

Offre et demande relative aux équipements
de l'industrie canadienne de la télédistribution

COMMUNICATIONS

Canada



Gouvernement du Canada
Ministère des Communications

Government of Canada
Department of Communications

OFFRE ET DEMANDE RELATIVE AUX ÉQUIPEMENTS
DE L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA TÉLÉDISTRIBUTION

Direction de l'analyse
économique et des
études de marché
Novembre 1983

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Page</u>	
I	Buts et objectifs	1
II	Méthodologie	1
	La demande	1
	L'offre	2
	Le taux de réponse	2
III	Commentaires de l'industrie	3
	Aperçu général de la demande par les télédistributeurs	3
	Aperçu général du marché par les fournisseurs d'équipements	4
	Concurrence	4
	Recherche et développement	5
IV	Résultats	5
	La demande	5
	Importations	7
	Répartition régionale de la demande	8
	L'offre	10
	Marché de l'exportation	11
V	Conclusion	12
	Annexes	13

I BUTS ET OBJECTIFS

Le ministère des Communications procédait au début de l'été 1982 à la mise sur pied d'une banque de données pour recueillir des informations de première source sur les besoins en équipements de l'industrie de la télédistribution au Canada. À cette fin, le Ministère entreprenait un sondage national auprès des entreprises sur l'offre et la demande en ce qui a trait aux équipements de télédistribution.

Nous avons tenté, par cette démarche, de rassembler l'information intéressant une activité bien ordonnée de l'industrie canadienne sur les marchés intérieurs et internationaux. La connaissance de l'offre et de la demande pour le matériel de télédistribution peut être utile à nos entreprises pour planifier la fabrication et la commercialisation de produits et services et peut être essentielle aux divers gouvernements qui ont à prendre des décisions sur des questions de politique susceptibles d'avoir un impact sur l'industrie.

Cette publication a donc été rendue possible grâce à l'information obtenue auprès des entreprises fournissant ou utilisant des équipements de télédistribution; à la collaboration des bureaux régionaux du ministère fédéral des Communications, des ministères de l'Industrie et du Commerce et de l'Expansion économique régionale et de Statistique Canada; à l'appui d'associations industrielles nationales telles l'Association canadienne de télévision par câble (ACTA), The Canadian Advanced Technology Association (CATA), The Electrical and Electronic Manufacturers Associations of Canada (EEMAC) et à celui de l'Institut de recherche en télécommunications par câble (CTRI).

Nous remercions particulièrement les entreprises - télédistribeurs, manufacturiers et distributeurs d'équipements - qui ont participé volontairement au sondage et nous ont fait part de leurs projets, stratégies de développement, ambitions et aussi, parfois, de leurs frustrations.

Nous ne publions que des données globales pour respecter notre engagement de conserver le caractère confidentiel des informations fournies par les compagnies. L'information que le Ministère a jugé opportun de rendre publique dans le cadre de cet engagement donne un aperçu des achats d'équipements effectués et prévus par les télédistribeurs canadiens, ainsi que de ceux de deux compagnies de téléphone du centre du Canada. Elle fournit aussi des renseignements sur les ventes actuelles et prévues d'équipements de télédistribution par les manufacturiers canadiens ainsi que sur la proportion de ces équipements qu'ils destinent à l'exportation.

II MÉTHODOLOGIE

LA DEMANDE

Au Canada, selon les données publiées par Statistique Canada sur la télédistribution, on comptait, en 1982, 564 systèmes de télédistribution desservant 4 933 589 abonnés. Pour les fins de notre enquête, nous considérons comme utilisateurs de matériel de télédistribution les acheteurs de ces équipements, soit les télédistribeurs partout au Canada ainsi que deux

compagnies de téléphone, le Manitoba Telephone System et la Saskatchewan Telecommunications*. Nous avons tenté de rejoindre l'ensemble des utilisateurs en établissant une liste de 117 sociétés, conglomérats et détenteurs de permis de télédistribution à partir de nos listes et catalogues de l'industrie tels le Cable Communications Magazine Index et le Matthew's List. Ces 117 entreprises représentent environ 95 % des abonnés canadiens du câble.

L'OFFRE

Nous avons fait parvenir un questionnaire à 92 manufacturiers et distributeurs d'équipements dont les activités au Canada sont axées principalement sur la télédistribution.

LE TAUX DE RÉPONSE

Les taux de réponse ne sont pas pleinement révélateurs de la représentativité réelle des répondants. Ainsi, les 56 compagnies de télédistribution qui ont répondu au questionnaire représentent 77 % des abonnés du câble au Canada et leurs décisions en matière d'investissements touchent 3 798 863 abonnés canadiens. Les fournisseurs importants d'équipements ont tous répondu au questionnaire.

