 7, les décisions, les avis, les ordonnances et les circulaires du Conseil également mentionnées dans ce rapport.

#### 2.0 Le CRTC, politiques et réglementation

#### 2.1 Le CRTC

Le CRTC est un organisme public autonome chargé de réglementer et de surveiller les entreprises canadiennes de télécommunication et de radiodiffusion. Le Conseil, qui sert l'intérêt public, est régi par les *Lois*. Le CRTC rend compte au Parlement par l'intermédiaire du ministre du Patrimoine canadien. Le gouverneur en conseil peut donner au Conseil des directives générales au sujet des objectifs des politiques de télécommunication, de radiodiffusion ou de réglementation énoncées dans les Lois.

Les éléments de la politique de radiodiffusion énoncés à l'article 3 de la *Loi sur la* radiodiffusion traitent directement ou indirectement des aspects culturels, sociaux, politiques et économiques du Canada, tandis que ceux de la politique de télécommunication qu'énumère l'article 7 de la Loi sur les télécommunications traitent uniquement d'aspects sociaux et économiques.

L'accès au contenu canadien, en particulier son aspect créatif et sa disponibilité à tous les Canadiens, est le principe sous-jacent des objectifs de radiodiffusion. Non seulement doit-il y avoir un contenu canadien, mais celui-ci doit être accessible à tous les Canadiens, tant à titre d'acteur de l'industrie que de membre du public général. Pour atteindre les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil s'en remet aux objectifs de réglementation énoncés au paragraphe 5(2) de cette Loi qui déclare que le Conseil doit réglementer et surveiller le système de radiodiffusion de manière flexible, entre autres choses, pour tenir compte des particularités d'ordre régional et s'adapter à l'évolution de la technologie, et favoriser la diffusion d'émissions canadiennes aux Canadiens.

En vertu de la Loi sur les télécommunications, le Conseil s'efforce de garantir la fourniture de services de télécommunication fiables, abordables, de qualité et accessibles aux clients des zones urbaines et rurales, de favoriser la concurrence fondée sur les installations, d'inciter les titulaires à accroître les efficiences et à être plus innovatrices et d'adopter, le cas échéant, des approches réglementaires les moins contraignantes possibles.

Depuis décembre 2006, le Conseil applique les Instructions dans l'exercice de ses pouvoirs et ses fonctions en vertu de la Loi sur les télécommunications. Selon les Instructions, le CRTC est tenu de s'en remettre le plus possible aux forces du marché et de ne réglementer que si nécessaire, de façon à éviter autant que possible de nuire à celles-ci. Les Instructions précisent les critères que doit respecter toute nouvelle mesure de réglementation de manière à favoriser une réglementation efficace. Le CRTC est également tenu d'adopter des pratiques de fonctionnement favorisant, le cas échéant, une réglementation plus éclairée, plus efficace et plus pertinente.

En plus d'appliquer les objectifs de la politique comme le lui recommandent les Lois, le Conseil veille à ce que les cadres de réglementation qui régissent les industries canadiennes de la radiodiffusion et des télécommunications suivent le rythme des nouvelles technologies. Dans toutes ses activités, le Conseil s'efforce de respecter quatre principes de base : transparence, équité, prévisibilité et diligence. C'est pourquoi le Conseil s'efforce de rendre ses décisions avec une justification claire le plus rapidement possible. De manière à donner plus de transparence à ses processus, le Conseil public

Conseil s'efforce de rendre ses décisions avec une justification claire le plus rapidement possible. De manière à donner plus de transparence à ses processus, le Conseil publie chaque année a) un sommaire de ses activités concernant les industries canadiennes de radiodiffusion et de télécommunication et b) un plan de travail triennal élaboré en collaboration avec les intervenants de l'industrie. Ces documents peuvent être consultés sur le site Web du CRTC<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> http://www.crtc.gc.ca/fra/publications.htm

#### 2.2 Surveillance d'ordre réglementaire de la radiodiffusion et des télécommunications

#### Vue d'ensemble

Le Conseil dispose d'un certain nombre de moyens pour exercer ses pouvoirs de réglementation. En vertu de l'article 6 de la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil est habilité à formuler des lignes directrices et des énoncés de politique. Ces lignes directrices et ces énoncés sont soumis à un examen périodique pour en garantir l'actualité. Lorsqu'il procède à un examen de ses énoncés de politique et de ses lignes directrices, le Conseil consulte l'industrie et le public en tenant une instance publique qui peut comprendre un appel aux observations. La Loi sur la radiodiffusion donne également au Conseil la prérogative d'imposer des règlements<sup>4</sup> à l'industrie de la radiodiffusion. L'article 9(1) de cette Loi autorise le Conseil à répartir les licences par classe et à imposer des conditions de licence. Le Conseil impose des conditions de licence lorsqu'il attribue une licence et modifie ces conditions au besoin au moment du renouvellement de la licence, en vue de réaliser les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés dans le Loi sur la radiodiffusion.

L'article 47 de la *Loi des télécommunications* confère au Conseil le mandat d'exercer ses pouvoirs et fonctions en vertu de cette Loi de manière à atteindre les objectifs de la politique canadienne des télécommunications, lesquels sont énoncés à l'article 7, et conformément aux décrets du gouverneur en conseil ou aux normes prescrites par le Ministre de l'Industrie<sup>5</sup>. Ces objectifs comprennent : s'assurer que les entreprises canadiennes de télécommunications facturent des tarifs justes et raisonnables et s'assurer qu'elles fournissent leurs services de communications sans exercer de discrimination injuste et sans accorder d'avantages indus ou déraisonnables<sup>6</sup>. En plus de réglementer les tarifs et les modalités aux termes desquels les services de télécommunications sont fournis, le Conseil est habilité à s'abstenir de réglementer des services de télécommunications ou des catégories de services s'il juge entre autres que le marché est suffisamment concurrentiel pour assurer la protection des intérêts des utilisateurs<sup>7</sup>.

Le Conseil remplit son mandat d'organisme de réglementation et de surveillance de la radiodiffusion et des télécommunications en gérant un certain nombre d'activités interreliées, dont les suivantes :

i) fixer, surveiller, évaluer et réviser au besoin des cadres de réglementation afin de répondre aux objectifs de ses politiques;

7

Règlement de 1986 sur la radio, Règlement de 1987 sur la télédiffusion, Règlement de 1993 sur les renseignements relatifs à la radiodiffusion, Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion, Règles du CRTC en matière de radiodiffusion, Règlement sur la distribution de radiodiffusion, Règlement de 1990 sur la télévision payante, Règlement de 1990 sur les services spécialisés, ainsi que tout décret du gouverneur en conseil ou toute norme prescrite par le Ministre de l'Industrie

Articles 8, 15 et 47 de la Loi sur les télécommunications

Articles 27(1) et 27(2) de la Loi sur télécommunications

Article 34 de la Loi sur les télécommunications

- ii) mettre en place des procédures pour résoudre avec efficience et efficacité les conflits relatifs à la concurrence;
- iii) prendre des décisions sur les fusions, les acquisitions et les transferts de propriété au sein de l'industrie.

Le Conseil surveille aussi les entreprises de radiodiffusion pour voir à ce qu'elles répondent à leurs obligations de programmation et de financement conformément au règlement et à leurs conditions de licence.

#### Le cadre de réglementation dans un environnement concurrentiel

Dans l'exercice des pouvoirs statutaires que lui confèrent les Lois et la précédente législation, le Conseil a progressivement et systématiquement ouvert les marchés monopolistiques à la concurrence dans toute la mesure du possible, pour que les consommateurs puissent recevoir leurs services de programmation en passant non seulement par des entreprises de câblodistribution traditionnelles, mais aussi par des entreprises de satellite, de service mobile et de téléphonie. Dans l'avis public 1997-25, le Conseil a établi les conditions selon lesquelles il pourrait exempter de la réglementation des entreprises de classe 1<sup>8</sup>. En ouvrant le marché des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) à la concurrence, le Conseil a mis en place des mécanismes d'autoréglementation de l'industrie de la radiodiffusion quand cela s'avérait nécessaire. Le Conseil a encouragé les associations d'industrie comme l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) à rédiger des codes de conduite et des normes d'autoréglementation pour leurs industries.

De la même façon, le Conseil a opté, au début des années 1990, pour une plus grande déréglementation du marché des télécommunications. Dans la décision télécom 94-19, le Conseil a établi un processus en trois étapes en vue de déterminer si un marché de télécommunications est suffisamment concurrentiel, ou sur le point de le devenir, pour faire une demande d'abstention<sup>9</sup>.

Depuis 1994, le Conseil s'est abstenu de réglementer certains services dont les services mobiles, les services Internet de détail, les services interurbains et internationaux, divers services de données et de liaison spécialisée, l'équipement terminal et le câblage intérieur, les services par satellite et les services fournis par des entreprises non dominantes. Divers cadres ont été instaurés en 2006 pour régir l'abstention de la réglementation des services locaux au détail. Le décret sur l'abstention a modifié le cadre établi par le Conseil dans la décision de télécom 2006-15 modifiée qui prescrit un cadre d'abstention de la réglementation dans le cas des services locaux. Dans la décision SNHV, le Conseil prévoit un cadre d'abstention à l'égard des services d'accès au réseau

Ces trois étapes consistent à : a) définir le marché pertinent, b) établir si la requérante exerce un pouvoir de marché au sein du marché pertinent et c) déterminer s'il convient d'accorder une abstention et dans quelle mesure.

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) sont classées d'après le nombre de leurs abonnés : la classe 1 regroupe les EDR qui ont 6 000 abonnés ou plus, la classe 2 comprend des EDR qui ont au moins 2 000 abonnés mais moins de 6 000 et la classe 3 rassemble toutes les EDR de moins de 2 000 abonnés.

numérique haute vitesse intracirconscriptions (services ARN haute vitesse) et des services métropolitains de commutation en longueur d'onde (SMCLO). Dans cette décision, le Conseil s'est également abstenu de réglementer les services ARN haute vitesse de Bell Canada dans divers centres de commutation ainsi que les SMCLO de cette compagnie dans les régions métropolitaines de recensement à Toronto, à Montréal et à Ottawa.

#### Informations statistiques – Survol réglementaire de la radiodiffusion et des télécommunications

Tableau 2.2.1 Plaintes en radiodiffusion par secteur et par sujet

			D	u 1 <sup>er</sup> avril	au 31 ma	urs		
	2006	-2007	2007-2008		2008-2009		2009-2010	
		Renvois		Renvois		Renvois		Renvois
	D1-:	devant	D1-:	devant	D1-:	devant le	D1-:	devant
Sujet	Plaintes reçues	le CCNR	Plaintes reçues	le CCNR	Plaintes reçues	CCNR	Plaintes reçues	le CCNR
Radio								
Propos haineux <sup>a</sup>	141	64	11	-	26	10	22	2
Contenu pour adultes	13	5	8	3	19	11	10	9
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	3	2	-	-	6	-	-	-
Stéréotypes sexuels	3	-	-	-	1	1	1	1
Insultes ou injures <sup>b</sup>	204	127	89	30	397	308	224	140
Langage vulgaire <sup>c</sup>	52	20	24	8	40	23	39	16
<b>Télévision traditionnelle</b> Propos haineux	124	87	5	1	39	5	27	5
Contenu pour adultes	132	66	84	34	111	47	87	25
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	9	2	4	-	17	1	5	1
Stéréotypes sexuels	10	3	-	-	5	2	9	2
Insultes ou injures	154	61	107	6	455	61	260	133
Langage vulgaire	47	19	34	14	51	20	47	19
Violence à la télévision	110	59	40	9	85	24	56	20
Chaînes spécialisées Propos haineux	10	8	2	_	10	_	2	_
Contenu pour adultes	90	55	32	14	82	39	41	10
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	1	1	1	_	1	_	2	_
Stéréotypes sexuels	2	-		_	-	_	_	
Insultes ou injures	38	25	12	2	212	202	22	12
Langage vulgaire	14	7	7	2	32	23	25	8
Violence à la télévision	16	11	14	5	20	14	19	9
Services payants et services à la carte Propos haineux	_	_	_	_	_	_	_	_
Contenu pour adultes	14	_	4	_	402	1	24	3
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	_	-	_	_	_	-	_
Stéréotypes sexuels	_	_	-	_	-	_	-	_
Insultes ou injures	-	-	-	-	2	-	-	_
Langage vulgaire	-	-	-	-	-	-	-	-
Violence à la télévision	1	-	-	-	-	-	-	-
Radio par abonnement (par satellite) Propos haineux	_	-	-	-	-	_	-	-

Dans lesquels la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes Notes: a) identifiés dans les règlements sur la télévision, la radio ou les services spécialisés.

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

c) Dans lesquels la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

Source: Système de suivi de la correspondance du CRTC. (Le système de comptage Rapids enregistre tous les contacts comme s'ils étaient distincts, y compris les multiples contacts provenant d'un même client et concernant la même plainte; le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.)

Tableau 2.2.2 Nombre de communications provenant du public

	Du 1 <sup>er</sup> avril au 31 mars				
	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	
Demandes de renseignements en radiodiffusion	13 947	14 594	7 131	5 747	
Plaintes en radiodiffusion	7 951	5 581	11 851	12 740	

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC. (Le système de comptage enregistre tous les contacts comme s'ils étaient distincts, y compris les multiples contacts provenant d'un même client et concernant la même plainte; le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.)

Tableau 2.2.3 Plaintes traitées par le CCNR

	2006-07	2007-08	2008-09
Dossiers traités par le CCNR	1 426	1 498	1 781
Dossiers acheminés par le CRTC	795	979	1 045

Source : Rapports annuels du CCNR

Tableau 2.2.4 Plaintes traitées par les NCP

	2005	2006	2007	2008	2009
Plaintes reçues par les NCP	1 271	1 040	1 445	1 119	1 228
Plaintes portant sur des annonces à la	579	527	857	528	546
télévision	(46 %)	(51 %)	(59 %)	(47 %)	(44 %)
Plaintes portant sur des annonces à la	57	73	52	56	64
radio	(4 %)	(7 %)	(4 %)	(5 %)	(5 %)

Source : Rapports sur les plaintes concernant la publicité

#### 2.3 Régimes de contribution et de financement

Le Conseil utilise différentes approches pour atteindre les objectifs culturels, sociaux et économiques des Lois. Il a notamment créé des régimes de contribution et de dépenses.

En 2009, 3,0 milliards de dollars ont été versés par les fournisseurs de services de radiodiffusion et de télécommunications et investis dans la poursuite de ces objectifs. Environ 94 % de cette contribution a financé des projets culturels et de programmation en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*; le reste (6 %) a appuyé la réalisation des objectifs sociaux et économiques en vertu de la *Loi sur les télécommunications*.

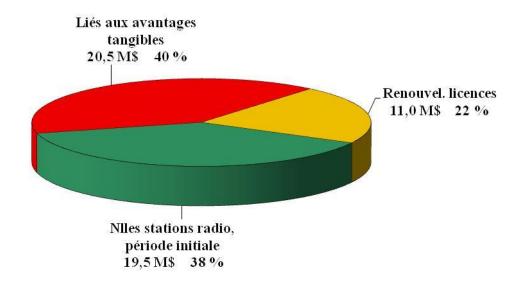
Coup d'oeil sur les régimes de contribution et de dépenses

	2008	2009	Croissance
Contribution de la radio commerciale et des services sonores au DCC (millions \$)	29	51	76 %
DEC de la télévision (millions \$)	2 431	2 429	-0,1 %
Contribution des EDR à la programmation canadienne (millions \$)	325 #	352	8 %
Subvention du service téléphonique de résidence dans les zones de desserte à coût élevé (millions \$)	209	182	-13 %

Source : Données recueillies par le CRTC.

# Informations statistiques – Régimes de contribution et de financement – Radiodiffusion<sup>10</sup>

Graphique 2.3.1 Contributions au DCC en 2009 – radio commerciale et services sonores : 51,1 millions \$



Notes: Légères variances à cause de chiffres arrondis

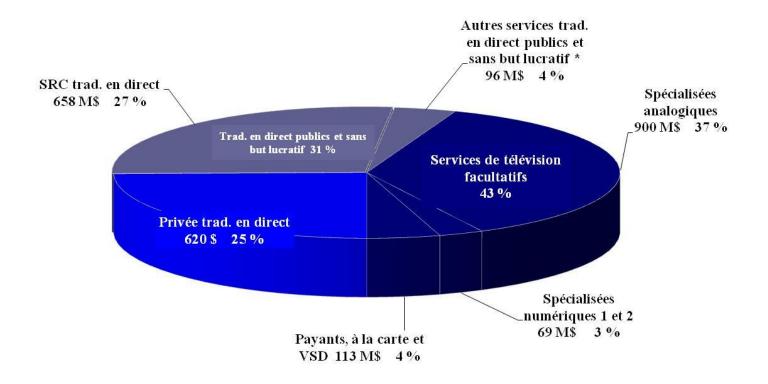
Englobe aussi bien les contributions versées en vertu du régime de promotion des artistes

canadiens que celles versées au titre du DCC

Source : Données recueillies par le CRTC.

Données se rapportant à l'année de radiodiffusion allant du 1<sup>er</sup> septembre 2008 au 31 août 2009. Consulter la section *Radiodiffusion* du présent rapport pour obtenir de plus amples renseignements statistiques. Ces graphiques ne tiennent pas compte du financement additionnel, des incitatifs ou des contributions faites par des institutions privées ou des organismes d'État pour la conception et la production d'un contenu canadien sonore et visuel ne relevant pas de la compétence du CRTC ou de son mandat.

Graphique 2.3.2 DEC de la télévision en 2009 : 2 429 millions \$



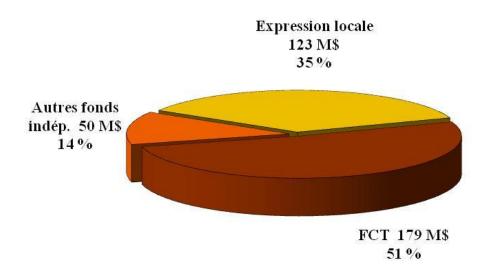
#### Notes:

- a) Légères variances dues à l'arrondissement.
- b) DÉC: Englobent les dépenses associées à la diffusion d'émissions canadiennes, à des amortissements dans le catalogue canadien, à la scénarisation et la conceptualisation, ainsi qu'aux pertes liées à des investissements en émissions canadiennes.
- c) Englobe les dépenses générées par les avantages liés aux transferts de contrôle et par les engagements pris lors de l'attribution ou du renouvellement de licence. À l'exclusion des investissements de FCT rapportés par les services conventionnels, spécialisés, payants, de TVC et de VSD.
- d) Pour la télévision traditionnelle en direct de la SRC, les dépenses en émissions canadiennes ne comprennent pas les allocations indirectes et le coût des installations. Depuis 2008, certaines dépenses reliées aux émissions sont incluses en tant que coûts reliés à la programmation, conformément aux lignes directrices du CRTC.

Source : Données recueillies par le CRTC

<sup>\*</sup>approximation

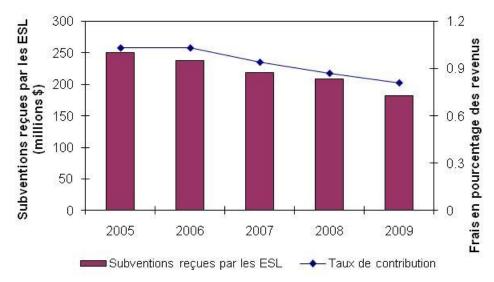
**Graphique 2.3.3** Contributions des EDR aux émissions canadiennes et au reflet local en 2009 : 352 millions \$



Légères variances dues à l'arrondissement. Sources : Données recueillies par le CRTC

# Informations statistiques – Régimes de contribution et de financement – Télécommunications

Graphique 2.3.4 Subventions versées aux ESL et frais en pourcentage des revenus

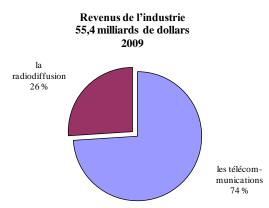


Sources : Données recueillies par le CRTC, et décisions.

#### 3.0 L'industrie des services de communications

### 3.1 Aperçu de l'industrie des communications

Cette section examine globalement les industries de la radiodiffusion et des télécommunications (l'industrie canadienne des communications) et décrit brièvement la façon dont la convergence permet aux joueurs de l'industrie d'offrir des services de communications au-delà de leurs services de base traditionnels. En 2005, les revenus des FST et des câblodistributeurs autorisés



représentaient respectivement 59 % et 23 % du total des revenus des communications. À la fin de 2009, leurs revenus représentaient respectivement 52 % et 31 % du total des revenus des communications. Le rendement financier des secteurs particuliers de la radiodiffusion et des télécommunications est exposé dans les sections 4 et 5.

Coup d'œil sur l'industrie des communications

			Croissance
(en milliards \$)	2008	2009	2008-2009
Revenus des communications	54,3	55,4	2,1 %
Radio	1,6	1,5	-5,2 %
Télévision	5,5	5,5	-0,2 %
Distribution de radiodiffusion	6,9	7,5	7,4 %
Total des revenus des télécommunications	40,3	41,0	1,8 %
FST titulaires	28,7	28,8	0,6 %
Câblodistributeurs	16,1	17,3	7,4 %
Revenus des communications dans le PIB	4,4 %	4,6 %	5,1 %

### Informations statistiques - Aperçu de la situation financière

Tableau 3.1.1 Revenus de la radiodiffusion et des télécommunications (milliards \$)

						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Filaire	23,5	23,4	23,7	24,2 #	24,1	-0,5 %	0,7 %
Sans fil	11,0	12,7	14,5	16,0	16,9	5,3 %	11,3 %
Total des revenus des télécommunications	34,5	36,1	38,2	40,3	41,0	1,8 %	4,4 %
Radio AM et FM	1,3	1,4	1,5	1,6 #	1,5	-5,2 %	3,1 %
Télévision	4,7	5,0	5,3	5,5 #	5,5	-0,2 %	4,1 %
EDR	5,3	5,8	6,3	7,0 #	7,5	7,4 %	8,9 %
Total des revenus de la radiodiffusion	11,3	12,2	13,1	14,0	14,4	3,0 %	6,3 %
Total des revenus de la							
radiodiffusion et des télécommunications	45,8	48,3	51,3	54,3	55,4	2,1 %	4,9 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.1 Taux de croissance des revenus annuels de la radiodiffusion et des télécommunications

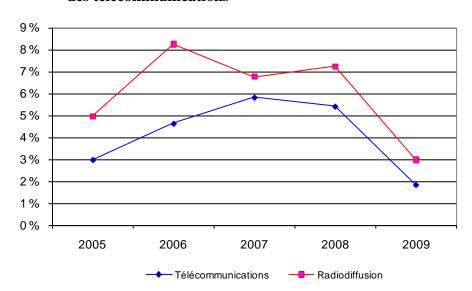


Tableau 3.1.2 Revenus de l'industrie par type de fournisseur (en milliers \$)

						Croissance	TCAC
	2007		2008 2009		2008-2009	2007-2009	
FST titulaires							
Télécommunications	26 710,2	27	151,5	#	27 179,7	0,1 %	0,9 %
Distribution de radiodiffusion	1 311,0	1	510,0		1 662,4	10,1 %	12,6 %
Total partiel	28 021,3	28	661,5	#	28 842,1	0,6 %	1,5 %
Compagnies de téléphone de services publics							
et autres FST	488,1		585,8	#	723,7	23,5 %	21,8 %
Revendeurs	1 774,5	1	862,2	#	1 594,7	-14,4 %	-5,2 %
Câblodistributeurs				-			
Télécommunications	9 231,6	10	674,3	#	11 519,7	7,9 %	11,7 %
Distribution de radiodiffusion	4 998,3	5	443,4		5 792,9	6,4 %	7,7 %
Total partiel	14 229,9	16	117,7	#	17 312,6	7,4 %	10,3 %
Radiodiffusion – Autres entités	6 760,8	# 7	058,4	#	6 974,5	-1,2 %	1,6 %
Total	51 274,6	54	285,6	#	55 447,5	2,1 %	4,0 %

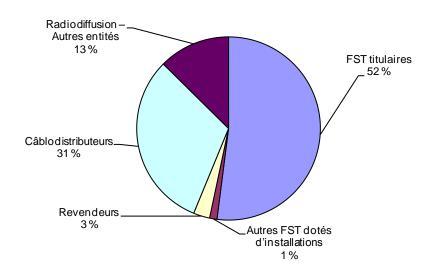
Tableau 3.1.3 Convergence dans l'industrie : radiodiffusion c. télécommunications

	Pourcentage des	Pourcentage des revenus
	revenus des entités de	des entités de
	radiodiffusion	télécommunications
	traditionnelles tiré	traditionnelles tiré des
	des services de	services de
Année	télécommunications <sup>1</sup>	radiodiffusion <sup>2</sup>
2009	66,5 %	5,8 %
2008	66,2 %	5,3 %
2007	64,7 %	4,7 %

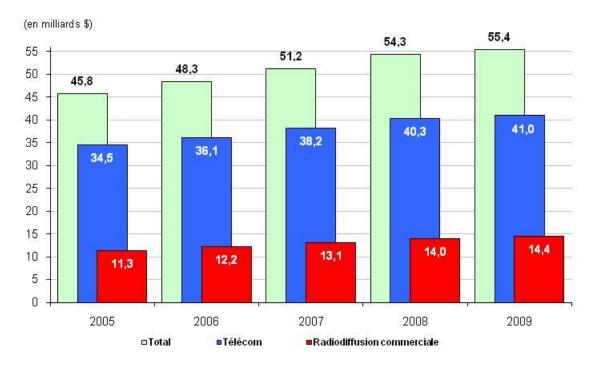
Note 1 Les services de télécommunications comprennent : les services locaux et les services d'accès, les services interurbains, les services Internet, les services de transmission de données et de liaison spécialisée, le sans-fil.

<sup>2</sup> Les services de radiodiffusion comprennent : la radio, la télévision, les services payants et spécialisés et les EDR.

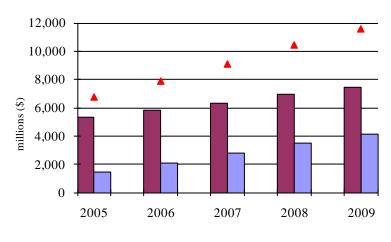
Graphique 3.1.2 Pourcentage des revenus de la radiodiffusion et des télécommunications par type de fournisseur (2009)



Graphique 3.1.3 Revenus de la radiodiffusion commerciale et des télécommunications (services exemptés et hors programmation exclus)

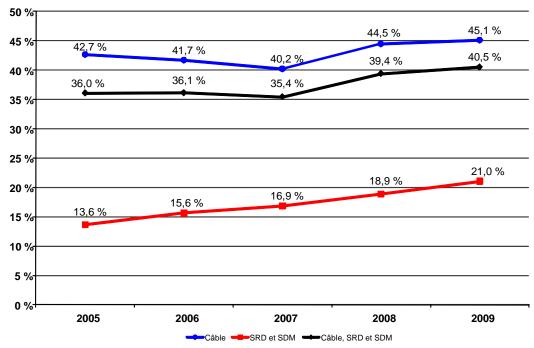


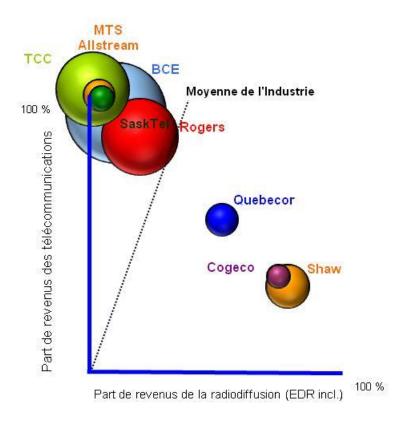
Graphique 3.1.4 Revenus des EDR par type de service



- ■Total services de programmation de base et facultatifs
- ■Total services exemptés et hors programmation
- ▲ Total EDR

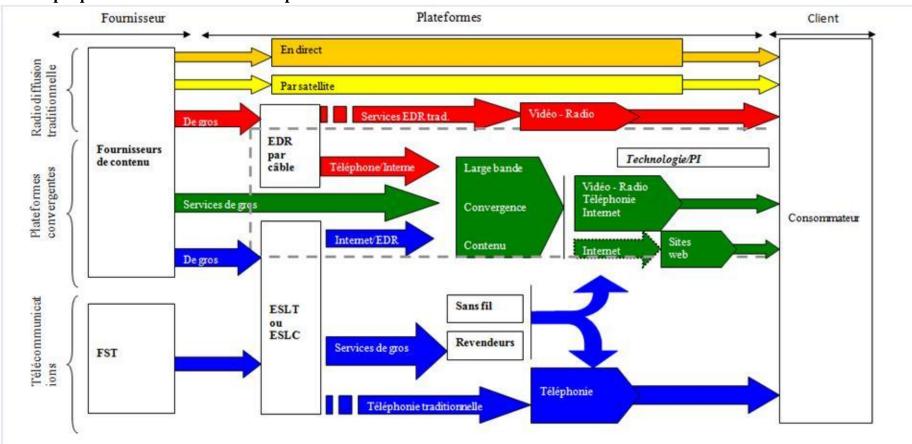
Graphique 3.1.5 Marges des BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)





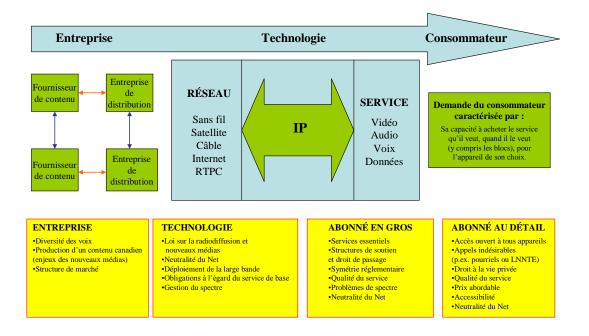
Note: 1 Les bulles représentent le total des revenus estimés pour les télécommunications et la radiodiffusion en 2009.

Source: Rapports annuels et site web des compagnies



**Graphique 3.1.7** Plateformes d'exploitation de la radiodiffusion et des télécommunications

Aspects d'ordre réglementaire d'une industrie en convergence **Graphique 3.1.8** 



#### 4.0 Radiodiffusion

Il existe trois plateformes de transmission pour la diffusion d'émissions de radio et de télévision :

- i) la transmission traditionnelle où des radiodiffuseurs autorisés distribuent sans frais au grand public leurs émissions de radio ou de télévision par l'intermédiaire de fréquences ou de canaux qui leur sont assignés dans le spectre approprié (AM, FM, VHF, UHF ou bande L);
- ii) les lignes terrestres dédiées (câble ou LAN) ou les installations sans fil (satellite, SRD, SDM) des EDR autorisées qui transmettent leur programmation de radio ou de télévision sur leurs réseaux à leurs abonnés moyennant un tarif mensuel;
- iii) plus récemment, l'Internet, à partir d'installations ou de sites web, pour les abonnés de services Internet haut débit ou à large bande.

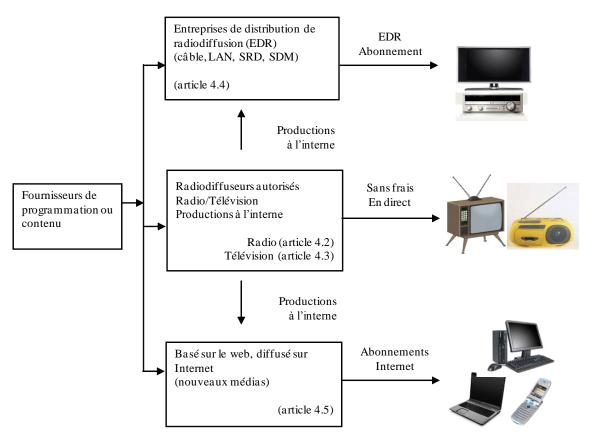
Les fournisseurs ont développé différents modèles de recouvrement des coûts du contenu auquel les utilisateurs ont accès par Internet. L'accès peut être soit gratuit, en quel cas les coûts sont récupérés par les revenus publicitaires (Joost et Hulu), soit par abonnement (Jump TV) ou encore par paiement à la carte (Apple TV).

Les radiodiffuseurs qui produisent leur propre contenu peuvent diffuser ce contenu à partir de leurs installations, passer par leur site web, ou recourir aux services d'une EDR.

Ces services sont à toutes fins utiles accessibles à tous les Canadiens.

### Diagramme 4.0.1 Distribution de programmation

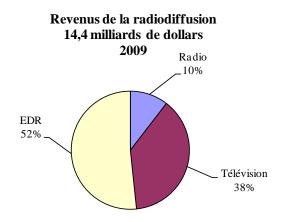
#### Appareil du consommateur



#### 4.1 Radiodiffusion - Examen de la situation financière

### Aperçu du secteur

Les revenus de radiodiffusion comprennent ceux de la radio, de la télévision et des EDR. Les revenus de la radio comprennent ceux des stations commerciales AM et FM. Les revenus de télévision comprennent la télévision traditionnelle de la SRC, la télévision privée traditionnelle, et les services payants, de TVC, spécialisés et de VSD. Les revenus des EDR comprennent ceux du câble, des systèmes par SRD ou SDM, de même que des services IPTV, mais excluent ceux provenant d'Internet et des services de téléphonie.



La radiodiffusion en un coup d'æil

	2008		2009	Croissance
Revenus (millions \$)				
Radiodiffusion	14 012	#	14 430	3,0 %
Radio	1 591	#	1 508	-4,6 %
Télévision	5 480	#	5 467	-0,2 %
$\mathrm{EDR}^{1,2}$	6 941	#	7 455	7,4 %
BAII				•
Radio	335		272	-18,9 %
Télévision	656		562	-14,3 %
BAIIDA				•
EDR	1 722		1 785	3,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des EDR englobent les revenus des EDR qui ne soumettent pas de rapport, Note: 1 mais excluent ceux des services exemptés et des services hors programmation. Les BAIIDA des EDR représentent uniquement les services de base et les services facultatifs.

Les services d'Internet et de téléphonie sont exclus. Ils font l'objet de la section 5 du présent rapport.

## Information statistique – Revenus de la radiodiffusion

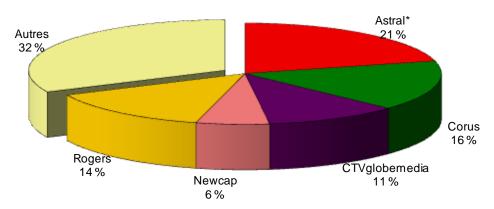
Tableau 4.1.1 Revenus de la radiodiffusion (millions \$)

						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Radio							
AM	306	322	329	331 #	306	-7,4 %	0,0 %
FM	1 037 #	1 097 #	1 173	1 260 #	1 201	-4,7 %	3,8 %
Total radio	1 343 #	1 419 #	1 502	1 591 #	1 508	-5,2 %	2,9 %
Télévision							
Télévision traditionnelle de la SRC *	292	392	356	412	392	-5,0 %	7,6 %
Télévision traditionnelle privée	2 146	2 143	2 171	2 138	1 971	-7,8 %	-2,1 %
Télévision payante, TVC, spécialisée et VSD	2 222	2 499	2 729 #	2 929 #	3 105	6,0 %	8,7 %
Total télévision	4 660	5 034	5 256 #	5 480 #	5 467	-0,2 %	4,1 %
EDR							
Câble	3 522	4 008	4 334	4 762	5 123	7,6 %	9,8 %
Entreprises de SRD et SDM	1 438	1 641	1 834	2 036	2 189	7,5 %	11,1 %
EDR qui ne déposent pas de rapport	354 #	144 #	144 #	143 #	143	0,0 %	-20,2 %
Total EDR	5 314 #	5 793 #	6 312 #	6 941 #	7 455	7,4 %	8,8 %
Total radiodiffusion	11 316 #	12 246 #	13 070 #	14 012 #	14 430	3,0 %	6,3 %

 $n. = n\'{e}gligeable$ 

<sup>\*</sup> Les revenus de la SRC comprennent les revenus publicitaires et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.

Graphique 4.1.1 Revenus de la radio commerciale par radiodiffuseur (2009)



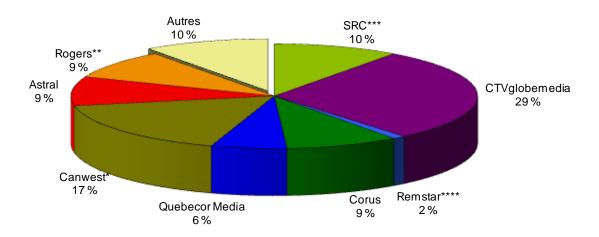
Cinq grands radiodiffuseurs: 68 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Les pourcentages sur le total des revenus sont calculés d'après le total des revenus signalés pour tous les services dans lesquels le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des actions avec droit de vote direct ou indirect en date du 31 août 2009.

<sup>\*</sup> En décembre 2007, le Conseil a approuvé une demande d'Astral Media Inc. en vue d'acquérir l'actif de radio de Standard Broadcasting Corporation Limited.

Graphique 4.1.2 Revenus de la télévision commerciale par radiodiffuseur (2009)



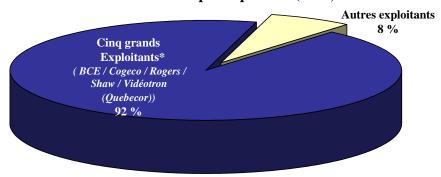
Cinq grands radiodiffuseurs: 74 %

Source : Données recueillies par le CRTC

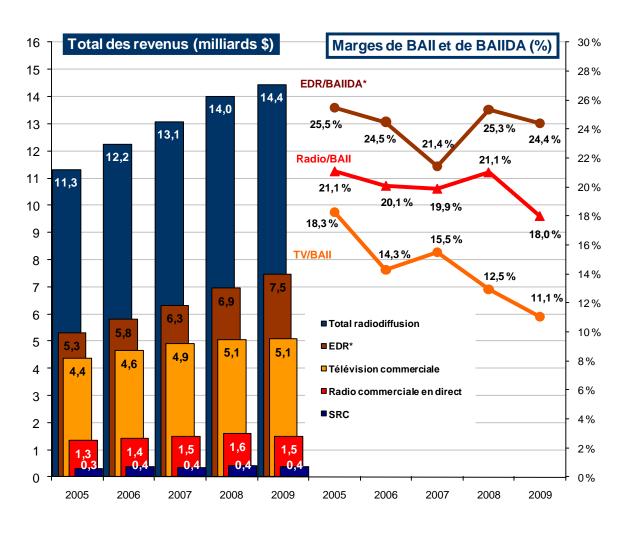
- En décembre 2007, le Conseil a approuvé une demande de Canwest afin d'être autorisée à transférer le contrôle effectif des services de télévision spécialisée d'Alliance Atlantis Broadcasting Inc.
- En septembre 2007, le Conseil a approuvé une demande de Rogers Broadcasting Inc. afin d'être autorisée à transférer le contrôle effectif des cinq stations traditionnelles Citytv auparavant possédées et exploitées par CHUM limitée.
- Chiffre basé uniquement sur les revenus de publicité, d'abonnements et autres revenus commerciaux. Il ne comprend donc pas les crédits parlementaires.
- Englobe les stations traditionnelles de TOS. En juin 2008, le Conseil a approuvé, sous réserve de certaines conditions, l'achat par Remstar Diffusion inc. du réseau TOS et de ses stations de télévision de Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke et Saguenay. Le Conseil a aussi approuvé l'achat par la SRC de l'actif de TQS inc. dans les entreprises de programmation de télévision de langue française CKSH-TV Sherbrooke, CKTM-TV Trois-Rivières et CKTV-TV Saguenay et son émetteur CKTV-TV-1 Saint-Fulgence (Québec).

Les pourcentages sur le total des revenus sont calculés d'après le total des revenus signalés pour tous les services dans lesquels le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des actions avec droit de vote direct ou indirect en date du 31 août 2009.

**Graphique 4.1.3** Revenus des EDR par exploitant (2009)



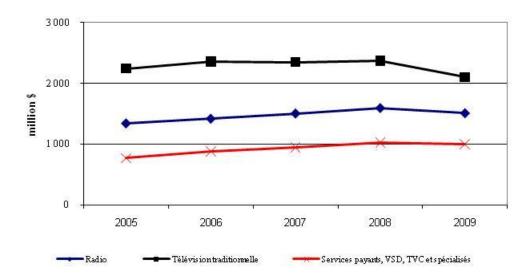
Graphique 4.1.4 Revenus totaux et marges des BAII et des BAIIDA de la radiodiffusion



<sup>\*</sup> Inclus les revenus des EDR qui ne soumettent pas de rapport.

<sup>\*</sup> Les revenus des EDR englobent les revenus des EDR qui ne soumettent pas de rapport, mais excluent ceux des services exemptés et des services hors programmation. Les BAIIDA des EDR représentent uniquement les services de base et les services facultatifs.

Graphique 4.1.5 Revenus de publicité au Canada

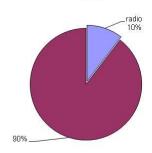


### 4.2 Radio

### Aperçu du secteur

Le marché de la radio au Canada compte plus de 1 200 services sonores et de radio, dont 98 % sont des services en direct, et 2 % des services distribués par des EDR. La SRC, radiodiffuseur public national, exploite environ 8,7 % des services sonores et de radio, alors que les radiodiffuseurs commerciaux privés en exploitent 60,3 %. Le reste, soit 31,0 %, se compose de

Revenus de la radiodiffusion 14,4 milliards de dollars 2009



services sonores et de radio à caractère religieux, de services comunautaires, de campus, autochtones et autres.

### Coup d'œil sur la radio

	2008	2009	Croissance
Total des services sonores et de radio au Canada	1 213	1 221	0,7 %
Langue anglaise	897	910	1,4 %
Langue française	270	265	-1,9 %
Langue tierce	46	46	0,0 %
Total des services sonores et de radio commerciale privée	736	736	0,0 %
Langue anglaise (pourcentage)	80 %	81 %	
Langue française (pourcentage)	15 %	15 %	
Total des revenus de la radio commerciale (millions \$)	1 579,6	1 507,6	-4,6 %
Langue anglaise (pourcentage)	82 %	87 %	
Langue française (pourcentage)	15 %	15 %	
Principaux exploitants privés de la radio commerciale (% des revenus totaux)			•
Marché de langue anglaise – les 5 grands	72 %	71 %	
Marché de langue française – les 3 grands	82 %	82 %	
BAII des radiodiffuseurs privés commerciaux (millions \$)	334,9	271,6	-18,9 %
Langue anglaise (millions \$)	299,9	234,1	-21,9 %
Langue française (millions \$)	33,3	35,4	6 %
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant	18,3	17,7	-3,2 %
Part d'écoute moyenne hebdomadaire de la radio privée commerciale (%)	79,1 %	79,0 %	
Part d'écoute des principaux exploitants privés de la radio commerciale de langue	54 %	54 %	
française et de langue anglaise lors des sondages d'automne (%)			

### Informations statistiques - Radio

Tableau 4.2.1 Nombre et type de services radiophoniques et sonores qui étaient autorisés à diffuser au Canada<sup>1</sup>

autorises a unituser au Canada									
		_	Langue		Langue tierce				
	Langue ar	nglaise <sup>2</sup>	frança	nise <sup>3</sup>	Langue	tierce		langues	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	
Services de radio en direct <sup>4</sup>									
Radiodiffuseur public du Canada									
SRC : Radio One / Première Chaîne <sup>5</sup>	36	38	20	20			56	58	
SRC : Radio 2 / Espace musique	14	14	12	12			26	26	
SRC : Licences de réseaux	2	2	2	2			4	4	
SRC numérique: Radio One / Première Chaîne 9	5	5	4	4			9	9	
SRC numérique: Radio Two / Espace musique <sup>9</sup>	5	5	4	4			9	9	
Privés commerciaux		ŭ	•	•					
Stations AM	135	128	10	9	13	13	158	150	
Stations FM <sup>5</sup>	416	433	95	94	12	12	523	539	
Licences de réseaux AM et FM <sup>6</sup>	7	4	7	2			14	6	
Radio numérique (autonome et de transition) <sup>9</sup>	32	32	4	4	5	5	41	41	
Religieux (musique et création orale) <sup>7</sup>	45	47	27	27	1	1	73	75	
Communautaires	15	.,	27	۷,	•	•	7.5	75	
Stations de type A <sup>8</sup>	11	11	34	33			45	44	
Stations de type B	29	31	28	33	1	1	58	65	
Stations de type B Stations en développement	6	9	20	33	1	1	6	9	
Campus	U						U		
Communautaires	36	36	5	5			41	41	
Éducatifs	10	10	3	3			10	10	
Stations en développement	10	10					0	0	
Autochtones - Stations de type B <sup>8</sup>	39	36	11	9			50	45	
Autres (Tourisme et circulation, Environnement	37	30	11	,			30	7.5	
Canada, événements spéciaux, autres licences de									
réseau, etc.) <sup>10</sup>	59	60	7	7	2	2	68	69	
Nombre total de services canadiens de radio en	37	00		,			- 00	- 07	
direct	887	901	270	265	34	34	1 191	1 200	
Services de radio à canaux multiples par	007	701	270	203		31	1 1/1	1 200	
abonnement et services sonores transmis par des									
EDR									
Distribués par satellite	2	2					2	2	
Distribués par émetteurs terrestres	0	0					0	0	
Services sonores spécialisés (commerciaux/sans	Ŭ	3					O	3	
but lucratif, régionaux/nationaux)	4	3			12	12	16	15	
Services sonores payants (services nationaux	,	3					.0		
anglais et français)	4	4					4	4	
Nombre total de services de radios et de services									
sonores canadiens	897	910	270	265	46	46	1 213	1 221	

Notes: 1. Services autorisés mais pas nécessairement en ondes. À moins d'une prorogation approuvée par le Conseil, une station doit normalement entrer en ondes dans les 24 mois qui suivent la décision. Informations recueillies en date du 31 décembre 2009.

