

# RAPPORT DE SURVEILLANCE DES COMMUNICATIONS 2018

SERVICES DE COMMUNICATION DANS  
LES MÉNAGES CANADIENS :  
ABONNEMENTS ET DÉPENSES 2012-2016

ISSN : 2290-7874  
N° de cat. : BC9-9F-PDF

À moins d'avis contraire, il est interdit de reproduire le contenu de cette publication, en totalité ou en partie, à des fins de diffusion commerciale sans avoir obtenu au préalable la permission écrite de l'administrateur du droit d'auteur du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Si vous souhaitez obtenir du gouvernement du Canada les droits de reproduction du contenu à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne en communiquant avec :

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)  
Ottawa (Ontario)  
Canada  
K1A 0N2  
Tél. : 819-997-0313  
Ligne sans frais : 1-877-249-2782 (au Canada seulement)  
<https://applications.crtc.gc.ca/contact/fra/librairie>

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2018. Tous droits réservés.

Also available in English

Cet article donne un aperçu de l'adoption des technologies de communication par les ménages canadiens pour la période s'étendant de 2012 à 2016 et illustre les tendances en matière de dépenses en services de communication des ménages. Les données présentées ici sont tirées de l'Enquête sur les dépenses des ménages<sup>1</sup> de Statistique Canada et des sources du CRTC. Des données additionnelles sur l'industrie des communications au Canada sont présentées dans le [Rapport de surveillance des communications 2017 \(RSC\) du Conseil](#).

## i. Faits en bref

Infographie 1.1



Remarque : La « télédistribution » fait référence au câble, à la télévision par protocole Internet (IPTV) et aux services par satellite utilisés pour fournir des services de télévision aux ménages.

<sup>1</sup> [http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV\\_f.pl?Function=getSurvey&Id=250693](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&Id=250693)

En 2016 :

*Les ménages canadiens délaissent toujours le service téléphonique filaire en faveur du service mobile, avec environ un tiers des ménages qui sont abonnés au service mobile seulement<sup>2</sup>.*

*Les abonnements des ménages aux services de télédistribution<sup>3</sup> ont diminué lentement, à environ trois sur quatre ménages abonnés, tandis que le pourcentage de ménages ayant un service Internet a augmenté lentement, passant à 87 %.*

*Les ménages canadiens ont dépensé en moyenne 222,83 \$ par mois pour leurs services de communication, une augmentation de 4,41 \$ (2,02 %) par rapport à 2015. En comparaison, le taux moyen d'inflation annuelle au Canada était de 1,4 % en 2016, selon Statistique Canada.*

*Les ménages canadiens ont continué de dépenser plus par mois pour les services mobiles (92,08 \$) et les services de télédistribution (53,75 \$) que pour les services Internet (49,50 \$) et les services filaires (27,50 \$).*

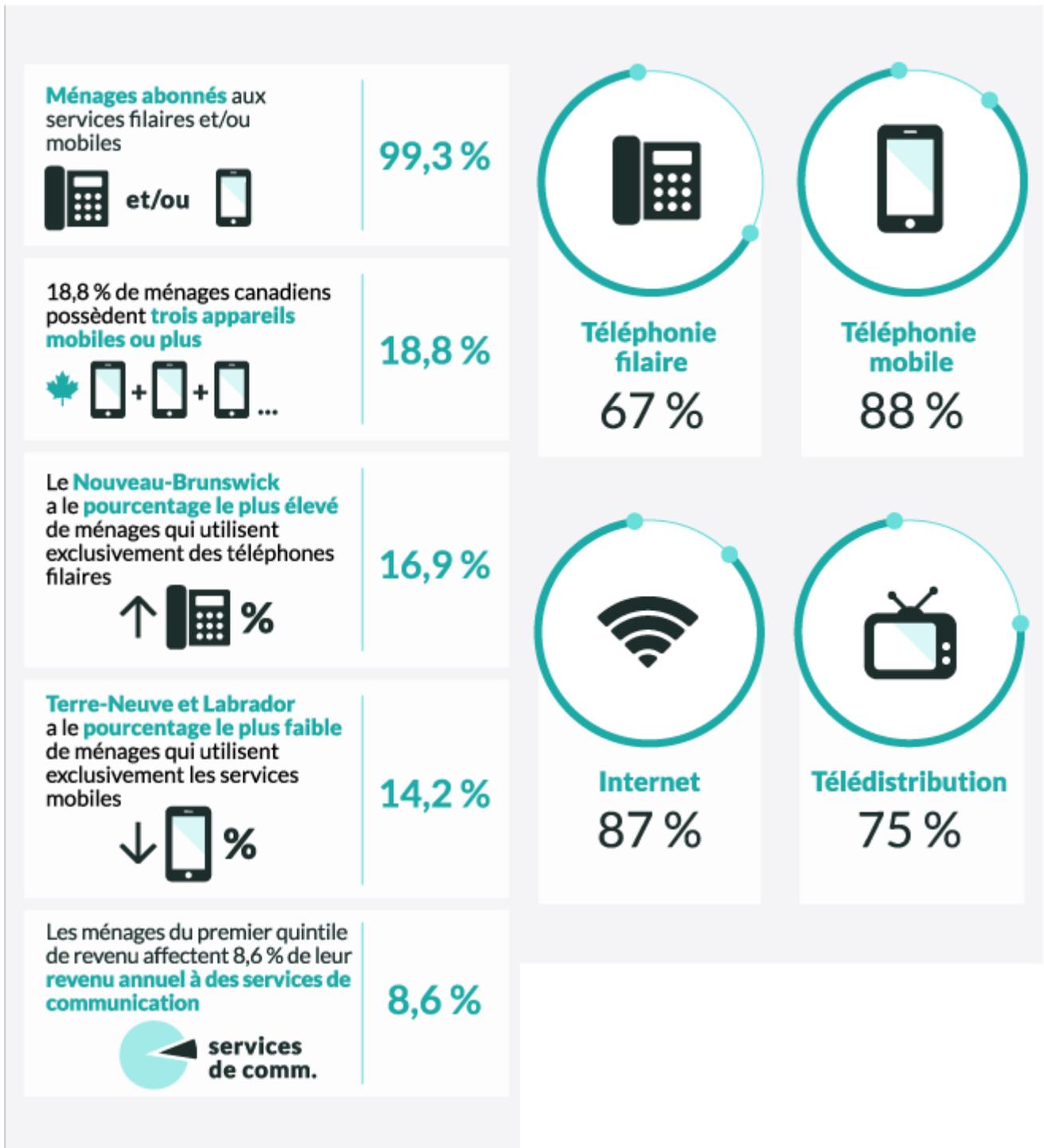
---

<sup>2</sup> On utilise divers termes pour décrire les services téléphoniques offerts aux Canadiens. Statistique Canada rend compte des abonnements et des dépenses liées au service de téléphonie cellulaire. Le présent article fait référence aux téléphones cellulaires en tant que téléphones mobiles, avec des dépenses en services mobiles, notamment la voix, le service d'envoi de messages courts (SMC), et les services de données comme l'accès à Internet.

<sup>3</sup> Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) offrent aux Canadiens des services de télévision par abonnement. Elles distribuent les émissions des stations de télévision et de radio en direct traditionnelles. Elles distribuent aussi des services audio et vidéo payants et facultatifs (p. ex. services payants, spécialisés, à la carte, vidéo sur demande). La majorité des EDR sont des fournisseurs de services par câblodistribution, par satellite de radiodiffusion nationale en direct ou par télévision sur protocole Internet (IPTV). Dans cet article, les services d'EDR font référence aux « services de télédistribution »; ils excluent les abonnements et l'écoute ou la diffusion en continu d'émissions de télévision ou de clips sur Internet.

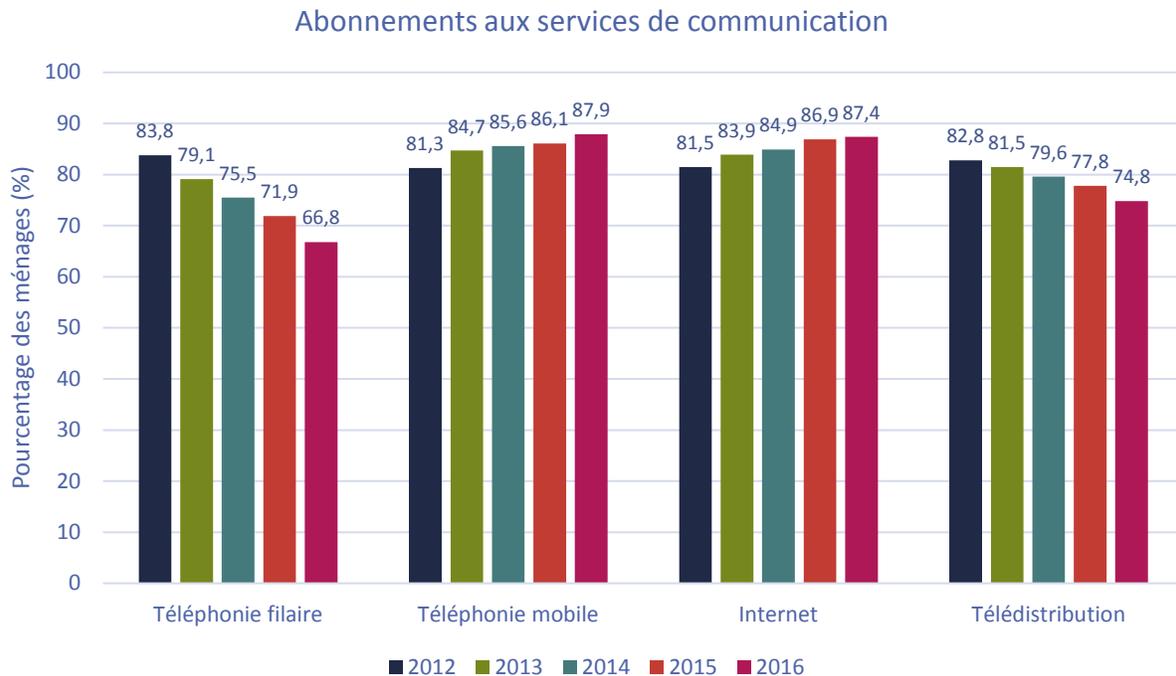
ii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?

Infographie 1.2



Dans le système de communication canadien, il est important de mettre en évidence les abonnements aux services individuels pour les services filaires, mobiles, Internet et de télédistribution. La plupart des Canadiens, sinon tous, choisissent un ou plusieurs de ces services, qui jouent un important rôle dans leur vie quotidienne. La présente section présente les tendances en matière d'adoption au Canada par type de service, revenu et province.