Tableau 1

Taux de réponse, en chiffres absolus, par région

Région	Demande (Entreprises de télédistribution)	Offre (Manufacturiers et distributeurs d'équipements)
Atlantique	12/22 = 55 %	
Québec	13/32 = 40 %	6/10 = 60 %
Ontario	12/29 = 44 %	29/68 = 43 %
Centre	13/22 = 59 %	1/4 = 25 %
Pacifique	6/12 = 50 %	4/10 = 40 %
Total	56/117 = 48 %	40/92 = 43 %
Moyenne totale		96/209 = 46 %

*Dans ces deux provinces, les sociétés en question possèdent des investissements dans les équipements du réseau de distribution allant jusqu'aux branchements et connecteurs des dispositifs d'abonnés.

À cause du climat économique qui régnait au moment du sondage, plusieurs compagnies ne pouvaient fournir que des données partielles sur leurs investissements futurs. Nous avons donc procédé à une deuxième consultation auprès d'une vingtaine d'entreprises de télédistribution qui comptent 25 000 abonnés ou plus et celles-ci ont révisé ou confirmé les chiffres qu'elles nous avaient d'abord fournis. Nous avons aussi effectué plusieurs vérifications de nature statistique pour nous assurer de la validité et de la fiabilité des résultats.

Il est à noter que les nouveaux investissements effectués par les utilisateurs de matériel de télédistribution représentent seulement le coût d'achat des équipements et ne comprennent pas le coût de la main-d'oeuvre capitalisée. Les salaires capitalisés peuvent représenter de 20 à 30 % des investissements totaux dans un réseau de distribution et jusqu'à 20 % des investissements effectués pour les branchements et dispositifs d'abonnés.

Pour ce qui est de l'offre d'équipements par les fournisseurs de matériel de télédistribution, plusieurs compagnies ont aussi révisé ou confirmé leurs chiffres de ventes pour 1983 et 1984.

III COMMENTAIRES DE L'INDUSTRIE

Cet exercice de cueillette de données a été fortement enrichi par l'abondance d'opinions et de commentaires recueillis lors d'entrevues et de conversations téléphoniques auprès des entreprises de tout le Canada à la fin de 1982 et au début de 1983.

Nous remercions les bureaux régionaux du ministère des Communications, dont la collaboration a été essentielle pour recueillir l'information qualitative et compléter les données quantitatives fournies par les entreprises pour la période de 1981 à 1984, spécialement le Bureau régional de l'Ontario qui a assuré le suivi auprès de 97 compagnies établies sur son territoire dont, notamment, la majorité des fournisseurs d'équipements au Canada rejoints par notre sondage, soit 68 entreprises sur un total de 92.

Les remarques que nous publions reflètent les préoccupations sérieuses formulées par des membres de l'industrie, et ces observations ont suffisamment été reprises partout au Canada pour que nous les jugions représentatives de certains secteurs de l'industrie. Ces commentaires ne représentent pas nécessairement la position du Ministère.

APERÇU GÉNÉRAL DE LA DEMANDE PAR LES TÉLÉDISTRIBUTEURS

L'imposition des plafonds de 6 et 5 % dans l'augmentation des revenus des télédistributeurs pour les années 1982 et 1983, ainsi que la hausse dramatique des taux d'intérêt, ont obligé un grand nombre de compagnies à revoir les dépenses d'investissements qu'elles avaient initialement prévues lors de l'envoi du questionnaire au début de l'été 1982. Un climat de prudence a régné tout au cours de l'été et de l'automne 1982 et les compagnies ont dû réévaluer leurs

priorités et leurs prévisions d'achats. Ces considérations se reflètent dans certaines données qui indiquent que le genre d'équipements favorisé s'oriente vers le court terme, pour combler les besoins immédiats, et n'est pas nécessairement celui qui serait de nature à répondre à des besoins plus sophistiqués, comme la télévision à péage par exemple. Dans ce contexte, les télédistributeurs avaient de la difficulté à prévoir leurs investissements plus de douze mois à l'avance.

En général, lorsque les télédistributeurs sont à la recherche d'équipements, les facteurs qu'ils prennent en considération avant de faire un choix sont 1) le prix, 2) la disponibilité immédiate des produits et du service après-vente et 3) la qualité du produit. Une bonne proportion des équipements achetés par les télédistributeurs sont importés parce que ces produits répondent majoritairement aux critères de prix et de disponibilité immédiate, vu leur utilisation aux États-Unis où la télévision à péage est en place depuis quelques années.

Notre enquête a établi que dans le domaine de la réglementation, les compagnies souhaitent en général une mise en oeuvre positive des nouveaux services (services hors programmation) et déplorent le climat d'incertitude causé par les réserves que semble apporter le gouvernement à ce sujet et les délais entraînés par l'attente des décisions prises par le CRTC. En quête de nouveaux débouchés, certaines des entreprises les plus importantes ont choisi, au cours des dernières années, de faire des investissements assez considérables aux États-Unis, où le rendement et la liberté d'action, au départ, semblaient plus prometteurs.

