



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission



Rapport de surveillance des communications

Septembre 2013



www.crtc.gc.ca

Canada 

Modifications apportées au *Rapport de surveillance des communications* – Janvier 2014

Tableau 2.2.7

Le tarif mensuel des services des titulaires et la variation en pourcentage pour l'ensemble de niveau 1 à Vancouver sont remplacés respectivement par 30,38 \$ et -12,0 %.
(*Les données indiquaient à tort 33,38 \$ et -3,3 %.*)

Tableau 4.3.16

Les montants des dépenses au titre des émissions canadiennes et le taux de croissance annuelle pour les sports en 2011 ont été remplacés par 848 et -99,4 % respectivement; le taux de croissance annuelle en 2012 a été remplacé par le taux de 7 974,0 %.
(*Les données indiquaient à tort 8 482 et 99,4 % en 2011 et 707,4 % en 2012*)

Graphique 5.3.5

En raison de l'arrondissement, la somme des pourcentages du graphique illustrant les technologies utilisées par les abonnés pour l'accès Internet de résidence en 2012 dépassait 100 %. Les données devraient se lire ainsi : Câble : 54 %, LAN : 40 % et Autres : 4 %.
(*Les données antérieures indiquaient Câble : 56 %, LAN : 41 % et Autres : 5 %.*
Remarque : le pourcentage de l'accès commuté demeure inchangé.)

Section 5.5 Aperçu sous forme de tableau du secteur du marché sans fil

Pour clarifier, les dépenses en capital moyennes par utilisateur sont indiquées en dépenses mensuelles et doivent se lire comme les dépenses en capital moyennes par utilisateur par mois.
(*Le tableau n'indiquait pas que les dépenses en capital étaient des dépenses mensuelles, et certains lecteurs peuvent prétendre qu'il s'agit de données annuelles, ce qui représenterait par conséquent un très faible investissement dans l'infrastructure de la part de l'industrie du sans-fil.*)

Graphique 7.1.8

Le texte explicatif suivant a été inséré sous le graphique :

Le réseau du fournisseur devait compter au moins 1 000 adresses IP uniques connectées à Akamai, au cours du troisième trimestre de 2012, pour être inclus dans la liste. Dans les pays où Akamai disposait de données concernant de multiples fournisseurs de réseaux, seuls les trois premiers fournisseurs sont indiqués, d'après le compte d'adresses IP uniques. Les fournisseurs de réseaux mobiles ne sont pas nommés et ne sont identifiés que par un numéro unique d'identification. Les données sont incluses seulement pour les réseaux où Akamai croit que le système autonome (SA) en entier est mobile — c'est-à-dire que, si le fournisseur de réseau mélange les flux de données de connexions fixes ou filaires (LAN, câble, etc.) avec les flux de données des connexions mobiles sous un même identificateur de réseau, le SA en question a été exclu de l'ensemble des données de source.

Rapport de surveillance du CRTC sur les communications

Septembre 2013

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

On peut obtenir cette publication sur demande en média substitut.

This document is also available in English.

N° de catalogue BC9-9/2013F-PDF

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 pour les cotes d'écoute; BBM Analytique pour les rapports multi-intérêts préparés par l'observateur de technologies médias; et Mediastats.

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

Message du président

Je suis heureux de vous présenter le Rapport de surveillance des communications de 2013. Cette édition dresse à ce jour le tableau le plus exhaustif du secteur canadien des communications ainsi que des comparaisons avec d'autres pays.

Le ménage canadien moyen consacre plus de 185 \$ par mois à des services de communication, notamment les services filaires, les services sans fil, la télévision et Internet. Dans son rôle de surveillance des secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications, le CRTC vise à assurer que ces services répondent aux besoins des Canadiens en tant que citoyens, créateurs et consommateurs.

Comme le démontre le Rapport de surveillance des communications, les Canadiens sont généralement bien desservis par leur système de communication. Ils ont accès à une grande variété de programmes et de services leur permettant de participer à la vie démocratique canadienne, de créer du contenu canadien de qualité qu'ils peuvent partager avec des auditoires sur de multiples plateformes et finalement, de choisir leur fournisseur de services parmi une diversité de petites et grandes entreprises.

En outre, ce rapport suggère que certains segments du marché des services de communication nécessitent une attention au niveau réglementaire afin d'atteindre les objectifs sociaux, culturels et économiques fixés par le Parlement. Par conséquent, nous viserons plusieurs de ces domaines, notamment les services de télécommunication offerts dans le Nord canadien, par l'entremise des activités décrites dans le Plan triennal du CRTC 2013-2016.

Le Rapport de surveillance des communications continue d'évoluer au fil de nos efforts pour que les Canadiens continuent d'être au centre d'un système de communication de calibre mondial. Cette édition a été réorganisée de manière à présenter de l'information sur les trois jalons du CRTC : créer, brancher et protéger. De plus, certaines sections ont été augmentées pour fournir plus de détails. Tous les participants au système de communication canadien sont invités à utiliser ces renseignements pour contribuer à nos instances publiques.

Jean-Pierre Blais
Président et premier dirigeant

Sommaire

Le *Rapport de surveillance des communications* dresse un tableau des secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications, et a pour but d'encourager une discussion ouverte et éclairée avec le public sur les politiques réglementaires et les enjeux entourant ces deux secteurs. Le CRTC invite les Canadiens à utiliser ce rapport pour bonifier leur participation au processus de réglementation.

Les Canadiens au cœur de leur système de communications

Les communications jouent un rôle important dans la vie quotidienne des Canadiens. Le système de communications donne un moyen aux Canadiens, qu'ils soient consommateurs, citoyens ou créateurs, de participer à la vie économique, culturelle et sociale de leur pays. En 2012, le montant consacré chaque mois par les ménages canadiens aux services de communications est passé de 181 \$ à 185 \$, soit une augmentation de 2,5 %.

En 2012, les services de télécommunication représentaient 72 % des dépenses relatives aux communications. Plus précisément, les Canadiens ont dépensé 3,6 % de plus pour des services de télécommunication, ce qui inclut les services filaires (locaux et interurbains), les services Internet et les services sans fil. D'un autre côté, les dépenses relatives aux services de distribution de télévision ont diminué de 0,8 %.

Environ 44 % de toutes les connexions ont été faites par des services sans fil, suivis des services de distribution de télévision et des services locaux à 19 % chacun, et des services Internet à 18 %.

Dans le cadre de son mandat, le CRTC veut s'assurer que les Canadiens ont accès à un système de communications de calibre mondial. Cet objectif primordial s'appuie sur les trois jalons suivants : créer, brancher et protéger. Le présent rapport est structuré autour des activités concernant ces trois jalons.

Créer

En 2011-2012, le secteur canadien de la radiodiffusion a investi 3,4 milliards de dollars en contenu canadien.

Les radiodiffuseurs commerciaux ont contribué à hauteur de plus de 55 millions de dollars à l'élaboration de contenu canadien, soit une augmentation de 2 % par rapport à l'année précédente. Cela représente 3,4 cents pour chaque dollar gagné par ces radiodiffuseurs.

Les télédiffuseurs ont dépensé 2,9 milliards de dollars au titre d'émissions canadiennes, ce qui représente 68 % de toutes les dépenses en matière de programmation et une augmentation de 9,6 % par rapport à l'année précédente. En tant que principale dépense des diffuseurs, la production et l'acquisition d'émissions a représenté 64 cents pour chaque dollar de revenus.

En 2011-2012, les entreprises de distribution par câble et par satellite ont attribué 6 % de leurs revenus d'abonnement à la création et à la production d'émissions canadiennes. De ce

pourcentage, 41 % ont été envoyés au Fonds des médias du Canada; 24 % à la télévision communautaire et à d'autres sources d'expression à l'échelle locale; 22 % au Fonds d'amélioration de la programmation locale et 13 % au fonds indépendants.

Les Canadiens dans les marchés anglophones ont passé moins de temps à regarder des services de télévision canadiens, ce qui a entraîné une diminution de la part de l'écoute de la télévision (87,9 % en 2009-2010; 86,7 % en 2010-2011; 86,0 % en 2011-2012). La tendance inverse a été relevée dans les marchés francophones, où la part de l'écoute des services de télévision canadiens a augmentée pour passer de 98,4 % en 2009-2010 à 98,5 % en 2010-2011 puis à 98,6 % en 2011-2012.

Le nombre moyen d'heures d'écoute d'émissions canadiennes en langue anglaise par semaine, excluant le marché francophone du Québec, est passé de 43 % en 2009-2010 à 43,8 % en 2011-2012, alors que le temps moyen d'écoute de services en langue française dans le marché francophone du Québec est passé de 64,5 % à 63,2 % au cours de la même période.

Brancher

Les Canadiens ont recours à de multiples façons d'accéder à du contenu et de se connecter avec d'autres personnes au Canada et ailleurs dans le monde. En 2012, 86 % des ménages canadiens étaient abonnés à un service de télévision par câble ou par satellite et 78 % d'entre eux étaient abonnés à un service Internet haute vitesse. Cette année-là, 81 % des Canadiens étaient abonnés à un service sans fil et, de ce nombre, 52 % utilisaient des téléphones intelligents, des tablettes ou d'autres appareils portatifs avancés pour communiquer. En 2012, plus de 55 % des Canadiens lisent les nouvelles en ligne et plus de 20 % d'entre eux ont regardé des émissions de télévision par Internet au moyen de leurs appareils fixes ou mobiles. En moyenne, il y avait 4,5 connexions par ménage en 2012, une donnée relativement inchangée depuis l'année précédente. En 2012, les Canadiens ont continué de s'adapter aux services sans fil, quoique à un rythme moins rapide que lors des années précédentes, car le nombre d'abonnés a augmenté de 1,8 %, comparativement à des hausses supérieures à 6 % au cours des années précédentes.

En 2011, le nombre de ménages canadiens abonnés à des services filaires ou sans fil est resté inchangé à 99,3 %.

Cependant, les ménages deviennent graduellement dépendants des services sans fil, tel que démontré par le fait que le nombre de ménages abonnés aux services locaux filaires a diminué de 2,9 %, passant de 89,1 % en 2010 à 86,5 % en 2011, alors que le nombre de ménages abonnés aux services sans fil a augmenté au cours de cette période de 1,5 %, soit de 78,2 % à 79,4 %. Cette augmentation de la dépendance envers les services sans fil était plus prononcée chez les ménages ayant un revenu annuel inférieur à 28 000 \$. Le pourcentage de ces ménages abonnés aux services filaires a diminué de 7,5 %, soit de 82,2 % en 2010 à 76 % en 2011, alors que le pourcentage de ménages abonnés aux services sans fil a augmenté au cours de cette période de 4,4 %, soit de 54,9 % à 57,3 %.

Le tarif mensuel moyen du service téléphonique local résidentiel de base dans les grands centres où le Conseil s'est abstenu de réglementer les tarifs est passé de 22,90 \$ en 2005 à 28,25 \$ en 2012, ce qui a entraîné une augmentation annuelle moyenne des tarifs de 2,9 %. Au cours de

Données sur les abonnements des ménages

Les données sur les abonnements des ménages proviennent de l'Enquête sur les dépenses des ménages effectuée annuellement par Statistique Canada. Les données de 2011 étaient les données les plus récentes disponibles au moment de la préparation du présent rapport.

cette période, l'inflation, telle qu'elle est mesurée par la modification de l'indice des prix à la consommation, était de 1,9 % en moyenne. Les entreprises qui utilisent la technologie VoIP offraient généralement des services téléphoniques locaux à des tarifs équivalents ou inférieurs aux tarifs de 2005. En 2012, environ 700 000 ménages étaient abonnés à ce type de service.

En 2012, il y avait environ 10 millions d'abonnements à des forfaits permettant d'avoir des rabais sur un ensemble de services. En moyenne, ces forfaits ont permis de réduire le tarif du service téléphonique local résidentiel de base. Un certain nombre d'entreprises de services locaux titulaires n'incluaient le service local de base dans le forfait que s'il était amélioré en ajoutant des fonctions additionnelles comme l'affichage des numéros ou le renvoi d'appels. Cela correspondait essentiellement aux offres de leurs concurrents car la plupart d'entre eux n'offraient pas le service local de base de manière séparée. En général, ils incluaient des fonctions d'appel additionnelles.

Les Canadiens ont accès à un nombre décroissant de téléphones payants. Les revenus et les connexions du service de téléphones payants ont diminué de 17 % et de 4 %, respectivement. Le nombre de téléphones payants par 1 000 ménages a diminué de 5,6 %, passant de 5,4 en 2011 à 5,1 en 2012.

Presque tous les Canadiens ont accès au service Internet à large bande de base (c'est-à-dire 1,5 Mbps). En 2011, le Conseil a établi une cible pour une vitesse minimale de téléchargement de 5 Mbps. Il s'attend à ce que tous les fournisseurs de services Internet offrent cette vitesse d'ici 2015. Depuis cette période, la disponibilité du service à large bande de 5 Mbps est passée de 87 % à 94 %. En général, les Canadiens qui vivent dans les grands centres de population ont accès à des vitesses dans la gamme des 50 à 99 Mbps alors que seulement 12 % des Canadiens vivant en zone rurale y ont accès.

Protéger

Le CRTC utilise les communications et les plaintes des consommateurs pour évaluer l'efficacité de ses cadres réglementaires et pour déterminer si l'industrie répond aux besoins des Canadiens. Au cours de la période de 12 mois se terminant le 31 mars 2013, le Conseil a reçu 31 300 demandes de renseignements et plaintes. Parmi celles-ci, 55 % concernaient des enjeux liés à la radiodiffusion et 45 % touchaient les télécommunications. Les plaintes relatives aux services de radiodiffusion portaient principalement sur des commentaires offensants.

D'un autre côté, les plaintes liées aux télécommunications, notamment les 12 000 plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication inc., portaient sur les services sans fil (39 %), le télémarketing (20 %) et les services Internet (13 %). Les principaux problèmes relevés dans ces plaintes concernaient des erreurs de facturation (42 %), des désaccords au sujet des contrats ou des modalités de service (16 %) et la prestation du service (12 %).

Les revenus tirés des services de communication en hausse

En 2012, les revenus du secteur des communications ont atteint 60,7 milliards de dollars, soit une hausse de 2,3 % par rapport à 2011. Le secteur était dominé par cinq grandes entreprises qui ont

généralisé ensemble 82 % des revenus. Les cinq entreprises suivantes ont produit 10 % des revenus et la part des autres entreprises était de 8 %. Seules trois entreprises offraient chaque service dans tous les segments du marché des communications. Ces trois entreprises ont généré 61 % des revenus.

Radiodiffusion

En 2011-2012, les revenus découlant des services de radiodiffusion totalisaient 16,8 milliards de dollars, soit une augmentation de 1,4 % par rapport à l'année précédente. Dans ce secteur, le marché de la radio était le plus petit, représentant 10 % des revenus de radiodiffusion. Les revenus découlant de la radio ont augmenté de 0,4 %, de 1,61 à 1,62 milliard de dollars. Le marché de la télévision était le deuxième plus grand marché, représentant 39 % des revenus. Les revenus tirés des services de télévision ont augmenté de 1,9 %, de 6,39 à 6,51 milliards de dollars. Dans ce marché, les télédiffuseurs privés traditionnels ont enregistré une diminution de revenus de 5 %. Cependant, cette baisse a été compensée par une augmentation de 5,9 % des revenus des services payants, des services de télévision à la carte, des services de vidéo sur demande et des services spécialisés. Le marché des services par câble et par satellite représentait le plus grand secteur, générant 52 % des revenus des services de radiodiffusion. Les revenus de ce marché ont augmenté de 1,1 %, de 8,60 à 8,70 milliards de dollars. Trois entreprises qui exerçaient leurs activités dans chaque marché de radiodiffusion ont généré 66 % des revenus.

Les Canadiens avaient accès à 1 141 stations de radio en direct en 2011-2012. Environ 50 % de ces stations étaient des stations FM commerciales privées et environ 12 % étaient des stations AM. Le radiodiffuseur public national, Radio-Canada, possédait 8 % des stations de radio en direct. Les 30 % restants consistaient en stations communautaires (10 %), en stations de campus (4 %) et en stations autochtones (5 %). Le Conseil a également autorisé 28 nouvelles stations FM à diffuser des contenus.

En 2011-2012, les Canadiens avaient accès à 228 services de télévision facultatifs. Les revenus découlant de ces services représentaient environ 4 milliards de dollars et 61 % des revenus du secteur de la télévision. Les dix principaux services facultatifs, d'après les revenus, sont trois services liés aux sports, deux services liés au cinéma, deux services orientés vers la jeunesse, deux services éducatifs et un service de nouvelles. Ces services ont rapporté en moyenne 148 millions de dollars en revenus et correspondaient à 37 % des revenus des services facultatifs. Les autres services facultatifs ont rapporté en moyenne 12 millions de dollars en revenus.

Télécommunications

En 2012, les revenus des services de télécommunication sont passés à 43,9 milliards de dollars, soit une hausse de 2,7 % par rapport à l'année précédente. Les cinq plus grandes entreprises ont généré 85 % de ces revenus, suivies par cinq autres à 9 %. Les entreprises qui exercent des activités dans tous les marchés ont produit 87 % des revenus.

Le marché des services sans fil était le secteur avec la croissance la plus élevée et la plus rapide, produisant 46 % des revenus des services de télécommunication et une augmentation de revenus annuelle de 6,5 %. Bien que les revenus soient passés de 19,1 milliards de dollars en 2011 à 20,4 milliards de dollars en 2012, le nombre d'abonnés n'a augmenté que de 1,8 %, soit de 27,4 à 27,9 millions. Les services de données sans fil et d'itinérance étaient les principaux facteurs de

croissance des revenus pour les services sans fil avec une hausse de 22 %, soit de 6,4 à 7,8 milliards de dollars.

La majorité de tous les revenus des services de télécommunication de détail (93 %) ont été générés par des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation, comparativement à 76 % pour les services de gros.

Les services de gros ont généré des revenus de 3,7 milliards de dollars, soit 0,5 % de plus qu'en 2011. Les services de téléphonie locaux et les services d'accès ont représenté 33 % des revenus des services de gros, suivis par les services de liaison spécialisée et Ethernet qui ont produit 27 % des revenus, respectivement.

Table des matières

1.0	Introduction -----	1
1.1	Méthodologie/collecte de données -----	3
1.2	Le CRTC -----	5
2.1	Créer -----	9
	a) Développement du contenu canadien (DCC) en radio -----	10
	b) Avantages tangibles de la radio -----	14
	c) Télévision – Dépenses en programmation -----	15
	d) Avantages tangibles en télévision -----	19
	e) EDR – Régimes de contributions et de dépenses -----	20
2.2	Brancher -----	23
	a) Connexions -----	23
	b) Taux de pénétration du service téléphonique -----	24
	c) Prix des services de communication résidentiels -----	26
	d) Prix des services téléphoniques filaires résidentiels locaux de base -----	27
	e) Prix des services téléphoniques sans fil -----	29
	f) Dépenses des consommateurs en services de communication -----	30
	g) Régime de contribution visant le secteur des télécommunications et régime de subvention -----	32
2.3	Protéger -----	33
	a) Programmation de grande qualité -----	33
	b) Intensité sonore des messages publicitaires à la télévision -----	36
	c) Plaintes en télécommunications -----	38
	d) LNNTE - Télémarketing -----	39
3.0	L'industrie des services de communications -----	41
3.1	Survol -----	41
	a) Revenus de l'industrie -----	42
	b) Caractéristiques de l'industrie -----	44
	c) Performance financière -----	48
4.0	Système de radiodiffusion -----	49
4.1	Radiodiffusion – Examen de la situation financière -----	49
	a) Revenus de l'industrie -----	50
	b) Caractéristiques de l'industrie -----	51
	c) Performance financière -----	54
4.2	Secteur de la radio -----	55
	a) Services radiophoniques disponibles et/ou autorisés à diffuser -----	56
	b) Mesure de l'auditoire -----	58
	c) Rendement financier -----	65
4.3	Secteur de la télévision -----	75
	a) Services de télévision disponibles et/ou autorisés à diffuser -----	76
	b) Mesures de l'auditoire -----	77
	c) Rendement financier -----	87
	d) Groupes de propriété -----	98
	e) Dépenses en programmation -----	104

Table des matières (suite)

4.4	Secteur de marché de la distribution de radiodiffusion -----	109
	a) Revenus de l'industrie -----	110
	b) Détails relatifs aux abonnés-----	111
	c) Indicateurs de performance et de technologie-----	113
	d) Performance financière-----	115
	e) Débours effectués en vertu d'une entente d'affiliation -----	116
5.0	Industrie des services de télécommunication-----	119
	5.1 Survol de la situation financière-----	119
	a) Revenus de l'industrie -----	120
	b) Indicateurs technologiques-----	122
	c) Caractéristiques de l'industrie -----	124
	d) Rendement financier -----	127
	e) Détails sur les revenus de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation et de services de gros -----	129
	5.2 Secteur du marché de la communication vocale filaire -----	131
	a) Revenus de l'industrie -----	132
	b) Détails sur les lignes d'abonnés -----	136
	c) Indicateurs de rendement et technologiques-----	139
	5.3 Secteur du marché Internet-----	143
	a) Revenus de l'industrie -----	144
	b) Détails sur les abonnements -----	145
	c) Forfaits et tarification -----	148
	d) Indicateurs de rendement et technologiques-----	151
	5.4 Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée-----	153
	a) Revenus de l'industrie -----	154
	b) Indicateurs de rendement et technologiques-----	156
	5.5 Secteur du marché des services sans fil -----	159
	a) Détails sur les revenus et les abonnements -----	160
	b) Détails sur les dépenses en capital et les revenus des services de gros ----	162
	c) Indicateurs de rendement et technologiques-----	163
	d) Détails sur la couverture et l'accessibilité -----	168
6.0	Disponibilité de la large bande et adoption de technologies numériques -----	173
	6.1 Disponibilité de la large bande et exigences de capacité -----	175
	a) Principaux indicateurs de la large bande-----	179
	b) Disponibilité de la large bande par vitesse -----	181
	c) Disponibilité par province -----	182
	d) Régions urbaines c. régions rurales -----	183
	6.2 Adoption des technologies numériques -----	185
	a) Rendement financier -----	186
	b) Services des médias numériques -----	187
	c) Services de vidéo -----	190
	d) Services sonores -----	194
	e) Services mobiles-----	198

Table des matières (suite)

7.0	Perspective internationale-----	201
7.1	Le Canada par rapport à d'autres pays -----	201
a)	Tarification des services – Services individuels et forfaits-----	201
b)	Revenus des services de télécommunication -----	203
c)	Services à large bande -----	205
d)	Services sans fil – Indicateurs de rendement -----	208
e)	Industrie de la radio – Indicateurs de rendement -----	209
f)	Industrie de la télévision – Indicateurs de rendement-----	210
Annexe 1	Collecte et analyse des données	
Annexe 2	Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication	
Annexe 3	Situation de l'abstention locale circonscriptions de résidence et d'affaires	
Annexe 4	Hypothèses de tarification internationale	
Annexe 5	Description du secteur des télécommunications	
Annexe 6	Liste des acronymes utilisés dans le rapport	
Annexe 7	Liste des décisions, avis publics, ordonnances, circulaires et politiques réglementaires cités dans le rapport	
Annexe 8	Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport	

Liste des diagrammes

Diagramme 2.1.1	Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2011-2012)	11
Diagramme 2.1.2	Financement et dépenses par des entités de radiodiffusion au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2011 – 2012)	16

Liste des tableaux

Tableau 2.1.1	Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio	13
Tableau 2.1.2	Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés	14
Tableau 2.1.3	Dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN)	18
Tableau 2.1.4	Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision	19
Tableau 2.1.5	FAPL – Contributions et nombre de bénéficiaires	21
Tableau 2.2.1	Nombre de connexions des ménages	23
Tableau 2.2.2	Taux provinciaux de pénétration téléphonique – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages, 2011	25
Tableau 2.2.3	Taux de pénétration téléphonique au Canada – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages	25
Tableau 2.2.4	Taux de pénétration téléphonique au Canada, par quintile de revenus – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages	26
Tableau 2.2.5	Prix des services téléphoniques résidentiels locaux dans les grands centres	28
Tableau 2.2.6	Nombre d'abonnements comprenant des services groupés	28
Tableau 2.2.7	Tarifs mensuels des services sans fil canadiens des titulaires c. ceux des nouveaux fournisseurs de services	29
Tableau 2.2.8	Dépenses des ménages en communications comme pourcentage du revenu annuel, par quintile	30
Tableau 2.2.9	Dépenses mensuelles des ménages en communications, par service et par quintile	31
Tableau 2.3.1	Nombre de communications provenant du public	33
Tableau 2.3.2	Plaintes en radiodiffusion par secteur, par enjeu	34
Tableau 2.3.3	Plaintes traitées par le CCNR	35
Tableau 2.3.4	Plaintes traitées par NCP	36
Tableau 2.3.5	Plaintes en télécommunications reçues par le CRTC, 2012-2013	38
Tableau 2.3.6	Résumé des enjeux soulevés dans les plaintes en télécommunications traitées par le CPRST, 2011-2012	39
Tableau 2.3.7	Statistiques clé de la LNTE	39
Tableau 3.1.1	Revenus de communications	42
Tableau 3.1.2	Revenus de l'industrie par type de fournisseur	43
Tableau 3.1.3	Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications	44
Tableau 3.1.4	Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications engendrés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs	44
Tableau 4.1.1	Revenus de la radiodiffusion	50
Tableau 4.1.2	Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples	51

Liste des tableaux (suite)

Tableau 4.2.1	Nombre et type de services radiophoniques et sonores qui étaient autorisés à diffuser au Canada	56
Tableau 4.2.2	Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées	57
Tableau 4.2.3	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne selon la tranche d'âge pour l'ensemble du Canada	58
Tableau 4.2.4	Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM	59
Tableau 4.2.5	Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada	61
Tableau 4.2.6	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et revenus des stations de radio commerciale privées – langues anglaise, française et tierce	65
Tableau 4.2.7	Revenus de la radio de la SRC	66
Tableau 4.2.8	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	73
Tableau 4.2.9	Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus	74
Tableau 4.3.1	Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada	76
Tableau 4.3.2	Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge	77
Tableau 4.3.3	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)	78
Tableau 4.3.4	Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type de service, dans le marché de langue française du Québec	80
Tableau 4.3.5	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens de langues française et anglaise, selon l'origine, le genre d'émission et la région	81
Tableau 4.3.6	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, le genre d'émission et la région	82
Tableau 4.3.7	Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de langues française et anglaise de la CBC, selon l'origine, le genre d'émission et la région	83
Tableau 4.3.8	Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés de langues française et anglaise, selon l'origine, le genre d'émission et la région	84
Tableau 4.3.9	Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française	85
Tableau 4.3.10	Revenus de télévision par type de service	88
Tableau 4.3.11	Revenus de publicité et autres – stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	89
Tableau 4.3.12	Revenus de publicité et autres – stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise et de langue française	89
Tableau 4.3.13	Revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC de langue anglaise, de langue française et de langues tierces	91
Tableau 4.3.14	Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD	98
Tableau 4.3.15	Dépenses au titre des émissions canadiennes par la télévision traditionnelle de la SRC, de langues anglaise et française	104
Tableau 4.3.16	Dépenses au titre des émissions canadiennes – télévision privée traditionnelle	104
Tableau 4.3.17	Dépenses au titre d'émissions non canadiennes – télévision privée traditionnelle	105
Tableau 4.3.18	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes et non canadiennes par des services spécialisés et payants, et par genre	106
Tableau 4.3.19	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes par les services de TVC et de VSD	107

Liste des tableaux (suite)

Tableau 4.4.1	Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs	110
Tableau 4.4.2	Distribution de radiodiffusion – Abonnés aux services de base et facultatifs	111
Tableau 4.4.3	Principaux distributeurs canadiens et nombre d'abonnés	112
Tableau 4.4.4	Distribution de radiodiffusion – pourcentage des foyers abonnés à des EDR	113
Tableau 4.4.5	Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés affichés par les EDR	116
Tableau 5.1.1	Revenus ¹ des télécommunications de détail et de gros	120
Tableau 5.1.2	Revenus des services de télécommunication, par secteur de marché	121
Tableau 5.1.3	Part des revenus dans le marché des télécommunications filaires, selon le type de FST, 2012	124
Tableau 5.1.4	Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché	124
Tableau 5.1.5	Revenus totaux des services de télécommunication, selon le type de fournisseur de services	126
Tableau 5.1.6	Dépenses en immobilisations, par type de FST	127
Tableau 5.1.7	Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	129
Tableau 5.2.1	Revenus des services locaux et d'accès et interurbains	132
Tableau 5.2.2	Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST	133
Tableau 5.2.3	Revenus des services locaux de gros, selon la composante principale	134
Tableau 5.2.4	Revenus du service interurbain, par type de FST	135
Tableau 5.2.5	Nombre de lignes téléphoniques locales, dépendantes de l'accès c. indépendantes de l'accès	136
Tableau 5.2.6	Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST	137
Tableau 5.2.7	Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne (\$)	139
Tableau 5.2.8	Revenu mensuel des services locaux et d'accès de détail par ligne, par type de FST (\$)	139
Tableau 5.2.9	Revenus et lignes des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention de la réglementation (%)	140
Tableau 5.2.10	Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne (%)	140
Tableau 5.2.11	Part des FST titulaires dans les marchés locaux de résidence et d'affaires des grands centres urbains, par ligne (%)	141
Tableau 5.2.12	Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail, par région (%)	142
Tableau 5.2.13	Revenus du service interurbain de détail par minute, par type de FST (\$)	142
Tableau 5.3.1	Revenus des services Internet, par type de services	144
Tableau 5.3.2	Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST	145
Tableau 5.3.3	Nombre d'abonnements du service Internet d'affaires, par type de FST	146
Tableau 5.3.4	Vitesses et tarification des services Internet de résidence	149
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 transmission de données, par catégorie de services	155
Tableau 5.4.3	Revenus des services de liaison spécialisée, par catégorie de services	155
Tableau 5.4.4	Part de marché des revenus des services de protocoles de données, par catégorie de services (%)	157
Tableau 5.4.5	Services de liaison spécialisée - Part de marché des revenus (%)	157

Liste des tableaux (suite)

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)	161
Tableau 5.5.4	Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil	161
Tableau 5.5.5	Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province, 2012 (%)	164
Tableau 5.5.6	Appareils de poche évolués, par province, 2012	164
Tableau 5.5.7	RMPU dans le marché des services sans fil par province (excluant les services de téléappel)	165
Tableau 5.5.8	Taux de roulement mensuel moyen dans le marché des services sans fil (%)	165
Tableau 5.5.9	Abonnements à la large bande mobile	167
Tableau 5.5.10	Couverture du marché des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province, 2012	168
Tableau 5.5.11	Pourcentage de la population ayant accès à un, deux, trois, ou quatre ou plus FSSF dotés d'installations, par province, 2012	169
Tableau 6.1.1	Exigences en matière de vitesse d'accès à Internet d'un certain nombre de services en ligne courants	177
Tableau 6.1.2	Nombre d'heures d'utilisation avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service	178
Tableau 6.1.3	Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications	179
Tableau 6.1.4	Disponibilité de la large bande, par vitesse et nombre de plateformes, en 2012 (% des foyers)	181
Tableau 6.1.5	Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire, en 2012 (% des foyers)	182
Tableau 6.1.6	Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande	182
Tableau 6.2.1	Adoption des technologies médiatiques au Canada, catégorisée selon l'étape du cycle de vie, 2012	187
Tableau 6.2.2	Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet, par groupe linguistique	188
Tableau 6.2.3	Moyenne hebdomadaire des heures passées en ligne par des usagers d'Internet canadiens	188
Tableau 6.2.4	Taux d'adoption et de croissance de diverses technologies de vidéo au Canada	193
Tableau 6.2.5	Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada (Pourcentage)	197
Tableau 6.2.6	Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (Pourcentage)	198
Tableau 7.1.1	Tarification internationale (prix moyen (\$) par mois)	202
Tableau 7.1.2	Vitesses Internet moyennes annoncées (Mbps) dans les pays de l'OCDE, par type de connexion	206
Tableau 7.1.3	Appareils intelligents connectés à Internet – expéditions mondiales par catégorie	207
Tableau 7.1.4	Indicateurs de rendement de l'industrie du sans-fil pour un certain nombre de pays, 2012	208
Tableau 7.1.5	Indicateurs de rendement de l'industrie de la radio pour un certain nombre de pays, 2012	209
Tableau 7.1.6	Indicateurs de rendement de l'industrie de la télévision pour un certain nombre de pays, 2012	210

Liste des graphiques

Graphique 2.1.1	Contributions annuelles au DCC, par type de licence	12
Graphique 2.1.2	Contributions annuelles au DCC, par type de licence (pourcentage)	12
Graphique 2.1.3	DÉC de la télévision en 2012	17
Graphique 2.1.4	Dépenses en programmation 2011-2012	17
Graphique 2.1.5	Dépenses en programmation par dollar de revenu	18
Graphique 2.1.6	Contributions au FMC, FAPL et à des fonds indépendants, et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires) selon les rapports des EDR	20
Graphique 2.1.7	Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne	21
Graphique 2.1.8	FAPL –Répartition par région	22
Graphique 2.1.9	FAPL –Répartition par groupe de propriété	22
Graphique 2.2.1	Connexions de résidence, par type de connexion	24
Graphique 2.2.2	Indices des prix [IPST, EDR (câble et satellite incluant la télévision payante), services d'accès Internet et IPC]	27
Graphique 2.2.3	Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus	32
Graphique 2.3.1	Nombre de plaintes en radiodiffusion reçues et référées au CCNR	33
Graphique 2.3.2	Pourcentage de plaintes en radiodiffusion par secteur	35
Graphique 2.3.3	Nombre de soumissions concernant l'intensité sonore reçues par le CRTC	37
Graphique 2.3.4	Nombre d'inscriptions sur la LNTE	40
Graphique 3.1.1	Taux de croissance annuel des revenus de la radiodiffusion et des télécommunications	42
Graphique 3.1.2	Revenus de radiodiffusion et de télécommunications pour les cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises	45
Graphique 3.1.3	Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications, par type de fournisseur, 2012	45
Graphique 3.1.4	Revenus de la radiodiffusion commerciale et des télécommunications (services exemptés et hors programmation exclus)	46
Graphique 3.1.5	Revenus des EDR par type de service	46
Graphique 3.1.6	Composition des revenus de radiodiffusion et de télécommunications de certaines grandes entreprises canadiennes	47
Graphique 3.1.7	Marges des BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)	48
Graphique 4.1.1	Revenus de radiodiffusion des cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises	51
Graphique 4.1.2	Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2012	52
Graphique 4.1.3	Revenus de la télévision commerciale, par radiodiffuseur, 2012	52
Graphique 4.1.4	Revenus de 2012 des EDR, par exploitant	53
Graphique 4.1.5	Revenus totaux et marges des BAI et des BAIIDA de la radiodiffusion	54
Graphique 4.2.1	Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2012)	58
Graphique 4.2.2	Part d'écoute radio par type de station par cahiers d'écoute	60
Graphique 4.2.3	Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise par cahiers d'écoute	63
Graphique 4.2.4	Part d'écoute - Formules des stations de langue française par cahiers d'écoute	63
Graphique 4.2.5	Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise dans les marchés PPM	64
Graphique 4.2.6	Part d'écoute - Formules des stations de langue française dans les marchés PPM	64
Graphique 4.2.7	Stations de radio commerciale privées – revenus	66
Graphique 4.2.8	Stations de radio commerciale privées – revenus annuels moyens et BAI par station	67
Graphique 4.2.9	Stations de radio commerciale privées – BAI et marge de BAI	67
Graphique 4.2.10	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus	68

Liste des graphiques (suite)

Graphique 4.2.11	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus annuels moyens et BAI par station	68
Graphique 4.2.12	Stations de radio commerciale privée de langue anglaise – BAI et marge de BAI	69
Graphique 4.2.13	Stations de radio commerciale privées de langue française –revenus	69
Graphique 4.2.14	Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus annuels moyens et BAI par station	70
Graphique 4.2.15	Stations de radio commerciale privées de langue française – BAI et marge de BAI	70
Graphique 4.2.16	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus	71
Graphique 4.2.17	Stations de radio commerciale privée à caractère ethnique – revenus annuels moyens et BAI par station	71
Graphique 4.2.18	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – BAI et marge de BAI	72
Graphique 4.3.1	Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, télévision payante, TVC, VSD et services spécialisés	87
Graphique 4.3.2	Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée, 2012	87
Graphique 4.3.3	Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC/CBC	88
Graphique 4.3.4	Classement par revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC en ordre décroissant	92
Graphique 4.3.5	Marges de BAI cumulées : services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD, spécialisés de catégories A, B, et C	92
Graphique 4.3.6	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	93
Graphique 4.3.7	Marges de BAI combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue anglaise	93
Graphique 4.3.8	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	94
Graphique 4.3.9	Marges de BAI combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue française	94
Graphique 4.3.10	Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	95
Graphique 4.3.11	Marges de BAI combinées des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	95
Graphique 4.3.12	Revenus des trois plus importants groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue anglaise	96
Graphique 4.3.13	Revenus des deux plus importants groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue française	97
Graphique 4.3.14	Dépenses au titre des émissions canadiennes par les stations privées traditionnelles en direct en 2012, réparties par genre	105

Liste des graphiques (suite)