Graphique 1.1 Abonnements des ménages aux services de communication



Source : Statistique Canada, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01 – Données d'abonnement aux services filaires, mobiles et Internet. Collecte de données du CRTC – Données d'abonnement aux services de télédistribution

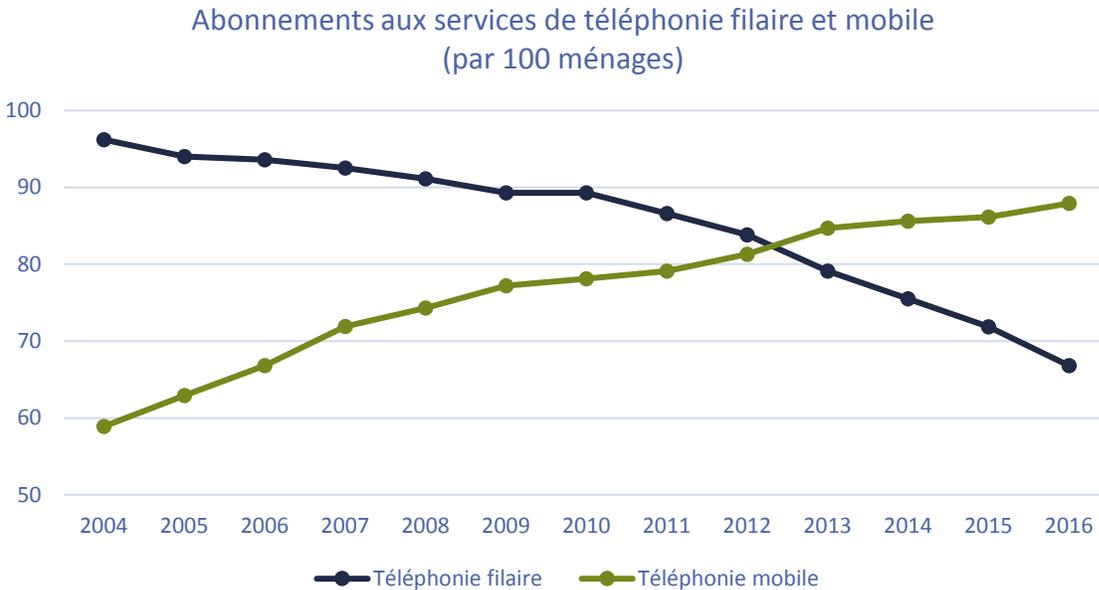
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

## Abonnements aux services filaires et mobiles

En 2016, légèrement plus de ménages étaient abonnés à des services mobiles (87,9 %) que des services Internet (87,4 %). Presque tous les ménages canadiens (99,3 %) étaient abonnés aux services téléphoniques mobiles ou filaires en 2016 (Tableau 1.1) et les ménages possédaient en moyenne 1,6 téléphone mobile.

Au cours de la dernière décennie, le pourcentage de ménages ayant des services filaires a diminué, tandis que celui des ménages ayant des services mobiles a augmenté (Graphique 1.2). Moins de ménages choisissent les deux services. En 2016, près d'un tiers (32,5 %) des ménages canadiens utilisaient exclusivement les téléphones mobiles et 11,4 %, exclusivement les téléphones filaires.

Graphique 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile (par 100 ménages)



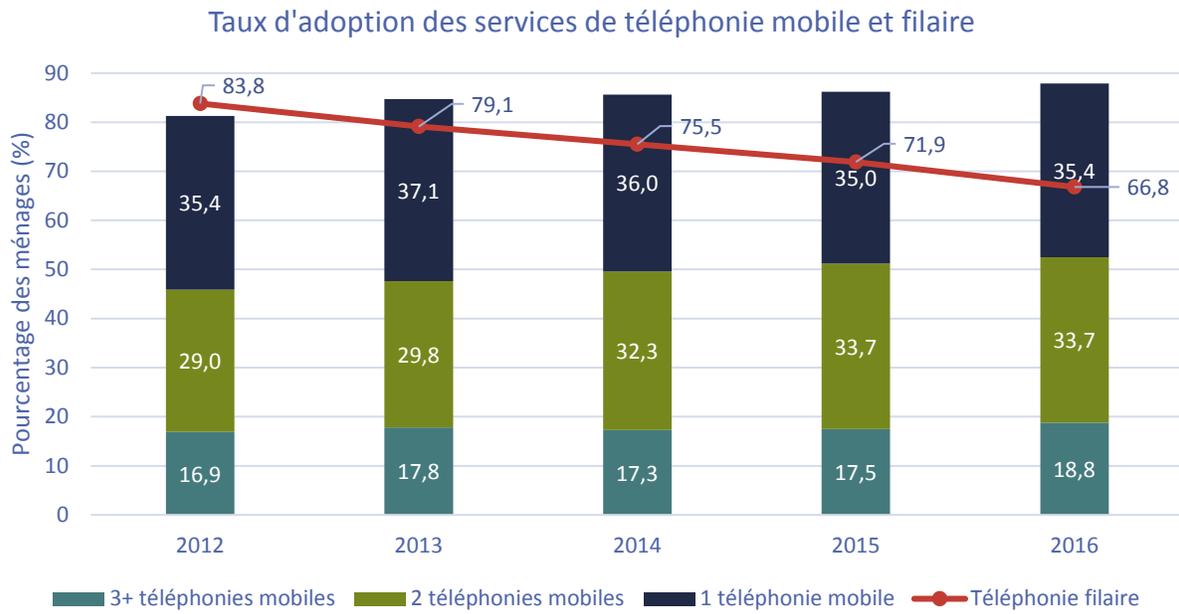
Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour  
Tableau 11-10-0223-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Bien que la transition vers une utilisation généralisée des téléphones mobiles – en partie comme un substitut aux services filaires – soit un processus à long terme, les données historiques au Tableau 1.1 montrent à quelle vitesse les ménages canadiens ont adopté les téléphones mobiles. En 2004, les ménages utilisant exclusivement les téléphones filaires (40 %) ont largement dépassé leurs homologues utilisant exclusivement les téléphones mobiles (2,7 %). Les données de pénétration du téléphone filaire et mobile montrent des tendances alternées au cours de la dernière décennie. L'adoption des services mobiles a dépassé celle des services filaires en 2012 lorsque le taux d'abonnement à ces services a chuté de 5,6 %, ce qui est très rapide en considérant que la réduction annuelle de la pénétration du téléphone filaire entre 2004 et 2016 était de 3,0 %. En revanche, les abonnés aux services mobiles ont augmenté à un rythme soutenu de 4,2 % en 2012, entraînant une inversion de la tendance de pénétration des deux services.

En 2016, 32,5 % des ménages canadiens étaient abonnés exclusivement à des services mobiles et 11,4 %, exclusivement à des services filaires. Comme la pénétration des services mobiles et filaires a varié, les revenus ont reflété le changement. De 2012 à 2016, les revenus des services mobiles ont augmenté de 4,5 % par année (RSC 2017, [Tableau 5.5.1](#)) et les revenus des services filaires ont diminué de 5,6 % par année (RSC 2017, [Tableau 5.2.1](#)). Au cours de cette période, la croissance des revenus des services mobiles a dépassé celle des abonnés. Les revenus des services de données mobiles ont généré une grande partie de la croissance puisqu'ils ont augmenté à un taux moyen de 15,2 % chaque année entre 2012 et 2016 (RSC 2017, [Tableau 5.5.2](#)). De 2015 à 2016 seulement, l'utilisation moyenne de données par abonné a augmenté de 24,9 % (RSC 2017, [Tableau 5.5.6](#)), générant des revenus plus élevés par abonné, en plus d'une augmentation des abonnements aux services mobiles. Pour obtenir plus de renseignements sur les habitudes de consommation, consultez la section sur les dépenses en services de communication canadiens ci-dessous.

Graphique 1.3 Taux d'adoption des services de téléphonie mobile et filaire

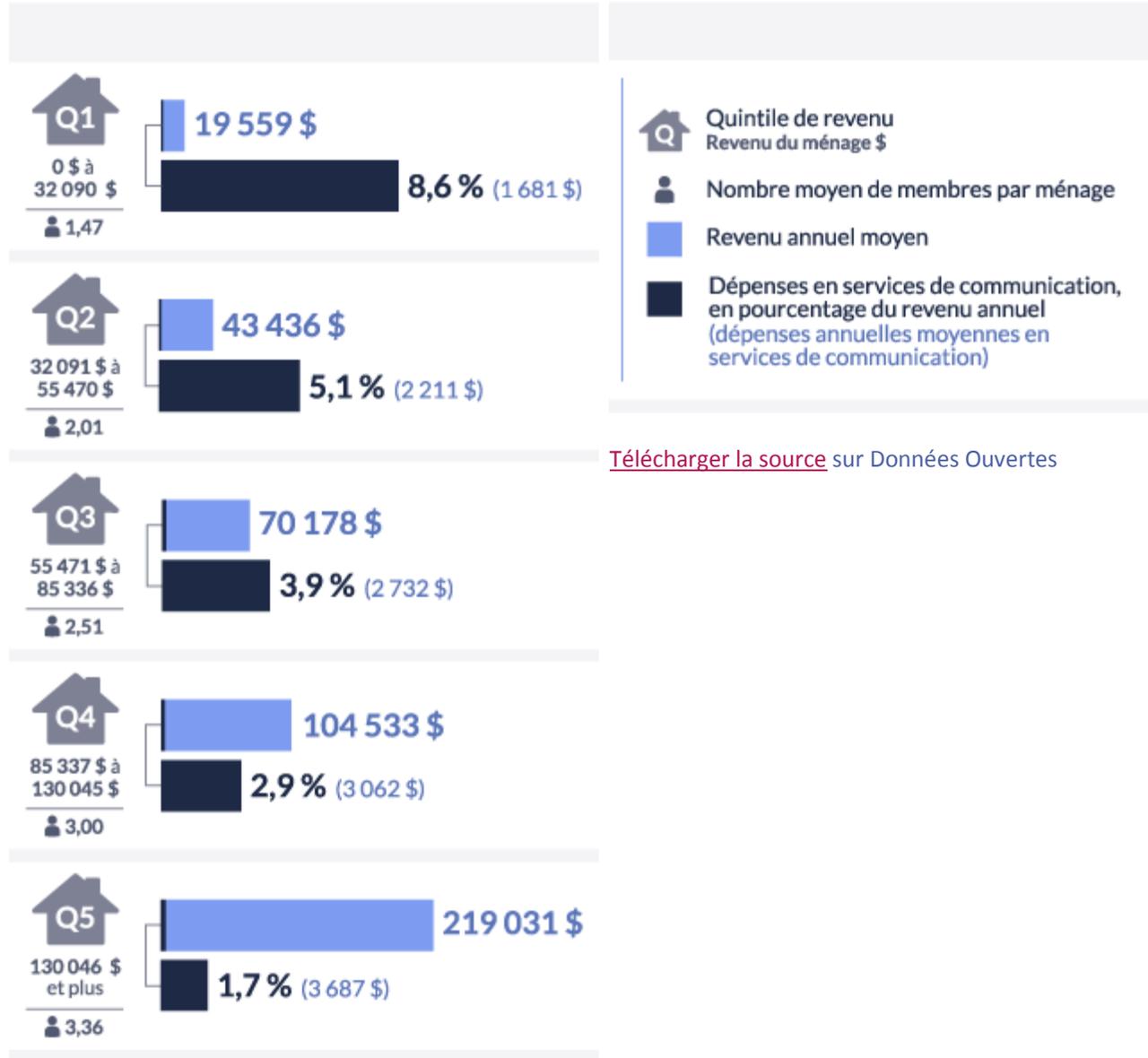


Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0228-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

## Abonnements par quintile de revenu

Infographie 1.3



Les données sur les abonnements aux services téléphoniques par quintile de revenu (voir le Tableau 1.2) illustrent différents modèles de consommation dans les ménages à revenu élevé et faible. Alors que plus de 99 % des ménages canadiens possèdent un service téléphonique, seulement 3 % des ménages canadiens au revenu le plus élevé comptent exclusivement sur un service filaire, comparativement à près de 30 % des ménages à faible revenu. Ce sont 40 % des ménages à faible revenu qui sont abonnés exclusivement aux services mobiles, tout comme environ un quart des ménages les plus riches.