Les possibilités d'expansion de ce marché étant maintenant plus restreintes ou trop onéreuses, les télédistributeurs, d'une part, doivent chercher de nouveau à développer le marché canadien (nouveaux services) et, d'autre part, ils manifestent un intérêt marqué pour les possibilités qu'offrent les marchés d'outre-mer. Toutefois, sur le marché intérieur, avant d'investir considérablement dans la bidirectionnalité des réseaux ou dans la fibre optique, on veut acquérir la certitude que ces nouveaux services satisfont aux critères de la viabilité économique. En effet, les banquiers et les financiers se montrent très prudents au moment d'accorder des crédits d'investissement si les nouveaux services doivent être sanctionnés par un organisme de réglementation.

APERÇU GÉNÉRAL DU MARCHÉ PAR LES FOURNISSEURS D'ÉQUIPEMENTS

Concurrence

Il ressort de nos conversations avec les manufacturiers canadiens que leurs prévisions de croissance reposent en grande partie sur les ventes aux marchés extérieurs. Ils sont conscients que ces marchés deviennent plus difficiles à pénétrer, que la concurrence devient plus intense et qu'ils font souvent face à l'utilisation de pratiques restrictives. Sur le marché intérieur, ils doivent affronter de plus en plus souvent des manufacturiers étrangers de taille qui peuvent offrir des équipements à meilleur prix, en plus de fournir aux acheteurs des modes privilégiés de financement.

Recherche et développement

Les entreprises canadiennes de petite et moyenne taille sont très conscientes de la nécessité du progrès technologique et de l'importance de la recherche et du développement (R&D) pour demeurer concurrentielles, mais leur manque de ressources les limite et elles craignent la concurrence des entreprises étrangères, qui affectent beaucoup plus de ressources au développement et à la mise en marché de nouveaux produits qu'eux-mêmes ne sont en mesure de le faire. En effet, les manufacturiers canadiens ne consacrent guère plus de 5 % de leurs ventes totales aux dépenses de R&D, et cette activité tend à être évolutionniste plutôt qu'innovatrice, bien que l'on discute chaudement des mérites d'une tendance par rapport à l'autre dans les ébauches de stratégie industrielle. Les manufacturiers souhaitent participer à des projets de développement de produits avec le Centre de recherches sur les communications du Ministère. Par la suite, un processus de transfert de technologie en télédistribution pourrait être mis en oeuvre, même sur une petite échelle, pour les produits offrant des possibilités d'applications commerciales immédiates. L'encouragement à l'excellence et l'appui reçu, lorsqu'ils ont fait appel au Centre de recherches sur les communications et au Ministère pour obtenir des conseils ou des évaluations techniques, leur font souhaiter que des rapports plus étroits s'établissent avec les laboratoires gouvernementaux. Ils sont conscients qu'il est essentiel d'affecter une grande part de leurs ressources à la commercialisation des produits, et que dans ce domaine aussi, trop souvent les ressources manquent.

IV RÉSULTATS

LA DEMANDE

Les nouveaux investissements prévus par les utilisateurs de matériel de télédistribution seraient de 72,5 millions de dollars en 1981, de 83,2 millions en 1982, de 131,2 millions en 1983 et de 155,3 millions en 1984 (voir le tableau 2). Ces chiffres représentent seulement le coût d'achat des équipements et ne comprennent pas le coût de la main-d'oeuvre capitalisée. Selon nos interlocuteurs de l'industrie, les salaires capitalisés peuvent représenter jusqu'à 30 % des investissements totaux requis dans un réseau de distribution et jusqu'à 20 % des investissements totaux nécessaires pour des équipements de dispositifs d'abonnés.

Tableau 2

Nouveaux investissements des utilisateurs
de matériel de télédistribution

1981	1982	1983	1984
(en milliers de dollars)			
72 504	83 203	131 225	155 362

En examinant l'évolution de la demande globale, il faut prendre en considération que 1982 a été une année caractérisée d'une part par l'incertitude causée par l'action combinée des coupures budgétaires et des taux d'intérêt élevés et, d'autre part, par la prévision de revenus additionnels produits par le lancement de la télévision à péage. Plusieurs entreprises de télédistribution nous ont demandé, en septembre 1982, après l'annonce de la politique des 6 et 5 %, de réviser leurs données à la baisse pour 1982. Par la suite, bon nombre de ces compagnies ont réévalué leurs besoins à la fin de 1982 et au début de 1983 et ont procédé à l'achat d'équipements.

Après une hausse modérée de 14,7 % de 1981 à 1982, la forte hausse prévue en 1983 est due notamment aux investissements dans le matériel de télévision à péage (point 2.7 du questionnaire) et dans les débrouilleurs (point 3.3)(voir l'annexe b).