- 2. Inclut les services bilingues (anglais et français) et les services autochtones en anglais.
- 3. Inclut les services autochtones en français.
- 4. Exclut les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio exemptés.
- 5. 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.
- 6. La plupart des licences de réseau commercial énumérées ici sont visées par Ordonnance d'exemption relative à certaines exploitations de réseau, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-143, 10 novembre 2006, et par conséquent ne seront pas renouvelées une fois à terme.
- 7. Englobe les stations de radio à caractère religieux commerciales et sans but lucratif.
- 8. Exclut les licences de réseau.
- Stations de radio numérique de transition approuvées sans nécessairement être en ondes. Pour le détail des marchés, voir le tableau 4.2.2.
- 10. Le déclin de ces services est surtout dû à l'expiration des licences au 31 août 2009. Un grand nombre de ces licences relevaient des diverses ordonnances d'exemption publiées dans l'avis public de radiodiffusion CRTC 2003-35, 10 juillet 2003, l'avis public de radiodiffusion CRTC 2004-92, 26 novembre 2004, et l'avis public de radiodiffusion CRTC 2006-143, 10 novembre 2006.

Source : Rapports CRTC APP1205 et APP1200 en date du 5 janvier 2010.

Tableau 4.2.2 Marchés avec stations de radio numérique de transition¹ au Canada²

	Sta	Stations commerciales							
Marché (province) <sup>3</sup>	Anglais	Français	Ethnique	Total					
Montréal, QC	2	3	-	5					
Toronto, Ont.	11	-	4	15					
Brampton, Ont.	1	-	-	1					
Vancouver, CB	5	-	-	5					
Richmond, CB	1	-	-	1					
Ensemble du Canada	20	3	4	27					

Notes: 1. Fréquences 1452MHz à 1492 MHz sur bande-L: En décembre 2009, Industrie Canada a lancé une consultation sur les attributions et les politiques d'utilisation du spectre dans la gamme de fréquences de 1 435 MHz à 1 525 MHz (www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/fra/sf09751.html).

Source: Annexe 1 à la décision de radiodiffusion CRTC 2009-810

Tableau 4.2.3 Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées du 1<sup>er</sup> janvier 2005 et le 31 décembre 2009

		2005	2006	2007	2008	2009	Total
Nombre de nouvelles stations en direct approuvées		44	72	55	43	37	251
Nombre de stations approuvées par :							
	De langue anglaise	38	54	46	40	32	210
Langue	De langue française	4	16	7	2	5	34
	À caractère ethnique	2	2	2	1	0	7
	Commerciale	33	48	36	34	21	172
	Communautaire	8	13	7	6	11	45
Catégorie de licence	Campus	-	3	3	-	-	6
	Autochtone	-	2	4	2	1	9
	Autre	3	6	5	1	4	19
	Numérique autonome	-	-	-	-	-	0
	Radio numérique	-	-	2	-	-	2
Type	Fréquences AM	2	4	2	-	1	9
Type	Fréquences FM	42	68	51	43	36	240
	Conversions AM à FM (incluses sous FM)	9	12	13	7	8	49
Processus	Concurrentiel	9	18	17	23	8	75
Tiocessus	Non concurrentiel	35	54	38	20	29	176

Notes : a) Sont exclues de ce tableau les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs, les services sonores payants, les services sonores spécialisés et les services de radio à canaux multiples par abonnement.

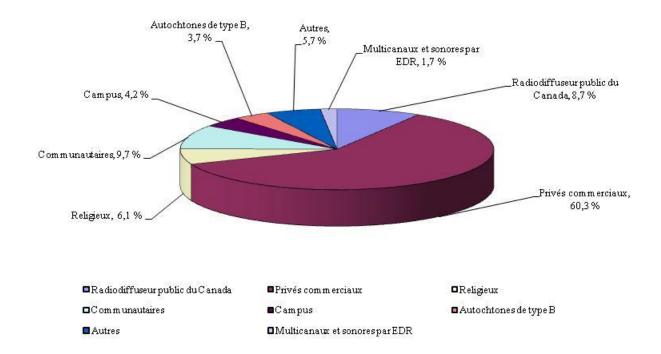
Sources: Décisions du CRTC publiées entre le 1<sup>er</sup> janvier 2005 et le 31 décembre 2009

<sup>2.</sup> Stations approuvées mais pas forcément en ondes.

<sup>3.</sup> Marchés radiophoniques tels qu'établis par BBM.

b) « Autre » englobe les stations de radio sans but lucratif, de la CBC/SRC, de tourisme, d'Environnement Canada, etc.

Graphique 4.2.1 Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2009)



Source: Rapports CRTC APP1205 et APP1200 en date du 2 janvier 2009

Tableau 4.2.4 Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne<sup>1</sup> selon la tranche d'âge

seion la tranche d'age										
	2005	2006	2007	2008	2009					
Écoute hebdomadaire / tranche d'âge										
Tous auditeurs 12 ans+	19,1	18,6	18,3	18,3	17,7					
Croissance annuelle	-2,1 %	-2,6 %	-1,6 %	0,0 %	-3,2 %					
Adolescents 12 – 17	8,6	7,6	7,2	7,2	6,8					
Croissance annuelle	1,2 %	-11,6 %	-5,3 %	0,0 %	-6,2 %					
Adultes										
18 - 24	15,2	14,1	13,3	13,1	12,0					
Croissance annuelle	-3,2 %	-7,2 %	-5,7 %	-1,5 %	-8,0 %					
25 – 34	18,1	18,3	17,4	17,3	16,6					
Croissance annuelle	-6,2 %	1,1 %	-4,9 %	-0,6 %	-4,1 %					
35 – 49	21,0	20,6	20,2	19,9	19,2					
Croissance annuelle	-2,3 %	-1,9 %	-1,9 %	-1,5 %	-3,2 %					
50 – 54	21,5	21,0	21,2	21,5	20,6					
Croissance annuelle	-0,5 %	-2,3 %	1,0 %	1,4 %	-3,9 %					
55 – 64	21,9	21,1	21,1	21,1	20,8					
Croissance annuelle	-0,9 %	-3,7 %	0,0 %	0,0 %	-1,4 %					
65 +	21,6	21,3	21,5	21,6	21,0					
Croissance annuelle	-3,1 %	-1,4 %	0,9 %	0,5 %	-2,9 %					

Note: 1) Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant obtenue en divisant le nombre total d'heures d'écoute par le nombre d'habitant.

Source : Sondages BBM radio - automne, du lundi au dimanche, de 5 h à 1 h, toutes personnes 12 ans et + (l'ensemble du Canada).

Tableau 4.2.5 Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur¹ de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM

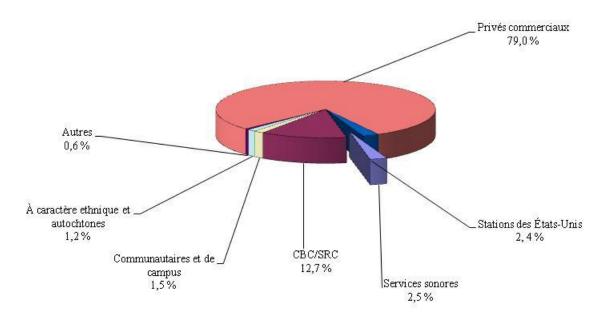
						Croissance
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009
Pourcentage d'heures d'écoute						
AM de langue anglaise	21,0	19,3	19,1	18,7	17,7	-5,3 %
FM de langue anglaise	52,7	55,0	54,8	54,0	54,9	1,7 %
Sous-total	73,7	74,3	73,9	72,7	72,6	
Taux annuel de croissance	-0,3 %	0,8 %	-0,5 %	-1,6 %	-0,1 %	
AM de langue française	1,9	1,6	0,9	0,9	1,1	22,2 %
FM de langue française	18,9	17,9	18,7	19,9	19,6	-1,5 %
Sous-total	20,8	19,5	19,6	20,8	20,7	
Taux annuel de croissance	-0,5 %	-6,2 %	0,5 %	6,1 %	-0,5 %	
Autres	5,6	6,2	6,5	6,5	6,7	3,1 %
Taux annuel de croissance	7,7 %	10,7 %	4,8 %	0,0 %	3,1 %	
Moyenne d'heures hebdomadaires par						
auditeur	20,7	20,4	20,2	20,0	19,5	-2,5 %
Taux annuel de croissance	-1,4 %	-1,4 %	-1,0 %	-1,0 %	-2,5 %	
Moyenne d'heures nationales (en						
millions)	531,6	525,5	521,3	530,6	525,1	-1,0 %
Taux annuel de croissance	-1,2 %	-1,1 %	-0,8 %	1,8 %	-1,0 %	

Notes : 1. On obtient la moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur en divisant le nombre d'heures d'écoute par le nombre d'auditeurs.

2. « Autres » se compose surtout de l'écoute en direct des stations frontalières américaines. « Autres » 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.

Sources : Sondages BBM radio – S4 2005 à automne 2009, toutes personnes 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (l'ensemble du Canada).

## Graphique 4.2.2 Part d'écoute radio durant une semaine moyenne



Note: « Services sonores » désigne l'écoute des services multicanaux par abonnement (radio par satellite), des services sonores spécialisés et payants, des services en direct et de vidéo par câble et sur l'Internet

Sources: Sondages BBM radio - automne 2009, toutes personnes 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (l'ensemble du Canada), et données recueillies par le CRTC.

Tableau 4.2.6 Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de la radio commerciale privée au Canada¹

Heures d'écoute (en milliers) par grands exploitants	2007	2008	2009
Astral Media inc <sup>4</sup> Part de l'écoute pour tout le pays	33 812	91 712	89 679
	6 %	<i>17 %</i>	17 %
Standard Broadcasting Corporation Limited  Part de l'écoute pour tout le pays	60 604 12 %		
Corus Entertainment Inc.  Part de l'écoute pour tout le pays	83 424	83 495	81 589
	16 %	16 %	<i>16 %</i>
Rogers Broadcasting Limited  Part de l'écoute pour tout le pays	47 380 9 %	46 053 9 %	49 513
CTV globemedia Inc.  Part de l'écoute pour tout le pays	35 008	38 047	36 867
	7 %	7 %	7 %
Newcap Inc.  Part de l'écoute pour tout le pays	21 724	25 014	22 087
	4 %	5 %	4 %
Total des heures d'écoute pour les grands exploitants  Part de l'écoute pour tout le pays	281 952	284 320	279 735
	54 %	54 %	53 %
Total des heures d'écoute pour la radio privée commerciale au Canada <sup>2</sup> Part de l'écoute pour tout le pays	417 596	419 639	416 630
	80 %	79 %	79 %
Total pour l'ensemble de la radio <sup>3</sup>	521 335	530 630	525 045

Notes: 1 Voir « Notes pour les tableaux 4.2.6, 4.2.7 et 4.2.9 » qui suivent le tableau 4.2.9.

- 2. « Part d'écoute » englobe l'écoute des services de la radio commerciale privée canadiens.
- 3. « Part d'écoute » englobe l'écoute des stations de radio canadiennes et américaines privées et publiques.
- 4. Astral Media inc. a acquis l'actif de Standard Broadcasting Corporation Limited, tel qu'énoncé dans *Acquisition de l'actif*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-359, 28 septembre 2007.
- 5. Veuillez prendre note que les données comprises dans ce rapport proviennent d'un échantillonnage limité de Montréal et qu'elles ne représentent pas les données des sondages électroniques par audimètres PPM publiées par BBM Canada. Puisque les mesures électroniques PPM ont été élargies de façon à ce que le rapport de 2010 comprenne Montréal, Toronto, Calgary, Edmonton et Vancouver, les données relatives à ces marchés seront comprises dans les prochains rapports au lieu des données des sondages par cahier d'écoute.

Source : Sondages BBM radio - S4 2007 à automne 2009, de 5 h à 1 h, toutes personnes de 12 ans et + (l'ensemble du Canada), ainsi que données recueillies par le CRTC.

Tableau 4.2.7 Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada<sup>1</sup>

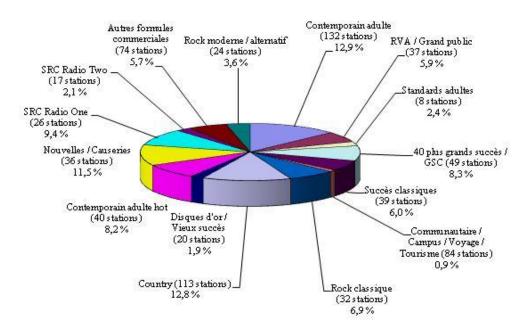
2007	2008	2009
61 834	60 417	58 968
16 %	16 %	15 %
60 604	59 836	58 846
16 %	16 %	15 %
47 380	46 053	49 513
12 %	12 %	13 %
35 008	38 047	36 867
9 %	10 %	10 %
21 724	25 014	22 087
6 %	6 %	6 %
226.550	220.265	226.201
		226 281
39 %	39 %	59 %
385 116	385 823	381 165
30 868	31 876	30 833
30 %	29 %	28 %
21 590	23 078	22 621
21 %	21 %	21 %
11 634	13 027	13 175
11 %	12 %	12 %
- 4 0 0 0		
		66 629
63 %	62 %	61 %
102 280	110 279	108 591
	61 834 16 % 60 604 16 % 47 380 12 % 35 008 9 % 21 724 6 % 226 550 59 % 385 116 30 868 30 % 21 590 21 % 11 634 11 % 64 092 63 %	61 834 60 417 16 % 16 % 60 604 59 836 16 % 16 % 47 380 46 053 12 % 12 % 35 008 38 047 9 % 10 % 21 724 25 014 6 % 6 %  226 550 229 365 59 % 59 % 385 116 385 823  30 868 31 876 30 % 29 % 21 590 23 078 21 % 21 % 11 634 13 027 11 % 12 % 64 092 67 981 63 % 62 %

Notes: 1. Voir « Notes pour les tableaux 4.2.6, 4.2.7 et 4.2.9 » qui suivent le tableau 4.2.9.

- 2. « Part d'écoute » englobe l'écoute de toutes les stations de langue anglaise et de langue française privées et publiques Canadiennes.
- 3. Astral Media inc. a acquis l'actif de Standard Broadcasting Corporation Limited, tel qu'énoncé dans *Acquisition de l'actif*, décision de radiodiffusion CRTC 2007-359, 28 septembre 2007.
- 4. Veuillez prendre note que les données comprises dans ce rapport proviennent d'un échantillonnage limité de Montréal et qu'elles ne représentent pas les données des sondages électroniques par audimètres PPM publiées par BBM Canada. Puisque les mesures électroniques PPM ont été élargies de façon à ce que le rapport de 2010 comprenne Montréal, Toronto, Calgary, Edmonton et Vancouver, les données relatives à ces marchés seront comprises dans les prochains rapports au lieu des données des sondages par cahier d'écoute.

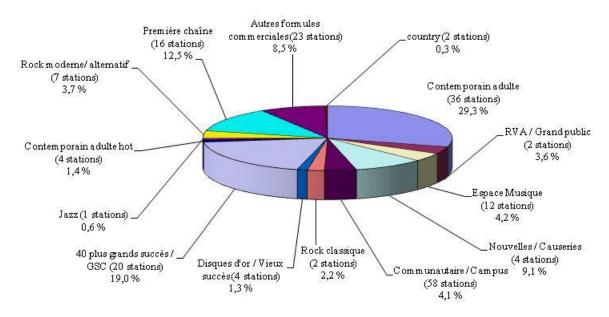
Source : Sondages BBM radio - S4 2007 à automne 2009, 5 h à 1 h, toutes personnes 12 ans et + (l'ensemble du Canada); et données recueillies par le CRTC.

Graphique 4.2.3 Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise



Sources : Sondages BBM radio - automne 2009, toutes personnes 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (l'ensemble du Canada); et données recueillies par le CRTC.

Graphique 4.2.4 Part d'écoute - Formules des stations de langue française



Sources : Sondages BBM radio - automne 2009, toutes personnes 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (l'ensemble du Canada); et données recueillies par le CRTC.

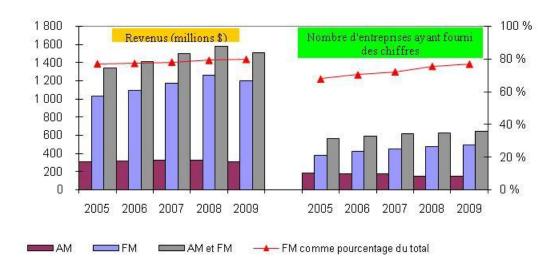
Tableau 4.2.8 Nombre d'entreprises ayant fait rapport et revenus des stations de radio commerciale privées – langues anglaise, française et tierce

		_	-			•	
						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005- 2009
Revenus (millions \$)	2003	2000	2007	2008	2009	2000-2009	2009
AM de langue anglaise	266,1	281,9	291,6	295,5	271,9	-8 %	1 %
AM de langue française	18,3	18,6	16,2	12,7	11,6	-9 %	-11 %
AM de langues tierces	21,3	21,1	21,8	22,5	22,6	0%	1%
		·	·			0 70	
Total des revenus sur AM	305,7	321,6	329,6	330,7	306,1		0 %
Croissance annuelle	1 %	5 %	3 %	0 %	-7 %		
FM de langue anglaise	829,8	879,8	946,3	1 018,0	958,5	-6 %	4 %
FM de langue française	193,7	202,3	210,8	225,3	226,8	1 %	4 %
FM de langues tierces	13,1	15,1	16,1	16,8	16,2	-4 %	5 %
Total des revenus sur FM	1 036,6	1 097,2	1 173,2	1 260,1	1 201,5		4 %
Croissance annuelle	12 %	6 %	7 %	7 %	-5 %		
Revenus totaux	1 342,3	1 418,8	1 502,8	1 590,8	1 507,6	-5 %	3 %
Nombre d'entreprises ayant fa	ait rappor	t					
AM de langue anglaise	157	153	148	136	129	-5 %	-5 %
AM de langue française	15	15	13	10	9	-10 %	-12 %
AM de langues tierces	8	8	10	10	11	10 %	8 %
Total des entreprises AM ayant fait rapport	180	176	171	156	149		-5 %
Croissance annuelle	-4 %	-2 %	-3 %	-9 %	-4 %		
FM de langue anglaise	295	325	347	378	396	5 %	8 %
FM de langue française	82	83	87	87	90	3 %	2 %
FM de langues tierces	8	9	9	9	9	0 %	3 %
Total des entreprises FM ayant fait rapport	385	417	443	474	495		6 %
Croissance annuelle	5 %	8 %	6 %	7 %	4 %		
Total des entreprises ayant fait rapport	565	593	614	630	644	2 %	3 %

Notes:

- (1) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- (2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- (3) De légères variations sont dues à l'arrondissement.

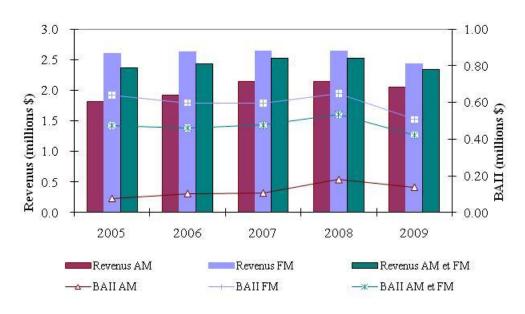
Graphique 4.2.5 Stations de radio commerciale privées – revenus



(1) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.6 Stations de radio commerciale privées – revenus annuels moyens et BAII par station

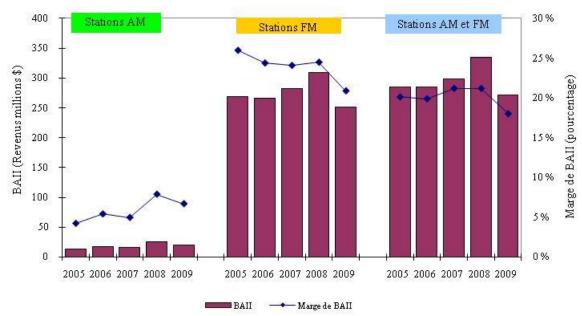


Source : Données recueillies par le CRTC Notes :

(a) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(b) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

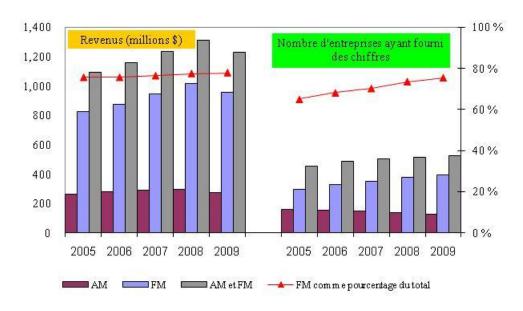
Graphique 4.2.7 Stations de radio commerciale privées – BAII et marge de BAII



#### Notes:

- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- (2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.8 Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus

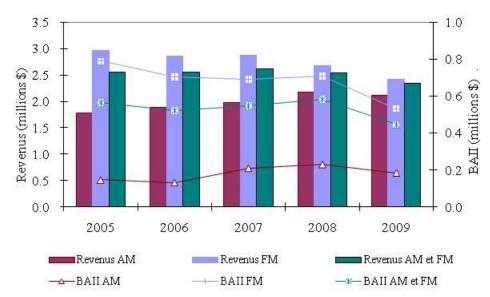


Source : Données recueillies par le CRTC

#### Notes:

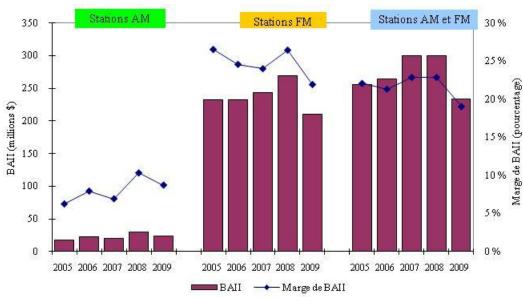
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- (2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.9 Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus annuels moyens et BAII par station



- (1) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- (2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.10 Stations de radio commerciale privée de langue anglaise – BAII et marge de BAII

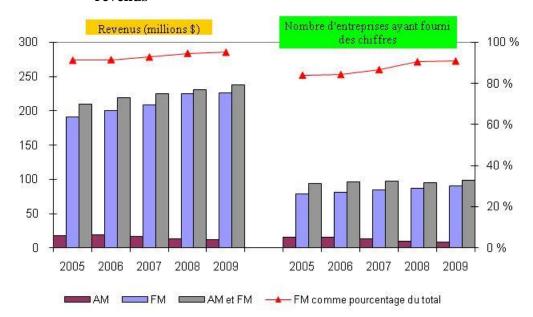


Source : Données recueillies par le CRTC

Notes:

- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- (2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.11 Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus

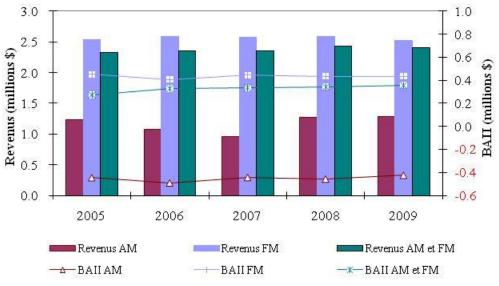


Notes:

(1) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.12 Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus annuels moyens et BAII par station



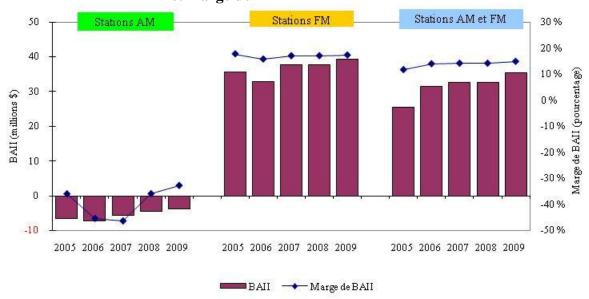
Source : Données recueillies par le CRTC

Notes:

 Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.13 Stations de radio commerciale privées de langue française – BAII et marge de BAII

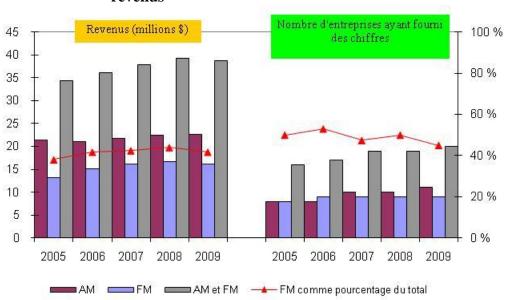


Notes:

 Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.14 Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus



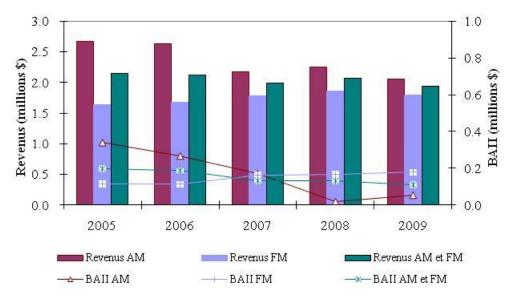
Source : Données recueillies par le CRTC

Notes:

 Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.15 Stations de radio commerciale privée à caractère ethnique – revenus annuels moyens et BAII par station

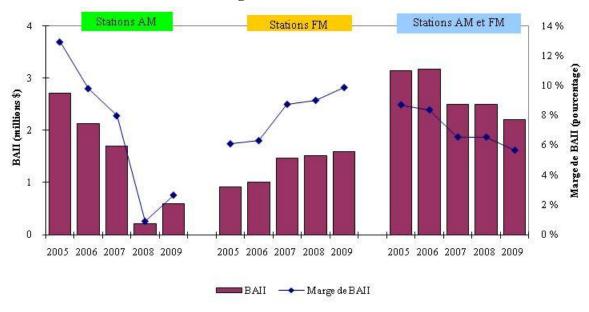


Notes:

(1) Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Graphique 4.2.16 Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – BAII et marge de BAII



Source : Données recueillies par le CRTC

Notes:

 Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.

(2) Les chiffres de 2005 à 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.

Tableau 4.2.9 Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises qui ont fait rapport – principaux exploitants de la radio au Canada

Exploitant	Revenus (milliers \$)				d'entrepri		Part du revenu national		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Principaux exploitants de la									
radio privée									
Astral Media inc. <sup>4</sup>	118 677	325 292	317 461	31	80	81	8 %	21 %	21 %
Standard Broadcasting Corp Ltd <sup>4</sup>	197 848			51			13 %		
Corus Entertainment Inc. <sup>5</sup>	259 961	266 363	240 580	52	53	52	17 %	17 %	16 %
Rogers Broadcasting Limited. 6	233 858	241 667	212 492	52	50	53	16 %	15 %	14 %
CTVglobemedia Inc. <sup>7</sup>	153 619	172 131	161 960	34	34	34	10 %	11 %	11 %
Newcap Inc.8	88 219	95 785	96 452	56	61	62	6 %	6 %	6 %
Total pour les principaux exploitants									
de la radio privée	1 052 182	1 101 238	1 028 945	276	278	282	70 %	70 %	68 %
Total (exploitants de la radio privée) <sup>a</sup>	1 501 991	1 579 587	1 507 610	619	628	644	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la									
radio de langue anglaise									
Rogers Broadcasting Limited <sup>6</sup>	233 858	241 667	212 492	52	50	53	19 %	18 %	17 %
Astral Media inc.:4		217 980	209 013		59	60		17 %	17 %
Standard Broadcasting Corp Ltd <sup>4</sup>	197 848			51			16 %		
Corus Entertainment Inc. <sup>5</sup>	211 907	217 245	190 134	40	41	40	17 %	17 %	15 %
CTVglobemedia Inc. <sup>7</sup>	153 619	172 131	161 960	34	34	34	12 %	13 %	13 %
Newcap Inc. <sup>8</sup>	88 219	95 785	96 452	56	61	62	7 %	7 %	8 %
Total pour les principaux exploitants									
de la radio privée de langue anglaise	885 452	944 808	870 051	233	245	196	71 %	72 %	71 %
Total (exploitants de la radio privée de									
langue anglaise) <sup>b</sup>	1 238 684	1 310 539	1 230 398	502	515	525	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la									
radio de langue française									
Astral Media inc. <sup>4</sup>	108 751	107 312	108 448	23	21	21	48 %	47 %	45 %
Corus Entertainment Inc.5	48 054	49 118	50 446	12	12	12	21 %	21 %	21 %
Cogeco inc.	30 333	33 174	36 280	5	5	5	13 %	14 %	15 %
Total pour les principaux exploitants									
de la radio privée de langue française	187 138	189 604	195 174	40	38	38	83 %	82 %	82 %
Total (exploitants de la radio privée de									
langue française) <sup>b</sup>	225 443	230 912	238 396	98	95	99	100 %	100 %	100 %

Notes: a) Englobe les réseaux de la radio commerciale privée et les stations de radio commerciales à caractère ethnique.

- b) Englobe les revenus des réseaux privés de la radio commerciale.
- e) Notes pour les tableaux 4.2.6 4.2.7 et 4.2.9 :
  - La structure de propriété reflète les transactions autorisées par le Conseil au cours de l'année de radiodiffusion et non à la date de conclusion de la transaction.
  - La totalité des revenus annuels d'une entreprise est attribuée à la société réputée en être la propriétaire en date du 31 août. Exclut les entreprises exemptées.
  - Les chiffres des revenus de l'industrie de 2006-2007 ont été mis à jour en fonction des résultats globaux au 31 août.
  - Astral Media inc. a acquis l'actif de Standard Broadcasting Corporation Limited à la suite de l'approbation de la transaction dans la décision de radiodiffusion CRTC 2007-359, 28 septembre 2007.
  - Les résultats 2008 de Corus inc. reflètent la vente de CHRC Québec à 9183-9084 Québec Inc. à la suite de la décision de radiodiffusion CRTC 2008-128, 26 juin 2008.
  - Les résultats 2008 de Rogers Broadcasting Limited reflètent la transaction approuvée à la suite de l'échange d'actif d'entreprises de radio entre Rogers Broadcasting Limited (CICX-FM Orillia) et Larche Communications Inc. (CIKZ-FM Kitchener), décision de radiodiffusion CRTC 2007-434, 24 décembre 2007.
  - 7. Les résultats de CTVglobemedia Inc. et de CHUM limitée reflètent le Transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVglobemedia Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2007-165, 8 juin 2007. Les résultats 2008 de CTVglobemedia reflètent l'acquisition de The Beat Broadcasting Corporation de l'actif de l'entreprise de programmation de radio CFBT-FM Vancouver, à la suite de la décision de radiodiffusion CRTC 2007-368, 12 octobre 2007.
  - 8. Les résultats 2008 de Newcap inc. reflètent la mise en exploitation de CHFT Fort McMurray, CILB-FM Lac La Biche, CIJK-FM Kentville et de CHRK-FM Sydney. De plus, les résultats 2008 de Newcap inc. reflètent le changement de contrôle effectif de CKULFM Halifax survenu le 29 mai 2008 à l'égard de CKUL-FM Halifax (Nouvelle-Écosse), à la suite de l'avis public de radiodiffusion CRTC 2008-77.

Tableau 4.2.10 Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et campus

	2005	2006	2007	2008	2009
Stations de radio autochtones de type B					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	26	27	28	10	22
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	3 001	3 166	4 070	n/d	n/d
Autres <sup>a</sup>	8 773	12 409	11 766	n/d	n/d
Total des revenus	11 774	15 575	15 836	4 663	9 264
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	74,5 %	79,6 %	74,3 %	95,8 %	92,0 %
Marge de BAII	5,6 %	11,4 %	6,4 %	14,3 %	21,0 %
Stations de radio communautaires					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	71	78	85	77	66
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	9 217	10 751	11 038	10 978	9 113
Autres <sup>b</sup>	8 489	9 950	9 817	11 836	8 720
Total des revenus	17 706	20 701	20 856	22 814	17 942
Autres revenus, en termes de pourcentage des revenus	47,9 %	48,1 %	47,1 %	51,2 %	48,6 %
Marge de BAII	4,3 %	6,5 %	3,3 %	7,2 %	5,2 %
Stations de campus					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	43	44	41	37	38
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	1 043	1 233	1 366	1 073	562
Autres <sup>c</sup>	5 891	6 308	6 472	6 497	5 252
Total des revenus	6 934	7 541	7 838	7 750	5 814
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	85,0 %	83,7 %	82,6 %	83,8 %	90,3 %
Marge de BAII	2,8 %	3,6 %	4,6 %	7,2 %	8,8 %

Notes : Les chiffres de 2008 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du 31 août.

n/d = non disponible

Source : Base de données financières du CRTC

<sup>(</sup>a) Inclut les subventions du gouvernement et du conseil de bande ainsi que des contributions d'autres sources.

<sup>(</sup>b) Inclut les collectes de fonds, subventions et autres sources.

<sup>(</sup>c) Inclut les cotisations, collectes de fonds et subventions.

Tableau 4.2.11 Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés du 1<sup>er</sup> mai 1998 au 31 décembre 2009

	Ser	vices de langue a	anglaise	Servio			
RADIO Avantages tangibles (en millions \$)	Nbre de trans.	Valeur des transactions <sup>a</sup>	Avantages	Nbre de trans.	Valeur des transactions <sup>a</sup>	Avantages	Avantages totaux
1er mai 1998 au 31 mars 2005	72	1 257	72,1	14	376	21,9	93,9
1 <sup>er</sup> avril 2005 au 31 mars 2006	12	24	1,3	2	-	-	1,3
1 <sup>er</sup> avril 2006 au 31 déc. 2006	5	68	4,1	2	-	-	4,1
1 <sup>er</sup> janv. 2007 au 31 déc. 2007 <sup>b</sup>	13	1 675	88,9	6	4	11,8	100,8
1 <sup>er</sup> janv. 2008 au 31 déc. 2008	9	59,5	3,5	3	1,5	0,05	3,6
1 <sup>er</sup> janv. 2009 au 31 déc. 2009	10	27,5	1,6	1	-	-	1,6
Total	121	3 111	171,5	28	381,5	33,8	205,3

#### Notes:

- (a) Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles.
- (b) Total des avantages tangibles liés aux transactions de propriété radio d'Astral-Standard (décision de radiodiffusion 2007-359) et de CTVglobemedia-CHUM (décision de radiodiffusion 2007-165) impliquant des transferts de propriété radio d'une valeur de ou 95,3 millions \$. De cette somme, 11,6 millions \$ doivent servir à appuyer des projets de DCC de langue française.

De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Décisions et approbations administratives du CRTC.

Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les **Tableau 4.2.12** titulaires de la radio (en milliers \$)

RADIO – DCC	2004-05	2005-06	2006-07	2007-08	2008-09	% de cr 06/05	oissance / d	liminution an 08/07	nuelle 09/08	
i) Contributions au DCC des no	ouvelles st	ations au co	ours de leur	période de	licence init			23, 3,	2,7,22	
FACTOR	1 340	1 552	1 266	983	1 582	16 %	-18 %	-22 %	61 %	
MUSICACTION	168	191	238	306	697	14 %	25 %	28 %	128 %	
Organismes musicaux	205	2 733	586	2 886	5 187	1 236 %	-79 %	393 %	80 %	
Regroupements d'artistes	1 625	2 840	3 426	3 126	8 957	75 %	21 %	-9 %	186 %	
Écoles ou bourses StarMaker Fund/	580	678	596	614	899	17 %	-12 %	3 %	46 %	
Fonds Radio Star Autres initiatives de DTC	130	435	1 019	0	220	234 %	134 %			
admissibles	2 379	572	1 324	696	1 994	-76 %	132 %	-47 %	186 %	
Total	6 427	9 001	8 457	8 611	19 537	40 %	-6 %	2 %	127 %	
ii) Contributions au DCC déclarées par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement										
FACTOR	761	749	946	1 243	2 999	-2 %	26 %	31 %	141 %	
MUSICACTION	339	337	343	302	1 390	-1 %	2 %	-12 %	360 %	
Organismes musicaux	319	461	588	2 023	3 081	45 %	27 %	244 %	52 %	
Regroupements d'artistes	810	753	1 068	1 264	1 850	-7 %	42 %	18 %	46 %	
Écoles ou bourses StarMaker Fund /	140	154	279	357	618	10 %	80 %	28 %	73 %	
Fonds Radio Star Autres initiatives de DTC		2	23	0	0					
admissibles	50	72	141	349	1 107	46 %	95 %	148 %	217 %	
Total	2 418	2 528	3 387	5 538	11 045	5 %	34 %	64%	99%	
iii) Contributions au DCC liées	à des mo	difications d	le contrôle o	u de propr	iété					
FACTOR	2 822	3 132	2 580	4 023	5 711	11 %	-18 %	56 %	42 %	
MUSICACTION	1 373	1 125	1 464	1 033	992	-18 %	30 %	-29 %	-4 %	
Organismes musicaux	476	543	436	2	65	14 %	-20 %	-100 %	3 382 %	
Regroupements d'artistes	528	795	529	490	2 466	51 %	-33 %	-7 %	404 %	
Écoles ou bourses StarMaker Fund/	111	166	354	114	379	49 %	114 %	-68 %	233 %	
Fonds Radio Star Autres initiatives de DTC	6 425	6 400	5 975	8 093	10 508		-7 %	35 %	30 %	
admissibles	592	329	354	0	394	-44 %	8 %			
Total	12 327	12 489	11 692	13 755	20 515	1 %	-6 %	18 %	49 %	
Total des contributions annuelles i), ii) et iii)		24 017	23 536	27 904	51 097	13 %	-2 %	19 %	83 %	

Notes:

Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour la période allant du (1) 1<sup>er</sup> septembre au 31 août.

<sup>(2)</sup> (3) Englobe les contributions versées aussi bien en vertu du régime de DTC que de DCC. De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Les chiffres de 2009 incluent les contributions par les services de radio par satellite. Les chiffres de 2008 ont été modifiés depuis la publication du dernier rapport. (4)

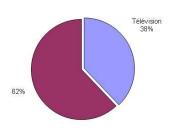
<sup>(5)</sup> 

## 4.3 Télévision

# Aperçu du secteur

L'industrie de la télédiffusion transmet plus de 700 services de télévision aux Canadiens. Cette industrie se compose de quelques grands groupes de propriété qui récoltent plus de 88 % des revenus de la télévision privée traditionnelle et des services payants, de TVC, de VSD ou spécialisés.





Le secteur de la télévision privée traditionnelle de langue anglaise compte trois principaux groupes de propriété : CTVglobemedia Inc. (CTVglobemedia), dont la part de marché lui vaut 47 % des revenus, Canwest Media Inc. (Canwest) avec 33 % des revenus et Rogers Broadcasting Limited (Rogers) avec 14 %. Le marché de la télévision privée traditionnelle de langue française compte deux grands exploitants : Quebecor Inc. (Quebecor) qui obtient 65 % des revenus du marché et Remstar (V) qui en obtient 23 %.

Le marché des services de télévision payante, de TVC, de VSD et spécialisés de langue anglaise comprend cinq grands groupes de propriété : CTVglobemedia, dont la part de marché lui vaut 33 % des revenus, Corus Entertainment Inc. (Corus) avec 17 % des revenus, Canwest avec 16 %, Rogers avec 13 % et Astral Media Inc. (Astral Media) avec 10 %. Le secteur des services de télévision payante, de TVC, de VSD et spécialisés de langue française compte trois grands exploitants : Astral Media dont la part de marché lui vaut 48 % des revenus, CTVglobemedia avec 27 % des revenus et la SRC avec 15 %.

L'industrie comprend en outre un diffuseur public national aussi bien sur le marché de langue anglaise que le marché de langue française, ainsi que plusieurs diffuseurs publics provinciaux.

Coup d'œil sur la télévision

	2008	2009	Croissance
Services de télévision autorisés à diffuser au Canada	707	704	-0,4 %
Langue anglaise	453	459	2,9 %
Langue française	125	111	-11,2 %
Langue tierce	129	134	3,9 %
Revenus (millions \$)	5 486	5 467	-0,3 %
Télévision privée traditionnelle	2 138	1 971	-7,9 %
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	2 936	3 105	5,8 %
Télévision traditionnelle SRC	412	392	-4,8 %
BAII (millions \$)			
Services privés de télévision traditionnelle	8,0	-116,4	
Services payants, de TVC, VSD et spécialisés	648,2	728,7	12,4 %
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de tous les Canadiens de 2 ans et +	26,5	26,1	-1,5 %
Moyenne d'écoute (%) hebdomadaire des émissions canadiennes			
Services canadiens de langue anglaise (sauf marché francophone du Québec)	43,3 %	47,0 %	
Services canadiens de langue française (marché francophone du Québec)	64,1 %	67,3 %	
Dépenses en émissions canadiennes (millions \$)	2 431	2 429	-0,1 %
Dépenses en émissions canadiennes (% du total)			
CBC/SRC	27,5 %	27,1 %	
Télévision privée traditionnelle	25,5 %	24,7 %	
Services payants et spécialisés	43,3 %	44,3 %	
Autres services publics et à but non-lucratif	3,6 %	4,0 %	

# Informations statistiques – Télévision

Tableau 4.3.1 Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada

	Lan angl			gue çaise		igue rce		langues indues
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
Services canadiens de télévision traditionnelle <sup>1</sup>								
Radiodiffuseur public du Canada (SRC)								
Services détenus et exploités	15	15	11	11	-	-	26	26
Services numériques de transition <sup>7</sup>	4	4	3	3	-	-	7	7
Privés, commerciaux 8	75	70	20	20	6	6	101	96
Religieux <sup>9</sup>	7	7	-	-	-	-	7	7
Éducatifs	4	4	3	3	-	-	7	7
Autochtones	5	5	-	-	-	-	5	5
Numériques de transition <sup>7</sup>	9	11	3	3	3	3	15	17
Services canadiens spécialisés, payants, de TVC et de VSD								
Services spécialisés analogiques	30	30	14	14	5	5	49	49
Services numériques spécialisés de catégorie 1	15	15	3	3	-	-	18	18
Services numériques spécialisés de catégorie 2 <sup>2</sup>	52	55	3	3	28	28	83	86
Services payants <sup>3</sup>	8	8	2	2	6	6	16	16
Services de TVC par SRD et terrestres	11	10	2	1	-	-	13	11
Services VSD <sup>4</sup>	23	32	2	1	-	-	25	33
Autres services canadiens								
Chaînes communautaires <sup>5</sup>	91	84	48	35	-		139	119
Services de programmation communautaire	11	11	1	2	-	-	12	13
Chambre des Communes - La Chaîne d'affaires publiques								
par câble inc. (CPAC)	1	1	1	1	-	-	2	2
Services non canadiens <sup>6</sup>								
Services par satellite autorisés à être distribués au Canada	92	97	9	9	81	86	182	192
Total des services de télévision	453	459	125	111	129	134	707	704

Notes: À l'exclusion des EDRC, réémetteurs, services de télévision exemptés et services spécialisés dont l'autorisation est expirée. Quelques licences de réseau sont également exclues. Sont regroupés, sous la rubrique « langue anglaise », les services bilingues (français et anglais) et les services autochtones.