En 2016, sur les cinq quintiles de revenu, les ménages du troisième quintile sont ceux qui ont changé le plus leurs habitudes en matière de téléphonie. L'utilisation exclusive des services mobiles a augmenté de 31,4 %,

alors que les ménages qui utilisent exclusivement les services filaires dans ce quintile de revenu ont diminué à un taux de 28,1 %. Le quatrième quintile de revenu a changé le plus ses habitudes de téléphonie en ce qui concerne l'utilisation exclusive d'un service filaire, affichant un taux de décroissance de 42,4 % en 2016.

Les ressources financières contribuent à déterminer si les ménages sont abonnés à la fois aux services mobiles et filaires, ou s'ils le sont seulement à l'un de ces services. En 2016, 27,1 % des ménages du quintile de revenu le plus élevé étaient abonnés à un seul service filaire ou mobile, par rapport à 69,5 % dans le quintile de revenu le plus faible.

## Abonnements par province

### *Abonnements par population*

En 2016, 98,5 % des Canadiens étaient couverts par des réseaux d'évolution à long terme (LTE), et la plupart des provinces avaient une couverture de plus de 95 %. La Saskatchewan et le Nord avaient la couverture la moins élevée, à 86,2 % et 63,5 % respectivement (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Encore là, la Saskatchewan affichait l'un des taux de pénétration<sup>4</sup> les plus élevés (83,8 %), aucunement comparable à celui du Nord qui affichait le taux de pénétration le plus faible, soit 64,5 % (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Même si la couverture du réseau LTE est généralement disponible dans la plupart des régions, l'Alberta était en tête en ce qui concerne la pénétration des services mobiles avec 91,5 % de la population abonnée aux services mobiles (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). L'Île-du-Prince-Édouard menait en matière de couverture, mais affichait le taux de pénétration le plus faible des provinces (72,4 %), démontrant que la disponibilité d'un réseau dans une région donnée a un impact limité sur le taux de pénétration.

### *Abonnements par ménage*

Alors que la majorité des Canadiens avaient accès aux réseaux LTE et que 87,9 % d'entre eux étaient abonnés aux services mobiles, les provinces de l'Est (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) et le Québec continuent d'avoir plus d'abonnements aux services filaires que les provinces de l'Ouest (Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Colombie-Britannique) et l'Ontario (voir le [Tableau 1.3](#)). En outre, il y avait plus de ménages ayant exclusivement des services mobiles dans les quatre provinces de l'Ouest et en Ontario qu'au Québec et dans les provinces de l'Est, même si un réseau LTE était disponible pour un plus grand pourcentage de la population dans les provinces de l'Est (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Le Nouveau-Brunswick affichait le pourcentage le plus élevé de ménages ayant exclusivement un service filaire (16,9 %), et le pourcentage le plus faible de ménages ayant un service mobile (82,5 %). Les ménages de Terre-Neuve-et-Labrador étaient les plus dépendants des services filaires : 85,1 % avaient un service filaire et seulement 14,2 %, un service mobile. En revanche, 38,1 % des ménages de l'Alberta comptaient exclusivement sur les services mobiles, et seulement 61 % avaient des services filaires. Dans l'ensemble, la vaste couverture de près de 96 % des Canadiens, avec au moins deux réseaux, offre aux Canadiens la souplesse et les options nécessaires pour prendre des décisions en matière d'abonnement aux services de communication.

---

<sup>4</sup> Les taux de pénétration représentent le nombre d'abonnements divisé par la population.

## Abonnements Internet et possession d'ordinateurs

98 % des ménages canadiens ont accès à Internet à large bande et plus de 87 %<sup>5</sup> des ménages canadiens ont un abonnement Internet à domicile. En 2016, l'utilisation d'Internet à la maison a légèrement augmenté dans tous les quintiles de revenu, à l'exception du cinquième quintile, soit une augmentation moyenne nationale de 0,6 % (voir le Tableau 1.4). La vaste majorité des ménages à revenu élevé étaient abonnés aux services Internet en 2016, comparativement à moins des deux tiers des ménages à plus faible revenu. L'utilisation d'Internet à la maison dans le premier quintile de revenu est inférieure de 22,2 points de pourcentage à la moyenne nationale de 87,4 % et de 17,5 points de pourcentage à celui du deuxième quintile de revenu.

Les appareils mobiles tels que les téléphones intelligents et les tablettes permettent aux Canadiens d'accéder à Internet de presque n'importe où. Cependant, les ordinateurs à domicile jouent encore un rôle important auprès des Canadiens. Comme le montre le tableau 1.4, la majorité des ménages canadiens possèdent un ordinateur à domicile (84,1 %).

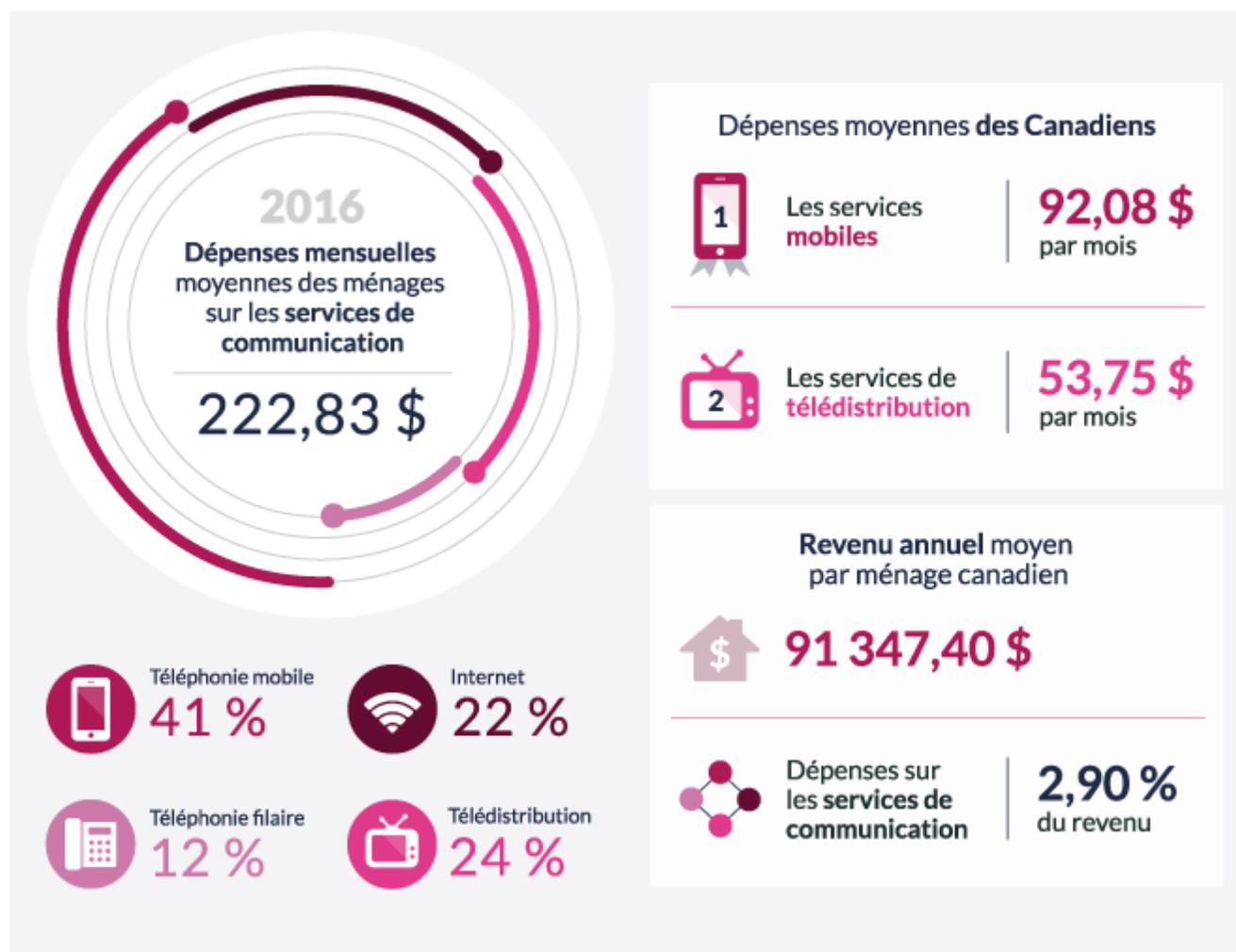
Dans l'ensemble, en 2016, un peu plus de ménages possédaient un téléphone mobile (87,9 %) qu'un ordinateur à domicile (84,1 %). Cette tendance est plus prononcée dans les quintiles de revenu inférieurs. Par exemple, 85,6 % des ménages canadiens du deuxième quintile de revenu possèdent un téléphone mobile (voir le Tableau 1.2), par rapport à 78 % des ménages de ce quintile qui possèdent un ordinateur à domicile. La possession des ordinateurs à domicile pour tous les quintiles connaît une diminution de 0,4 % de 2015 à 2016. La seule augmentation observée à ce chapitre dans les ménages touche le premier quintile de revenu, où le pourcentage de possession a augmenté de 3,2 %.