Graphique 4.4.1	Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution en 2012	113
Graphique 4.4.2	Pourcentage d'abonnés à des EDR recevant des services numériques et non numériques	114
Graphique 4.4.3	Marges de BAIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs	115
Graphique 5.1.1	Revenus des services de télécommunication et croissance annuelle	120
Graphique 5.1.2	Croissance annuelle des revenus de télécommunication, par secteur de marché	122
Graphique 5.1.3	Revenus des services de résidence offerts par IP	122
Graphique 5.1.4	Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST, 2012	123
Graphique 5.1.5	Répartition des revenus des services de télécommunication, par secteur de marché	124
Graphique 5.1.6	Revenus de télécommunication pour les cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises	125
Graphique 5.1.7	Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST, 2012	125
Graphique 5.1.8	Revenus des services de télécommunication et marges de BAIDA	127
Graphique 5.1.9	Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus, par type de FST	128
Graphique 5.1.10	Revenus des services de télécommunication de gros – Services tarifés, services hors tarifs et services non tarifés, 2012	129
Graphique 5.1.11	Revenus des services de télécommunication de gros par type de service, 2012	130
Graphique 5.2.1	Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires	132
Graphique 5.2.2	Lignes locales VoIP indépendantes et dépendantes de l'accès, par marché, 2012	136
Graphique 5.2.3	Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations	138
Graphique 5.2.4	Lignes locales de résidence et d'affaires exploitées par les autres FST, selon le type d'installations, 2012	138
Graphique 5.2.5	Nombre de téléphones payants par 1000 foyers	141
Graphique 5.2.6	Lignes de fibre, FTTN et FTTP, en pourcentage des lignes totales, 2012	142
Graphique 5.3.1	Abonnements à la large bande des FST titulaires c. ceux des EDR par câble	147
Graphique 5.3.2	Abonnés aux services haute vitesse de résidence par gigaoctet téléchargeable	148
Graphique 5.3.3	Part de revenus dans le marché des services d'accès Internet, par type d'entité, 2012	151
Graphique 5.3.4	Revenus des services d'accès Internet du service d'affaires, par technologie d'accès, 2008 c. 2012	151
Graphique 5.3.5	Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence, 2008 c. 2012	152
Graphique 5.4.1	Part de marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée, par type de FST	156
Graphique 5.4.2	Part de marché des revenus des services de transmission de données, par type de FST	156

Liste des graphiques (suite)

Graphique 5.5.1	Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés du sans-fil (excluant les services de téléappel)	160
Graphique 5.5.2	Dépenses en capital et dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU) dans le marché des services sans fil	162
Graphique 5.5.3	Partage des revenus entre les services de détail et de gros dans le marché des services sans fil, 2012	162
Graphique 5.5.4	Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST	163
Graphique 5.5.5	Part de marché des revenus des services sans fil des FST	163
Graphique 5.5.6	Revenus des forfaits de données mobiles uniquement ¹ , abonnements et RMPU mensuels, par capacité des forfaits de données, 2012	166
Graphique 5.5.7	Nombre total de messages SMM et SMC	166
Graphique 5.5.8	Pourcentage des revenus des services mobiles (services téléphoniques c. à large bande standards c. à large bande spécialisés), 2012	167
Graphique 5.5.9	Couverture du marché des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province, 2012	168
Graphique 5.5.10	Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs	169
Graphique 6.1.1	Bande passante requise pour diverses applications Internet	176
Graphique 6.1.2	Disponibilité de la large bande (% des foyers)	179
Graphique 6.1.3	Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, 2012	180
Graphique 6.1.4	Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des foyers), 2012	180
Graphique 6.1.5	Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des foyers)	181
Graphique 6.1.6	Disponibilité de la large bande – régions urbaines c. rurales, 2012 (% des foyers)	183
Graphique 6.2.1	Revenus de publicité en ligne au Canada	186
Graphique 6.2.2	Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit	187
Graphique 6.2.3	Activités populaires des Canadiens sur Internet	188
Graphique 6.2.4	Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision et accèdent à Internet en même temps	189
Graphique 6.2.5	Visionnement de vidéos sur Internet et à la télévision par les consommateurs	190
Graphique 6.2.6	Types d'appareils utilisés pour visionner des vidéos sur Internet	191
Graphique 6.2.7	Moyenne hebdomadaire d'heures de visionnement de télévision sur Internet	191
Graphique 6.2.8	Pourcentage des Canadiens abonnés à Netflix	192
Graphique 6.2.9	Canadiens abonnés à Netflix par région	192
Graphique 6.2.10	Utilisation des technologies sonores (à l'exclusion de la radio traditionnelle) par les consommateurs	194
Graphique 6.2.11	Utilisation de la baladodiffusion au Canada, par groupe linguistique	194
Graphique 6.2.12	Usagers de baladodiffusion qui écoutent des balados AM/FM, par groupe linguistique	195
Graphique 6.2.13	Pourcentage des Canadiens qui écoutent en continu la radio AM/FM, par groupe linguistique	195
Graphique 6.2.14	Accès par les consommateurs à des services sonores en continu populaires, par groupe linguistique	196
Graphique 6.2.15	Abonnements à la radio par satellite, par groupe linguistique	196
Graphique 6.2.16	Pénétration des appareils mobiles	198
Graphique 6.2.17	Pénétration des appareils mobiles par région	199
Graphique 6.2.18	Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada	199
Graphique 6.2.19	Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada, par groupe linguistique	200

Liste des graphiques (suite)

Graphique 7.1.1	Revenus de télécommunication, par secteur de marché, 2012	203
Graphique 7.1.2	Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par région, 2012	203
Graphique 7.1.3	Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché	204
Graphique 7.1.4	Moyenne des revenus mensuels des services de télécommunication de détail, 2012	204
Graphique 7.1.5	Pénétration des services à large bande et mobiles pour un certain nombre de pays, 2012	205
Graphique 7.1.6	Abonnements à la large bande fixe, par type de connexion, pour un certain nombre de pays, 2012	205
Graphique 7.1.7	Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande fixe	206
Graphique 7.1.8	Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande mobile	207
Graphique 7.1.9	Appareils intelligents connectés – part du marché mondial par catégorie	208
Graphique 7.1.10	RMPU du sans-fil – revenus mensuels avec partage de données pour un certain nombre de pays, 2012	209
Graphique 7.1.11	Pourcentage des foyers ayant la télévision payante et des foyers ayant la télévision à accès libre pour un certain nombre de pays, 2012	210
Graphique 7.1.12	Pourcentage des foyers ayant la télévision numérique et des foyers ayant la télévision analogique pour un certain nombre de pays, 2012	211
Graphique 7.1.13	Nombre de foyers ayant la TVPI à l'échelle mondiale, par région, 2012	211
Graphique 7.1.14	Pourcentage et nombre de foyers ayant la télévision, par plateforme de transmission, pour un certain nombre de pays, 2012	212

Liste des cartes

Carte 5.5.1	Accessibilité des services sans fil, par nombre de fournisseurs dotés d'installations, en 2012	170
Carte 5.5.2	Accessibilité des services sans fil HSPA+, par nombre de fournisseurs dotés d'installations, en 2012	171

1.0 Introduction

Le CRTC publie des rapports de surveillance annuels sur les industries de la radiodiffusion et des télécommunications depuis la fin des années 1990. Au fil du temps, ces rapports ont suivi l'évolution du marché, les changements technologiques et les besoins des consommateurs.

Ce rapport dresse le portrait des secteurs 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 réglementaires de radiodiffusion et de télécommunication. Le Conseil invite les parties à utiliser ce rapport pour enrichir leur participation au processus de réglementation.

Ce document contient des données subdivisées sur les industries canadiennes de la radiodiffusion et des télécommunications et leurs marchés, ainsi que des comparaisons à l'échelle internationale. Il sert à appuyer la prise de décisions fondées sur des éléments probants. Il constitue un moyen d'évaluer l'impact de l'évolution du marché et de la technologie, notamment sur les objectifs culturels, sociaux, économiques et politiques de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications* (collectivement les *Lois*), et d'examiner l'efficacité des cadres de réglementation et des décisions du CRTC pour atteindre ces objectifs.

Des éléments particuliers du processus de surveillance changent avec le temps afin de tenir compte de l'évolution de la réglementation ou du marché comme les nouvelles technologies, les modifications apportées à la structure du marché ou à la réglementation et aux ententes nationales et internationales, ou encore l'introduction de nouveaux services ou de services évolués. Ces changements permettent d'assurer que le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC continue d'être un outil utile pour les Canadiens et les autres intervenants, notamment les responsables de la réglementation et les acteurs de l'industrie.

Nouveautés dans ce rapport

Un certain nombre de modifications ont été faites au rapport de cette année afin de permettre aux Canadiens de participer de manière plus éclairée aux travaux du Conseil en leur fournissant des indicateurs et des tendances, notamment sur les finances et l'établissement des prix. Des statistiques sur la consommation, comme l'établissement des prix, le taux de pénétration des services et les plaintes sont présentées pour les questions qui ont une incidence directe sur les Canadiens.

La section sur les régimes de contribution et de financement a été augmentée afin de contenir plus de détails sur les dépenses au titre des émissions canadiennes concernant des programmes d'intérêt national. Cela servira à évaluer l'efficacité des dépenses des programmes d'intérêt national dans l'atteinte des objectifs énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*.

Afin de faire face aux répercussions des forces du marché sur les consommateurs et sur les fournisseurs de services téléphoniques (FST) qui dépendent des FST dotés d'installations, les entreprises ont dû fournir des détails sur l'établissement des tarifs des services téléphoniques locaux ainsi que des renseignements très précis sur les services de gros. Ces résultats sont contenus dans les sections 2 et 5, respectivement.

1.1 Méthodologie/collecte de données

Ce rapport se fonde sur 1) les réponses fournies par les entreprises de la radiodiffusion et des télécommunications dans les rapports annuels de radiodiffusion et dans les formulaires de collecte de données sur les télécommunications du CRTC, publiés conjointement par Statistique Canada et le CRTC, données regroupées ci-après sous « Données recueillies par le CRTC »; 2) les données recueillies d'autres sources, comme Statistique Canada, Industrie Canada, les rapports financiers des sociétés, BBM Canada, les rapports de surveillance Observateur des technologies médias (OTM) de BBM Analytique et 3) des renseignements déposés antérieurement auprès du CRTC lors d'instances. 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 celles sur 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 des services à large bande dans le secteur résidentiel, le Conseil et Industrie Canada coordonnent une collecte de données sur la disponibilité pour les Canadiens des services d'accès Internet à large bande. Le Conseil travaille aussi de concert avec les provinces et les territoires, ainsi qu'avec d'autres ministères et organismes gouvernementaux fédéraux, afin d'identifier les collectivités qui n'ont pas accès aux services à large bande. Les données recueillies aideront les administrations fédérale, provinciales et territoriales à analyser l'écart dans les services à large bande entre les collectivités urbaines et rurales. En combinant ces projets en matière de collecte de données, cela permet d'alléger le fardeau relatif à la divulgation de données pour l'industrie, d'obtenir des définitions et des méthodologies uniformes ainsi que d'améliorer la qualité des données présentées dans ce rapport.

Les comparaisons et les analyses à l'échelle mondiale présentées dans ce rapport se fondent sur les données extraites de rapports d'organismes internationaux comme l'OCDE, et sur les données et rapports publiés par les organismes nationaux de réglementation des communications d'autres pays.

Certains chiffres publiés dans des rapports de surveillance antérieurs ont été répétés afin d'illustrer l'évolution du marché ou de l'industrie et de permettre de faire des comparaisons valables. D'autres chiffres pourraient être 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 (#).

1.2 Le CRTC

Le CRTC est un tribunal administratif chargé de réglementer et de surveiller les systèmes canadiens de radiodiffusion et des télécommunications. Le Conseil s'assure que ces deux systèmes servent l'intérêt public. Il est régi, ainsi que ses pouvoirs, par les *Lois*. Le CRTC relève du 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 télécommunications, de radiodiffusion ou de réglementation énoncées dans les *Lois*.

Dans le cadre de son mandat, le CRTC veut s'assurer que les Canadiens ont accès à un système de communication de calibre mondial. Cet objectif primordial s'appuie sur les trois jalons suivants :

Créer

Au titre de ce jalon, les activités du CRTC permettent de s'assurer que les Canadiens ont accès à un contenu créatif de qualité, provenant de diverses sources, sur une variété de plateformes. En particulier, le CRTC favorise la création d'émissions qui reflètent la diversité canadienne et qui permettent aux Canadiens de participer à la vie démocratique et culturelle du pays.

Brancher

Au titre de ce jalon, les activités du CRTC permettent d'assurer que les Canadiens peuvent obtenir des services de communication novateurs et de qualité à un coût abordable et avoir accès à du contenu original. Cela comprend les services qui facilitent l'accès au système de communication pour les Canadiens ayant un handicap. Le CRTC encourage la concurrence pour donner aux Canadiens des choix et ainsi améliorer les tarifs et les services.

Protéger

Au titre de ce jalon, les activités du CRTC permettent de renforcer la sécurité des Canadiens et de mieux faire valoir leurs intérêts en encourageant la conformité à ses règlements et la mise en application de ceux-ci, y compris en ce qui a trait aux communications non sollicitées. De plus, le CRTC s'assure que les Canadiens ont accès à des services de communication d'urgence, y compris les services 9-1-1 et les systèmes d'alertes publiques. Il est essentiel d'aider les Canadiens à comprendre un marché des communications de plus en plus complexe pour les habiliter et leur permettre de protéger leurs intérêts.

2.0 Les Canadiens au cœur du système des communications

Le CRTC place les Canadiens au cœur du système des communications. Il cherche à veiller à ce que les consommateurs, créateurs et citoyens canadiens aient accès à un système de communications de classe mondiale. La section qui suit présente des données à l'égard des trois piliers : connecter, protéger et créer.

Quelles sont les caractéristiques d'un foyer canadien moyen?

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2012 de Statistique Canada, le revenu moyen par foyer avant impôts, pour 2012, était de 77 300 \$. Il variait de 63 100 \$ à 66 900 \$ pour les foyers de l'est de l'Ontario et de 70 100 \$ à 93 600 \$ pour les foyers de l'ouest de l'Ontario. Les foyers de l'Alberta montraient le revenu moyen par foyer avant impôts le plus élevé, à 93 600 \$, suivi de celui des foyers de l'Ontario, à 83 100 \$.

D'un point de vue de quintile de revenu, les derniers 20 % des foyers (ou le premier quintile) disposaient d'un revenu annuel moyen de 17 300 \$. Ce quintile avait une moyenne de 1,47 membres par foyer et était le plus mobile, avec 25,6 % des membres ayant déménagé récemment, soit entre 2010 et 2011. Le plus haut revenu de ce quintile était de 27 900 \$. Le quintile médian montrait un revenu annuel moyen de 60 600 \$. Il comptait une moyenne de 2,57 membres par foyer, dont 19,3 % avaient récemment déménagé. Le revenu le plus élevé de ce quintile était 74 000 \$. Les foyers formant le 20 % supérieur montraient des revenus annuels excédant 111 600 \$. Le revenu annuel moyen était de l'ordre de 179 000 \$. Ce quintile montrait une moyenne de 3,34 membres par foyer et était le moins mobile, avec seulement 9,7 % des répondants ayant récemment déménagé.

2.1 Créer

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

En 2012, 3,4 milliards de dollars ont été versés par les fournisseurs de services de radiodiffusion et investis dans la poursuite de ces objectifs.

La section qui suit présente les contributions et dépenses faites par des radiodiffuseurs et des EDR à divers régimes, ainsi que les avantages tangibles découlant de transactions. Elle présente également les DÉI faites par des fournisseurs de services de télévision.

Que sont les avantages tangibles?

Les avantages tangibles représentent des contributions financières importantes et sans équivoque faites à l'endroit du système de radiodiffusion par l'acheteur d'un service de radio ou de télévision. Ces avantages donnent lieu à des améliorations mesurables au système de radiodiffusion en général, ainsi qu'aux communautés desservies par le service en question. Ils sont excédentaires aux coûts normaux des affaires, et, comme pour la transaction dans son ensemble, sont dans l'intérêt public.

Aperçu des régimes de contribution et de dépenses (en millions \$)

		2011	2012	Croissance
Régimes de contribution et de financement	Contribution de la radio commerciale et des services sonores au DCC	54	55	2,0 %
	Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne	388#	394	1,6 %
	FAPL	107	112	5,1 %
Dépenses	DÉC de la télévision	2 610	2 861	9,6 %

a) *Développement du contenu canadien (DCC) en radio*

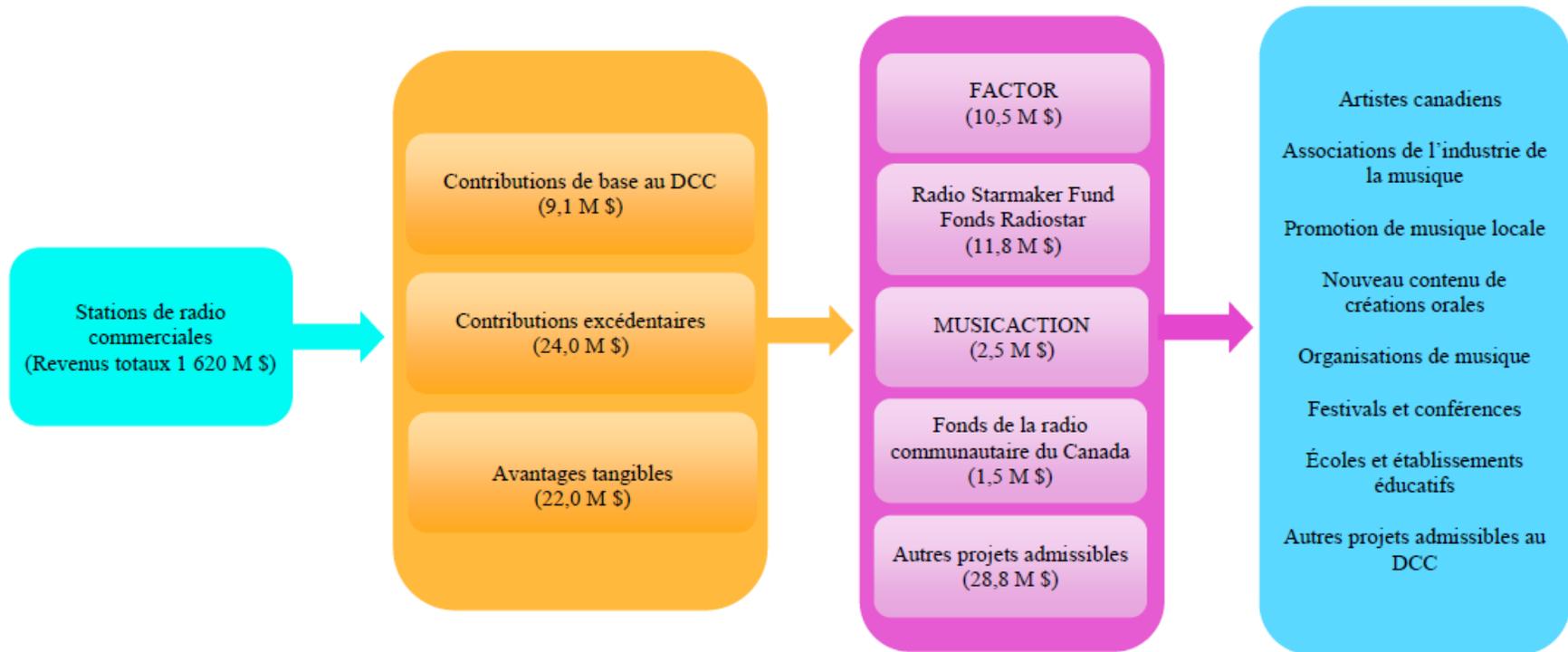
Le DCC est une contribution financière effectuée par les radiodiffuseurs à un certain nombre de projets venant en aide au développement et à la promotion du contenu canadien musical et de créations orales pour diffusion. La majorité des demandeurs ont fait des engagements spécifiques à l'égard du DCC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

Les contributions financières des radiodiffuseurs favorisent le développement et la promotion des artistes canadiens, l'avancement des carrières des artistes canadiens émergents et augmente l'offre d'une musique canadienne de qualité dans toutes sortes de genres.

Au cours de l'année de radiodiffusion 2011-2012, les exploitants de la radio commerciale ont contribué 0,034 \$ par dollar de revenu au titre du DCC. Globalement, ils ont contribué plus de 55 millions de dollars au DCC, une augmentation de 2 % par rapport à la période précédente. Environ 84 % des fonds étaient un résultat direct de conditions de licence imposées aux nouvelles stations de radio et de modifications au contrôle effectif de stations existantes.

Le diagramme qui suit illustre dans quelle mesure les stations de radio ont appuyé le DCC.

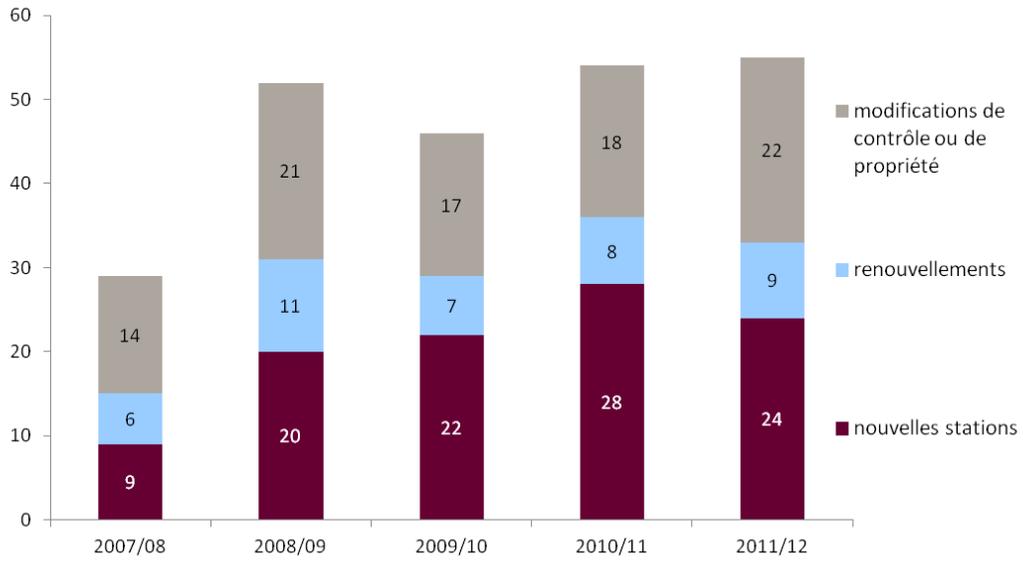
Diagramme 2.1.1 Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2011-2012)



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

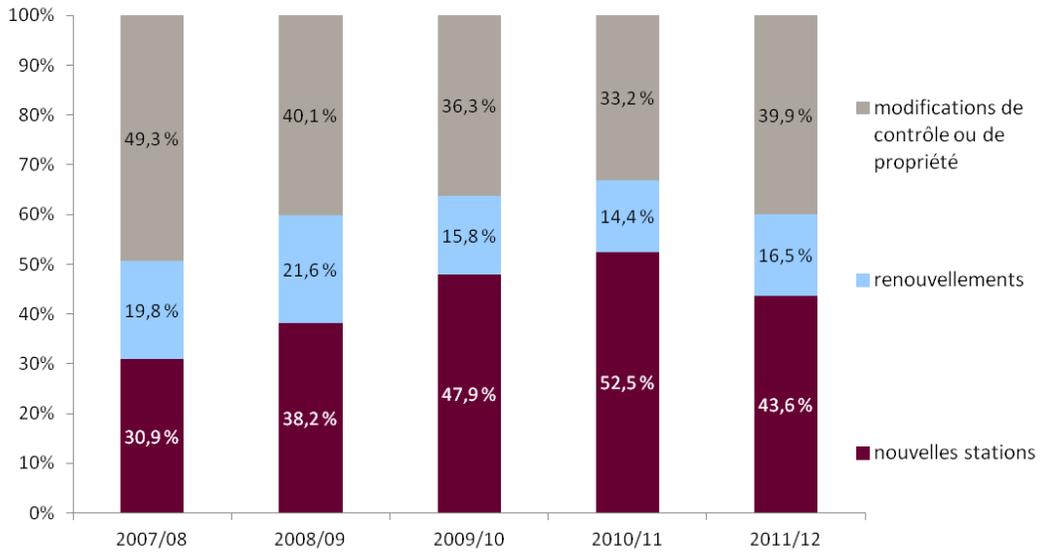
- Une contribution annuelle de base;
- Des contributions additionnelles qui excèdent la contribution de base (habituellement associée aux demandes de nouvelles licences);
- Des contributions en relation avec les demandes de transfert de propriété ou de contrôle d'entreprises de radio (avantage tangibles).

Graphique 2.1.1 Contributions annuelles au DCC, par type de licence



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.1.2 Contributions annuelles au DCC, par type de licence (pourcentage)



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 2.1.1 Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (en milliers \$)

RADIO – DCC	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	% de croissance / diminution annuelle				
						09/08	10/09	11/10	12/11	
i) Contributions au DCC des nouvelles stations au cours de leur période de licence initiale										
FACTOR	983	1 582	2 014	2 719	2 615	61 %	27 %	35 %	-4 %	
MUSICACTION	306	697	552	791	563	128 %	-21 %	43 %	-29 %	
Fonds canadien de la radio communautaire ¹	-	-	-	-	165				-	
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	2 150	2 493	2 221	-	-	16 %	-11 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	7 120	7 485	9 106	-	-	5 %	22 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	420	1 139	545	-	-	171 %	-52 %	
Organismes musicaux ¹	2 886	5 187	s.o.	s.o.	s.o.	80 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	3 126	8 957	s.o.	s.o.	s.o.	186 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	614	899	1 179	2 020	1 553	46 %	31 %	71 %	-23 %	
StarMaker Fund / Fonds Radio Star	0	220	1 077	1 982	1 038		389 %	84 %	-48 %	
Autres initiatives de DTC admissibles	696	1 994	7 550	9 714	6 195	186 %	279 %	29 %	-36 %	
Total	8 611	19 537	22 061	28 342	24 002	127 %	13 %	28 %	-15 %	
ii) Contributions au DCC déclarées par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement										
FACTOR	1 243	2 999	2 003	2 629	1 971	141 %	-33 %	31 %	-25 %	
MUSICACTION	302	1 390	1 324	808	727	360 %	-5 %	-39 %	-10 %	
Fonds canadien de la radio communautaire ¹	-	-	-	-	617					
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	647	823	966	-	-	27 %	17 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	1 809	1 947	2 381	-	-	8 %	22 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	188	201	398	-	-	7 %	98 %	
Organismes musicaux ¹	2 023	3 081	s.o.	s.o.	s.o.	52 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	1 264	1 850	s.o.	s.o.	s.o.	46 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	357	618	422	473	614	73 %	-32 %	12 %	30 %	
StarMaker Fund / Fonds Radio Star	0	0	0	0	246	-	-	-	-	
Autres initiatives de DTC admissibles	349	1 107	876	873	1 194	217 %	-21 %	0 %	37 %	
Total	5 538	11 045	7 269	7 754	9 115	99 %	-34 %	7 %	18 %	
iii) Contributions au DCC liées à des modifications de contrôle ou de propriété										
FACTOR	4 023	5 711	5 179	5 407	5 959	42 %	-9 %	4 %	10 %	
MUSICACTION	1 033	992	344	331	1 248	-4 %	-65 %	-4 %	277 %	
Fonds canadien de la radio communautaire ¹	-	-	-	-	727	-	-	-	110 %	
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	440	1 044	567	-	-	137 %	-46 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	1 705	1 401	2 290	-	-	-18 %	63 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	0	0	0	-	-	-	-	
Projets en matière de contenu audio	-	-	-	135	135	-	-	-	0 %	
Organismes musicaux ¹	2	65	s.o.	s.o.	s.o.	3,382 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	490	2 466	s.o.	s.o.	s.o.	404 %	s.o.	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	114	379	274	207	216	233 %	-28 %	-24 %	4 %	
StarMaker Fund/Fonds Radio Star	8 093	10 508	8 167	8 801	10 499	30 %	-22 %	8 %	19 %	
Autres initiatives de DTC admissibles	0	394	613	228	324		55 %	-63 %	42 %	
Total	13 755	20 515	16 722	17 900	21 965	49 %	-18 %	7 %	23 %	
Total des contributions annuelles	27 904	51 097	46 053	53 996	55 083	83 %	-10 %	17 %	2 %	

- Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour la période allant du 1^{er} septembre au 31 août.
- 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 à 2012 incluent les contributions par les services de radio par satellite.

1. Les catégories de DCC recueillies ont été modifiées pour le rapport financier annuel de 2010-2011 afin de refléter plus précisément l'avis public de radiodiffusion 2006-158. Deux nouvelles catégories (les projets en matière de contenu audio et le Fonds canadien de la radio communautaire) ont été ajoutées au tableau afin de refléter plus précisément les projets ayant reçu des fonds du développement du contenu canadien.

Source : données recueillies par le CRTCC

b) Avantages tangibles de la radio

Tableau 2.1.2 Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés

RADIO Avantages tangibles (en millions \$)	Services de langue anglaise			Services de langue française			Avantages totaux
	Nbre de trans.	Valeur des transactions ¹	Avantages	Nbre de trans.	Valeur des transactions ¹	Avantages	
1 ^{er} janv. 2008 au 31 déc. 2008	10	59,5	3,5	3	1,5	0,1	3,6
1 ^{er} janv. 2009 au 31 déc. 2009	10	27,5	1,6	1	-	-	1,6
1 ^{er} janv. 2010 au 31 déc. 2010 ²	7	67,2	4,0	2	97,7	8,8	12,8
1 ^{er} janv. 2011 au 31 déc. 2011 ³	9	316,2	19,0	3	-	-	19,0
1 ^{er} janv. 2012 au 31 déc. 2012	5	80,4	4,8	2	1,5	0,1	4,9
Total	41	550,8	32,9	11	100,7	9,0	41,9

- De légères variances sont dues à l'arrondissement.
 - 1. Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles.
 - 2. Le total des avantages tangibles reliés aux transactions de propriété de Corus/Cogeco (décision de radiodiffusion 2010-942) s'élève à 8,8 millions de dollars.
 - 3. La transaction de propriété de BCE/CTVglobemedia (décision de radiodiffusion 2011-163) a donné lieu à des avantages tangibles reliés à la radio de l'ordre de 17,5 millions de dollars.
- Source : Décisions et approbations administratives du CRTC.

c) *Télévision – Dépenses en programmation*

Le Conseil surveille et régleme le système de radiodiffusion afin d'atteindre les objectifs de la politique énoncé dans la Loi, notamment favoriser l'épanouissement de l'expression canadienne, demeurer aisément adaptable aux progrès scientifiques et technologiques, et faire en sorte que tous les éléments du système canadien de radiodiffusion contribuent, de la manière qui convient, à la création et à la présentation d'une programmation canadienne.

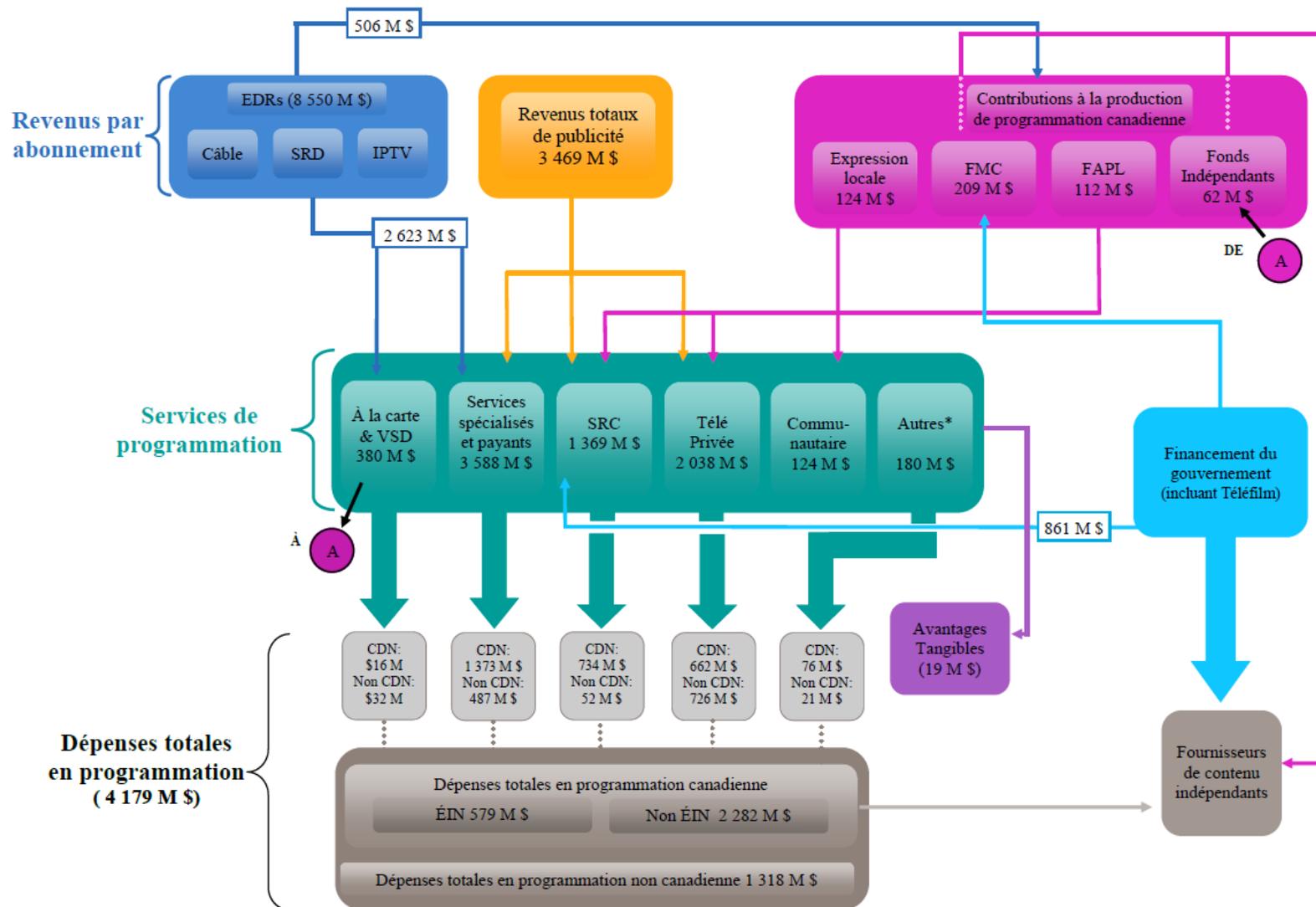
Ainsi, les fournisseurs de services de télévision ont contribué 0,34 \$ par dollar de revenu en appui à la programmation canadienne au cours de l'année de radiodiffusion 2011-2012. Les DÉC ont totalisé 2,9 milliards, dont 20 % ont été dépensés sur les ÉIN.

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

Que sont les ÉIN?

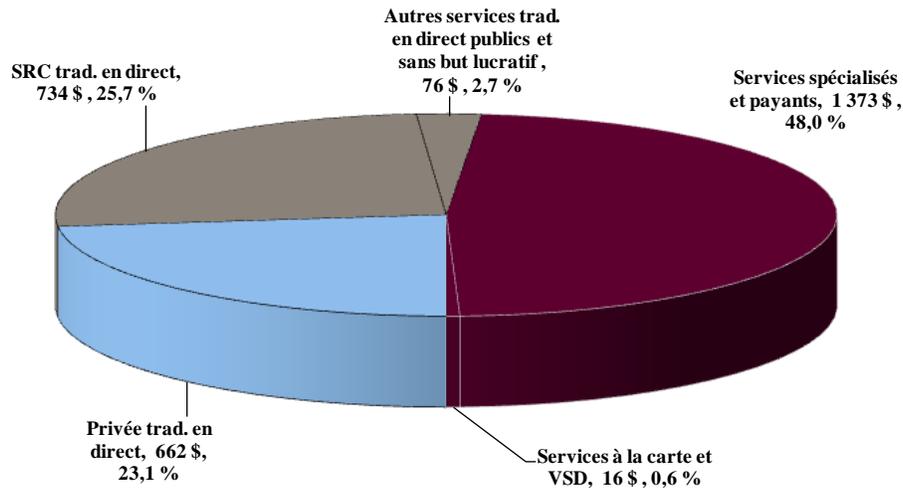
Les émissions d'intérêt national (ÉIN), telles que définies par le CRTC, englobent les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée et les émissions canadiennes de remise de prix spécifiques qui rendent hommage à des créateurs et artistes canadiens. Pour les radiodiffuseurs de langue française, les ÉIN englobent aussi les vidéoclips et émissions de variétés. Aux fins du présent rapport, le concept d'émissions d'intérêt national comprend la diffusion de toute programmation admissible au titre d'ÉIN, y compris les émissions diffusées par les entreprises de radiodiffusion n'ayant pas, au moment du rapport, une condition de licence stipulant qu'elles doivent présenter des ÉIN ou consacrer une partie du budget des dépenses à cet égard.

Diagramme 2.1.2 Financement et dépenses par des entités de radiodiffusion au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2011 – 2012)



*Autre : inclut les entreprises de programmation de télévision communautaire sans but lucratif de faible puissance et les entreprises de programmation de télévision éducative.

Graphique 2.1.3 DÉC de la télévision en 2012 : 2,9 milliards \$

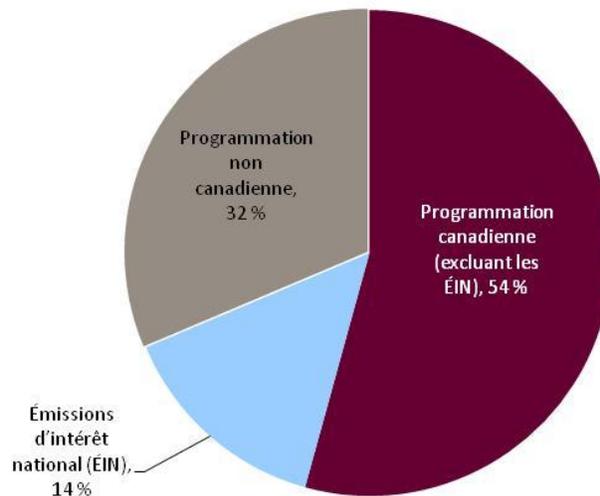


- Légères variances dues à l'arrondissement.
- DÉC : Englobent les dépenses associées à la diffusion d'émissions canadiennes, à des amortissements dans le catalogue canadien, à la scénarisation et la conceptualisation, ainsi qu'aux pertes liées à des investissements en émissions canadiennes.
- Englobe 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.
- 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 liées aux émissions sont incluses en tant que coûts liés à la programmation, conformément aux lignes directrices du CRTC.