- 1. Inclut les services du satellite au câble.
- 2. Englobe uniquement les services numériques spécialisés de catégorie 2 en ondes au 31 décembre 2009. En date du 31 décembre 2008, le Conseil avait approuvé 348 services numériques spécialisés de catégorie 2.
- 3. Englobe uniquement les services payants en ondes au 31 décembre 2009, sur les 28 que le Conseil avait approuvés.
- 4. Nombre de services approuvés, mais pas nécessairement exploités. Un service de langue française, 18 de langue anglaise et 14 services bilingues de VSD ont déjà été approuvés. On calcule qu'au 31 décembre 2008 21 d'entre eux étaient en ondes.
- 5. Nombre de titulaires d'EDR de classe 1 ayant fait état de dépenses pour une chaîne communautaire en date du 31 août. Exclut les EDR de classes 2 et 3.
- 6. La distribution de ces services autorisés est à la discrétion de l'EDR. Voir l'annexe 2 de *Listes révisées des services par satellite admissibles*, avis public de radiodiffusion CRTC 2010-57, 4 février 2010, pour la liste complète des services admissibles au 31 décembre 2009.
- 7. Nombre de services de télévision numérique en direct de transition qui sont approuvés, mais pas nécessairement exploités. Au 31 décembre 2009, il y avait 24 de ces stations en ondes. Pour la liste complète, voir le tableau 4.3.2.
- 8. Exclut les stations de télévision privées et commerciales à caractère religieux.
- 9. Inclut cinq stations de télévision en direct privées et commerciales.

Source: Rapport APP1205 du CRTC en date du 5 janvier 2010, décisions du CRTC et données recueillies par le CRTC

Stations de télévision traditionnelle numérique **Table 4.3.2** 

Marché	Station de radiodiffusion	Langue	Indicatif	Radiodiffuseur
Calgary		A	CICT	Canwest
		Α	CFCN	CTVglobemedia
Edmonton		A	CITV	Canwest
Hamilton		A	СНСН	Canwest
		A	CITS	Crossroads
	R	A	CKXT-1	Quebecor
London	R	A	CKXT-2	Quebecor
Montréal		F	CJFP	Remstar
		F	CIVM	Télé-Québec
		F	CBFT	SRC
		A	CBMT	CBC
Ottawa		F	CBOFT	SRC
		A	СВОТ	CBC
	R	M/A	CFMT-2	Rogers
	R	M/A	CJMT-2	Rogers
	R	A	CKXT-3	Quebecor
Québec		F	CBVT	SRC
Toronto	R	F	CBLFT	CBC
		A	CBLT	CBC
		M/A	CFMT	Rogers
		A	CFTO	CTVglobemedia
		A	CIII-41	Canwest
		A	CITY	Rogers
		M/A	CJMT	Rogers
V		A	CKXT	Quebecor
Vancouver		Α	CBUT	CBC
		Α	CHAN	Canwest
		A	CKVU	Rogers
		M/A	CHNM	Rogers

Notes:

- 1. Stations en ondes en date du 30 Juin 2010.
- 2. A=anglais, F=français, M/A=multilingue/anglais, R=réémetteur
- L'information contenue dans ce tableau est sujette à changements en raison de la mise en ondes par les radiodiffuseurs de stations de télévision numériques en vue de l'échéance d'août 2011 (Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167).

Source: Base de données d'Industrie Canada

Tableau 4.3.3 Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge

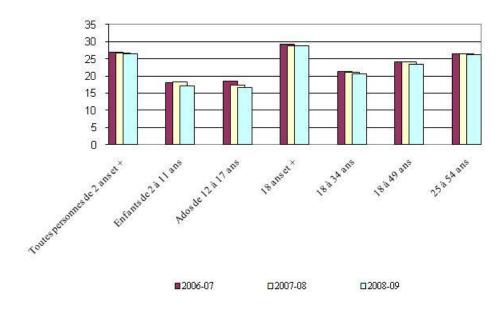
	2006-07	2007-08	2008-09
Toutes personnes de 2 ans et +	26,8	26,6	26,5
Croissance annuelle	-0,4 %	-0,7 %	-0,4 %
Enfants de 2 à 11 ans	18,1	18,2	17,2
Croissance annuelle	-0,5 %	0,6 %	-5,5 %
Ados de 12 à 17 ans	18,5	17,4	16,6
Croissance annuelle	-1,6 %	-5,9 %	-4,6 %
18 ans et +	29,2	28,8	28,8
Croissance annuelle	0,7 %	-1,4 %	0,0 %
18 à 34 ans	21,2	21,1	20,6
Croissance annuelle	0,0 %	-0,5 %	-2,4 %
18 à 49 ans	24,0	24,0	23,5
Croissance annuelle	-0,8 %	0,0 %	-2,1 %
25 à 54 ans	26,5	26,5	26,1
Croissance annuelle	-1,9 %	0,0 %	-1,5 %

Source: BBM Nielsen (données par audimètres)

Note:

Saisons de télévision : 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008, 1er septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (06-07 à 07-08) et toutes personnes 2 ans et +, lundi au dimanche, 2h à 2h (08-09).

Graphique 4.3.1 Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge



Source: BBM Nielsen (données par audimètres)

Note: Saisons de télévision : 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008, 1er septembre 2008

au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (06-07 à 07-08) et

toutes personnes 2 ans et +, lundi au dimanche, 2h à 2h (08-09).

Tableau 4.3.4 Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type de service (ensemble du Canada sauf marché de langue française du Québec) – saisons de télévision 2005-2006 à 2008-2009<sup>1</sup> – volet 1 de 2

Dent 425-2-16 (0/)	2005-	2006-	2007-	2008-	Écart entre 2005-06 et
Part d'écoute (%)	2006	2007	2008	2009	2008-09
Services canadiens					
Langue anglaise CBC	5,7	5,0	5,4	4,9	-0,8
Traditionnels privés	26,9	25,6	23,9	22,2	-0,8 -4,7
Spécialisés	28,9	28,4	28,4	29,4	0,5
Payants	4,3	4,8	5,3	5,1	0,3
Numériques payants et spécialisés	2,9	3,4	4,2	3,1 4,6	1,7
			2,6	ŕ	
Autres services <sup>2</sup>	2,7	2,7		2,4	-0,3
Total services de langue anglaise	71,3	69,6	69,8	68,6	-2,7
Pourcentage de croissance	1 %	-2 %	0 %	-2 %	
Langue française					
SRC	0,5	0,7	0,6	0,5	0,0
Traditionnels privés en direct	0,5	0,6	0,6	0,5	0,0
Télé-Québec	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Autres services <sup>3</sup>	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Spécialisés	0,5	0,7	0,6	0,6	0,1
Payants	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Numériques payants et spécialisés	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total services de langue française	1,7	2,2	2,0	1,7	0,0
Pourcentage de croissance	21 %	29 %	-9 %	-15 %	
Langues tierces					
Privés traditionnels en direct	1,2	1,2	1,4	1,4	0,2
Spécialisés	0,3	0,3	0,4	0,4	0,1
Numériques	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
APTN	0,1	0,2	0,2	0,1	0
Total services de langues tierces	1,6	1,7	1,9	1,9	0,3
Pourcentage de croissance	-11 %	6%	12 %	0 %	
Services communautaires	0,9	0,9	1,0	1,1	0,2
VSD et télé de TVC	0,4	0,4	0,5	0,8	0,4
Total services canadiens	75,9	74,9	75,3	74,0	-1,9
Pourcentage de croissance	1 %	-1 %	1 %	-2 %	

Tableau 4.3.4 Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type de service (ensemble du Canada sauf marchés francophone du Québec) - saisons de télévision 2005-2006 à 2008-2009<sup>1</sup> – volet 2 de 2

						Écart entre
		2005-	2006-	2007-	2008-	2005-06 et
Part d'écoute (%)		2006	2007	2008	2009	2008-09
Services non canadiens						
Américains traditionnels		13,7	12,8	11,8	10,9	-2,8
Américains spécialisés		8,4	9,7	9,4	9,7	1,3
Internationaux		0,1	0,1	0,2	0,3	0,2
Total des services non canadiens		22,2	22,6	21,4	21,0	-1,2
	Pourcentage de croissance	-4 %	2 %	-5 %	-2 %	
Divers		2,0	2,7	3,5	5,1	3,1
	Pourcentage de croissance	11 %	35 %	30 %	46 %	
Part d'écoute totale	•	100	100	100	100	100
Total d'heures (millions)		654,0	659,2	644,2	650,1	-3,9
	Pourcentage de croissance	5 %	1 %	-2 %	1 %	

Notes: Saisons de télévision : 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008, 1er septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08) et toutes personnes 2 ans et +, lundi au dimanche, 2h à 2h (08-09).

Source: Nielsen Recherche Média (05-06) et BBM Nielsen (06-07, 07-08, 08-09)

Inclut ACCESS, Knowledge, SCN, TVO, CTS et CJIL.

Inclut TFO.

De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Tableau 4.3.5 Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type de service, dans le marché francophone du Québecsaisons de télévision 2005-2006 à 2008-2009<sup>1</sup>

saisons de television 2005-2000	) a 2000-20	107			
Part d'écoute (%)	2005- 2006	2006- 2007	2007- 2008	2008- 2009	Écart entre 2005-06 et 2008-09
Services canadiens	2000	2007	2000	2007	2000 07
Langue française					
SRC	14,5	12,8	13,8	13,4	-1,1
Traditionnels privés	40,4	37,8	35,6	33,8	-6,6
Télé-Québec	3,2	3,1	3,5	3,6	0,4
Autres services <sup>2</sup>	0,2	0,2	0,2	0,1	-0,1
Spécialisés	29,7	34,0	34,4	36,1	6,4
Payants	4,1	4,5	4,5	3,8	-0,3
Numériques payants et spécialisés	0,9	1,3	2,0	2,2	1,3
Total services de langue française	93,0	93,6	93,9	93,0	0,0
Pourcentage de croissance	1 %	1 %	0 %	-1 %	
Langue anglaise					
CBC	0,6	0,5	0,5	0,6	0,0
Traditionnels privés en direct	2,0	2,0	1,7	1,8	-0,2
Spécialisés	1,9	1,7	1,9	2,3	0,4
Payants	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3
Numériques payants et spécialisés	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Total services de langue anglaise	4,6	4,2	4,2	5,2	0,6
Pourcentage de croissance	0 %	-9 %	0 %	24 %	
Langues tierces					
Traditionnels privés en direct	0,2	0,3	0,1	0,1	-0,1
Spécialisés	0,1	0,0	0,1	0,0	-0,1
Numériques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
APTN	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Total services de langues tierces	0,4	0,3	0,2	0,2	-0,2
Services communautaires	0,3	0,3	0,2	0,2	-0,1
Services de VSD et de TVC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services canadiens	98,2	98,5	98,5	98,6	0,4
Pourcentage de croissance	0,4 %	0 %	0 %	0 %	
Services non canadiens					
Américains traditionnels	1,0	0,8	0,8	0,8	-0,2
Américains spécialisés	0,8	0,8	0,6	0,6	-0,2
Internationaux	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services non canadiens	1,9	1,6	1,4	1,5	-0,4
Pourcentage de croissance	-14 %	-16 %	-13 %	7 %	0.5
Divers	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Part d'écoute totale	100	100	100	100	
Total d'heures (millions)	189,0	191,2	202,6	205,8	16,8
Pourcentage de croissance	2 %	1 %	6 %	2 %	

Notes: Saisons de télévision : 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008; du 1<sup>er</sup> septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08). Toutes personnes 2 ans et +, 2 h à 2 h (08-09).

Source: Sondages BBM

Inclut TFO.

De légères variances sont dues l'arrondissement.

Tableau 4.3.6 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens de langues

française et anglaise, selon l'origine et le genre d'émission et la région

		vices de la						ue française			
	L	'ensemble	du Canad	la	Marché francophone du Québec						
	(sa	uf marché	francopho	one							
		du Québec)									
(millions)	2005-	2006-	2007-	2008-	2005-	2006-	2007-	2008-			
(IIIIIIOIIS)	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009			
Nouvelles, analyses et interprétation	59,4	61,8	59,8	65,4	41,6	38,7	38,7	68,7			
Pourcentage canadien	95,6 %	95,7 %	95,2 %	95,0 %	99,0%	99,0 %	99,0 %	99,5 %			
Pourcentage du total	14,6 %	15,3 %	15,1 %	17,2 %	24,7 %	22,9 %	21,8 %	32,8 %			
Documentaires de longue durée	20,6	21,9	22,8	21,3	9,3	9,3	9,9	10,9			
Pourcentage canadien	56,2 %	53,9 %	52,0 %	51,1 %	54,0 %	53,2 %	49,4 %	48,8 %			
Pourcentage du total	5,1 %	5,4 %	5,8 %	5,6 %	5,5 %	5,5 %	5,5 %	5,2 %			
Sports	52,1	40,8	43,9	38,6	11,6	10,4	14,8	12,6			
Pourcentage canadien	69,8 %	68,5 %	72,4 %	67,8 %	80,0 %	78,3 %	84,5 %	77,4 %			
Pourcentage du total	12,8 %	10,1 %	11,1 %	10,2 %	6,9 %	6,1 %	8,3 %	6,0 %			
Dramatiques/comédies	174,6	181,8	171,3	163,4	66,7	72,0	74,3	74,7			
Pourcentage canadien	21,7 %	20,0 %	20,4 %	21,3 %	35,0 %	36,6 %	32,5 %	31,9 %			
Pourcentage du total	42,9 %	45,0 %	43,3 %	43,1 %	39,7 %	42,5 %	41,7 %	35,7 %			
Musique/Danse/Variétés	16,5	10,8	10,2	9,3	6,0	5,1	4,1	5,1			
Pourcentage canadien	75,5 %	53,6 %	49,7 %	48,0 %	100 %	91,7 %	78,0 %	81,8 %			
Pourcentage du total	4,0 %	2,7 %	2,6 %	2,4 %	3,6 %	3,0 %	2,3 %	2,4 %			
Autres	83,6	87,0	87,3	81,3	32,9	33,9	36,3	37,5			
Pourcentage canadien	33,8 %	35,2 %	34,8 %	37,7 %	83,0 %	82,5 %	85,3 %	78,8 %			
Pourcentage du total	20,6 %	21,5 %	22,1 %	21,4 %	19,6 %	20,0 %	20,4 %	17,9 %			
	·										
Total	406,7	404,1	395,3	379,3	168,1	169,4	178,1	209,5			
Pourcentage canadien	45,1 %	42,5 %	43,3 %	44,8 %	66,0 %	65,2 %	64,1 %	67,7 %			

Notes:

Pour les services de langues française et anglaise :

- 1. Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émissions.
- Saisons de télévision : 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008; du 1er septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08). Toutes personnes 2 ans et +, 2 h à 2 h (08-09).

Pour les services de langue anglaise :

- 3. Englobe l'écoute des stations à caractère ethnique.
- Les chiffres de 2005 à 2007 ont été révisés pour refléter un changement de méthodologie.

Source: Nielsen Recherche Média (05-06) BBM Nielsen (06-07, 07-08, 08-09)

Pour les services de langue française :

Source: Sondages BBM

Tableau 4.3.7 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision traditionnelle privée de langues française et anglaise, selon l'origine et le genre d'émission et la région

çaise Québec
2000
2000
2009
24,6
99,9 %
35,8 %
0,6
87,7 %
0,9 %
1,0
96,5 %
1,4 %
23,9
27,5 %
34,7 %
2,8
79,2 %
4,0 %
15,9
79,5 %
23,1 %
68,8
69,2 %

Notes:

Pour les services de langues française et anglaise :

- 1. Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émissions.
- Saisons de télévision: 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008; du 1<sup>er</sup> septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08). Toutes personnes 2 ans et +, 2 h à 2 h (08-09).

Pour les services de langue anglaise :

- 3. Englobe l'écoute des stations à caractère ethnique.
- 4. Les chiffres de 2005 à 2007 ont été révisés pour refléter un changement de méthodologie.

Source: Nielsen Recherche Média (05-06) et BBM Nielsen (06-07, 07-08, 08-09)

Pour les services de langue française :

Source: Sondages BBM

Tableau 4.3.8 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision traditionnelle de langues française et anglaise de la CBC, selon l'origine et le genre d'émission et la région

anguise de la		vices de la					ngue fran	
		ensemble '	-				hone du (	
	(sau	uf marché	francopho	one		•		
		du Que	ébec))					
/ '11'	2005-	2006-	2007-	2008-	2005-	2006-	2007-	2008-
(en millions)	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Nouvelles, analyses et interprétation	4,9	5,3	5,4	6,4	7,8	7,3	6,9	7,5
Pourcentage canadien	98,5 %	100 %	100 %	99.8 %	100 %	100 %	100 %	99,9 %
Pourcentage du total	14,7 %	17,6 %	15,5 %	21,0 %	28,8 %	30,0 %	24,8	27,2 %
Documentaires de longue durée	1,1	1,3	1,4	1,4	0,4	0,5	0,4	0,5
Pourcentage canadien	87,6 %	85,6 %	86,9 %	93,9 %	100 %	87,5 %	91,3 %	93,2 %
Pourcentage du total	3,3 %	4,2 %	4,0 %	4,6 %	1,5 %	1,9 %	1,3 %	1,9 %
					1,5 /0			
Sports	15,3	10,8	15,2	7,8	1,6	0,2	2,4	0,7
Pourcentage canadien	100 %	99,9 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	92,6 %
Pourcentage du total	45,7 %	35,9 %	43,5 %	25,5 %	5,9 %	0,8 %	8,7 %	2,5 %
Dramatiques/ comédies	10,6	10,7	10,2	9,2	8,7	8,8	9,2	9,1
Pourcentage canadien	37,1 %	31,3 %	39,7 %	44,9 %	61,0 %	62,7 %	63,0 %	62,0 %
Pourcentage du total	31,7 %	35,3 %	29,2 %	30,1 %	32,1 %	36,1 %	33,1 %	33,1 %
Musique/Danse/ Variétés	0,3	0,1	0,2	0,2	0,7	0,8	0,8	0,5
Pourcentage canadien	95,2 %	91,1 %	89,3 %	92,4 %	100 %	99,8 %	99,7 %	100 %
Pourcentage du total	1,0 %	0,5 %	0,7 %	0,6 %	2,6 %	3,5 %	2,8 %	1,7 %
Autres	1,2	2,0	2,5	5,6	7,9	6,8	8,2	9,2
Pourcentage canadien	93,4 %	94,9 %	88,1 %	41,8 %	91,0 %	99,6 %	99,8 %	100 %
Pourcentage du total	3,5 %	6,6 %	7,1 %	18,3 %	29,2 %	27,8 %	29,4 %	33,6 %
Total	33,4	30,2	34,9	30,5	27,1	24,3	27,9	27,4
Pourcentage canadien	79,1 %	74,7 %	80,9 %	72,4 %	85,0 %	86,2 %	87,6 %	87,1 %

## Notes:

Pour les services de langues française et anglaise :

- 1. Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émissions.
- 2. Saisons de télévision : 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008; du  $1^{er}$  septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08). Toutes personnes 2 ans et +, 2 h à 2 h (08-09).

Pour les services de langue anglaise :

Source: Nielsen Recherche Média (05-06) et BBM Nielsen (06-07, 07-08, 08-09)

Pour les services de langue française :

Source : Sondages BBM

Tableau 4.3.9 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés de langues française

et anglaise, selon l'origine et le genre d'émission, et la région

et aligiaise, sei	UII I UI I	gine et n	c genre	u ciiiss	non, ct	ia regi	<i>)</i> 11	
	Serv	vices de la	ngue angl	aise	Servi	ices de la	ngue fran	çaise
	L	'ensemble	du Canac	la	March	é francop	hone du (	Québec
	(sa	uf marché	francophe	one				
		du Qu	ébec)					
( '11'	2005-	2006-	2007-	2008-	2005-	2006-	2007-	2008-
(millions)	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Nouvelles, analyses et interprétation	19,1	22,2	21,2	11,5	5,1	5,1	4,6	32,1
Pourcentage canadien	91,7%	92,7 %	91,3 %	83,2 %	88,0 %	92,7 %	92,0 %	98,9 %
Pourcentage du total	9,4 %	10,6 %	10,2 %	5,6 %	8,6 %	7,5 %	6,4 %	31,6 %
Documentaires de longue durée	15,7	16,4	17,2	15,2	6,8	7,6	8,4	9,1
Pourcentage canadien	53,4 %	49,3 %	48,5 %	47,0 %	47,0 %	49,7 %	45,7 %	44,4 %
Pourcentage du total	7,7 %	7,8 %	8,3 %	7,4 %	11,4 %	11,3 %	11,7 %	9,0 %
Sports	33,4	27,3	26,3	29,0	9,1	9,6	11,6	10,9
Pourcentage canadien	62,6 %	61,8 %	63,0 %	63,3 %	75,0 %	76,4 %	79,5 %	74,7 %
Pourcentage du total	16,3 %	13,1 %	12,6 %	14,2 %	15,3 %	14,2 %	16,1 %	10,7 %
Dramatiques/comédies	89,3	100,3	98,9	104,2	29,2	35,0	36,2	37,3
Pourcentage canadien	30,9 %	25,9 %	23,7 %	22,1 %	35,0 %	34,2 %	25,0 %	24,9 %
Pourcentage du total	43,7 %	48,0 %	47,5 %	51,0 %	49,2 %	51,8 %	50,3 %	36,7 %
Musique/Danse/Variétés	11,4	5,7	5,5	4,4	2,7	2,6	2,1	1,5
Pourcentage canadien	94,1 %	80,6 %	73,5 %	78,4 %	79,0 %	85,0 %	81,4 %	77,4 %
Pourcentage du total	5,6 %	2,7 %	2,7 %	2,2 %	4,5 %	3,9 %	2,9 %	1,5 %
Autres	35,6	37,1	39,0	39,9	6,5	7,7	9,2	10,6
Pourcentage canadien	47,5 %	48,3 %	46,1 %	46,7 %	69,0 %	66,6 %	68,0 %	59,2 %
Pourcentage du total	17,4 %	17,7 %	18,7 %	19,5 %	10,9 %	11,4 %	12,7 %	10,5 %
Total	204,6	209,1	208,2	204,3	59,4	67,5	72,0	101,6
Pourcentage canadien	49,9 %	45,0 %	43,1 %	39,5 %	53,0 %	52,0 %	47,5 %	60,0 %
	•							

Notes:

Pour les services de langues française et anglaise :

- 1. Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émissions.
- 2. Saisons de télévision : 29 août 2005 au 27 août 2006; 28 août 2006 au 26 août 2007; 27 août 2007 au 31 août 2008; du  $1^{er}$  septembre 2008 au 30 août 2009. Toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h (05-06 à 07-08). Toutes personnes 2 ans et +, 2 h à 2 h (08-09).

Pour les services de langue anglaise :

- 3. Englobe l'écoute des stations à caractère ethnique.
- 4. Les chiffres de 2005 à 2007 ont été révisés pour refléter un changement de méthodologie.

Source : Nielsen Recherche Média (05-06) et BBM Nielsen (06-07, 07-08, 08-09)

Pour les services de langue française :

Source : Sondages BBM

Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés anglophones et françophones – volet 1 de 2 **Tableau 4.3.10** 

les marchés anglophones et francophones – volet 1 de 2												
Part d'écoute (%)	20	006-2007		20	007-2008		20	008-2009				
rait d ecoute (%)	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total			
		March	né canad	lien de langue	anglaise							
	L'ense			ıf le marché fr		ı Québe	ec					
CTVglobemedia 10	18,5	15,6	34,0	17,7	15,7	33,4	17,1	16,4	33,5			
Services de langue anglaise	18,5	15,4		17,7	15,6	<u> </u>	17,1	16,2	,			
Services de langue française	-	0,2		-	0,1		-	0,2				
Canwest 14, 15	13,1	2,2	15,3	11,4	11,5	22,8	9,2	12,9	22,1			
Services de langue anglaise	13,1	2,2		11,4	11,5		9,2	12,9				
Services de langue française	-	-		-	-		-	-				
Corus <sup>9, 10, 15</sup>	0,4	9,7	10,1	0,3	9,6	10,0	0,4	9,5	10,0			
Services de langue anglaise	0,4	9,7		0,3	9,6		0,4	9,5				
Services de langue française	-			-	-		-	-				
CBC <sup>8, 12</sup>	7,2	1,7	8,8	7,7	1,9	9,5	6,8	2,0	8,8			
Services de langue anglaise	6,2	1,4		6,9	1,7		6,1	1,8				
Services de langue française Rogers <sup>13</sup>	1,0	0,2	2.0	0,8	0,2	0.2	0,7	0,2	7.0			
Services de langue anglaise	1,5 <i>1,5</i>	2,5 2,5	3,9	5,6	2,8	8,3	5,2 5,2	2,8 2,8	7,9			
Services de langue française	1,3	2,3		5,6	2,8		3,2	2,0				
Astral 15	-	5,8	5,8	-	6,2	6,2	_	5,7	5,7			
Services de langue anglaise	_	5,4	3,6	_	5,9	0,2		5, <i>4</i>	3,7			
Services de langue française	-	0,4		_	0,3		_	0,3				
Autres 12, 15, 16	7,1	14,8	21,9	3,4	6,3	9,7	4,4	7,5	11,9			
Services de langue anglaise	6,3	14,5	21,5	2,5	6,0	','	3,7	7,3	11,,,			
Services de langue française	0,9	0,3		1,0	0,3		0,7	0,3				
Total des heures (en M)	225,8	246,6	472,5	213,8	249,5	463,4	199,5	262,9	462,4			
				ien de langue	française			•				
				ncophone du (								
15				_								
Quebecor 15	25,5	3,3	28,9	25,6	4,1	29,7	26,3	4,7	31,0			
Services de langue française	25,5	3,3		25,6	4,1		26,3	4,7				
Services de langue anglaise	-	-		-	-		0,0	0,0				
SRC 8, 12	12,4	4,1	16,5	14,4	3,3	17,7	14,0	4,6	18,6			
Services de langue française	11,9	4,1		13,9	3,2	,.	13,5	4,5	1 - 0,0			
Services de langue anglaise	0,5	0,0		0,5	0,0		0,6	0,1				
Astral <sup>15</sup>			17.2			17.4	0,0		17.2			
	-	17,3	17,3	-	17,4	17,4	-	17,3	17,3			
Services de langue française	-	17,3		-	17,4		-	17,0				
Services de langue anglaise	-	-		-	-		-	0,3				
CTVglobemedia 10	1,3	6,5	7,8	1,0	7,2	8,2	1,1	7,0	8,1			
Services de langue française	-	5,4		-	6,1		-	5,7				
Services de langue anglaise	1,3	1,1		1,0	1,1		1,1	1,3				
Remstar (TQS) 11	10,7	-	10,7	8,4	-	8,4	5,8	-	5,8			
Services de langue française	10,7	-		8,4	-		5,8	-				
Services de langue anglaise	-	-		-	-		-	-				
Autres 12, 14,15	7,7	11,1	18,9	6,8	11,8	18,5	6,9	12,4	19,3			
Services de langue française	6,6	10,4		6,0	10,9		6,1	11,1				
Services de langue anglaise	1,1	0,6	10	0,8	0,8	400-	0,8	1,3	202.0			
Total des heures (en M)	107,9	79,3	187,2	111,7	86,8	198,5	109,5	92,5	202,0			

 $Source: BBM\ Nielsen\ /\ Sondages\ BBM$ 

# Table 4.3.10 Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés anglophones et francophones – volet 2 de 2

#### Notes:

- Les parts d'écoute de CTVglobemedia, Canwest, Quebecor, Astral et la SRC pour 2006-2007 citées dans l'avis public de radiodiffusion 2008-4 ont été mises à jour pour correspondre à la méthode utilisée dans ce rapport.
- 2. De légères variances sont dues à l'arrondissement.
- 3. Saisons de télévision : du 28 août 2006 au 26 août 2007; du 27 août 2007 au 31 août 2008, 1er septembre 2008 au 30 août 2009.
- 4. Pour 2006-2007 et 2007-2008, les calculs se fondent sur l'écoute moyenne hebdomadaire totale des services traditionnels canadiens par l'ensemble des Canadiens de 2 ans et +, du lundi au dimanche entre 6 h et 6 h. Pour 2008-2009, le calcul se fonde sur l'écoute moyenne totale de services canadiens pour toutes personnes de 2 ans et +, de 2 h à 2 h.
- L'écoute totale se fonde sur l'écoute des stations canadiennes traditionnelles (y compris les stations à caractère ethnique) et celle des services facultatifs (télévision payante et spécialisée, la version VSD de ces mêmes services, mais pas les services de TVC).
- 6. Marché canadien francophone réfère au marché francophone de Sondages BBM au Québec. Marché canadien anglophone réfère au marché de BBM pour l'ensemble du Canada, moins le marché francophone du Québec.
- 7. La date d'entrée en vigueur de la propriété est celle de la décision qui l'approuve, et non la date de signature de la transaction. À l'exception des stations TQS en 2006-2007 (voir note 11), 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 août de chaque année.
- 8. Stations appartenant à la CBC/SRC et exploitées par elle.
- 9. L'écoute de Corus n'englobe pas celle de Telelatino.
- Viva (antérieurement Canadian Learning Television) fait partie du total de Corus pour 2007-2008 à la suite d'un changement dans le contrôle effectif de CTVglobemedia (décision de radiodiffusion 2008-206, 22 août 2008).
- 11. Remstar assume le contrôle effectif de TQS inc., titulaire des stations suivantes : CFJP-TV Montréal (incl. CFJP-DT), CFAP-TV Québec, CFKM-TV Trois-Rivières, CFKS-TV Sherbrooke, CFRS-TV Saguenay et le réseau TQS (décision de radiodiffusion 2008-129, 26 juin 2008). La part d'écoute de ces stations pour 2006-2007 est citée aux fins de comparaison.
- 12. La part d'écoute de la SRC en 2007-2008 (et 2008-2009) comprend celle des stations CKSH-TV Sherbrooke, CKTM-TV Trois-Rivières et CKTV-TV Saguenay à la suite d'une acquisition d'actifs (décision de radiodiffusion 2008-130, 26 juin 2008). Ces stations figurent sous la rubrique « autres » pour la saison de télévision 2006-2007.
- 13. Le total de Rogers pour 2007-2008 <u>inclut</u>: Outdoor Life Network à la suite d'une modification du contrôle (décision de radiodiffusion 2008-138 du 17 juillet 2008); les stations Citytv (CHMI, CKAL, CITY, CKVU et CKEM) à la suite d'une modification du contrôle (décision de radiodiffusion 2007-360 du 28 septembre 2007); et Channel M (CHNM), à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2008-72 du 31 mars 2008). Il <u>exclut</u> les stations CHNU-TV Fraser Valley et CIIT-TV Winnipeg vendues à Christian Channel Inc. (décision de radiodiffusion 2008-71 du 31 mars 2008).
- 14. Le total de Canwest pour 2007-2008 englobe les sociétés d'Alliance Atlantis à la suite d'une modification du contrôle (décision de radiodiffusion 2007-429 du 20 décembre 2007). Le total de Canwest pour 2008-2009 exclut CHCH-TV Hamilton à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-537) et CJNT-TV Montréal à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-536).

15. La rubrique « Autres » englobe les services facultatifs suivants, qui appartiennent à parts égales, à deux sociétés canadiennes :

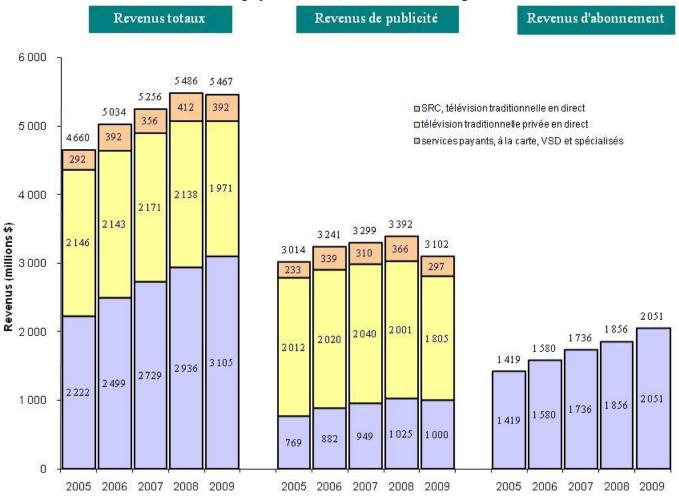
Viewing share (%)	March L'ensemble du Ca	<u>é canadien anglop</u> nada, sauf le marc du Québec	Marché canadien francophone Marché francophone du Québec				
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2006-2007	2007-2008	2008-2009	
Astral 50 % / Canwest 50 %							
Historia [fr.]	0,02	0,10	0,02	1,42	1,64	1,74	
• Séries+ [fr.]	0,02	0,02	0,03	3,32	3,69	3,58	
Astral 50% / Corus 50 %							
• Teletoon [ang.]	2,18	1,83	1,77	0,07	0,09	0,06	
Télétoon [fr.]	0,03	0,04	0,03	3,51	3,18	3,21	
Teletoon Retro [ang.]	s.i	0,39	0,43	s.i	s.i	s.i	
Télétoon Rétro [fr.] HBO Canada	s.i	s.i	0,01	s.i	s.i	0,22	
Teletoon [ang.]	s.i	s.i	0,32	s.i	s.i	s.i	
Canwest 50 % / Quebecor 50	) %						
Mystery [ang.]	0,32	0,49	0,59	s.i	s.i	0,01	

s.i.= sans incidence

<sup>16.</sup> La rubrique « Autres » pour le marché anglophone en 2006-2007 englobe l'écoute des stations Citytv et des services facultatifs d'Alliance Atlantis.

<sup>17.</sup> À cause des limites imposées par le logiciel, des signaux séparés pour HBO Canada East (Astral) et HBO Canada West (Corus) ne sont plus disponibles.

Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, Graphique: 4.3.2 télévision payante, TVC, VSD et services spécialisés



Les revenus de publicité englobent les ventes d'infopublicités. Dans le cas de la SRC, seuls les revenus de publicité sont comptabilisés, non les crédits parlementaires. Les revenus totaux englobent les revenus

- Les chiffres de 2005-2008 ont été mis à jour en fonction des résultats globaux actuels en date du 31 août.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Graphique 4.3.3 Sources de revenus de la télévision traditionnelle (2009)

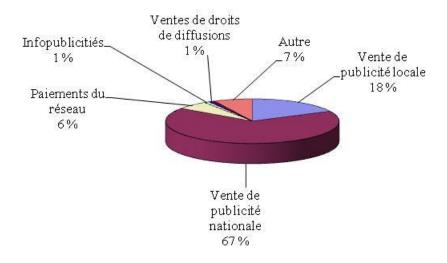


Tableau 4.3.11 Revenus de publicité et autres – stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC

						TCAC
Revenus (millions \$)	2005	2006	2007	2008	2009	2005-2009
Télévision traditionnelle SRC/CBC						
Revenus publicitaires						
Stations de langue anglaise	133	224	203	253	192	10 %
Croissance annuelle	-41 %	69 %	-10 %	25 %	-24 %	
Stations de langue française	100	115	108	113	105	1 %
Croissance annuelle	8 %	14 %	-6 %	5 %	-7 %	
Total des revenus de publicité	233	339	310	366	297	6 %
Croissance annuelle	-26 %	45 %	-8 %	18 %	-19 %	
Autres	59	53	45	46	95	13 %
Croissance annuelle	-1 %	-10 %	-15 %	2 %	107 %	
Total des revenus	292	392	356	412	392	7.6 %
Croissance annuelle	-22 %	34 %	-9 %	16 %	-5 %	

Notes: 1. « Autres » englobe uniquement les revenus commerciaux, et non les crédits parlementaires.

<sup>2.</sup> De légères variances sont dues à l'arrondissement.

<sup>3.</sup> En 2009 « Autres » englobe aussi les revenus corporatifs. Si ces revenus étaient inclus dans les résultats de 2008, la croissance annuelle passerait de -5 % à -20 %

Revenus de publicité et autres – stations privées de télévision **Tableau 4.3.12** traditionnelle

						TCAC
Revenus (millions \$)	2005	2006	2007	2008	2009	2005-2009
Langue anglaise*						
Revenus de publicité	1 683	1 693	1 717	1 679	1 520	-3 %
Croissance annuelle	4 %	1 %	1 %	-2 %	-9 %	
Pourcentage du sous-total	95 %	96 %	96 %	96 %	94 %	
Autres revenus	81	63	73	75	101	6 %
Croissance annuelle	3 %	-22 %	16 %	3 %	35 %	
Pourcentage du sous-total	5 %	4 %	4 %	4 %	6 %	
Sous-total	1 764	1 756	1 790	1 754	1 621	-2 %
Croissance annuelle	4 %	0 %	2 %	-2 %	-8 %	
Langue française						
Revenus de publicité	329	327	323	322	286	-3 %
Croissance annuelle	1 %	-1 %	-1 %	0 %	-11 %	
Pourcentage du sous-total	86 %	84 %	85 %	84 %	82 %	
Autres revenus	54	60	58	62	64	4 %
Croissance annuelle	13 %	11 %	-3 %	7 %	3 %	
Pourcentage du sous-total	14 %	16 %	15 %	16 %	18 %	
Sous-total	383	387	381	384	350	-2 %
Croissance annuelle	3 %	1 %	-2 %	1 %	-9 %	
Total						
Revenus de publicité	2 012	2 020	2 040	2 001	1 806	-3 %
Croissance annuelle	4 %	0 %	1 %	-2 %	-10 %	
Pourcentage du total	94 %	94 %	94 %	94 %	92 %	
Autres revenus	134	123	131	137	165	5 %
Croissance annuelle	6 %	-9 %	7 %	5 %	20 %	
Pourcentage du total	6 %	6 %	6 %	6 %	8 %	
Total	2 146	2 143	2 171	2 138	1 971	-2 %
Croissance annuelle	4 %	0 %	1 %	-2 %	-8 %	
Croissance annuelle	4 %	0 %	1 %	-2 %	-8 %	

Notes : \*Englobe les revenus des stations à caractère ethnique en direct puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.

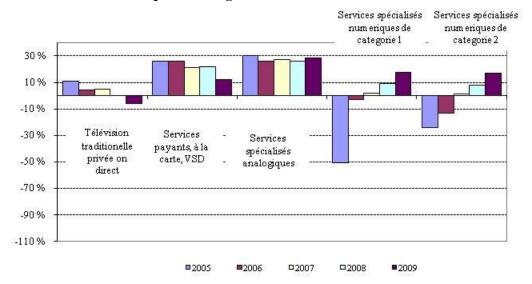
De légères variances sont dues à l'arrondissement.

**Tableau 4.3.13** Revenus des services spécialisés, payants, VSD et TVC, analogiques et numériques

Services         Revenus (en K \$)           Services spécialisés de langue anglaise*	2009 1 615 683 83 324 208 587 1 907 594	406 865 1 120 3 493	409 870	2009	2007	Iarge de BAII 2008	2009
Services spécialisés de langue anglaise*	1 615 683 83 324 208 587	406 865 1 120	409 870		2007	2008	2009
de langue anglaise* Analogiques 1 505 592 1 582 809 Numériques, cat. 1 67 726 74 756 Numériques, cat. 2 147 337 177 409 Sous-total 1 720 654 1 834 974	83 324 208 587	1 120		468 121			
Numériques, cat. 1       67 726       74 756         Numériques, cat. 2       147 337       177 409         Sous-total       1 720 654       1 834 974	83 324 208 587	1 120		468 121			
Numériques, cat. 2 147 337 177 409 Sous-total 1 720 654 1 834 974	208 587		5.065		27,0 %	25,9 %	29,0 %
Sous-total 1 720 654 1 834 974		2 402	5 967	14 274	1,7 %	8,0 %	17,1 %
	1 907 594		16 120	40 156	2,4 %	9,1 %	19,3 %
	- ,	411 479	431 957	522 551	23,9 %	23,5 %	27,4 %
Services spécialisés de langue française							
Analogiques 374 889 397 470	406 620	103 905	98 823	101 644	27,7 %	24,9 %	25,0 %
Numériques, cat. 1 11 181 14 144	17 309	186	2 177	3 391	1,7 %	15,4 %	19,6 %
Numériques, cat. 2 2 338 4 232	7 579	-976	-1 523	-978	-42 %	-36 %	-12,9 %
Sous-total 388 408 415 847	431 508	103 115	99 476	104 057	26,5 %	23,9 %	24,1 %
Services spécialisés ethniques et de langues tierces							
Analogiques 64 129 65 393	62 485	17 577	18 072	17 862	27,4 %	27,6 %	28,6 %
Numériques, cat. 1							
Numériques, cat. 2 8 545 8 090	7 746	-1 035	89	-1 340	-12 %	1,1 %	-17,3 %
Sous-total 72 674 73 483	70 231	16 542	18 161	16 522	22,8 %	24,7 %	23,5 %
Total services spécialisés							
Analogiques 1 944 609 2 045 672	2 084 788	528 348	526 766	587 627	27,2 %	25,8 %	28,2 %
Numériques, cat. 1 78 907 88 900	100 633	1 306	8 143	17 665	1,7 %	9,2 %	17,6 %
Numériques, cat. 2 158 220 189 732	223 912	1 482	14 686	37 838	0,9 %	7,7 %	16,9 %
Sous-total 2 181 736 2 324 304	2 409 333	531 136	549 595	643 130	24,3 %	23,6 %	26,7 %
Services payants, de TVC et de VSD							
Services payants 349 797 360 103 Services de TVC –	402 237	93 882	96 557	47 931	26,8 %	26,8 %	11,9 %
terrestres et par SRD 118 951 129 277	139 650	16 850	18 280	17 512	14,2 %	14,1 %	12,5 %
VSD 78 805 122 649	153 675	5 732	21 702	20 090	7,3 %	17,7 %	13,1 %
Sous-total 547 553 612 028	695 562	116 465	136 539	85 533	21,3 %	22,3 %	12,3 %
Total 2 729 289 2 936 333	3 104 895	647 600	686 135	728 663	23,7 %	23,4 %	23,5 %

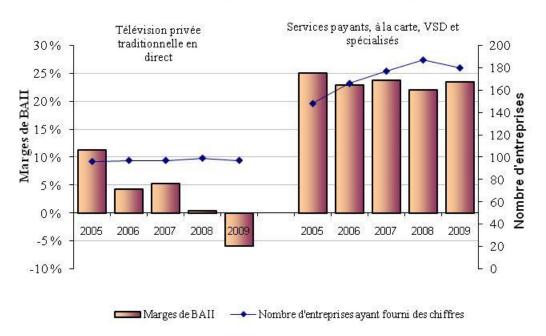
Source : Données recueillies par le CRTC Notes : \* Inclut des services bilingues

Graphique 4.3.4 Marges de BAII cumulées : services commerciaux privés de télévision traditionnelle, payants, TVC, VSD, spécialisés analogiques et numériques de catégories 1 et 2

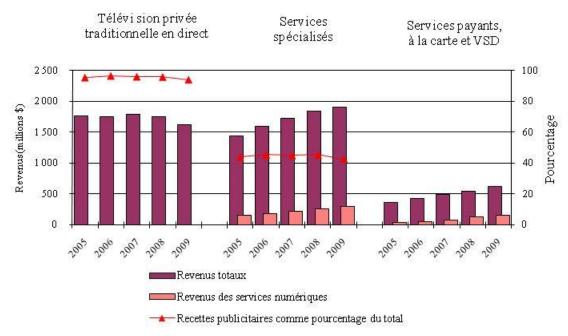


Note: Les chiffres de 2005-2008 ont été mis à jour en fonction des résultats globaux actuels en date du 31 août.