---

<sup>5</sup> Inclus tous les services Internet peu importe la vitesse

### iii. Combien les ménages canadiens dépensent-ils en services de communication?<sup>6</sup>

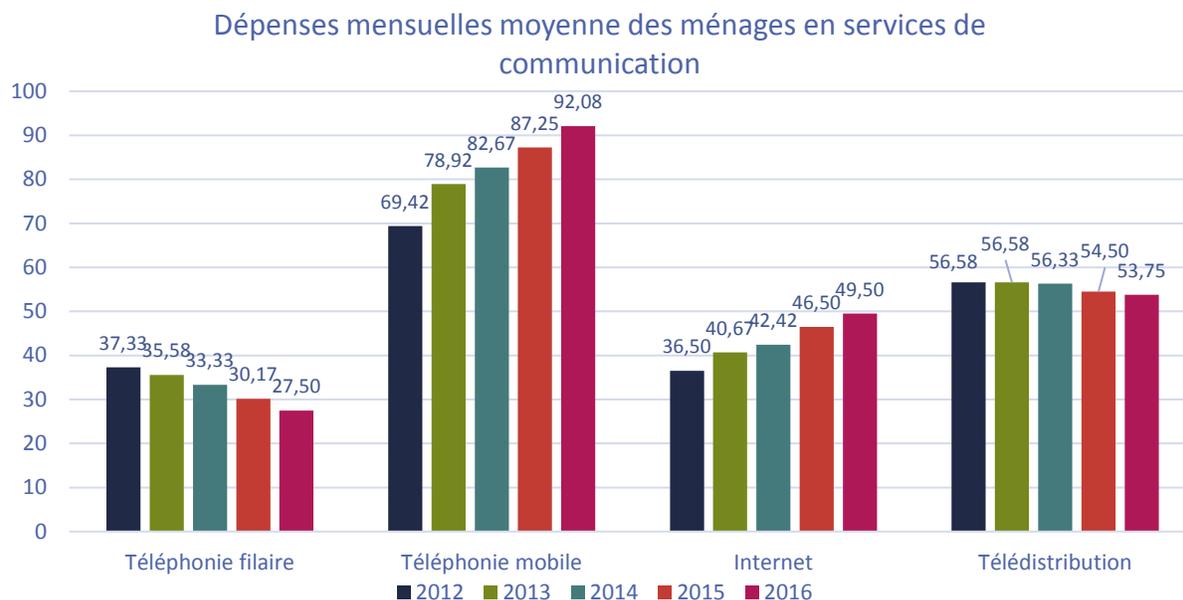
Infographie 1.4



Les ménages prennent des décisions sur les montants qu'ils sont prêts à dépenser pour les services de communication, et les habitudes en matière de dépenses varient pour de nombreuses raisons différentes. Certaines habitudes reflètent un choix personnel et d'autres sont influencées par la disponibilité du service, l'abordabilité et les ressources du ménage. Cette section se concentre sur les dépenses des ménages pour divers services selon le revenu, l'emplacement du ménage (urbain/rural) et l'âge, afin de mieux comprendre les habitudes de dépenses des ménages canadiens.

<sup>6</sup> Les renseignements présentés sur les dépenses des ménages en services de communication proviennent de l'[Enquête sur les dépenses des ménages](#) de Statistique Canada et ne comprennent aucune projection ou donnée du CRTC.

Graphique 1.4 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01  
Télécharger la source sur Données Ouvertes

Les données sur les dépenses en services de communication donnent un aperçu de la façon dont les services de communication affectent le budget des ménages, mais il y a des limitations en ce qui concerne l'utilisation des données sur les dépenses permettant d'évaluer les habitudes en matière d'adoption et de dépenses. Les données ne reflètent pas la consommation de services gratuits, tels que les services de télévision et de radio en direct, qui demeurent une grande valeur pour les Canadiens. Les données présentées ici indiquent les dépenses moyennes et prennent donc en compte tous les ménages, notamment ceux qui ne souscrivent à aucun service. Par conséquent, les dépenses moyennes peuvent surestimer ou sous-estimer les dépenses réelles pour chaque ménage. La plupart des abonnements aux services de communication, comme ceux de la télédistribution, des services filaires et Internet, ont tendance à être achetés au niveau du ménage (et souvent regroupés)<sup>7</sup>, ce qui signifie qu'il y a un seul abonnement par ménage. Cependant, les ménages de plus grande taille peuvent avoir des dépenses plus élevées pour ces services (p. ex., acheter plus de données sur Internet ou une vaste sélection de stations de télévision). Les services mobiles peuvent permettre aux ménages d'avoir plusieurs abonnements. Les données présentées ici ne permettent pas l'analyse des dépenses individuelles pour les services de communication.

Statistique Canada a signalé que le revenu annuel moyen des ménages avant impôt au Canada était de 91 347 \$ en 2016 et que le revenu a augmenté dans tous les quartiles de revenu. Les variations de fourchettes des revenus reflètent les changements dans l'économie ainsi que l'inflation annuelle. En 2016, le

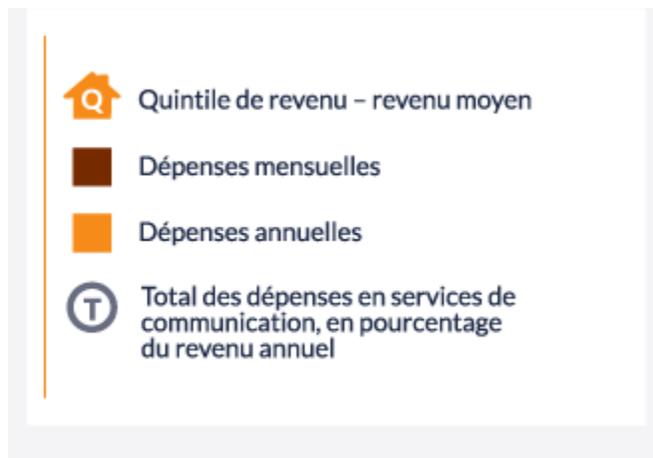
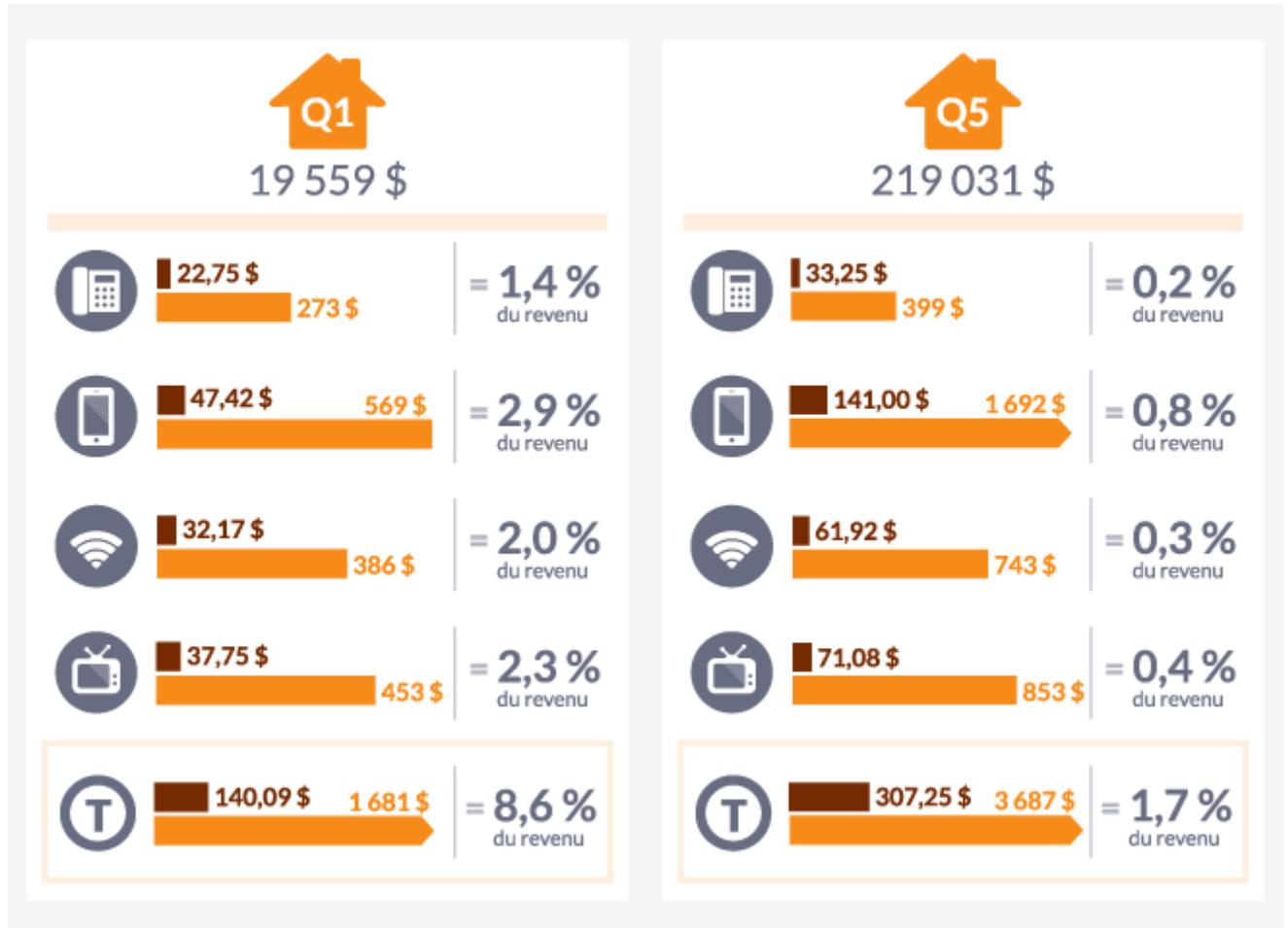
<sup>7</sup> Consulter le [Guide de l'utilisateur, Enquête sur les dépenses des ménages](#) pour obtenir une description de la façon dont les dépenses pour les services groupés achetés (p. ex., Internet, télédistribution et téléphone filaire) sont divisées en dépenses distinctes.

revenu moyen annuel avant impôts d'un ménage canadien variait selon les provinces de 73 404 \$ (Île-du-Prince-Édouard) à 129 102 \$ (Alberta).

En 2016, un ménage canadien moyen a dépensé 222,83 \$ par mois en services de communication, soit une augmentation de 4,41 \$ (2,02 %) par rapport à 2015 (voir le Tableau 1.5). Comme en 2015, les services Internet et mobiles ont stimulé la croissance des dépenses des ménages et les revenus de l'industrie des télécommunications (voir le Graphique 1.4). En 2016 également, les services Internet et mobiles ont continué à mener la croissance annuelle (6,5 %), suivis des dépenses pour les services mobiles (5,5 %). Ces augmentations ont eu lieu lorsque les consommateurs se sont tournés vers des services offrant des débits Internet plus élevés et davantage de données mobiles (voir la [section 5.3](#) du RSC 2017 pour obtenir plus de renseignements sur les services Internet, et la [section 5.5](#) pour obtenir les détails sur les services mobiles).

## Dépenses par quintile de revenu

Infographie 1.5



Voir le Tableau 1.6 pour les données de tous les quintiles.

En 2016, de façon semblable aux années précédentes, les dépenses des ménages en services de communication représentaient 8,6 % du revenu moyen des ménages du premier quintile, deux points de plus que leurs dépenses moyennes en loisirs<sup>8</sup> (6,6 %) et légèrement plus que leurs dépenses moyennes en vêtements (8 %).