* Approximation

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.1.4 Dépenses en programmation 2011-2012



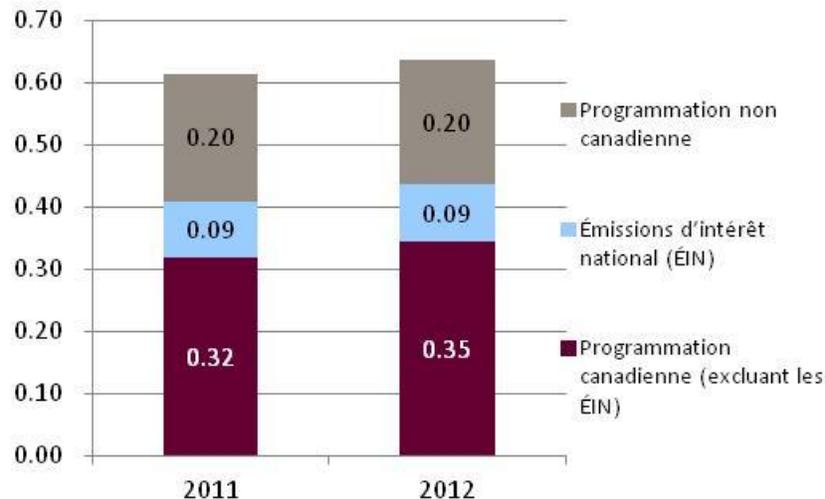
- Cette analyse exclut les services de VSD et TVC, ainsi que d'autres services de télévision traditionnelle publiques et à but non-lucratif.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 2.1.3 Dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN) (en millions \$)

Catégorie d'émissions		2011	2012	Croissance
Télévision privée	Documentaires de longue durée	15,5	16,5	6,5 %
	Dramatiques	58,3	58,9	1,2 %
	Émissions de remise de prix	4,0	1,5	-62,5 %
	Total ÉIN de la télévision privée	77,9	76,9	-1,3 %
	% du Total	13,7	13,3	
SRC	Documentaires de longue durée	39,2	36,0	-8,2 %
	Dramatiques	141,0	158,4	12,3 %
	Émissions de remise de prix	5,9	8,3	40,7 %
	Total ÉIN de la SRC	186,2	202,7	8,9 %
	% du Total	32,7	35,0	
Services spécialisés et payants	Documentaires de longue durée	121,9	102,1	-16,2 %
	Dramatiques	182,5	193,9	6,2 %
	Émissions de remise de prix	1,2	3,5	191,7 %
	Total ÉIN des services spécialisés et payants	305,6	299,5	-2,0 %
	% du Total	53,7	51,7	
Total	Documentaires de longue durée	176,6	154,6	-12,5 %
	Dramatiques	381,8	411,2	7,7 %
	Émissions de remise de prix	11,1	13,3	19,8 %
	Total ÉIN	569,5	579,1	1,7 %
	% du Total	100	100	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.1.5 Dépenses en programmation par dollar de revenu


- Cette analyse exclut les services de VSD et TVC, ainsi que d'autres services de télévision traditionnelle publiques et à but non-lucratif.

Source : Données recueillies par le CRTC

d) *Avantages tangibles en télévision***Tableau 2.1.4 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision**

(millions \$)	Services de langue anglaise			Services de langue française			Avantages totaux
	N ^{bre} de trans.	Valeur des transactions ¹	Avantages	N ^{bre} de trans.	Valeur des transactions ¹	Avantages	
1 jan. 2008 au 31 déc. 2008	7	180,1	17,4	4	31,9 ²	0,2	17,6
1 jan. 2009 au 31 déc. 2009	7	54,8	5,8	0	-	-	5,8
1 jan. 2010 au 31 déc. 2010 ³	3	2 086,4	183,4	0	-	-	183,4
1 jan. 2011 au 31 déc. 2011 ⁴	5	2 254,0	224,2	0	-	-	224,2
1 jan. 2012 au 31 déc. 2012	4	106,0	18,6	0	-	-	18,6
Total	26	4 681,3	449,4	4	31,9	0,2	449,6

• Légères variances dues à l'arrondissement.

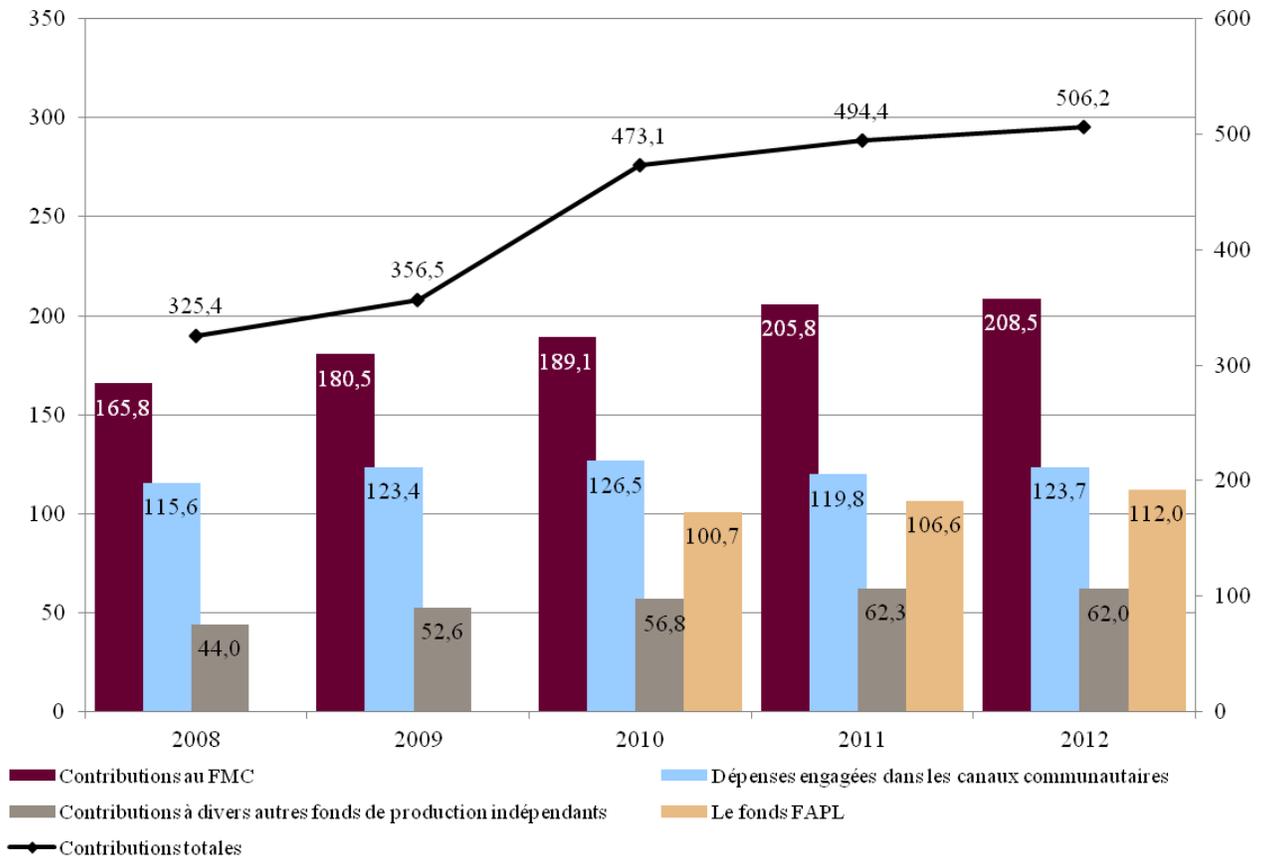
1. Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles. Ce tableau inclut seulement les transactions assujetties à la politique des avantages tangibles du Conseil. Les transactions qui n'influencent pas le contrôle effectif d'une entreprise de radiodiffusion autorisée, incluant les réorganisations intrasociétés, ne sont pas considérées.
2. Le demandeur s'était engagé à verser 1 million \$ en avantages tangibles. Il en a toutefois été exempté par le Conseil en raison de sa mauvaise situation financière (décision de radiodiffusion 2008-129).
3. La transaction de propriété de Canwest/Shaw (décision de radiodiffusion 2010-782) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 180,2 millions de dollars.
4. La transaction de propriété de BCE/CTVglobemedia (décision de radiodiffusion 2011-163) a donné lieu à des avantages tangibles reliés à la télévision de l'ordre de 221,8 millions de dollars. Aux fins de la présente analyse, l'ensemble de la valeur des actifs de télévision ainsi que les avantages tangibles connexes ont été inclus dans la catégorie des services de langue anglaise.

Source : Décisions et approbations administratives du CRTC

e) **EDR – Régimes de contributions et de dépenses**

Au cours de l'année de radiodiffusion 2011-2012, environ 6 % des revenus des EDR étaient alloués à divers fonds comme le FMC ou à l'expression locale.

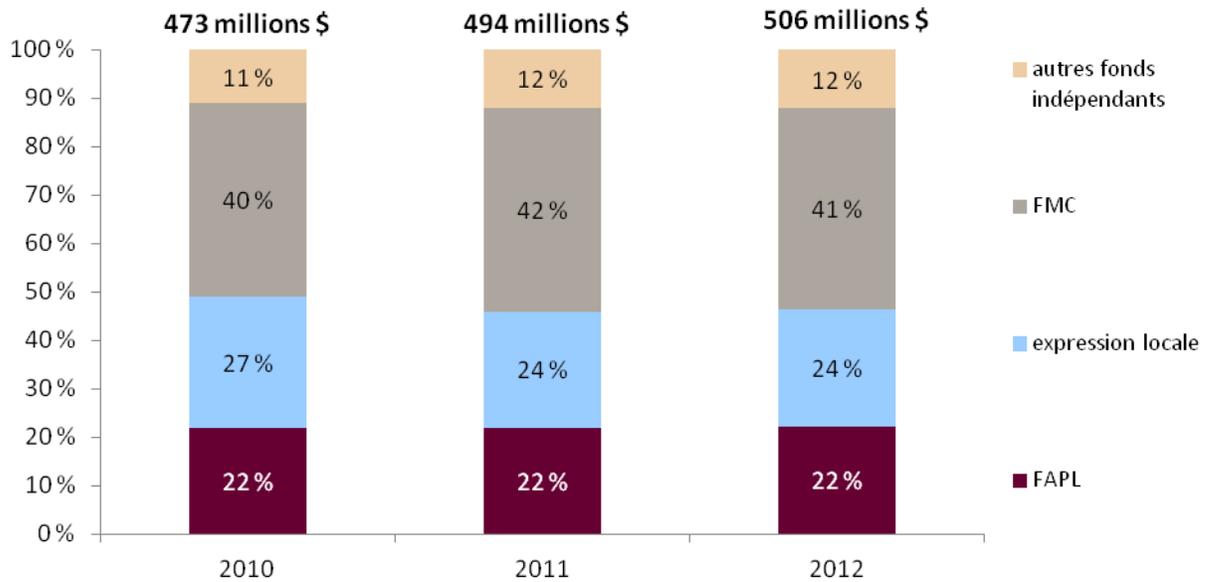
Graphique 2.1.6 Contributions au FMC, FAPL et à des fonds indépendants, et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires) selon les rapports des EDR (en millions \$)



- Basé sur une période de 12 mois se terminant le 31 août.
- Légères variances dues à l'arrondissement.
- Les contributions des EDR englobent les contributions déclarés par les entreprises de câblodistribution, de distribution par SRD, par SDM, et des EDRS.

Source : Données recueillies par le CRTC.

Graphique 2.1.7 Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne



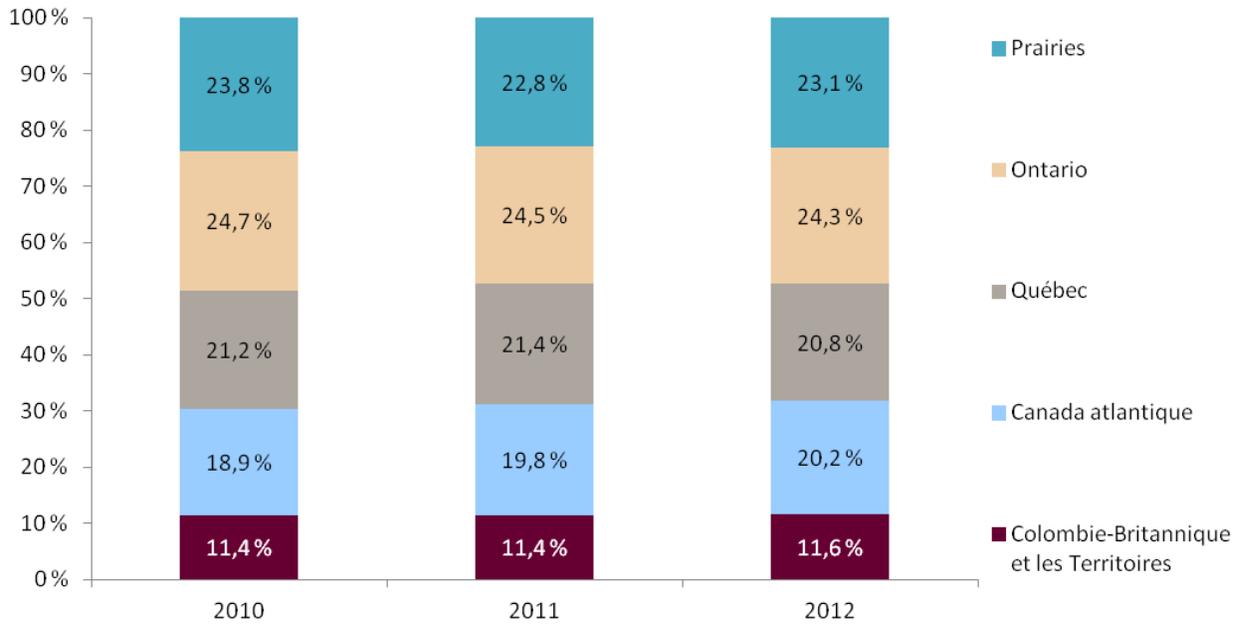
• Légères variances dues à l'arrondissement.
Sources : Données recueillies par le CRTC

Tableau 2.1.5 FAPL – Contributions et nombre de bénéficiaires

Année	Contributions (millions \$)	Nombre de bénéficiaires		Le FAPL en pourcentage des revenus totaux des bénéficiaires (à l'exception de la SRC/CBC)
		Titulaires	Stations	
2009-2010	100,7	16	79	10,8 %
2010-2011	106,7	16	80	10,8 %
2011-2012	112,1	16	80	11,1 %

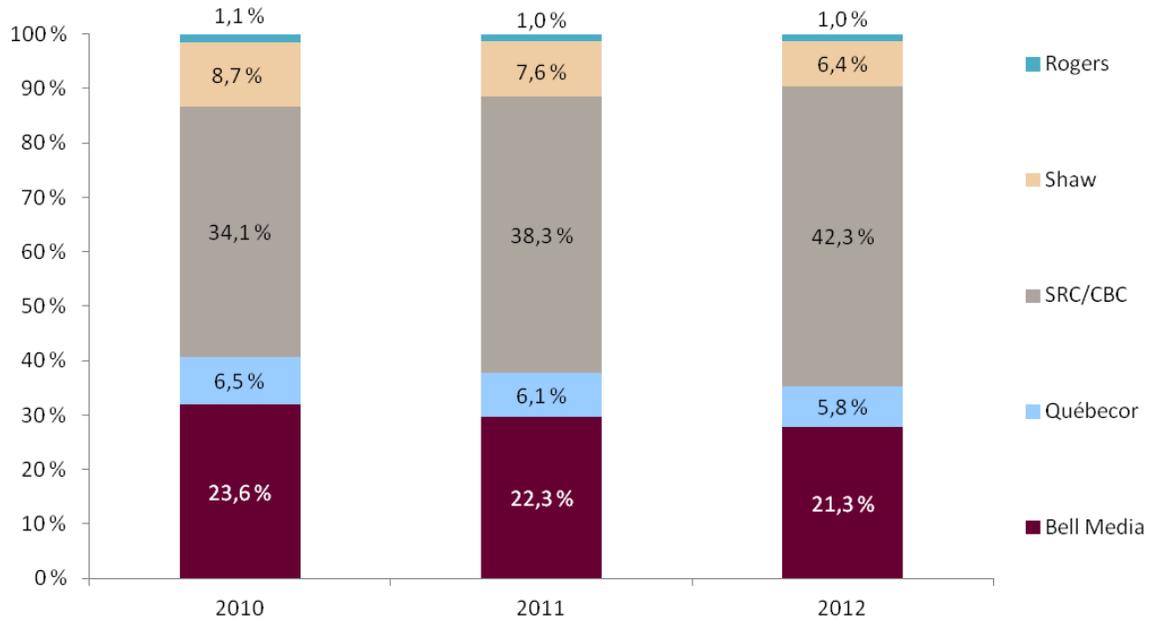
• Basé sur les années de radiodiffusion débutant le 1^{er} septembre 2009 et se terminant le 31 août 2012
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.1.8 FAPL – Répartition par région



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.1.9 FAPL – Répartition par groupe de propriété



Source : Données recueillies par le CRTC

2.2 Brancher

a) Connexions

Le nombre moyen de connexions de communications par ménage est passé de 4,2 en 2008 à 4,5 en 2012, donnant lieu à un taux de croissance annuelle de 2,0 %. Cela reflète la croissance dans :

- 1) les connexions sans fil ou cellulaires par ménage, qui ont augmenté de 4,4 % par an, soit de 1,7 en 2008 à 2,0 en 2012;
- 2) les connexions Internet par ménage, qui ont augmenté de 1 % par an, soit de 0,7 à 0,8;
- 3) les connexions des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) par ménage, qui ont augmenté de 0,7 % par an, soit de 0,8 à 0,9.

La croissance des connexions par ménage a été partiellement neutralisée par une réduction de 2,5 % des connexions téléphoniques locales par ménage, soit de 1,0 en 2008 à 0,89 en 2012.

Que sont les connexions?

« Connexion » désigne un abonnement à un ou plusieurs des quatre services de base suivants : service téléphonique local, services d'accès à Internet, service sans fil et services de distribution de radiodiffusion, comme la câblodistribution, la distribution par SRD ou la télévision IP.

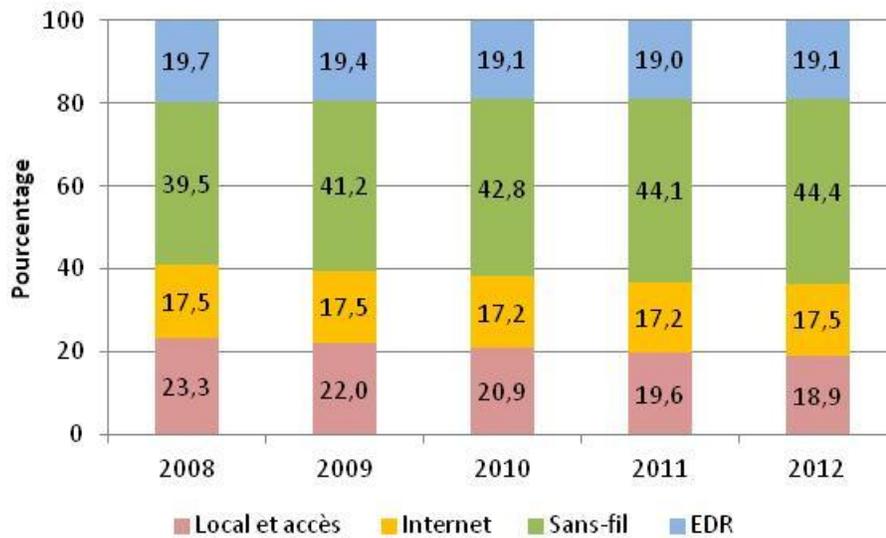
Le service de téléphones payants est exclu de cette analyse. Toutefois, les 68 000 téléphones payants exploités par les grandes compagnies de téléphone titulaires représentent environ 5,4 téléphones payants par 1 000 ménages. Parmi ceux-ci, environ 10 % sont dotés de télécopieurs.

Tableau 2.2.1 Nombre de connexions des ménages (millions)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Local et accès	13,0	12,7	12,6	12,2	11,9	-2,2 %
<i>Croissance (%)</i>	0,5	-2,3	-0,9	-2,7	-2,8	
Internet	9,8	10,1	10,4	10,7	11,0	2,9 %
<i>Croissance (%)</i>	5,6	2,6	3,1	2,9	3,0	
Sans-fil ¹	22,1	23,8	25,8	27,4	27,9	6,0 %
<i>Croissance (%)</i>	9,0	7,8	8,5	6,0	1,8	
EDR	11,0	11,2	11,5	11,8	12,0	2,2 %
<i>Croissance (%)</i>	2,0	2,2	2,7	2,2	1	
Nombre total de connexions	55,9	57,8	60,3	62,1	62,8	3,0 %
<i>Croissance (%)</i>	4,9	3,4	4,4	2,9	1,1	
Nombre moyen de connexions par ménage	4,2	4,3	4,4	4,5	4,5	2,0 %
<i>Croissance (%)</i>	s.o.	3,2	2,3	1,1	2,0	

1. Comprend les connexions de résidence et d'affaires.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.2.1 Connexions de résidence, par type de connexion

- Les connexions sans fil comprennent les connexions de résidence et d'affaires.

Source : Données recueillies par le CRTC

b) *Taux de pénétration du service téléphonique*

Depuis 2009, les taux de pénétration téléphonique, qui évaluent la mesure dans laquelle les ménages s'abonnent aux services téléphoniques (ce qui comprend les services téléphoniques filaires et sans fil), sont demeurés constants à 99,3 abonnés par 100 ménages. Toutefois, au cours de cette période, le nombre de ménages abonnés au service téléphonique filaire est passé de 89,3 à 86,6 abonnés par 100 ménages, tandis que le nombre de ménages abonnés au service téléphonique sans fil est passé de 77,2 à 79,4.

La pénétration du sans-fil était la plus élevée en Alberta avec 88,5 abonnés par 100 ménages, suivie par la Colombie-Britannique à 83,6. Dans les deux cas, cela dépassait leurs taux de pénétration respectifs du filaire.

Les 20 % des ménages canadiens ayant le revenu ménager le plus faible avaient un taux de pénétration téléphonique de 97,3, le plus bas parmi tous les quintiles. Ils avaient le taux de pénétration téléphonique le plus élevé parmi ceux qui étaient abonnés au service téléphonique filaire seulement (40,0) et parmi ceux qui étaient abonnés au service téléphonique sans fil seulement (21,3). Le nombre de ménages abonnés au filaire seulement et au sans-fil seulement diminue à mesure que le revenu ménager augmente, puisque ces ménages tendent à être abonnés aux deux services, filaire et sans fil.

Tableau 2.2.2 Taux provinciaux de pénétration téléphonique – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages, 2011

Province	Services filaires	Services sans fil	Services filaires et/ou sans fil	Filaire seulement	Sans-fil seulement
Colombie-Britannique	82,1	83,6	98,8	15,2	16,7
Alberta	82,0	88,5	99,9	11,4	17,9
Saskatchewan	85,7	82,4	99,9	17,5	14,2
Manitoba	85,4	79,2	99,7	20,5	14,3
Ontario	87,6	81,3	99,4	18,1	11,8
Québec	88,5	70,4	99,3	28,9	10,8
Nouveau- Brunswick	87,9	75,3	98,6	23,3	10,7
Nouvelle-Écosse	89,4	77,7	99,3	21,6	9,9
Île-du-Prince-Édouard	86,5	77,8	99,7	21,9	13,2
Terre-Neuve-et-Labrador	93,1	79,5	99,4	19,9	6,3
Canada	86,5	79,4	99,3	19,9	12,8

• Les résultats de 2012 ne sont pas disponibles.
 Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Tableau 2.2.3 Taux de pénétration téléphonique au Canada – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages

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

• Les résultats de 2012 ne sont pas disponibles.
 Sources : Statistique Canada Abordabilité (2002-2007), Enquête sur le service téléphonique résidentiel (2008-2011)

Tableau 2.2.4 Taux de pénétration téléphonique au Canada, par quintile de revenus – abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages

Quintile de revenus/an		Services filaires	Services sans fil	Services filaires et/ou sans fil	Filaire seulement	Sans-fil seulement
Premier	2010	82,2	54,9	97,3	42,4	15,1
	2011	76,0	57,3	97,3	40,0	21,3
	<i>Croissance (%)</i>	-7,5	4,4	0,0	-5,7	41,1
Deuxième	2010	85,7	71,1	99,7	28,6	14,0
	2011	86,0	72,3	99,8	27,5	13,8
	<i>Croissance (%)</i>	0,4	1,7	0,1	-3,8	-1,4
Troisième	2010	89,3	82,0	99,8	17,8	10,5
	2011	85,1	85,3	99,7	14,4	14,6
	<i>Croissance (%)</i>	-4,7	4,0	-0,1	-19,1	39,0
Quatrième	2010	93,1	89,7	99,9	10,2	6,8
	2011	91,3	89,8	99,9	10,1	8,6
	<i>Croissance (%)</i>	-1,9	0,1	0,0	-1,0	26,5
Cinquième	2010	95,3	93,5	100,0	6,5	4,7
	2011	94,1	92,0	100,0	8,0	5,9
	<i>Croissance (%)</i>	-1,3	-1,6	0,0	23,1	25,5
Tous les ménages	2010	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2
	2011	86,5	79,4	99,3	19,1	12,8
	<i>Croissance (%)</i>	-2,9	1,5	0,0	-5,7	25,5

- Les limites supérieures du premier quintile au quatrième quintile sont les suivantes :
 - 2010 : 27 000 \$, 47 000 \$, 71 000 \$ et 110 000 \$;
 - 2011 : 28 000 \$, 48 000 \$, 74 000 \$ et 112 000 \$.
- Les résultats de 2012 ne sont pas disponibles.

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

c) **Prix des services de communication résidentiels**

Le prix des services de communication a augmenté de façon générale en 2012. Les prix des ensembles de services téléphoniques, des ensembles de services par câble, par satellite et de télévision IP ainsi que des ensembles de services d'accès Internet ont dépassé le taux d'inflation, comme mesuré par la variation dans l'indice des prix à la consommation (IPC). En 2012, l'inflation a augmenté de 1,5 %, tandis que le prix d'un ensemble de services téléphoniques a connu une hausse de 2,0 %, celui d'un ensemble de services par câble, par satellite et de télévision IP de 5 %, et celui d'un ensemble de services d'accès Internet de 4,3 %.

Depuis 2005, toutefois, l'augmentation moyenne annuelle des prix des services téléphoniques et des services Internet a été inférieure à celle de

Qu'est-ce qu'un ensemble?

Ensemble de services téléphoniques

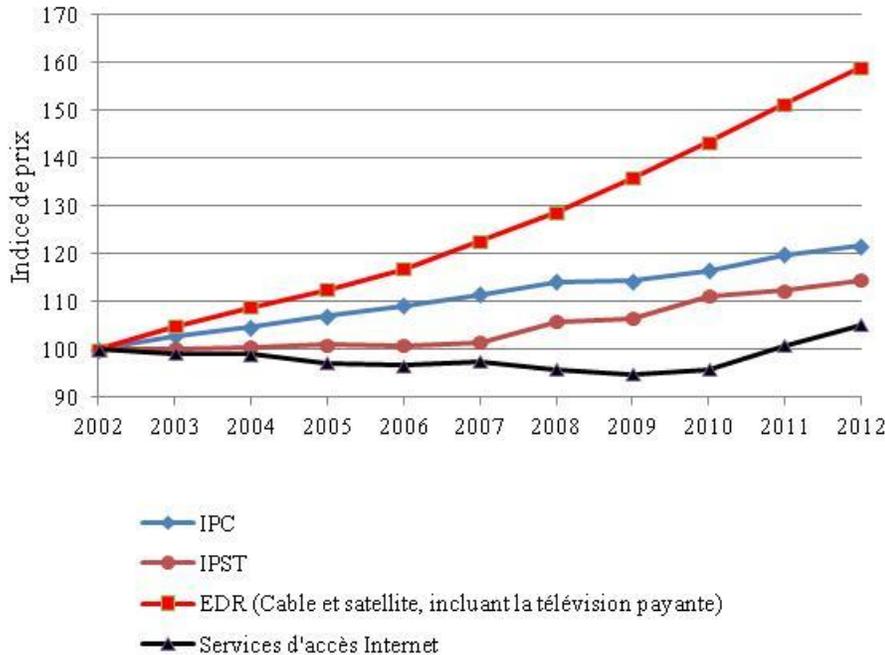
L'indice des prix du service téléphonique (IPST) reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services téléphoniques. Cet ensemble reflète une moyenne pondérée des dépenses des consommateurs à l'égard des services locaux de base, d'autres services locaux (options, fonctions,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

Ensemble de services par câble, de services par satellite et de services de télévision IP

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

l'inflation. Au cours de cette période, les augmentations moyennes annuelles des prix des services téléphoniques et des services Internet ont été de 1,8 % et 1,2 %, respectivement, comparativement à l'augmentation de 1,8 % de l'inflation. L'augmentation moyenne annuelle du prix des services traditionnels de distribution de vidéos a été de 5,1 %.

Graphique 2.2.2 Indices des prix [IPST, EDR (câble et satellite incluant la télévision payante), services d'accès Internet et IPC]



Source : Statistique Canada

d) Prix des services téléphoniques filaires résidentiels locaux de base

En 2005, dans les grands centres canadiens, le prix moyen mensuel des services téléphoniques locaux de base, qui comprennent le service de tonalité de composition, le service Touch-Tone, le service 9-1-1, le service de relais téléphonique et l'accès aux services interurbains, était de 22,90 \$. Le prix variait de 19,71 \$ (le plus bas) à Regina à 25,90 \$ à Vancouver (le plus élevé).

En 2012, dans les grands centres canadiens, le prix moyen mensuel du service local de base était de 28,25 \$. Le prix variait de 24,34 \$ à Regina (le plus bas) à 32,04 \$ à Victoria (le plus élevé). Depuis 2005, l'augmentation moyenne annuelle des prix des services téléphoniques locaux de base a été de 2,9 %. Lorsque le service était regroupé en forfait avec les services Internet, EDR ou sans fil, les consommateurs ont pu obtenir, en moyenne, un rabais additionnel de 4 \$. Toutefois, dans un certain nombre de cas, les consommateurs devaient élargir leur service local de base pour inclure des caractéristiques supplémentaires,

Les grands centres

Les grands centres sont Vancouver, Victoria, Calgary, Edmonton, Saskatoon, Regina, Winnipeg, Toronto, Ottawa-Gatineau, London, Kitchener-Waterloo, St. Catharines-Niagara, Windsor, Oshawa, Montréal, Québec, Fredericton, Halifax, Charlottetown et St. John's.

Ces centres représentent 59 % des lignes résidentielles locales du Canada.

comme la messagerie vocale, l’affichage des appels, etc., pour que le service soit admissible au regroupement en forfait. Le coût additionnel de ces caractéristiques augmente le prix du service d’environ 3 \$ à 10 \$. Seul un petit nombre de concurrents offraient le service local de base. En général, ceux-ci incluaient des caractéristiques comme l’affichage des appels ou la messagerie vocale avec leur offre de service local. En 2012, environ 10 millions d’abonnements résidentiels comportaient des services groupés.

Tableau 2.2.5 Prix des services téléphoniques résidentiels locaux dans les grands centres (\$/mois)

Province	Grand centre	Services locaux de base (2005)	Services locaux de base (2012)	Variation annuelle (2005-2012)
Colombie-Britannique	Vancouver	25,90	31,22	2,7 %
	Victoria	24,10	32,04	4,2 %
Alberta	Calgary	24,00	31,51	4,0 %
	Edmonton	24,00	31,16	3,8 %
Saskatchewan	Saskatoon	19,71	25,69	3,9 %
	Regina	19,71	24,34	3,1 %
Manitoba	Winnipeg	25,43	31,18	3,0 %
Ontario	Toronto	22,97	28,67	3,2 %
	Ottawa-Gatineau	22,97	27,62	2,7 %
	Hamilton	22,17	29,03	3,9 %
	London	22,17	28,81	3,8 %
	Kitchener-Waterloo	22,17	28,70	3,8 %
	St. Catharines-Niagara	22,17	29,15	4,0 %
	Windsor	22,17	28,95	3,9 %
	Oshawa	22,17	28,97	3,9 %
Québec	Montréal	22,97	24,99	1,2 %
	Québec	22,17	24,63	1,5 %
Nouveau-Brunswick	Fredericton	22,30	26,28	2,4 %
Nouvelle-Écosse	Halifax	25,19	25,38	0,1 %
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	24,75	25,71	0,5 %
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John’s	21,65	26,06	2,7 %
National	Grands centres	22,90	28,25	2,9 %

Sources : Données recueillies par le CRTC et tarifs des entreprises.

Tableau 2.2.6 Nombre d’abonnements comprenant des services groupés (millions)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Nombre d’abonnements comprenant des forfaits	5,8	7,5	8,8	9,4	10	16,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	15,1 %	30,4 %	17,1 %	6,4 %	6,3 %	

• Service local groupé avec une distribution Internet, sans fil et vidéo.
Source : Données recueillies par le CRTC

Les consommateurs qui ont comparé les prix des services téléphoniques locaux ont pu réaliser des économies plus importantes. En général, les entreprises utilisant la technologie voix sur IP offraient le service local aux prix de 2005 ou moins.

e) Prix des services téléphoniques sans fil

Selon une étude commandée par le CRTC et Industrie Canada et réalisée par Wall Communications Inc., le prix moyen du service sans fil à Vancouver, Toronto et Montréal a diminué de façon générale en 2012 d'entre 3 % et 10 %. Les prix des nouveaux fournisseurs de services étaient plus bas pour le même ensemble de services sans fil que ceux des fournisseurs de services établis. Toutefois, la différence de prix entre ces deux groupes de fournisseurs de services a diminué. Les fournisseurs de services établis ont diminué leurs prix de façon générale en 2012, tandis que les nouveaux fournisseurs de services ont augmenté leurs prix ou ont moins réduit leurs prix que les fournisseurs de services établis. Les fournisseurs de services établis, en tant que groupe, ont réduit leurs prix de façon générale d'entre 4 % et 10 %, tandis que les nouveaux fournisseurs de services ont réduit leurs prix de jusqu'à 10 % ou les ont augmenté de jusqu'à 7 %, selon la ville desservie et le service offert.

**Tableau 2.2.7 Tarifs mensuels des services sans fil canadiens des titulaires
c. ceux des nouveaux fournisseurs de services (\$)**

Ensembles	Vancouver			Toronto			Montréal			Moyenne		
	2011	2012	Variation	2011	2012	Variation	2011	2012	Variation	2011	2012	Variation
Ensemble de niveau 1 (faible volume d'utilisation, 150 minutes par mois)												
Titulaires	34,53	30,38	-12,0 %	34,38	32,05	-6,8 %	34,80	30,65	-11,9 %	34,57	31,03	-10,2 %
Nouveaux fournisseurs de services	24,43	22,09	-9,6 %	22,95	23,72	3,4 %	28,08	29,58	5,3 %	25,15	25,13	-0,1 %
<i>Différence (%)</i>	-29	-34		-33	-26		-19	-3		-27	-27	
Ensemble de niveau 2 (volume moyen d'utilisation, 450 minutes et 200 textos par mois [2011] et 300 textos par mois [2012])												
Titulaires	51,82	44,41	-14,3 %	51,48	44,41	-13,7 %	50,87	44,68	-12,2 %	51,39	44,5	-13,4 %
Nouveaux fournisseurs de services	35,55	38,10	7,2 %	38,37	37,07	-3,4 %	44,68	40,18	-10,1 %	39,53	38,45	-2,7 %
<i>Différence (%)</i>		-14		-25	-17		-12	-10		-23	-14	
Ensemble de niveau 3 (grand volume d'utilisation, 1 200 minutes, 200 textos [2011], 300 textos [2012] et 1 Go de données par mois)												
Titulaires	98,82	95,03	-3,8 %	98,82	94,36	-4,5 %	99,22	94,63	-4,6 %	98,95	94,67	-4,3 %
Nouveaux fournisseurs de services	55,20	53,30	-3,4 %	56,80	50,53	-11,0 %	75,45	69,95	-7,3 %	62,48	57,93	-7,3 %
<i>Différence (%)</i>	-44	-44		-43	-46		-24	-26		-37	-39	

Source : Étude comparative des prix réalisée pour le CRTC en 2012 et 2013 par Wall Communications Inc.; voir l'annexe 4 pour un résumé des hypothèses et de la méthode employées.

f) Dépenses des consommateurs en services de communication

Les dépenses en services de communication des Canadiens sont passées de 182 \$ par mois par ménage en 2011 à 185 \$ en 2012, une augmentation de 2,5 %. L'augmentation découlait en grande partie des dépenses plus importantes en services sans fil et Internet, qui ont augmenté de 10,7 % et 3,4 %, respectivement. Cela est en grande partie attribuable à la consommation accrue de données sans fil et à la demande plus importante de vitesses plus élevées d'Internet à large bande.

Toutefois, les Canadiens ont réduit leurs dépenses en services téléphoniques filaires de 37,66 \$ par mois par ménage à 34,86 \$, soit une réduction de 7,1 %.

Les consommateurs réduisent leur consommation de services téléphoniques filaires. Les facteurs contributifs comprennent notamment, mais non exclusivement, l'adoption des services sans fil et l'élimination de leur second service téléphonique filaire. En 2012, chaque ménage disposait, en moyenne, de deux abonnements au service sans fil.

En 2012, les ménages canadiens tendaient à dépenser moins pour les services Internet, qui représentaient 16,7 % de leurs dépenses en services de communication, comparativement à 36,4 % en services sans fil. Les ménages du quintile inférieur tendaient à attribuer la majeure partie de leurs dépenses en communication aux services par câble et aux services de distribution par SRD (35,54 \$ par mois par ménage) suivis par les services sans fil (32,92 \$), tandis que ceux du quintile supérieur préféraient les services de téléphonie cellulaire (107,08 \$) suivis par les services par le câble et les services de distribution par SRD (70,00 \$).

Que comprennent les dépenses en services de communication?