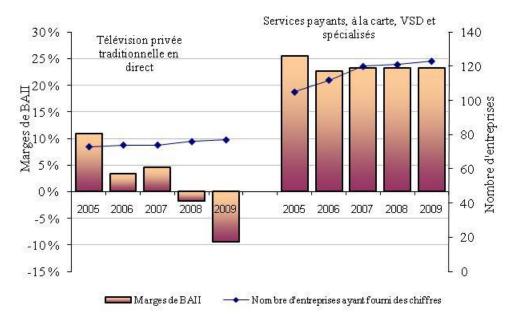
Graphique 4.3.5 Marges de BAII cumulées : services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés



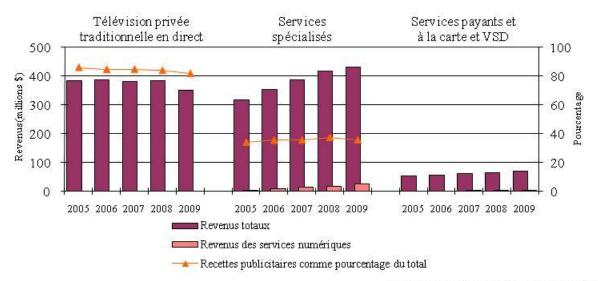
Graphique 4.3.6 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise



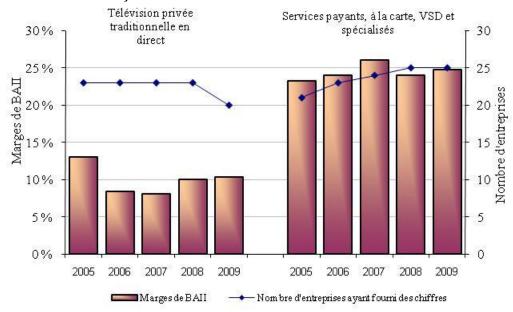
Graphique 4.3.7 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue anglaise



Graphique 4.3.8 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



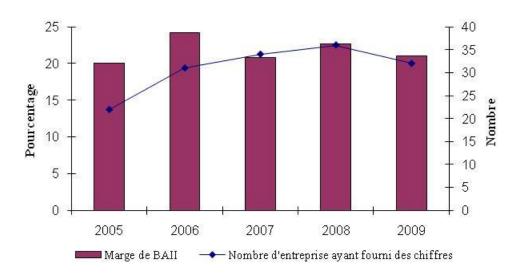
Graphique 4.3.9 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue française



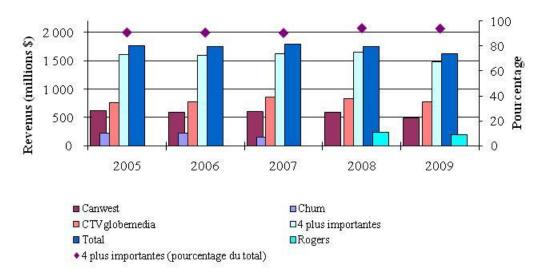
Graphique 4.3.10 Revenus des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère ethnique et en langues tierces



Graphique 4.3.11 Marges de BAII combinées des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère ethnique et en langues tierces



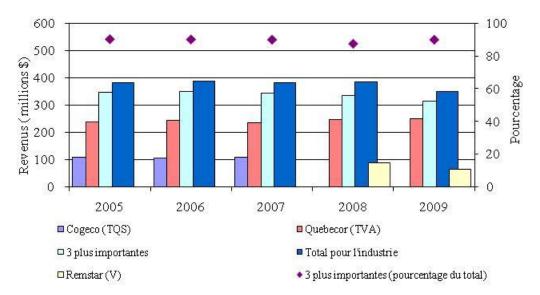
Graphique 4.3.12 Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue anglaise



Notes:

- 1. Calcul fondé sur le nombre de stations traditionnelles détenues ou contrôlées par le groupe de propriété en date du 31 août de chaque année. C'est la date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, qui officialise la propriété. Le revenu annuel complet de la station est attribué au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire en date du 31 août.
- Les résultats de CTVglobemedia et de CHUM limitée reflètent la transaction approuvée dans Transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVglobemedia Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2007-165, 8 juin 2007.
- 3. Les résultats de Canwest pour 2009 excluent CHCH-TV Hamilton suite à une acquisition d'actifs (Décision de radiodiffusion CRTC 2009-537 du 28 août 2009) et CJNT-TV Montréal suite à une acquisition d'actifs (Décision de radiodiffusion CRTC 2009-536 du 28 août 2009).

Graphique 4.3.13 Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue française



Notes: 1. Calcul fondé sur le nombre de stations traditionnelles en direct détenues ou contrôlées par le groupe de propriété le 31 août de chaque année. C'est la date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, qui officialise la propriété. Le revenu annuel complet de la station est attribué au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire le 31 août.

- 2. Dans Modification du contrôle effectif de TQS inc, et renouvellement des licences des entreprises de programmation de télévision CFJP-TV Montréal, CFJP-DT Montréal, CFAP-TV Québec, CFKM-TV Trois-Rivières, CFKS-TV Sherbrooke, CFRS-TV Saguenay et de la licence du réseau TQS, décision de radiodiffusion CRTC 2008-129, 26 juin 2008, le Conseil a approuvé, sous réserve de conditions d'approbation, l'achat par Remstar Diffusion inc. du réseau TQS et de ses stations de télévision à Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke et Saguenay. TAS a été renommé V.
- 3. Dans Société Radio-Canada acquisition d'actif, décision de radiodiffusion CRTC 2008-130, 26 juin 2008, le Conseil a approuvé le rachat par la SRC de l'actif de TQS inc. dans les entreprises de programmation de télévision de langue française CKSH-TV Sherbrooke, CKTM-TV Trois-Rivières et CKTV-TV Saguenay et son émetteur CKTV-TV-1 Saint-Fulgence (Québec).

Graphique 4.3.14 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC/CBC

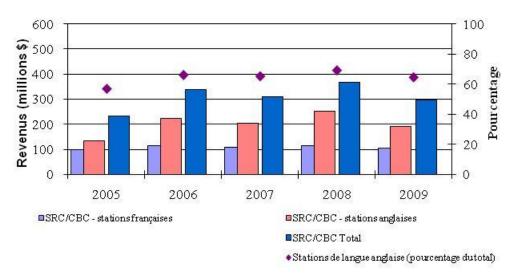


Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2009 (volet 1 de 6)

					Résulta	ats financiers au 3	31 août 2009 (e	en K)
	Astral	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
✓	Canal D	Sp. A	f	100 %	2 554	35 784	17 318	48,4 %
✓	Canal Vie	Sp. A	f	100 %	2 264	41 322	18 204	44,1 %
	CINÉPOP	Payant 2	f	100 %	557	4 219	-798	-18,9 %
✓	The Family Channel	Payant	a	100 %	5 887	59 277	19 625	33,1 %
✓	Mpix (Moviepix!)	Payant	a	100 %	1 513	22 898	12 357	54,0 %
✓	Super Écran	Payant	f	100 %	607	61 754	20 929	33,9 %
✓	TMN (Movie Network, The)	Payant	a	100 %	1 152	122 668	28 158	23,0 %
✓	VRAK.TV	Sp. A	f	100 %	2 561	24 651	9 096	36,9 %
✓	Ztélé	Sp. A	f	100 %	1 966	18 061	5 144	28,5 %
	Viewers Choice Canada	TVC**	a	50,10 %	2 084	16 865	3 114	18,5 %
✓	Historia	Sp. A	f	50 %	1 975	16 535	6 630	40,1 %
✓	Musimax	Sp. A	f	100 %	2 108	9 247	434	6,9 %
✓	MusiquePlus	Sp. A	f	100 %	2 508	12 112	-2 367	-15,8 %
✓	Séries+	Sp. A	f	50 %	1 979	28 068	16 597	59,1 %
✓	Teletoon / Télétoon	Sp. A	b	50 %	7 717	76 268	35 279	46,3 %
	Teletoon retro English	Sp. N2	a	50 %	5 155	3 856	2 088	54,1 %
	Télétoon rétro Français*	Sp. N2	f	50 %	867	187	-450	-240,6 %

<sup>\*</sup> Mis en exploitation le 4 septembre 2008

					Résult	Résultats financiers au 31 août 2009		
		Type de	Langue	Participation avec droit de vote directe ou	$N^{bre}$	Revenus	BAII	Marge de BAII
	BCE*	service		indirecte	d'abonnés	(\$)	(\$)	
✓	Bell TV Vu!	TVC**	b	100 %	1 858	52 799	7 326	13,9 %
✓	Bell TV On Demand	TVC	b	100 %	575	0	0	S/O
✓	Bell TV On Demand	VSD	b	100 %	575	0	0	S/O
	Câblevision du Nord de Québec inc.***	VSD	f	100 %	15	389	95	24,4 %

<sup>\*</sup> BCE inc. détient 15 % des actions avec droit de vote dans CTVglobemedia Inc.

<sup>\*\*\*</sup>BCE a des intérêts directs et indirects d'environ 44 %, mais elle a le droit de nommer la majorité des directeurs de la société propriétaire ultime de Câblevision du Nord de Québec Inc.

**Tableau 4.3.14** Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, TVC et VSD en date du 31 décembre 2009 (volet 2 de 6)

		Í			Résultats fi	inanciers au 31 ao	ût 2009 (en mi	lliers)
	Canwest	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
	DejaView	Sp. N2	a	100 %	1 385	5 983	1 638	27,4 %
	Fox Sports World Canada	Sp. N2	a	100 %	1 127	5 024	-242	-4,8 %
	MovieTime**	Sp. N2	a	100 %	1 445	6 124	1 628	26,6 %
	Xtreme Sports*	Sp. N2	a	100 %	0	467	-41	-8,9 %
	TVtropolis (Prime TV)	Sp. A	a	66,67 %	6 302	46 492	13 382	28,8 %
	Mystery	Sp. N1	a	50 %	1 625	11 341	3 151	27,8 %
	MenTV	Sp. N1	a	49 %	910	4 885	-23	-0,5 %
✓	History Television	Sp. A	a	100 %	6 949	49 692	27 264	54,9 %
	Independent Film Channel	Sp. N1	a	100 %	2 569	8 471	1 562	18,4 %
✓	Showcase	Sp. A	a	100 %	7 652	62 837	19 466	31,0 %
	Showcase Action	Sp. N2	a	100 %	2 753	11 865	6 699	56,5 %
	Showcase Diva	Sp. N2	a	100 %	2 661	11 902	5 855	49,2 %
✓	Slice (The Life Network)	Sp. A	a	100 %	6 385	39 424	7 923	20,1 %
	Fine Living***	Sp. N2	a	80,24 %	1 933	4 503	865	19,2 %
✓	HGTV Canada (Home and Garden)	Sp. A	a	80,24 %	7 455	63 477	20 958	33,0 %
	BBC Canada	Sp. N2	a	80 %	2 298	7 905	2 068	26,2 %
	BBC Kids	Sp. N2	a	80 %	2 100	4 784	-297	-6,2 %
	Discovery Health Network	Sp. N1	a	80 %	2 005	6 186	1 931	31,2 %
✓	National Geographic Channel	Sp. N2	a	64 %	4 516	12 638	3 757	29,7 %
✓	Food Network Canada	Sp. A	a	57,58 %	6 009	40 888	19 070	46,7 %
✓	Historia	Sp. A	f	50 %	1 975	16 535	6 630	40,1 %
✓	Séries+	Sp. A	f	50 %	1 979	28 068	16 597	59,1 %
✓	Dusk	Sp. N2	a	49 %	1 435	6 5 1 6	1 657	25,4 %
	One: The Body, Mind & Spirit Channel	Sp. N1	a	37,77 %	961	3 934	1 015	25,8 %
✓	The Score****	Sp. A	a	21,96 %	6 598	35 897	629	1,8 %

<sup>\*</sup> Xtreme Sports le 9 octobre 2008.

<sup>\*\*\*</sup>Fine Living a fermé ses portes le 19 octobre 2009 \*\*\*\*\*Canwest Media Inc.a complété la vente de Score Media Inc. Le 7 avril 2009.

			e	Participation avec droit	Résultats finan	ciers en date du 3	1 août 2009 (er	n milliers)
	CBC/SRC	Type de service	Langue	de vote directe ou indirecte	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
<b>✓</b>	Bold	Sp, N1	a	100 %	1 047	4 078	667	16,3%
✓	CBC Newsworld	Sp, A	a	100 %	10 648	79 100	17 859	22,6%
	Galaxie (sonore payant)	Sonore	b	100 %	S/O	S/O	S/O	S/O
✓	RDI – Réseau de l'information	Sp, A	f	100 %	10 381	49 378	3 919	7,9%
✓	ARTV	Sp, A	f	60,7 %	2 099	15 643	166	1,1%
✓	Documentary	Sp, N1	a	82 %	1 249	5 190	208	4,0%

<sup>\*\*</sup> MovieTime est le nouveau nom de Lonestar depuis le 6 octobre 2008.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, TVC et VSD en date du 31 décembre 2009 (volet 3 de 6)

		ē	Participation	cipation Résultats financiers en date du 31 août 2009					
Cogeco	Type de service	Lango	avec droit de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII		
Cogeco sur demande	VSD	b	100 %	S/O	S/O	S/O	S/O		

					R	ésultats financiers au	ı 31 août 2009 (e	en K)
	Corus <sup>1</sup>	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
✓	Encore Avenue	Pay	a	100 %	2 686	18 501	9 613	52,0 %
✓	MovieCentral	Pay	a	100 %	953	96 877	20 231	20,9 %
	TreeHouse TV	Sp. A	a	100 %	8 235	14 835	6 214	41,9 %
	W Network	Sp. A	a	100 %	8 130	85 707	41 339	48,2 %
	YTV	Sp. A	a	100 %	10 875	80 223	21 270	26,5 %
	CMT (Country Music Television)	Sp. A	a	90 %	10 237	26 571	9 681	36,4 %
	Discovery Kids	Sp. N2	a	80 %	951	3 894	466	12,0 %
✓	Dusk	Sp. N2	a	51 %	1 435	6 5 1 6	1 657	25,4 %
	Sky TG24 (Network Italia) (italien)	Sp. N2	t	50,50 %	4	112	32	28,4 %
	Telelatino (italien et hispanique/espagnol)	Sp. A	t	50,50 %	4 884	20 095	9 247	46,0 %
✓	Teletoon / Télétoon**	Sp. A	b	50 %	7 717	76 268	35 279	46,3 %
	Teletoon retro English**	Sp. N2	a	50 %	5 155	3 856	2 088	54,2 %
	Télétoon rétro Français*	Sp. N2	f	50 %	867	187	-450	-240,6 %
✓	Food Network Canada	Sp. A	a	22,58 %	6 009	40 888	19 070	46,6 %
	MaxTrax (service sonore payant)***	Sonore	b	100 %	S/O	S/O	S/O	S/O
	VIVA	Sp. A	a	100 %	5 200	18 984	9 441	49,7 %
	Cosmopolitan TV	Sp. N2	a	67 %	2 732	3 829	-2 956	-77,2 %
	Sundance Channel (anciennement Drive-In Classics <sup>2</sup> )	Sp. N2	a	100 %	1 328	4 847	3 214	66,3 %
	W Movies (anciennement Sex TV : The Channel <sup>2</sup> )	Sp. N2	a	100 %	779	3 383	1 907	56,4 %

<sup>\*</sup>Mis en exploitation le 4 septembre 2008

<sup>\*\*</sup> Dont 20 % de 50 % des droits de vote sont détenus par Nelvana Limited, qui produit et distribue des productions pour enfants et pour la famille. Corus Entertainment Inc. détient 100 % des actions avec droit de vote de Nelvana Limited.

<sup>\*\*\*</sup> A fermé ses portes en mars 2009

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, TVC et VSD en date du 31 décembre 2009 (volet 4 de 6)

-	( , 520 )	1 4 de 0)		Participation	Récultate fina	nciers en date du	31 août 2009 (	milliers)
			Langue	avec droit de vote	Resulturs IIII	incicis cii date du	51 dout 2007 (	
		Type de	Lan	direct ou				Marge de
	CTVglobemedia*	service		indirect	Nbre d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	BAII
✓	CTV News Channel (CTV Newsnet)	Sp. A	a	100 %	8 515	23 021	6 677	29,0 %
✓	MTV Canada	Sp. A	a	100 %	6 475	22 248	-5 365	-24,1 %
✓	BNN (Business News Network)	Sp. A	a	100 %	5 857	27 904	12 200	43,7 %
✓	TCN (Comedy Network, The)	Sp. A	a	100 %	6 150	51 475	12 388	24,1 %
✓	travel + escape (CTV Travel)	Sp. N1	a	100 %	968	5 353	1 594	29,8 %
	ESPN Classic Canada	Sp. N2	a	80 %	982	2 736	462	16,9 %
✓	RDS – Réseau des Sports	Sp. A	f	80 %	2 920	105 729	17 073	16,2 %
	RIS - Réseau Info Sports	Sp. N1	f	80 %	1 325	9 639	3 370	35,0 %
✓	TSN (Sports Network, The)	Sp. A	a	80 %	11 652	220 518	40 264	18,3 %
	Animal Planet	Sp. N2	a	64 %	1 427	4 899	1 030	21,0 %
✓	Discovery Channel, The	Sp. A	a	64 %	8 048	87 421	25 376	29,0 %
	Discovery Civilization Channel	Sp. N2	a	64 %	1 303	3 691	564	15,3 %
√√	Discovery HD	Sp. N2	a	64 %	1 021	18 187	8 564	47,1 %
	Viewers Choice Canada	TVC **	a	19,96 %	2 084	16 865	3 114	18,5 %
	NHL Network, The	Sp. N2	a	17,14 %	1 076	10 928	4 483	41,0 %
✓	BookTelevision: The Channel	Sp. N1	a	100 %	983	4 213	1 945	46,2 %
✓	Bravo!	Sp. A	a	100 %	7 021	46 603	20 955	45,0 %
✓	CourtTV Canada	Sp. N2	a	100 %	936	4 992	2 758	55,3 %
✓	FashionTelevisionChannel	Sp. N1	a	100 %	901	4 676	-1 421	-30,4 %
	MuchLoud	Sp. N2	a	100 %	182	467	190	40,7 %
✓	MuchMoreMusic	Sp. A	a	100 %	6 126	18 084	6 669	36,9 %
	MuchMoreRetro	Sp. N2	a	100 %	230	856	616	71,9 %
✓	MuchMusic	Sp. A	a	100 %	8 246	41 186	7 030	17,1 %
	MuchVibe	Sp. N2	a	100 %	570	846	531	62,8 %
✓	Pulse 24 (CP24)	Sp. A	a	100 %	2 905	15 355	-566	-3,7 %
	PunchMuch	Sp. N2	a	100 %	263	790	431	54,6 %
✓	MTV2	Sp. N1	a	100 %	924	5 208	340	6,5 %
✓	SPACE	Sp. A	a	100 %	6 836	45 000	21 269	47,3 %
✓	Star! TV	Sp. A	a	100 %	5 681	22 093	6 352	28,8 %
	TV Land	Sp. N2	a	80,10 %	912	3 215	1 290	40,1 %

\*En Septembre 2009, CTVglobemedia a cédé sa participation dans Maple Leaf Sports & Entertainment Inc., titulaire de TV Leafs TV et de Raptors NBA TV.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, TVC et de VSD en date du 31 décembre 2009 (volet 5 de 6)

			e	Participation avec droit	Résultats fina	nciers en date du 3	31 août 2009 (1	milliers)
	Quebecor	Type de service	Langue	de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
✓	Illico sur demande	VSD	b	100 %	1 011	41 898	10 972	26,2 %
	ARGENT	Sp. N1	f	100 %	887	3 636	42	1,1 %
✓	LCN – Le Canal Nouvelles	Sp. A	f	100 %	2 226	24 725	8 323	33,7 %
✓	Mystère	Sp. N1	f	100 %	601	4 035	-21	-0,5 %
	Prise 2 (Nostalgie)	Sp. N2	f	100 %	552	3 561	-59	-1,7 %
	MenTV	Sp. N1	a	51 %	910	4 885	-23	-0,5 %
	Mystery	Sp. N1	a	50 %	1 625	11 341	3 151	27,8 %
	Les idées de ma maison	Sp. N2	f	100 %	420	2 682	-774	-28,9 %
✓	Canal Indigo	TVC**	f	100 %	S/O	3 550	-182	-5,1 %
	Canal Évasion	Sp. A	f	8,31 %	1 967	9 921	1 073	10,8 %

			9	Participation avec droit	Résultats fina	nciers en date du	31 août 2009 (1	milliers)
	Rogers	Type de service	Langue	de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
	Biography Channel, The	Sp. N1	a	100 %	1 227	6 139	1 529	24,9 %
	Rogers On Demand	VSD	b	100 %	1 604	51 373	10 502	20,4 %
✓	Rogers Sportsnet	Sp A	a	100 %	8 805	186 010	40 667	21,9 %
✓	Rogers Sportsnet PPV	TVC**	a	100 %	52	13 783	2 451	17,8 %
	G4TechTV	Sp N1	a	100 %	1 222	6 965	1 599	23,0 %
	Viewers Choice Canada	TVC**	a	24,95 %	2 084	16 865	3 114	18,5 %
✓	OLN (Outdoor Life Network)	Sp A	a	100 %	6 228	14 920	5 736	38,5 %
	TVtropolis (Prime TV)	Sp A	a	33,33 %	6 302	46 492	13 382	28,8 %
	Rogers Pay Audio	Sp A	b	100 %	S/O	S/O	S/O	S/O
	Setanta Sports (Canada)	Sp N2	a	53,40 %	68	7 016	940	13,4 %

			engu	Participation avec droit	Résultats financiers en date du 31 août 2009 (milliers)					
	Shaw	Type de service	Lan	de vote direct ou indirect	N <sup>bre</sup> d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII		
✓	Shaw Pay-Per-View	TVC**	a	100 %	S/O	30 143	2 462	8,2 %		
✓	Shaw Pay-Per-View	TVC	a	100 %	S/O	11 604	1 802	15,5 %		
	Shaw on Demand	VSD	b	100 %	S/O	42 403	9 702	22.9 %		

#### **Tableau 4.3.14** Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD au 31 décembre 2009 (volet 6 de 6)

Notes au tableau 4.3.14:

- Le pourcentage de la participation est fonction du pourcentage de la participation avec droit de vote direct et indirect. Le tableau 4.3.14 tient compte de la date de la décision d'approbation, en date du 31 décembre 2009, et non de la date de signature officielle de la transaction.
- Inclut uniquement les services de catégorie 2 qui étaient en exploitation en date du 31 décembre 2009.
  - 1. Shaw Communications Inc. est affiliée à Corus Entertainment Inc., parce que J.R. Shaw détient des actions avec droit de vote dans les deux sociétés.
  - 2. Dans la decision de radiodiffusion 2009-279, le Conseil a approuvé la vente par CTVglobemedia à Corus de l'actif des enterprises de programmation d'émissions de télévision spécialisée de catégorie 2 de langue anglaise repectivement appelées SexTV: The Channel et Drive-In Classics Channel.

### Légende :

- ✓ Indique que le service a été autorisé à offrir pour distribution une version en format haute définition (HD), en vertu d'une décision publiée avant le 11 décembre 2009.
- ✓✓ Identifie une entreprise de programmation en HD, en vertu d'une décision publiée avant le 11décembre 2009.
- Type de service : Sp. A = Spécialisé analogique; Sp. N1 = spécialisé numérique de catégorie 1; Sp. N2 = spécialisé numérique de catégorie 2; Payant = service payant analogique; Payant 2 = service payant numérique de catégorie 2; SRD = distribution par satellite de radiodiffusion directe; TVC = télévision à la carte; TVC\*\* = détient une licence terrestre et une licence par SRD; VSD = vidéo sur demande.
- Langues: f = français; a = anglais; b = bilingue anglais et français; t = langue tierce, S/O = sans objet ou non disponible.

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

Tableau 4.3.15 Dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC) par la télévision traditionnelle de la SRC, de langue anglaises et française

						% de croissance annuelle			
Genre (milliers \$)	2005	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Nouvelles (cat. 1)	108 753	116 559	119 552	132 457	165 717	7 %	3 %	11 %	25 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	76 111	76 908	84 881	94 782	109 418	1 %	10 %	12 %	15 %
Sports (cat. 6)	*	141 489	97 781	189 427	151 315	*	-31 %	94 %	-20 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	104 622	116 809	112 132	137 363	131 640	12 %	-4 %	23 %	-4 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	28 674	35 514	26 648	27 059	22 760	24 %	-25 %	2 %	-16 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	1 349	165	823	13 373	13 803	-88 %	399 %	1 525 %	3 %
Intérêt général (cat. 11)	44 367	43 466	53 490	74 584	63 295	-2 %	23 %	39 %	-15 %
Autres (cat. 12 à 15)	-	-	-	-	-41				-
Total (cat. 1 à 15)	*	530 910	495 307	669 045	657 907	*	-7 %	-35 %	-2 %

Notes: 1 \* Le chiffre pour les sports et celui du total des dépenses en programmation pour 2005 sont confidentiels.

- Les dépenses excluent les dépenses indirectes et les coûts des installations. Certaines dépenses relatives à la programmation sont considérées comme des dépenses consacrées à des émissions depuis 2008, conformément aux lignes directrices du CRTC.
- 3. De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Tableau 4.3.16 Dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC) – télévision privée traditionnelle

				-		% de croissance annuelle			
Genre (milliers \$)	2005	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Nouvelles (cat. 1) Autres informations	310 225	328 078	324 772	322 997	312 106	6 %	-1 %	-1 %	-3 %
(cat. 2 à 5)	59 400	66 288	62 014	67 190	72 840	12 %	-6 %	8 %	8 %
Sports (cat. 6) Dramatiques/comédies	8 892	9 336	8 600	7 510	3 803	5 %	-8 %	-13 %	-49 %
(cat. 7)	86 553	73 857	76 452	88 334	77 372	-15 %	4 %	16 %	-12 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	29 156	35 047	23 897	24 706	38 182	20 %	-32 %	3 %	55 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	4 909	5 678	12 158	16 559	12 510	16 %	114 %	36 %	-24 %
Intérêt général (cat. 11)	83 099	101 637	104 473	90 443	82 293	22 %	3 %	-13 %	-9 %
Autres (cat. 12 à 15)	4 775	3 827	3 647	1 905	276	-20 %	-5 %	0 %	-86 %
Total (cat. 1 à 15)	587 009	623 747	616 013	619 643	599 383	6 %	-1 %	1 %	-3 %
% du total des revenus	27,35 %	29,11 %	28,38 %	28,98 %	30.42 %				_

Source : Données recueillies par le CRTC

Notes: 1. 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 ainsi qu'aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes.

- À l'exclusion des investissements complémentaires du FCT rapportés par les stations en direct. Englobe les dépenses générées par les avantages liés aux transferts de contrôle et par les engagements pris lors de l'attribution de licence.
- 3. De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Graphique 4.3.15 Dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC) par les stations privées traditionnelles en direct en 2009, réparties par genre

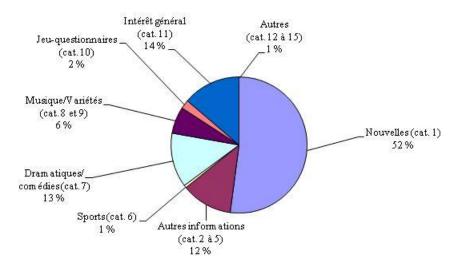


Tableau 4.3.17 Dépenses au titre d'émissions non canadiennes – télévision privée traditionnelle

						% de croissance annuelle			
Genre (milliers \$)	2005	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Nouvelles (cat. 1) Autres informations	12	6	10	5	20	-48 %	74 %	-48 %	300 %
(cat. 2 à 5)	9 159	9 340	8 800	11 973	18 574	2 %	-6 %	36 %	55 %
Sports (cat. 6) Dramatiques/comédies	10 097	10 419	9 164	11 261	13 746	3 %	-12 %	23 %	22 %
(cat. 7) Musique/Variétés (cat. 8	402 249	480 349	507 689	524 235	596 598	19 %	6 %	3 %	14 %
et 9)	12 482	21 096	29 123	28 825	31 554	69 %	38 %	-1 %	10 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	50 279	35 332	45 112	47 892	14 243	-30 %	28 %	6 %	-70 %
Intérêt général (cat. 11)	125 868	131 588	120 649	151 667	155 130	5 %	-8 %	26 %	2 %
Autres (cat. 12 à 15)	3 077	142	1 380	-619	517	-95 %	872 %	-145 %	183 %
Total (cat. 1 à 15)	613 224	688 273	721 927	775 240	830 383	12 %	5 %	7 %	7 %
% du total des revenus	28,57 %	32,12 %	33,26 %	36,25 %	42.14 %				

Notes: 1. Ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision non canadiennes et à la dépréciation dans le catalogue non canadien.

2. De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Tableau 4.3.18 Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes et non canadiennes par des services payants et spécialisés, et par genre

genre	Dépenses au ti	tre des émissions ca	nadiennes	D.	,	ı.
Genre (milliers \$)	2008	(DÉC) <sup>2</sup> 2009	Croissance	Dépenses en 2008	émissions non can 2009	adiennes Croissance
N <sup>bre</sup> de services visés	102	111		102	111	
Services de langue anglaise*						
Nouvelles (cat. 1)	101 691	112 140	10 %	542	579	7 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	183 887	167 639	-9 %	27 027	40 369	49 %
Sports (cat. 6)	222 388	237 637	7 %	40 756	43 681	7 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	184 226	151 854	-18 %	215 349	262 036	22 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	32 231	28 973	-10 %	1 157	2 025	75 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	4 292	7 650	78 %	636	814	28 %
Intérêt général (cat. 11)	61 661	63 300	3 %	15 408	24 552	59 %
Autres (cat. 12 à 15)	19 451	25 465	31 %	31	436	1306 %
Total (cat. 1 à 15)	809 827	794 658	-2 %	300 906	374 492	24 %
N <sup>bre</sup> de services visés	22	23		22	23	
Services de langue française						
Nouvelles (cat. 1)	42 299	48 539	15 %	54	46	-15 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	48 003	53 777	12 %	6 559	7 576	16 %
Sports (cat. 6)	51 396	54 963	7 %	4 753	5 200	9 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	34 052	34 701	2 %	35 677	35 667	0 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	13 859	9 673	-30 %	2 309	571	-75 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	6	742	12 267 %	27	73	170 %
Intérêt général (cat. 11)	5 807	6 580	13 %	1 024	853	-17 %
Autres (cat. 12 à 15)	5 557	9 082	63 %	370	469	27 %
Total (cat. 1 à 15)	200 979	218 057	8 %	50 773	50 455	-1 %
N <sup>bre</sup> de services visés	36	39		36	39	
Serv. ethniques ou en langues tierces						
Nouvelles (cat. 1)	2 685	2 393	-11 %	380	512	35 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	4 149	3 877	-7 %	739	719	-3 %
Sports (cat. 6)	725	588	-19 %	179	496	177 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	2 281	3 004	32 %	2 884	3 118	8 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	8 273	7 855	-5 %	736	1 814	146 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	30	142	373 %	72	87	21 %
Intérêt général (cat. 11)	4 198	2 831	-33 %	740	1 871	153 %
Autres (cat. 12 à 15)	55	160	191 %	255	150	-41 %
Total (cat. 1 à 15)	22 394	20 850	-7 %	5 986	8 768	46 %
N <sup>bre</sup> de services visés	160	173		160	173	
Tous services payants et spécialisés						
Nouvelles (cat. 1)	146 675	163 072	11 %	976	1 137	16 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	236 039	225 293	-5 %	34 325	48 664	42 %
Sports (cat. 6)	274 509	293 188	7 %	45 688	49 377	8 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	220 559	189 559	-14 %	253 910	300 821	18 %
Musique/Variétés (cat. 8 et 9)	54 362	46 501	-14 %	4 203	4 410	5 %
Jeux questionnaires (cat. 10)	4 328	8 534	97 %	736	974	32 %
Intérêt général (cat. 11)	71 666	72 711	1 %	17 172	27 276	59 %
Autres (cat. 12 à 15)	25 063	34 707	38 %	656	1 055	61 %
Total (cat. 1 à 15)	1 033 200	1 033 565	0 %	357 665	433 714	21%

Notes: 1. \*Inclut les services bilingues. Les entreprises de langue anglaise incluent une entreprise à caractère ethnique.

Source : Données recueillies par le CRTC

<sup>2.</sup> À l'exclusion des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services spécialisés et payants. Englobe les dépenses générées par les avantages liés aux transferts de contrôle et par les engagements pris lors de l'attribution de licence.

Tableau 4.3.19 Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes par les services TVC et de VSD<sup>1</sup>

Genre (milliers \$)		admissibles c	
	2008	2009	Croissance
Nombre de services ayant fait rapport	22	27	
Total des services de TVC et de VSD	21 350	31 204	46 %

## Notes:

- 1. Les dépenses admissibles par genre ne sont pas disponibles pour les services TVC et de VSD.
- À l'exclusion des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services TVC et VSD. Englobe les dépenses générées par les avantages liés aux transferts de contrôle et par les engagements pris lors de l'attribution de licence.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau énonce le nombre d'heures d'émissions canadiennes prioritaires inscrites à l'horaire aux heures de grande écoute (19 h à 23 h) par CFTM-TV (TVA) Montréal, CFTO-TV (CTV) Toronto et CIII-TV (Canwest) Toronto dans chacune des années de radiodiffusion depuis 2004-2005 jusqu'à 2008-2009.

(heures)		Années	de radiod	iffusion*		%	de croissa	псе аппие	lle
(neures)	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	06	07	08	09
CFTM-TV (TVA) Montréal (station de lang	gue fran	çaise)							
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	31	48	22	19	52	55 %	-55 %	-14 %	174 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	247	253	270	328	299	2 %	7 %	21 %	-9 %
Musique et danse (cat. 8a)	38	24	6	8	7	-37 %	-75 %	33 %	-13 %
Variétés (cat. 9)	30	65	10	8	40	117 %	-84 %	-20 %	400 %
Émissions produites en région	-	_	_	_	6			-	-
Magazines de divertissement	50	42	39	29	16	-16 %	-7 %	-26 %	-45 %
Total	396	432	347	392	429	9 %	-20 %	13 %	13 %
Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques	et comiqu	es:							
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	129	119	153***	142	159	-8 %	29 %	-7 %	12 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 %	-	-	-	-	-			-	-
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	118	135	117***	186	140	14 %	-13 %	59 %	-25 %
CFTO-TV (CTV) Toronto (station de langu	ie angla	ise)							
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	45	51	53	63	64	13 %	5 %	19 %	2 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	196	189	182	204	168	-4 %	-3 %	12 %	-18 %
Musique et danse (cat. 8a)	3	2	2	1	21	-33 %		-50 %	2 000 %
Variétés (cat. 9)	35	32	30	26	30	-9 %	-6 %	-13 %	15 %
Émissions produites en région	2	2	2	2	-			0 %	-100 %
Magazines de divertissement	113	116	105	96	107	3 %	-9 %	-9 %	11 %
Total	394	392	375	392	390	-1 %	-4 %	5 %	5 %
Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques	et comiqu	es:							
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	132	120	128	122	88	-9 %	6 %	-5 %	-28 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 %	48	31	16	6	17	-35 %	-48 %	-63 %	183 %
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	16	38	39	76	63	138 %	2 %	95 %	-17 %
CIII-TV (Canwest) Toronto (station de lang	gue ang	laise)							
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	111	92	151	104	119	-17 %	64 %	-31 %	14 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	245	161	147	207	163	-34 %	-9 %	41 %	-21 %
Musique et danse (cat. 8a)	1	1	-	1	-		-100 %	-	-100 %
Variétés (cat. 9)	-	-	2	-	-			-	-
Émissions produites en région	1	4	12	3	12	350 %	166 %	-75 %	300 %
Magazines de divertissement	3	71	127**	103	106	2 283 %	78 %	-19 %	3 %
Total	361	330	438	418	400	-9 %	33 %	-5 %	-5 %
Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques	et comiqu	es:				<del>-</del>			
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	81	98	34	34	37	21 %	-65 %	0 %	9 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 $\%$	88	12	15	11	35	-86 %	29 %	-27 %	218 %
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	76	51	97	162	91	-33 %	90 %	67 %	-44 %

Notes: 1. \* Les chiffres indiquent le nombre d'heures diffusées du 1<sup>er</sup> septembre au 31 août.

Source : Titulaires

 <sup>\*\*</sup>Les heures de programmation des magazines de divertissement en 2006-2007 englobent le nombre requis d'émissions pour remédier au fait que certains épisodes de ET Canada n'étaient pas admissibles en 2005-2006.

Les résultats correspondent à la définition d'émissions prioritaires entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> septembre 2000 (avis public 1999-205, 23 décembre 1999).

<sup>4. \*\*\*</sup> Reflète une mise à jour.

<sup>5.</sup> Légères variances dues à l'arrondissement.

	Se	rvices de langue	anglaise	Serv	vices de langue fi	rançaise	
(millions \$)	Nbre de trans.	Valeur de la transaction*	Avantages	Nbre de trans.	Valeur de la transaction*	Avantages	Avantages totaux
11 juin 1999 au 31 mars 2005	28	4 604	480,0	5	631	63,0	543,0
1 avril 2005 au 31 mars 2006	5	18	1,8	-	-	-	1,8
1 avril 2006 au 31 déc. 2006	3	7	0,7	-	-	-	0,7
1 jan. 2007 au 31 déc. 2007**	9	2 877	287,7	1	34	3,4	291,1
1 jan. 2008 au 31 déc. 2008	7	180,1	17,4	4	31,9***	0,20	17,6
1 jan. 2009 au 31 déc. 2009	7	54,8	5,8	0	-	-	5,8
Total	59	7 740,9	793,4	10	696,9	66,6	860,0

Source : Décisions et approbations administratives du CRTC

Notes: 1. \* Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles.
2. \*\* En 2007, trois changements de propriété majeurs (CTVglobemedia/CHUM, Rogers/les cinq stations Citytv de CHUM et Canwest/Alliance Atlantis) (décisions de radiodiffusion 2007-165, 2007-360 et 2007-429) ont entraîné des avantages tangibles de l'ordre de 286 millions de dollars.

<sup>3. \*\*\*</sup> La requérante s'était engagée à verser 1 million \$ en avantages tangibles; elle en a toutefois été exemptée par le Conseil à cause de sa mauvaise situation financière (décision de radiodiffusion 2008-129).

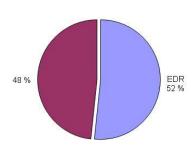
<sup>4.</sup> Légères variances dues à l'arrondissement.

#### 4.4 Distribution de radiodiffusion

# Aperçu du secteur

La distribution de radiodiffusion renvoie à la distribution par les EDR des services de programmation de base et des autres activités de programmation comme celles des stations de télévision traditionnelles, des stations de radio, des services sonores payants, des services de télévision payants, de TVC, de VSD et spécialisés. Le secteur comprend environ 222 câblodistributeurs qui exploitent 1 946 EDR par câble<sup>11</sup>, 2

Revenus de la radiodiffusion 14,4 milliards de dollars 2009



distributeurs par SRD nationaux et 21 exploitants de SDM<sup>12</sup>. Il est dominé par 5 grandes sociétés qui utilisent le câble ou le satellite et qui recueillent plus de 90 % de l'ensemble des revenus de la distribution de radiodiffusion. D'autres services fournis par les EDR, comme Internet ou la téléphonie, sont présentés dans les sections 3.1 et 5.3 de ce rapport.

Coup d'œil sur la distribution de radiodiffusion

			Croissance
	2008	2009	2008-2009
Revenus (en milliards \$)	6,9 #	7,5	7,4 %
Abonnés (en millions)	11,0 #	11,3	2,2 %
Revenus par abonné par mois	53,36\$	56,14\$	5,2 %
Pourcentage des foyers abonnés	89,8 %	90,1 %	
Part du marché (abonnés)			
Les 4 principaux câblodistribueurs	65 %	64 %	
Exploitants de SRD	25 %	25 %	
Paiements d'affiliation par dollar			
d'abonnement	0,33 \$	0,33 \$	
Marge de BAIIDA	25,3 %	24,4 %	
Câble et TVPI	28,1 %	25,9 %	
SRD et SDM	19,0 %	21,0 %	

<sup>11</sup> Ce chiffre comprend environ 121 systèmes de 20 000 abonnés et plus, et environ 1 825 systèmes de moins de 20 000 abonnés. La majorité des systèmes qui comptent moins de 20 000 abonnés peuvent être exemptés des exigences d'attribution de licence.

<sup>12</sup> Sources: septembre 2009, Mediastats; rapport CRTC APP1205 en date du 30 juin 2010.

# Informations statistiques – Entreprises de distribution de radiodiffusion

Tableau 4.4.1 Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs, nombre d'abonnés, revenus mensuels par abonné et pourcentage des foyers abonnés à des EDR (volet 1 de 2)

						7	CAC
	2005		2006	2007	2008	2009	2005-2009
Revenus (en millions \$)							
Câble et TVPI	3 522,3		4 008,2	4 333,7	4 761,8	5 122,7	
Pourcentage du total	66,3 %		69,2 %	68,7 %	68,5 %	68,7 %	
Croissance annuelle			-	8,1 %	9,9 %	7,6 %	
SRD et SDM	1 437,9		1 641,1	1 834,1	2 036,2	2 189,2	
Pourcentage du total	27,1 %		28,3 %	29,1 %	29,3 %	29,4 %	
Croissance annuelle			-	11,8 %	11,0 %	7,5 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	4 960,2		5 649,3	6 167,7	6 797,9	7 311,9	
Pourcentage du total	93,4 %		97,5 %	97,8 %	97,8 %	98,1 %	
Croissance annuelle			-	9,2 %	10,2 %	7,6 %	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	353,5	#	143,7 #	144,0 #	143,4 #	143,4	
Pourcentage du total	6,7 %		2,5 %	2,3 %	2,1 %	1,9 %	
Croissance annuelle	15,1 %		-	0,3 %	-0,5 %	0,0 %	
Total des revenus	5 313,7	#	5 792,9 #	6 311,8 #	6 941,3 #	7 455,3	8,8 %
Croissance annuelle	5,4 %		9,0 %	9,0 %	10,0 %	7,4 %	
Abonnés (en milliers)							
Câble et TVPI	6 862,6		7 484,4	7 691,3	7 916,6	8 093,5	
Pourcentage du total	67,3 %		71,1 %	71,6 %	71,6 %	71,7 %	
Croissance annuelle			-	2,8 %	2,9 %	2,2 %	
SRD et SDM	2 488,6		2 627,7	2 631,0	2 699,3	2 760,9	
Pourcentage du total	24,4 %		25,0 %	24,5 %	24,4 %	24,5 %	
Croissance annuelle			-	0,1 %	2,6 %	2,3 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	9 351,2		10 112,0	10 322,3	10 615,9	10 854,3	
Pourcentage du total	91,7 %		96,0 %	96,0 %	96,0 %	96,2 %	
Croissance annuelle			-	2,1 %	2,8 %	2,2 %	
EDR n'ayant pas présenté de rapport et estimations	851,0	#	426,5 #	435,9 #	429,8 #	429,8	
Pourcentage du total	8,3 %		4,0 %	4,1 %	3,9 %	3,8 %	
Croissance annuelle	4,8 %		-	2,2 %	-1,4 %	0,0 %	
Total des abonnés	10 202,2	#	10 538,5 #	10 758,2 #	11 046,0 #	11 284,1	2,6 %
Croissance annuelle	2,2 %		3,3 %	2,1 %	2,7 %	2,2 %	

94

Tableau 4.4.1 Distribution de radiodiffusion – revenus des services de base et des services facultatifs, nombre d'abonnés, revenus mensuels par abonné et pourcentage des foyers abonnés à des EDR (volet 2 de 2)

						TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2005-2009
Revenus mensuels/abonné						
Câble et TVPI	42,77	44,63	46,95	50,12	52,75	5,4 %
Croissance annuelle	3,4 %	4,3 %	5,2 %	6,8 %	5,2 %	
SRD et SDM	48,15	52,05	58,09	62,86	66,08	8,2 %
Croissance annuelle	0,8 %	8,1 %	11,6 %	8,2 %	5,1 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	44,20	46,56	49,79	53,36	56,14	6,2 %
Croissance annuelle	2,8 %	5,3 %	7,0 %	7,2 %	5,2 %	
Foyers abonnés à des EDR	88,0 %	89,3 %	88,7 %	89,0 % #	90,1 %	

### Notes:

- 1. Basé sur une période de 12 mois s'achevant le 31 août.
- 2. n.d.: non disponible
- 3. n : négligeable
- 4. Variations mineures dues à l'arrondissement des chiffres.
- 5. Pendant la période 2002-2005, conformément aux décisions CRTC 2002-45, 2002-88 et 2004-382, le Conseil a exempté un nombre important de titulaires d'EDR comptant moins de 6 000 abonnés. Ces dernières ne sont plus tenues de déposer des rapports financiers annuels au CRTC.
- 6. En 2006, 2007, 2008 et 2009, les titulaires ont commencé à donner des informations sur tous les systèmes qu'elles détenaient, y compris les systèmes exemptés. Par conséquent, les chiffres des revenus totaux et des abonnés de 2006, 2007, 2008 et 2009 ne sont pas comparables à ceux des années précédentes.
- 7. Les chiffres ont pu être ajustés pour les années 2005 2008.