Tableau 3

Répartition des investissements
selon les trois catégories de produits

Catégories de produits	1981	1982	1983	1984
	(en milliers de dollars)			
Réseau de tête de ligne	4 648,0	5 539,7	7 505,9	4 490,8
Réseau de distribution	41 759,1	46 711,4	66 472,5	55 169,3
Dispositifs d'abonnés	26 096,8	30 951,4	57 246,5	95 701,0
Total	72 504,0	83 203,0	131 225,0	155 362,0
	(en pourcentage)			
Réseau de tête de ligne	6,4 %	6,6 %	5,7 %	2,8 %
Réseau de distribution	57,5 %	56,1 %	50,6 %	35,5 %
Dispositifs d'abonnés	35,9 %	37,2 %	43,6 %	61,5 %

La proportion des sommes affectées à chacune des trois grandes catégories de produits indique que le gros des investissements se situe dans le réseau de distribution pour les années 1981, 1982 et 1983, représentant 41,7 millions, 46,7 millions et 66,4 millions de dollars respectivement. En 1984, la majeure partie des investissements se déplace vers la catégorie des dispositifs d'abonnés, où l'on compte affecter 95,7 millions de dollars, soit 61,5 % des investissements totaux prévus pour cette année-là.

Il y a encore beaucoup d'incertitude à l'égard de l'achat d'équipements pour 1984 et la baisse qui semble se dessiner dans les investissements de réseaux de tête de ligne et de réseaux de distribution peut être attribuable au fait que les décisions n'ont pas encore été prises plutôt qu'à un fléchissement de la demande et au fait que les seuls produits pour lesquels on a pris une décision ferme sont les dispositifs d'abonnés.

À l'été 1983, l'industrie en général est fort affairée à évaluer ses priorités, notamment à préparer son marketing en prévision d'un deuxième lancement de la télévision à péage à l'automne 1983. Plusieurs entreprises de télédistribution de petite et de moyenne taille ont aligné leur plan de développement sur celui des télédistributeurs de plus grande importance à la suite des contraintes occasionnées par l'annonce du plafonnement des augmentations tarifaires à 6 et 5 % à l'été 1982. L'industrie est plus optimiste en 1983, quoique très prudente encore dans ses investissements.

Par exemple, les investissements dans les lignes et dérivateurs de lignes bidirectionnels (stations d'amplification, point 2.11 b) reflètent la prudence avec laquelle les télédistributeurs vont investir dans les nouveaux équipements: en 1981, 2,3 millions de dollars; en 1982, 3,5 millions; en 1983, 4,3 millions; en 1984, 4,2 millions.

Importations

Dans le questionnaire, nous demandions aux compagnies de préciser la proportion de leurs investissements en équipements qui est constituée de produits importés, soit les importations directes de produits finis et tout le matériel acheté aux distributeurs canadiens qui importent eux-mêmes leur matériel. Les réponses reçues nous indiquent qu'il semble difficile aux télédistributeurs d'identifier les produits dits " canadiens " et qu'il existe une certaine confusion dans l'esprit de plusieurs télédistributeurs entre le matériel fabriqué au Canada, le matériel assemblé au Canada et le matériel totalement importé. Nombre de produits auparavant entièrement importés sont maintenant assemblés au Canada, même si la plupart de leurs composants sont fabriqués à l'étranger.

En général, on pourrait croire que la majorité des équipements, soit au moins 50 %, sont importés, avec des variations importantes selon les produits.

Ainsi, le matériel électronique utilisé pour les stations terriennes est importé à plus de 70 %, mais les " soucoupes " sont de fabrication canadienne à plus de 90 %.

Le taux d'importation des équipements de transmission par micro-ondes atteint presque 100 %. Dans le réseau de distribution, la proportion des importations de modulateurs et de processeurs de signaux utilisés en tête de ligne est d'environ 60 %, tandis qu'elle est de 50 % pour l'équipement de studio. Le taux d'importation du matériel relié au câble coaxial atteint presque 100 % et celui des amplificateurs, 50 %. La proportion des importations de matériel de réseau de distribution est d'environ 40 %.

Les investissements à l'égard des dispositifs d'abonnés, notamment les débrouilleurs de signaux, ont été faits majoritairement pour du matériel assemblé au Canada.

Au cours des prochaines années, les télé distributeurs canadiens pourront se procurer du matériel conçu, développé et fabriqué au Canada, comprenant les produits indiqués aux points 3.3 à 3.8 du questionnaire (voir l'annexe C).

Répartition régionale de la demande

Les utilisateurs de matériel de télé distribution, pour les fins de notre enquête, sont répartis en cinq régions géographiques englobant les dix provinces ainsi que le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest. La région de l'Atlantique comprend les participants de Terre-Neuve, de l'Île-du-Prince-Édouard, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse. La région du Centre regroupe le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta. La région du Pacifique englobe la Colombie-Britannique, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Tableau 4

Répartition régionale des nouveaux investissements des utilisateurs de matériel de télé distribution

Région	1981	1982	1983	1984
	(en milliers de dollars)			
Atlantique	1 933	3 007	4 895	3 930
Québec	12 705	7 493	26 456	54 278
Ontario	34 040	47 065	66 978	61 229
Centre	15 140	11 129	24 450	26 281
Pacifique	8 687	14 508	8 446	9 647

Dans la région de l'Atlantique, la baisse apparente des investissements en 1984 indique que bon nombre de répondants n'ont pas encore pris de décisions en matière d'achats et les ont reportées à l'automne 1983. Au Québec, on entend investir fortement dans les dispositifs d'abonnés en 1984, tandis qu'en Ontario, plusieurs télé distributeurs importants n'ont pas fait connaître leurs décisions. En Colombie-Britannique, les achats pour 1983 ou 1984 sont partiellement déterminés et on reporte à l'automne 1983 toutes les autres dépenses relatives aux équipements. Pour tous les répondants en général, une baisse des investissements en 1984 signifie qu'ils prendront ces décisions après l'adoption de leur prochain budget.