Même s'il existe un écart considérable entre le montant moyen dépensé par les Canadiens dans chaque quintile de revenu, les ménages ont tendance à affecter une partie plus importante de leur budget des services de communication aux services mobiles et de télédistribution. En moyenne, les dépenses des ménages ont diminué pour les services de télédistribution de 1,4 % de 2015 à 2016, alors que les dépenses moyennes des ménages ont diminué pour les services filaires de 8,8 % pendant la même période. De façon semblable aux années précédentes, les dépenses des ménages pour les services mobiles, Internet et de communication ont continué de croître en 2016.

Dans l'ensemble, les ménages ont dépensé davantage pour les services mobiles (92,08 \$ par mois en moyenne, voir le graphique 1.4). En moyenne, pour tous les quintiles de revenu, les dépenses en services filaires ont diminué de 2012 à 2016 à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -7,4 %. Toutefois, les dépenses moyennes pour les services Internet de tous les quintiles de revenu montrent la plus forte croissance (6,5 %) entre 2015 et 2016, et le TCAC le plus élevé de 2012 à 2016 (7,9 %) [Tableau 1.5].

Les ménages des quintiles de revenu les plus élevés ont dépensé davantage en services de communication que ceux des quintiles les plus faibles. Les dépenses des ménages ont augmenté dans tous les quintiles entre 2015 et 2016, celles du troisième quintile ayant augmenté le plus (3,5 %).

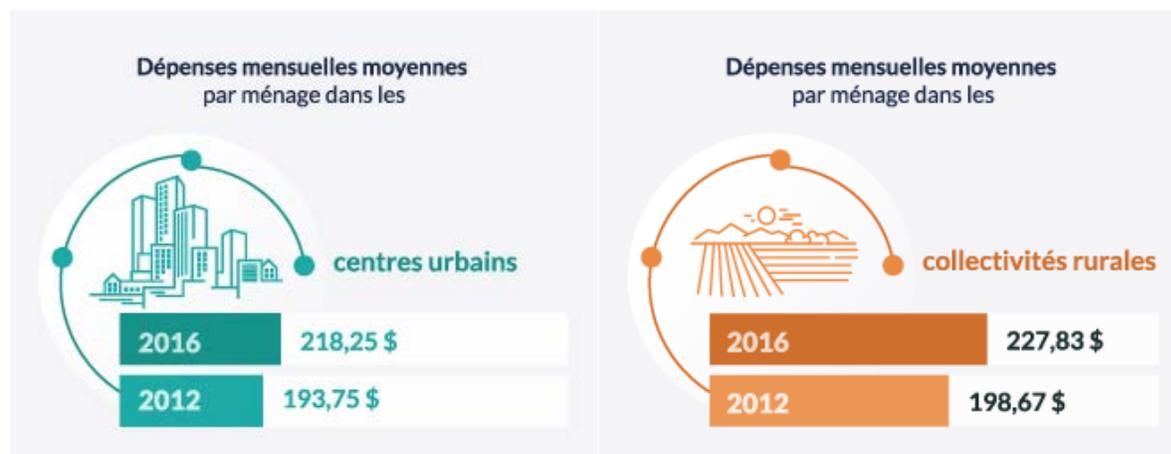
Même si les dépenses totales des ménages à faible revenu pour les services de communication étaient inférieures à celles des ménages à revenu plus élevé, comme présentés dans le Tableau 1.7, les dépenses pour les services de communication représentaient un pourcentage plus important de leurs revenus annuels.

---

<sup>8</sup> Comprend toutes les activités de loisir et de récréation (p. ex., les sports, les voyages).

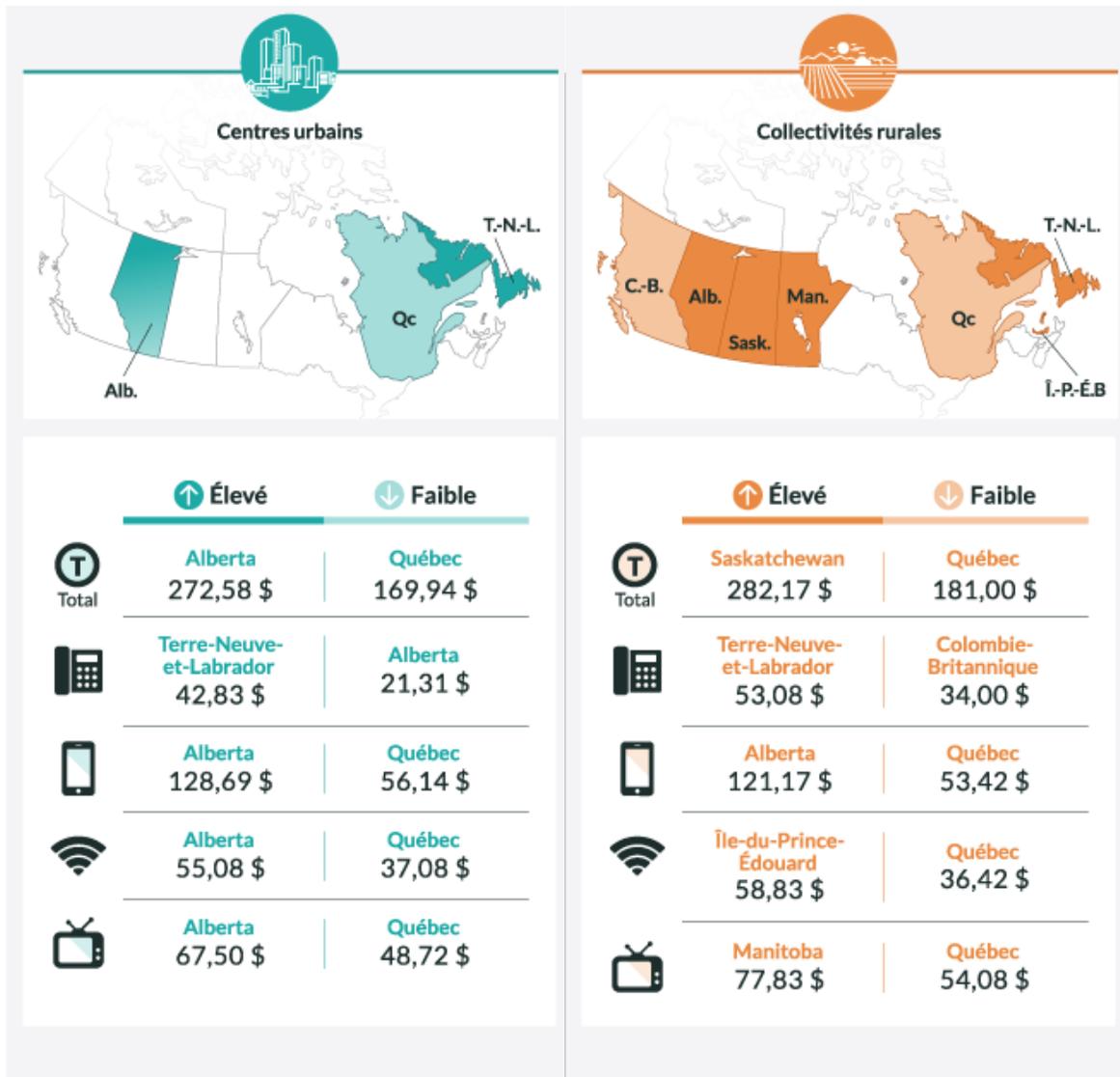
## Dépenses mensuelles moyennes par emplacement – Centres urbains<sup>9</sup> c. collectivités rurales<sup>10</sup>

Infographie 1.6



<sup>9</sup> Les centres urbains, aussi connus comme centres de population de petite, moyenne et grande taille, sont classés comme suit : les centres de population de petite taille comptent une population de 1 000 à 29 999 habitants; les centres de population de moyenne taille comptent une population de 30 000 à 99 999 habitants; et les centres de population urbains de grande taille comptent une population de 100 000 habitants et plus. Aux fins du présent rapport, les données des centres urbains indiquent la moyenne de petits, de moyens et de grands centres.

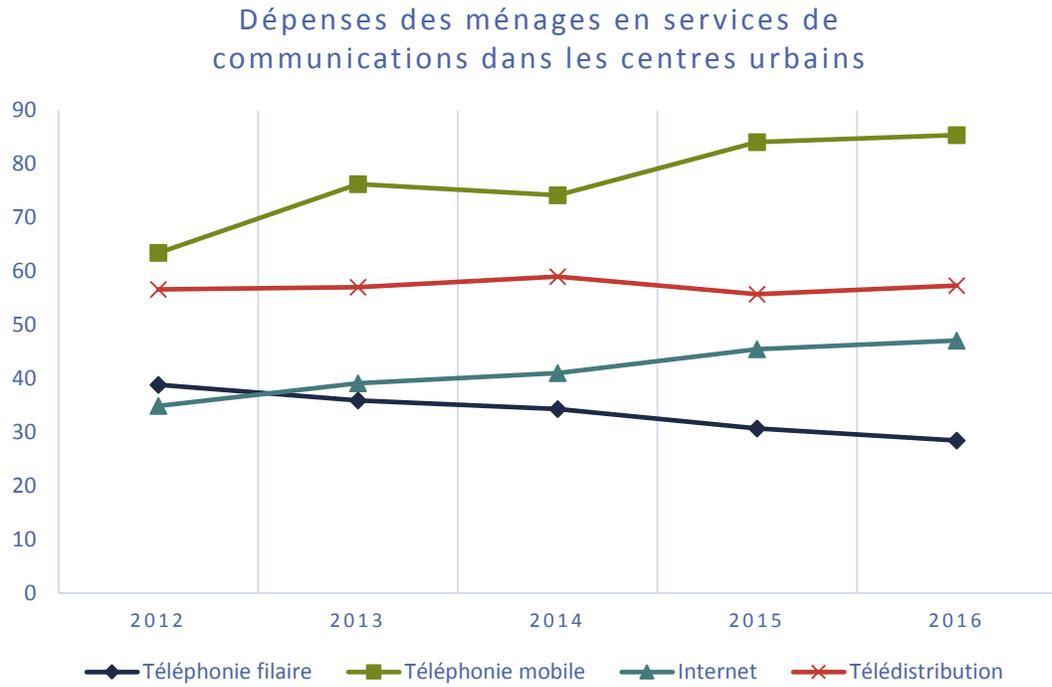
<sup>10</sup> Les collectivités rurales comprennent les régions comptant moins de 1 000 habitants et une densité de population de 400 habitants ou moins par kilomètre carré.



[Télécharger la source](#) sur [Données Ouvertes](#)

Comme présenté dans le Graphique 1.5 et le Tableau 1.5, les dépenses pour les services mobiles et Internet ont augmenté de 2012 à 2016, les dépenses pour les services filaires ont diminué et les dépenses pour les services de télédistribution sont demeurées relativement stables. Les dépenses en services Internet dans les centres urbains ont dépassé les dépenses des services filaires en 2012, alors que dans les collectivités rurales (voir le Graphique 1.6), cette situation s’est produite en 2014. En outre, les dépenses en services mobiles étaient assez semblables à celles des services de télédistribution dans les collectivités rurales en 2012 et en 2013, mais on a dépensé plus pour les services mobiles pendant les dernières années.