Sources: Base de données du CRTC et Statistique Canada. Pourcentage des foyers abonnés à des EDR: Statistique Canada, « Les habitudes de dépenses au Canada », 62-202-X, 2009 pour les années 2005-2008, avec projection du CRTC pour 2009.

Principaux distributeurs canadiens et nombre d'abonnés Tableau 4.4.2 (en milliers)

						TCAC
Entreprises	2006	2007	2008	2009	2010	2006-2010
Rogers Cable						
Communications Inc. (1)	2 260	2 278	2 295	2 312	2 296	0,4 %
Croissance	0,5 %	0,8 %	0,7 %	0,7 %	-0,7 %	
Shaw Communications Inc. (2)	2 179	2 220	2 242	2 274	2 329	1,7 %
Croissance	1,9 %	1,9 %	1,0 %	1,4 %	2,4 %	
Vidéotron Itée (1)	1 520	1 583	1 652	1 729	1 786	4,1 %
Croissance	4,5 %	4,1 %	4,4 %	4,7 %	3,3 %	
Cogeco Câble inc. (2)	836	855	859	868	874	1,1 %
Croissance	0,6 %	2,2 %	0,5 %	1,0 %	0,7 %	
Sous-total - Câble	6 795	6 936	7 048	7 183	7 284	1,8 %
Croissance	1,8 %	2,1 %	1,6 %	1,9 %	1,4 %	
Star Choice Television						
Network Inc. (2)(3)	862	873	886	897	903	1,2 %
Croissance	3,9 %	1,3 %	1,5 %	1,2 %	0,7 %	
Bell Canada Entreprises (1)(4)	1 739	1 824	1 823	1 864	1 969	3,2 %
Croissance	13,5 %	4,9 %	-0,1 %	2,2 %	5,6 %	
Sous-total – SRD	2 601	2 697	2 709	2 761	2 872	2,5 %
Croissance	10,1 %	3,7 %	0,4 %	1,9 %	4,0 %	
Total pour les principaux distributeurs canadiens	9 396	9 633	9 757	9 944	10 156	2,0 %
Croissance	4,0 %	2,5 %	1,3 %	1,9 %	2,1 %	
% de tous les abonnés	90,7 %	90,6 %	89,5 %	89,1 %	n/a	

- Notes: 1. En date du 31 mars de chaque année
  - 2. En date du 28 février de chaque année
  - 3. Le Réseau de télévision Star Choice incorporée est contrôlé par Shaw Communications Inc.
  - 4. Bell Canada Entreprises comprend les services de télévision directe par satellite Bell ExpressVu LLP et la télé IP par VDSL Bell Télé.

Source : Rapports trimestriels des sociétés

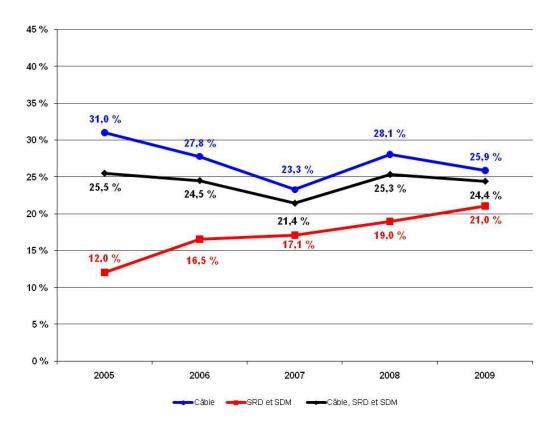
Tableau 4.4.3 Nombre d'abonnés aux services numériques (en milliers)

1 abicau 4.4.3	110111011	c u abon	combre a abonnes aux services numeriques (en miniers)											
	Câ	âble	LA	·Ν	Sous- Nom-	total	SF	RD	SE	DΜ	Sous-	total	То	tal
	Nombre d'abonnés	% croissance	Nom-bre d'abonnés	% croissance	bre	% croissance	Nombre d'abonnés	% croissance	Nombre d'abonnés	% croissance	Nombre d'abonnés	% croissance	Nombre d'abonnés	% croissance
Septembre 2009														
Anglais	3 417,8		289,0		3 706,8				11,2					
Français	1 143,7	1600/	10,5	41.604	1 154,3	17.20/	2.740.7	2.7.0/	4,1	15.50/	2510	2 < 0 /	T	1100/
Total	4 561,5	16,0 %	299,6	41,6 %	4 861,2	17,3 %	2 749,5	3,7 %	15,4	-15,5 %	2 764,9	3,6 %	7 626,1	11,9 %
Pourcentage : Abonnés au numérique	59.8%		3.9%		63.7%		36.1%		0.2%		36.3%		100.0%	
Abonnés au numerique Abonnés totaux	41.3%		2.7%		44.0%		24.9%		0.2%		25.0%		69.0%	
Septembre 2008	41.5/0		2.770		44.070		24.970		0.170		23.070		09.076	
	2 936,4		206,6		3 143,0				13,2					
Anglais Français	2 930,4 996,2		4,9		1 001,1				5,0					
Total	3 932,6	17,5 %	211,5	21,9 %	4 144,3	17,7 %	2 651,8	-1,8 %	18,2	-21,8 %	2 670,0	-2,0 %	6 814,3	9,1 %
	3 932,0	17,5 70	211,3	21,9 /0	4 144,3	17,7 70	2 031,6	-1,0 /0	10,2	-21,0 /0	2 070,0	-2,0 /0	0 614,5	9,1 70
Pourcentage:														
Abonnés au numérique	57,7 %		3,1 %		60,8 %		38,9 %		0,3 %		39,2 %		100,0 %	
Abonnés totaux	35,6 %		1,9 %		37,5 %		24,0 %		0,2 %		24,2 %		61,6 %	
Septembre 2007														
Anglais	2 523,0		171,8		2 694,8				17,1					
Français	825,3		1,8		827,0				6,2					
Total	3 348,3	12,6 %	173,5	34,8 %	3 521,9	13,5 %	2 700,5	1,6 %	23,2	-21,7 %	2 723,8	1,3 %	6 245,7	7,9 %
Pourcentage:														
Abonnés au numérique	53,6 %		2,8 %		56,4 %		43,2 %		0,4 %		43,6 %		100,0 %	
Abonnés totaux	31,2 %		1,6 %		32,8 %		25,2 %		0,2 %		25,4 %		58,2 %	
Septembre 2006														
Anglais	2 283,8		128,7		2 412,5				16,7					
Français	689,2				689,2				13,0					
Total	2 973,0	13,0 %	128,7	42,5 %	3 101,8	14,0 %	2 658,3	5,7 %	29,7	-24,6 %	2 688,1	5,2 %	5 789,9	9,7 %
Pourcentage:														
Abonnés au numérique	51,3 %		2,2 %		53,6 %		45,9 %		0,5 %		46,4 %		100,0 %	
Abonnés totaux	28,2 %		1,2 %		29,4 %		25,2 %		0,3 %		25,5 %		54,9 %	
Septembre 2005			·				-				•			
	2 116,8		00.2						26.4					
Anglais Français	2 116,8 514,0		90,3						26,4 13,0					
Français Total	2 630,8	28,1 %	90,3	87,3 %	2 721,4	29,5 %	2 514,9	9,3 %	39,4	-16,2 %	2 554,4	8,8 %	5 275,8	18,5 %
Pourcentage:	2 030,8	20,1 /0	90,3	07,3 70	2 /21,4	49,5 /0	2 314,9	9,5 /0	37,4	-10,2 /0	4 334,4	0,0 /0	3 413,0	10,5 /0
Abonnés au numérique	49,9 %		1,7 %		51,6 %		47,7 %		0,7 %		48,4 %		100,0 %	
Abonnés totaux	25,8 %		0,9 %		26,7 %		24,7 %		0,4 %		25,1 %		51,8 %	
1100mics tomax	23,0 70		0,7 /0		20,7 /0		27,7 /0		0,7 /0		23,1 /0		21,0 /0	

Notes: Les détails sur les abonnés anglophones et francophones au SRD ne sont pas disponibles.

Source: Mediastats

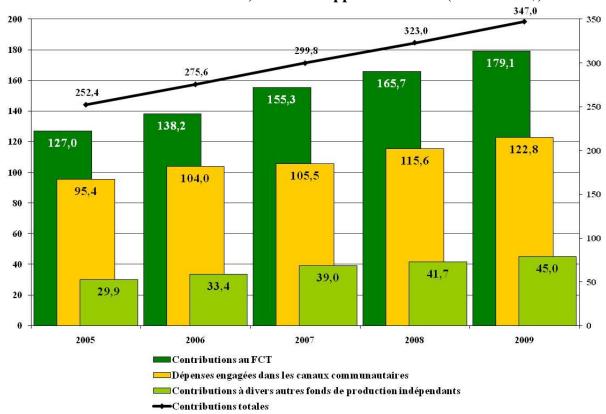
**Graphique 4.4.1** Marges de BAIIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs



Notes : 1 Sur une période de 12 mois se terminant le 31 août

2 Les chiffres ont pu être ajustés pour les années 2005-2008

**Graphique 4.4.2** Contributions au FCT et à des fonds indépendants de l'industrie et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires) selon les rapports des EDR (en millions \$)



### Notes:

- En date du 31 août de chaque année. 1.
- 2. Légères variances dues à l'arrondissement.
- Les contributions des EDR englobent les contributions déclarées par les entreprises de câblodistribution, de distribution par SRD, par SDM, et des EDRS.

Source : Données recueillies par le CRTC

### Tableau 4.4.4 Entreprises de câblodistribution contribuant à des canaux communautaires

Le tableau ci-dessous indique le nombre de titulaires d'entreprises de câblodistribution de classe 1 qui ont engagé des dépenses dans des canaux communautaires entre 2005 et 2009. Les chiffres ne reflètent pas nécessairement le nombre réel de canaux communautaires exploités puisque certains d'entre eux sont financés par plus d'une entreprise.

	2005	2006	2007	2008	2009
Classe 1	134	134	131	139	131

En date du 31 août de chaque année. Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.4.5 Paiements d'affiliation versés aux services payants, à la carte, VSD (payants) et spécialisés (volet 1 de 2)

Le tableau ci-dessous indique les paiements versés à des services canadiens et non canadiens payants et spécialisés affichés par les EDR.

(en millions \$)	2005	% du	2006	% du	2007	% du	2008	% du	2009	% du	% hat	usse/ba	isse ann	uelle
	2003	total	2000	total	2007	total	2000	total	2007	total	06	07	08	09
			Pa	iemen	ts aux sta	ations	canadien	nes af	filiées					
Câble														
Services payants	202	90 %	261	91 %	317	92 %	342	92 %	389	92 %	29 %	22 %	8 %	14 %
Services spécialisés	693	86 %	830	87 %	864	84 %	963	84 %	1 085	86 %	20 %	4 %	11 %	13 %
Total	895	87 %	1 091	88 %	1 182	86 %	1 304	86 %	1 473	88 %	22 %	8 %	10 %	12 %
SRD et SDM														
Services payants	138	100 %	154	100 %	190	100 %	200	98 %	206	99 %	12 %	24 %	5 %	3 %
Services spécialisés	372	91 %	415	89 %	449	89 %	478	89 %	529	89 %	11 %	8 %	6 %	11 %
Total	510	93 %	568	92 %	639	92 %	678	92 %	735	91 %	11 %	12 %	6 %	8 %
Combinés : Câbl	e, SRD	et SD	M											
Services payants	340	94 %	415	94 %	507	95 %	541	94 %	595	94 %	22 %	22 %	7 %	10 %
Services spécialisés	1 066	88 %	1 245	87 %	1 314	85 %	1 441	85 %	1 614	87 %	17 %	6 %	10 %	12 %
Total	1 405	89 %	1 659	89 %	1 821	88 %	1 982	88 %	2 208	89 %	18 %	10 %	9 %	11 %
			Paie	ments	aux stati	ons no	n canadi	iennes	affiliées					
Câble														
Services payants	21	10 %	24	9 %	28	8 %	29	8 %	35	8 %	15 %	14 %	5 %	19 %
Services spécialisés	109	14 %	127	13 %	168	16 %	189	16 %	172	14 %	17 %	32 %	13 %	-9 %
Total	130	13 %	152	12 %	196	14 %	219	14 %	207	12 %	17 %	29 %	12 %	-5 %
SRD et SDM														
Services payants	0,1	0 %	0,2	0 %	0,1	0 %	3,1	2 %	3,1	1 %	61 %	-64 %	3 722 %	0 %
Services spécialisés	37	9 %	52	11 %	57	11 %	60	11 %	66	11 %	38 %	11 %	4 %	11 %
Total	37	7 %	52	8 %	57	8 %	63	8 %	69	9 %	38 %	11 %	9 %	11 %
Combinés : Câbl	e, SRD	et SD	M											
Services payants	21	6 %	25	6 %	28	5 %	32	6 %	38	6 %	15 %	13 %	16 %	17 %
Services spécialisés	146	12 %	179	13 %	225	15 %	249	15 %	238	13 %	22 %	26 %	11 %	-4 %
Total	168	11 %	204	11 %	253	12 %	281	12 %	276	11 %	21 %	24 %	11 %	-2 %

Tableau 4.4.5 Paiements d'affiliation versés aux services payants, à la carte, VSD (payants) et spécialisés (volet 2 de 2)

(en millions \$)	2005	% du	2006	% du	2007	% du	2008	% du	du 2009	% du total	%	hauss annu	e/baiss elle	e
		total		total		total		total			06	07	08	09
			To	tal des	paieme	nts au	x station	s affili	ées					
Câble														
Services payants	223	62 %	286	65 %	345	64 %	371	65 %	424	67 %	28 %	21 %	7 %	14 %
Services spécialisés	802	66 %	957	67 %	1 032	67 %	1 152	68 %	1 256	68 %	19 %	8 %	12 %	9 %
Total	1 026	65 %	1 243	67 %	1 378	66 %	1 523	67 %	1 680	68 %	21 %	11 %	11 %	10 %
SRD et SDM														
Services payants	138	38 %	154	35 %	190	36 %	203	35 %	209	33 %	12 %	23 %	7 %	3 %
Services spécialisés	410	34 %	466	33 %	507	33 %	538	32 %	595	32 %	14 %	9 %	6 %	11 %
Total	547	35 %	620	33 %	697	34 %	741	33 %	804	32 %	13 %	12 %	6%	9 %
Combinés : Câble	e, SRD	et SDN	1											
Services payants	361	23 %	439	24 %	535	26 %	574	25 %	633	25 %	22 %	22 %	7 %	10 %
Services spécialisés	1 212	77 %	1 424	76 %	1 539	74 %	1 690	75 %	1 852	75 %	17 %	8 %	10 %	9 %
Total	1 573	100 %	1 863	100 %	2 074	100 %	2 264	100 %	2 485	100 %	18 %	11 %	9 %	10 %

Note: En date du 31 août de chaque année. Source : Données recueillies par le CRTC

## 4.5 Nouveaux médias

La radiodiffusion par les nouveaux médias signifie que la distribution du contenu de la radiodiffusion numérique passe du côté des plateformes mobiles ou transmises par Internet. Ces plateformes fournissent aux Canadiens de nouvelles expériences en matière de programmation, qui peuvent être tant des services semblables à ceux de la télévision et de la radio que des nouveaux services hautement interactifs accordant au consommateur plus de contrôle et plus de choix.

La présente section aborde cette migration et les changements de comportement des consommateurs qui en découlent. Elle examine aussi l'incidence de certaines technologies sur les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Les données pour cette industrie en pleine effervescence ont été recueillies surtout par le biais d'études commandées et de sources accessibles au public, plutôt que par des questionnaires remplis par l'industrie. L'une des principales sources de données est le sondage effectué en 2009 par MTM, qui analyse les habitudes médiatiques et l'utilisation des technologies de 12 000 Canadiens âgés de dix-huit ans et plus.

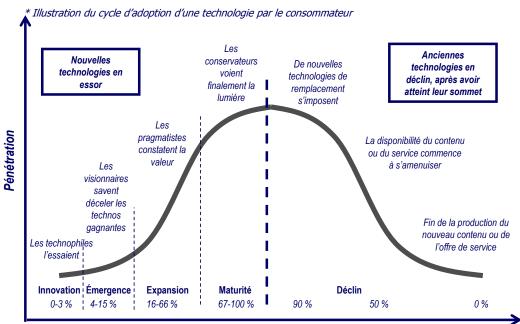
Le Conseil a l'intention de surveiller par différents moyens la radiodiffusion par les nouveaux médias. Son objectif est de dégager un ensemble de données récurrentes qui peuvent être comparées d'une année à l'autre pour établir le profil de l'industrie de la radiodiffusion néomédiatique au Canada.

Plus de 96 % des foyers sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande fixe et 96 % à la large bande mobile (i.e., 3G ou l'équivalent). Les Canadiens réclament toujours plus de contenu, sous forme sonore, vidéo ou de données. La demande s'accentue à mesure que l'accessibilité des appareils multifonctions se répand. Les services néomédiatiques en sont généralement au stade de l'innovation, de l'émergence ou de l'expansion dans leur cycle de vie.

L'un des indicateurs pour évaluer l'importance et le rôle des nouveaux médias dans la vie des Canadiens est leur niveau d'adoption de la technologie. Les technologies traditionnelles, adoptées depuis dix ans et plus, se retrouvent dans presque tous les foyers canadiens. C'est le cas des magnétoscopes et des postes de radio portatifs. Il existe cependant plusieurs nouveaux appareils permettant à leurs utilisateurs de profiter davantage des possibilités offertes par les nouveaux médias, et leur taux d'adoption, tout comme le taux d'adoption des services, est un bon indicateur de l'usage réservé aux nouvelles plateformes.

# Statistiques - Nouveau médias

# Graphique 4.5.1 Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit



Phase / Moment du cycle d'adoption de la technologie

Source: MTM 2009

Tableau 4.5.1 Nombre de visiteurs uniques Canadiens de sites Web

	Visiteurs uniques (en milliers)		Croissance fév 07-fév 10	Total de minutes (en millions)			Croissance fév 07-fév 10			
	Fév. 07	Fév. 08	Fév. 09	Fév.10	%	Fév.07	Fév. 08	Fév. 09	Fév. 10	%
Total Internet	22 823	23 814	24 143	24 638	8,0 %	57 524	63 578	62 544	61 308	6,6 %

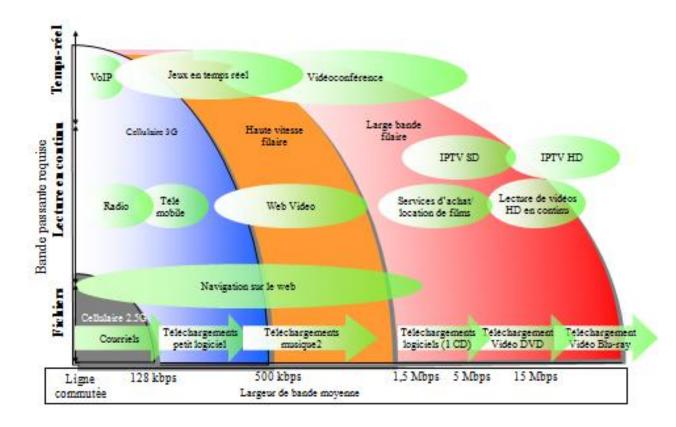
Source: ComScore MediaMetrix

Tableau 4.5.2 Utilisation d'Internet au Canada, selon le groupe linguistique

	2003		20	2005		07	2009	
	Anglo- phones	Franco- phones	Anglo- phones	Franco- phones	Anglo- phones	Franco- phones	Anglo- phones	Franco- phones
Utilisation globale	68 %	58 %	77 %	65 %	81 %	71 %	83 %	76 %
18-34	84 %	79 %	91 %	86 %	95 %	91 %	94 %	93 %
35-49	78 %	66 %	84 %	76 %	89 %	84 %	91 %	88 %
50+	48 %	34 %	60 %	43 %	66 %	51 %	69 %	59 %

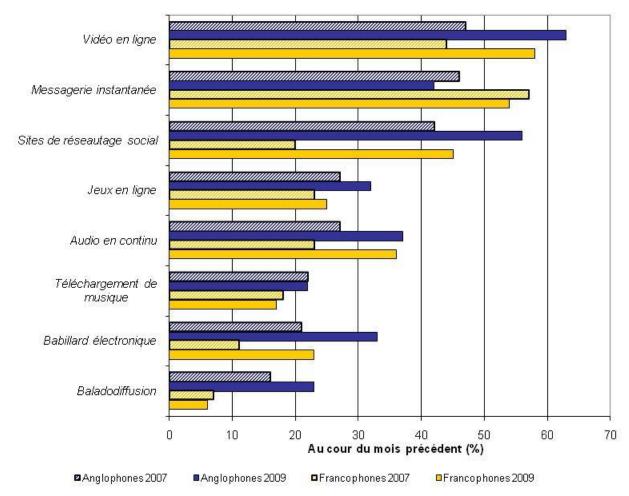
Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants) Note : Utilisation au cours du mois précédent

Graphique 4.5.2 Bande passante requise pour les diverses applications Internet



Source: CRTC

Graphique 4.5.3 Activités populaires liées à l'Internet pour les usagers canadiens



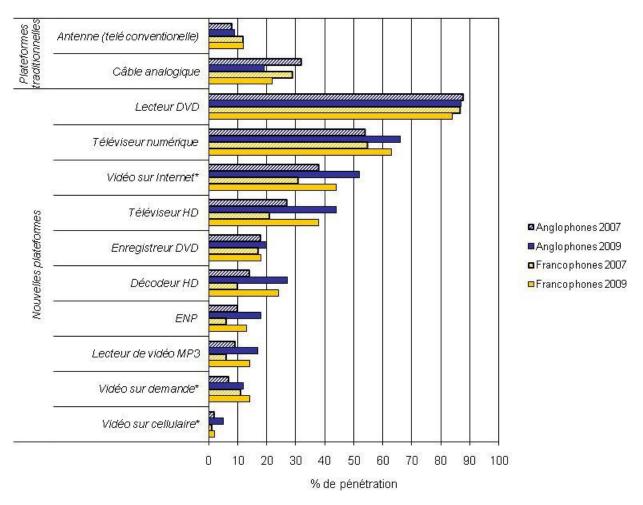
Source: MTM 2009 (Répondants: usagers d'Internet)

Tableau 4.5.3 Moyenne d'heures hebdomadaires que les Canadiens passent en ligne

	1997	1999	2002	2005	2007	2008	2009
Anglophones	4,8	5,6	9,3	11,7	13,4	13,8	14,5
Francophones	4,1	6,3	7,7	9,1	9,8	11,1	11,8

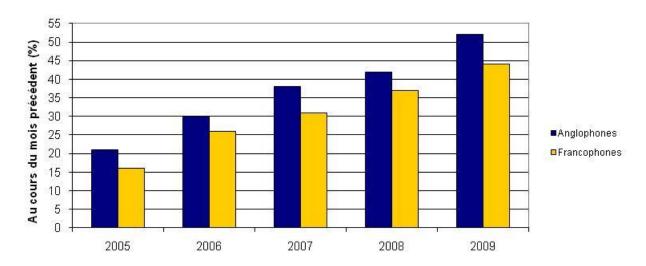
Source: MTM 2009 (Répondants: usagers d'Internet)

Graphique 4.5.4 Taux de pénétration des technologies vidéo au Canada



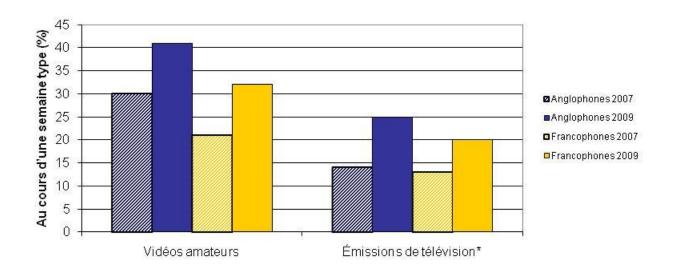
Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants) Note : \* Utilisation au cours du mois précédent

Graphique 4.5.5 Visionnement de vidéos sur Internet par les Canadiens



Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

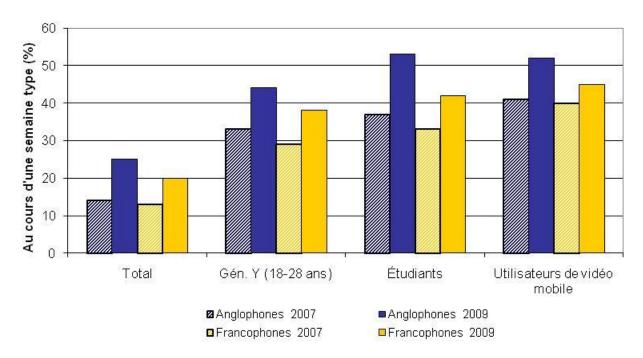
Graphique 4.5.6 Type de vidéos que les Canadiens regardent sur Internet



Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

Note: \* Visionnement sur Internet d'une émission de télévision ou d'un clip d'une émission de télévision.

Graphique 4.5.7 Pénétration de la télévision sur Internet auprès des usagers selon certains groupes sociodémographiques



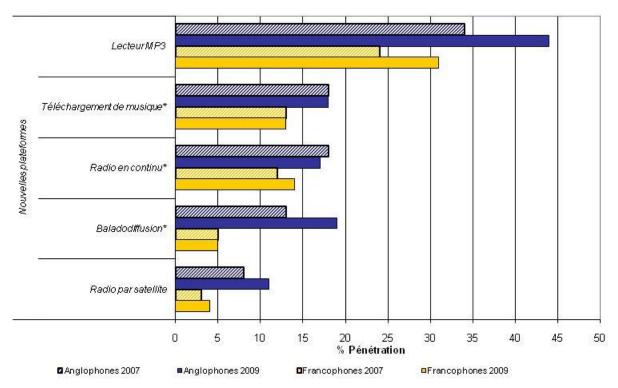
Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

Tableau 4.5.4 Taux d'adoption et de croissance des technologies de vidéo au Canada

			Adoptio	n		(	Croissanc	e	
	2005	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
PVR									
Anglophones	4 %	6 %	10 %	13 %	18 %	50 %	67 %	30 %	38 %
Francophones	2 %	4 %	6%	10 %	13 %	100 %	50 %	67 %	30 %
Regarder des vidéos sur demande*									
Anglophones	5 %	6 %	7 %	9 %	12 %	20 %	17 %	29 %	33 %
Francophones	4 %	7 %	11 %	12 %	14 %	75 %	57 %	9 %	17 %
Regarder des vidéos sur Internet*									
Anglophones	21 %	30 %	38 %	42 %	52 %	43 %	27 %	11 %	24 %
Francophones	16 %	26 %	31 %	37 %	44 %	63 %	19 %	19 %	19 %
Regarder des vidéo sur les téléphones cellulaires*									
Anglophones	-	-	2 %	5 %	5 %	-	-	150 %	0 %
Francophones	-	-	1 %	2 %	2 %	-	-	100 %	0 %

Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants) Note : \*Utilisation au cours du mois précédent

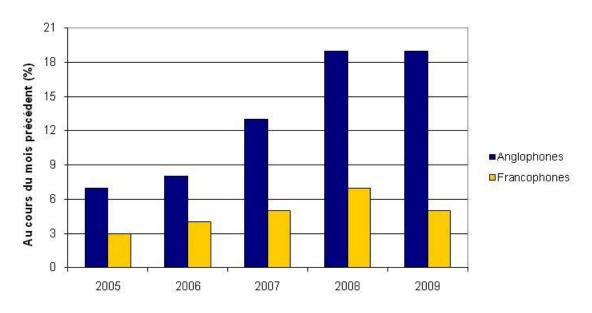
Graphique 4.5.8 Taux de pénétration des technologies sonores au Canada



Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

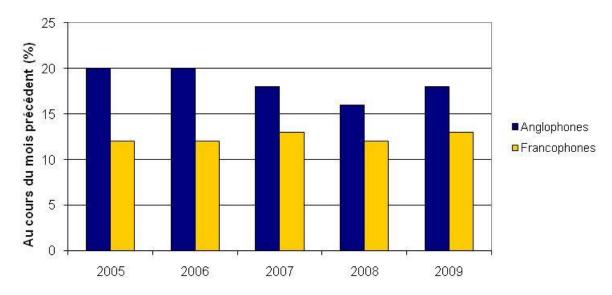
\* Utilisation au cours du mois précédent

Graphique 4.5.9 Taux de pénétration de la baladodiffusion au Canada



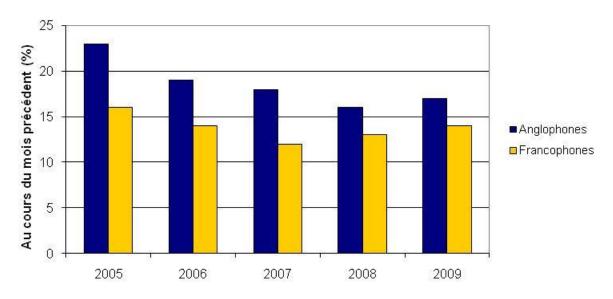
Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

Graphique 4.5.10 Téléchargement de musique au Canada



Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

Graphique 4.5.11 Écoute en continu de la radio au Canada



Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

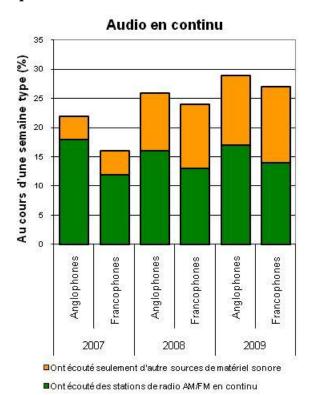
Note: Représente le pourcentage de Canadiens qui écoutent en continu les stations de radio AM et FM.

Tableau 4.5.5 Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada

		A	Adoption			ı	(	Croissanc	e
	2005	2006	2007	2008	2009	2006	2007	2008	2009
Lecteur MP3									
Anglophones	23 %	29 %	34 %	39 %	44 %	26 %	17 %	15 %	13 %
Francophones	14 %	19 %	24 %	30 %	31 %	36 %	26 %	25 %	3 %
Baladodiffusion *									
Anglophones	7 %	8 %	13 %	19 %	19 %	14 %	63 %	46 %	0 %
Francophones	3 %	4 %	5 %	7 %	5 %	33 %	25 %	40 %	-28 %
Téléchargement de musique									
Anglophones	20 %	20 %	18 %	16 %	18 %	0 %	-10 %	-11 %	13 %
Francophones	12 %	12 %	13 %	12 %	13 %	0 %	8 %	-8 %	8 %
Lecture de radio en continu									
Anglophones	23 %	19 %	18 %	16 %	17 %	-17 %	-5 %	-11 %	6 %
Francophones	16 %	14 %	12 %	13 %	14 %	-13 %	-14 %	8 %	8 %

Source: MTM 2007, 2008 et 2009 (L'ensemble des répondants)

Graphique 4.5.12 Radiodiffuseurs AM/FM comme sources de matériel sonore pour la musique en continu



Source: MTM 2007, 2008 et 2009 (L'ensemble des répondants)

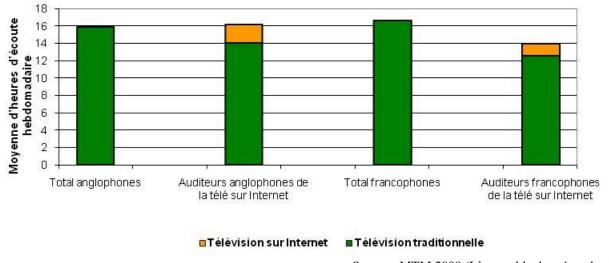
<sup>\*</sup>Utilisation au cours du mois précédent

Tableau 4.5.6 Temps d'utilisation des diverses technologies par les Canadiens

		Heures par semaine	<b>;</b>
	2007	2008	2009
Temps passé en ligne*			
Anglophones	13,4	13,8	14,5
Francophones	9,8	11,1	11,8
Écoute de télévision en ligne			
Anglophones	2,1	1,5	2,2
Francophones	1,3	1,2	1,3
Écoute en continu			
Anglophones	6,0	5,3	5,5
Francophones	5,7	5,4	5,3
Écoute en continu de la radio AM/FM			
Anglophones	4,8	4,2	4,1
Francophones	5,3	4,6	4,6
Baladodiffusion			
Anglophones	2,2	2,2	2,2
Francophones	2,6	2,5	2,0
Écoute sur iPod/MP3*			
Anglophones	6,7	7,1	7,0
Francophones	5,7	5,6	7,0
Écoute de la radio par satellite*			
Anglophones	11,0	9,7	10,1
Francophones	11,0	10,7	10,5

Source : MTM 2007, 2008 et 2009 (Les répondants : les usagers de ces technologies au cours d'une semaine normale)

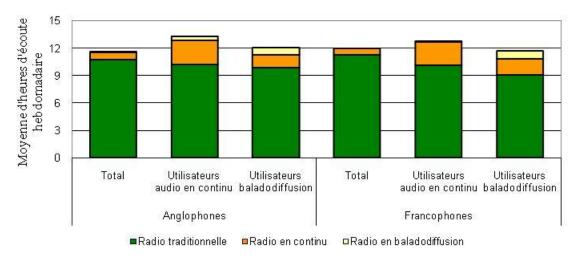
Graphique 4.5.13 Moyenne d'heures d'écoute de la télévision traditionnelle par rapport à celle de la télévision sur Internet chez les Canadiens



Source: MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

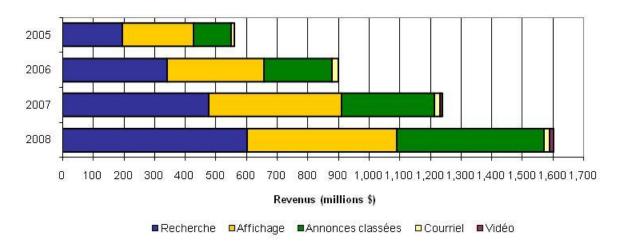
<sup>\*</sup> Usagers au cours du mois précédent

Graphique 4.5.14 Moyenne d'heures d'écoute de radio des Canadiens – Comparaison des heures moyennes d'écoute de la radio aux heures passées sur Internet à écouter la radio en mode continu ou à écouter des fichiers balados



Source : MTM 2009 (L'ensemble des répondants)

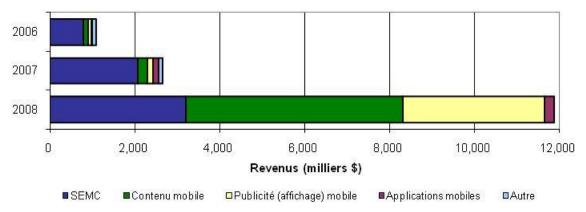
Graphique 4.5.15 Revenus de publicité en ligne au Canada



Source: IAB Canada

Note: Données de 2009 non disponibles au moment de la publication

Graphique 4.5.16 Revenus de publicité des appareils mobiles au Canada



Source: IAB Canada

Note : Données de 2009 non disponibles au moment de la publication

Tableau 4.5.7 Fonds de développement canadiens pour les nouveaux médias (millions \$)

	2005	2006	2007	2008	2009
Fonds de la radiodiffusion et des nouveaux médias de Bell <sup>1</sup>	4,1	5,6	8,3	8,4	8,9
Fonds des nouveaux médias du Canada de Téléfilm Canada <sup>2</sup>	14,1	9,6	14,5	14,5	14,5
Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques <sup>3</sup>	-	-	0,9	-	-
Fonds d'innovation Telus du Centre canadien du film 4	-	0,3	0,3	0,3	0,3
Fonds Quebecor <sup>5</sup>	-	-	3,5	4,6	4,6
Contribution totale	18,2	15,5	27,5	27,8	28,3

Notes: 1 Projets de médias interactifs

- 2 Subventions d'aide à la production (exercice financier : avril à mars)
- Pour l'exercice 2007-2008 seulement. Au cours de l'exercice financier 2008-2009, le fonds a été remanié; le cycle de programmes ayant été repoussé et aucune demande de financement n'a été déposée au cours de cet exercice. La somme de 1,8 million \$ prévue au budget de 2008-2009 sera reportée à l'exercice financier 2009-2010.
- 4 Subventions annuelles à trois projets de 100 000 \$ chacun
- 5 Pour 2007, le montant est un estimé.

Source : Rapports de chaque groupe sur l'utilisation des fonds

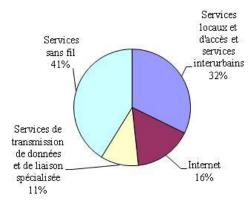
## 5.0 Télécommunications

# 5.1 Aperçu de la situation financière

L'industrie canadienne des services de télécommunication réunit plus de 1000 entités. Un petit nombre de grandes entreprises domine cette industrie et représente, collectivement avec les affiliées, 94 % des revenus des services de télécommunication canadiens. La grande majorité des entités restantes sont de petites entreprises dont les revenus sont inférieurs à 5 millions de dollars.

En 2009, les entités qui sont actives dans les six segments de marché de l'industrie des services de télécommunication (c'est-à-dire les services

Revenus des services de télécommunication 41,0 milliards de dollars 2009



locaux et d'accès, les services interurbains, Internet, les services de transmission de données et de liaison spécialisée et les services sans fil) comptent pour approximativement 92 % des revenus des services de télécommunication. Celles qui ne sont actives que dans un seul segment de marché représentent 1 % des revenus.

Cette section fournit un aperçu général des résultats financiers de l'industrie des services de télécommunication et analyse divers indicateurs financiers comme les tendances des revenus par segment de marché et par type de fournisseur de service, la rentabilité, la part de marché et l'intensité de capital ainsi que les revenus moyens par ligne et taux de pénétration.

Vue d'ensemble sur l'industrie des services de télécommunication

	2008	2009	Croissance
Revenus de télécommunication (milliards de dollars)	40,3	41,0	1,8 %
Pourcentage de l'ensemble des revenus de télécommunication			•
5 premières ESLT	66 %	66 %	
5 premières compagnies par câble	26 %	28 %	
5 premiers revendeurs	2 %	2 %	
Dépenses en immobilisations (milliards de dollars)			•
Filaire	5,9	5,7	-2,9 %
Sans fil	6,1	2,2	-63,0 %
Marge de bénéfices avant intérêts, impôts et amortissements (%)			•
Filaire	24 %	24 %	
Sans fil	45 %	43 %	
Revenus moyens de détail par ligne, par mois <sup>1</sup>			•
Sans fil	59 \$	58 \$	-1,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: 1. Total des revenus de détail divisé par le total des lignes de détail divisé par 12

# Informations statistiques – Télécommunications

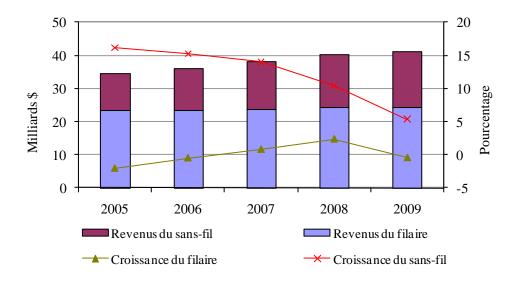
Tableau 5.1.1 Revenus des télécommunications de gros et de détail (milliards \$)

-						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Filaire							
De détail	20,6	20,5	20,8	21,1 #	21,1	-0,4 %	0,5 %
De gros	2,9	2,9	2,9	3,1 #	3,1	-1,3 %	1,8 %
Total filaire	23,5	23,4	23,7	24,2 #	24,1	-0,5 %	0,7 %
Sans fil							
De détail	10,9	12,2	14,0	15,6	16,3	4,9 %	10,6 %
De gros	0,1	0,5	0,5	0,5	0,5	19,3 %	53,8 %
Total sans fil	11,0	12,7	14,5	16,0	16,9	5,3 %	11,3 %
Total de détail	31,6	32,7	34,8	36,7 #	37,4	1,9 %	4,3 %
Total de gros	3,0	3,3	3,4	3,6 #	3,6	2,5 %	5,2 %
Total	34,5	36,1	38,2	40,3 #	41,0	1,8 %	4,4 %

Source: Données recueillies par le CRTC

Note 1. Les revenus des petits fournisseurs de services qui n'avaient pas à remplir les formulaires de données ont été estimés d'après les renseignements fournis sur leurs formulaires d'inscription.