Dans toutes les régions, on nous rapporte que les télédistributeurs préparent activement des plans de modernisation de leurs réseaux, même si l'implantation de nouveaux services aux abonnés s'opère de façon plus prudente que les divers scénarios ne l'avaient prévu.

Tableau 5
Proportion des investissements régionaux affectée
à chaque catégorie de produits

Catégories de produits par région		1981	1982	1983	1984
(en milliers de dollars)					
Atlantique					
Tête de ligne	1	309	891	424	214
Réseau de distribution	2	1 271	1 609	2 796	2 466
Dispositifs d'abonnés	3	353	507	1 675	1 250
Québec					
Tête de ligne	1	338	173	247	150
Réseau de distribution	2	2 903	3 019	2 736	2 929
Dispositifs d'abonnés	3	9 463	4 301	23 374	51 199
Ontario					
Tête de ligne	1	3 123	3 525	4 044	3 540
Réseau de distribution	2	19 351	25 409	39 166	33 819
Dispositifs d'abonnés	3	11 565	18 132	23 768	23 870
Centre					
Tête de ligne	1	580	320	2 396	179
Réseau de distribution	2	10 937	8 207	17 178	11 339
Dispositifs d'abonnés	3	3 624	2 602	4 875	14 763
Pacifique					
Tête de ligne	1	298	631	395	407
Réseau de distribution	2	7 297	8 466	4 597	4 617
Dispositifs d'abonnés	3	1 092	5 411	3 454	4 621

L'OFFRE

Les données fournies par les fournisseurs d'équipements sur les ventes actuelles et prévues confirment les commentaires recueillis lors de nos visites, selon lesquels les ventes effectuées sur les marchés extérieurs vont constituer une part de plus en plus importante de leur chiffre d'affaires. En 1981, 30 % de leurs ventes étaient faites à l'étranger et cette proportion augmente graduellement jusqu'à 50 % de leur chiffre d'affaires prévu en 1984.

En 1984, on prévoit des ventes totales de deux fois et demie à trois fois plus élevées que les niveaux de 1981 pour les catégories réseau de distribution et dispositifs d'abonnés, tandis que la hausse des ventes pour les équipements de tête de ligne est plus modeste au cours de cette période, soit une fois et demie le niveau de 1981.

Comme la majorité des fournisseurs de matériel de télédistribution exercent leur activité en Ontario, c'est dans cette région que les ventes étaient les plus importantes en 1981, soit 86 % des ventes totales. Deux compagnies de l'Ontario ont vendu aux télédistributeurs la majorité des équipements pour la télévision à péage en 1982 et en 1983 et, de ce fait, desservait environ 60 % du marché des abonnés du câble. Le reste du marché, soit 40 % des abonnés, était partagé entre plusieurs fournisseurs, en proportions à peu près égales. En 1981, la proportion des ventes effectuées dans la région du Pacifique était de 12 % et pourrait atteindre jusqu'à 20 % du marché total en 1984, alors qu'en Ontario, elle s'établirait à 75 % et que le reste du marché serait partagé entre la région du Centre et le Québec.

Les ventes totales se répartissent en moyenne comme suit : réseau de tête de ligne, 12 %; réseau de distribution, 42 %; branchements et dispositifs d'abonnés, 46 %. De 1981 à 1984, le niveau des ventes prévues au Canada de matériel de station terrienne et des émetteurs-récepteurs de radiodiffusion du réseau de haut niveau connaît des hausses importantes, mais celui des installations de transmission par micro-ondes demeure stationnaire.

Dans le réseau de distribution, le niveau des ventes varie selon les équipements : par exemple, le matériel de télévision à péage (point 2.7) passerait de 0,4 million de dollars à 5,2 millions en 1984. Les ventes de câble principal en fibre optique (point 2.10b) seraient presque inexistantes. Par contre, on prévoit doubler les ventes de stations d'amplification et de dérivateurs de lignes bidirectionnels d'ici 1984 (point 2.11b), pour atteindre 5 millions de dollars sur le marché intérieur et 15 millions sur celui de l'exportation.

En ce qui concerne les dispositifs d'abonnés, les ventes prévues de convertisseurs et de débrouilleurs de signaux sur le marché intérieur seraient substantielles en 1984, atteignant respectivement 55,0 et 35,6 millions de dollars. On prévoit également des ventes de 20,3 millions de dollars pour le matériel de vidéotex et les terminaux.