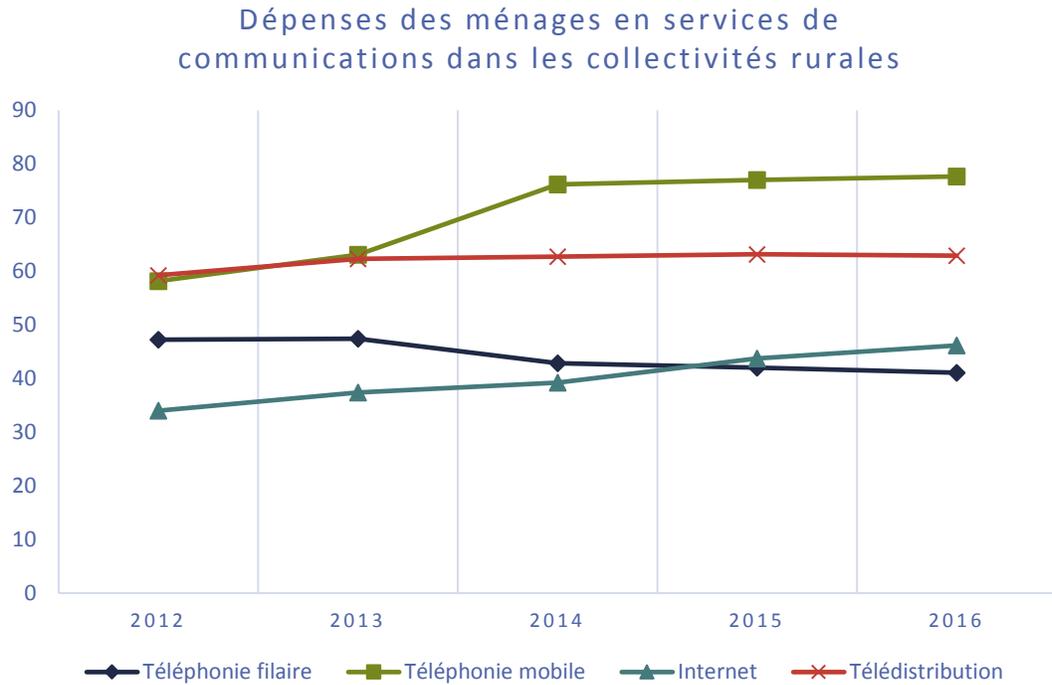
Graphique 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les centres urbains



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Graphique 1.6 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les collectivités rurales



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Même si les ménages des centres urbains ont dépensé le plus en services mobiles, ceux des collectivités rurales ont dépensé en moyenne plus de 227,83 \$ par mois en services de communication de 2012 à 2016. Les dépenses des ménages dans les centres urbains suivaient de près avec 218,25 \$. Le peu de différences dans les dépenses moyennes des ménages entre les collectivités urbaines et rurales reflète les prix légèrement plus élevés offerts dans les régions rurales, où il y a habituellement moins de fournisseurs de services.

Les dépenses varient également selon la province. Par exemple, les résidents du Québec ont dépensé le moins pour tous les services, à l'exception des services filaires dans les collectivités urbaines et rurales (voir le Tableau 1.8 et le Tableau 1.9). En revanche, les résidents des centres urbains de l'Alberta ont dépensé le plus pour tous les services, à l'exception des services filaires. Dans l'ensemble, les dépenses en services mensuelles totales les plus élevées dans les centres urbains et les collectivités rurales se situaient en Alberta (272,58 \$) et en Saskatchewan (282,17 \$).

## Dépenses par âge

Infographie 1.7



Les données sur les dépenses des ménages selon l'âge sont segmentées en fonction de l'âge de la personne de référence<sup>11</sup> du ménage, c'est-à-dire la personne qui s'occupe habituellement des questions financières à la maison. Les ménages dont la personne de référence est âgée de 40 à 54 ans ont dépensé le plus en services de communication (257,75 \$ par mois), alors que ceux ayant des personnes de référence âgées de 65 ans ou plus ont dépensé le moins (182,33 \$ par mois).

Dans tous les ménages sauf les plus âgés, la plus faible dépense de communication des Canadiens concerne les services de téléphonie filaire (Graphique 1.7), soit les services les plus marqués par les différences de dépenses des ménages liées à l'âge. Même si les abonnements aux services filaires diminuent chaque année (comme présenté dans le Graphique 1.2), les services filaires demeurent importants pour les ménages plus âgés du Canada. Alors que les ménages les plus jeunes ont dépensé en moyenne 6 \$ par mois pour les services filaires (dépense moyenne qui inclut de nombreux ménages sans service filaire), les ménages les plus âgés ont dépensé en moyenne environ sept fois ce montant (40,92 \$ par mois).

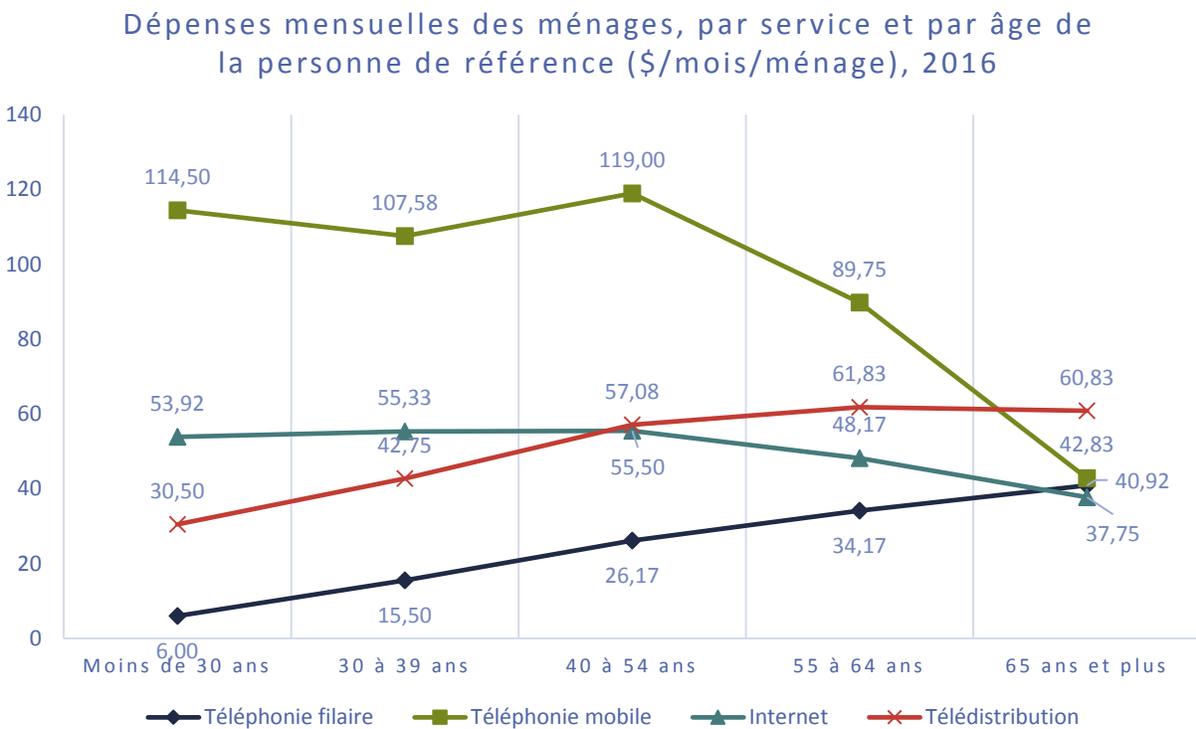
Cette différence entre les groupes d'âge se reflète également dans leurs habitudes d'utilisation. Les ménages plus âgés (dont la personne de référence est âgée de 65 ans ou plus) dépensent le plus pour les services de télédistribution, et le moins pour les services Internet. En général, la jeune génération (dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans), qui regarde en moyenne 20,5 heures de télévision par semaine, dépense en moyenne 30,50 \$ par mois pour les services de télédistribution. Ces dépenses sont environ de 50 % inférieures à celles de la génération la plus âgée, qui regarde en moyenne 42,8 heures par semaine et

<sup>11</sup> Statistique Canada détermine la personne de référence comme le membre du ménage qui en est le principal soutien financier (p. ex., la personne qui paie les versements hypothécaires, les taxes foncières ou l'électricité). Si tous les membres se partagent la tâche à parts égales, n'importe quel membre peut être inscrit comme personne de référence du ménage.

dépense 60,83 \$ par mois en télévision (RSC 2017, [Tableau 4.2.11](#)). Le Graphique 1.8 est comparable au Graphique 1.7 et montre que la tendance pour les services mobiles, Internet et filaires est assez semblable aux dépenses et au pourcentage d'utilisateurs par groupe d'âge.

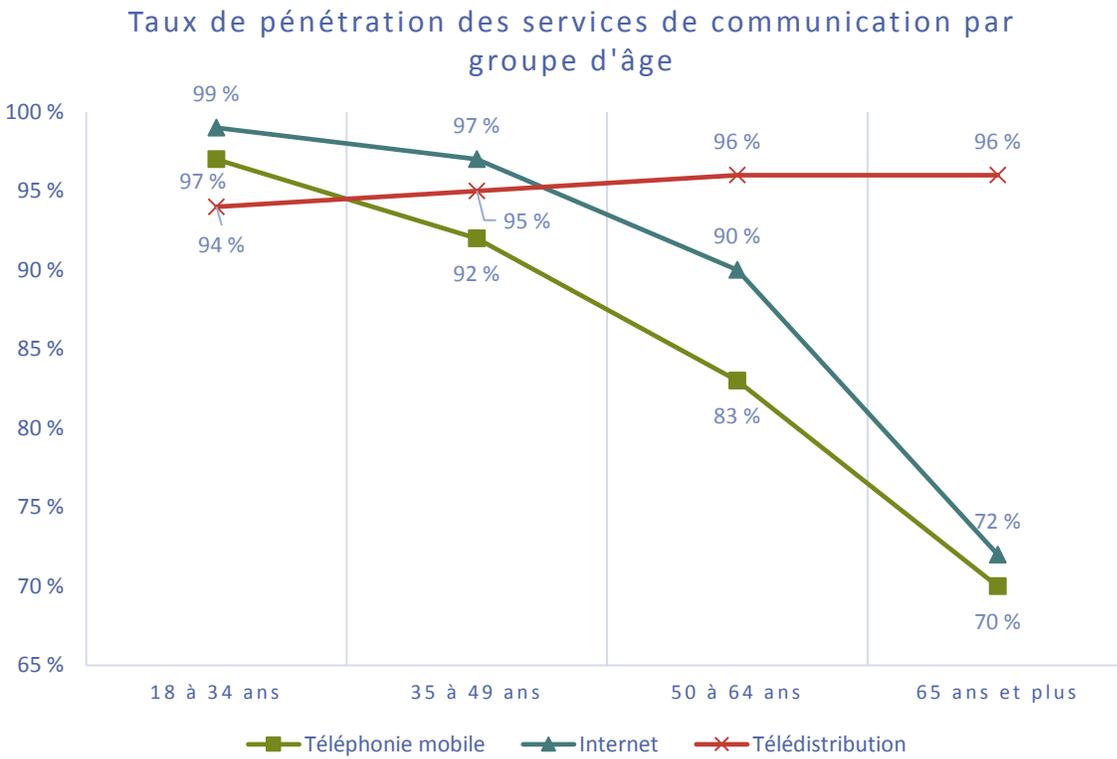
Le Graphique 1.7 illustre les fortes différences de dépenses entre les ménages les plus jeunes et les plus âgés. Les ménages les plus jeunes ont tendance à dépenser beaucoup plus en services mobiles et Internet que leurs équivalents plus âgés. Un pourcentage de 97 % de la génération la plus jeune interrogée utilisait les services mobiles et y affectait une très grande partie de leurs dépenses (114,50 \$ par mois). On rencontre un modèle semblable pour les services Internet. La corrélation entre les dépenses et l'utilisation suggère que les services ont divers niveaux d'importance pour chacune des générations, et que ces particuliers dépensent davantage pour les services qu'ils ont tendance à utiliser le plus.