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

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

Tableau 2.2.8 Dépenses des ménages en communications comme pourcentage du revenu annuel, par quintile, 2011

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

Sources : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Tableau 2.2.9 Dépenses mensuelles des ménages en communications, par service et par quintile (\$/mois)

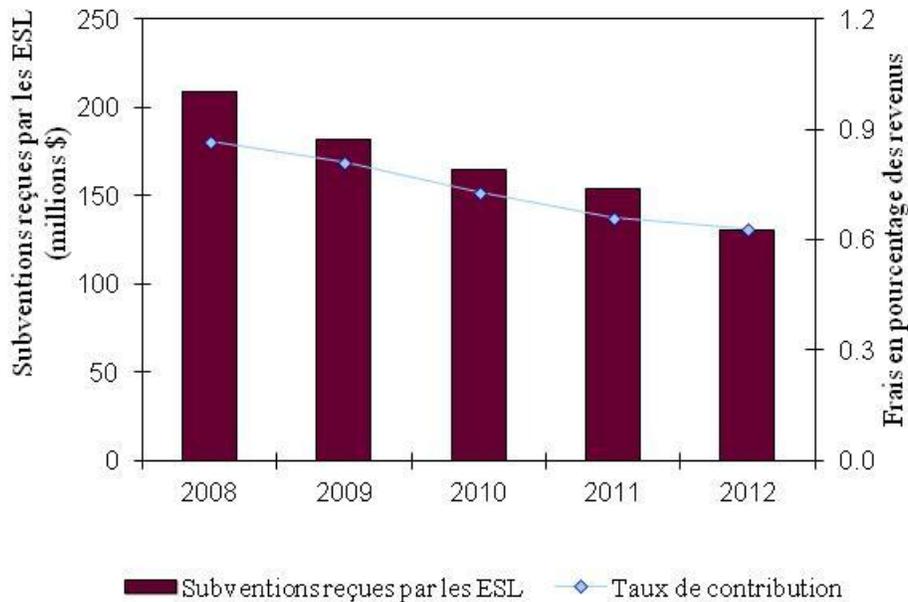
Service (\$/mois/ménage)		Quintile inférieur	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Quintile supérieur	Toutes les classes
Téléphone filaire	2011	33,91	33,51	37,01	42,56	42,39	37,66
	2012	29,06	33,05	34,28	37,18	40,73	34,86
	<i>Variation (%)</i>	<i>-14,3</i>	<i>-1,4</i>	<i>-7,4</i>	<i>-12,6</i>	<i>-3,9</i>	<i>-7,4</i>
Services sans fil	2011	31,58	43,33	58,25	73,00	98,50	60,92
	2012	32,92	48,58	67,92	80,42	107,08	67,42
	<i>Variation (%)</i>	<i>4,2</i>	<i>12,1</i>	<i>16,6</i>	<i>10,2</i>	<i>8,7</i>	<i>10,7</i>
Internet	2011	18,45	25,47	31,80	34,65	39,28	29,95
	2012	21,42	26,49	33,03	35,64	40,32	30,95
	<i>Variation (%)</i>	<i>16,1</i>	<i>4,0</i>	<i>3,9</i>	<i>2,9</i>	<i>2,6</i>	<i>3,3</i>
Câble et distribution par SRD	2011	37,99	45,76	52,09	59,35	67,11	52,42
	2012	35,55	46,93	51,79	55,95	70,00	52,02
	<i>Variation (%)</i>	<i>-6,4</i>	<i>2,6</i>	<i>-0,6</i>	<i>-5,7</i>	<i>4,3</i>	<i>-0,8</i>
Total des communications	2011	121,75	148,03	179,26	209,60	247,34	180,95
	2012	118,94	155,04	187,02	209,18	258,14	185,25
	<i>Variation (%)</i>	<i>-2,3</i>	<i>4,7</i>	<i>4,3</i>	<i>-0,2</i>	<i>4,4</i>	<i>2,4</i>

- Le service téléphonique filaire ne comprend pas l'achat et la location de matériel.
 - Les limites supérieures du premier quintile au quatrième quintile sont les suivantes :
 - 2010 : 27 000 \$, 47 000 \$, 71 000 \$ et 110 000 \$;
 - 2011 : 28 000 \$, 48 000 \$, 74 000 \$ et 112 000 \$.
- Sources : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, données recueillies par le CRTC et analyse réalisée par le personnel

g) Régime de contribution visant le secteur des télécommunications et régime de subvention

En 2012, dans le cadre des objectifs sociaux et économiques de la *Loi sur les télécommunications*, environ 10 % des lignes téléphoniques résidentielles dans les zones de desserte à coût élevé ont été subventionnées. Les FST ont contribué à l'atteinte des objectifs du service de base à hauteur de 132 millions de dollars.

Graphique 2.2.3 Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus



Sources : Données recueillies par le CRTC et décisions du CRTC.

2.3 Protéger

Plaintes

Les plaintes et communications des consommateurs sont l'un des facteurs pris en considération lorsque vient le temps d'évaluer dans quelle mesure les cadres réglementaires sont efficaces. Le CRTC a mis en place des mesures afin de traiter une variété de plaintes.

Tableau 2.3.1 Nombre de communications provenant du public

	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13
Demandes de renseignements en radiodiffusion ¹	7 131	5 747	6 261	5 829	6 358
Plaintes en radiodiffusion ¹	11 851	12 740	10 813	12 419	11 507
Plaintes en télécommunications ²	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	13 433

1. Pour une période de 12 mois : du 1^{er} avril au 31 mars

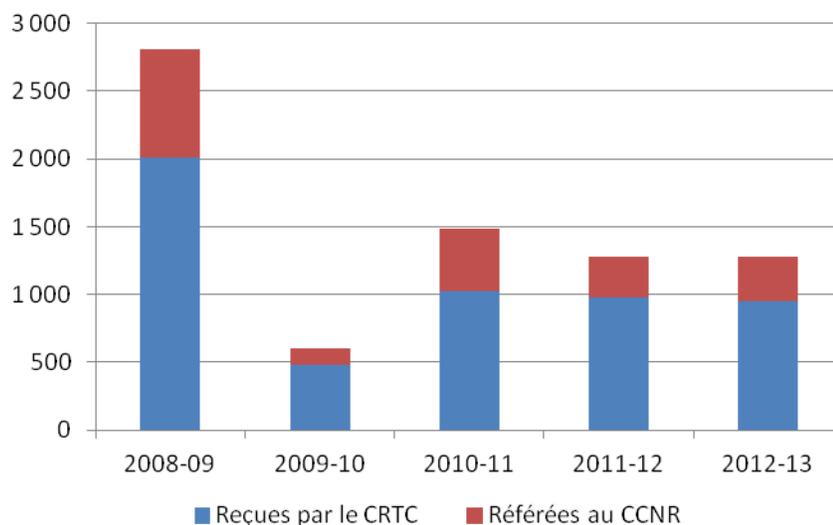
2. Pour une période de 12 mois : du 1^{er} janvier au 31 décembre

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.)

a) Programmation de grande qualité

Le Conseil traite les plaintes en matière de programmation reliées aux radiodiffuseurs publics et communautaires, ainsi que les organismes qui ne sont pas membres du CCNR, et les enjeux qui ne sont pas englobés par les codes qu'administre le CCNR. De toutes les plaintes reçues par le Conseil, environ 35 % ont été référées au CCNR.

Graphique 2.3.1 Nombre de plaintes en radiodiffusion reçues et référées au CCNR



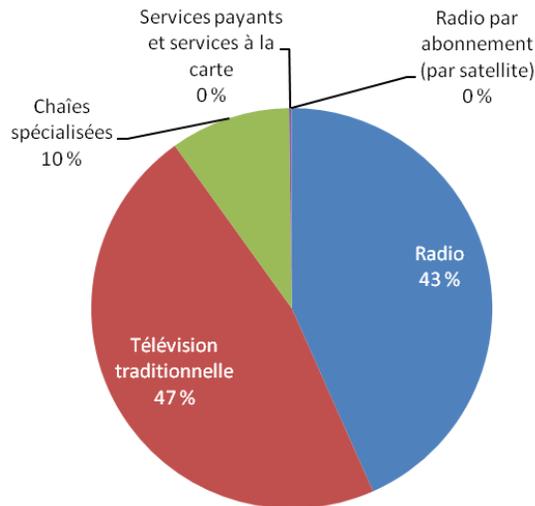
Source: Système de suivi de la correspondance du CRTC. (Le système de suivi Rapids compte plusieurs communications d'un même client au sujet de la même plainte comme des unités séparées. Le nombre réel de plaintes reçues devrait donc être légèrement moins élevé.)

Tableau 2.3.2 Plaintes en radiodiffusion par secteur, par enjeu

Secteur du marché	Type de plainte	2008-09		2009-10		2010-11		2011-12		2012-13	
		Reçues par le CRTC	Référées au CCNR	Reçues par le CRTC	Référées au CCNR	Reçues par le CRTC	Reçues par le CRTC	Référées au CCNR	Reçues par le CRTC	Référées au CCNR	Reçues par le CRTC
Radio	Propos haineux	26	10	11	-	35	5	38	3	64	32
	Contenu pour adultes	19	11	8	3	13	5	14	6	9	3
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	6	-	-	-	-	-	1	-	4	-
	Stéréotypes sexuels	1	1	-	-	-	-	5	4	1	-
	Insultes ou injures	397	308	89	30	220	100	258	95	283	135
	Langage vulgaire	40	23	24	8	296	266	22	9	50	14
Télévision traditionnelle	Propos haineux	39	5	5	1	26	-	30	2	30	6
	Contenu pour adultes	111	47	84	34	52	8	56	11	71	12
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	17	1	4	-	4	-	8	-	18	3
	Stéréotypes sexuels	5	2	-	-	2	-	9	-	5	1
	Insultes ou injures	455	61	107	6	135	22	217	43	233	62
	Langage vulgaire	51	20	34	14	41	19	29	3	32	8
	Violence à la télévision	85	24	40	9	84	14	76	14	54	8
Chaînes spécialisées	Propos haineux	10	-	2	-	-	-	1	-	5	2
	Contenu pour adultes	82	39	32	14	31	10	23	12	16	9
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	1	-	1	-	-	-	-	-	2	1
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1
	Insultes ou injures	212	202	12	2	19	5	161	87	44	23
	Langage vulgaire	32	23	7	2	13	6	7	5	11	7
	Violence à la télévision	20	14	14	5	21	5	18	10	13	3
Services payants et services à la carte	Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Contenu pour adultes	402	1	4	-	32	-	3	-	2	1
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Insultes ou injures	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Langage vulgaire	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Violence à la télévision	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Radio par abonnement (par satellite)	Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

- Pour une période de douze mois : du 1^{er} avril au 31 mars.
 - Dans lesquels la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes identifiés dans les règlements sur la télévision, la radio ou les services spécialisés.
 - 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 ».
 - 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 suivi Rapids compte plusieurs communications d'un même client au sujet de la même plainte comme des unités séparées. Le nombre réel de plaintes reçues devrait donc être légèrement moins élevé.)

Graphique 2.3.2 Pourcentage de plaintes en radiodiffusion par secteur, 2012-2013



Source: Système de suivi de la correspondance du CRTC. (Le système de suivi Rapids compte plusieurs communications d'un même client au sujet de la même plainte comme des unités séparées. Le nombre réel de plaintes reçues devrait donc être légèrement moins élevé.)

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

- Nouveau Code de déontologie de l'ACR
- Code de l'ACR concernant la violence
- Code sur la représentation équitable de l'ACR
- Code de déontologie journalistique de l'ASNRR

Qu'est-ce que le CCNR?

Le CCNR est un organisme indépendant non gouvernemental créé par l'ACR afin d'administrer les normes établies par ses membres, les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du CCNR comprennent plus de 760 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés et des réseaux de partout au Canada, de la programmation de langues française, anglaise et tierces. Plus de renseignements au sujet du CCNR sont disponibles sur le site web suivant : www.cbsc.ca.

Tableau 2.3.3 Plaintes traitées par le CCNR

	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Dossiers traités par le CCNR	1 498	1 781	2 035	8 870	2 462
Dossiers acheminés par le CRTC	979	1 045	761	496	452

Source : Rapports annuels du CCNR

NCP répond au plaintes de consommateurs et de groupes de défense d'intérêts spéciaux à l'égard de la publicité pour tous les médias assujettis au Code canadien des normes de la publicité, l'instrument principal d'autoréglementation en publicité. De plus, NCP entreprend des fonctions de préapprobation dans cinq catégories d'industries, en se basant sur les lois, règlements, codes de l'industrie ou lignes directrices applicables.

Les téléspectateurs et auditeurs peuvent demander au Conseil de considérer leurs plaintes dès leur dépôt, ou seulement lorsqu'ils se trouvent insatisfaits du processus d'autoréglementation.

Entre avril 2012 et le 31 mars 2013, le Conseil a reçu 6 358 plaintes en radiodiffusion. La plupart des plaintes (47 %) étaient reliées à la télévision traditionnelle, suivies par celles ciblant la radio (43 %).

Que sont les NCP?

Les NCP sont l'organisme national d'autoréglementation à but non-lucratif en matière de publicité.

Le Code canadien des normes de la publicité est mis à jour régulièrement afin de veiller à ce qu'il demeure actuel et contemporain tout en suivant le rythme des consommateurs et des attentes sociétales. Davantage de renseignements sur les NCP sont disponibles sur le site web suivant : www.adstandards.com/fr/

Tableau 2.3.4 Plaintes traitées par NCP

	2008	2009	2010	2011	2012
Plaintes reçues par les NCP	1 119	1 228	1 200	1 809	1 310
Plaintes portant sur des annonces à la télévision	528	546	526	686	559
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>	47 %	44 %	44 %	38 %	43 %
Plaintes portant sur des annonces à la radio	56	64	67	85	55
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>	5 %	5 %	5 %	5 %	4 %
Plaintes portant sur des annonces en ligne	na	na	na	na	280
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>					21%

Source : Rapports de plaintes sur la publicité

b) Intensité sonore des messages publicitaires à la télévision

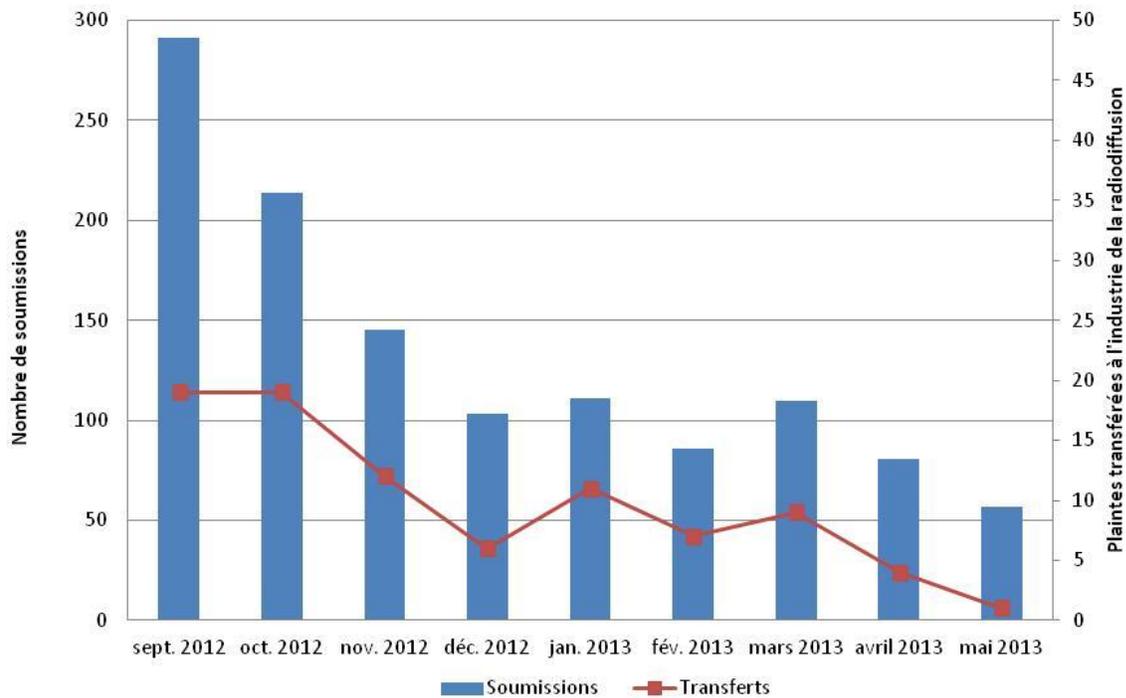
Avant 2011, des milliers de Canadiens ont fait part de leur frustration à l'égard de l'intensité sonore des messages publicitaires à la télévision et ont demandé au CRTC d'insister pour que l'industrie de la radiodiffusion résolve ce problème. En réponse à ces préoccupations, le CRTC a exigé des radiodiffuseurs et des distributeurs de télévision canadiens (c.-à-d. des fournisseurs par câble, satellite ou IPTV) de se conformer à une nouvelle norme technique visant à assurer que les messages publicitaires soient diffusés à une intensité sonore semblable à celle de la programmation régulière. Un nouveau règlement est entré en vigueur le 1^{er} septembre 2012.

Les radiodiffuseurs canadiens sont maintenant responsables de faire en sorte que l'intensité sonore de leur programmation est conforme aux nouvelles normes techniques. Pour leur part, les distributeurs ne doivent pas modifier l'intensité sonore de la programmation de tous les services étrangers, y compris de canaux en provenance des États-Unis.

Où peut-on consulter les nouvelles normes en matière d'intensité sonore ?

Elles peuvent être consultées dans le document intitulé *Pratique recommandée par l'ATSC : Techniques d'établissement et de maintien de l'intensité sonore pour la télévision numérique*. L'ATSC est l'organisme international qui établit les normes techniques utilisées par les télédiffuseurs de l'Amérique du Nord pour la télévision numérique. On peut les consulter à l'adresse suivante : <http://atsc.org/cms/standards/A85 - French final.doc>

Graphique 2.3.3 Nombre de soumissions concernant l'intensité sonore reçues par le CRTC



Source: CRTC

Depuis la mise en place du nouveau règlement en septembre 2012, la quantité de plaintes mensuelles reçues par le Conseil a diminué de 291 plaintes en septembre 2012 à 57 plaintes en mai 2013. Plusieurs de ces soumissions provenaient de Canadiens qui avaient fourni assez de renseignements pour que le Conseil et l'industrie puissent se pencher sur leur plainte. Le Conseil a exigé de l'industrie qu'elle enquête sur 88 cas possibles de non-conformité. Il a jugé 28 de ces cas comme étant des cas de non-conformité. Bien que ce processus ait identifié certaines situations de non-conformité, la plupart de ces enquêtes ont déterminé que les messages publicitaires étaient en fait conformes au règlement. Ceci met en évidence le fait que la perception de l'intensité sonore se fonde sur plusieurs facteurs, dont la nature de la programmation, et que les Canadiens peuvent percevoir un message publicitaire comme étant d'une intensité sonore supérieure que la programmation régulière même si les deux sont diffusés à une intensité sonore similaire.

Le Conseil a exigé des télédiffuseurs et des EDR qu'ils déposent un rapport confirmant qu'ils ont pris les mesures nécessaires au contrôle de l'intensité sonore des messages publicitaires à compter du 1^{er} septembre 2012. La majorité des télédiffuseurs et des EDR ont démontré, par l'intermédiaire de rapports de conformité soumis par l'industrie, qu'ils ont installé de l'équipement servant à contrôler et surveiller l'intensité sonore de la programmation, ont changé les procédures internes et fourni de la formation à leur personnel. Ils ont également mis en place d'autres mesures contractuelles et de contrôle de la qualité dans le but d'assurer la conformité de leur programmation. Les distributeurs en télévision ont également mis en place des modifications d'ordre procédurale et formé leur personnel pour veiller à ce que l'intensité

sonore de la programmation provenant de télédiffuseurs canadiens n'est pas modifiée lorsqu'elle passe par leurs réseaux.

Les enjeux relatifs à la conformité étaient généralement reliés à de la programmation provenant de l'étranger, aux disponibilités locales et à des enjeux survenus tôt lors de la mise en œuvre. Les parties en non-conformité ont répondu en améliorant les processus, en installant de l'équipement et en faisant l'acquisition de contenu conforme. Le Conseil continuera, comme il l'a déjà fait, à prendre des mesures à l'égard de sociétés en non-conformité afin d'assurer la pleine conformité de l'industrie quant au règlement et afin de veiller à ce que les étapes nécessaires afin d'éviter toute non-conformité future soient accomplies.

c) *Plaintes en télécommunications*

Le Conseil et le CPRST reçoivent 25,4 milliers de plaintes reliées aux services de télécommunications. De celles-ci, 52 % ont été traitées par le Conseil et 48 % par le CPRST. Les plaintes au sujet de services sans fil ont été les plus communes (39 %), suivies de plaintes au sujet du télémarketing (20 %) et d'Internet (13 %).

Qu'est-ce que le CPRST?

Le CPRST est un organisme indépendant dévoué à travailler avec les consommateurs et les FST afin de résoudre les plaintes reliées aux services de télécommunications.

Le CPRST est responsable des plaintes reliées aux services dont les tarifs ne sont plus approuvés par le Conseil.

Les enjeux sous-jacents de ces plaintes étaient des erreurs de facturation (42 %), des différends reliés à des contrats ou modalités (16 %) et la fourniture de service (12 %).

Tableau 2.3.5 **Plaintes en télécommunications reçues par le CRTC, 2012-2013**

	CRTC	Facturation	Qualité du service	Fourniture du service	Modalités de service	Total	Plaintes par 10 000 abonnés* ou SAR résidentiels
Télémarketing	4 944	-	-	-	-	4 944	4,2
Compagnies de téléphone titulaires	273	1 722	480	244	189	2 908	4,2
Sans fil	334	1 813	197	145	273	2 762	1,0*
Internet	199	320	254	204	74	1 051	1,0*
Télécommunications	311	326	48	59	26	770	0,6
Fournisseurs concurrents d'échange local	37	265	117	80	48	547	1,1
Autres fournisseurs de services interurbains	13	168	18	15	24	238	0,2
VoIP	23	102	27	37	24	213	0,2
Total	6 134	4 716	1 141	784	658	13 433	s.o.

Source : CRTC

Tableau 2.3.6 Résumé des enjeux soulevés dans les plaintes en télécommunications traitées par le CPRST, 2011-2012

	Erreur de facturation	Différend contractuelle	Fourniture de service ¹	Gestion du crédit	Total
Services sans fil	3 928	2 162	942	189	7 221
Échange local et VoIP	873	523	606	43	2 045
Accès Internet	945	526	651	38	2 160
Interurbain	342	81	126	10	559
Assistance-annuaire	1	–	–	–	1
Annuaire - Pages blanches	–	–	–	–	–
Services d'opérateur	–	–	–	–	–
Total	6 089	3 292	2 325	280	11 986

1. Comprend l'installation, les réparations et l'entretien
Source : Rapports annuels du CPRST

d) LNNTÉ - Télémarketing

Depuis 2008, les Canadiens sont en mesure d'inscrire leurs numéros de téléphone sur la LNNTÉ gratuitement afin de réduire le nombre d'appels et de transmissions par facsimilé de télémarketing non-sollicités qu'ils reçoivent. La LNNTÉ est une partie essentielle des Règles du Conseil sur les télécommunications non sollicitées. Ces règles comprennent les Règles de télémarketing, les Règles de la LNNTÉ et les règles sur les Compositeurs-messagers automatiques (les Règles). Les télévendeurs et les organismes qui retiennent leurs services sont tenus de se familiariser avec ces Règles et de les suivre.

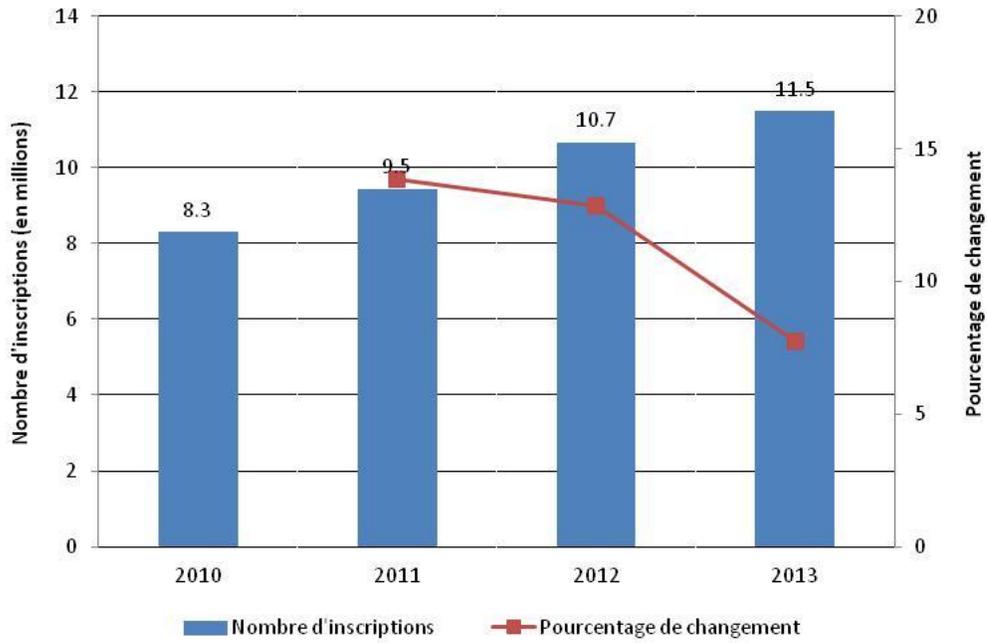
Pour la période du 1^{er} avril 2012 au 31 mars 2013, le CRTC a imposé des pénalités d'ordre pécuniaire ou d'autres paiements pour les contraventions aux Règles, totalisant 0,4 millions de dollars. À ce jour, depuis leur création, les pénalités d'ordre pécuniaire imposées et les autres paiements totalisent 4,5 millions de dollars.

Tableau 2.3.7 Statistiques clé de la LNNTÉ

	2011	2012	2013
Nombre d'inscriptions (en millions)	9,5	10,7	11,5
<i>Pourcentage de changement</i>	13,9 %	12,9 %	7,7 %
Accès des télévendeurs	8 478	9 396	10 228
<i>Pourcentage de changement</i>	S/O	10,8 %	8,9 %
Nombre de plaintes (en milliers)	S/O	133,7	148,8
<i>Pourcentage de changement</i>		S/O	11,3 %
Nombre de plaintes (par 1 000 inscriptions)	S/O	12,5	12,9
<i>Pourcentage de changement</i>		S/O	3,3%

• Pour la période de 12 mois se terminant le 31 mars
Source : CRTC

Graphique 2.3.4 Nombre d'inscriptions sur la LNNTÉ



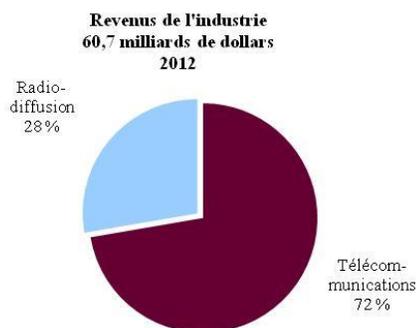
Source : CRTC

3.0 L'industrie des services de communications

3.1 Survol

La présente section examine globalement l'industrie des services de radiodiffusion et de télécommunications (l'industrie canadienne des services de communications).

Elle présente la performance financière d'entités canadiennes des communications ainsi que bon nombre d'indicateurs financiers, comme les revenus sur une période de cinq ans. Quelques-unes des caractéristiques de l'industrie telles que la propriété, ainsi que la mesure dans laquelle les acteurs de l'industrie offrent des services de communications au-delà de leur services principaux traditionnels sont également examinées. 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 2012, leurs revenus représentaient respectivement 50 % et 32 % du total des revenus des communications. Le rendement financier des secteurs particuliers au sein de la radiodiffusion et des télécommunications est exposé dans les sections 4 et 5.



Aperçu de l'industrie des services de communications

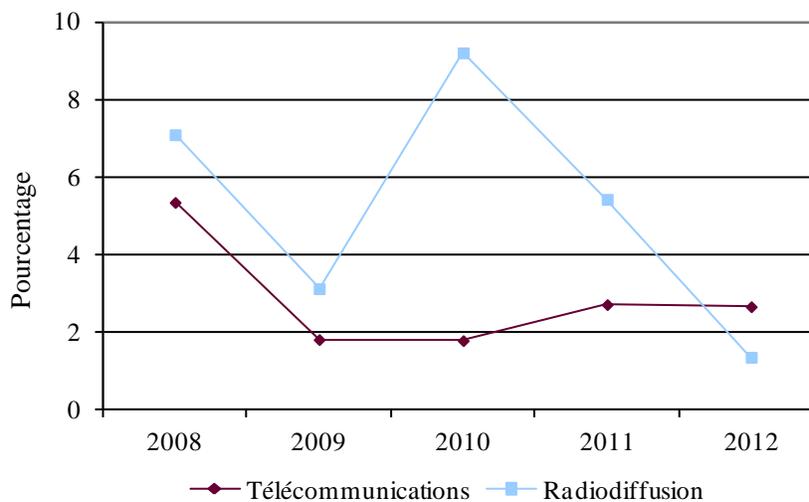
(en milliards \$)	2011	2012	% Croissance
Revenus des communications	59,4 #	60,7	2,3
Radiodiffusion	16,6	16,8	1,3
Radio	1,6	1,6	0,4
Télévision	6,4	6,5	1,9
EDR	8,6	8,7	1,1
Télécommunications	42,8 #	43,9	2,7
Revenus de communications par type de fournisseur			
FST titulaires	29,8 #	30,3	1,7
Câblodistributeurs	19,2	19,6	2,2
Autres	10,4	10,8	4,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques - Survol de la situation financière
a) Revenus de l'industrie
Tableau 3.1.1 Revenus de communications (milliards \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Télécommunications						
Filaire	24,2	24,0	23,7	23,7 #	23,5	-0,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,2	-0,5	-1,6	0,0	-0,5	
Sans fil	16,0	16,9	18,0	19,1	20,4	6,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,4	5,3	6,6	6,2	6,5	
Sous-total	40,2	40,9	41,7	42,8	43,9	2,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,3	1,8	1,8	2,7	2,7	
Radiodiffusion						
Radio AM et FM	1,6	1,5	1,6	1,6	1,6	0,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,1	-5,4	2,9	3,9	0,4	
Télévision	5,5	5,5	6,1	6,4	6,5	4,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,3	0,1	10,6	5,4	1,9	
EDR	6,9	7,4	8,1	8,6	8,7	5,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,7	7,6	9,3	5,8	1,1	
Sous-total	14,0	14,4	15,8	16,6	16,8	4,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,1	3,2	9,1	5,4	1,4	
Total des revenus	54,2	55,4	57,4	59,4	60,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,8	2,2	3,7	3,5	2,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

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


Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009-2011
FST titulaires					
Télécommunications	27,2	27,2	27,7 #	28,0	0,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	0,0	1,9	1,0	
EDR	1,7	1,9	2,1	2,4	12,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,1	14,2	12,6	10,3	
Sous total	28,8	29,1	29,8	30,3	1,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,6	0,8	2,6	1,7	
Compagnies de téléphone de services publics et autres FST	0,7	0,7	0,8	1,1	16,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	23,5	-1,4	19,1	35,2	
Revendeurs	1,6	1,5	1,5	1,5	-1,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-14,4	-3,8	-0,7	1,2	
Câblodistributeurs					
Télécommunications	11,4	12,2	12,7	13,3	5,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,8	7,1	4,1	4,2	
EDR	5,8 #	6,2 #	6,5 #	6,3	3,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,9	7,9	3,7	-1,9	
Sous total	17,2	18,5	19,2	19,6	4,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,5	7,3	3,9	2,2	
Radiodiffusion – Autres entités	7,0 #	7,6 #	8,0 #	8,1	5,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	9,0	5,1	1,6	
Total des revenus	55,4	57,4	59,4	60,7	3,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,1	3,7	3,4	2,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

b) Caractéristiques de l'industrie
Tableau 3.1.3 Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications

Année	Pourcentage des revenus des entités de radiodiffusion traditionnelles tiré des services de télécommunications	Pourcentage des revenus des entités de télécommunications traditionnelles tiré des services de radiodiffusion
2012	67,7	7,8
2011	66,3	7,2
2010	66,2	6,5
2009	66,4	5,8
2008	66,1	5,3
2007	64,7	4,7

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

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 3.1.4 Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications engendrés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs

Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et exploitées dans ces secteurs			% des revenus de radiodiffusion et de télécommunications générés dans ces secteurs		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
11	3	3	3	63	62	61
10	0	0	0	0	0	0
9	1	1	1	4	5	5
8	3	4	5	21	23	24
7	2	1	1	3	1	1
6	4	6	3	0	0	0
5	12	11	14	0	0	0
4	24	22	24	3	3	3
3	27	35	39	1	1	2
2	42	44	36	2	2	2
1	218	217	233	2	2	3

• Autres entreprises rapportées en 2012.

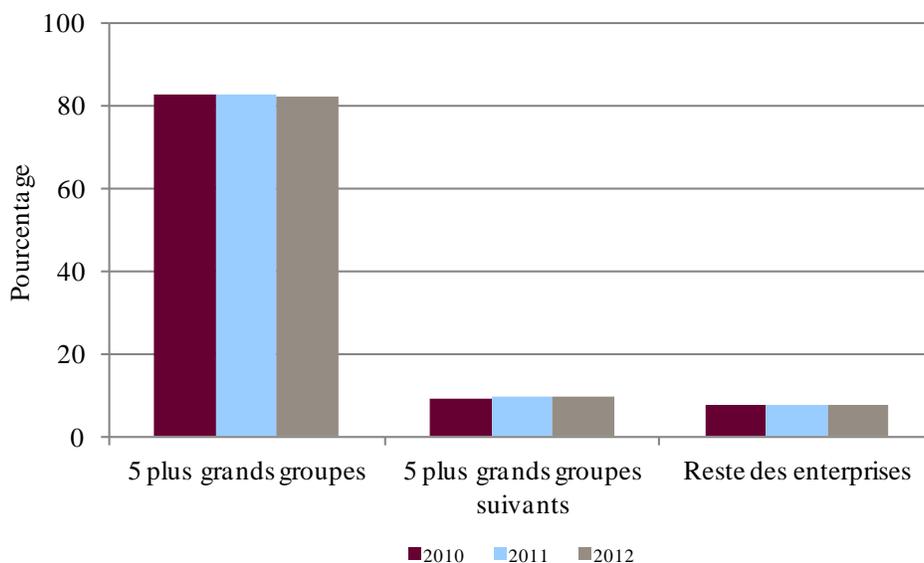
• Le nombre de secteurs comprend : 5 secteurs de radiodiffusion (marchés de radio, télévision, EDR, spécialisés, ainsi que VSD, payants et TVC) et 6 secteurs de télécommunications (locaux et d'accès, interurbains, Internet, données, liaison spécialisée, et sans-fil).

• Les données de 2010 ont été réajustées pour refléter les joueurs de l'industrie en date du premier trimestre de 2011.

• Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

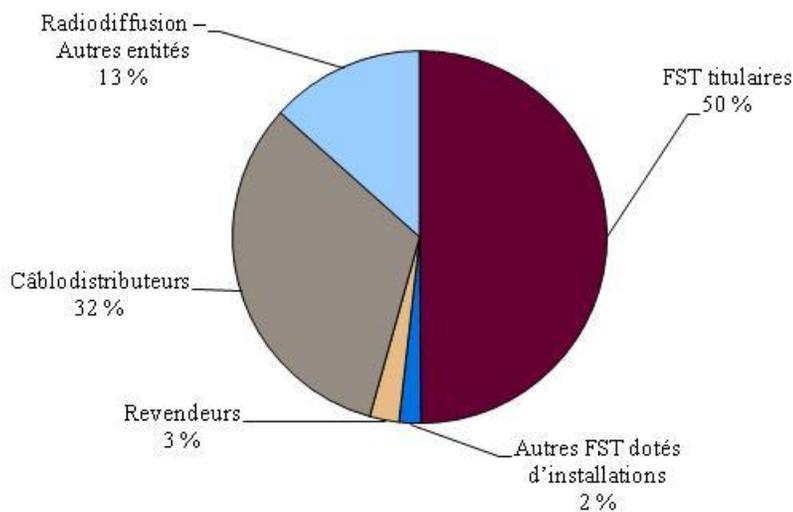
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.2 Revenus de radiodiffusion et de télécommunications pour les cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises



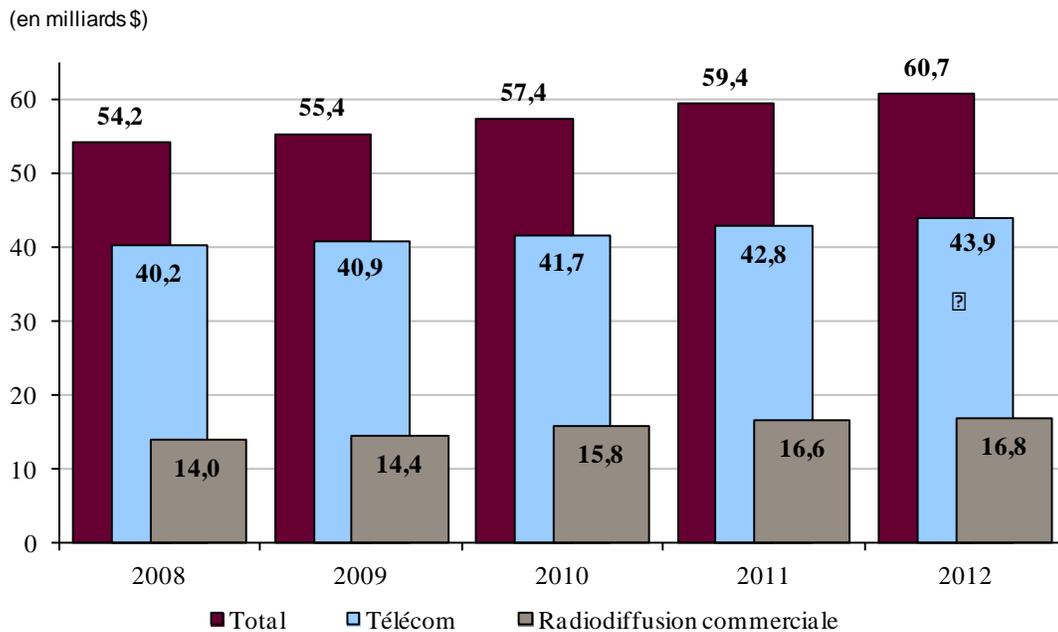
- Les revenus des plus grandes compagnies comprennent les revenus de leurs affiliées.
 - Les sociétés mères comprennent leurs filiales.
 - Les 5 plus grands groupes sont : Bell Canada, Québecor, Rogers, Shaw et STC.
 - Les 5 plus grands groupes suivants sont : Astral, Bragg, Cogeco, MTS et SaskTel.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.3 Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications, par type de fournisseur, 2012



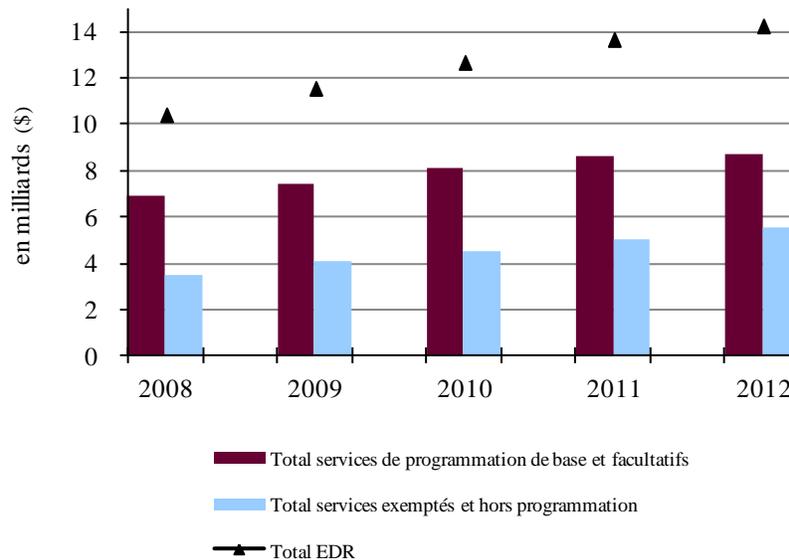
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.4 Revenus de la radiodiffusion commerciale et des télécommunications (services exemptés et hors programmation exclus)



Source : Données recueillies par le CRTC

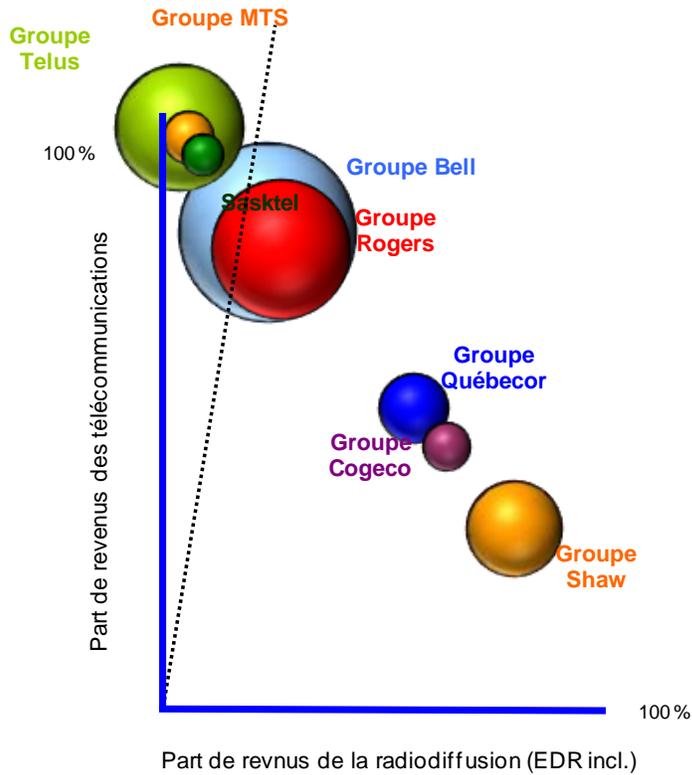
Graphique 3.1.5 Revenus des EDR par type de service



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.6 Composition des revenus de radiodiffusion et de télécommunications de certaines grandes entreprises canadiennes

Les bulles représentent le total des revenus estimés pour les télécommunications et la radiodiffusion en 2011.