Marché de l'exportation

Les fournisseurs prévoient que les ventes à l'étranger passeront de 36,7 millions de dollars en 1981 à 156,1 millions en 1984, soit une augmentation de plus de 400 %. Cette croissance est en grande partie attribuée à la hausse des ventes de certains produits, notamment les convertisseurs, les débrouilleurs de signaux, le matériel de vidéotex et les terminaux (dispositifs d'abonnés), les amplificateurs à faible bruit, les dérivateurs de lignes, les stations d'amplification bidirectionnelles et les prolongateurs de lignes (réseau de distribution), le matériel de station terrienne et les émetteurs-récepteurs de radiodiffusion (réseau de haut niveau).

Tableau 6

Répartition des exportations par catégorie de produits

Catégorie de produits	1981	1982	1983	1984
	(en milliers de dollars)			
Réseau de tête de ligne	1 356,0	4 214,4	5 597,8	7 093,4
Réseau de distribution	20 888,0	34 968,7	52 100,7	84 787,9
Dispositifs d'abonnés	14 435,4	21 545,5	62 538,8	64 241,7
Total	36 679,0	60 728,0	120 237,0	156 122,0
	(en pourcentage)			
Réseau de tête de ligne	4 %	7 %	5 %	5 %
Réseau de distribution	57 %	58 %	43 %	54 %
Dispositifs d'abonnés	39 %	35 %	52 %	41 %

La majorité des ventes des manufacturiers sont destinées au marché des États-Unis, avec des percées prévues en Europe, au Japon, en Amérique du Sud et en Australie. Les jeunes compagnies considèrent le marché européen comme un marché prometteur, tandis que les compagnies établies, qui avaient réussi à s'y frayer une place au début des années 70, voient leur part diminuer au profit des compagnies américaines ou des jeunes compagnies européennes dynamiques. Par conséquent, elles voient dans l'Amérique du Sud, le Moyen-Orient et la Chine les prochains marchés qu'il faudra exploiter. Toutes les entreprises ont affirmé que l'exportation est un élément essentiel à leur essor, sinon à leur survie.

V CONCLUSION

Ce premier sondage auprès de l'industrie s'est avéré un exercice de coopération entre l'industrie, les représentants de l'industrie par le biais des grandes associations et le Ministère. Si l'on devait le répéter, il pourrait être valable de repenser le questionnaire afin qu'il tienne compte du coût des équipements par kilomètre de ligne de réseau, conformément aux suggestions formulées à cet égard par plusieurs télédistributeurs et fournisseurs d'équipements.

Nous sommes conscients d'avoir exigé un grand effort de la part de l'industrie en demandant des prévisions de ventes ou d'investissements pour deux ans à l'avance, au moment où le climat économique était particulièrement difficile. De façon générale, les télédistributeurs ont réagi avec prudence en attendant parfois jusqu'au dernier moment avant de prendre une décision quant à leurs investissements. Quant aux fournisseurs d'équipements, ils misent sur une relance économique et espèrent que leurs projections de ventes sur les marchés étrangers se réaliseront.

La modernisation du réseau canadien de télédistribution va nécessiter des mises de fonds massives si les responsables désirent s'orienter vers une industrie de la télécommunication par câble pouvant offrir tout un éventail de services : téléachats, télébanque, télétexte, télésurveillance, télésondage, vidéotex, etc., et s'ils veulent demeurer concurrentiels face aux autres fournisseurs d'informations. De plus, l'aptitude de l'industrie à convaincre le consommateur que le câble coaxial peut être un " véhicule privilégié " de transmission d'information déterminera en bonne partie son essor futur.

ANNEXE A
PARTICIPANTS

Fournisseurs d'équipements

Central Dynamics Ltd.
Les Électroniques Incospec Inc.
RCA Inc.
H.A. Solutec Ltée
Télédac Inc.
Communications Texcan Inc.
Adcom Electronics
Ampex CDA Inc.
Communications Equity Corp.
Andrew Antenna Co. Ltd.
AVA Electronics
Cable Lock Connectors Ltd.
Electrovert Ltd.
Canada Wire and Cable Ltd.
Digital Video Systems Inc.
Electrohome Electronics
ITT Cannon Electric Canada
General Instrument - Jerrold Division
JVC Canada Inc.
Linear Technology Inc.
Lumitrol Ltd.
Microcom Systems Ltd.
Nabu Manufacturing Corp.
Philips Electronics Ltd.
Studer Revox Canada Ltd.
3M Canada Inc.
Times Electronics Corp. Ltd.
Trans Canada Electronics Ltd.
Triple Crown Electronics Inc.
Viewstar Inc.
White Radio Ltd.
Delta-Benco-Cascade
Scientific Atlanta (Canada) Ltd.
Tektronix
Zenith Radio Corp.
SED Systems Inc.
Globex Marketing Ltd.
Alpha Technologies Ltd.
Century III Electronics Inc.
Crowder Communications Ltd.