Graphique 1.7 Dépenses mensuelles des ménages, par service et âge de la personne de référence, 2016



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0227-01  
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Graphique 1.8 Taux de pénétration des services de communication par groupe d'âge<sup>12</sup>



Source : Observateur des technologies média, automne 2016 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus)  
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

<sup>12</sup> Remarque : Il y avait un nombre total de 1 801 répondants à l'automne 2016. Les répondants peuvent varier de ceux de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada. Les paramètres des groupes d'âge sont également différents pour correspondre aux paramètres des enquêtes respectives.

## iv. Annexes

Tableau 1.1 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada

Année	Téléphonie filaire	Téléphonie mobile	Filaire et/ou mobile	Filaire seulement	Mobile seulement
2004	96,2	58,9	98,9	40,0	2,7
2005	94,0	62,9	98,8	36,0	4,8
2006	93,6	66,8	98,6	31,8	5,0
2007	92,5	71,9	98,8	26,9	6,3
2008	91,1	74,3	99,1	24,8	8,0
2009	89,3	77,2	99,3	22,1	10,0
2010	89,3	78,1	99,4	21,3	10,1
2011	86,6	79,1	99,3	20,2	12,7
2012	83,8	81,3	99,2	17,9	15,4
2013	79,1	84,7	99,3	14,6	20,2
2014	75,5	85,6	99,2	13,6	23,7
2015	71,9	86,1	99,3	13,2	27,5
2016	66,8	87,9	99,3	11,4	32,5

Source : Statistique Canada – Abordabilité (2004-2007) et Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01 (2008-2016)

Tableau 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada, par quintile de revenu

Service	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles	TCAC (%) de la moyenne de tous les quintiles (2012-2016)
Téléphonie filaire	2012	74,6	80,3	82,8	87,4	92,4	83,5	-5,4 %
	2013	65,2	75,0	82,2	84,7	87,5	78,9	
	2014	65,3	69,1	74,3	80,2	88,3	75,5	
	2015	63,6	68,6	72,1	74,1	81,0	71,9	
	2016	58,2	65,3	63,6	70,6	76,1	66,8	
	Croissance 2015-2016 (%)	-8,5	-4,8	-11,8	-4,7	-6,0	-7,2	
Téléphonie mobile	2012	61,7	75,1	85,9	91,0	93,4	81,4	1,9 %
	2013	66,8	79,7	88,5	92,9	96,4	84,9	
	2014	67,4	83,2	89,4	93,2	95,0	85,6	
	2015	69,9	80,3	89,9	93,9	96,7	86,1	
	2016	68,7	85,6	92,7	96,2	96,4	87,9	
	Croissance 2015-2016 (%)	-1,7	6,6	3,1	2,4	-0,3	2,0	
Filaire et/ou mobile	2012	97,4	99,5	99,7	99,8	99,7	99,2	0,0 %
	2013	97,5	99,7	99,7	99,6	100,0	99,3	
	2014	97,8	99,4	99,2	99,5	99,8	99,2	
	2015	98,6	99,0	99,5	99,8	99,8	99,3	
	2016	98,2	99,5	99,6	99,6	99,8	99,3	
	Croissance 2015-2016 (%)	-0,4	0,5	0,1	-0,2	0,0	0,0	
Filaire seulement	2012	35,7	24,4	13,8	8,8	6,3	17,8	-10,5 %
	2013	30,7	20,0	11,2	6,7	3,6	14,4	
	2014	30,4	16,2	9,8	6,3	4,8	13,6	
	2015	28,7	18,7	9,6	5,9	3,1	13,2	
	2016	29,5	13,9	6,9	3,4	3,4	11,4	
	Croissance 2015-2016 (%)	2,8	-25,7	-28,1	-42,4	9,7	-16,7	
Mobile seulement	2012	22,8	19,2	16,9	12,4	7,3	15,7	20,0 %
	2013	32,3	24,7	17,5	14,9	12,5	20,4	
	2014	32,5	30,3	24,9	19,3	11,5	23,7	
	2015	35,0	30,4	27,4	25,7	18,8	27,5	
	2016	40,0	34,2	36,0	29,0	23,7	32,6	
	Croissance 2015-2016 (%)	14,3	12,5	31,4	12,8	26,1	19,4	

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01. Chaque quintile représente 20 % des ménages.

Tableau 1.3 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages, par province, 2016

Province	Téléphonie filaire	Téléphonie mobile	Filaire et/ou mobile	Filaire seulement	Mobile seulement
Colombie-Britannique	63,0	90,0	99,1	9,1	36,1
Alberta	61,0	92,7	99,1	6,4	38,1
Saskatchewan	64,4	90,5	99,5	9,0	35,1
Manitoba	68,2	86,0	99,0	13,0	30,8
Ontario	64,5	89,7	99,4	9,7	34,9
Québec	74,4	82,6	99,4	16,8	25,0
Nouveau-Brunswick	84,8	82,5	99,4	16,9	14,6
Nouvelle-Écosse	69,8	86,8	99,0	12,2	29,2
Île-du-Prince-Édouard	75,7	85,3	99,6	14,3	23,9
Terre-Neuve-et-Labrador	85,1	84,8	99,3	14,5	14,2
Ensemble du Canada	66,8	87,9	99,3	11,4	32,5

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.4 Ordinateur à domicile et utilisation d'Internet à la maison, par 100 ménages, par quintile de revenu

Technologie	Année	Revenu du ménage inférieur à 32 090 \$ (premier quintile)	Revenu du ménage de 32 091 \$ à 55 470 \$ (deuxième quintile)	Revenu du ménage de 55 471 \$ à 85 336 \$ (troisième quintile)	Revenu du ménage de 85 337 \$ à 130 045 \$ (quatrième quintile)	Revenu du ménage supérieur à 130 046 \$ (cinquième quintile)	Moyenne de tous les quintiles
Ordinateur à domicile	2012	62,1	76,3	90,5	93,9	97,4	84,0
	2013	64,4	80,6	89,8	95,4	97,9	85,6
	2014	64,3	78,1	87,7	94,0	97,4	84,3
	2015	61,9	79,6	89,1	95,3	96,6	84,5
	2016	63,9	78,0	89,1	93,4	96,2	84,1
	Croissance 2015-2016 (%)	3,2	-2,0	0,0	-2,0	-0,4	-0,4
Utilisation d'Internet à la maison	2012	55,9	72,4	87,6	93,1	98,5	81,5
	2013	59,7	77,6	89,0	94,9	98,4	83,9
	2014	63,5	78,5	88,7	95,5	98,3	84,9
	2015	64,4	82,1	92,8	97,2	98,2	86,9
	2016	65,2	82,7	93,3	97,9	98,1	87,4
	Croissance 2015-2016 (%)	1,2	0,7	0,5	0,7	-0,1	0,6

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages sur cinq ans en services de communication, par service et par quintile de revenu (\$/mois/ménage)

Service	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles	TCAC (%) de la moyenne de tous les quintiles (2012-2016)
Téléphonie filaire	2012	31,75	34,83	35,67	39,33	44,83	37,33	-7,4 %
	2013	29,08	33,50	36,08	38,17	41,00	35,58	
	2014	26,58	31,08	32,50	36,17	40,33	33,33	
	2015	25,50	28,08	29,83	31,50	36,08	30,17	
	2016	22,75	26,67	27,75	26,92	33,25	27,50	
	Croissance 2015-2016 (%)	-10,8 %	-5,0 %	-7,0 %	-14,5 %	-7,9 %	-8,8 %	
Téléphonie mobile	2012	34,58	50,00	68,75	83,67	110,17	69,42	7,3 %
	2013	42,42	55,92	77,25	91,75	127,00	78,92	
	2014	43,92	60,42	80,83	100,42	127,83	82,67	
	2015	43,75	62,25	84,83	105,33	140,08	87,25	
	2016	47,42	66,08	95,42	110,67	141,00	92,08	
	Croissance 2015-2016 (%)	8,4 %	6,2 %	12,5 %	5,1 %	0,7 %	5,5 %	
Internet	2012	22,00	31,50	40,67	42,17	46,25	36,50	7,9 %
	2013	25,58	35,25	42,08	48,00	52,42	40,67	
	2014	29,50	37,17	44,17	48,75	52,67	42,42	
	2015	30,58	41,58	49,92	53,75	56,83	46,50	
	2016	32,17	43,58	52,00	58,00	61,92	49,50	
	Croissance 2015-2016 (%)	5,2 %	4,8 %	4,2 %	7,9 %	9,0 %	6,5 %	
Télédistribution	2012	39,50	49,50	54,67	63,58	75,75	56,58	-1,3 %
	2013	37,00	49,33	57,67	64,58	74,50	56,58	
	2014	38,92	49,42	56,92	62,25	74,17	56,33	
	2015	38,83	46,92	55,42	58,75	72,42	54,50	
	2016	37,75	47,92	52,50	59,58	71,08	53,75	
	Croissance 2015-2016 (%)	-2,8 %	2,1 %	-5,3 %	1,4 %	-1,9 %	-1,4 %	
Total	2012	127,83	165,83	199,75	228,75	277,00	199,83	2,8 %
	2013	134,08	174,00	213,08	242,50	294,92	211,75	
	2014	138,92	178,08	214,42	247,58	295,00	214,75	
	2015	138,67	178,83	220,00	249,33	305,42	218,42	
	2016	140,09	184,25	227,67	255,17	307,25	222,83	
	Croissance 2015-2016 (%)	1,0 %	3,0 %	3,5 %	2,3 %	0,6 %	2,0 %	
TCAC du total des services	2012-2016	2,3 %	2,7 %	3,3 %	2,8 %	2,6 %	2,8 %	