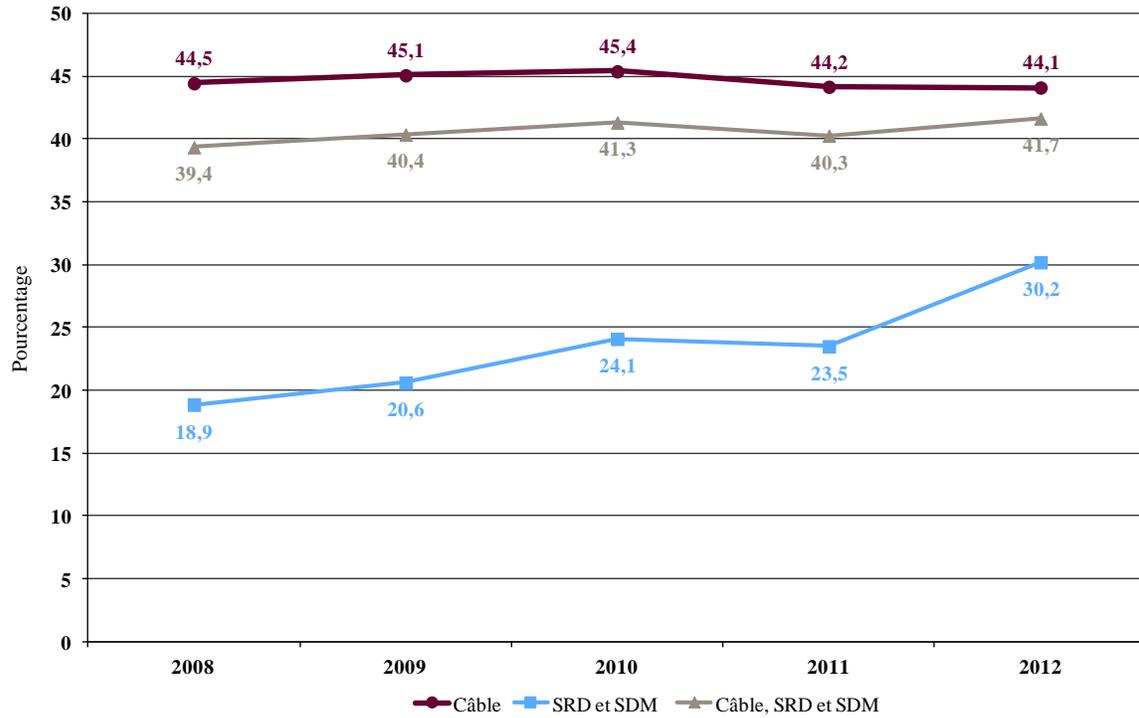


Source : Données recueillies par le CRTC

Le présent diagramme comprend de grandes entreprises qui offrent à la fois des services de radiodiffusion et de télécommunications. La taille des cercles reflète les revenus globaux de 2012 liés aux communications canadiennes. La proximité des cercles par rapport aux axes indique la mesure dans laquelle les revenus des compagnies proviennent de la radiodiffusion et des télécommunications.

c) *Performance financière*

Graphique 3.1.7 Marges des BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)



Source : Données recueillies par le CRTC

4.0 Système de radiodiffusion

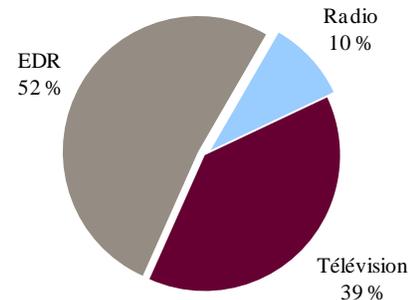
4.1 Radiodiffusion – Examen de la situation financière

Survol

En 2012, le système canadien de radiodiffusion était dominé par 5 grandes compagnies qui, avec leurs affiliées, comptaient pour plus de 81 % des 16,8 milliards \$ de revenus canadiens de radiodiffusion. La grande majorité du reste des entités étaient plus petites, totalisant des revenus annuels combinés de moins de 3,2 milliards \$.

En 2012, les compagnies exploitées dans les cinq secteurs du système de radiodiffusion (soit la radio, la télévision, les EDR, le marché spécialisé et le marché de la VSD, de la TVC et de la télévision payante) comptaient pour environ 66 % des revenus canadiens de radiodiffusion. Les compagnies exploitées dans un secteur de marché seulement comptaient pour 7 % des revenus.

**Revenus de la radiodiffusion
16,8 milliards de dollars
2012**



Qui sont les 5 grandes compagnies ?

Les 5 grandes compagnies sont Astral, Bell, Québecor, Rogers et Shaw.

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

Aperçu du secteur de la radiodiffusion

		2011	2012	% Croissance
Revenus (millions \$)	Radiodiffusion	16 605	16 829	1,4 %
	Radio	1 613	1 620	0,4 %
	Télévision	6 392 #	6 514	1,9 %
	EDR ^{1,2}	8 600 #	8 696	1,1 %
BAII (millions \$)	Radio	312	323	3,7 %
	Télévision	1 086	939	-13,5 %
BAIIDA (millions \$)	EDR ^{1,2}	1 927	2 005	4,1 %

1. 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.

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

Source : Données recueillies par le CRTC

Information statistique – Industrie de la radiodiffusion

a) Revenus de l'industrie

Tableau 4.1.1 Revenus de la radiodiffusion (millions \$)

		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Radio	AM	331	306	307	311	306	-1,9 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,4	-7,4	0,4	1,2	-1,6
	FM	1 263	1 201	1 244	1 302	1 314	1,0 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,6	-4,9	3,6	4,6	0,9
	Total radio	1 594	1 508	1 552	1 613	1 620	0,4 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,0	-5,4	2,9	3,9	0,4	
Télévision	Télévision traditionnelle de la SRC ¹	412	392	450	500	508	5,4 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,7	-4,9	14,8	11,1	1,6
	Télévision traditionnelle privée	2 138	1 971	2 142 #	2 144 #	2 038	-1,2 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,5	-7,8	8,7	0,1	-5,0
	Télévision payante, TVC, spécialisée et VSD	2 929	3 121 #	3 475 #	3 748 #	3 968	7,9 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,3	6,5	11,3	7,9	5,9
Total télévision	5 480	5 484	6 067	6 392	6 514	4,4 %	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,3	0,1	10,6	5,4	1,9	
EDR	Câble	4 762	5 123	5 610 #	5 923 #	6 058	6,2 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,9	7,6	9,5	5,6	2,3
	Entreprises de SRD et SDM	2 036	2 196	2 385	2 532	2 492	5,2 %
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,0	7,8	8,6	6,2	-1,6
	EDR qui ne déposent pas de rapport	116	122 #	136 #	145 #	145	5,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-13,9	5,4	12,0	6,4	0,0	
Total EDR	6 914	7 440	8 132	8 600	8 696	5,9 %	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,7	7,6	9,3	5,8	1,1	
Total radiodiffusion		13 987	14 432	15 751	16 605	16 829	4,7 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,1	3,2	9,1	5,4	1,4	

1. Les revenus de la SRC comprennent les revenus publicitaires et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.

Source : Données recueillies par le CRTC

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 4.1.2 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples

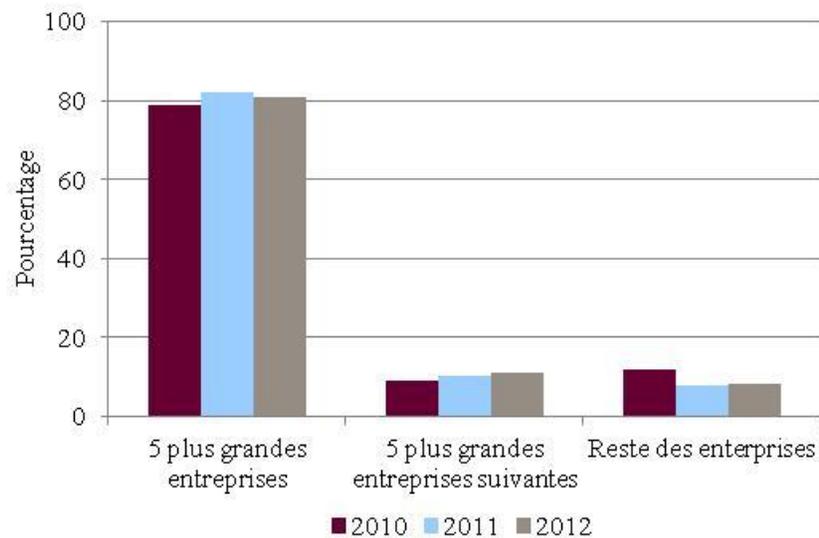
Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre d'entreprises exploitées dans ces secteurs			% de revenus de radiodiffusion générés dans ces secteurs		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
5	3	3	3	69	68	66
4	2	2	2	15	15	15
3	1	3	2	0	5	5
2	17	15	16	10	7	8
1	166	170	171	6	6	7

1. Le nombre de secteurs comprend la radio, la télévision, les EDR, les services spécialisés et de VSD, ainsi que les services payants et de TVC.

2. Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

Source : Données recueillies par le CRTC

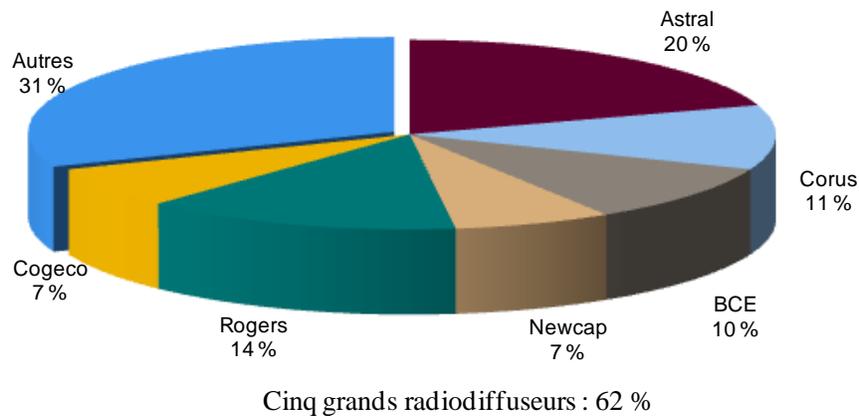
Graphique 4.1.1 Revenus de radiodiffusion des cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises



- Les revenus des plus grandes entreprises comprennent les revenus de leurs affiliées.
- Les sociétés mères comprennent leurs filiales.
- Les 5 plus grands groupes sont : Astral, Bell, Québecor, Rogers et Shaw.
- Les 5 plus grands groupes suivants sont : Bragg, CBC, Cogeco, Newcap et STC.

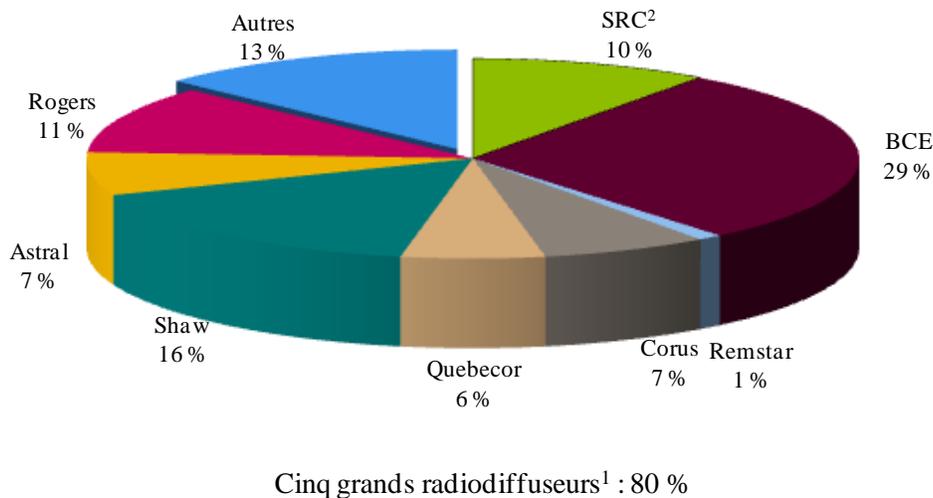
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.2 Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2012



- 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 2011.
- Source : Données recueillies par le CRTC

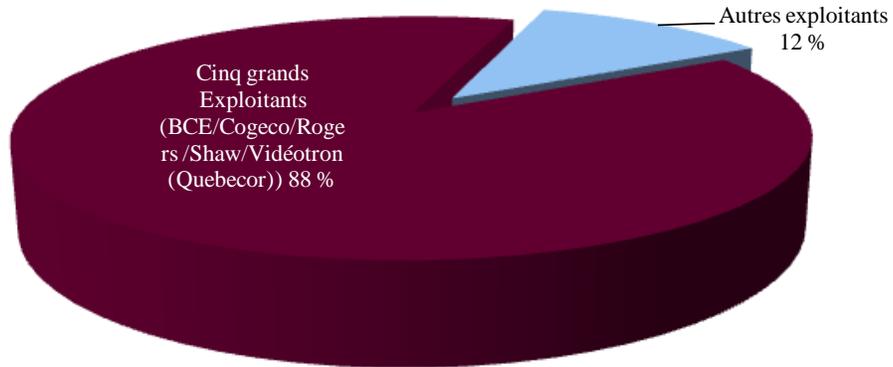
Graphique 4.1.3 Revenus de la télévision commerciale, par radiodiffuseur, 2012



- 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 2011.
 - À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de CTV sont désormais sous le contrôle de BCE (décision de radiodiffusion 2011-163).
1. Les données de Shaw et de Corus ont été combinées lorsqu'on a désigné les cinq plus grandes compagnies.
 2. Chiffre basé uniquement sur les revenus de publicité, d'abonnements et autres revenus commerciaux. Il ne comprend donc pas les crédits parlementaires.

Source : Données recueillies par le CRTC

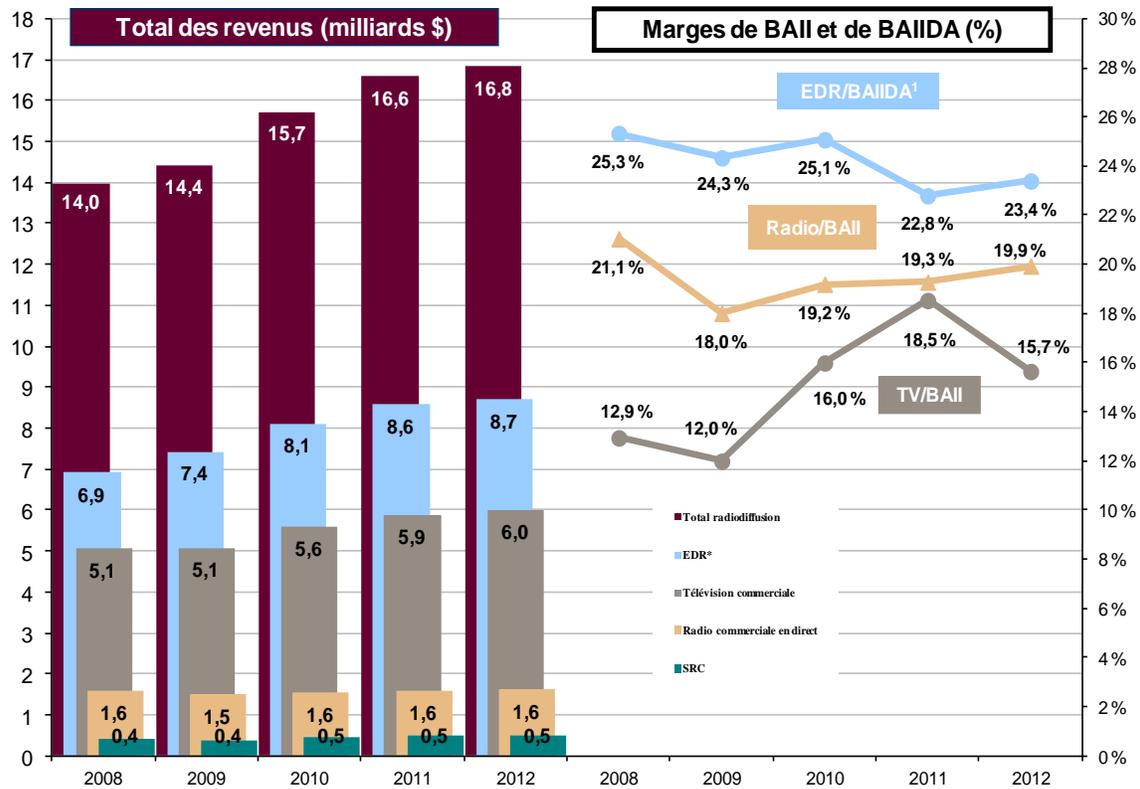
Graphique 4.1.4 Revenus de 2012 des EDR, par exploitant



- Inclut les revenus des EDR qui ne soumettent pas de rapport.
Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Performance financière*

Graphique 4.1.5 Revenus totaux et marges des BAI et des BAIIDA de la radiodiffusion



1. 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.

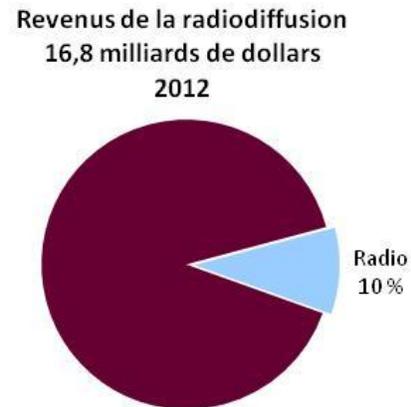
Source : Données recueillies par le CRTC

4.2 Secteur de la radio

Survol

Les Canadiens ont accès à une grande variété de choix musicaux, plateformes de nouvelles et forums de discussion avec près de 1 200 services sonores et de radio.

Environ 99 % des services sont disponibles en direct, alors que le reste (1 %) de ces services est par abonnement. La SRC, radiodiffuseur public national, exploite presque 8 % des services sonores et de radio, alors que les radiodiffuseurs commerciaux privés en exploitent 61 %. Le reste, soit 30 %, se compose de services sonores et de radio à caractère religieux, de services communautaires, de campus, autochtones et autres.



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

Aperçu du secteur de la radio

	2011	2012	% Croissance
Total des services sonores et de radio au Canada	1 183	1 156	-2,3
Langue anglaise	896	878	-2,0
Langue française	251	246	-2,0
Langue tierce	36	32	-11,1
Total des services sonores et de radio commerciale privée	733	708	-3,4
Langue anglaise	81 %	82 %	
Langue française	15 %	15 %	
Total des revenus de la radio commerciale (millions \$)	1 614 #	1 620	0,4
Langue anglaise	81 %	81 %	
Langue française	16 %	16 %	
Principaux exploitants privés de la radio commerciale (% des revenus totaux)			
Marché de langue anglaise – les 5 grands	69 %	69 %	
Marché de langue française – les 3/2 grands	42 %	42 %	
BAIL des radiodiffuseurs privés commerciaux (millions \$)	312 #	323	3,7
Langue anglaise (millions \$)	270 #	278	2,8
Langue française (millions \$)	37	40	7,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Marché de la radio

a) Services radiophoniques disponibles et/ou autorisés à diffuser

Tableau 4.2.1 Nombre et type de services radiophoniques et sonores qui étaient autorisés à diffuser au Canada

	Langue anglaise ¹		Langue française ²		Langue tierce		Toutes langues	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Services de radio en direct³								
Radiodiffuseur public du Canada								
SRC : Radio One / Première Chaîne ⁴	36	37	20	20			56	57
SRC : Radio 2 / Espace musique	14	14	12	12			26	26
SRC : Licences de réseaux	2	2	2	2			4	4
Privés commerciaux								
Stations AM	115	112	9	9	12	12	136	133
Stations FM ⁴	456	466	94	93	13	15	563	574
Licences de réseaux AM et FM ⁶			1	1			1	1
Radio numérique (autonome et de transition) ⁷	24		4		5		33	0
Religieux (musique et création orale)⁸	50	47	24	24			74	71
Communautaires								
Stations de type A ⁹	12	15	35	35			47	50
Stations de type B	34	35	33	32	1	1	68	68
Stations en développement	8	3					8	3
Campus								
Communautaires	35	36	5	5			40	41
Éducatifs	9	8					9	8
Stations en développement							0	0
Stations autochtones⁹	41	47	10	10			51	57
Autres (Tourisme et circulation, Environnement Canada, événements spéciaux, autres licences de réseau, etc.)	50	46	2	2			52	48
Nombre total de services canadiens de radio en direct	886	868	251	245	31	28	1 168	1 141
Services de radio à canaux multiples par abonnement et services sonores transmis par des EDR								
Distribués par satellite	2	2					2	2
Services sonores spécialisés (commerciaux/sans but lucratif, régionaux/nationaux)	6	6		1	5	4	11	11
Services sonores payants (services nationaux anglais et français)	2	2					2	2
Nombre total de services de radios et de services sonores canadiens	896	878	251	246	36	32	1 183	1 156

• 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 2011.

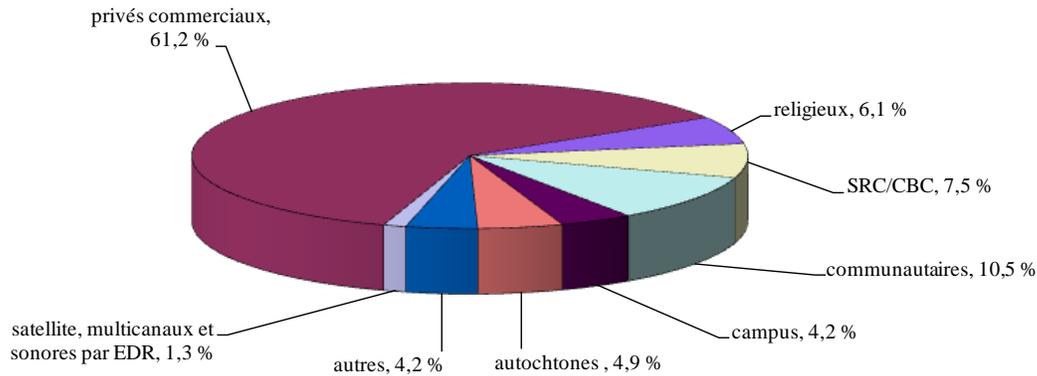
1. Inclut les services bilingues (anglais et français) et les services autochtones en anglais.
2. Inclut les services autochtones en français.
3. Exclut les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio exemptés.
4. L'approbation d'une nouvelle station de 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 rétrocedé sa licence AM, ce qui se fait environ trois mois après la période transitoire de diffusion en simultané.
5. La SRC a demandé la révocation des licences de radiodiffusion qu'elle détient relativement aux entreprises de radio numérique de transition.
6. La plupart des licences de réseau commercial énumérées ici sont visées par l'avis public de radiodiffusion 2006-143, et par conséquent, ont été révoquées compte tenu de la demande du titulaire.
7. Le Conseil n'a pas renouvelé les licences de radio numérique terrestre sur la bande L au-delà du 31 août 2012.
8. Englobe les stations de radio à caractère religieux commerciales et sans but lucratif.
9. Exclut les licences de réseau des stations communautaires de type A et autochtones.

Source : Base de données du CRTC

Tableau 4.2.2 Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées

		2008	2009	2010	2011	2012	Total
<i>Nombre de nouvelles stations en direct approuvées</i>		43	37	16	30	28	154
<i>Nombre de stations approuvées par :</i>							
<i>Langue</i>	de langue anglaise	40	32	16	27	26	141
	de langue française	2	5	0	2	1	10
	à caractère ethnique	1	0	0	1	1	3
<i>Catégorie de licence</i>	commerciale	34	21	11	11	18	95
	communautaire	6	11	2	9	5	33
	campus	-	-	-	-	-	-
	autochtone	2	1	1	7	3	14
	autre	1	4	2	3	2	12
<i>Type</i>	numérique autonome	-	-	-	-	-	-
	radio numérique	-	-	-	-	-	-
	fréquences AM	-	1	-	2	-	3
	fréquences FM	43	36	16	28	28	151
	<i>conversions AM à FM (incluses sous FM)</i>	7	8	4	1	2	22
<i>Processus</i>	concurrentiel	23	8	1	1	7	40
	non concurrentiel	20	29	15	29	21	114

- 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.
 - « Autre » englobe les stations de radio sans but lucratif, de la CBC/SRC, de tourisme, d'Environnement Canada, etc.
- Sources : Décisions du CRTC publiées entre le 1^{er} janvier 2008 et le 31 décembre 2012.

Graphique 4.2.1 Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2012)


Source : Base de données du CRTC

b) Mesure de l'auditoire
Tableau 4.2.3 Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne selon la tranche d'âge pour l'ensemble du Canada

Écoute hebdomadaire / tranche d'âge	2008	2009	2010	2011		2012	
				Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Tous auditeurs de 12 ans+	18,3	17,7	17,6	17,7	8,3	17,5	7,1
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-3,2 %	-0,6 %	-	-	-1,1 %	-14,5 %
Adolescents 12 – 17	7,2	6,8	7,0	7,3	4,0	6,9	3,7
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-6,2 %	3,0 %	-	-	-5,5 %	-7,5 %
Adultes 18 – 24	13,1	12,0	11,9	12,5	5,8	12,5	5,0
<i>Croissance annuelle</i>	-1,5 %	-8,0 %	-1,0 %	-	-	0,0 %	-13,8 %
25 – 34	17,3	16,6	15,8	16,8	6,5	16,6	5,8
<i>Croissance annuelle</i>	-0,6 %	-4,1 %	-4,6 %	-	-	-1,2 %	-10,8 %
35 – 49	19,9	19,2	19,1	19,8	8,2	19,3	7,8
<i>Croissance annuelle</i>	-1,5 %	-3,2 %	-0,4 %	-	-	-2,5 %	-4,9 %
50 – 54	21,5	20,6	21,0	21,3	9,5	20,9	8,8
<i>Croissance annuelle</i>	1,4 %	-3,9 %	1,6 %	-	-	-1,9 %	-7,4 %
55 – 64	21,1	20,8	20,8	20,0	9,5	19,9	7,6
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-1,4 %	0,4 %	-	-	-0,5 %	-20,0 %
65 +	21,6	21,0	20,7	19,4	12,0	19,1	9,1
<i>Croissance annuelle</i>	0,5 %	-2,9 %	-1,1 %	-	-	-1,5 %	-24,2 %

- Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant obtenue en divisant le nombre total d'heures d'écoute par le nombre d'habitant.
- Les données PPM ne comprennent que les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportée par Sondages BBM sur une base individuelle. Toutes les autres stations, y compris les cahiers d'écoute des stations de débordement, sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.

Sources :

- Sondages BBM 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2012 (3 septembre au 28 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada) ;
- Sondages BBM 2011, PPM, semaines 1 à 13 (29 août au 27 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada) ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2010 (6 septembre au 31 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2009 (7 septembre au 1^{er} novembre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2008 (1 septembre au 26 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;

Tableau 4.2.4 Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne et moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM

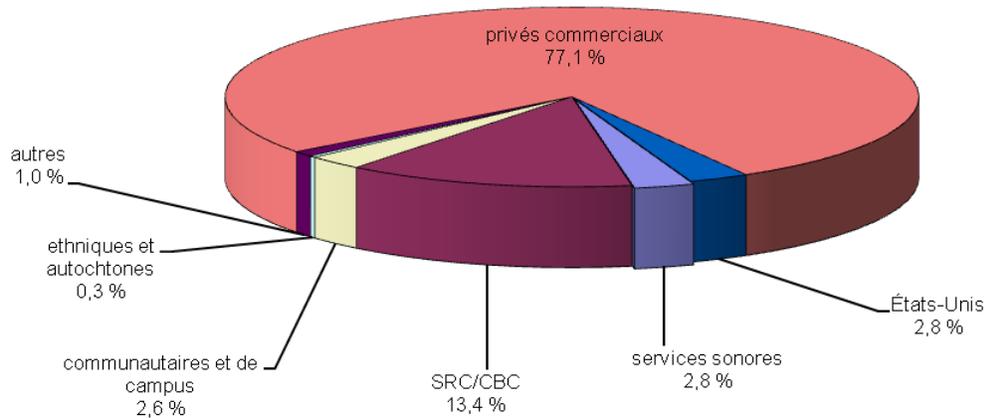
	2008	2009	2010	2011		2012	
Pourcentage d'heures d'écoute				Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
AM de langue anglaise	18,7	17,7	17,4	15,7	21,8	14,7	21,2
FM de langue anglaise	54,0	54,9	55,3	57,0	55,0	57,5	54,3
<i>Sous-total</i>	72,7	72,6	72,6	72,7	76,8	72,2	75,5
<i>Taux annuel de croissance</i>	-1,6 %	-0,1 %	0,0 %	-	-	-0,7 %	-1,7 %
AM de langue française	0,9	1,1	0,8	0,2	0,2	0,1	0,1
FM de langue française	19,9	19,6	20,0	20,3	22,8	21,3	24,1
<i>Sous-total</i>	20,8	20,7	20,8	20,5	22,9	21,4	24,2
<i>Taux annuel de croissance</i>	6,1 %	-0,5 %	0,5 %	-	-	4,4 %	5,7 %
Autres	6,5	6,7	6,6	6,9	0,2	6,4	0,3
<i>Taux annuel de croissance</i>	0,0 %	3,1 %	-1,5 %	-	-	-7,2 %	50,0 %
Moyenne d'heures hebdomadaires par auditeur	20,0	19,5	19,4	19,9	9,9	19,6	9,8
<i>Taux annuel de croissance</i>	-1,0 %	-2,5 %	-0,5 %	-	-	-1,5 %	-1,0 %
Moyenne d'heures nationales (en millions)	530,6	525,1	515,7	303,8	164,5	303,9	166,5
<i>Taux annuel de croissance</i>	1,8 %	-1,0 %	-1,8 %	-	-	0,0 %	1,2 %

- On obtient la moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur en divisant le nombre d'heures d'écoute par le nombre d'auditeurs.
- « Autres » se compose surtout de l'écoute en direct des stations frontalières américaines (cahiers d'écoute). « 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.
- Les données PPM ne comprennent que les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM sur une base individuelle. Toutes les autres stations, y compris les cahiers d'écoute des stations de débordement, sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.

Sources :

- Sondages BBM 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2012 (3 septembre au 28 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada) ;
- Sondages BBM 2011, PPM, semaines 1 à 13 (29 août au 27 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada) ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2010 (6 septembre au 31 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2009 (7 septembre au 1^{er} novembre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2008 (1 septembre au 26 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h ;

Graphique 4.2.2 Part d'écoute radio par type de station par cahiers d'écoute



- Ces données excluent les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM sur une base individuelle.
 - « 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 : BBM Canada – sondages des cahiers d'écoute radio d'automne 2012, toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada), et données recueillies par le CRTC.

Tableau 4.2.5 Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada – volet 1 de 2

Heures d'écoute (en milliers) par principal exploitant	2010		2011		2012	
	PPM	cahiers	PPM	cahiers	PPM	cahiers
Principaux exploitants canadiens de radio de langue anglaise						
Astral	29 381	20 367	27 924	20 001	27 530	18 848
<i>Part de l'écoute</i>	31 %	22 %	30 %	22 %	32 %	21 %
BCE	13 250	16 815	13 287	14 455	12 355	14 177
<i>Part de l'écoute</i>	14 %	18 %	14 %	16 %	14 %	16 %
Cogeco	s.o.	s.o.	2 746	s.o.	2 358	s.o.
<i>Part de l'écoute</i>			3 %		3 %	
Corus	26 616	18 671	23 535	18 254	20 873	16 132
<i>Part de l'écoute</i>	28 %	20 %	25 %	20 %	24 %	18 %
Newcap	3 727	19 598	4 079	19 651	3 204	19 542
<i>Part de l'écoute</i>	4 %	21 %	4 %	22 %	4 %	22 %
Rogers	21 888	19 091	22 652	18 341	21 471	20 249
<i>Part de l'écoute</i>	23 %	20 %	24 %	20 %	25 %	23 %
Sous-total	94 862	94 541	94 223	90 701	85 433	88 948
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants canadiens de radio de langue française						
Astral	9 373	17 353	9 819	17 688	8 813	17 259
<i>Part de l'écoute</i>	32 %	63 %	33 %	65 %	29 %	69 %
Cogeco	7 359	3 816	20 221	9 533#	21 413	7 689
<i>Part de l'écoute</i>	25 %	14 %	67 %	35 %	71 %	31 %
Corus	12 868	6 450	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
<i>Part de l'écoute</i>	43 %	23 %				
Sous-total	29 600	27 619	30 040	27 221#	30 225	24 948
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Total						
Astral	38 754	37 720	37 743	37 689	36 342	36 107
<i>Part de l'écoute</i>	31 %	31 %	30 %	32 %	31 %	32 %
BCE	13 250	16 815	13 287	14 455	12 355	14 177
<i>Part de l'écoute</i>	11 %	14 %	11 %	12 %	10 %	12 %
Cogeco	7 359	3 816	22 967	9 533#	23 771	7 689
<i>Part de l'écoute</i>	6 %	3 %	18 %	8 %	20 %	7 %
Corus	39 484	25 121	23 535	18 254	20 873	16 132
<i>Part de l'écoute</i>	32 %	21 %	19 %	15 %	18 %	14 %
Newcap	3 727	19 598	4 079	19 651	3 204	19 542
<i>Part de l'écoute</i>	3 %	16 %	3 %	17 %	3 %	17 %
Rogers	21 888	19 091	22 652	18 341	21 471	20 249
<i>Part de l'écoute</i>	18 %	16 %	18 %	16 %	18 %	18 %
Total	124 462	122 160	124 263	117 923#	118 018	113 896
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

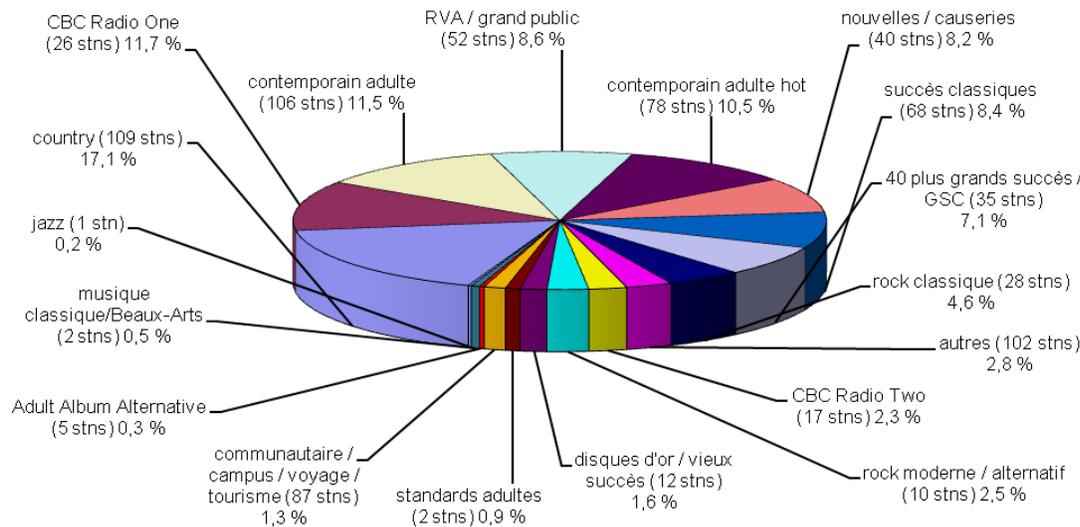
Tableau 4.2.5 Part d'écoute pour l'automne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada – volet 2 de 2

- Voir « Notes pour les tableaux 4.2.5, 4.2.6 et 4.2.8 » qui suivent le tableau 4.2.8.
- En 2010, les données d'écoute ont été recueillies à l'aide de deux méthodes, les audimètres PPM ou la méthode traditionnelle de cahiers d'écoute. Les résultats de ces deux méthodes ne peuvent être combinés en raison des différences entre les méthodes sous-jacentes de cueillette des données.
- La part de revenu des plus grands exploitants de radio commerciale représente 70 % des revenus totaux de la radio commerciale au Canada.