Télédistributeurs

Island Cablevision Ltd.
Shellbird Cable Ltd.
Fundy Cablevision Ltd.
Cape Breton Cablevision
Central Cable T.V. Ltd.
Dartmouth Cable TV Ltd.
Eastern Cablevision Ltd.
Halifax Cablevision Ltd.
K-Vision Services Ltd.
Mid-Valley Cablevision Ltd.
North East Cablevision Ltd.
Seaside Cable T.V. Ltd.
Câblovision Alma Inc.
La Belle Vision Inc.
Compagnie de télévision de Sept-Îles Ltée
Gagnon T.V. Ltée
Câblodistribution Le Rocher Inc.
Le Câble de Rivière-du-Loup Ltée
Télé câble Laurentien Inc.
Télé câble des Mille-Îles Inc.
Transvision Granby Inc.
Câblovision Bas St-Laurent Ltée
Vidéotron (1979) Ltée
Cable TV Inc.
Sorel-O-Vision Inc.
Aurora Cable TV Ltd.
Bluewater TV Cable Ltd.
Classic Communications Ltd.
Cie Cablevision of Hawkesbury Ltd.
Comnet Ltd.
Niagara Co-Axial Ltd.
CUC Scarborough
Mountain Cable
Maclean-Hunter Cable TV Ltd.
Rogers Cablesystems Inc.
Northumberland Cable TV
Western Cable TV Ltd.
Image Cable System Ltd.
Calgary Cable TV/FM
Cable TV Camrose/Wetaskiwin Ltd.
Greater Winnipeg Cablevision Ltd.
Mackenzie Media Ltd.
Northern Cablevision Ltd.
Q.C.T.V. Ltd.
Saskatchewan Telecommunications
Manitoba Telephone System
Saskatoon Telecable Ltd.

Westman Cable TV
Winnipeg Videon Inc.
Cablevision Medicine Hat Ltd.
Interlake Cable T.V. Ltd.
Cable West TV Ltd.
Knowledge Network
Cowichan Cablevision Ltd.
Premier Cablesystems Ltd.
Delta Cable Television Ltd.
West Coast Cablevision Ltd.

ANNEXE B

INVESTISSEMENTS PRÉVUS
PAR LES UTILISATEURS DE MATÉRIEL DE TÉLÉDISTRIBUTION

Investissements prévus par les utilisateurs de matériel de télédistribution

Équipements	Demande totale			
	1981	1982	1983	1984
	(en milliers de dollars)			
1.0 RÉSEAU DE HAUT NIVEAU				
1.1 Matériel de station terrienne	2 162,6	2 355,2	4 494,3	2 597,0
1.2 Installations de transmission par micro-ondes	2 438,2	3 137,3	2 850,1	1 777,4
1.3 a) émetteurs-récepteurs de radiodiffusion	28,6	28,6	82,7	97,7
b) amplificateurs de radiodiffusion	18,6	18,6	78,8	18,6
2.0 RÉSEAU DE DISTRIBUTION LOCALE ET TÊTE DE LIGNE				
2.1 Amplificateurs à faible bruit/Pré-amplificateur	221,4	218,3	342,6	285,0
2.2 Convertisseurs abaisseurs	133,4	162,0	140,9	142,4
2.3 Processeurs de signaux	884,8	535,2	535,2	567,2
2.4 Équipement de studio	6 791,0	4 975,8	5 715,0	4 756,1
2.5 Matériel de surveillance et d'alarme	99,2	466,2	659,4	1 156,4
2.6 Générateurs de caractères	542,1	532,3	430,8	456,1
2.7 Matériel de télévision à péage	56,4	1 436,5	9 875,2	6 018,0
2.8 Matériel de vidéotex	333,8	264,5	312,5	530,5
2.9 Modulateurs	772,0	921,1	1 007,8	804,2
2.10 Câble principal (a) coaxial	6 914,3	7 943,2	12 540,8	10 767,1
(b) fibre optique	-	7,5	206,8	571,9
2.11 Lignes et dérivateurs de lignes (stations d'amplification)				
(a) unidirectionnels	5 336,1	5 362,6	8 986,3	7 608,3
(b) bidirectionnels	2 331,3	3 567,2	4 355,2	4 257,0
2.12 Lignes d'alimentation, prolongateurs de lignes et amplificateurs d'appartement	9 280,8	10 365,1	12 227,7	10 504,5
2.13 Prises	3 921,4	4 469,2	4 780,0	3 543,0
2.14 Sources d'énergie	1 623,5	1 857,6	1 919,4	1 423,0
2.15 Matériel d'essai et outils	2 517,7	3 627,2	2 437,0	1 778,6
3.0 BRANCHEMENTS ET AUTRES DISPOSITIFS D'ABONNÉS				
3.1 Branchements et connecteurs	11 640,8	10 981,7	8 265,4	6 678,3
3.2 Convertisseurs	13 503,6	9 770,8	7 284,8	14 645,1
3.3 Débrouilleurs de signaux	0,0	8 894,7	39 297,7	72 357,9
3.4 Matériel d'incendie et dispositifs anti-vol	344,5	679,4	1 283,5	1 801,2
3.5 Dispositifs permettant la signalisation au réseau	151,7	112,8	427,1	93,2
3.6 Enregistreurs	172,9	168,4	221,1	227,1
3.7 Matériel de vidéotex (incl. Télidon) et terminaux	136,8	191,0	166,9	218,0
3.8 Décodeurs et dispositifs de sous-titrage invisible	146,5	152,6	300,0	400,8