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.6 Dépenses par service et par quintile de revenu, en pourcentage du revenu annuel moyen

Mesure	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles
<b>Revenu moyen</b>	19 559 \$	43 436 \$	70 178 \$	104 533 \$	219 031 \$	91 347 \$
<b>Téléphonie filaire</b>	1,4 %	0,7 %	0,5 %	0,3 %	0,2 %	0,6%
<b>Téléphonie mobile</b>	2,9 %	1,8 %	1,6 %	1,3 %	0,8 %	1,7 %
<b>Internet</b>	2,0 %	1,4 %	0,9 %	0,7 %	0,3 %	1,1 %
<b>Télédistribution</b>	2,3 %	1,5 %	0,9 %	0,7 %	0,4 %	1,2 %
<b>Dépenses totales en services de communication</b>	8,6 %	5,1 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	4,4 %

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.7 Dépenses des ménages en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen, par quintile de revenu, 2016

Année	Caractéristique	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Tous les quintiles
2012	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	27 876 \$	48 427 \$	74 033 \$	111 640 \$	Moins de 27 875 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	27 875 \$	48 426 \$	74 032 \$	111 639 \$	s.o.	Plus de 111 640 \$
	Revenu annuel moyen	17 312 \$	37 937 \$	60 559 \$	90 855 \$	179 659 \$	77 269 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,47	2,10	2,57	2,90	3,34	2,48
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,4 %	4,7 %	3,6 %	2,8 %	1,7 %	2,8 %
2013	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	30 669 \$	51 805 \$	79 723 \$	121 292 \$	Moins de 30 668 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	30 668 \$	51 804 \$	79 722 \$	121 291 \$	s.o.	Plus de 121 292 \$
	Revenu annuel moyen	18 582 \$	41 105 \$	64 854 \$	98 634 \$	199 702 \$	84 575 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,49	2,11	2,49	2,95	3,34	2,48
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,3 %	4,9 %	3,8 %	2,8 %	1,7 %	2,9 %
2014	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	30 520 \$	53 275 \$	81 295 \$	124 839 \$	Moins de 30 519 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	30 519 \$	53 274 \$	81 294 \$	124 838 \$	s.o.	Plus de 124 839 \$
	Revenu annuel moyen	19 664 \$	42 122 \$	67 083 \$	101 177 \$	201 752 \$	86 360 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,50	2,05	2,51	2,91	3,40	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,5 %	4,1 %	3,8 %	2,9 %	1,8 %	3,0 %
2015	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	31 609 \$	54 588 \$	82 710 \$	126 879 \$	Moins de 31 608 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	31 608 \$	54 587 \$	82 709 \$	126 878 \$	s.o.	Plus de 126 879 \$
	Revenu annuel moyen	19 403 \$	42 887 \$	68 331 \$	103 021 \$	210 693 \$	88 867 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,43	2,11	2,57	2,91	3,35	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,6 %	5,0 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	2,9 %
2016	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	32 091 \$	55 471 \$	85 337 \$	130 046 \$	Moins de 32 090 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	32 090 \$	55 470 \$	85 336 \$	130 045 \$	s.o.	Plus de 130 046 \$
	Revenu annuel moyen	19 559 \$	43 436 \$	70 178 \$	104 533 \$	219 031 \$	91 347 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,47	2,01	2,51	3,00	3,36	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,6 %	5,1 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	2,9 %

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.8 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communications dans les collectivités rurales

Région	Service	2012	2013	2014	2015	2016
Can.	Téléphonie filaire	47,25	47,42	42,83	42,00	41,08
Can.	Téléphonie mobile	58,17	63,08	76,17	77,00	77,67
Can.	Internet	34,00	37,42	39,25	43,75	46,17
Can.	Télédistribution	59,25	62,33	62,75	63,17	62,92
T.-N.-L.	Téléphonie filaire	58,33	58,50	56,17	55,83	53,08
T.-N.-L.	Téléphonie mobile	60,67	62,33	76,92	87,92	93,67
T.-N.-L.	Internet	31,75	37,83	37,42	45,33	49,33
T.-N.-L.	Télédistribution	61,92	65,33	70,25	70,75	76,67
Î.-P.-É.	Téléphonie filaire	51,83	56,00	52,58	46,42	46,33
Î.-P.-É.	Téléphonie mobile	55,25	51,08	89,58	89,75	92,92
Î.-P.-É.	Internet	35,50	40,50	39,67	50,42	58,83
Î.-P.-É.	Télédistribution	60,83	73,08	62,00	58,92	70,83
N.-É.	Téléphonie filaire	55,42	54,67	53,17	54,08	44,58
N.-É.	Téléphonie mobile	58,50	67,42	67,67	66,08	84,33
N.-É.	Internet	35,83	38,17	42,75	45,92	52,92
N.-É.	Télédistribution	67,92	65,92	65,50	66,25	61,92
N.-B.	Téléphonie filaire	50,17	47,58	47,00	45,75	44,42
N.-B.	Téléphonie mobile	53,67	58,67	73,42	66,50	63,33
N.-B.	Internet	31,75	33,83	38,58	39,25	41,08
N.-B.	Télédistribution	60,17	59,42	57,75	65,33	64,83
Qc	Téléphonie filaire	43,50	41,83	38,25	38,00	37,08
Qc	Téléphonie mobile	31,17	45,25	49,42	49,50	53,42
Qc	Internet	31,83	33,00	33,67	37,08	36,42
Qc	Télédistribution	51,75	55,75	50,67	50,83	54,08
Ont.	Téléphonie filaire	46,33	45,33	41,92	43,83	44,33
Ont.	Téléphonie mobile	50,75	55,33	80,50	78,25	70,50
Ont.	Internet	36,83	43,00	44,42	47,42	54,92
Ont.	Télédistribution	57,67	65,83	69,17	66,83	61,92
Man.	Téléphonie filaire	46,83	49,25	46,33	43,33	40,50
Man.	Téléphonie mobile	70,42	83,83	91,42	104,17	103,50
Man.	Internet	29,58	37,83	42,33	38,00	52,92
Man.	Télédistribution	55,75	58,83	55,67	70,33	77,83
Sask.	Téléphonie filaire	54,92	52,83	51,17	48,33	47,67
Sask.	Téléphonie mobile	68,75	88,25	98,83	109,17	116,00
Sask.	Internet	34,08	29,25	37,92	41,42	44,75
Sask.	Télédistribution	67,75	64,58	74,75	70,50	73,75
Alb.	Téléphonie filaire	46,25	56,92	39,58	36,25	36,17
Alb.	Téléphonie mobile	130,17	114,67	139,67	118,75	121,17
Alb.	Internet	41,33	42,42	42,17	52,58	46,08
Alb.	Télédistribution	76,17	72,75	80,08	74,42	70,42
C.-B.	Téléphonie filaire	47,08	43,25	39,83	30,42	34,00
C.-B.	Téléphonie mobile	63,08	48,92	53,25	94,92	88,92
C.-B.	Internet	31,17	38,33	37,83	54,17	52,92
C.-B.	Télédistribution	55,92	59,75	59,00	68,92	64,58

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.9 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communications dans les centres urbains

Région	Service	2012	2013	2014	2015	2016
Can.	Téléphonie filaire	38,83	35,89	34,31	30,72	28,44
Can.	Téléphonie mobile	63,42	76,22	74,19	84,06	85,39
Can.	Internet	34,89	39,11	41,00	45,47	47,08
Can.	Télédistribution	56,61	57,00	59,00	55,72	57,33
T.-N.-L.	Téléphonie filaire	48,29	43,67	42,83	41,00	42,83
T.-N.-L.	Téléphonie mobile	76,50	83,83	91,83	99,17	110,71
T.-N.-L.	Internet	37,46	42,04	42,63	46,67	48,71
T.-N.-L.	Télédistribution	62,75	61,63	67,92	61,96	64,42
Î.-P.-É.	Téléphonie filaire	39,67	43,63	43,50	45,92	39,58
Î.-P.-É.	Téléphonie mobile	56,92	64,38	71,25	68,79	84,13
Î.-P.-É.	Internet	34,92	39,96	45,67	47,13	51,92
Î.-P.-É.	Télédistribution	58,71	61,08	63,75	58,17	58,58
N.-É.	Téléphonie filaire	45,22	43,44	39,00	40,31	39,08
N.-É.	Téléphonie mobile	64,28	71,75	62,69	76,72	91,25
N.-É.	Internet	36,53	40,00	43,36	47,64	52,11
N.-É.	Télédistribution	64,03	59,00	65,58	57,67	60,28
N.-B.	Téléphonie filaire	41,69	40,86	36,22	36,22	36,78
N.-B.	Téléphonie mobile	63,03	64,22	69,25	77,08	82,92
N.-B.	Internet	38,17	40,94	41,14	46,17	46,92
N.-B.	Télédistribution	57,25	58,50	59,47	55,39	57,83
Qc	Téléphonie filaire	34,03	33,08	34,25	28,97	28,00
Qc	Téléphonie mobile	41,08	43,47	46,06	51,11	56,14
Qc	Internet	33,22	35,17	32,83	35,50	37,08
Qc	Télédistribution	46,39	45,75	47,64	47,83	48,72
Ont.	Téléphonie filaire	43,58	40,92	36,94	33,86	33,61
Ont.	Téléphonie mobile	60,47	79,39	70,47	82,31	76,83
Ont.	Internet	37,06	39,89	45,08	49,36	46,28
Ont.	Télédistribution	59,72	60,47	62,56	57,67	60,44
Man.	Téléphonie filaire	36,28	36,47	34,92	30,92	25,67
Man.	Téléphonie mobile	69,78	78,19	79,89	89,53	85,06
Man.	Internet	35,61	38,78	38,69	43,92	46,69
Man.	Télédistribution	64,47	59,69	57,83	59,44	55,00
Sask.	Téléphonie filaire	41,47	36,56	34,92	30,64	29,17
Sask.	Téléphonie mobile	80,22	87,11	88,28	102,39	109,31
Sask.	Internet	31,58	33,86	35,53	42,17	44,92
Sask.	Télédistribution	64,33	67,83	67,19	64,33	64,22
Alb.	Téléphonie filaire	35,81	32,81	30,67	25,22	21,31
Alb.	Téléphonie mobile	97,25	118,67	110,11	135,94	128,69
Alb.	Internet	33,97	42,36	44,89	51,64	55,08
Alb.	Télédistribution	65,14	65,03	66,11	65,86	67,50
C.-B.	Téléphonie filaire	33,97	28,39	30,11	27,86	22,00
C.-B.	Téléphonie mobile	67,11	90,50	87,25	94,14	96,17
C.-B.	Internet	33,33	40,75	43,03	47,47	53,08
C.-B.	Télédistribution	54,33	58,64	61,64	55,19	58,08

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01