Source :

- Sondages BBM 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2012 (3 septembre au 28 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada) ;
- Sondages BBM 2011, PPM, semaines 1 à 13 (29 août au 27 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h h (total des cahiers d'écoute au Canada);
- Sondages BBM 2010, PPM, semaines 1 à 13 (30 août au 28 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2010 (6 septembre au 31 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);

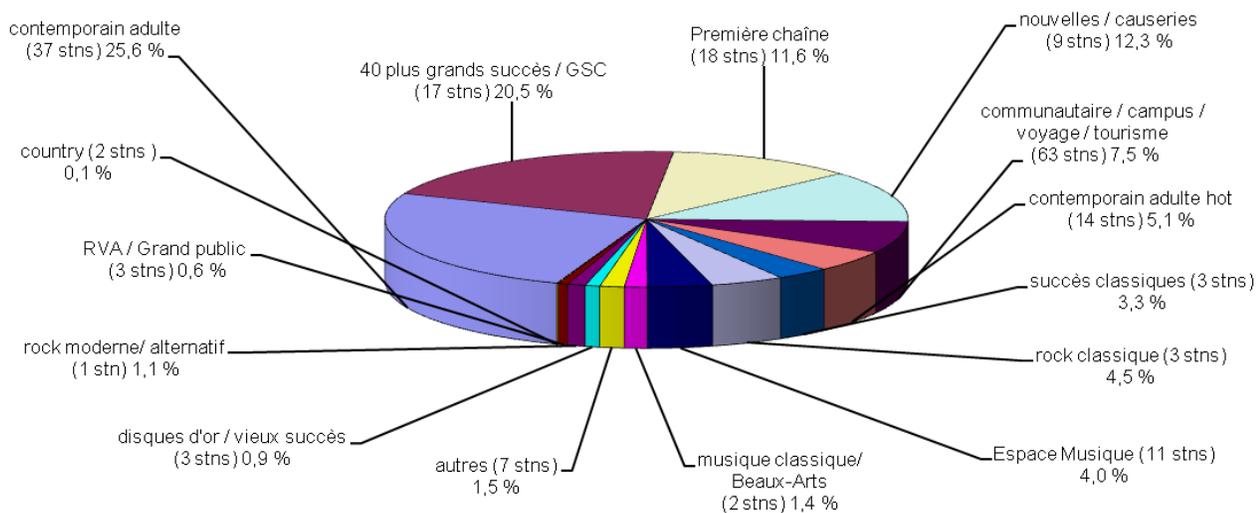
Graphique 4.2.3 Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise par cahiers d'écoute



• Ces données excluent les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM Canada sur une base individuelle.

Sources : Sondages BBM radio - automne 2012, toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada); et données recueillies par le CRTC. Cette analyse n'inclut que les stations autorisées par le CRTC comme exploitant spécifiquement en langue anglaise.

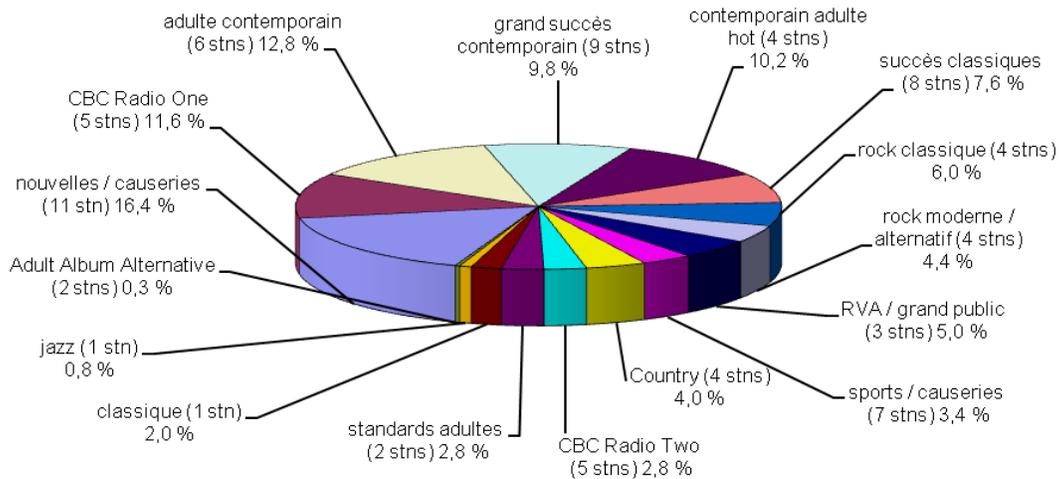
Graphique 4.2.4 Part d'écoute - Formules des stations de langue française par cahiers d'écoute



• Ces données excluent les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM Canada sur une base individuelle.

Sources : Sondages BBM radio - automne 2012, toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada); et données recueillies par le CRTC. Cette analyse n'inclut que les stations autorisées par le CRTC comme exploitant spécifiquement en langue française.

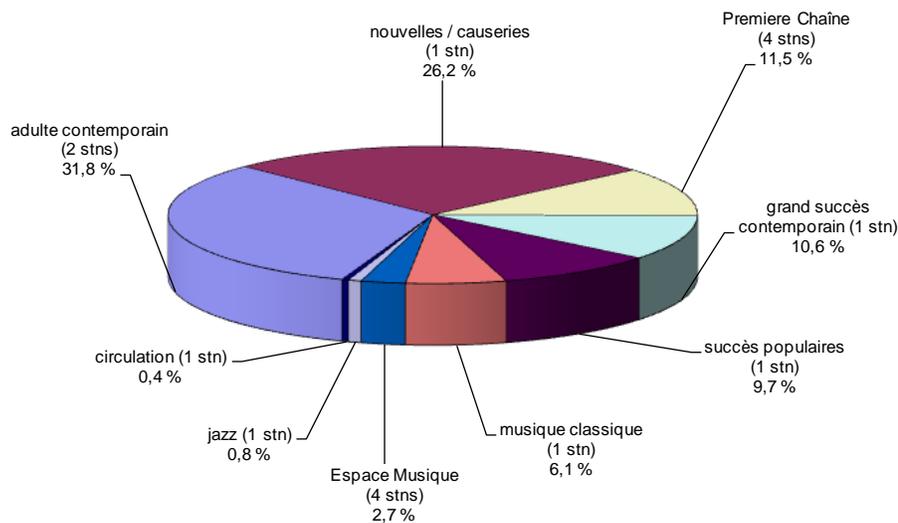
Graphique 4.2.5 Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise dans les marchés PPM



• Les données PPM ne comprennent que les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportée par Sondages BBM sur une base individuelle. Toutes les autres stations, y compris les cahiers d'écoute des stations de débordement, sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.

Sources : Sondages BBM 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada) ; et données recueillies par le CRTC. Cette analyse n'inclut que les stations autorisées par le CRTC comme exploitant spécifiquement en langue anglaise.

Graphique 4.2.6 Part d'écoute - Formules des stations de langue française dans les marchés PPM



• Les données PPM ne comprennent que les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportée par Sondages BBM sur une base individuelle. Toutes les autres stations, y compris les cahiers d'écoute des stations de débordement, sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.

Sources : Sondages BBM 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada) ; et données recueillies par le CRTC. Cette analyse n'inclut que les stations autorisées par le CRTC comme exploitant spécifiquement en langue française.

c) *Rendement financier***Tableau 4.2.6** Nombre d'entreprises ayant fait rapport et revenus des stations de radio commerciale privées – langues anglaise, française et tierce

	2008	2009	2010	2011	2012	% Croissance 2011-2012	TCAC 2008-2012
Revenus (millions \$)							
AM de langue anglaise	295,5	271,9	272,1	274,9	274,9	0,0	-1,8 %
AM de langue française	12,6	11,6	11,2	11,7	6,1	-47,6	-16,4 %
AM de langues tierces	22,6	22,7	24,0	24,4	25,2	3,1	2,8 %
Total des revenus sur AM	330,7	306,2	307,3	311,1	306,2		-1,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>0,4 %</i>	<i>-7,4 %</i>	<i>0,4 %</i>	<i>1,2 %</i>	<i>-1,6 %</i>		
FM de langue anglaise	1 021,0	958,8	987,3	1 035,3	1 042,1	0,7	0,5 %
FM de langue française	225,3	226,8	239,9	246,7	251,8	1,7	2,8 %
FM de langues tierces	16,8	16,2	17,9	19,8	20,2	1,9	4,8 %
Total des revenus sur FM	1 263,0	1 201,8	1 244,7	1 301,6	1 314,1		1,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>7,6 %</i>	<i>-4,9 %</i>	<i>3,6 %</i>	<i>4,6 %</i>	<i>0,9 %</i>		
Revenus totaux	1 593,7	1 508,0	1 552,4	1 613,8	1 620,3	0,4	0,4 %
Nombre d'entreprises ayant fait rapport							
AM de langue anglaise	136	129	120	115	111	-3,5	-5,0 %
AM de langue française	10	9	9	7	6	-14,3	-12,0 %
AM de langues tierces	11	12	12	12	12	0,0	2,2 %
Total des entreprises AM ayant fait rapport	157	150	141	134	129		-4,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>-8,2 %</i>	<i>-4,5 %</i>	<i>-6,0 %</i>	<i>-5,0 %</i>	<i>-3,7 %</i>		
FM de langue anglaise	380	401	419	435	444	2,1	4,0 %
FM de langue française	87	90	87	89	90	1,1	0,9 %
FM de langues tierces	9	10	10	11	12	9,1	7,5 %
Total des entreprises FM ayant fait rapport	476	501	516	535	546		3,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>6,7 %</i>	<i>5,3 %</i>	<i>3,2 %</i>	<i>3,7 %</i>	<i>2,1 %</i>		
Total des entreprises ayant fait rapport	633	651	657	669	675	0,9	1,6 %

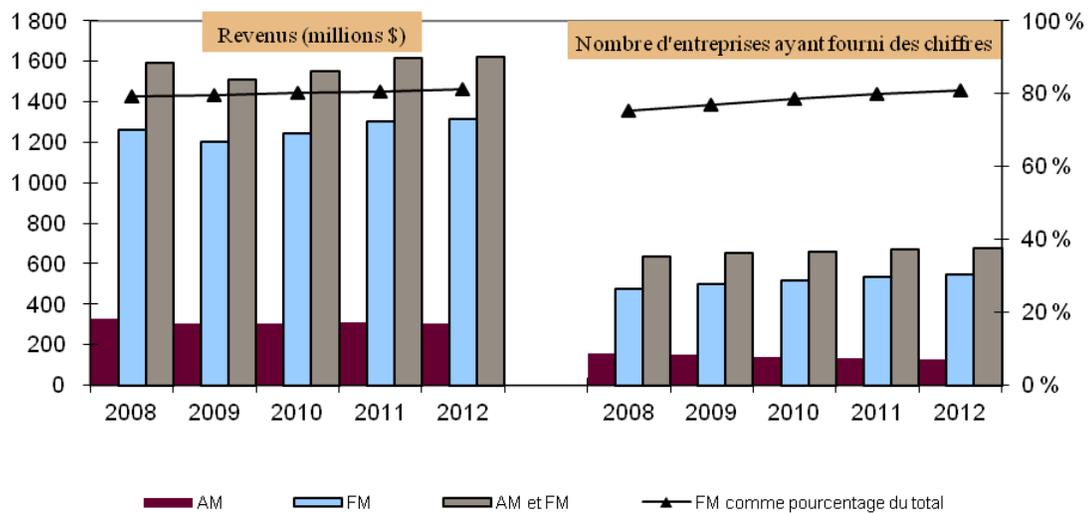
- Inclut les résultats de réseau.
- Exclut les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- De légères variations sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.7 Revenus de la radio de la SRC

Revenus (milliers \$)	2010	2011	2012
Revenus de publicité	0	0	0
<i>Croissance annuelle</i>	-	-	-
Crédits parlementaires	346 548	327 267	316 508
<i>Croissance annuelle</i>	-	-5,6 %	-3,3 %
Vente/souscription d'émissions	893	859	952
<i>Croissance annuelle</i>	114,1%	-3,9 %	10,9 %
Divers	10 856	8 803	8 432
<i>Croissance annuelle</i>	-	-18,9 %	-4,2 %
Revenus totaux	358 298	336 928	325 892
<i>Croissance annuelle</i>	-13,7 %	-6,0 %	-3,3 %
Nombre d'unités	82	82	82

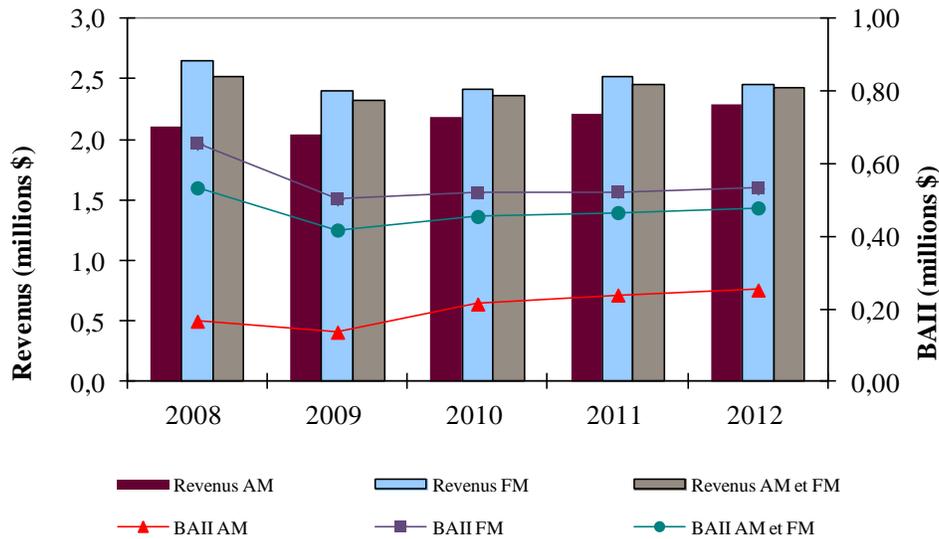
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.7 Stations de radio commerciale privées – revenus


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

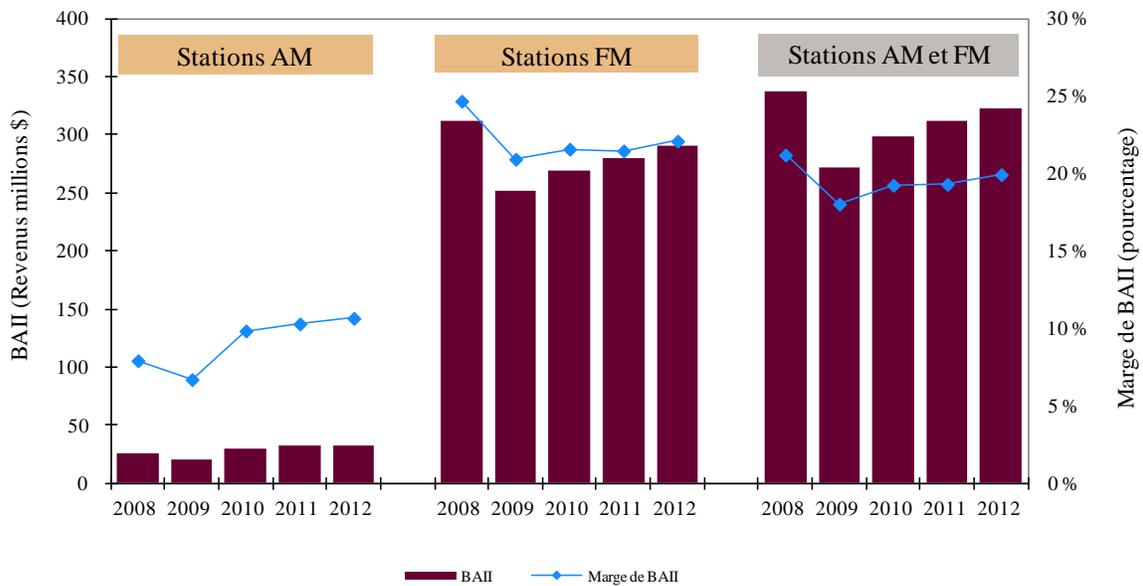
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.8 Stations de radio commerciale privées – revenus annuels moyens et BAII par station



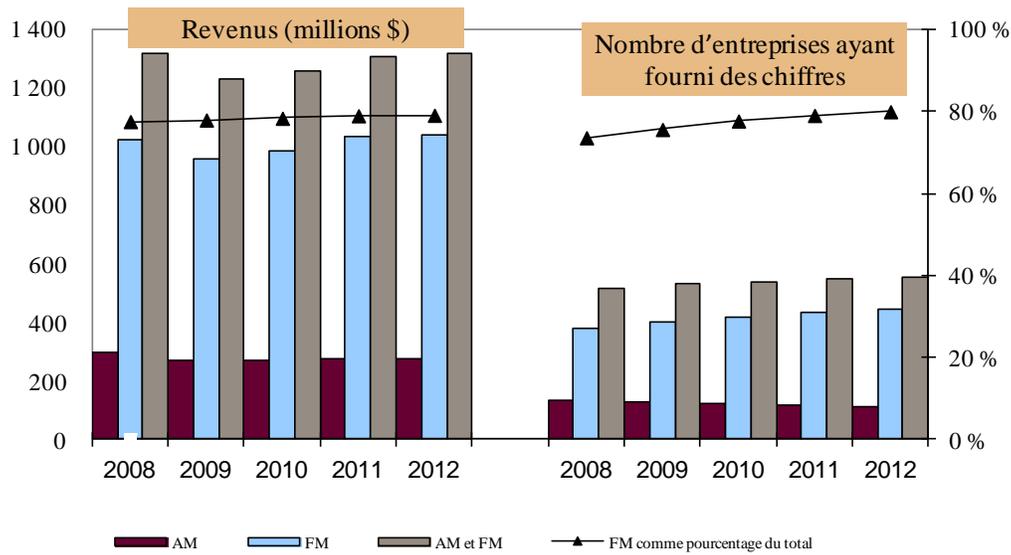
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.9 Stations de radio commerciale privées – BAII et marge de BAII



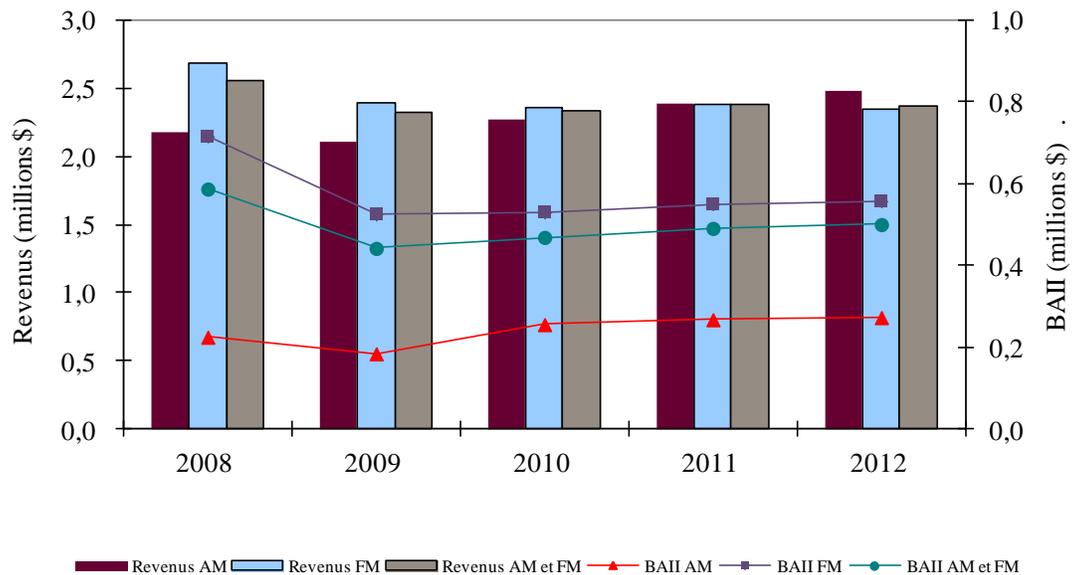
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.10 Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus



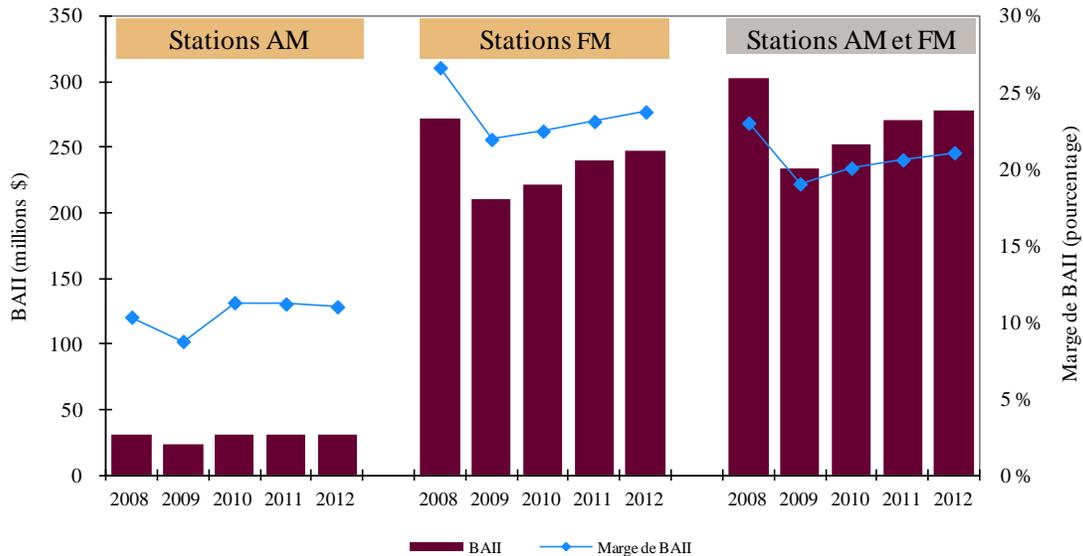
• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.11 Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus annuels moyens et BAII par station



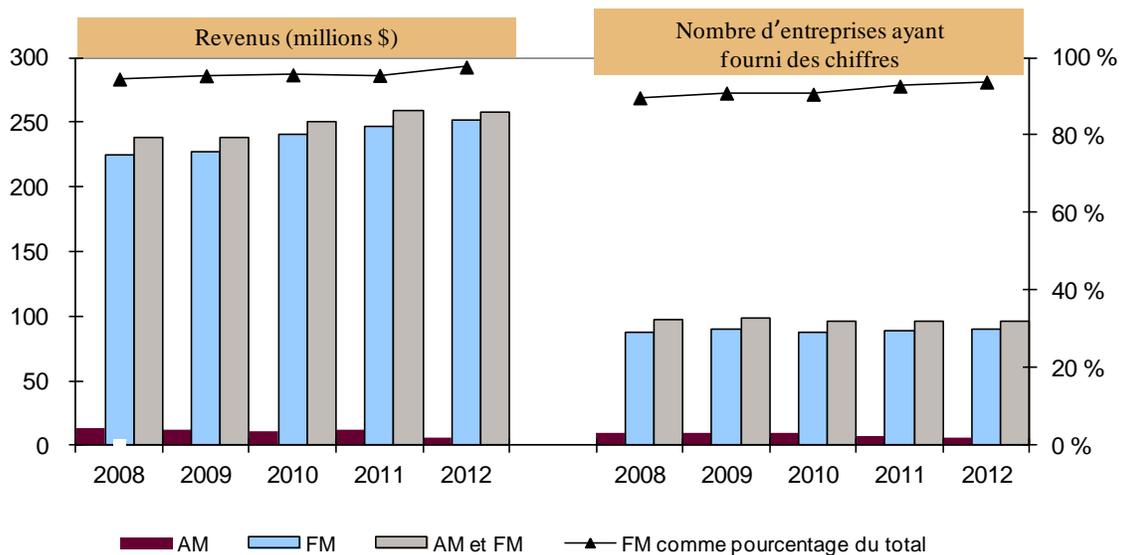
• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.12 Stations de radio commerciale privée de langue anglaise – BAI et marge de BAI



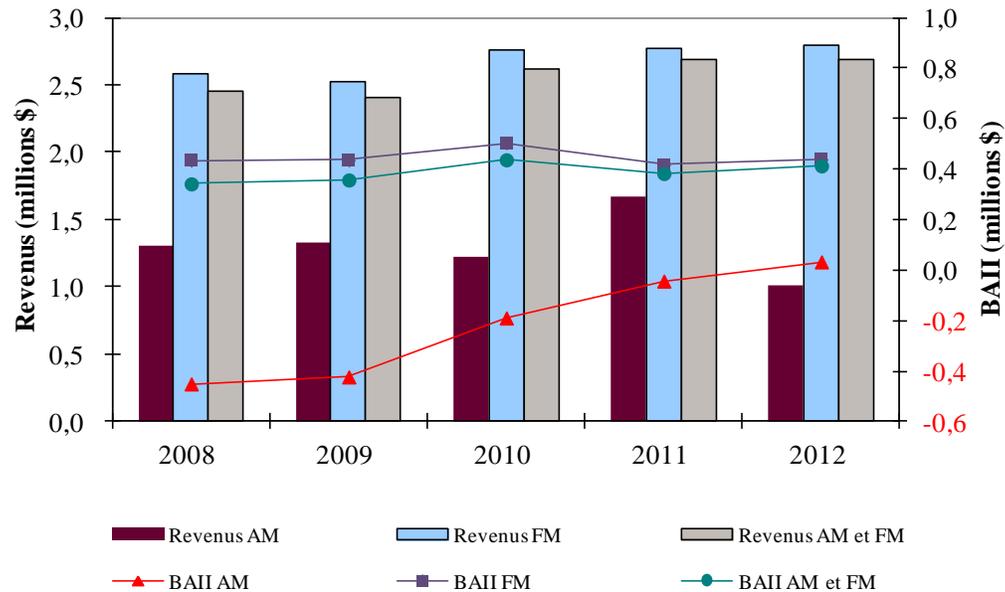
• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.13 Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus



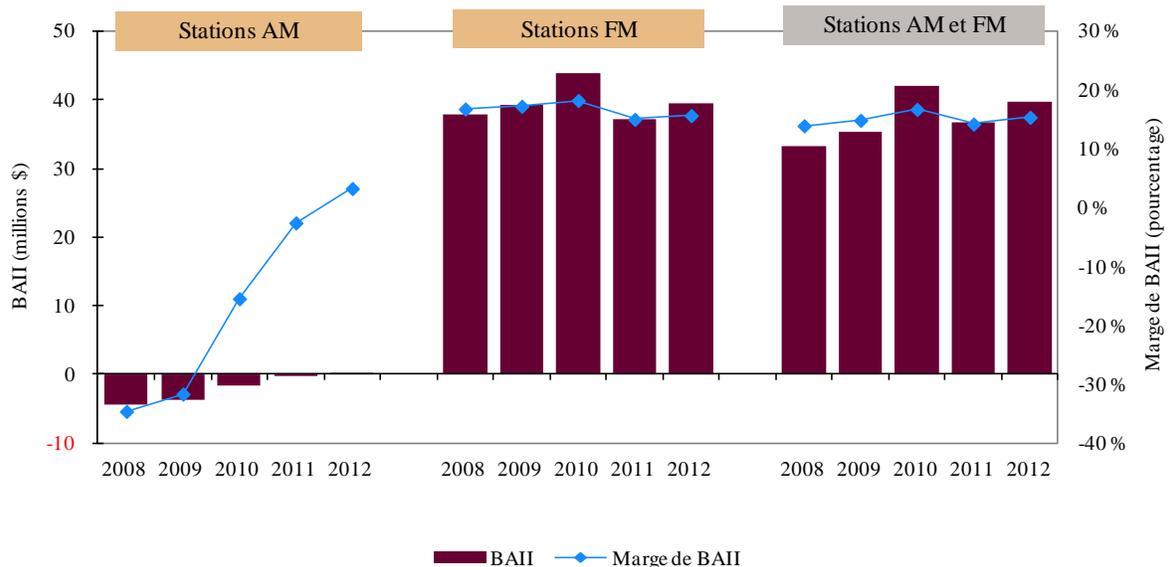
• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.14 Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus annuels moyens et BAII par station



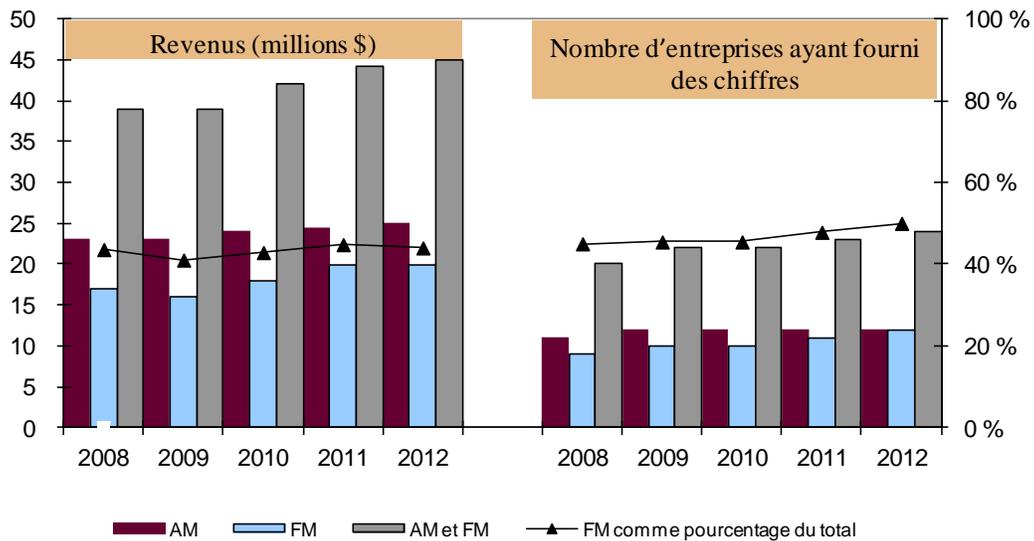
• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonore payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.15 Stations de radio commerciale privées de langue française – BAII et marge de BAII



• Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonore payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 Source : Données recueillies par le CRTC

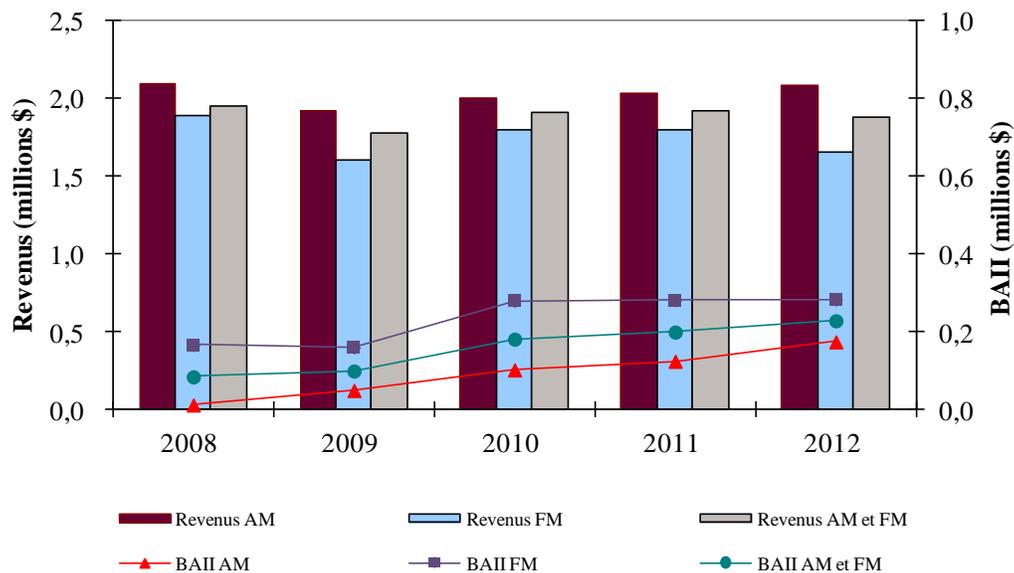
Graphique 4.2.16 Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus



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

Source : Données recueillies par le CRTC

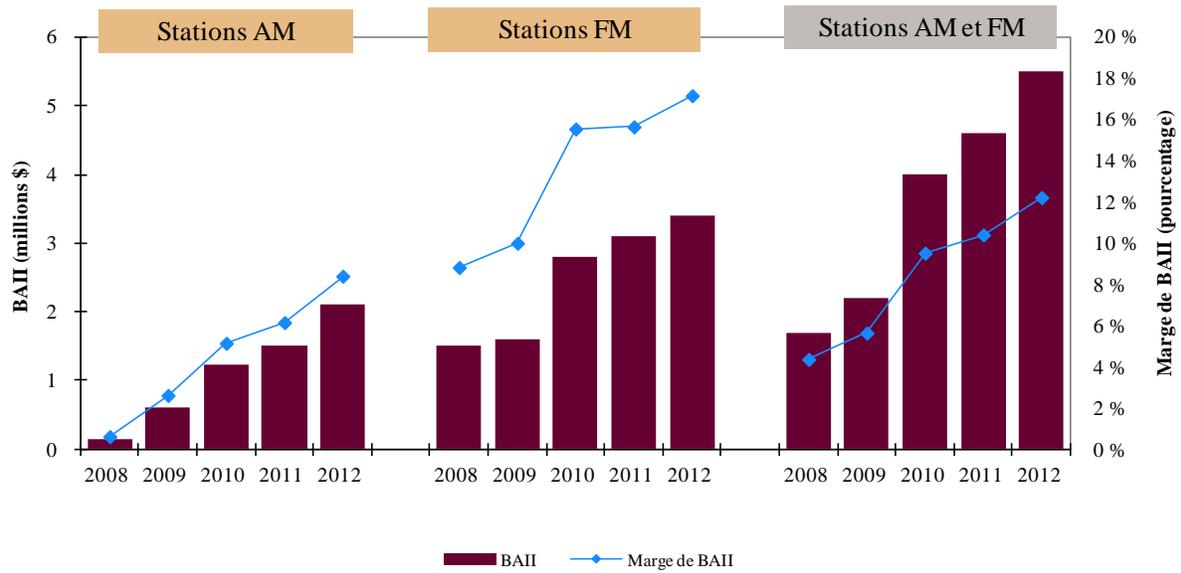
Graphique 4.2.17 Stations de radio commerciale privée à caractère ethnique – revenus annuels moyens et BAI par station



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

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.18 Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – BAI et marge de BAI



- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.8 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 \$)			Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport			Part du revenu national		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Principaux exploitants de la radio privée									
Astral ¹	326 494	332 711	330 488	82	84	84	21 %	21 %	21 %
Corus ²	248 052	184 189	181 518	52	37	37	16 %	11 %	11 %
Rogers	204 351	220 814	225 084	52	54	55	13 %	14 %	14 %
BCE	161 157	160 464	157 219	34	35	33	10 %	10 %	10 %
Newcap ³	105 476#	113 646	116 689	59	60	60	7 %	7 %	7 %
Cogeco ⁴	s.o.	113 585	106 533	s.o.	16	13	s.o.	7 %	7 %
Total pour les principaux exploitants de la radio privée	1 045 530	1 125 409	1 117 531	279	286	284	67 %	70 %	69 %
Total (exploitants de la radio privée)	1 552 444#	1 613 825#	1 620 316	654	669	675	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la radio de langue anglaise									
Astral ¹	216 768	223 718	221 826	61	63	65	17 %	17 %	17 %
Rogers	204 351	220 814	225 084	52	54	55	16 %	17 %	17 %
Corus ²	192 575	184 189	181 518	40	37	37	15 %	14 %#	14 %
BCE	161 157	160 464	157 219	34	35	33	13 %	12 %	12 %
Newcap ³	105 476	113 646	116 689	59	60	60	8 %	9 %	9 %
Total pour les principaux exploitants de la radio privée de langue anglaise	880 327	902 831	902 336	246	249	250	70 %	69 %	69 %
Total (exploitants de la radio privée de langue anglaise)	1 259 423#	1 310 226#	1 316 992	536	551	555	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la radio de langue française									
Astral	109 726	108 993	108 662	21	21	21	44 %	42 %	42 %
Corus ²	55 478	s.o.	s.o.	12	s.o.	s.o.	22 %	s.o.	s.o.
Cogeco ⁴	41 780	s.o.	s.o.	5	s.o.	s.o.	17 %	s.o.	s.o.
Total pour les principaux exploitants de la radio privée de langue française	206 984	108 993	108 662	38	21	21	82 %	42 %	42 %
Total (exploitants de la radio privée de langue française)	251 139	259 366#	257 940	96	96	96	100 %	100 %	100 %

- Englobe les réseaux de la radio commerciale privée et les stations de radio commerciales à caractère ethnique.
 - Englobe les revenus des réseaux privés de la radio commerciale.
 - Notes pour les tableaux 4.2.5, 4.2.6 et 4.2.8 :
 - 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.
1. Les résultats d'Astral de 2010 reflètent la mise en exploitation de CJOT-FM Ottawa et les résultats de 2012 reflètent l'acquisition de CHHR-FM Vancouver.
 2. Les résultats de 2011 de Corus reflètent la vente de ses stations de radio du Québec tel qu'approuvé dans la décision de radiodiffusion 2010-942.
 3. Les résultats de Newcap de 2010 reflètent la vente de CKTG-FM et CJUK-FM Thunder Bay à Northwoods Broadcasting Limited, telle qu'approuvée dans la décision de radiodiffusion 2009-746. Les résultats de Newcap de 2012 reflètent l'acquisition de CIGV-FM Penticton et CKKO-FM Kelowna ainsi que la vente de CHNK-FM Winnipeg et CKJS Winnipeg.
 4. Les résultats de 2011 de Cogeco reflètent l'achat de plusieurs stations de radio de Corus tel qu'approuvé dans la décision de radiodiffusion 2010-942. 1. Cogeco a été retiré de la catégorie « Principaux exploitants de la radio de langue française » et est dorénavant inclus dans la catégorie « Principaux exploitants de la radio privée » en raison de questions relatives à la divulgation par recoupement. Les résultats de 2012 de Cogeco reflètent la vente de CFEL-FM et CJEC-FM Québec ainsi que la fermeture de CJTS-FM Sherbrooke.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.9 Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus

	2008	2009	2010	2011	2012
Stations de radio autochtones de type B					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	23	28	28	23	23
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	4 170	4 989	5 445	3 704	3 738
Autres ¹	6 817	11 137	11 396	11 377	7 069
Total des revenus	10 987	16 125	16 841	15 080	10 806
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	62,0 %	69,1 %	67,7 %	75,4 %	65,4 %
Marge de BAII	9,1 %	13,9 %	10,8 %	5,9 %	-3,3 %
Stations de radio communautaires					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	83	84	90	99	98
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	11 791	12 217	13 784	15 196	15 125
Autres ²	12 263	12 005	13 297	14 903	14 595
Total des revenus	24 055	24 222	27 081	30 099	29 720
Autres revenus, en termes de pourcentage des revenus	51,0 %	49,6 %	49,1 %	49,5 %	49,1 %
Marge de BAII	7,8 %	6,7 %	8,1 %	10,6 %	4,9 %
Stations de campus					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	42	45	44	47	47
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	1 240	1 059	1 196	1 082	1 004
Autres ³	6 922	7 289	6 907	7 398	7 756
Total des revenus	8 162	8 348	8 103	8 480	8 759
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	84,8 %	87,3 %	85,2 %	87,2 %	88,5 %
Marge de BAII	5,0 %	9,8 %	10,6 %	20,7 %	10,9 %

Note : Les chiffres de 2008 à 2011 ont été mis à jour.