ANNEXE C
QUESTIONNAIRE



SONDAGE NATIONAL SUR L'OFFRE ET LA DEMANDE
EN ÉQUIPEMENTS DE TÉLÉDISTRIBUTION

Notification

- La présente enquête vise à obtenir des données présentes et futures sur l'achat de matériel de télédistribution. L'enquête est entreprise en vertu de la Loi du ministère des Communications. Votre participation est strictement volontaire.
- Le ministère des Communications gardera toute information individuelle CONFIDENTIELLE selon les modalités définies en vertu de la Loi sur les secrets officiels. Aucune information ne sera transmise à un autre ministère ou agence du gouvernement. Seulement les données agrégées ne permettant pas l'identification des répondants pourront être publiées.
- Pour tout renseignement supplémentaire, prière de contacter :

Région de l'Atlantique
M. J. Guérette
Moncton
(506) 388-6531

Région du Centre
M. A.A. Simpson
Winnipeg
(204) 949-2595

Région du Québec
M. D. Lachance
Montréal
(514) 283-7737

Région du Pacifique
Mme L. Johnston
Vancouver
(604) 544-6261

Région de l'Ontario
M. A. Pederson
Toronto
(416) 966-6331

Administration centrale
Mme Louise Dubé-Martel
Ottawa
(613) 995-8181

ou

M. Patrick Julien
Chef, Télécommunications et Radiodiffusion
Direction du développement économique
300, rue Slater, 7^e étage
Ottawa, Ontario, K1A 0C8
(613) 995-8181

Instructions

- Pour chacune des périodes, les valeurs demandées doivent:
 - a) couvrir l'année civile que l'on définit comme étant la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre de la même année. Si votre planification est faite sur une base d'année financière (du 1^{er} sept. au 31 août), veuillez indiquer si vos chiffres représentent votre année financière ou l'année civile.
 - b) refléter la valeur de vos ventes ou achats présents ou projetés pour chacune des catégories d'équipements;
 - c) exclure la taxe fédérale;
 - d) être exprimées en milliers de dollars et indiquer la valeur des importations/ou exportations comme un pourcentage des achats/ou ventes;
- Lorsqu'une de vos valeurs chevauche au moins deux catégories de notre questionnaire, veuillez nous fournir pour chacune de ces catégories une estimation basée sur la répartition proportionnelle de cette valeur.
- Si vos valeurs sont désagrégées à un point tel que l'on en retrouve plus d'une dans une même catégorie du questionnaire, veuillez les regrouper afin de les rendre compatibles avec notre classification.
- Veuillez retourner une copie du présent questionnaire dûment rempli dans l'enveloppe pré-adressée et affranchie ci-jointe, avant le 12 juin 1982, et conserver une copie du questionnaire pour vos dossiers.
- Nous vous remercions de votre collaboration et de votre appui.

NOUVEAUX INVESTISSEMENTS PAR LES UTILISATEURS DE MATÉRIEL DE TÉLÉDISTRIBUTION

ANNÉE CIVILE**

(\$000)

3.0 BRANCHEMENTS ET AUTRES DISPOSITIFS D'ABONNÉ

- 3.1 Branchements et connecteurs
- 3.2 Convertisseurs
- 3.3 Débrouilleurs de signaux
- 3.4 Matériel d'incendie et dispositifs anti-vol
- 3.5 Dispositifs permettant la signalisation au réseau
- 3.6 Enregistreurs
- 3.7 Matériel de vidéotex (Incl. Télidon) et terminaux
- 3.8 Décodeurs et dispositifs de sous-titrage invisible

1981		1982		1983		1984	
TOTAL	IMPORTA- TIONS	TOTAL	IMPORTA- TIONS	TOTAL	IMPORTA- TIONS	TOTAL	IMPORTA- TIONS
\$	%*	\$	%	\$	%	\$	%

* IMPORTATIONS Comprennent toutes les importations directes de produits finis et tout le matériel acheté de distributeurs canadiens qui importent eux-mêmes leur matériel.

** Si votre planification est faite sur une base d'année financière (du 1^{er} sept. au 31 août), veuillez indiquer si vos chiffres représentent votre année financière ou l'année civile.

COMMENTAIRES

Préparé par _____ Entreprise _____
 Fonction _____ Téléphone (indiquer le code régional) _____