Graphique 5.1.1 Revenus des services de télécommunication et pourcentage de croissance annuelle

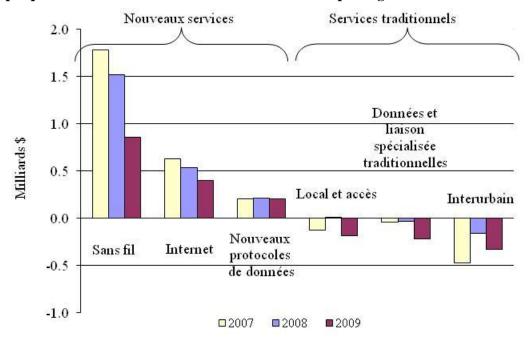


Source: Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.2 Revenus des services de télécommunication par segment de marché (milliards \$)

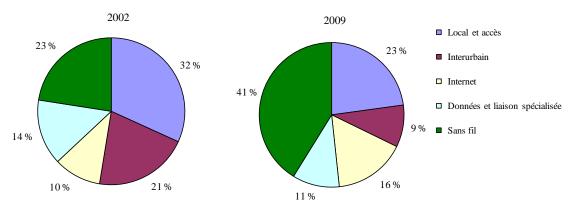
	.,					Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Filaire							
Local et accès	9,8	9,6	9,5	9,6	9,4	-1,9 %	-1,0 %
Interurbain	5,1	4,7	4,3	4,2 #	3,9	-7,1 %	-6,8 %
Total partiel - téléphonie	14,9	14,4	13,9	13,7	13,2	-3,5 %	-2,9 %
Internet	4,5	5,0	5,7	6,2	6,6	6,3 %	9,8 %
Données et liaison spécialisée							
Nouveaux protocoles de données	0,7	0,9	1,1	1,3	1,5	12,2 %	23,4 %
Données traditionnelles, liaison spécialisée et autre	3,4	3,0	3,0	3,0	2,8	-7,3 %	-5,1 %
Total données et liaison spécialisée	4,1	4,0	4,2	4,3	4,3	-0,5 %	1,3 %
Total partiel - sauf téléphonie	8,6	9,0	9,8	10,5	10,9	3,5 %	6,0 %
Total filaire	23,5	23,4	23,7	24,2 #	24,1	-0,5 %	0,7 %
Sans fil	11,0	12,7	14,5	16,0	16,9	5,3 %	11,3 %
Total	34,5	36,1	38,2	40,3	41,0	1,8 %	4,4 %

Graphique 5.1.2 Croissance annuelle des revenus par segment de marché

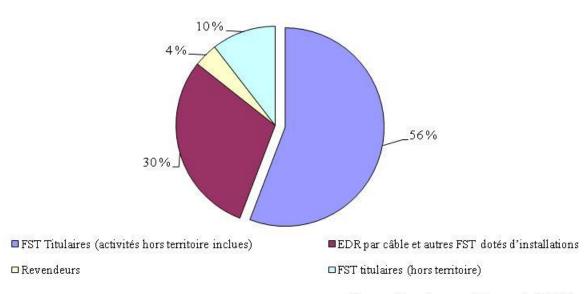


Source: Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.3 Répartition des revenus des services de télécommunication par segment de marché



Graphique 5.1.4 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication selon le type de fournisseur de services en 2009



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.5 Part de marché totale des revenus des services de télécommunication en 2009, selon le type de fournisseur de services

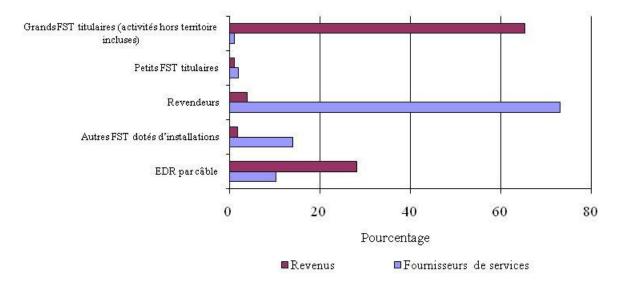


Tableau 5.1.3 Pourcentage des revenus des entités actives dans un ou plusieurs segments de marché

Nombre de segments de marché <sup>1</sup>	2008	2009
Un	1 %	1 %
Deux	1 %	1 %
Trois	2 %	2 %
Quatre	4 %	3 %
Cinq	1 %	1 %
Six	91 %	92 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: 1. Les segments de marché incluent les services locaux et d'accès, les services interurbains, Internet, les services de transmission de données et de liaison spécialisée et les services sans fil

seion le type de l	tourmsseur (	ic sei vices	(CII	пшпопэ	$\Phi J$	
	2006	2007		2008		2009
FST titulaires						
Grands FST titulaires	25 822,8	26 245,0		26 715,5	#	26 777,9
Petits FST titulaires	372,5	465,2		436,0	#	401,8
Total partiel	26 195,4	26 710,2		27 151,5	#	27 179,7
Moins: FST titulaires (hors territoire)	3 849,0	3 897,1	#	3 882,2	#	4 290,6
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	22 346,4	22 813,2	#	23 269,3	#	22 889,1
Pourcentage du total	62 %	60 %	#	58 %	#	56 %
Autres FST						
Autres FST dotés d'installations						
FST titulaires (hors territoire)	3 849,0	3 897,1	#	3 882,2	#	4 290,6
EDR par câble	7 731,9	9 231,6		10 674,3	#	11 519,7
Compagnies de téléphone de services publics et autres entreprises	343,6	488,1		585,8	#	723,7
Total partiel pour les autres FST	11 924,5	13 616,8	#	15 142,3	#	16 534,0
Revendeurs	1 798,4	1 774,5		1 862,2	#	1 594,7
Total des autres FST dotés d'installations et des revendeurs	13 722,9	15 391,3	#	17 004,4	#	18 128,6
Pourcentage du total	38 %	40 %	#	42 %	#	44 %
Total	36 069,3	38 204,5		40 273,8	#	41 017,7

Tableau 5.1.5 Part des revenus (en %) dans le marché des télécommunications filaires en 2009, selon le type de fournisseur de services

	De détail			De gros	Total
	Résidence	Affaires	Total		
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	58,6	68,2	63,0	66,2	63,4
Autres FST					
FST titulaires (hors territoire)	0,1	13,2	6,1	17,1	7,5
FST non titulaires dotés d'installations	35,3	10,6	24,1	13,5	22,7
Revendeurs	5,9	8,0	6,9	3,2	6,4
Total partiel des autres FST	41,4	31,8	37,0	33,8	36,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.6 Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention

	2007	2008	2009
Local et accès	73 %	75 %	71 %
Interurbain	95 %	94 %	96 %
Internet	98 %	98 %	99 %
Données et liaisons spécialisées	75 %	80 %	82 %
Sans fil	100 %	100 %	100 %
Total	90 %	90 %	91 %

Tableau 5.1.7 Taux de pénétration au Canada – Abonnés des services filaires et sans fil (par 100 ménages)

	Année	Filaire	Sans fil	Filaire et/ou sans fil	Sans fil (seulement)
	2002	97,0	51,6	98,7	1,7
	2003	96,3	53,9	98,8	2,5
	2004	96,2	58,9	98,9	2,7
	2005	94,0	n.d.	98,8	4,8
	2006	93,6	66,8	98,6	5,0
	2007	92,5	71,9	98,8	6,3
	2008	91,1	74,3	99,1	8,0
	2009	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Source : Statistique Canada (2002-2007) Abordabilité, 2008-2008. Enquête sur le service

téléphonique résidentiel

n.d.: non disponible

**Tableau 5.1.8** Nombre de connexions (millions)

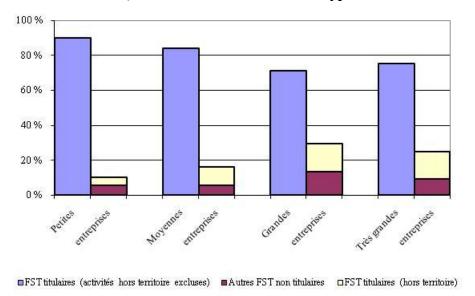
				Croissance	TCAC
	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Local et accès <sup>1</sup>	19,3	19,3	18,7	-3,7 %	-1,6 %
Internet <sup>2</sup>	9,3	9,8	10,1	3,1 %	4,2 %
Sans fil <sup>1</sup>	20,3	22,1	23,8	7,7 %	8,3 %
Total	48,9	51,2	52,6	2,7 %	3,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: 1. Inclut les connexions de résidence et d'affaires.

2. Exclut les connexions d'affaires.

Graphique 5.1.6 Répartition des revenus¹ du marché filaire des services d'affaires en 2009, selon la taille des clients et le type de fournisseur



Note: 1. Les revenus comprennent les revenus du secteur filaire provenant des services locaux et d'accès, des services interurbains, ainsi que des services de transmission de données et de liaisons spécialisées.

Graphique 5.1.7 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA

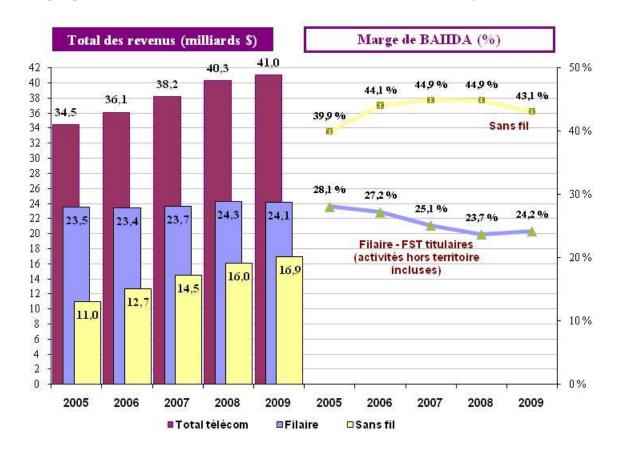


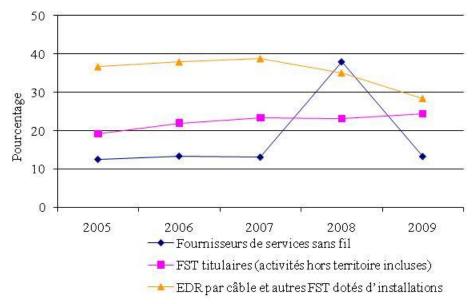
Tableau 5.1.9 Dépenses en immobilisations par type de FST (milliards \$)

						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Filaire FST titulaires (activités hors territoire incluses)	3,6	4,0	4,2	4,1	4,2	1,4 %	4,0 %
Autres FST Autres FST non titulaires dotés d'installations	0,6	1,2	1,6	1,7	1,5	-10,7 %	26,8 %
Revendeurs	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	-59,0 %	-17,1 %
Total des autres FST	0,7	1,3	1,7	1,8	1,6	-12,8 %	24,0 %
Total du secteur filaire	4,2	5,3	5,9	5,9	5,7	-2,9 %	8,0 %
Sans fil	1,4	1,7	1,9	6,1	2,2	-63,0 %	13,0 %
Total des secteurs filaires et sans fil	5,6	6,9	7,8	12,0	8,0	-33,4 %	9,3 %

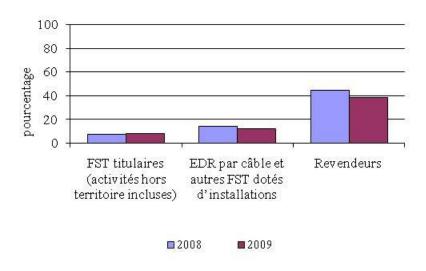
Source : Données recueillies par le CRTC

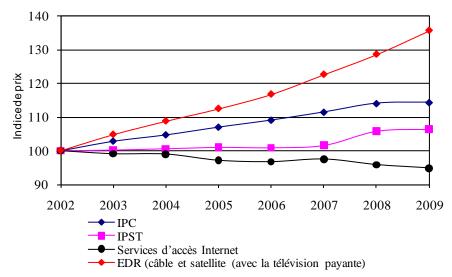
n.d.: non disponible

Graphique 5.1.8 Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus par type de FST (y compris les dépenses liées au FSFÉ en 2009)



Graphique 5.1.9 Paiements interentreprises du secteur filaire exprimés en pourcentage des revenus par type de FST





Source: Statistique Canada

Note: 1. L'IPST reflète les changements de prix facturés à un foyer pour un ensemble de services téléphoniques. Ce panier reflète une moyenne pondérée des dépenses de 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 ils ne comprennent pas les dépenses au titre des services sans fil ou Internet.

2. L'indice de prix EDR reflète les changements de prix facturés à un foyer pour un ensemble de services de câble. L'ensemble inclut tant le service de base que le service étendu du câble. 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 ne tient pas compte des rabais applicables aux forfaits.

Tableau 5.1.10 Pourcentage des abonnés ayant un service local groupé avec d'autres services

Nombre de services dans un forfait <sup>1</sup>	2006	2007	2008	2009
Deux services ou plus	15 %	25 %	25 %	34 %

Source : Données recueillies par le CRTC

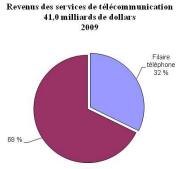
Note: 1. Service local groupé avec une distribution Internet, sans fil et vidéo.

#### 5.2 Services locaux et d'accès et interurbains

#### Aperçu du segment de marché

En 2009, 91 % des foyers canadiens sont abonnés aux services de communication vocale sans fil.

On compte plus de 100 fournisseurs de services locaux et d'accès et plus de 150 fournisseurs de services interurbains en 2009. Parmi eux figurent :



- les grands FST titulaires, qui offrent des services locaux et interurbains essentiellement 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;
- les EDR par câble, qui proposent des services locaux et interurbains sur réseaux;
- 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.

Vue d'ensemble des segments de marché locaux et d'accès et interurbains

	2008	2009	Écart en
			pourcentage
Revenus (milliards \$)	13,5	13,0	-3,4 %
Services locaux et d'accès <sup>1</sup>	9,3	9,2	-1,7 %
Services interurbains <sup>2</sup>	4,2	3,9	-7,1 %
Lignes locales (millions)	20,9	20,3	-2,9 %
Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne	50,81\$	50,71 \$	-0,2 %
Revenus mensuels de détail par ligne	36,43 \$	37,01 \$	1,6 %
Revenus de résidence par ligne	31,24 \$	31,49 \$	0,8 %
Revenus d'affaires par ligne	47,18\$	48,64 \$	3,1 %
Revenus interurbains de détail par minute	0,071 \$	0,066\$	-6,8 %
de résidence	0,085 \$	0,077 \$	-9,0 %
d'affaires	0,054 \$	0,052 \$	-4,0%
Part des revenus des titulaires (activités hors territoire exclues) dans le			•
marché des			
Services locaux et d'accès	82 %	79 %	
Services interurbains	61 %	60 %	

Notes : 1. Les services de téléphonie qui n'entraînent pas de connectivité au RTPC (c.-à-d. de communication d'ordinateur à ordinateur) et les ventes d'équipement de terminal filaire (téléphones et équipement de PBX) sont exclus.

2. Les appels interurbains effectués à partir de téléphones sans fil sont compris dans la section consacrée aux services sans fil du présent rapport. Les appels interurbains filaires et sans fil effectués à l'aide de cartes d'appels font partie du marché des services locaux et d'accès et interurbains.

## Informations statistiques – Services locaux et d'accès et interurbains

Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et d'accès et interurbains, et nombre de lignes locales et de minutes d'interurbain

	2005	2006	2007	2008	2009
Revenus totaux - services					
ocaux et d'accès (millions \$)	9 762	9 618	9 544	9 550	9 365
Croissance annuelle	0,7 %	-1,5 %	-0,8 %	0,1 %	-1,9 %
Moins : revenus de contribution					
millions \$)	251	238	219	209	182
Revenus des services locaux et					
l'accès (millions \$)	9 511	9 380	9 324	9 342	9 183
Croissance annuelle	0,6 %	-1,4 %	-0,6 %	0,2 %	-1,7 %
Revenus de l'interurbain					
millions \$)	5 109	4 742	4 318	4 153 #	3 856
Croissance annuelle	-10,5 %	-7,2 %	-8,9 %	-3,8 %	-7,1 %
Revenus des services locaux et					
l'accès et interurbains (millions					
5)	14 620	14 122	13 642	13 494	13 039
Croissance annuelle	-3,6 %	-3,4 %	-3,4 %	-1,1 %	-3,4 %
Lignes locales y compris les					
gnes d'accès indépendantes					
VoIP (milliers)	20 780	21 000	20 926	20 947	20 348
Croissance annuelle	1,1 %	1,1 %	-0,4 %	0,1 %	-2,9 %
ignes d'accès indépendantes					
oIP (milliers)	-	161	167	153	161
Croissance annuelle		-	3,7 %	-8,5 %	5,0 %
finutes d'interurbain (millions)	66 696	71 998	72 345	70 231 #	70 035
Croissance annuelle	10,0 %	7,9 %	0,5 %	-2,9 %	-0,3 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.2 Revenus des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention

	2007	2008	2009
Revenus faisant l'objet d'une			
abstention (%)			
Services locaux et d'accès	73 %	75 %	71 %
Services interurbains	95 %	94 %	96 %
Lignes locales faisant l'objet d'une			
abstention (%)			
de résidence	73 %	77 %	77 %
d'affaires	65 %	68 %	68 %

Tableau 5.2.3 Revenus des services locaux et d'accès et interurbains, par catégorie de service (en millions \$)

					TCAC
	2006	2007	2008	2009	2006- 2009
Services locaux et d'accès	2000	2007	2008	2009	2009
de résidence	4 947	4 847	4 869	4 794	-1,0 %
					-1,0 %
Croissance annuelle d'affaires	-2,7 % 3 514	-2,0 % 3 581	0,5 % 3 552	-1,5 % 3 514	0,0 %
					0,0 %
Croissance annuelle	1,2 %	1,9 %	-0,8 %	-1,1 %	0.60
de détail - total partiel	8 461	8 428	8 421	8 308	-0,6 %
Croissance annuelle	-1,1 %	-0,4 %	-0,1 %	-1,3 %	
de gros	827	814	851	824	-0,1 %
Croissance annuelle	-0,1 %	-1,6 %	4,6 %	-3,2 %	
Total services locaux et					0.50
d'accès	9 288	9 242	9 272	9 132	-0,6 %
Croissance annuelle	-1,0 %	-0,5 %	0,3 %	-1,5 %	
Services interurbains					
de résidence	2 411	2 251	2 170 #	1 999	-6,1 %
Croissance annuelle	-9,0 %	-6,6 %	-3,6 %	-7,9 %	
d'affaires	1 464	1 299	1 156 #	1 077	-9,7 %
Croissance annuelle	-5,5 %	-11,3 %	-11,0 %	-6,9 %	
de détail - total partiel	3 875	3 550	3 326 #	3 076	-7,4 %
Croissance annuelle	-7,7 %	-8,4 %	-6,3 %	-7,5 %	
de gros	867	768	827 #	780	-3,4 %
Croissance annuelle	-4,8 %	-11,4 %	7,7 %	-5,7 %	
Total services interurbains	4 742	4 318	4 153 #	3 856	-6,7%
Croissance annuelle	-7,2 %	-8,9 %	-3,8 %	-7,1 %	-,. ,
Services locaux et interurbains	7,2 70	3,7 70	3,0 70	7,1 70	
de résidence	7 358	7 098	7 039	6 793	-2.6 %
Croissance annuelle	-4,9 %	-3,5%	-0,8 %	-3,5 %	2,0 /
d'affaires	4 978	4 880	4 708	4 591	-2,7 %
d arranes	4 3 / 6	4 880	4 /08	4 371	-2,7 /
Croissance annuelle	-0,9 %	-2,0 %	-3,5 %	-2,5 %	
de détail - total partiel	12 336	11 978	11 747	11 384	-2,6 %
Croissance annuelle	-3,3 %	-2,9%	-1,9 %	-3,1 %	
de gros	1 694	1 582	1 678	1 604	-1,8 %
Croissance annuelle	-2,6 %	-6,6 %	6,1 %	-4,4 %	,
Total locaux et interurbains	14 030	13 560	13 425	12 988	-2,5 %
Croissance annuelle	-3,2 %	-3,4 %	-1,0 %	-3,3 %	-,- /

	2006	2007	2008	2009
ervices de résidence	-			
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	4 457	4 096	3 827	3 546
Croissance annuelle	-7,9 %	-8,1 %	-6,6 %	-7,3 %
FST titulaires (hors territoire)	5	6	10	9
Croissance annuelle	66,7 %	12,7 %	69,4 %	-5,9 %
Autres FST non titulaires (hors EDR par câble)	71	86	126	140
Croissance annuelle	-60,9 %	20, 0 %	47,7 %	10,7 %
EDR par câble	414	659	906	1 099
Croissance annuelle	550.9%	59.4%	37,4 %	21,3 %
Total de résidence	4 947	4 847	4 869	4 794
Croissance annuelle	-2,7 %	-2,0 %	0,5 %	-1,5 %
ervices d'affaires	2.022	2 1 1 4	2.006	2.017
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	3 023	3 114	3 096	3 017
Croissance annuelle	0,8 %	3,0 % 323	-0,6 %	-2,6 %
FST titulaires (hors territoire)	313		309	309
Autres FST non titulaires	-0,9 % 178	3,2 % 144	-4,3 % 147	-0,1 % 189
		-19,0 %		
Total d'affaires	3,514	3,581	2,0 % 3 552	28,7 % 3 514
Croissance annuelle	1,2 %	1,9 %	-0,8 %	-1,1 %
ervices locaux de détail	1,2 /0	1,2 70	0,0 70	1,1 /0
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	7 480	7 210	6 923	6 563
Croissance annuelle	-4,5 %	-3,6 %	-4,0 %	-5,2 %
FST titulaires (hors territoire)	318	329	319	318
Croissance annuelle	-0,3 %	3,4 %	-3,1 %	-0,3 %
Autres FST non titulaires	663	889	1 180	1 428
Croissance annuelle	64,1 %	34,1 %	32,7 %	21,0 %
Total - de détail	8 461	8 428	8 421	8 308
Croissance annuelle	-1,1 %	-0,4 %	-0,1 %	-1,3 %
ervices de gros				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	667	664	686	660
Croissance annuelle	-4,4 %	-0,4 %	3,2 %	-3,8 %
FST titulaires (hors territoire)	134	109	114	115
Croissance annuelle	28,8 %	-18,3 %	4,3 %	0,4 %
Autres FST non titulaires	26	40	51	49
Croissance annuelle	0,0 %	54,4 %	27,2 %	-3,7 %
Total de gros	827	814	851	824
Croissance annuelle	-0,1 %	-1,6 %	4,6 %	-3,2 %
Cotal Cotal				_
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	8 147	7 874	7 609	7 223
Croissance annuelle	-4,5 %	-3,3 %	-3,4 %	-5,1 %
FST titulaires (hors territoire)	452	438	433	432
Croissance annuelle	6,9 %	-3,0 %	-1,2 %	-0,1 %
Autres FST non titulaires	689	929	1 231	1 477
Croissance annuelle	60,2 %	34,9 %	32,4 %	20,0 %
Total des revenus	9 288	9 242	9 272	9 132
Croissance annuelle ource : Données recueillies par le CRTC	-1,0 %	-0,5%	0,3 %	-1,5 %

Tableau 5.2.5 Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

	2006	2007	2008	2009
Lignes de résidence				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	11 104	10 356	9 541	8 818
Croissance annuelle	-6,9 %	-6,7 %	-7,9 %	-7,6 %
FST titulaires (hors territoire)	21	26	27	28
Croissance annuelle	61,5 %	25,4 %	2,9 %	4,6 %
Autres FST non titulaires (hors EDR par câble)	235	231	505	416
Croissance annuelle	-57,5 %	-1,6 %	118,7 %	-17,6 %
EDR par câble	1 590	2 313	2 917	3 425
Croissance annuelle	286,7 %	45,5 %	26,1 %	17,4 %
Total de résidence	12 950	12 927	12 990	12 687
Croissance annuelle	0,4 %	-0,2 %	0,5 %	-2,3 %
ignes d'affaires				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	5 264	5 252	5 270 #	4 968
Croissance annuelle	-1,3 %	-0,2 %	0,4 %	-5,7 %
FST titulaires (hors territoire)	614	640	614 #	617
Croissance annuelle	7,2 %	4,2 %	-4,0 %	0,5 %
Autres FST non titulaires	390	438	390	435
Croissance annuelle	23,8 %	12,4 %	-11,1 %	11,7 %
Total d'affaires	6 268	6 330	6 274	6 021
Croissance annuelle	0,7 %	1,0 %	-0,9 %	-4,0 %
ignes de détail	16.260	15.600	14011 !!	12.706
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	16 368	15 608	14 811 #	13 786
Croissance annuelle	-5,2 %	-4,6 %	-5,1 %	-6,9 %
FST titulaires (hors territoire)	635	666	641 #	646
Croissance annuelle	8,4 %	4,9 %	-3,8 %	0,7 %
Autres FST non titulaires	2 215	2 983	3 812	4 276
Croissance annuelle	73,3 %	34,7 %	27,8 %	12,2 %
Total de détail	19 218	19 257	19 264	18 708
ignes de gros	0,5 %	0,2 %	0,0 %	-2,9 %
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	451	551	623	533
,				
FST titulaires (hors territoire)	-1,5 % 470	22,1 % 405	13,2 % 262 #	-14,4 % 300
Croissance annuelle	55,1 %	-13,9 %	-35,4 %	14,6 %
Autres FST non titulaires	48	84	97	99
Croissance annuelle	17,1 %	75,6 %	15,4 %	1,7 %
Total de gros	969	1 040	982	932
Croissance annuelle	20,8 %	7,3 %	-5,5 %	-5,1 %
otal	,-/	.,2 / 0	-,2 /0	2,1 70
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	16 819	16 159	15 434 #	14 319
Croissance annuelle	-5,1 %	-3,9 %	-4,5 %	-7,2 %
FST titulaires (hors territoire)	1 105	1 071	903 #	946
Croissance annuelle	24,3 %	-3,1 %	-15,7 %	4,7 %
Autres FST non titulaires	2 263	3 067	3 909	4 375
		35,5 %		
Croissance annuelle Total	71,6 % 20 187	20 297	27,5 % 20 246	11,9 % 19 640
Croissance annuelle	1,3 %	0,5 %	-0,2 %	-3,0 %

Tableau 5.2.6 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne

					TCAC
					2006-
	2006	2007	2008	2009	2009
Services locaux et interurbains					
de résidence	47,35 \$	45,76\$	45,15 \$	44,62 \$	-2,0 %
Croissance annuelle	-5,2 %	-3,4 %	-1,3 %	-1,2 %	
d'affaires	66,18 \$	64,24 \$	62,53 \$	63,55 \$	-1,3 %
Croissance annuelle	-1,6 %	-2,9 %	-2,7 %	1,6 %	
Total de détail	53,49 \$	51,83 \$	50,81 \$	50,71 \$	-1,8 %
Croissance annuelle	-3,8 %	-3,1 %	-2,0 %	-0,2 %	

Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne, par type de FST

	2006	2007	2008	2009
Services de résidence				
FST titulaires (activités hors territoire				
exclues)	33,45	32,96	33,43	33,51
Croissance annuelle	-1,1 %	-1,5 %	1,4 %	0,3 %
FST titulaires (hors territoire)	19,84	17,83	29,36	26,42
Croissance annuelle	3,2 %	-10,1 %	64,7 %	-10,0 %
Autres FST non titulaires (hors EDR par				
câble)	25,35	30,91	20,87	28,04
Croissance annuelle	-8,0 %	21,9 %	-32,5 %	34,4 %
EDR par câble	21,67	23,75	25,88	26,73
Croissance annuelle	68,3 %	9,6 %	9,0 %	3,3 %
Total de résidence	31,83	31,25	31,24	31,49
Croissance annuelle	-3,1 %	-1,9 %	0,0 %	0,8 %
Services d'affaires				
FST titulaires (activités hors territoire				
exclues)	47,86	49,41	48,95	50,60
Croissance annuelle	2,2 %	3,2 %	-0,9 %	3,4 %
FST titulaires (hors territoire)	42,48	42,08	41,94	41,67
Croissance annuelle	-7,6 %	-0,9 %	-0,3 %	-0,6 %
Autres FST non titulaires	38,03	27,39	31,43	36,22
Croissance annuelle	-9,0 %	-28,0 %	14,7 %	15,2 %
Total d'affaires	46,72	47,14	47,18	48,64
Croissance annuelle	0,5 %	0,9 %	0,1 %	3,1 %
Services de détail				
FST titulaires (activités hors territoire				
exclues	38,08	38,49	38,95	39,67
Croissance annuelle	0,7 %	1,1 %	1,2 %	1,8 %
FST titulaires (activités hors territoire)	41,73	41,12	41,41	41,00
Croissance annuelle	-8,0 %	-1,5 %	0,7 %	-1,0 %
Autres FST non titulaires	24,94	24,84	25,79	27,82
Croissance annuelle	-5,3 %	-0,4 %	3,8 %	7,9 %
Total de détail	36,69	36,47	36,43	37,01
Croissance annuelle	-1,6 %	-0,6 %	-0,1 %	1,6 %

Tableau 5.2.8 Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne

Province	2007	2008	2009
Colombie-Britannique	85,0 %	80,1 %	75,6 %
Alberta	79,4 %	76,4 %	71,7 %
Saskatchewan	97,9 %	95,9 %	94,3 %
Manitoba	91,7 %	89,7 %	87,1 %
Ontario	78,9 %	77,4 %	73,4 %
Québec	78,6 %	72,5 %	67,0 %
Nouveau-Brunswick	94,2 %	92,9 %	87,5 %
Nouvelle-Écosse	75,4 %	73,8 %	70,4 %
Île-du-Prince-Édouard	84,5 %	82,5 %	79,2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	92,7 %	91,8 %	90,6 %
Toutes les provinces	81,2 %	78,1 %	73,8 %

Tableau 5.2.9 Part des FST titulaires dans les marchés locaux de résidence et d'affaires des grands centres urbains, par ligne<sup>1</sup>

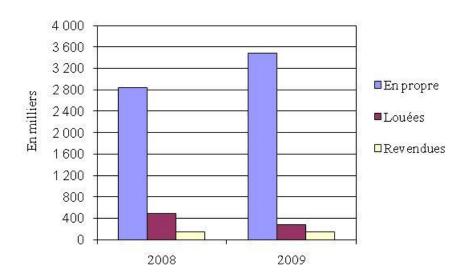
		Lignes de	Lignes de résidence		'affaires
Province	Grand centre	2008	2009	2008	2009
Colombie-Britannique	Vancouver	72,4 %	67,0 %	75,3 %	73,6 %
_	Victoria	66,0 %	56,3 %	83,5 %	81,4 %
Alberta	Calgary	62,6 %	58,3 %	71,7 %	70,1 %
	Edmonton	71,2 %	65,0 %	74,8 %	72,8 %
Saskatchewan	Saskatoon	87,3 %	83,0 %	99,0 %	97,9 %
	Regina	88,8 %	88,5 %	99,5 %	99,0 %
Manitoba	Winnipeg	75,5 %	70,3 %	98,6 %	97,1 %
Ontario	Toronto	66,2 %	62,5 %	79,5 %	76,0 %
	Ottawa-Gatineau	69,4 %	64,2 %	90,9 %	89,1 %
	Hamilton	67,7 %	62,9 %	85,8 %	80,8 %
	London	68,0 %	64,5 %	80,7 %	76,9 %
	Kitchener-Waterloo	67,3 %	63,3 %	79,3 %	77,0 %
	St. Catharines-Niagara	78,0 %	72,8 %	86,8 %	83,2 %
	Windsor	81,3 %	74,5 %	79,1 %	73,4 %
	Oshawa	64,8 %	60,5 %	89,2 %	86,1 %
Québec	Montréal	61,5 %	55,5 %	76,6 %	74,6 %
	Québec	60,6 %	51,3 %	74,4 %	71,5 %
Nouveau-Brunswick	Fredericton	81,6 %	76,4 %	99,6 %	99,3 %
Nouvelle-Écosse	Halifax	54,0 %	51,3 %	81,8 %	77,0 %
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	63,7 %	60,7 %	89,5 %	84,2 %
Terre-Neuve-et-					
Labrador	St. John's	89,1 %	81,6 %	78,4 %	85,4 %

Note: 1. Les limites des grands centres sont établies selon les définitions de région métropolitaine de recensement et d'agglomération de recensement de Statistique Canada.

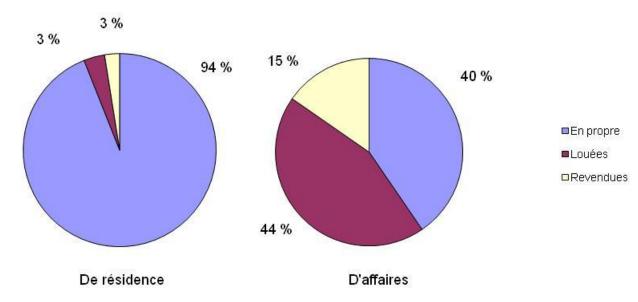
Tableau 5.2.10 Revenus du service local de gros, selon la composante principale (en millions \$)

						TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2005-2009
Interconnexion	322	293	273	281	280	-3,5 %
Centrex	107	106	104	97	97	-2,4 %
Accès au RTPC	237	256	261	280	290	24,0 %
Lignes dégroupées	110	119	120	116	92	-4,2 %
Autres revenus	53	53	45	47	33	-11,2 %
Total	829	827	802	821	792	-1,1 %

Graphique 5.2.1 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST, selon le type d'installations



Graphique 5.2.2 Lignes locales de résidence et d'affaires par les autres FST, selon le type d'installations (2009)



Graphique 5.2.3 Nombre de téléphones payants exploités par les grands FST titulaires et revenus de détail par unité

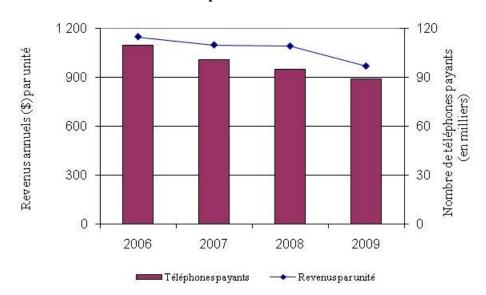


Tableau 5.2.11 Revenus du service interurbain, par type de FST (en millions \$)

	2006	2007	2008	2009
Services de résidence	2000	2007	2000	2007
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	1 655	1 505	1 440 #	1 288
Croissance annuelle	-13,9 %	-9,0 %	-4,4 %	-10,6 %
FST titulaires (hors territoire)	5	5	3	2
Croissance annuelle	-16,7 %	-0,2 %	-47,5 %	-21,5 %
Autres FST non titulaires	751	741	727 #	709
Croissance annuelle	4,3 %	-1,3 %	-1,8 %	-2,5 %
Total de résidence	2 411	2 251	2 170 #	1 999
Croissance annuelle	-9,0 %	-6,6 %	-3,6 %	-7,9 %
Services d'affaires	·	·	·	
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	812	750	686 #	669
Croissance annuelle	-7,0 %	-7,6 %	-8,6 %	-2,4 %
FST titulaires (hors territoire)	240	212	176	161
Croissance annuelle	-18,6 %	-11,6 %	-17,2 %	-8,4 %
Autres FST non titulaires	412	337	295 #	247
Croissance annuelle	7,9 %	-18,3 %	-12,5 %	-16,2 %
Total d'affaires	1 464	1 299	1 156 #	1 077
Croissance annuelle	-5,5 %	-11,3 %	-11,0 %	-6,9 %
Services de détail				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	2 467	2 255	2 126 #	1 957
Croissance annuelle	-11,7 %	-8,6 %	-5,7 %	-7,9 %
FST titulaires (hors territoire)	245	217	178	163
Croissance annuelle	-18,6 %	-11,4 %	-17,9 %	-8,6 %
Autres FST non titulaires	1 163	1 078	1 022 #	956
Croissance annuelle	5,5 %	-7,3 %	-5,2 %	-6,4 %
Total de détail	3 875	3 550	3 326 #	3 076
Croissance annuelle	-7,7 %	-8,4 %	-6,3 %	-7,5 %
Services de gros				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	400	414	420	373
Croissance annuelle	-14,7 %	3,6 %	1,4 %	-11,2 %
FST titulaires (hors territoire)	270	217	262	231
Croissance annuelle	0,0 %	-19,7 %	20,9 %	-11,8 %
Autres FST non titulaires	197	137	145 #	176
Croissance annuelle	14,5 %	-30,6 %	6,0 %	21,4 %
Total de gros	867	768	827	780
Croissance annuelle	-4,8 %	-11,4 %	7,7 %	-5,7 %
Total Total	2.0.5	2.550	0.545	0.000
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	2 867	2 670	2 546 #	2 330
Croissance annuelle	-12,2 %	-6,9 %	-4,6 %	-8,5 %
FST titulaires (hors territoire)	515	434	440	394
Croissance annuelle	-9,8 %	-15,7 %	1,4 %	-10,5 %
Autres FST non titulaires	1 360	1 214	1 167 #	1 132
Croissance annuelle	6,8%	-10,7 %	-3,9 %	-3,0 %
Total des revenus	4 742	4 318	4 153 #	3 856
Croissance annuelle	-7,2 %	-8,9 %	-3,8 %	-7,1 %

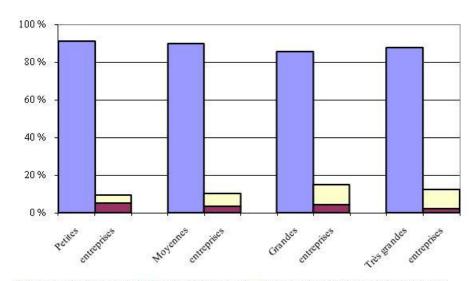
Tableau 5.2.12 Revenus du service interurbain de détail par minute par type de FST

	2006	2007	2008	2009
Services de résidence				
FST titulaires (activités hors territoire				
excluses)	0,122 \$	0,115 \$	0,110\$	0,100\$
Croissance annuelle	-4,2 %	-5,8 %	-9,5 %	-13,0 %
FST titulaires (hors territoire)	0,083 \$	0,079 \$	0,069 \$	0,071 \$
Croissance annuelle	-5,6 %	-5,0 %	-17,1 %	-9,7 %
Autres FST non titulaires	0,065 \$	0,059 \$	0,058 \$	0,054 \$
Croissance annuelle	7,2 %	-8,7 %	-11,0 %	-8,3 %
Total de résidence	0,096\$	0,088\$	0,085 \$	0,077 \$
Croissance annuelle	-2,2 %	-8,3 %	-11,7 %	-12,3 %
Services d'affaires				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,075 \$	0,066\$	0,067 \$	0,067 \$
Croissance annuelle	-12,6 %	-11,7 %	-10,9 %	1,8 %
FST titulaires (hors territoire)	0,043 \$	0,043 \$	0,038 \$	0,037 \$
Croissance annuelle	-17,3 %	0,5 %	-10,5 %	-14,5 %
Autres FST non titulaires	0,062 \$	0,055 \$	0,046\$	0,039 \$
Croissance annuelle	-3,6 %	-12,0 %	-26,0 %	-28,5 %
Total d'affaires	0,063 \$	0,058 \$	0,054 \$	0,052 \$
Croissance annuelle	-10,7 %	-8,7 %	-14,3 %	-9,9 %
Services de détail				
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,101 \$	0,092 \$	0,091 \$	0,086\$
Croissance annuelle	-8,6 %	-8,7 %	-9,8 %	-7,1 %
FST titulaires (hors territoire)	0,043 \$	0,044 \$	0,039 \$	0,037 \$
Croissance annuelle	-17,2 %	0,6 %	-10,8 %	-14,8 %
Autres FST non titulaires	0,064 \$	0,058 \$	0,054 \$	0,049 \$
Croissance annuelle	3,3 %	-9,6 %	-15,8 %	-14,5 %
Total de détail	0,080 \$	0,074 \$	0,071 \$	0,066\$
Croissance annuelle	-6,6 %	-8,1 %	-11,7 %	-10,5 %

Tableau 5.2.13 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail par région

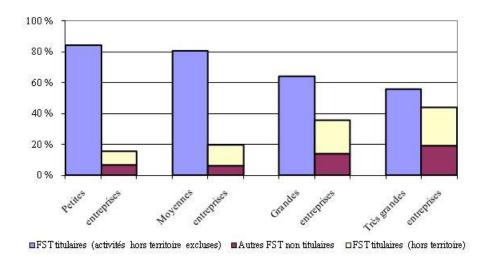
Dágian	Pourcentage							
Région	2005	2006	2007	2008	2009			
CB. Alberta	68 %	66 %	75 %	73 %	72 %			
Saskatchewan	84 %	79 %	86 %	85 %	84 %			
Manitoba	86 %	84 %	88 %	83 %	79 %			
Ontario Québec	61 %	57 %	55 %	56 %	54 %			
Atlantique	77 %	79 %	82 %	81 %	80 %			

Graphique 5.2.4 Répartition des revenus du marché des services d'affaires locaux selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)



□FST titulaires (hors territoire) ■Autres FST non titulaires □FST titulaires (activités hors territoire excluses)

Graphique 5.2.5 Répartition des revenus du marché des services d'affaires interurbains selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)



## 5.3 Internet et disponibilité de la large bande

#### Aperçu du segment

L'industrie de l'accès Internet comprend environ 500 entreprises.

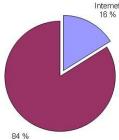
- les FST titulaires offrent l'accès Internet essentiellement par ligne commutée, LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe;
- les câblodistributeurs fournissent un accès Internet par modem câble, fibre optique et sans-fil fixe;
- les compagnies de téléphone de services publics, des municipalités et d'autres FST fournissent un accès Internet par ligne commutée, LAN, fibre optique, satellite ou sans-fil fixe;
- les revendeurs comptent sur les FST dotés d'installations pour avoir accès à des installations au prix de gros. Les revendeurs fournissent le service d'accès Internet par ligne commutée et le service Internet haute vitesse en utilisant surtout des installations LAN louées, mais aussi le modem câble et la fibre optique.

Vue d'ensemble de la disponibilité d'Internet et de la large bande

	2008	2009	Croissance
Revenus (en milliards \$)	6,2	6,6	6.3 %
Accès et transport Internet			
Résidentiel	3,9	4,3	9,9 %
Affaires	1,1	1,1	1,2 %
Vente de gros	0,2	0,3	21,5 %
Autres	1,0	1,0	-5,5 %
Abonnés résidentiels (en millions)	9,8	10,1	2,6%
Revenus attribuables à l'accès haute vitesse de résidence par abonné, par mois	34,06\$	36,06\$	5.9 %
Part de marché de l'accès Internet (revenu)			
Les 5 principaux FSI (y compris les affiliés)	76 %	76 %	
Exploitant de câble	48 %	50 %	
ESLT (activités hors territoire exclues)	40 %	38 %	_
Disponibilité de la large bande (à l'exclusion du satellite)			
Nationale	95 %	95 %	
Urbaine	100 %	100 %	
Rurale	82 %	84 %	_
Pénétration Tous les débits	74 %	75 %	
Haut débit	69 %	72 %	
Large bande (1,5 mbps et plus)	52 %	62 %	
Large bande (5 mbps et plus)	41 %	44 %	
Nombre moyen de gigaoctets téléchargés par mois et par utilisateur	9,1	12,0	·
Nombre moyen de gigaoctets téléversés par mois et par utilisateur	3,2	3,4	
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse de résidence	-	1.51 %	
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse d'affaires	-	1.56 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Revenus des services de télécommunication 41,0 milliards de dollars



### **Informations statistiques concernant Internet**

**Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet (en millions \$)** 

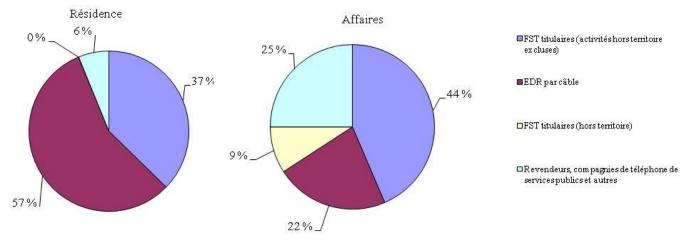
				`			Croissance	TCAC
		2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
	FST titulaires (activités hors							
	territoire exclues)							
	Ligne commutée	192	159	141	116	92	-21,3 %	-16,9 %
	Haute vitesse	1 014	1 160	1 331 #	1 406	1 506	7,1 %	10,4 %
	Total partiel	1 206	1 319	1 471	1 522	1 598	5,0 %	7,3 %
	EDR par câble							
	Ligne commutée	13	8	5	2	1	-31,9 %	-42,6 %
	Haute vitesse	1 380	1 649	1 935	2 129	2 419	13,6 %	15,1 %
	Total partiel	1 393	1 657	1 940	2 131	2 420	13,6 %	14,8 %
	FST titulaires (activités hors						ĺ	
Résidence	territoire exclues) et EDR par							
ide	câble – Total partiel							
Şés	Ligne commutée	205	167	145	118	93	-21,5 %	-17,9 %
1	Haute vitesse	2 394	2 809	3 266	3 535	3 925	11,0 %	13,2 %
	Total partiel	2 599	2 976	3 411	3 654	4 018	10,0 %	11,5 %
	Autres FST							
	Ligne commutée	157	112	83	71	48	-32,6 %	-25,7 %
	Haute vitesse	83	103	128 #	175	219	25,5 %	27,6 %
	Total partiel	239	215	211	245	267	8,7 %	2,8 %
	Total							
	Ligne commutée	362	279	228	189	141	-25,7 %	-21,0 %
	Haute vitesse	2 477	2 912	3 394	3 710	4 144	11,7 %	13,7 %
	Total résidence	2 838	3 191	3 622	3 899	4 285	9,9 %	10,8 %
	FST titulaires (activités							
	hors territoire exclues)	396	406	434	457	444	-2,8 %	2,9 %
	EDR par câble	127	134	169	201	227	13,2 %	15,6 %
	FST titulaires (activités hors							
	territoire excluses) et EDR	523	540	604	657	671	2,1 %	6,4 %
	par câble – Total partiel							
	Autres FST							
Affaires	FST titulaires (activités hors	105	00	112	00	0.2	500/	7.10/
ffa	territoire)	125	98	112	98	93	-5,0 %	-7,1 %
< <	Revendeurs, entreprises de							
	téléphones de services	214	236	223	241	255	5,7 %	4,5 %
	publics et autres entreprises						. ,	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,
	Total partiel autres FST	339	335	335	339	348	2,6 %	0,7 %
	Total accès affaires	862	874	938	997	1 019	2,3 %	4,3 %
	Total transport affaires	41	50	73	76	67	-12,8 %	12,8 %
	Total affaires	903	924	1 011	1 073	1 086	1,2 %	4,7 %
	Accès et transport de grande							
ès	capacité	95	77	54	54	48	-11,0 %	-15,9 %
Accès de gros	Accès de faible capacité	111	125	147	161	213	32,3 %	17,8 %
, ф	Total de gros	206	202	201	215	261	21,5 %	6,1 %
× ×	Applications, équipements et	200		201		201	21,2 70	3,2 70
Autres	autres services Internet	583	720	835	1 015	959	-5,5 %	13,2 %
At	associés		. = -				-,- /0	,-/
	Grand total	4 530	5 037	5 669	6 202	6 591	6.3 %	9.8 %
	Notes : 1 Les services d'accès							. ,

Notes: 1. Les services d'accès et de transport Internet de gros sont généralement vendus aux FSI qui les utilisent pour fournir des services d'accès Internet à leurs abonnés de détail. Les ventes à des entités autres que des FSI, tels les fournisseurs de services VoIP, font également partie des revenus de gros présentés au tableau 5.3.1 comme des revenus « accès et transport de grande capacité ».