1. Inclut les subventions du gouvernement et du conseil de bande ainsi que des contributions d'autres sources.
2. Inclut les collectes de fonds, subventions et autres sources.
3. Inclut les cotisations, collectes de fonds et subventions.

Source : Base de données financières du CRTC

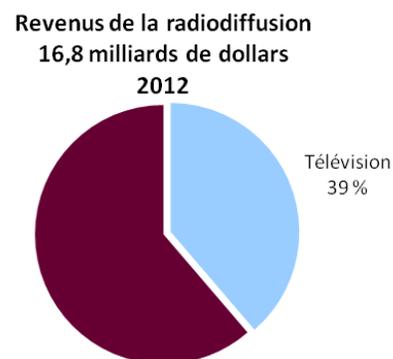
4.3 Secteur de la télévision

Survol

Le système canadien de la télévision offre un vaste éventail de plus de 700 services canadiens et non canadiens aux ménages canadiens. L'industrie de la télévision est composée d'un certain nombre de grands groupes de propriété qui récoltent plus de 90 % des revenus de la télévision privée traditionnelle et des services payants, de TVC, de VSD et spécialisés.

Le secteur de la télévision privée traditionnelle de langue anglaise compte trois principaux groupes de propriété : BCE (CTV et CTV Two), dont la part de marché lui vaut 48 % des revenus, Shaw (Global), avec 27 % des revenus, et Rogers (Citytv et Omni) avec 17 %. Le marché de la télévision privée traditionnelle de langue française compte deux grands exploitants : Québecor (TVA), qui obtient 71 % des revenus du marché, et Remstar (V), qui en obtient 20 %. Le système canadien de la télévision comprend en outre un diffuseur public national, la SRC, aussi bien sur le marché de langue anglaise que le marché de langue française, ainsi qu'un certain nombre de diffuseurs publics provinciaux, la plupart éducatifs.

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



Aperçu du secteur de la télévision

	2011	2012	Croissance (%)
Services de télévision autorisés à diffuser au Canada	701#	744	6,0
Langue anglaise	438#	468	6,8
Langue française	101	141	39,6
Langue tierce	162	133	-17,9
Revenus (millions \$)	6 392#	6 514	1,9
Télévision privée traditionnelle	2 144#	2 038	-4,9
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	3 748 #	3 968	5,9
Télévision traditionnelle SRC	500	508	1,6
BAIL (millions \$)			
Stations privées de télévision traditionnelle	151,6#	22,9	-84,9
Services payants, de TVC, VSD et spécialisés	934 #	917	-1,9
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de tous les Canadiens de 2 ans et +	28,5	28,2	-1,1
Moyenne d'écoute (%) hebdomadaire des émissions canadiennes			
Services canadiens de langue anglaise (sauf marché de langue française du Québec)	42,0	43,8	4,3
Services canadiens de langue française (marché de langue française du Québec)	64,0	63,2	-1,3
Dépenses en émissions canadiennes (millions \$)	2 610	2 861	9,6
Dépenses en émissions canadiennes (% du total)			
CBC/SRC (traditionnelle)	27,2 %	25,6 %	
Télévision privée traditionnelle	21,6 %	23,1 %	
Services spécialisés, payants, de TVC et de VSD	48,3 %	48,6 %	
Autres services de télévision publics et à but non-lucratif	2,9 %	2,7 %	

Informations statistiques – secteur de la télévision

a) Services de télévision disponibles et/ou autorisés à diffuser

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

	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes langues confondues	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Télévision canadienne traditionnelle en direct¹								
Radiodiffuseur public du Canada (SRC)								
Services détenus et exploités	16	14	13	13			29	27
Privés commerciaux ²	64	65	20	20	6	6	90	91
Religieux ³	8	8					8	8
Éducatifs	4	4	3	3			7	7
Autochtones	4	4					4	4
Services canadiens payants, de TVC et de VSD								
Services spécialisés de catégorie A	s.o.	41	s.o.	14	s.o.	5	s.o.	60
Services spécialisés de catégorie C	s.o.	8	s.o.	5	s.o.	0	s.o.	13
Services spécialisés de catégorie B ^{4,9}	s.o.	81	s.o.	39	s.o.	9	s.o.	129
Services payants ⁵	9	9	3	2	7	0	19	11
Services de TVC (par SRD et terrestres)	10	15	1	1			11	16
Services de VSD ⁶	24	22	1	1			25	23
Autres services canadiens								
Canaux communautaires ⁷	73	80	22	29			95	109
Services de programmation communautaire	10#	10	2	2			12#	12
Chambre des Communes – CPAC	1	1	1	1			2	2
Services non canadiens⁸								
Services par satellite non canadiens autorisés pour distribution au Canada	103	108	9	11	110	113	222	232
Total des services de télévision	438#	468	101	141	162	133	701#	744

• À l'exclusion des EDR, 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 (de langues française et anglaise) et les services autochtones.

1. Inclut les services du satellite au câble.

2. Exclut les stations de télévision en direct privées commerciales à caractère religieux.

3. Inclut cinq stations de télévision en direct privées commerciales.

4. Inclut uniquement les services qui ont été lancés et qui ont déposé des rapports annuels auprès du Conseil.

5. Englobe uniquement les services payants en ondes en date du 31 décembre 2012.

6. Nombre de services approuvés, mais pas nécessairement exploités. Le nombre de services a diminué à la suite de l'Ordonnance 2011-60.

7. Nombre de titulaires d'EDR ayant fait état de dépenses pour un canal communautaire en date du 31 août 2011. Exclut les EDR de classes 2 et 3.

8. La distribution de ces services autorisés est à la discrétion de l'EDR. Voir l'annexe 2 de la Politique réglementaire de radiodiffusion 2013-18 pour obtenir la liste complète des services admissibles en date du 31 décembre 2012. Les services bilingues sont regroupés sous la rubrique « langue anglaise ».

9. À compter de cette année, les services spécialisés et payants sont classés selon les nouvelles catégories A, B et C. Les définitions sont énoncées dans *Règlement sur la distribution de radiodiffusion*. Des données comparables pour l'année 2011 ne peuvent être tirées ; consultez le *Rapport de surveillance des communications 2012* pour les données antérieures.

Source : Base de données interne du CRTC

b) *Mesures de l'auditoire***Tableau 4.3.2 Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge**

	2009-10	2010-11	2011-12
Toutes personnes de 2 ans et +	28,0	28,5	28,2
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	1,8 %	-1,1 %
Enfants de 2 à 11 ans	22,4	22,7	22,2
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	1,3 %	-2,2 %
Ados de 12 à 17 ans	23,0	22,4	22,7
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	-2,6 %	1,3 %
18 ans et +	29,2	29,8	29,5
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	2,1 %	-1,0 %
18 à 34 ans	23,5	23,0	22,8
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	-2,1 %	-0,9 %
18 à 49 ans	24,3	24,1	23,8
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	-0,8 %	-1,2 %
25 à 54 ans	25,1	25,4	25,0
<i>Croissance annuelle</i>	<i>s.o.</i>	1,2 %	-1,6 %

- Saisons de télévision :

- 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.
- 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.
- 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.

Source : Sondages BBM – données audimétriques PPM

Tableau 4.3.3 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) – volet 1 de 2

Part d'écoute (%)	2008-2009	2009-2010 ¹	2010-2011	2011-2012
Services canadiens				
Langue anglaise				
CBC	4,9	6,3	6,4	5,5
Traditionnels privés	22,2	26,6	25,0	25,6
Spécialisés	29,3	36,9	36,0	35,7
Payants	5,1	6,5	6,3	6,2
Numériques payants et spécialisés	4,6	5,9	7,0	7,7
Autres services ²	2,4	2,3	2,3	2,2
Total des services de langue anglaise	68,6	84,5	83,0	82,8
<i>Croissance</i>	-1,7 %	s.o.	-1,8 %	-0,2 %
Langue française				
SRC	0,5	0,1	0,2	0,2
Traditionnels privés	0,5	0,2	0,1	0,1
Télé-Québec	0,0	0,0	0,0	0,0
Autres services ³	0,0	0,0	0,0	0,0
Spécialisés	0,6	0,4	0,4	0,4
Payants	0,0	0,0	0,0	0,0
Numériques payants et spécialisés	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services de langue française	1,7	0,8	0,8	0,8
<i>Croissance</i>	-15,0 %	s.o.	0 %	0 %
Langues tierces				
Privés traditionnels	1,4	1,3	1,3	1,1
Spécialisés	0,4	1,0	1,2	1,0
Numériques	0,1	0,0	0,0	0,0
APTN	0,1	0,2	0,2	0,1
Total des services de langues tierces	1,9	2,4	2,6	2,3
<i>Croissance</i>	0 %	s.o.	8,3 %	-11,5 %
Services communautaires	1,1	0,2	0,3	0,3
VSD et TVC	0,8	0,0	0,0	0,0
Total des services canadiens	73,9	87,9	86,7	86,1
<i>Croissance</i>	-1,9 %	s.o.	-1,4 %	-0,7 %

Tableau 4.3.3 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) – volet 2 de 2

Part d'écoute (%)	2008-2009	2009-2010 ¹	2010-2011	2011-2012
Services non canadiens				
Américains traditionnels	10,9	4,7	5,3	5,4
Américains spécialisés	9,7	7,3	8,0	8,5
Internationaux	0,3	0,0	0,0	0,0
Total des services non canadiens	21,0	12,1	13,3	13,9
<i>Croissance</i>	-1,9 %	s.o.	9,9 %	4,5 %
Divers	5,1	0,0	0,0	0,0
<i>Croissance</i>	45,7 %	s.o.	0 %	0 %
Part d'écoute totale	100	100	100	100
Total d'heures (millions)	650,1	709,3	713,2	720,0
<i>Croissance</i>	0,9 %	s.o.	0,5 %	1,0 %

- Saisons de télévision :
 - 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h
 - De légères variations sont dues à l'arrondissement.
 - 1. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.
 - 2. Les autres services canadiens de langue anglaise comprennent Access, Knowledge, SCN, TVO, CTS, and CJIL.
 - 3. Les autres services canadiens de langue française comprennent TFO.
- Source : BBM Nielsen (2008-09)
Sondages BBM - données audimétriques PPM (2009-10, 2010-11, 2011-12)

Tableau 4.3.4 Part d'écoute des services télévisés canadiens et non canadiens, par langue et par type de service, dans le marché de langue française du Québec

	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Part d'écoute (%)				
Services canadiens				
Langue française				
SRC	13,4	12,5	12,9	11,8
Traditionnels privés	33,8	32,9	32,3	32,0
Télé-Québec	3,6	3,2	3,0	2,9
Autres services ¹	0,1	0,0	0,1	0,1
Spécialisés	36,1	36,1	35,1	36,4
Payants	3,8	4,1	3,6	3,0
Numériques payants et spécialisés	2,2	3,2	5,1	6,4
Total des services de langue française	93,0	92,0	92,2	92,7
<i>Croissance</i>	-1,0 %	-1,1 %	0,2 %	0,5 %
Langue anglaise				
CBC	0,6	0,6	0,5	0,6
Traditionnels privés	1,8	1,9	1,9	1,7
Spécialisés	2,3	2,4	2,3	2,1
Payants	0,3	0,4	0,4	0,4
Numériques payants et spécialisés	0,2	0,6	0,8	0,6
Total des services de langue anglaise	5,2	6,0	6,0	5,5
<i>Croissance</i>	23,8 %	15,4 %	0,0 %	-8,3 %
Autres langues				
Traditionnels privés	0,1	0,1	0,1	0,1
Spécialisés	0,0	0,0	0,0	0,0
Numériques	0,0	0,0	0,0	0,0
APTN	0,1	0,1	0,0	0,0
Total des services d'autres langues	0,2	0,2	0,1	0,1
Services communautaires	0,2	0,2	0,2	0,2
Services de VSD et de TVC	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services canadiens	98,5	98,4	98,5	98,6
<i>Croissance</i>	0,0 %	-0,1 %	0,1 %	0,1 %
Services non canadiens				
Américains traditionnels	0,8	1,0	1,0	0,8
Américains spécialisés	0,6	0,6	0,5	0,6
Internationaux	0,0	0,0	0,0	0,1
Total des services non canadiens	1,5	1,6	1,5	1,5
<i>Croissance</i>	7,1 %	6,7 %	-6,3 %	0 %
Divers	0,0	0,0	0,0	0,0
Part d'écoute totale	100	100	100	100
Total d'heures (millions)	205,7	217,9	219,5	211,3
<i>Croissance</i>	1,5 %	5,9 %	0,7 %	-3,7 %

- Saisons de télévision :
 - 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009 ; toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 31 août 2009 au 29 août 2010 ; toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011 ; toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012 ; toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h;

• De légères variances sont dues à l'arrondissement.

1. Les autres services canadiens de langue française comprennent TFO.

Source : Sondages BBM

Tableau 4.3.5 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens de langues française et anglaise, selon l'origine, le genre d'émission et la région

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise L'ensemble du Canada (sauf marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2011- 2012	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Nouvelles, analyses et interprétation	65,4	80,9	92,7	90,1	68,7	49,9	51,8	47,9
<i>Pourcentage canadien</i>	95,0 %	95,5 %	95,8 %	96,4 %	99,5 %	99,3 %	99,2 %	99,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	17,2 %	14,3 %	16,3 %	15,6 %	32,8 %	24,6 %	25,3 %	24,2 %
Documentaires de longue durée	21,3	30,0	34,9	22,5	10,9	12,4	12,4	11,4
<i>Pourcentage canadien</i>	51,1 %	41,1 %	40,8 %	43,8 %	48,8 %	48,2 %	50,5 %	44,6 %
<i>Pourcentage du total</i>	5,6 %	5,3 %	6,2 %	3,9 %	5,2 %	6,1 %	6,1 %	5,7 %
Sports	38,6	81,6	61,1	84,5	12,6	16,7	12,7	13,4
<i>Pourcentage canadien</i>	67,8 %	76,2 %	70,7 %	72,0 %	77,4 %	85,6 %	81,8 %	82,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	10,2 %	14,4 %	10,9 %	14,6 %	6,0 %	8,2 %	6,2 %	6,8 %
Dramatiques/comédies	163,4	245,1	241,9	236,5	74,7	79,9	78,3	75,3
<i>Pourcentage canadien</i>	21,3 %	19,2 %	19,2 %	20,1 %	31,9 %	32,7 %	30,2 %	29,3 %
<i>Pourcentage du total</i>	43,1 %	43,2 %	42,6 %	40,9 %	35,7 %	39,4 %	38,2 %	38,0 %
Musique/danse/variétés	9,3	12,0	10,6	9,7	5,1	3,5	4,4	3,5
<i>Pourcentage canadien</i>	48,0 %	46,4 %	42,5 %	27,4 %	81,8 %	74,5 %	80,8 %	80,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,4 %	2,1 %	1,9 %	1,7 %	2,4 %	1,7 %	2,2 %	1,8 %
Autres	81,3	117,5	125,5	135,2	37,5	40,5	45,3	46,7
<i>Pourcentage canadien</i>	37,7 %	33,8 %	32,4 %	33,9 %	78,8 %	80,0 %	79,3 %	78,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	21,4 %	20,7 %	22,1 %	23,4 %	17,9 %	20 %	22,1 %	23,6 %
Total	379,3	567,1	567,4	578,6	209,5	202,9	205,0	198,2
<i>Pourcentage canadien</i>	44,8 %	43,0 %	42,0 %	43,8 %	67,7 %	64,5 %	64,0 %	63,2 %

- 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 :
 - 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h.
 - Les services de langue anglaise comprennent l'écoute de stations à caractère ethnique.
1. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.
- Source : Services de langue anglaise :
- BBM Nielsen (2008-09)
 - Sondages BBM - données audimétriques PPM (2009-10, 2010-11, 2011-12)
- Services de langue française :
- Sondages BBM

Tableau 4.3.6 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, le genre d'émission et la région

Heures d'écoute (en millions)	Services de langue anglaise L'ensemble du Canada (sauf marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2011- 2012	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Nouvelles, analyses et interprétation	23,9	37,5	40,5	41,4	24,6	24,1	23,5	20,8
<i>Pourcentage canadien</i>	96,6 %	98,3 %	96,5 %	96,5 %	99,9 %	100 %	100 %	99,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	23,7 %	20,5 %	23,7 %	23,6 %	35,8 %	34,0 %	33,4 %	31,1 %
Documentaires de longue durée	1,7	1,7	2,4	1,0	0,6	1,1	0,9	0,3
<i>Pourcentage canadien</i>	66,6 %	71,3 %	57,8 %	91,9 %	87,7 %	90,7 %	95,2 %	76,4 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,7 %	0,9 %	1,4 %	0,6 %	0,9 %	1,6 %	1,2 %	0,4 %
Sports	1,8	17,2	3,8	11,6	1,0	2,4	0,2	1,3
<i>Pourcentage canadien</i>	3,2 %	78,1 %	4,6 %	66,0 %	96,5 %	95,2 %	100 %	96,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,8 %	9,4 %	2,2 %	6,6 %	1,4 %	3,3 %	0,2 %	2,0 %
Dramatiques/comédies	39,6	70,5	70,1	67,1	23,9	25,0	25,2	23,7
<i>Pourcentage canadien</i>	13,7 %	11,0 %	10,8 %	10,5 %	27,5 %	28,2 %	24,3 %	23,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	39,3 %	38,7 %	41,4 %	38,3 %	34,7 %	35,3 %	35,8 %	35,3 %
Musique/danse/variétés	4,3	5,9	6,2	6,3	2,8	1,2	1,9	1,0
<i>Pourcentage canadien</i>	17,9 %	9,2 %	9,6 %	3,4 %	79,2 %	56,6 %	74,7 %	67,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	4,2 %	3,2 %	3,6 %	3,6 %	4,0 %	1,7 %	2,6 %	1,5 %
Autres	29,6	49,6	47,6	47,7	15,9	17,1	18,8	20,0
<i>Pourcentage canadien</i>	24,2 %	22,6 %	21,5 %	24,2 %	79,5 %	84,3 %	84,5 %	89,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	29,3 %	27,2 %	27,8 %	27,2 %	23,1 %	24,1 %	26,7 %	29,8 %
Total	100,9	182,4	171,1	175,0	68,8	71,0	70,3	67,1
<i>Pourcentage canadien</i>	37,3 %	38,9 %	34,5 %	38,5 %	69,2 %	69,9 %	68,1 %	69,3 %

- 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 :
 - 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h.
- Les services de langue anglaise comprennent l'écoute de stations à caractère ethnique.
- 1. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.

Source : Services de langue anglaise :

- BBM Nielsen (2008-09)
- Sondages BBM - données audimétriques PPM (2009-10, 2010-11, 2011-12)

Services de langue française :

- Sondages BBM

Tableau 4.3.7 Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de langues française et anglaise de la CBC, selon l'origine, le genre d'émission et la région

Heures d'écoute (en millions)	Services de langue anglaise L'ensemble du Canada (sauf marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2011- 2012	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Nouvelles, analyses et interprétation	6,4	6,5	7,6	7,3	7,5	6,8	7,1	6,2
<i>Pourcentage canadien</i>	99,8 %	100 %	100 %	100%	99,9 %	100 %	100 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	21,0 %	15,1	17,1 %	18,7%	27,2 %	25,0 %	25,1 %	25,2 %
Documentaires de longue durée	1,4	1,5	1,7	1,5	0,5	0,4	0,3	0,3
<i>Pourcentage canadien</i>	93,9 %	97,2 %	97,7 %	96,1%	93,2 %	92,1 %	97,2 %	98,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	4,6 %	3,5 %	3,9 %	3,8%	1,9 %	1,4 %	1,1 %	1,2 %
Sports	7,8	16,3	15,4	11,5	0,7	1,0	0,4	0,2
<i>Pourcentage canadien</i>	100 %	100%	98,7 %	100%	92,6 %	100 %	100%	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	25,5 %	37,6 %	34,4 %	29,6%	2,5 %	3,8 %	1,4 %	1,0 %
Dramatiques/comédies	9,2	11,4	11,1	11,5	9,1	8,9	8,3	7,4
<i>Pourcentage canadien</i>	44,9 %	45,5 %	46,4 %	42,6%	62,0 %	66,5 %	72,8 %	73,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	30,1 %	26,2 %	24,9 %	29,6%	33,1 %	32,9 %	29,1 %	29,7 %
Musique/danse/variétés	0,2	0,1	0,1	0,2	0,5	0,5	0,8	1,1
<i>Pourcentage canadien</i>	92,4 %	84,1 %	78,8 %	36,2%	100 %	100 %	99,5 %	99,4 %
<i>Pourcentage du total</i>	0,6 %	0,2 %	0,2 %	0,5%	1,7 %	35,0 %	3,0 %	4,4 %
Autres	5,6	7,5	8,8	6,9	9,2	9,5	11,4	9,6
<i>Pourcentage canadien</i>	41,8 %	45,1 %	49,1 %	63,0%	100 %	100 %	99,9 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	18,3 %	17,3 %	19,6 %	17,8%	33,6 %	35,0 %	40,2 %	38,7 %
Total	30,5	43,3	44,7	38,8	27,4	27,1	28,3	24,8
<i>Pourcentage canadien</i>	72,4 %	76,1 %	76,1 %	76,0%	87,1 %	88,8 %	92,0 %	92,0 %

• 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 :

- 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
- 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
- 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
- 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h.

• Les services de langue anglaise comprennent l'écoute de stations à caractère ethnique.

1. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.

Source : Services de langue anglaise :

- BBM Nielsen (2008-09)
- Sondages BBM - données audimétriques PPM (2009-10, 2010-11, 2011-12)

Services de langue française :

- Sondages BBM

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

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise L'ensemble du Canada (sauf marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2011- 2012	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012
Nouvelles, analyses et interprétation	11,5	36,4	43,2	41,5	32,1	18,8	21,0	20,6
<i>Pourcentage canadien</i>	83,2 %	92,2 %	94,6 %	95,7 %	98,9 %	98,1 %	98,0 %	97,7 %
<i>Pourcentage du total</i>	5,6 %	10,9 %	12,8 %	11,5 %	31,6 %	19,1 %	21,1 %	20,6 %
Documentaires de longue durée	15,2	25,2	28,4	17,6	9,1	10,4	10,6	10,3
<i>Pourcentage canadien</i>	47,0 %	36,0 %	36,4 %	39,0 %	44,4 %	42,8 %	45,8 %	43,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	7,4 %	7,6 %	8,4 %	4,9 %	9,0 %	10,6 %	10,6 %	10,3 %
Sports	29,0	48,0	42,6	61,5	10,9	13,3	12,2	11,9
<i>Pourcentage canadien</i>	63,3 %	67,5 %	66,4 %	67,9 %	74,7 %	82,8 %	81,2 %	80,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	14,2 %	14,5 %	12,6 %	17,1 %	10,7 %	13,6 %	12,2 %	11,8 %
Dramatiques/comédies	104,2	157,7	153,1	154,9	37,3	41,6	40,8	40,5
<i>Pourcentage canadien</i>	22,1 %	20,7 %	20,8 %	22,1 %	24,9 %	26,2 %	23,5 %	22,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	51,0 %	47,4 %	45,2 %	43,0 %	36,7 %	42,5 %	40,9 %	40,4 %
Musique/danse/variétés	4,4	6,0	4,5	3,2	1,5	1,6	1,4	1,1
<i>Pourcentage canadien</i>	78,4 %	82,0 %	84,8 %	74,1 %	77,4 %	77,1 %	74,0 %	69,6 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,2 %	1,8 %	1,3 %	0,9 %	1,5 %	1,6 %	1,5 %	1,1 %
Autres	39,9	59,0	66,7	81,4	10,6	12,4	13,7	15,8
<i>Pourcentage canadien</i>	46,7 %	41,2 %	36,1 %	35,1 %	59,2 %	58 %	54,0 %	51,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	19,5 %	17,8 %	19,7 %	22,6 %	10,5 %	12,6 %	13,7 %	15,8 %
Total	204,3	332,3	338,4	360,1	101,6	98,0	99,8	100,2
<i>Pourcentage canadien</i>	39,5 %	41,2 %	41,1 %	42,6 %	60,0 %	54,2 %	53,5 %	52,2 %

- 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 :
 - 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h.
- Les services de langue anglaise comprennent l'écoute de stations à caractère ethnique.
- 1. Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.

Source : Services de langue anglaise :

- BBM Nielsen (2008-09)
- Sondages BBM - données audimétriques PPM (2009-10, 2010-11, 2011-12)

Services de langue française :

- Sondages BBM

Tableau 4.3.9 Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française – volet 1 de 2

Part d'écoute (%)	2009-2010			2010-2011			2011-2012		
	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total
Marché canadien de langue anglaise									
L'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec									
BCE ^{4,5}	17,5	17,1#	34,6#	16,4	17,3	33,7	17,0	17,0	34,0
<i>Services de langue anglaise</i>	17,5	16,9#		16,4	17,1		17,0	16,9	
<i>Services de langue française</i>	-	0,2		-	0,2		-	0,1	
Shaw ^{3,5}	8,6	12,5	21,1	8,7	13,2	21,9	8,9	14,5	23,4
<i>Services de langue anglaise</i>	8,6	12,5		8,7	13,2		8,9	14,5	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
Corus ^{2,6}	0,4	10,4	10,8	0,3	10,2	10,4	0,2	9,8	10,0
<i>Services de langue anglaise</i>	0,4	10,4		0,3	10,2		0,2	9,8	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
CBC ¹	7,1	1,4	8,5	7,6	1,9	9,4	6,4	1,8	8,2
<i>Services de langue anglaise</i>	7,0	1,3		7,4	1,8		6,3	1,7	
<i>Services de langue française</i>	0,2	0,0		0,2	0,1		0,2	0,1	
Rogers ⁵	4,9	4,0	8,9	4,9	3,8	8,7	4,8	4,2	9,0
<i>Services de langue anglaise</i>	4,9	4,0		4,9	3,8		4,8	4,2	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
Astral ^{5,6}	-	5,9	5,9	-	6,0	6,0	-	6,2	6,2
<i>Services de langue anglaise</i>	-	5,8		-	5,9		-	6,1	
<i>Services de langue française</i>	-	0,1		-	0,1		-	0,1	
Total des heures (en M)	254,2	353,6	607,8	242,9	356,1	598,9	240,2	361,0	601,2
Marché canadien de langue française									
Marché de langue française du Québec									
Québecor ⁵	23,8	5,8	29,6	23,2	7,2	30,5	24,0	8,3	32,3
<i>Services de langue française</i>	23,8	5,8		23,2	7,2		24,0	8,3	
<i>Services de langue anglaise</i>	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
SRC ¹	13,4	4,1	17,5	13,7	4,7	18,3	12,6	5,1	17,7
<i>Services de langue française</i>	12,7	4,0		13,2	4,6		12,0	5,0	
<i>Services de langue anglaise</i>	0,6	0,1		0,5	0,1		0,6	0,1	
Astral ^{5,6}	-	17,9	17,9	-	16,6	16,6	-	16,7	16,7
<i>Services de langue française</i>	-	17,6		-	16,2		-	16,3	
<i>Services de langue anglaise</i>	-	0,3		-	0,4		-	0,4	
BCE ^{4,5}	1,2	7,7	8,9	1,2	7,1	8,3	1,0	6,7	7,7
<i>Services de langue française</i>	-	6,3		-	5,7		-	5,5	
<i>Services de langue anglaise</i>	1,2	1,4		1,2	1,4		1,0	1,2	
Remstar	7,5	-	7,5	7,7	-	7,7	8,6	-	8,6
<i>Services de langue française</i>	7,5	-		7,7	-		8,6	-	
<i>Services de langue anglaise</i>	-	-		-	-		-	-	
Total des heures (en M)	111,5	102,4	214,0	111,6	104,0	215,6	103,8	103,6	207,3

Source : Sondages BBM

Tableau 4.3.9 Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française – volet 2 de 2

Notes :

- Depuis l'année de radiodiffusion 2009-2010, les données sont basées sur le panel national PPM, puisque le Canada de langue anglaise est passé à la technologie PPM le 31 août 2009. Auparavant, la technologie de mesure pour le Canada de langue anglaise était le Mark II meter (boîtier). Des variations dans les données peuvent être attribuées à ce changement méthodologique.
 - De légères variances sont dues à l'arrondissement.
 - Saisons de télévision : du 31 août 2009 au 29 août 2010 (2009-2010), du 30 août 2010 au 28 août 2011 (2010-2011) et du 29 août 2011 au 26 août 2012 (2011-2012).
 - Les calculs se fondent sur l'écoute moyenne totale de services canadiens pour toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 2 h à 2 h.
 - L'écoute totale se fonde sur l'écoute des stations de télévision canadiennes traditionnelles (y compris les stations à caractère ethnique) et celle des services facultatifs (télévision spécialisée et payante, excluant les services de TVC et deVSD).
 - Marché canadien de langue française réfère au marché de langue française de Sondages BBM au Québec. Marché canadien de langue anglaise réfère au marché de BBM pour l'ensemble du Canada, moins le marché de langue française du Québec.
 - La propriété est basée sur la date de la décision approuvant la transaction et non sur la date de clôture de la transaction. L'écoute est attribuée pour la saison complète au groupe de propriété qui détient une part des actions avec droits de vote directs ou indirects de 50 % et plus au 31 août de chaque année.
1. Stations appartenant à la CBC/SRC et exploitées par elle.
 2. L'écoute de Corus n'englobe pas celle de Telelatino. Le total de Corus pour 2009-2010 comprend : le Sundance Channel (anciennement Drive-In Classics Channel) et W Movies (anciennement SexTV: the Channel) à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-706).
 3. À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de Canwest sont désormais sous le contrôle de Shaw Communications Inc. (Shaw) (décision de radiodiffusion 2010-782). La part d'écoute de Shaw pour 2008-2009 exclut : CHCH-TV Hamilton à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-537, 28 août 2009) et CJNT-TV Montréal à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-536, 28 août 2009). La part d'écoute de Shaw pour 2009-2010 exclut CHEK-TV Victoria à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-699, 19 novembre 2009). La part d'écoute de Shaw pour 2010-2011 exclut BBC Kids à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2011-277, 29 avril 2011).
 4. À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de CTVglobemedia (CTVgm) sont désormais sous le contrôle de BCE Inc. (BCE) (décision de radiodiffusion 2011-163, 7 mars 2011). La part d'écoute de BCE pour 2010-2011 exclu travel+escape à la suite d'un changement de contrôle effectif (décision de radiodiffusion 2010-551, 26 octobre 2010).
 5. La liste suivante englobe les services facultatifs qui appartiennent à parts égales à des sociétés canadiennes :

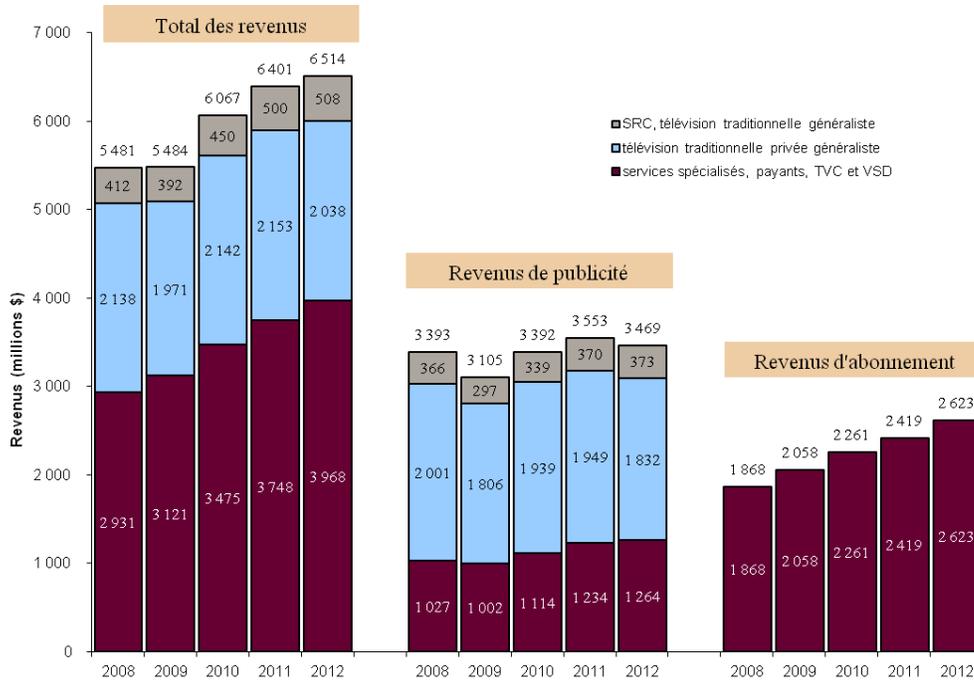
Part d'écoute (%)	Marché canadien de langue anglaise L'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec			Marché canadien de langue française Marché de langue française du Québec		
	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Astral 50 % / Shaw 50 %						
<i>Historia [Fr.]</i>	<i>s.i.</i>	<i>s.i.</i>	0,00	1,80	1,63	1,64
<i>Séries + [Fr.]</i>	0,01	0,01	0,01	3,45	3,53	4,05
Astral 50 % / Corus 50 %						
<i>Teletoon [Eng.]</i>	2,32	2,11	2,00	0,06	0,09	0,06
<i>Télétoon [Fr.]</i>	0,02	0,02	0,01	2,86	2,54	2,61
<i>Teletoon Rétro [Eng.]</i>	0,48	0,55	0,48	0,04	0,02	0,01
<i>Télétoon Retro [Fr.]</i>	0,01	0,01	0,02	0,31	0,37	0,29
Astral / Corus ¹³						
<i>HBO Canada¹³</i>	0,35	0,36	0,35	0,02	0,02	0,02
BCE / Rogers						
<i>GolTV</i>	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,03	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,01
<i>NBA TV</i>	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,05	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,01
<i>LeafsTV</i>	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,07	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	0,00

s.i.= sans incidence; n.e = non-exploité; s.o. = sans objet ou ne s'applique pas

6. HBO Canada est distribué au sein de deux services payants régionaux de langue anglaise exploités de façon indépendante et détenus à part entière : The Movie Network (TMN), distribué dans l'Est du Canada et qui fait partie du groupe de propriété d'Astral, et Movie Central, distribué dans l'Ouest du Canada et qui fait partie du groupe de propriété de Corus. À cause des limites du logiciel de BBM, une part d'écoute distincte des signaux de TMN et Movie Central pour HBO Canada n'est pas disponible.