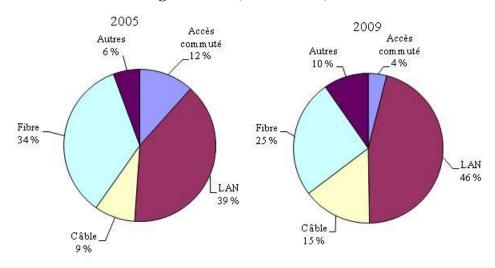
<sup>2.</sup> L'a accès de faible capacité » comprend les services tels que l'accès au service d'accès par passerelle (SAP) de Bell Canada, le point de présence virtuel (PDPV) LAN de la STC et le service AIT fourni par les EDR par câble, ainsi que la capacité de satellite et l'accès commuté groupé avec l'accès Internet vendu aux FSI.

<sup>3.</sup> Les années précédentes, les frais de location de modems du service de résidence étaient incorporés aux revenus du service d'accès Internet. Ils ne le sont plus à partir de 2008. Ils totalisaient environ 121 millions de dollars en 2008.

Graphique 5.3.1 Part de revenus de l'accès Internet, par type d'entité



Graphique 5.3.2 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès (2005 c. 2009)



Source : Données recueillies par le CRTC

Note : La catégorie « Autres » comprend les autres technologies, notamment le réseau numérique à intégration du service (RNIS), le sans-fil fixe et le satellite.

Tableau 5.3.2 Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST

	200	5	200	6	200	7	200	8	200	9		
	Abonnés /1000	Part*	Croissance 2008-2009	TCAC 2005- 2009								
FST titulaires (activités hors												
territoire excluses)												
Ligne commutée	765	48,8 %	642	51,8 %	566	60,6 %	433	59,1 %	286	58,8 %	-33,9 %	-21,8 %
Haute vitesse	2 676	41,6 %	3 095	41,5 %	3 405	40,7 %	3 584	39,5 %	3 673	38,4 %	2,5 %	8,2 %
Total partiel	3 441	43,0 %	3 736	42,9 %	3 971	42,7 %	4 017	40,9 %	3 959	39,3 %	-1,4 %	3,6 %
EDR par câble												
Ligne commutée	53	3,4 %	38	3,1 %	18	1,9 %	18	2,4 %	14	2,8 %	-24,4 %	-28,9 %
Haute vitesse	3 467	53,9 %	4 041	54,2 %	4 573	54,7 %	4 990	55,0 %	5 358	56,0 %	7,4 %	11,6 %
Total partiel	3 520	44,0 %	4 079	46,9 %	4 590	49,5 %	5 008	51,1 %	5 372	53,4 %	7,3 %	11,2 %
FST titulaires (activités hors territoire excluses) et EDR par câble												
Ligne commutée	818	52,2 %	680	54,8 %	584	62,5 %	451	61,6 %	299	61,6 %	-33,6 %	-22,2 %
Haute vitesse	6 143	95,6 %	7 136	95,6 %	7 978	95,5 %	8 574	94,5 %	9 031	94,3 %	5,3 %	10,2 %
Total partiel	6 961	87,0 %	7 815	89,8 %	8 561	92,2 %	9 024	92,0 %	9 331	92,7 %	3,4 %	7,6 %
Autres FST												
Ligne commutée	750	47,8 %	560	45,2 %	350	37,5 %	281	38,4 %	187	38,4 %	-33,6 %	-29,4 %
Haute vitesse	286	4,4 %	327	4,4 %	379	4,5 %	503	5,5 %	545	5,7 %	8,2 %	17,5 %
Total partiel	1 036	13,0 %	886	10,2 %	729	7,8 %	785	8,0 %	731	7,3 %	-6,8 %	-8,3 %
Total						·					·	
Ligne commutée	1 568	19,6 %	1 239	14,2 %	934	10,0 %	732	7,5 %	486	4,8 %	-33,6 %	-25,4 %
Haute vitesse	6 429	80,4 %	7 461	85,8 %	8 356	90,0 %	9 077	92,5 %	9 576	95,2 %	5,5 %	10,5 %
Grand total	7 997		8 700		9 290		9 809		10 062		2,6 %	6,0 %

Note: \*Les pourcentages correspondent à la proportion des modes d'accès de tous les abonnements Internet de résidence pour chaque type, sauf pour les lignes « Total », où ils correspondent à la proportion de tous les abonnements au service de résidence pour l'ensemble de l'industrie.

Tableau 5.3.3 Plans et tarification des services Internet de résidence (volet 1 de 2)

	0200 001 110	05 1110011100	0.001001	100 (10100 1
Dati	2006	2007	2008	2009
Débit en aval		Revenus me		
Allégé et bande élargie jusqu'à 256 kbps	6,6	6,8	2,9	0,4
Bande élargie 300 à 1400 kbps	11,9	12,2	15,1	8,8
Large bande				
1,5 à 4 mbps	14,7	14,0	17,3	21,3
5 à 9 mbps	60,3	58,0	53,6	45,6
10 à 15 mbps	6,3	8,7	10,8	22,8
16 à 100 mbps	0,2	0,2	0,3	1,0
Total échantillonnage	242,1	268,9	306,4	314,8
Débit en aval		Abonnem		
Allégé et bande élargie jusqu'à 256 kbps	10,1	10,0	4,3	0,9
Bande élargie 300 à 1400 kbps	14,7	15,3	19,8	12,4
Large bande				
1,5 à 4 mbps	15,1	15,3	17,0	25,0
5 à 9 mbps	54,8	52,5	50,1	41,7
10 à 15 mbps	5,2	6,8	8,6	19,4
16 à 100 mbps	0,1	0,1	0,2	0,6
Total échantillonnage	6 880,3	7 576,6	8 184,4	8 346,9
Débit en aval		Revenus moye	ns par abonné	
Allégé et bande élargie jusqu'à 256 kbps	22,91 \$	24,37 \$	24,86\$	17,75 \$
Bande élargie 300 à 1400 kbps	28,30 \$	28,29 \$	28,57 \$	26,84\$
Large bande				
1,5 à 4 mbps	34,24 \$	32,53 \$	38,22 \$	32,46\$
5 à 9 mbps	38,74 \$	39,26\$	40,00 \$	41,36\$
10 à 15 mbps	43,17 \$	45,23 \$	47,06\$	44,43 \$
16 à 100 mbps	81,30 \$	51,17 \$	63,06\$	65,08\$
Total échantillonnage	35,18 \$	35,50 \$	37,44 \$	37,86\$
Débit en aval		téléversement i		
Allégé et bande élargie jusqu'à 256 kbps	94	118	131	128
Bande élargie 300 à 1400 kbps	306	294	286	267
Large bande				
1,5 à 4 mbps	537	537	809	656
5 à 9 mbps	619	677	744	755
10 à 15 mbps	742	815	862	751
16 à 100 mbps	1 006	1 000	1 120	1 085
Total échantillonnage	514	552	649	665
Vitesse de téléchargement moyenne pondérée	3 826	4 227	4 928	5 937

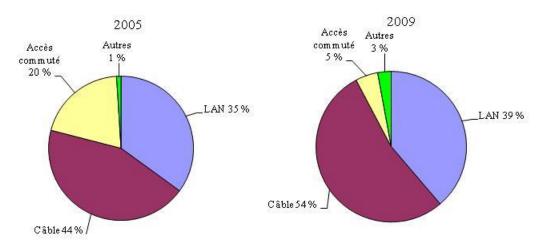
Tableau 5.3.3 Plans et tarification des services Internet de résidence (volet 2 de 2)

	2006	2007	2008	2009		
Débit en aval	Limite de téléversement/téléchargement moyenne pondérée en gigabits					
Allégé et bande élargie jusqu'à 256 kbps	-	-	8,50	11,75		
Bande élargie 300 à 1400 kbps	-	-	8,75	3,04		
Large bande						
1,5 à 4 mbps	-	-	43,25	32,20		
5 à 9 mbps	-	-	54,18	42,80		
10 à 15 mbps	-	-	80,81	69,53		
16 à 100 mbps	-	-	101,91	104,14		
Total échantillonnage	-	-	42,34	40,32		

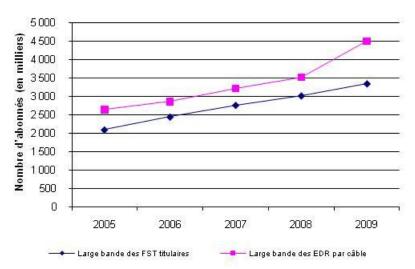
Note: 1. Les limites moyennes pondérées de téléchargement ne sont calculées que pour les plans qui comportent de telles limites.

2. Les données de 2008 et 2009 n'incluent pas les revenus de location de terminal.

Graphique 5.3.3 Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence (2005 c. 2009)



Graphique 5.3.4 Abonnement à la large bande (1,5 mbps et plus)



# Informations statistiques – Disponibilité de la large bande

Tableau 5.3.4 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

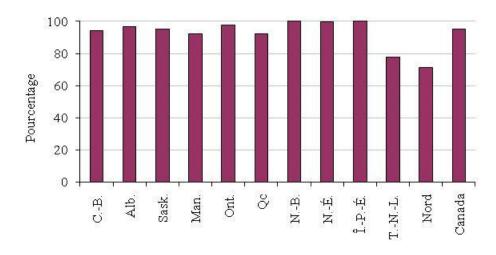
	Disponibilité					
Plateforme	2005	2006	2007	2008	2009	
Sans fil	97 %	97 %	98 %	98 %	99%	
Mobile 3G ou équivalent	n.d.	n.d.	78 %	91 %	96%	
LAN	n.d.	n.d.	n.d.	84 %	85%	
Modem câble	n.d.	n.d.	n.d.	80 %	80%	
$TVPI^1$	n.d.	8 %	10 %	10 %	10%	
Satellite numérique	nationale	nationale	nationale	nationale	nationale	

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: 1. Au 31 août

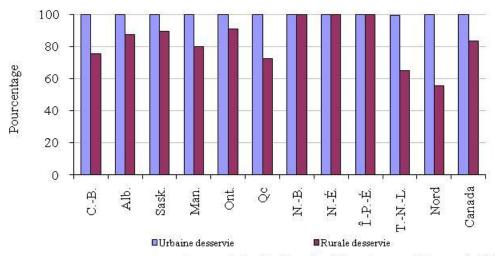
2. n.d.: Données non disponibles

Graphique 5.3.5 Disponibilité de la large bande (pourcentage des foyers) (2009)



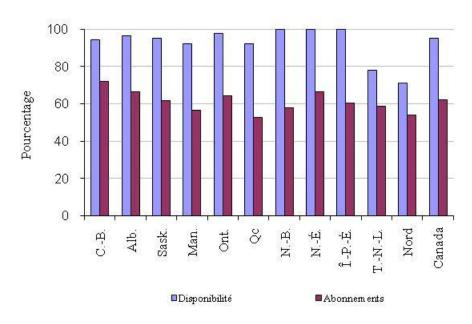
Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.6 Disponibilité de la large bande en 2009, zones urbaines c. zones rurales (% des foyers)



Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.7 Disponibilité de la large bande c. abonnement à la large bande (2009)



Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.5 Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande (en milliers)

Province	2008		2009
Colombie-Britannique	1 659	#	1 691
Alberta	1 339	#	1 368
Saskatchewan	389		394
Manitoba	433	#	443
Ontario	4 738	#	4 812
Québec	3 028	#	3 062
Nouveau-Brunswick	257		304
Nouvelle-Écosse	387		388
Île-du-Prince-Édouard	54	#	55
Terre-Neuve-et-Labrador	155		155
Nord	26	#	26
Canada	12 465	#	12 700

Tableau 5.3.6 Disponibilité de la large bande, selon la technologie (pourcentage des foyers)

Technologie	2008	2009
LAN	84 %	85 %
Modem câble	80 %	80 %
Sans-fil fixe	82 %	# 83 %
Canada	95 %	# 95 %

## 5.4 Services de transmission de données et de liaison spécialisée

## Aperçu du segment

En 2009, environ 150 entreprises offraient des services de transmission de données et de liaison spécialisée; environ 40 % de ces entreprises étaient des FST et 60 % regroupaient les autres FST comme des EDR par câble, des compagnies de téléphone de services publics et des revendeurs.



Vue d'ensemble des services de transmission de données et de liaison spécialisée

	2008	2009	Croissance
Revenus (en milliards \$)	4,3	4,3	-0,5 %
Données	2,6	2,7	2,5 %
Liaison spécialisée	1,7	1,6	-5,0 %
Pourcentage du revenu total tiré des liaisons spécialisées	39,6 %	37,9 %	
Nouveaux protocoles de données			
Revenus (en milliards \$)	1,4	1,5	12,2 %
Pourcentage du revenu total des données	77,2 %	82,8 %	
Part du marché des revenus de transmission de données et de liaison			
spécialisée			
FST titulaires (activités hors territoire excluses)	65 %	65 %	
Services exemptés			
Pourcentage des revenus des données tirés des services de données			
faisant l'objet d'une abstention	91 %	94 %	
Pourcentage des revenus de liaison spécialisée tirés des services de			
liaison spécialisée faisant l'objet d'une abstention	61 %	63 %	
Nombre de routes de liaisons spécialisées faisant l'objet d'une			
abstention	3 400	3 800	11,8 %

## Informations statistiques - Transmission de données et de liaison spécialisée

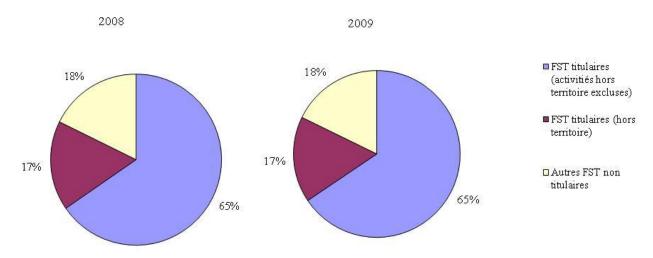
Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée (en millions de \$)

						TCAC
						2005-
	2005	2006	2007	2008	2009	2009
Transmission de données						
Protocoles de données	1 354	1 496	1 602	1 775	# 1 858	8,3 %
Croissance annuelle	-4,5 %	10,5 %	7,1 %	10,8%	4,7%	
Autres	885	809	870	838	# 820	-1,9 %
Croissance annuelle	-3,4 %	-8,6 %	7,6 %	-3,6%	-2,2%	
Total de transmissions de données et autres revenus	2 239	2 305	2 472	2 614	# 2 678	4,6 %
Croissance annuelle	-4,1 %	2,9 %	7,3 %	5,7%	2,5%	
Liaison spécialisée						
Courte distance	788	649	717	737	# 674	-3,8 %
Croissance annuelle	-11,5 %	-17,6 %	10,4 %	2,8%	-8,5%	
Longue distance	1 066	1 016	964	985	# 961	-2,6 %
Croissance annuelle	-7,4 %	-4,7 %	-5,2 %	2,3%	-2,4%	
Total de services de liaison spécialisée	1 854	1 665	1 680	1 722	# 1 636	-3,1 %
Croissance annuelle	-9,2 %	-10,2 %	0,9 %	2,5%	-5,0%	
Total de services de transmission de données et de liaison spécialisée	4 093	3 970	4 153	4 336	# 4 313	1,3 %
Croissance annuelle	-6,5 %	-3,0 %	4,6 %	4,4%	-0,5%	

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: Les services de transmission de données sont classés en trois catégories: (1) les protocoles traditionnels tels le X.25, MTA et le relais de trames; (2) les protocoles plus récents comme Ethernet et le RVP-IP; (3) les autres services comme d'autres protocoles, la gestion de réseaux et l'équipement de réseau.

Graphique 5.4.1 Part de revenus dans le marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée, par type de FST



Graphique 5.4.2 Part des revenus dans le marché des services de transmission de données, par type de FST

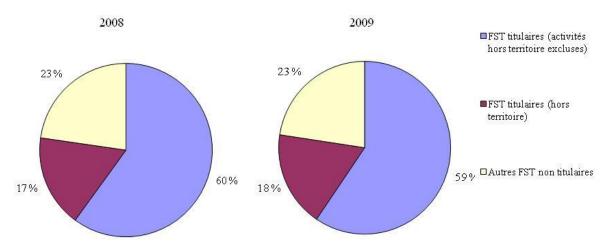


Tableau 5.4.2 Revenus des services de protocoles de données, par catégorie de services (en millions de \$)

						TCAC
						2005-
	2005	2006	2007	2008	2009	2009
Nouveaux protocoles						
Services de détail						
Ethernet	391,1	469,9	488,5	520,7 #	482,3	5,4 %
Croissance annuelle	-8,5 %	20,1 %	4,0 %	6,6 %	-7,4 %	
RPV-IP	221,1	362,9	535,2	710,1 #	870,8	40,9 %
Croissance annuelle	99,7 %	64,1 %	47,5 %	32,7 %	22,6 %	
Total services de détail	612,2	832,8	1 023,7	1 230,8	1 353,1	21,9 %
Croissance annuelle	13,8 %	36,0 %	22,9 %	20,2 %	9,9 %	
Services de gros						
Ethernet	49.6	86.7	90,0	122,4 #	173,2	36,7 %
Croissance annuelle	11,7 %	74,8 %	3,9 %	36,0 %	41,5 %	,
RPV-IP	2,4	11,0	11,3	17.4 #	11,8	48,9 %
Croissance annuelle	0,0 %	358,3 %	2,4 %	54,6 %	-32,3 %	, . , .
Total services de gros	52,0	97,7	101,3	139,8 #	185,0	37,3 %
Croissance annuelle	11,1 %	87,9 %	3,7 %	38,0 %	32,3 %	-,,-,,
Total nouveaux protocoles	664,2	930,5	1 125,0	1 370,7	1 538,1	23,4 %
Croissance annuelle	13,6 %	40,1 %	20,9 %	21,8 %	12,2 %	
Protocoles traditionnels						
Services de détail	640,6	509,4	415,2	343,8 #	264,2	-19,9 %
Croissance annuelle	-12,5 %	-20,5 %	-18,5 %	-17,2 %	-23,2 %	.,
Services de gros	49,0	55,8	62,4	60,7	55,7	3,9 %
Croissance annuelle	-51,1 %	13,9 %	11,8 %	-2,6 %	-8,3 %	*
Total protocoles traditionnels	689,6	565,2	477,5	404,6 #	319,9	-17,4 %
Croissance annuelle	-17,2 %	-18,0 %	-15,5 %	-15,3 %	-20,9 %	., , , ,
Total des services de protocoles de	1.070.0	4.407.5	1.500.7	4.555.0 "	1.050.0	
données	1 353,8	1 495,7	1 602,5	1 775,2 #	1 858,0	8,3 %
Croissance annuelle	-4,5 %	10,5 %	7,1 %	10,8 %	4,7 %	

Tableau 5.4.3 Part de revenus dans le marché des services de protocoles de données, par catégorie de services (%)

	2005	2006	2007	2008	2009
Nouveaux protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	63	57	50	50 #	52
FST titulaires (hors territoire)	17	24	29	20 #	21
Autres FST non titulaires	21	19	21	30 #	28
Protocoles de données traditionnels					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54	59	57	60 #	59
FST titulaires (hors territoire)	28	19	16	13 #	12
Autres FST non titulaires	18	23	26	26 #	29
Total des services de protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	58	58	53	52 #	53
FST titulaires (hors territoire)	22	22	25	19 #	19
Autres FST non titulaires	19	20	22	29 #	28

Graphique 5.4.3 Part de revenus dans le marché des services de liaison spécialisée, par type de FST

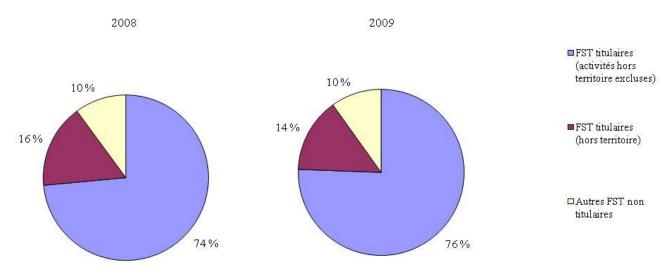


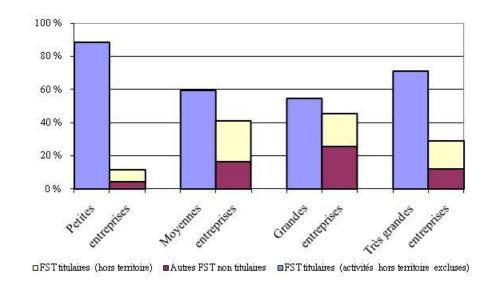
Tableau 5.4.4 Revenus des services de liaison spécialisée, par catégorie de services (en millions de \$)

						TCAC
						2005-
	2005	2006	2007	2008	2009	2009
Liaison spécialisée						
De détail						
Courte distance	503	431	430 #	357 #	322	-10,6 %
Croissance annuelle	-3,5 %	-14,3 %	-0,3 %	-16,9 %	-9,9 %	
Longue distance	660	634	576 #	536 #	521	-5,7 %
Croissance annuelle	-9,8 %	-3,9 %	-9,1 %	-6,9 %	-2,9 %	
Total liaison spécialisée de détail	1 163	1 065	1 006 #	894 #	843	-7,7 %
Croissance annuelle	-7,2 %	-8,4 %	-5,6 %	-11,2 %	-5,7 %	
De gros						
Courte distance	285	217	287 #	380 #	352	5,5 %
Croissance annuelle	-22,8 %	-23,9 %	32,2 %	32,4 %	-7,2 %	
Longue distance	406	382	387 #	449 #	440	2,1 %
Croissance annuelle	-3,1 %	-5,9 %	1,4 %	15,8 %	-1,9 %	
Total liaison spécialisée de gros	691	599	674 #	828 #	793	3,5 %
Croissance annuelle	-12,3 %	-13,3 %	12,6 %	22,9 %	-4,3 %	
Total liaison spécialisée	1 854	1 665	1 680 #	1 722 #	1 636	-3,1 %
Croissance annuelle	-9,2 %	-10,2 %	0,9 %	2,5 %	-5,0 %	

Tableau 5.4.5 Part des revenus des marchés courte distance et longue distance – Services de liaison spécialisée (%)

<del>-</del>					
	2005	2006	2007	2008	2009
Courte distance					
FST titulaires (activités hors territoire excluss)	73	84	84	82	78
FST titulaires (hors territoire)	24	14	13	15	15
Autres FST non titulaires	3	2	3	4	6
Longue distance					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	77	78	65	68	74
FST titulaires (hors territoire)	14	11	20	18 #	14
Autres FST non titulaires	10	10	15	14 #	12
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	76	80	73	74	76
FST titulaires (hors territoire)	17	13	17	16	14
Autres FST non titulaires	7	7	10	10 #	10

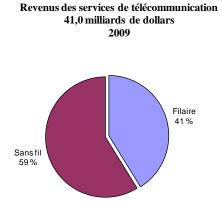
Graphique 5.4.4 Répartition des revenus des services de liaison spécialisée et de transmission de données, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2009)



#### 5.5 Services sans fil

#### Aperçu du segment

Le réseau des services sans fil couvre environ 20 % du territoire canadien et rejoint 99 % de la population. Le réseau des services sans fil évolués qui supportent des appareils comme les téléphones intelligents et les clés turbo est accessible à 96 % des Canadiens. Les revenus du sans-fil représentent 41 % du revenu total des télécommunications, soit la part la plus importante de cette industrie.



Ce marché se compose de trois principaux FSSF dotés d'installations, d'un certain nombre de plus petits FSSF régionaux dotés d'installations et d'un petit nombre d'ERMV.

Un certain nombre de nouveaux FSSF dotés d'installations sont récemment arrivés sur le marché du sans-fil ou ont annoncé leur intention d'y entrer.

Vue d'ensemble des services sans fil

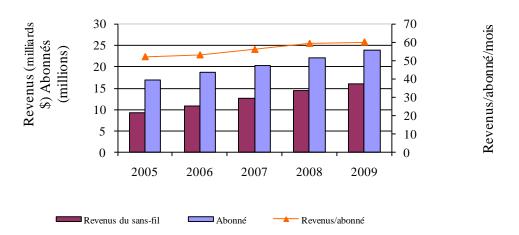
			Croissance
	2008	2009	2008-2009
Revenus (en milliards \$)	15,9	16,8	5,4 %
Nombre d'abonnés (en millions)	22,1	23,8	7,8 %
Revenus moyens (excluant les services de			
téléappel) par			
utilisateur par mois (RMPA)	60 \$	59 \$	-2,2 %
minute (RMPM)	0,11 \$	0,10\$	-6,1 %
Dépenses en capital sans-fil/dépenses en capital			
totales de télécommunication	51 %	29 %	-
DCMU	23 \$	8 \$	-65,7 %
Population ayant accès	98 %	99 %	-
Population ayant accès à la technologie 3G	91 %	96 %	-
Pénétration par foyer	74,3 %	n.d.	-
Pénétration par foyer – sans-fil seulement	8 %	n.d.	_

Source : Données recueillies par le CRTC et Statistique Canada

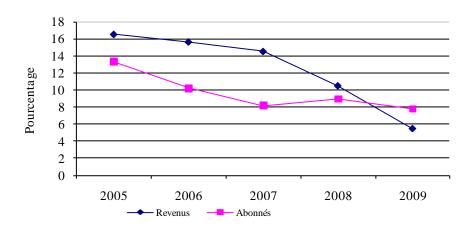
Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel, et nombre d'abonnés

						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Revenus - Sans-fil (millions \$)	10 895,5	12 600,1	14 430,0	15 940,3	16 804,0	5,4 %	11,4 %
Revenus - Téléappel (millions \$)	121,0	96,1	92,8	96,1	89,2	-7,2 %	-7,3 %
Revenus - Total	11 016,5	12 696,2	14 522,8	16 036,4	16 893,2	5,3 %	11,3 %
Abonnés - Sans-fil (milliers)	17 016,6	18 749,1	20 277,4	22 092,5	23 811,9	7,8 %	8,8 %
Abonnés - Téléappel (milliers)	616,7	504,6	390,4	319,3	253,6	-20,6 %	-19,9 %

Graphique 5.5.1 Revenus des services sans fil, nombre d'abonnés et revenus par abonné (excluant les services de téléappel)



Graphique 5.5.2 Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés du sans-fil (excluant les services de téléappel)



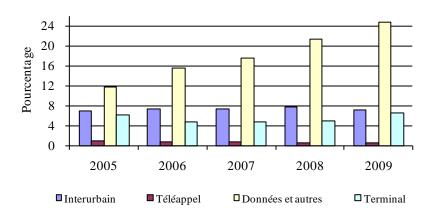
Source: Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.2 Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel (en millions \$)

						Croissance	TCAC
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2005-2009
Téléphonique de base	8 172,1	9 110,1	10 117,0	10 481,9	10 323,5	-1,5 %	6,0 %
Interurbain	771,1	918,8	1 075,7	1 224,0	1 204,9	-1,6 %	11,8 %
Téléappel	121,0	96,1	92,8	96,1	89,2	-7,2 %	-7,3 %
Données et autres	1 286,7	1 959,7	2 537,7	3 431,4	4 169,2	21,5 %	34,2 %
Terminal	665,6	611,4	699,5	803,0	1 106,3	37,8 %	13,5 %
Total	11 016,4	12 696,2	14 522,8	16 036,4	16 893,2	5,3 %	11,3 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.3 Revenus des principales composantes (excluant la téléphonie de base)



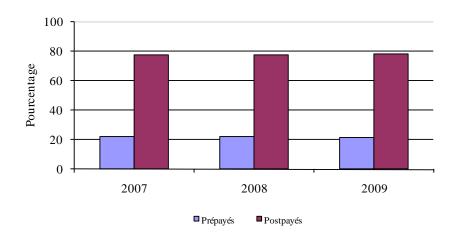
Source: Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.3 Revenus des services prépayés et postpayés du sans-fil (téléphonie de base et interurbain) (en millions \$)

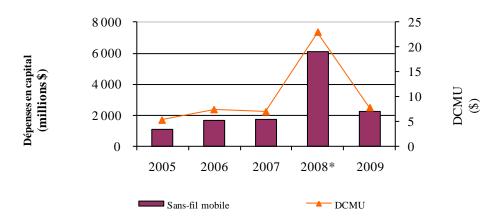
						Croissance
	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009
Prépayé	661,6	738,9	934,6	912,9	846,4	-7,3 %
Postpayé	8 244,3	9 235,2	10 211,0	10 745,7	10 610,6	-1,3 %
Total	8 905,9	9 974,1	11 145,6	11 658,6	11 457,0	-1,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.4 Pourcentage d'abonnés aux services prépayés et postpayés



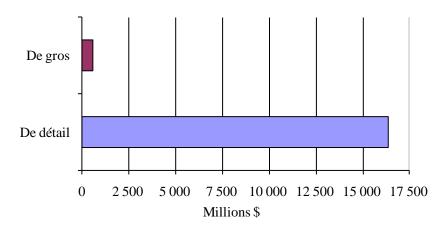
Source: Données recueillies par le CRTC



Source: Données recueillies par le CRTC

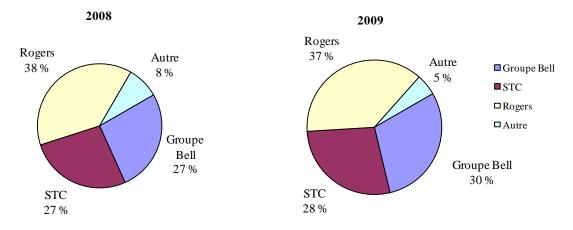
Note : \*Dépenses en capital pour 2008 incluent 4,6 milliards de dollars additionnels provenant de la vente aux enchères des FSFÉ.

Graphique 5.5.6 Partage des revenus entre les services de détail et de gros



Source : Données recueillies par le CRTC

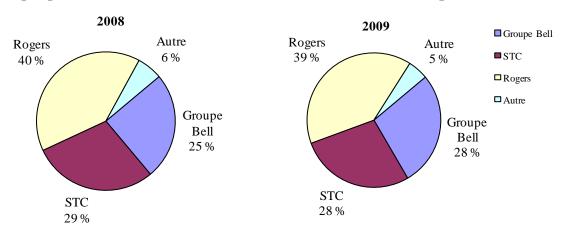
**Graphique 5.5.7** Part de marché des FST de services sans fil exprimée en abonnés



Source : Données recueillies par le CRTC

« Autre » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF. Groupe Bell : Le Groupe Bell était composé des compagnies suivantes : Bell Canada Inc.; Northwestel Mobility Inc.; Bell Mobilité Inc.; Télébec, Société en commandite; Northern Tel, Limited Partnership; Skyterra (Canada) Inc.; Skyterra Corp.; Virgin Mobible Canada; et Latitude Wireless Inc.

**Graphique 5.5.8** Part de marché des FST de services sans fil exprimée en revenus



Source : Données recueillies par le CRTC

« Autre » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF. Note: Groupe Bell : Le Groupe Bell était composé des compagnies suivantes : Bell Canada Inc.; Northwestel Mobility Inc.; Bell Mobilité Inc.; Télébec, Société en commandite; NorthernTel, Limited Partnership; Skyterra (Canada) Inc.; Skyterra Corp.; Virgin Mobible Canada; et Latitude Wireless Inc.

Tableau 5.5.4 Part de marché en 2009 exprimée en abonnés du sans-fil par province

Province	Groupe Bell	STC	Rogers	Autre
Colombie-Britannique	16 %	41 %	42 %	0 %
Alberta	21 %	52 %	27 %	0 %
Saskatchewan	7 %	4 %	13 %	76 %
Manitoba	5 %	11 %	30 %	55 %
Ontario	32 %	20 %	47 %	1 %
Québec	39 %	26 %	33 %	2 %
Nouveau-Brunswick	64 %	15 %	21 %	0 %
Île-du-Prince-Édouard	64 %	18 %	18 %	0 %
Nouvelle-Écosse	57 %	20 %	23 %	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	77 %	19 %	3 %	0 %
Nord	95 %	0 %	0 %	5 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Note: « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Tableau 5.5.5 Revenu moyen par utilisateur (RMPU) par province (à l'exclusion des services de téléappel)

Province	2005	2006	2007	2008	2009
Colombie-Britannique	53,84 \$	59,00\$	59,10\$	63,53 \$	60,88\$
Alberta	64,17 \$	70,07 \$	73,81 \$	75,26\$	70,28 \$
Saskatchewan	50,72 \$	52,74 \$	55,11\$	57,66\$	58,11 \$
Manitoba	53,63 \$	54,01 \$	54,46\$	57,05 \$	52,88\$
Ontario	51,83 \$	54,40\$	59,63\$	60,61\$	62,75 \$
Québec	44,29 \$	47,52\$	50,21 \$	50,45 \$	52,15\$
Nouveau-Brunswick	47,77 \$	48,84 \$	52,87 \$	50,00\$	51,08\$
Île-du-Prince-Édouard	49,34 \$	61,10\$	63,58\$	64,89\$	56,18\$
Nouvelle-Écosse	54,17 \$	50,42 \$	54,59\$	52,57 \$	52,70\$
Terre-Neuve-et-Labrador	40,57 \$	45,37\$	50,29\$	47,43 \$	48,22\$

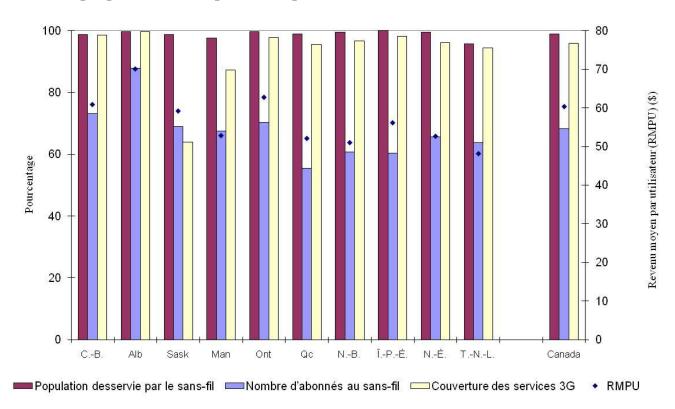
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.6 Taux de roulement mensuel moyen (%)

	2005	2006	2007	2008	2009
Bell Mobilité	1,6 %	1,6 %	1,7 %	1,6 %	1,6 %
Rogers	2,1 %	1,8 %	1,6 %	1,5 %	1,4 %
STC	1,4 %	1,3 %	1,5 %	1,6 %	1,6 %

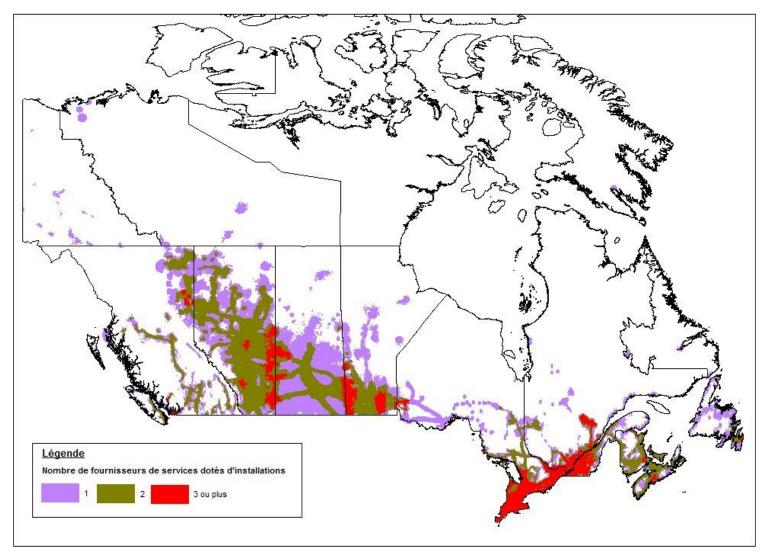
Source : Rapports annuels des compagnies et données recueillies par le CRTC

**Graphique 5.5.9** Population et pénétration

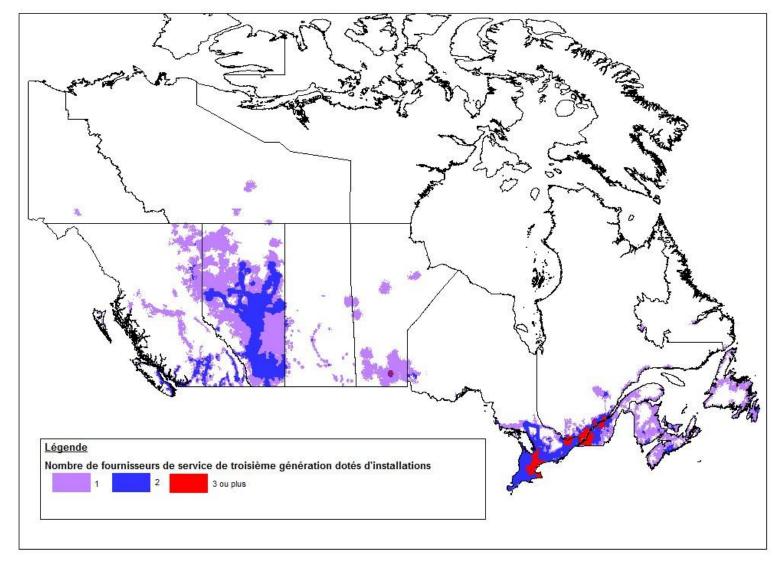


Source : Données recueillies par le CRTC

Carte 5.5.1 Présence de fournisseurs de services sans fil dotés d'installations



Carte 5.5.2 Présence de fournisseurs de services sans fil 3G ou équivalents dotés d'installations

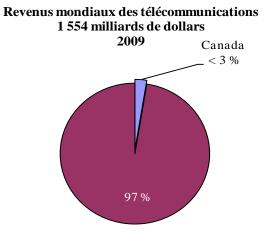


#### Perspective internationale 6.0

#### 6.1 Le Canada par rapport à d'autres pays

La présente section contient des statistiques situant le Canada dans le contexte international des communications, y compris un aperçu général de la tarification, des revenus et des autres paramètres des secteurs de l'industrie des services filaires, sans fil, Internet à large bande, de radio et de télévision.

En 2009, les revenus des services canadiens de télécommunication représentaient moins de 3 % de l'ensemble des revenus mondiaux de télécommunication. Les revenus



de télécommunication du Canada représentaient un peu moins de 10 % de ceux de l'Amérique du Nord.

*Tarification des services – services individuels et forfaits* 

Tout en continuant à offrir leurs services principaux, les fournisseurs de services des industries de télécommunication et de radiodiffusion ont continué d'offrir des assemblages combinant téléphonie vocale fixe, services sans fil mobiles, accès Internet à haut débit par technologie fixe ou mobile et services de télévision et de vidéo. Le tableau 6.1.1 compare le prix au Canada et dans cinq autres pays.

Tableau 6.1.1 Tarification internationale (prix mensuel moyen)

	Canada	États- Unis	Royaume-Uni	France	Australie	Japon
Service filaire					3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 - 3 -	5 th p 5 to 5
Niveau 1 (usage faible)	31	40	31	36	44	27
Niveau 2 (usage moyen)	51	69	42	63	86	53
Niveau 3 (usage élevé)	61	78	58	73	95	83
Service sans fil						
Niveau 1 (utilisateur faible)	33	40	21	30	19	24
Niveau 2 (utilisateur moyen)	52	61	33	78	36	44
Niveau 3 (utilisateur élevé)	110	124	61	124	92	115
Haut débit (technologie fixe)						
Niveau de base (≈1,5 mbps, 2 Go/mois)	31	40	n/d	n/d	35	40
Niveau moyen (1,5-9 mbps, 10 Go/mois)	48	59	36	50	52	50
Niveau supérieur (10-20 mpbs, 25 Go/mois)	62	75	41	65	74	72
Internet mobile (technologie 3G)						
Vitesse ≈1,5 mbps, transmission de données 2 Go/mois	54	73	22	52	34	76
Assemblages de services						
Filaire-sans fil-large bande	134	165	93	162	132	137
Filaire-large bande-TV numérique	118	165	98	108	131	127
Filaire-sans fil-large bande-TV numérique	167	211	120	184	165	173

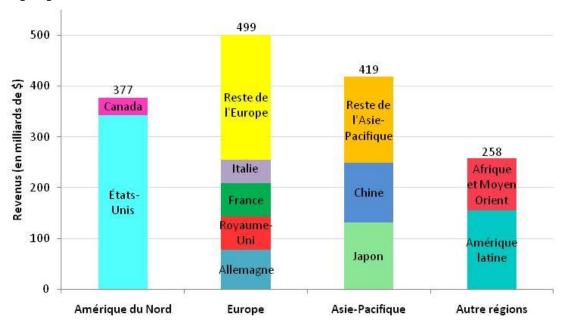
Note: Les prix reflètent les devises internes converties en dollars canadiens corrigés pour la parité de pouvoir d'achat des différents pays.

Source : Étude comparative des prix effectuée pour le CRTC en avril 2010 par Wall Communications Inc.; voir le résumé des postulats et des méthodologies à l'annexe 4.

En ce qui concerne la large bande fixe, le marché a évolué vers une offre de services Internet à plus haut débit, ce qui a réduit la disponibilité des solutions d'accès à moindre vitesse ou à faible utilisation. Par exemple, aucun fournisseur de services faisant partie de l'étude au Royaume-Uni ou en France n'offrait de service large bande de niveau 1, tandis qu'un fournisseur comme Optus en Australie offrait un service à vitesse unique (20 mbps) lié aux niveaux d'utilisation. Lorsque le maximum mensuel est atteint, le débit du service est réglé à la baisse à 256 kilobits par seconde. Les vitesses moyennes annoncées dans les différents pays pour les forfaits de grande utilisation sont les suivantes : Canada, 12,4 mbps; États-Unis, 16,2 mbps; Royaume-Uni, 20 mbps; France, 60 mbps; Australie, 25 mbps; et Japon, 18,5 mbps.

Revenus des services de communication

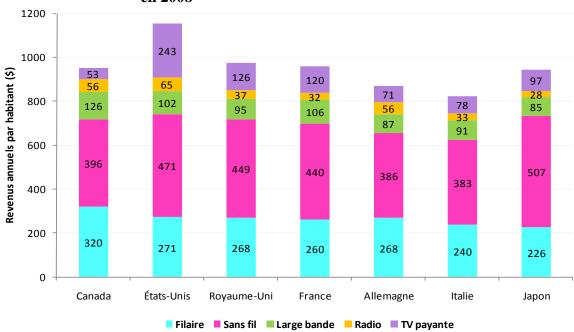
Graphique 6.1.1 Revenus des services de télécommunications en 2009



Note : Les dollars canadiens ont été convertis à partir d'euros (€), selon le taux de change moyen de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source: IDATE DigiWorld Yearbook 2010

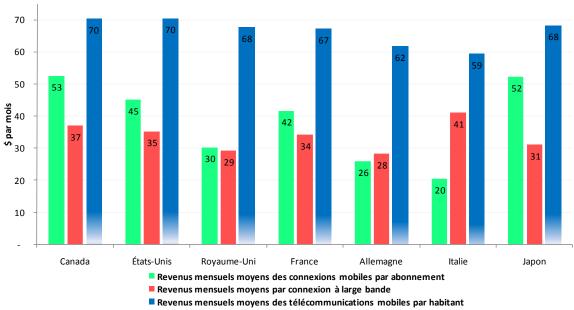
Graphique 6.1.2 Revenus de détail des services de communications par habitant en 2008



Note : Les dollars canadiens ont été convertis à partir de livres  $(\mathfrak{L})$ , selon le taux de change moyen de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2009 (Ofcom)

Graphique 6.1.3 Moyenne des revenus de détail mensuels des services de télécommunications en 2008

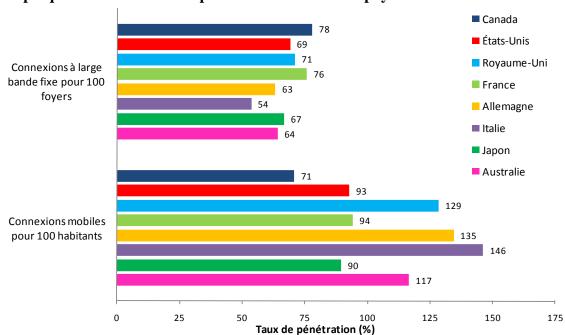


Note : Les dollars canadiens ont été convertis à partir de livres (£), selon le taux de change moyen de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source: Ofcom ICMR

## Pénétration des services

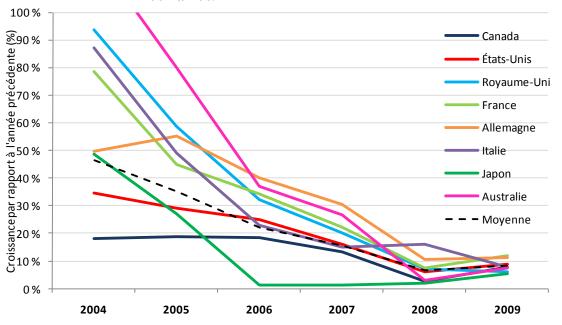
Graphique 6.1.4 Taux de pénétration dans divers pays en 2009



Source : OCDE, Merrill Lynch, UIT, données recueillies par le CRTC

Service à large bande

**Graphique 6.1.5** Connexions à la large bande fixe - augmentations annuelles de 2004 à 2009



Source : OCDE

Tableau 6.1.2 Part du marché de la large bande par type de connexion, 2009

	Câble	LAN	Fibre
Mondialement	20 %	65 %	12 %
Canada	56 %	44 %	<0,5 %
États-Unis	52 %	38 %	6 %
Royaume-Uni	21 %	79 %	<0,5 %
France	5 %	93 %	2 %
Allemagne	10 %	90 %	<0,5 %
Japon	14 %	32 %	54 %

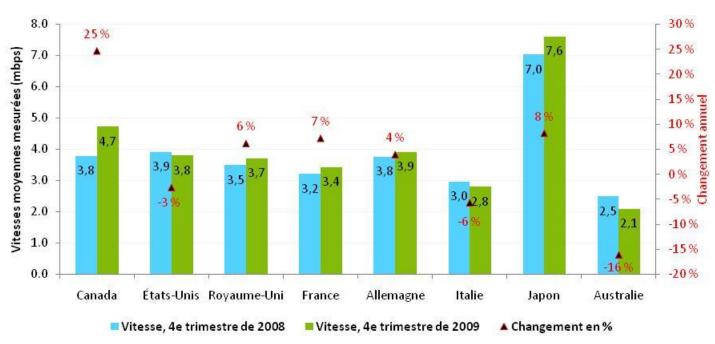
Source: Point Topic

Tableau 6.1.3 Vitesses\* moyennes annoncées (mbps), par type de connexion

	Câble	LAN	Fibre à domicile
2009	25	14	77
2008	15	12	66
2007	11	9	77

\*dans les pays de l'OCDE.

Source: OCDE



Graphique 6.1.6 Vitesses moyennes de la large bande en 2008 et 2009

Source: Akamai

## Services Internet à haute vitesse mobiles

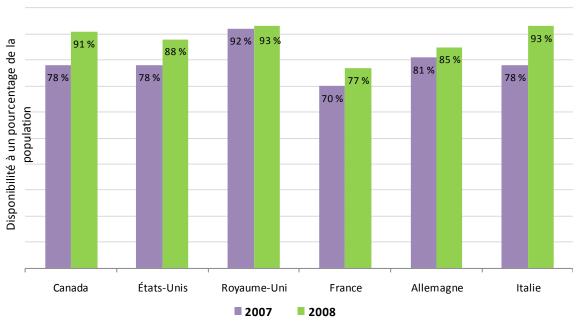
L'accès Internet à haute vitesse par des appareils sans fil ne cesse de gagner en popularité dans le monde entier. Ordinateur portatif, bloc-notes et miniportatifs donnent accès aux services Internet mobiles au moyen d'une clé électronique, d'une clé modem ou d'une carte de données. Les téléphones mobiles, surtout les téléphones intelligents de la nouvelle génération comme iPhone, BlackBerry, Droid, et Nexus One de Google, sont les principaux à utiliser les services mobiles de données à haut débit. Un record de 54 millions de téléphones intelligents, sur 337 millions de téléphones mobiles, ont été vendus pendant le quatrième trimestre de 2009, soit une croissance de 32 % par rapport à la même période en 2008 (comparé à une croissance de 15 % de l'ensemble des téléphones mobiles expédiés dans le monde en 2009)<sup>13</sup>. Au Canada, Rogers Communications Inc. a indiqué au début de 2010 que 31 % de ses abonnés au sans-fil avaient choisi le téléphone intelligent<sup>14</sup>. De plus en plus, les téléphones sont conçus pour capter les services Internet mobiles : écrans plus grands et interfaces de navigation plus conviviales. En 2007, les réseaux sans fil de troisième génération (3G), qui permettent l'accès à Internet à haut débit mobile, étaient disponibles pour plus de 70 % de la population d'Europe et d'Amérique du Nord et à près de 99 % pour la population des marchés avancés comme le Japon et la Corée du Sud. En 2008, la disponibilité au Canada du réseau 3G s'est étendue à 91 % de la population, légèrement moins qu'au Royaume-Uni et en Italie, mais davantage qu'aux États-Unis et en France. L'expansion des réseaux

<sup>13</sup> Source: Strategy Analytics, février 2010

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Source: Canadian Press Newswire, 17 février 2010

3G vers les réseaux 4G grâce à la technologie LTE (*long-term evolution*) continuera à faciliter l'usage d'Internet mobile<sup>15</sup>.

Graphique 6.1.7 Disponibilité de la large bande mobile (3G) en 2007 et 2008



Source: Ofcom ICMR

Tableau 6.1.4 Abonnés à la large bande par pays (en millions)

							Croissance	TCAC
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2008-2009	2006-2009
Canada	0,0	0,1	0,2	0,5	1,5	2,6	71 %	130 %
États-Unis	1,2	3,1	11,0	51,0	81,9	122,7	50 %	123 %
Royaume-Uni	2,6	4,6	7,8	12,5	20,7	23,4	13 %	44 %
France	0,1	1,3	4,2	8,5	14,6	17,8	22 %	62 %
Allemagne	0,3	2,4	4,5	12,4	17,9	26,0	45 %	79 %
Italie	3,5	10,3	23,6	24,5	29,1	31,6	9 %	10 %
Japon	10,9	29,2	63,2	83,3	96,1	106,2	11 %	19 %
Australie	0,5	0,7	3,0	6,8	11,3	14,3	26 %	68 %
Total	19,0	51,7	117,6	199,7	273,2	344,5	26 %	43 %

Source : UIT

 $^{15}$  Source :  $IDATE\ DigiWorld\ Yearbook\ 2009,$  Ofcom ICMR 2009

175

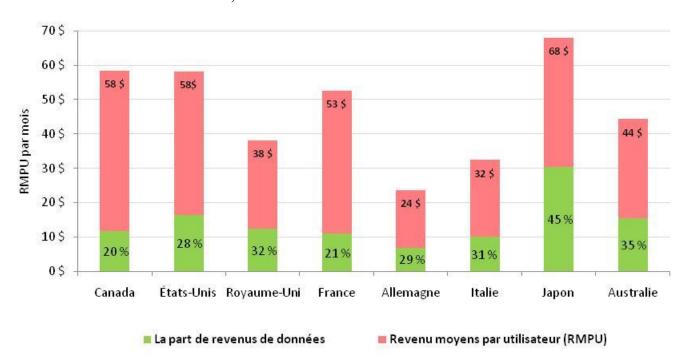
Services sans fil mobiles

Tableau 6.1.5 Indicateurs de l'industrie du sans-fil, 2009

				Part du	
				marché	
	Nombre	Pénétration du		(par abonné)	Croissance du
	d'abonnés au	sans-fil	Nombre de	des deux	RMPU
	mobile (en	(abonnés/	grands	principaux	par mois
	millions)	population)	fournisseurs	fournisseurs	(2008-2009)
Canada	23,8	70,9 %	3	67 %	-3,0 %
États-Unis	285,0	92,8 %	6	61 %	-0,7 %
Royaume-Uni	78,4	128,5 %	5	51 %	-5,8 %
France	59,1	94,2 %	3	77 %	-2,1 %
Allemagne	110,3	134,5 %	4	68 %	-7,1 %
Italie	86,9	146,3 %	4	70 %	0,9 %
Japon	114,1	89,5 %	4	77 %	-9,0 %
Australie	25,5	116,7 %	3	74 %	-1,0 %

Source: Merrill Lynch, Global Wireless Matrix

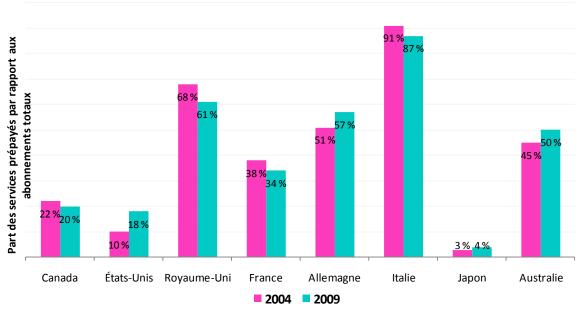
Graphique 6.1.8 RMPU du sans-fil – revenus mensuels du sans-fil avec partage de données, en 2009



Note : Les dollars canadiens ont été convertis à partir de la monnaie ayant cours dans les différents pays, selon les taux de change moyens de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source: Merrill Lynch, Global Wireless Matrix

Graphique 6.1.9 Pourcentage d'abonnés aux services sans fil prépayés, 2004 et 2009



Source: Merrill Lynch, Global Wireless Matrix

Radiodiffusion – Industrie de la radio

Tableau 6.1.6 Indicateurs de l'industrie de la radio, 2008

	Total des revenus de l'industrie de la radio (en milliards \$)	Revenus de la radio par habitant	Nombre de stations autorisées	Minutes d'écoute par jour par personne
Canada	1,90	56	1 213	157
États-Unis	19,64	65	14 253	159
Royaume-Uni	2,24	37	386	172
France	2,08	32	880	179
Allemagne	4,61	56	350	176
Italie	1,90	33	273	179
Japon	3,61	28	342	108
Australie	1,17	53	688	170

Les dollars canadiens ont été convertis selon les taux de change moyens de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2009; Rapport sur les communications 2008-09 de l'Australian Communications and Media Authority (ACMA).

Radiodiffusion – Industrie de la télévision

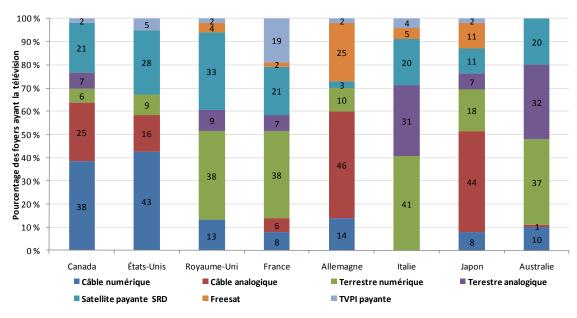
Tableau 6.1.7 Indicateurs de l'industrie de la télévision, 2008

	Total des revenus		Revenus de la TV	Pénétration de la	Minutes
	de l'industrie de	Foyers avec TV	payante par	TV numérique	d'écoute par
	la télévision (en	par abonnement	habitant	dans les foyers	jour par
	milliards \$)	/payante (%)	(\$)	(%)	personne
Canada	5,52	88	53	61	228
États-Unis	144,78	87	243	76	277
Royaume-Uni	18,68	51	126	88	225
France	15,76	55	120	77	204
Allemagne	18,02	65	71	37	207
Italie	13,32	26	78	63	234
Japon	36,11	56	97	65	251
Australie	n.d.	29	n.d.	47	178

Note: Les dollars canadiens ont été convertis selon les taux de change moyens de la Banque du Canada pour l'année 2009.

Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2009; Rapport sur les communications de l'ACMA 2008-2009; données de l'industrie.

Graphique 6.1.10 Principales plateformes télévisuelles en 2009 (% des foyers qui ont la télévision)



Source: TV International, 3 novembre 2009

## Collecte et analyse des données

#### Collecte de données

## Radiodiffusion

La collecte de données est effectuée conjointement par Statistique Canada et le CRTC en vertu de la *Loi sur la statistique* et de la *Loi sur la radiodiffusion*. Ces données permettent à Statistique Canada de préparer des comptes-rendus sur l'industrie et au CRTC de surveiller le rendement de l'industrie et le respect de la réglementation.

Les résultats de la collecte de données permettent de mesurer le rendement financier des radiodiffuseurs traditionnels et la contribution de ce secteur de l'industrie à l'économie canadienne. Le processus englobe tous les fournisseurs de services de radiodiffusion autorisés par le CRTC à exploiter des services privés, publics ou sans but lucratif de radio, de télévision et de distribution de radiodiffusion, ou encore des services payants, de TVC, de VSD ou spécialisés. Les titulaires de radiodiffusion déposent des rapports annuels comportant des renseignements financiers et statistiques sur chaque année de radiodiffusion. Les résultats clés de cette collecte sert à préparer les relevés statistiques et financiers annuels sur les revenus, les dépenses et les principales données y compris des renseignements sur les dépenses au titre de la programmation canadienne et internationale. Ces relevés statistiques et financiers annuels sont publiés sur le site web du CRTC, <a href="http://www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm">http://www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm</a>.

La réglementation exige des fournisseurs de services de radiodiffusion qu'ils remplissent des formulaires de sondage. La plupart des fournisseurs se procurent et retournent ces formulaires par voie électronique en se servant du SCD en ligne du CRTC. À la mioctobre de chaque année, les formulaires sont envoyés par la poste aux fournisseurs qui n'ont pas accès au SCD. Les renseignements visent la période de douze mois se terminant le 31 août de l'année en question. Les titulaires ont jusqu'au 30 novembre pour remplir et retourner leurs rapports annuels.

Le processus annuel de rapport comprend aussi l'obligation des radiodiffuseurs de radio commerciale de fournir un rapport sur leurs contributions au DTC ou au DCC. Les EDR doivent aussi déposer des renseignements sur leurs contributions financières à la création et à la production de programmation canadienne. Ces renseignements permettent au CRTC de veiller à ce que les titulaires de radio respectent leurs conditions de licence sur les contributions au DTC/DCC et à ce que les titulaires de distribution de radiodiffusion remplissent leurs obligations à l'égard de la création et de la production de programmation canadienne, y compris envers le FCT, les fonds indépendants et l'expression locale.

## **Télécommunications**

Le processus de collecte de données sert également au maintien et à la mise à jour des données sur (i) les listes d'enregistrement des FST, (ii) le régime de contribution, (iii) les

droits de télécommunication et (iv) l'industrie des services de télécommunication dans le cadre des activités de surveillance du CRTC<sup>16</sup>.

Tous les FST sont classés dans l'un des deux groupes suivants. En général, le Groupe 1 comprend les FST qui (i) touchent d'importants revenus de télécommunication, (ii) déposent des tarifs ou (iii) détiennent des licences internationales; le Groupe 2 comprend des FST qui touchent habituellement des revenus moindres.

Chaque année, tous les FST doivent remplir et soumettre au CRTC un formulaire d'enregistrement servant à mettre à jour certains renseignements de base qui leur sont propres et à déterminer les formulaires supplémentaires, le cas échéant, qui doivent leur être envoyés. Les FST du Groupe 1 accèdent au formulaire d'enregistrement électronique et le soumettent au moyen du SCD électronique sécurisé du CRTC. Chaque année, ces FST sont avisés par courriel au début du processus de collecte de données et ils sont informés (i) des dates d'échéance pour la soumission du formulaire d'enregistrement et des formulaires de données ultérieurs et (ii) des renseignements nécessaires pour avoir accès au SCD. Cependant, les FST du Groupe 2 reçoivent par la poste un formulaire d'enregistrement à remplir. Une fois ce formulaire soumis, il marque généralement la fin du processus de collecte de données pour les FST du Groupe 2.

Les FST du Groupe 1 doivent soumettre une gamme de renseignements propres aux sociétés, y compris les données financières (p. ex., déclaration des revenus, bilan et dépenses en capital), ainsi que des renseignements détaillés sur les télécommunications et, plus particulièrement, de l'information concernant les produits et le marché géographique. Les marchés géographiques sont définis à l'échelle nationale, provinciale/territoriale, régionale, urbaine ou par circonscription locale. Les données soumises sont en date du 31 décembre de chaque année.

## Analyse des données

## Radiodiffusion

Le CRTC effectue une analyse de conformité des données financières de tous les fournisseurs de services de radiodiffusion. Les objectifs de cette analyse sont les suivants :

- s'assurer que le sommaire des données financières d'exploitation du titulaire de licence, inclut dans la déclaration annuelle, correspond aux données présentées dans ses états financiers. Les états financiers sont ceux requis des titulaires de licence, conformément à la circulaire n° 404 du CRTC;
- concilier les dépenses réelles au titre des émissions canadiennes avec les dépenses exigées par les conditions de licence des titulaires;
- concilier les contributions effectivement versées au DTC ou au DCC avec les contributions exigées par les conditions de licence des titulaires;

Collecte de données sur l'industrie des télécommunications : mise à jour des listes d'enregistrement du CRTC, droits de télécommunication, administration du fonds du mécanisme de contribution canadien, licences internationales et surveillance de l'industrie canadienne des télécommunications, circulaire de télécom CRTC 2003-1, 11 décembre 2003

 procéder à une analyse par pourcentage ou indiciaire des tendances des grandes catégories de revenus et de dépenses présentées dans la déclaration annuelle sur une période de cinq ans, particulièrement en ce qui a trait à l'année précédente.

Par la suite, le CRTC publie des sommaires financiers et statistiques sur les quatre grandes catégories en radiodiffusion, soit la radio commerciale, la télévision traditionnelle, les entreprises de distribution et les services de télévision payante, de télévision spécialisée, de TVC et de VSD. Ces données servent aussi à la préparation du *Rapport de surveillance du CRTC sur les communications*.

Les sommaires financiers et statistiques sont sujets à révision, souvent par suite de la réception tardive de données, de révisions apportées par les titulaires à des données soumises précédemment, ou encore d'erreurs décelées après la publication des données. Ces révisions n'ont généralement pas de répercussions importantes sur les résultats de la collecte de données.

#### **Télécommunications**

Les déclarations sont analysées afin de s'assurer que les FST ont couvert tout ce qui avait été prévu et fourni des réponses complètes. À cette étape, on demande des informations additionnelles si les données soumises présentent des anomalies ou ont besoin d'être éclaircies. Les données sont ensuite soumises à un traitement informatique qui permet de s'assurer de leur validité et de leur conformité. En ce qui concerne les grandes sociétés, on compare les données fournies aux informations financières vérifiées et toute différence d'importance fait l'objet d'une enquête. On compare les résultats d'une année à l'autre à la recherche de tout changement important ou inexpliqué. Là encore, le cas échéant, on demande des informations additionnelles au FST. Finalement, les données sont analysées afin de déterminer la validité des soumissions en effectuant une analyse des séries chronologiques ou en comparant les données ou leurs dérivés (comme les revenus moyens par ligne ou par minute) aux autres points de référence établis.

Certains chiffres publiés dans des rapports de surveillance antérieurs peuvent être rajustés afin qu'ils soient conformes aux données figurant dans le présent rapport. D'autres chiffres peuvent changer du fait que certaines sociétés ont présenté de nouvelles données concernant des années précédentes. De plus, il est possible que certaines données soient reclassées pour mieux refléter les segments du marché ou l'évolution de l'industrie. Ces modifications sont identifiées par le symbole #.

La plupart des tableaux et graphiques du rapport sont tirés des données recueillies par le SCD, alors que d'autres proviennent de Statistique Canada et d'Industrie Canada. Les données provenant de ces sources ne sont pas toujours cohérentes les unes par rapport aux autres, étant donné que les compagnies visées, les définitions utilisées et le niveau de détail exigé sont parfois différents. La source des données de chaque tableau et graphique est indiquée.

## Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication

Les fournisseurs de services de télécommunication (FST) exerçant leurs activités au Canada sont classés en deux grandes catégories, les FST titulaires et les autres FST, tel que décrit ci-dessous. La catégorie dans laquelle se situe un FST donné peut changer d'une année à l'autre en raison des fusions au sein de l'industrie.

- 1) Les FST titulaires sont les compagnies de téléphone qui fournissaient des services de télécommunication monopolistiques avant l'introduction de la concurrence. Dans le présent rapport, les résultats que ces compagnies ont obtenus grâce à leurs activités menées à l'extérieur de leur territoire d'exploitation habituel ont été intégrés aux résultats du groupe des autres FST mentionné ci-dessous.
  - a) Les grands FST titulaires sont des compagnies de téléphone titulaires qui desservent des territoires relativement importants sur le plan géographique, comprenant en général des populations urbaines et rurales, et qui fournissent des services locaux, interurbains, sans fil, Internet, de transmission de données, de liaison spécialisée et autres services. Ces grandes compagnies titulaires sont Bell Aliant Communications régionales, société en commandite, Bell Canada, MTS Allstream Inc., Saskatchewan Telecommunications et la Société TELUS Communications (STC), ainsi que Norouestel Inc., Télébec, Société en commandite et TELUS Communications (Québec) Inc. (qui fait maintenant partie de la STC).
  - b) Les *petits FST titulaires* sont des compagnies de téléphone titulaires qui desservent des territoires relativement petits (surtout des municipalités situées habituellement dans des régions peu peuplées) en Ontario, au Québec et, dans un cas, en Colombie-Britannique. Comme leurs territoires de desserte sont restreints, ces compagnies ne fournissent généralement pas le service téléphonique interurbain à l'aide d'installations. Toutefois, elles offrent un éventail de services téléphoniques locaux, de transmission de données, Internet et sans fil. Les petits titulaires incluent notamment NorthernTel, Limited Partnership et TBayTel.
- 2) *Les autres FST* sont des FST autres que les compagnies de téléphone titulaires décrites au point 1. Ce groupe comprend cependant les FST titulaires qui offrent des services à l'extérieur de leur territoire habituel, comme Bell Canada en Alberta et en Colombie-Britannique. Les autres FST sont subdivisés comme suit :
  - a) Les *autres FST dotés d'installations* sont les FST qui possèdent et exploitent un réseau de télécommunication. Ce sont notamment les EDR par câble et les compagnies de services publics. Ce groupe se subdivise encore comme suit :
    - i) FST titulaires (hors territoire);
    - ii) FST non titulaires dotés d'installations.

Les FST non titulaires sont de nouveau subdivisés comme suit :

- Les EDR par câble comprennent les anciens câblodistributeurs monopolistiques qui fournissent également des services de télécommunication (p. ex. des services Internet, sans fil, téléphoniques).
   Parmi ces EDR par câble, mentionnons Rogers Communications Inc., Shaw Communications Inc., Le Groupe Vidéotron Itée, Cogeco Inc. et Bragg Communications Inc.
- Les compagnies de téléphone de services publics et autres entreprises comprennent deux petits groupes de FST: les compagnies de téléphone de services publics 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 les secteurs des services publics comme l'électricité, le gaz ou autres; et les autres entreprises dotées de leurs propres installations de transmission (p. ex. interurbaines, intra-urbaines et locales). Ce sont notamment Hydro One Telecom Inc., Atria Networks LP et Barrett Xplore Inc.
- b) Les FST non dotés d'installations sont les fournisseurs de services de télécommunication qui ne possèdent pas et n'exploitent pas un réseau de télécommunication. Ces compagnies sont généralement appelées revendeurs, car elles achètent normalement les services de télécommunication d'un autre FST pour les revendre ou pour créer leur propre réseau qui leur permettra de desservir leurs clients. Ce sont notamment Primus Telecommunications Canada Inc., Distributel Communications Limited, YAK Communications (Canada) Corp. et des FSI indépendants.

Dans la structure de classification ci-dessus, les compagnies de télécommunication sans fil sont classées en fonction de la relation d'affiliée qu'elles ont avec l'un des FST.

## Situation de l'abstention locale Circonscriptions de résidence et d'affaires (en date du 30 juin 2010)

Grand centre	Nombre de circonscriptions locales	Nombre de circonscriptions ayant obtenu l'abstention de réglementation		Nombre de circonscriptions ayant obtenu l'abstention de réglementation, en pourcentage du total des circonscriptions dans les grands centres	
		De résidence	D'affaires	De résidence	D'affaires
Colombie-Britannique					
Vancouver	19	17	11	90 %	58 %
Victoria	4	3	2	75 %	50 %
Autres circonscriptions	259	33	14	13 %	5 %
Alberta					
Calgary	8	3	3	38 %	38 %
Edmonton	27	5	1	19 %	4 %
Autres circonscriptions	303	9	9	3 %	3 %
Saskatchewan					
Saskatoon	10	1	1	10 %	10 %
Regina	5	1	0	20 %	0 %
Autres circonscriptions	214	5	3	2 %	1 %
Manitoba					
Winnipeg	14	1	0	7 %	0 %
Autres circonscriptions	230	2	0	1 %	0 %
Ontario					
Toronto	50	45	20	90 %	40 %
Ottawa-Gatineau	28	19	3	68 %	11 %
Hamilton	12	7	5	58 %	42 %
London	16	9	1	56 %	6 %
Kitchener	8	8	2	100 %	25 %
St. Catharines-Niagara	13	7	2	54 %	15 %
Windsor	11	2	2	18 %	18 %
Oshawa	8	7	2	88 %	25 %
Autres circonscriptions	531	77	24	15 %	5 %
Québec					
Montréal	40	37	11	93 %	28 %
Québec	17	8	2	47 %	12 %
Autres circonscriptions	518	95	17	18 %	3 %
Nouveau-Brunswick					
Fredericton	2	2	0	100 %	0 %
Autres circonscriptions	86	21	2	24 %	2 %
Nouvelle-Écosse					
Halifax	16	7	6	44 %	38 %
Autres circonscriptions	131	44	8	34 %	6 %
Île-du-Prince-Édouard					
Charlottetown	4	1	0	25 %	0 %
Autres circonscriptions	22	10	2	46 %	9 %
Terre-Neuve-et-Labrador					
St. John's	6	1	1	17 %	17 %
Autres circonscriptions	206	0	0	0 %	0 %

## Hypothèses de tarification internationale

Les tableaux ci-dessous résument les hypothèses de travail et la méthodologie ayant servi à produire le tableau 6.1.1 des indices composés de tarifs aux fins de les comparer à l'échelle internationale.

Tableau A.4.1 Fournisseurs de services étudiés

Ville	Fournisseurs de services
Canada	
Halifax, NÉ.	Service filaire et Internet : Bell Aliant, Eastlink; service sans fil et Internet mobile : Bell, TELUS, Rogers; services groupés : Bell Aliant, EastLink
Montréal, Qc	Service filaire et Internet : Bell, Vidéotron; service sans fil et Internet mobile : Bell, TELUS, Rogers; services groupés : Bell, Vidéotron
Toronto, Ont.	Service filaire et Internet : Bell, Rogers; service sans fil et Internet mobile : Bell, TELUS, Rogers, WIND Mobile; services groupés : Bell, Rogers
Regina, Sask.	Service filaire et Internet : SaskTel, Access Communications; service sans fil et Internet mobile : SaskTel, TELUS, Rogers; services groupés : SaskTel, Access
Vancouver, CB.	Service filaire et Internet : TELUS, Shaw; service sans fil et Internet mobile : Bell, TELUS, Rogers; services groupés; TELUS, Shaw
États-Unis	
Boston, MA	Service filaire et Internet : Verizon, Comcast; service sans fil et Internet mobile : AT&T, Verizon, Sprint; services groupés : Verizon, Comcast
Kansas City, MO	Service filaire et Internet : AT&T, Time Warner; service sans fil et Internet mobile : AT&T, Verizon, Sprint; services groupés : AT&T, Time Warner
Seattle, WA	Service filaire et Internet : Qwest, Comcast; service sans fil et Internet mobile : AT&T, Verizon, Sprint; services groupés : Qwest, Comcast
Grande-Bretagne	
Londres	Service filaire: BT, Virgin, Talk Talk; Internet: BT, Virgin, Orange, Vodafone; service sans fil: Orange, Virgin, Vodafone; Internet mobile: Orange, Virgin, Vodafone; services groupés: BT (Orange), Virgin
Australie	
Sydney	Tous les ensembles de services : Telstra et Optus
France	•
Paris	Tous les ensembles de services : France Telecom (Orange), SFR (Neuf Cegetel), Numericable
<b>Japon</b> Tokyo	Service filaire: NTT, J:Com; Internet: NTT, J:Com, KDDI, Yahoo! BB; service sans fil et Internet mobile: NTT DoCoMo, J:Com, KDDI, eMobile; services groupés: NTT, J:Com

Les tarifs ont été recueillis auprès des trois ou quatre principaux fournisseurs de chaque pays, puis pondérés en fonction de la part de marché de chacun. La taxe de vente provinciale (TVP), la taxe sur les produits et services (TPS) et la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sont exclues, tout comme les frais d'installation non récurrents, mais les frais récurrents (par exemple pour le 9-1-1 et le service universel et les tarifs réglementaires aux États-Unis, les droits de licence de télévision en

Grande-Bretagne) sont inclus. Les tarifs ont été convertis en dollars canadiens à l'aide des taux de change moyens en vigueur en février 2010 et ont été ajustés pour tenir compte de la parité des pouvoirs d'achat selon les données de l'OCDE de février 2010 sur les niveaux de prix comparés.

Les tarifs au Canada ont été comparés à ceux des États-Unis, de la Grande-Bretagne, de la France, de l'Australie et du Japon pour ce qui est du service filaire, du sans-fil mobile et de l'Internet à large bande à trois niveaux différents correspondant aux habitudes typiques d'utilisation faible, moyenne ou élevée des Canadiens (paniers de services de niveau 1, 2 ou 3). On a aussi comparé les tarifs internationaux du service Internet mobile utilisant la technologie sans-fil 3G, basés sur une utilisation mensuelle de 2 Go de données. De plus, on a comparé les tarifs de trois services groupés : groupe 1 (filaire, sans-fil mobile et Internet à large bande); groupe 2 (filaire, Internet à large bande et un forfait de base de TV numérique); groupe 3 (filaire, sans-fil mobile, Internet à large bande et TV numérique de base). L'utilisation de niveau 2 a servi de référence dans chaque groupe.

Tableau A.4.2 Paniers de services filaires

Minutes d'utilisation par	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
mois			
Appels de départ (55 %)	220	550	880
Appels d'arrivée (45 %)	180	450	720
Total des minutes	400	1 000	1 600
Appels de départ			
selon l'heure / la semaine			
Pointe (40 %)	88	220	352
Hors pointe (60 %)	132	330	528
Interurbains de départ	10 % du total	20 % du total	30 % du total
Minutes au pays	16	70	150
Minutes aux ÉU.	6	30	80
Minutes à l'international		10	34
Total	22	110	264
Appels de départ à services	15 % du total	15 % du total	15 % du total
mobiles			
Appels locaux	33	60	100
Appels au pays		22,5	32
Appels internationaux			
Total	33	82,5	132
Durée moyenne d'appel	3 minutes	3 minutes	3 minutes
Fonctions facultatives			
		Oui	Oui
Messagerie vocale		Oui	Oui
Identification de l'appelant			Oui (en forfait,
Autre			quand il existe)

Note: La tarification des services filaires prend la forme, au Canada et aux É.-U., d'un tarif unique couvrant tous les appels locaux; au R.-U. et en France, il s'agit d'un tarif chronométré à la minute; en Australie, d'un tarif par appel mais non chronométré.

Tableau A.4.3 Paniers de services sans fil

Minutes par mois	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Appels de départ (60 %)	90	270	720
Appels d'arrivée (40 %)	60	180	480
Total	150	450	1 200
Selon l'heure ou la semaine			
Pointe (40 %)	60	180	480
Hors pointe (60 %)	90	270	720
Interurbains de départ	10 % du total	10 % du total	15 % du total
Appels au Canada	9	21	90
Appels aux ÉU.		6	18
Autres			
Total	9	27	108
Appels à services mobiles	50 % du total	50 % du total	50 % du total
Même réseau 2/3	30	90	240
Hors réseau 1/3	15	45	120
Total	45	135	360
Durée moyenne d'appel	3 minutes	3 minutes	3 minutes
Fonctions			
Messagerie vocale		Oui	Oui
Identification de l'appelant		Oui	Oui
Autre			Oui
Données			
SMC		150	150
Service de transmission de données			1 Go

Note: En ce qui concerne le niveau 1, on a tenu compte des offres de services prépayés et à payer, et on a choisi le tarif le moins élevé des deux. Pour les niveaux 2 et 3, on a présumé que les forfaits à payer (généralement avec un contrat de deux ans) sont généralement moins chers. Le prix de l'appareil n'entre pas dans le calcul comparatif des tarifications.

Tableau A.4.4 Paniers de services Internet mobile

Éléments	Niveau 1
Vitesse de transmission	Technologie sans fil 3G
	≥ 1,5 Mbps
Utilisation présumée de données/mois	2 Go
Clé USB modem	Location/amortissement sur 24 mois

Tableau A.4.5 Paniers de services sur large bande (accès à Internet)

Éléments	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
Vitesse de	Services de base	Haute vitesse	Très haute vitesse
transmission	≤ 1,5 mbps	1,5 - 9 mbps	> 10 mbps
	(objectif ~ 1 mbps)	(objectif ~ 5 mbps)	(objectif 10 - 20 mbps)
Utilisation	2 Go	10 Go	25 Go
moyenne de			
données/mois			
Modem	Location/amortis-	Location/amortissement	Location/amortis-
	sement sur 24 mois	sur 24 mois	sement sur 24 mois

Note : On a tenu compte de l'utilisation maximale fixée par les fournisseurs (de façon générale au Canada et en Australie et souvent au Royaume-Uni); c.-à-d. un supplément est exigé pour toute utilisation mensuelle excédentaire.

Tableau A.4.6 Panier de services groupés

Éléments	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3
	Triple-Play: 3 services	Triple-Play: 3 services	Quad-Play: 4 services
	intégrés	intégrés	intégrés
Filaire	utilisation niveau 2	utilisation niveau 2	utilisation niveau 2
Sans-fil	utilisation niveau 2		utilisation niveau 2
Large bande	utilisation niveau 2	utilisation niveau 2	utilisation niveau 2
Télévision		Forfait munérique de base	Forfait munérique de base

## Description du secteur des télécommunications

## A) 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 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. Ces services sont soit dépendants de l'accès, soit indépendants de l'accès. Les services téléphoniques dépendants de l'accès comprennent un accès filaire géré depuis le FST au client, un raccordement au RTPC et un numéro de téléphone. Les services téléphoniques indépendants de l'accès ne comprennent pas l'accès filaire géré. De plus, les clients des services téléphoniques indépendants de l'accès doivent être abonnés à un service Internet à large bande, qui sert d'accès.

Le service local regroupe aussi les services automatisés de prise d'appels, le service Centrex d'affaires, les services de RNIS et d'autres services auxiliaires, notamment le câblage intérieur, l'installation et la réparation, les téléconférences et divers services locaux.

Les revenus des services locaux et d'accès comprennent la vente de services locaux de gros et, depuis l'introduction de la concurrence locale, les revenus provenant des services d'accès fournis aux entreprises et aux autres fournisseurs de services aux fins d'interconnexion, notamment la commutation et le groupement, ainsi que les composantes réseau dégroupées.

## B) Les services interurbains

L'interurbain de détail désigne le trafic téléphonique filaire acheminé à l'extérieur de la zone d'appel local. Les services interurbains filaires sont vendus selon des formules aussi diversifiées que l'imposition de frais standard par minute, des plans à frais mensuels fixes, des cartes d'appel ou des forfaits de services.

L'interurbain de gros comprend le service offert par le biais d'ententes de raccordement entre des fournisseurs dotés d'installations devant assurer le transport du trafic au nom d'autres fournisseurs de services et la vente de blocs de minutes de gros à des revendeurs de services interurbains.

## C) 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

L'accès Internet se résume à fournir aux utilisateurs finals une connexion IP qui leur permet d'échanger du trafic avec des prestataires de services Internet et d'autres utilisateurs finals. Le service d'accès Internet comprend trois composantes distinctes:

- a) une connexion de données entre un modem à l'emplacement de l'utilisateur final (comme une habitation résidentielle) et le FSI;
- b) les installations du FSI, qui comprennent :
  - des routeurs, afin de pouvoir acheminer le trafic entre les utilisateurs finals du FSI et Internet;
  - o des serveurs, pour les services du FSI fournis à l'interne, tels que le courrier électronique;
  - o 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 kbps sont généralement fournis par ligne commutée. Les services d'accès à haute vitesse, y compris la bande élargie (jusqu'à 1,5 mbps) et la large bande (plus de 1,5 mbps) sont généralement fournis par LAN, câble, les technologies terrestres sans fil, le satellite et les câbles à fibre optique.

Le service de transport Internet est un type de connectivité Internet normalement vendu aux FSI et à certains clients de grandes entreprises. La capacité de transport Internet est assurée par des installations Internet à dorsale qui acheminent le trafic groupé au moyen de liaisons nationales et internationales entre les commutateurs ou les routeurs de trafic Internet. De plus, elle permet un contrôle partiel des mouvements du trafic Internet des clients. Dans certains cas, les FSI à dorsale concluent entre eux des accords d'homologage plutôt que de signer des contrats de vente de services de transport Internet.

## ii) Les applications Internet et autres services liés à Internet

Les applications Internet englobent un nombre croissant de services qui se greffent sur les services de connectivité Internet, notamment le courrier électronique et l'hébergement Web. Normalement, bon nombre des services d'applications sont groupés avec les services d'accès Internet. Toutefois, les FST 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.

## D) Services de transmission de données et de liaison spécialisée

Les services de transmission de données fournissent des services gérés de RL et de RE pour les réseaux de données, vidéo et téléphoniques 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 (réseau de commutation par

paquets), le relais de trames et le MTA, ainsi que des protocoles plus récents, notamment Ethernet et le 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 téléphonique, vidéo ou de données. Parmi les services de liaison spécialisée, notons les services de transmission numérique grand débit (sur fibre optique, le débit peut être de l'ordre du gigaoctet) et les systèmes de données numériques, de même que les services de qualité téléphonique et autres services analogiques. Les installations de transmission incluent les fils de cuivre, les câbles de fibre optique et le satellite.

## E) Services sans fil

Le segment du marché des services sans fil comprend les 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, l'itinérance, l'accès Internet sans fil et les services de téléappel. Bien que les services de liaison spécialisée par satellite soient inclus dans la section du rapport portant sur les services de transmission de données et de liaison spécialisée, les services par satellite associés au téléphone mobile font partie de la section portant sur les services sans fil.

En plus de la communication vocale par l'intermédiaire de réseaux sans fil, les nouvelles technologies et applications du sans-fil permettent d'envoyer d'un appareil à un autre des messages textes et multimédias, ces derniers comprenant des photos, des éléments graphiques ainsi que des clips audio et vidéo. La messagerie texte interentreprise et le partage de données entre les utilisateurs se pratiquent depuis quelques années déjà et devraient continuer de prendre de l'ampleur à mesure que les entreprises existantes et nouvelles concluent des accords de réseau et que les fabricants d'équipement terminal lancent de nouveaux appareils de pointe.

Les services sans fil mobiles sont généralement facturés en fonction de leur utilisation tant pour les services téléphoniques que de données. Les abonnés ont deux options de paiement : les services prépayés et les services postpayés. Avec les services prépayés, les abonnés doivent acheter les services sans fil avant de les utiliser, tandis qu'avec les services postpayés, ils sont facturés une fois par mois, après utilisation des services. Les abonnés paient normalement un tarif par minute pour un plan prépayé, alors que les abonnés des services postpayés paient un forfait qui comprend un nombre défini de minutes, un tarif d'excédent de minutes, des fonctions de données et autres services optionnels tels la boîte vocale, l'affichage des appels et l'appel en attente.

# Liste des acronymes utilisés dans le rapport

ACR Association canadienne des radiodiffuseurs

AIT accès Internet de tiers

ARN accès au réseau numérique

BAII bénéfice avant intérêts et impôt

BAIIDA bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement

CCNR Conseil canadien des normes de radiotélévision

CRTC, le Conseil Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes

DÉC dépenses au titre des émissions canadiennes

DCC développement du contenu canadien

DCMU dépenses en capital moyennes par utilisateur

DTC développement des talents canadiens

DS définition standard

EDR entreprise de distribution de radiodiffusion

EDRc entreprise de distribution de radiocommunication

EDRS entreprise de distribution par relais satellite

ERMV exploitant de réseau mobile virtuel

ESLC entreprise de services locaux concurrente

ESLT entreprise de services locaux titulaire

ESL entreprise de service local

FCT Fonds canadien de télévision

FSI fournisseur de services Internet

FSSF fournisseur de services sans fil

FST fournisseur de services de télécommunication

Go Gigaoctet

HD haute définition

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

IPTV DS télévision sur IP à définition standard IPTV HD télévision sur IP à haute définition

kbps kilobits par seconde

LAN ligne d'abonné numérique

LANT ligne d'abonné numérique à très haut débit

LNNTE Liste nationale de numéros de télécommunication exclus

ELT évolution à long terme Mbps mégabits par seconde

MTA mode de transfert asynchrone
MTM Media Technology Monitor

NCP Normes canadiennes de la publicité

OCDE Organisation de coopération et de développement économiques

PBX autocommutateur privé
PDPV point de présence virtuel
PIB produit intérieur brut

RE réseau étendu RL réseau local

RMPM revenu moyen par minute RMPU revenu moyen par utilisateur

RPV-IP réseau privé virtuel sur protocole Internet RNIS réseau numérique à intégration de services

RTPC réseau téléphonique public commuté

SAP service d'accès par passerelle

SODIMO Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario

SRC Société Radio-Canada

SDM service de distribution multipoint SNHV service numérique haute vitesse

SMC service de messages courts

SMCLO service métropolitain de commutation en longueur d'onde

SRD satellite de radiodiffusion directe

SSFE service sans fil évolué

TCAC taux de croissance annuel composé

## Rapport de surveillance des communications – Annexe 6

Page 3 de 3

2010

TPS taxe sur les produits et services

TVA taxe sur la valeur ajoutée

TVC télévision à la carte

TVP taxe de vente provinciale

VSD vidéo sur demande

VoIP communication vocale sur protocole Internet

3G troisième génération4G quatrième génération

# Liste des décisions, des avis publics, des ordonnances et des circulaires cités dans le rapport

Avis public 1997-25 Nouveau cadre de réglementation pour les

entreprises de distribution de radiodiffusion, Avis public CRTC 1997-25, 11 mars 1997

Circulaire Nº 404 Exigences relatives au dépôt d'états financiers

avec le rapport annuel de radiodiffusion,

Circulaire Nº 404, 23 août 1994

Décision de radiodiffusion 2004-382 Révocation de licences - entreprises de

distribution de radiodiffusion par câble desservant jusqu'à 6 000 abonnés et qui sont exemptées, Décision de radiodiffusion CRTC

2004-382, 30 août 2004

Décision de radiodiffusion 2002-88 Révocation des licences de petites entreprises

de câblodistribution exemptées, Décision de radiodiffusion CRTC 2002-88, 17 avril 2002

Décision de radiodiffusion 2002-45 Révocation des licences de petites entreprises

de câblodistribution exemptées, Décision de radiodiffusion CRTC 2002-45, 19 février 2002

Décision de télécom 2006-15 Abstention de la réglementation des services

locaux de détail, Décision de télécom CRTC 2006-15, 6 avril 2006, modifiée par le décret

C.P. 2007-532, 4 avril 2007

Décision Télécom 94-19 Examen du cadre de réglementation, Décision

Télécom CRTC 94-19, 16 septembre 1994

Décision SNHV Cadre pour l'abstention de la réglementation

des services d'accès au réseau numérique haute

vitesse intracirconscriptions, Décision de télécom CRTC 2007-35, 25 mai 2007

Instructions Décret donnant au CRTC des instructions

relativement à la mise en œuvre de la politique

canadienne de télécommunication, C.P. 2006-1534, 14 décembre 2006

Ordonnance d'abstention Décret modifiant la Décision de télécom CRTC

2006-15, C.P. 2007-532, 4 avril 2007