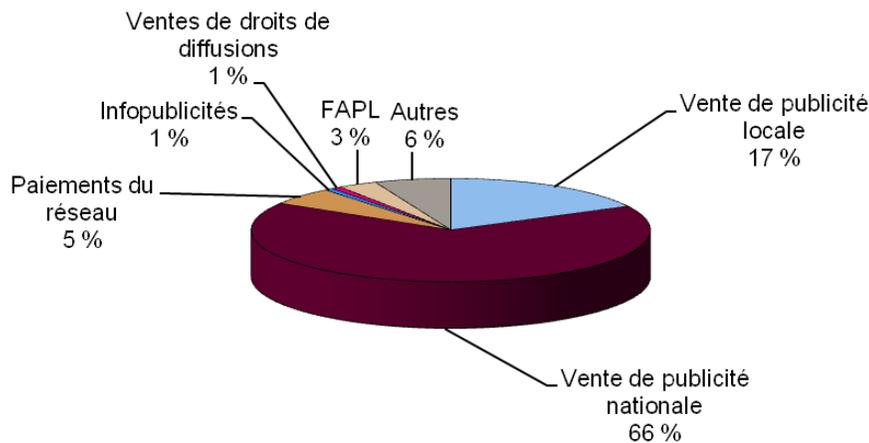
c) **Rendement financier**

Graphique 4.3.1 Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, 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 « autres » et pour 2010, 2011 et 2012 comprend le financement provenant du FAPL.
 - De légères variances sont dues à l’arrondissement.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée, 2012

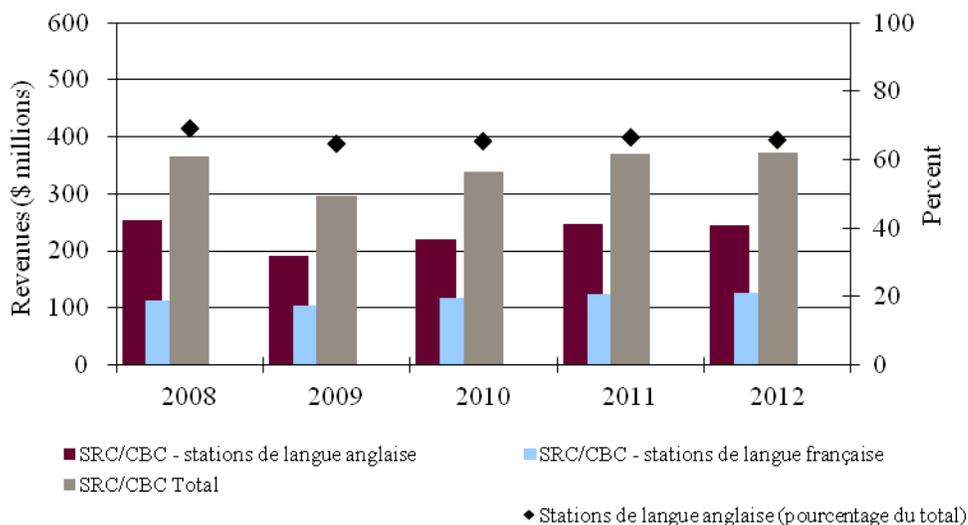


Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.3.10 Revenus de télévision par type de service (millions \$)

	2011	2012	Croissance
Télévision traditionnelle			
Traditionnelle privée	2 144#	2 038	-5,0 %
SRC	500	508	1,6 %
Sous-total	2 644#	2 546	-3,7 %
Autres services			
Services payants, de TVC et VSD	856	837	-2,1 %
Services spécialisés	2 892 #	3 130	8,2 %
Sous-total	3 748 #	3 968	5,9 %
Total	6 392#	6 513	1,9 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.3 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC/CBC


Source : Données recueillies par le CRTC

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

Revenus (millions \$)	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC
						2008-2012
Télévision traditionnelle SRC						
Revenus publicitaires						
Stations de langue anglaise	253	192	221	246	245	-0,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	24,6 %	-24,1 %	15,1 %	11,3 %	-0,3 %	
Stations de langue française	113	105	118	123	127	3,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	-7,1 %	12,4 %	4,2 %	3,1 %	
Total des revenus de publicité	366	297	339	370	373	0,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	18,1 %	-18,9 %	14,1 %	9,1 %	0,8 %	
Autres revenus	46	95	111	130	135	30,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,2 %	106,5 %	16,8 %	17,1 %	3,9 %	
Total	412	392	450	500	508	5,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	15,7 %	-4,9 %	14,8 %	11,1 %	1,6 %	
Crédits parlementaires	s.o.	s.o.	794	839	861	
<i>Croissance annuelle</i>			s.o.	5,7 %	2,7 %	

- « Autres revenus » englobe :
 - a) pour 2008 à 2012 : autres revenus commerciaux ;
 - b) pour 2009 à 2012 : les revenus corporatifs (si ces revenus étaient inclus dans les résultats de 2008, la croissance annuelle passerait de -5 % à -20 %) ;
 - c) pour 2010, 2011 et 2012 : le financement provenant du FAPL.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.3.12 Revenus de publicité et autres – stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise et de langue française

Revenus (millions \$)	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Langue anglaise						
Revenus de publicité	1 679	1 520	1 659#	1 659#	1 540	-2,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,2 %	-9,5 %	9,2 %	0,0 %	-7,2 %	
<i>Sous-total</i>	96 %	94 %	92 %	93 %	92 %	
Autres revenus	75	101	135#	129#	131	15,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,7 %	34,7 %	33,1 %	-4,5 %	2,0 %	
<i>Sous-total</i>	4 %	6 %	8 %	7 %	8 %	
Sous-total	1 754	1 621	1 794	1 788	1 672	-1,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,0 %	-7,6 %	10,7 %	-0,3 %	-6,5 %	
Langue française						
Revenus de publicité	322	286	280#	290#	291	-2,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,3 %	-11,2 %	-1,9 %	3,6 %	0,3 %	
<i>Sous-total</i>	84 %	82 %	80 %	81 %	79 %	
Autres revenus	62	64	68#	66#	75	4,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,9 %	3,2 %	5,5 %	-2,2 %	13,5 %	
<i>Sous-total</i>	16 %	18 %	20 %	19 %	21 %	
Sous-total	384	350	348#	357#	367	-1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,8 %	-8,9 %	-0,5 %	2,5 %	2,8 %	
Total						
Revenus de publicité	2 001	1 806	1 939	1 949	1 832	-2,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,9 %	-9,7 %	7,4 %	0,5 %	-6,0 %	
<i>Total</i>	94 %	92 %	91 %	91 %	90 %	
Autres revenus	137	165	202 #	195#	206	10,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	20,4 %	22,4 %	-3,6 %	5,9 %	
<i>Total</i>	6 %	8 %	9 %	9 %	10 %	
Total	2 138	1 971	2 142#	2 144#	2 038	-1,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,5 %	-7,8 %	8,9 %	0,1 %	-5,0 %	

- Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
- Pour 2010, 2011 et 2012, « autres revenus » comprend le financement provenant du FAPL.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

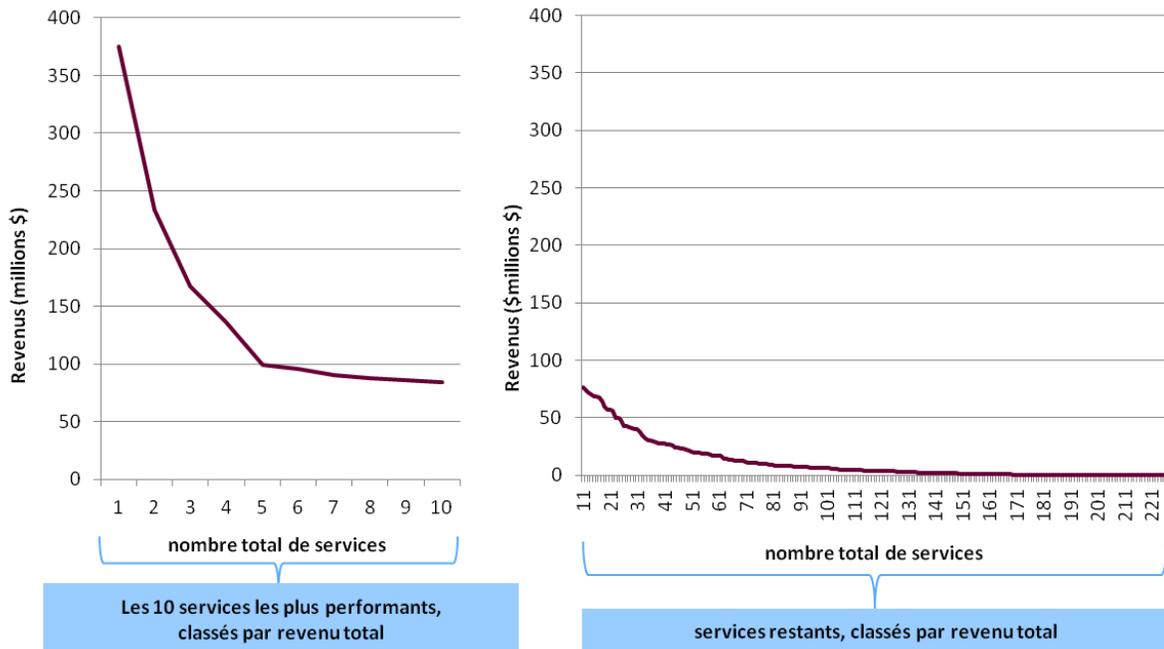
Tableau 4.3.13 Revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC de langue anglaise, de langue française et de langues tierces

Services	Revenus (en milliers \$)			BAII (en milliers \$)			Marge de BAII		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Services spécialisés de langue anglaise									
Catégorie A	1 274 463	1 341 680	1 347 720	420 495	451 225	490 798	33,0 %	33,6 %	36,4 %
Catégorie B	260 633	294 723	332 660	67 268	81 184	92 747	25,8 %	27,5 %	27,9 %
Catégorie C	593 915	666 289	794 906	123 257	117 032	119 106	20,8 %	17,6 %	15,0 %
Sous-total	2 129 010	2 302 692	2 475 285	611 020	649 441	702 651	28,7 %	28,2 %	28,4 %
Services spécialisés de langue française									
Catégorie A	255 318	274 600	276 529	83 344	84 556	78 789	32,6 %	30,8 %	28,5 %
Catégorie B	11 754	19 841	29 027	-2 666	-5 241	-4 206	-22,7 %	-26,4 %	-14,5 %
Catégorie C	200 857	212 734	265 686	33 891	44 579	25 089	16,9 %	21,0 %	9,4 %
Sous-total	467 928	507 175	571 243	114 570	123 894	99 672	24,5 %	24,4 %	17,4 %
Services spécialisés ethniques et de langues tierces									
Catégorie A	67 942	68 241	67 856	19 234	18 919	18 080	28,3 %	27,7 %	26,6 %
Catégorie B	11 188	14 311	15 746	235	1 479	2 717	2,1 %	10,3 %	17,3 %
Sous-total	79 130	82 552	83 601	19 469	20 398	20 797	24,6 %	24,7 %	24,9 %
Total services spécialisés									
Catégorie A	1 597 722	1 684 521	1 692 105	523 073	554 700	587 667	32,7 %	32,9 %	34,7 %
Catégorie B	283 575	328 875	377 433	64 837	77 422	91 258	22,9 %	23,5 %	24,2 %
Catégorie C	794 771	879 023	1 060 592	157 148	161 611	144 195	19,8 %	18,4 %	13,6 %
Sous-total	2 676 068	2 892 419	3 130 129	745 059	793 733	823 120	27,8 %	27,4 %	26,3 %
Services payants, de TVC et de VSD									
Services payants	447 982	468 946	457 798	100 412	123 445	101 719	22,4 %	26,3 %	22,2 %
Services de TVC – terrestres et par SRD	145 139	129 243	115 739	20 235	13 095	8 358	13,9 %	10,1 %	7,2 %
VSD	205 429	257 457	263 865	12 778	3 937	-16 780	6,2 %	1,5 %	-6,3 %
Sous-total	798 551	855 646	837 401	133 426	140 477	91 492	16,7 %	16,4 %	11,2 %
Total	3 474 620	3 748 065	3 967 530	878 485	934 210	916 612	25,3 %	24,9 %	23,1 %

- Tous les chiffres ont été mis à jour afin de tenir compte des nouvelles définitions des services de catégories A, B et C.
- Les services de langue anglaise comprennent les services bilingues.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

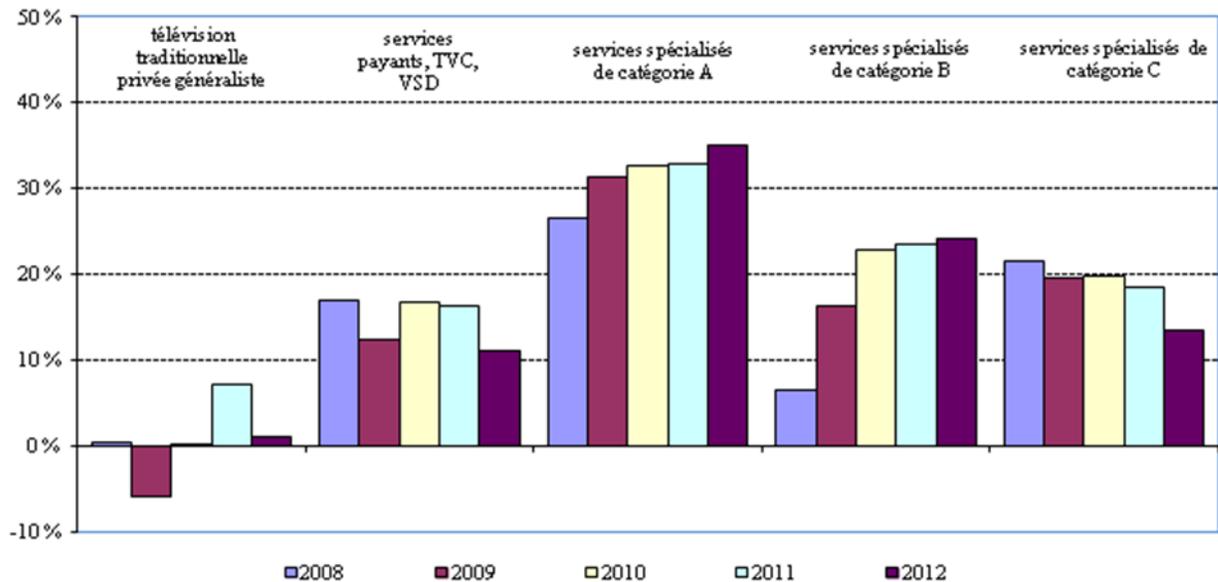
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.4 Classement par revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC en ordre décroissant



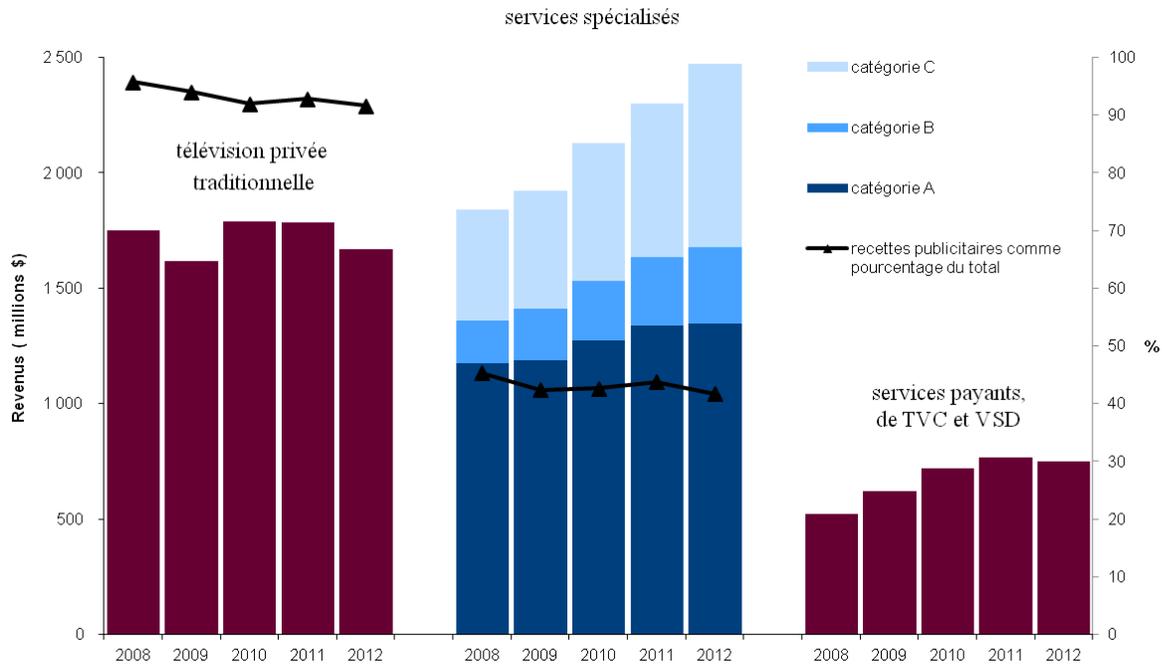
Source : Données recueillies par le CRTC

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



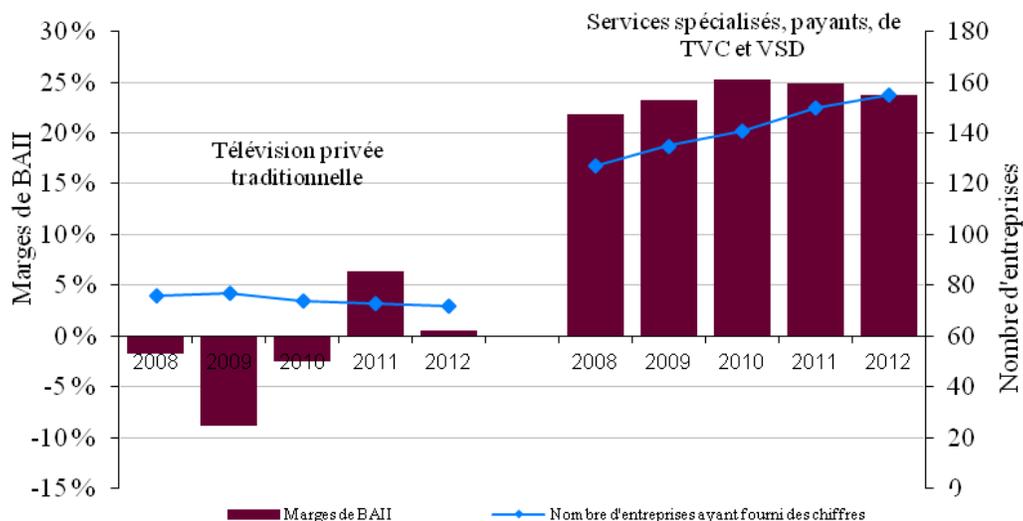
Source : Données recueillies par le CRTC

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



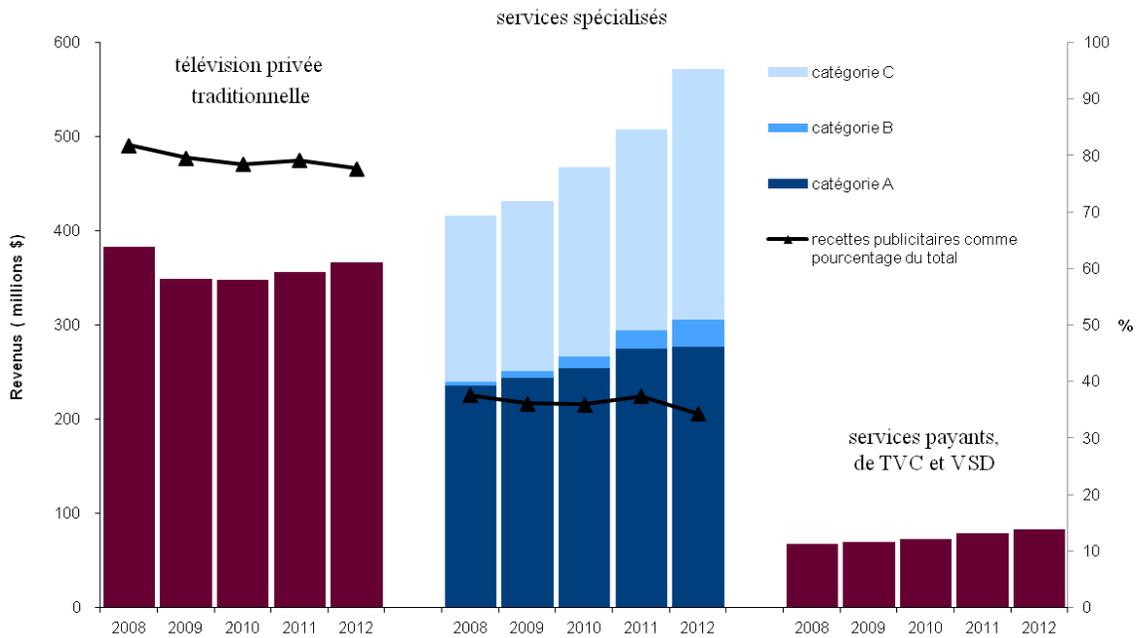
- Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
 - Les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise comprennent les services bilingues.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



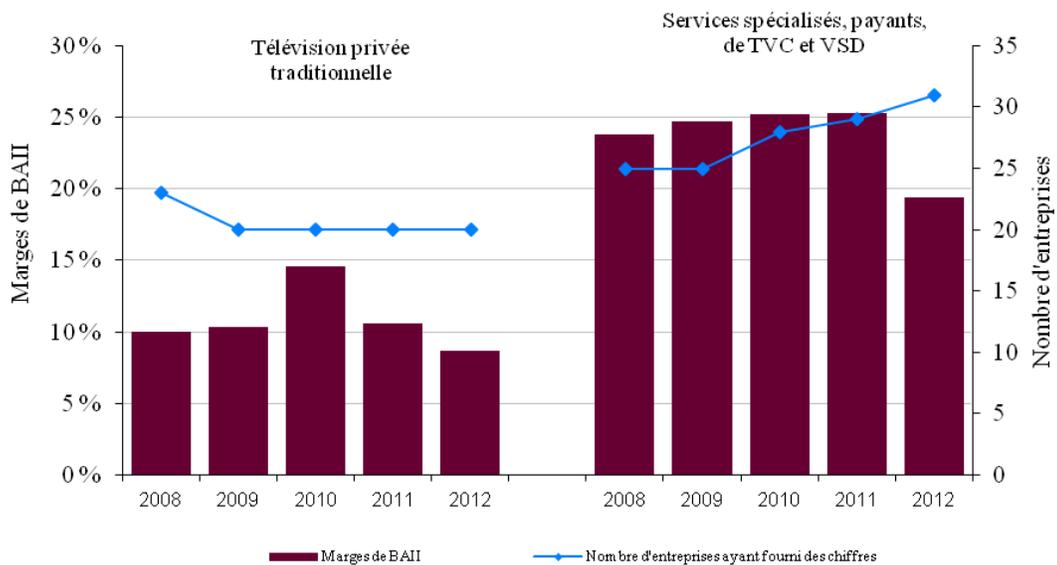
- Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
 - Les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise comprennent les services bilingues.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



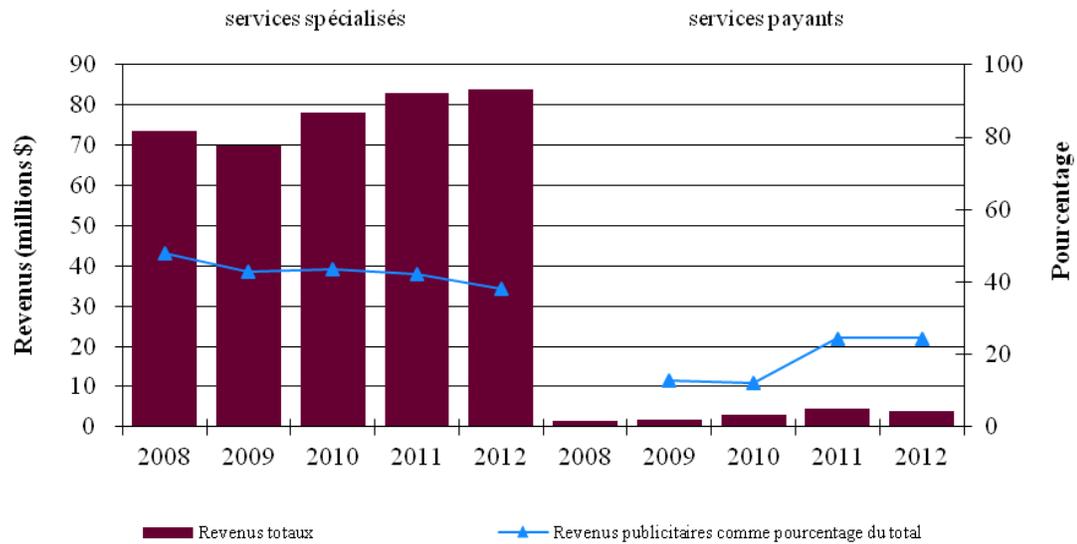
Source : Données recueillies par le CRTC

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



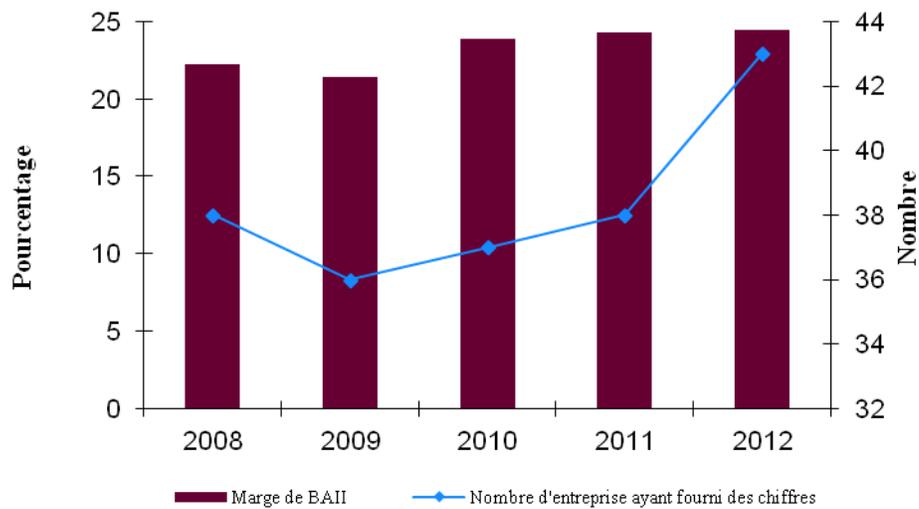
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.10 Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces



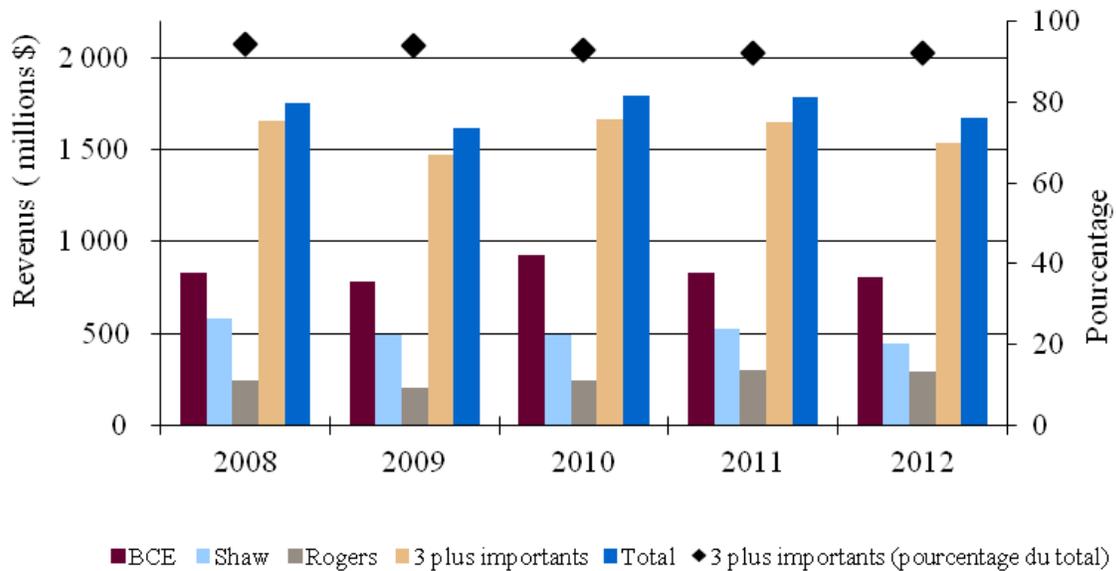
Source : Données recueillies par le CRTC

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



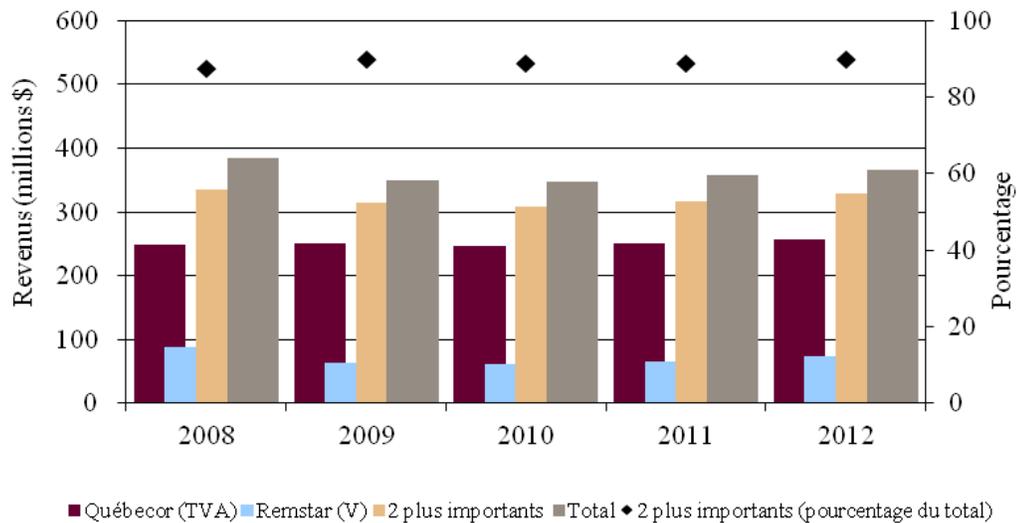
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.12 Revenus des trois plus importants groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue anglaise



- Calcul fondé sur le nombre de stations traditionnelles détenues ou contrôlées par le groupe de propriété en date du 31 août de chaque année. La date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, officialise la propriété. Le revenu annuel complet de la station est attribué au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire en date du 31 août.
 - Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
 - À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de Canwest sont désormais sous le contrôle de Shaw (décision de radiodiffusion 2010-782). La part des revenus de Shaw 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). La part d'écoute de Shaw pour 2009-2010 exclut CHEK-TV Victoria à la suite d'une acquisition d'actif (décision de radiodiffusion 2009-699).
 - À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de CTV sont désormais sous le contrôle de BCE (décision de radiodiffusion 2011-163). Les résultats de BCE et de CHUM reflètent la transaction approuvée dans la décision de radiodiffusion 2007-165.
 - Les revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL pour 2010, 2011 et 2012.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.13 Revenus des deux plus importants groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue française



- Calcul fondé sur le nombre de stations traditionnelles en direct détenues ou contrôlées par le groupe de propriété le 31 août de chaque année. La date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l’entente a été signée, officialise la propriété. Le revenu annuel complet de la station est attribué au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire le 31 août.
 - Dans la décision de radiodiffusion 2008-129, le Conseil a approuvé, sous réserve de conditions d’approbation, l’achat par Remstar du réseau TQS et de ses stations de télévision à Montréal, Québec, Trois-Rivières, Sherbrooke et Saguenay. TQS a été renommé V.
 - Dans la décision de radiodiffusion 2008-130, le Conseil a approuvé le rachat par la SRC de l’actif de TQS 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 revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL pour 2010, 2011 et 2012.
- Source : Données recueillies par le CRTC

d) *Groupes de propriété***Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 1 de 6)¹**

HD	Astral	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
OUI	Canal D	Sp. A	français	100 %	2 600	40 192	20 437	50,8 %
OUI	Canal Vie	Sp. A	français	100 %	2 354	42 771	15 681	36,7 %
OUI	CINÉPOP	Payant B	français	100 %	995	8 360	3 357	40,2 %
OUI	The Family Channel	Payant	anglais	100 %	5 754	64 598	20 842	32,3 %
OUI	The Movie Network Encore ^a	Payant	anglais	100 %	1 480	23 820	11 787	49,5 %
OUI	Super Écran	Payant	français	100 %	644	68 149	21 590	31,7 %
OUI	The Movie Network	Payant	anglais	100 %	1 188	136 707	27 571	20,2 %
OUI	VRAK.TV	Sp. A	français	100 %	2 382	27 785	10 779	38,8 %
OUI	Ztélé	Sp. A	français	100 %	2 040	23 609	6 233	26,4 %
OUI	Viewers Choice Canada	TVC**	anglais	50,1 %	2 314	13 711	2 000	14,6 %
OUI	Historia	Sp. A	français	50 %	2 072	19 742	9 135	46,3 %
OUI	Musimax	Sp. A	français	100 %	1 949	9 499	-122	-1,3 %
OUI	MusiquePlus	Sp. A	français	100 %	2 363	13 057	-577	-4,4 %
OUI	Séries+	Sp. A	français	50 %	2 088	30 576	16 625	54,4 %
OUI	Teletoon/Télétoon	Sp. A	bilingue	50 %	7 462	83 956	34 875	41,5 %
NON	Teletoon Retro English	Sp. B	anglais	50 %	s.o.	7 490	s.o.	s.o.
NON	Télétoon Rétro French	Sp. B	français	50 %	s.o.	1 546	s.o.	s.o.
OUI	Disney XD	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	1 692	s.o.	s.o.
NON	Disney Junior	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	2 107	s.o.	s.o.
OUI	Carton Network ^b	Sp. B	anglais	50 %	s.o.	117	s.o.	s.o.

a) Le service Mpix a été rebaptisé The Movie Network Encore le 18 septembre 2012.

b) Le service Cartoon Network est entré en ondes le 4 juillet 2012.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 2 de 6)¹

HD	BCE ²	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
OUI	CTV News Channel	Sp. C	anglais	100 %	8 694	25 858	5 908	22,8 %
OUI	MTV Canada	Sp. A	anglais	100 %	6 501	24 155	-2 558	-10,6 %
OUI	Business News Network	Sp. A	anglais	100 %	6 455	31 960	13 577	42,5 %
OUI	Comedy Network	Sp. A	anglais	100 %	5 947	55 856	26 493	47,4 %
NON	ESPN Classic Canada	Sp. B	anglais	80 %	1 128	3 032	834	27,5 %
OUI	Réseau des Sports (RDS)	Sp. C	français	80 %	3 514	167 437	25 118	15,0 %
OUI	RDS Info	Sp. A	français	80 %	1 381	9 286	-2 310	-24,9 %
OUI	The Sports Network (TSN)	Sp. C	anglais	80 %	9 191	374 834	61 796	16,5 %
OUI	Animal Planet	Sp. B	anglais	64 %	2 147	7 381	2 534	34,3 %
OUI	Discovery Channel	Sp. A	anglais	64 %	7 900	99 195	31 668	31,9 %
OUI	Discovery Science	Sp. B	anglais	64 %	1 448	4 612	662	14,4 %
OUI	Discovery World HD	Sp. B	anglais	64 %	1 493	27 140	16 033	59,1 %
OUI	Viewers Choice Canada	TVC**	anglais	19,96 %	2 314	13 711	2 000	14,6 %
NON	The NHL Network	Sp. B	anglais	17,14 %	s.o.	12 550	s.o.	s.o.
NON	Book Television	Sp. A	anglais	100 %	946	4 536	3 007	66,3 %
OUI	Bravo!	Sp. A	anglais	100 %	6 812	42 206	17 532	41,5 %
OUI	Investigation Discovery	Sp. B	anglais	100 %	1 035	5 686	2 761	48,6 %
NON	Fashion Television Channel	Sp. A	anglais	100 %	769	4 820	2 333	48,4 %
NON	MuchLoud	Sp. B	anglais	100 %	149	355	112	31,5 %
NON	MuchMoreMusic	Sp. A	anglais	100 %	6 344	17 499	5 667	32,4 %
NON	MuchMoreRetro	Sp. B	anglais	100 %	274	824	580	70,4 %
OUI	MuchMusic	Sp. A	anglais	100 %	9 309	40 220	1 779	4,4 %
NON	MuchVibe	Sp. B	anglais	100 %	482	770	500	64,9 %
OUI	CablePulse 24	Sp. A	anglais	100 %	3 034	22 934	2 906	12,7 %
NON	Juicebox	Sp. B	anglais	100 %	283	593	350	59,0 %
NON	MTV2 Canada	Sp. A	anglais	100 %	869	4 684	1 858	39,7 %
OUI	SPACE	Sp. A	anglais	100 %	6 678	50 146	23 431	46,7 %
OUI	E!	Sp. A	anglais	100 %	6 880	28 590	9 211	32,2 %
NON	Comedy Gold	Sp. B	anglais	100 %	944	4 214	2 400	56,9 %
OUI	Leafs TV	Sp. B	anglais	28 %	9 604	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	NBA TV (Canada)	Sp. B	anglais	28 %	8 471	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	GolTV	Sp. B	anglais	22,43 %	3 509	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	Bell TV On Demand and Vu!	TVC**	anglais	100 %	s.o.	48 441	1 859	3,8 %
OUI	Bell TV On Demand	TVC	anglais	100 %	s.o.	698	434	62,1 %
OUI	Bell TV On Demand	VSD	anglais	100 %	s.o.	4 688	-1 944	-41,5 %
OUI	Câblevision du Nord de Québec inc.	VSD	français	100 %	s.o.	686	141	20,6 %

HD	Cogeco	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
YES	Cogeco On Demand	VSD	bilingue	100%	s.o.	21 423	8 468	39,5 %

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 3 de 6)¹

HD	SRC	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
OUI	Bold ^a	Sp. A	anglais	100 %	2 636	4 091	1 318	32,2 %
OUI	CBC News Network	Sp. A	anglais	100 %	11 363	86 158	15 061	20,4 %
OUI	RDI	Sp. A	français	100 %	11 679	57 010	11 622	20,4 %
OUI	ARTV	Sp. A	français	85 %	2 073	17 235	324	1,9 %
OUI	Documentary	Sp. A	anglais	82 %	2 669	6 018	886	14,7 %
OUI	EXPLORA ^b	Sp. B	français	100 %	s.o.	484	s.o.	s.o.

a) L'acquisition du service Bold par Blue Ant Media a été approuvée le 16 novembre 2012.

b) Explora est entré en ondes le 28 mars 2012.

HD	Corus ³	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
OUI	Encore Avenue	Payant	anglais	100 %	2 305	19 844	9 704	48,9 %
OUI	MovieCentral	Payant	anglais	100 %	976	96 057	8 365	8,7 %
NON	TreeHouse TV	Sp. A	anglais	100 %	8 673	14 255	4 006	28,1 %
OUI	W Network	Sp. A	anglais	100 %	8 403	88 093	35 733	40,6 %
OUI	YTV	Sp. A	anglais	100 %	11 316	90 844	32 324	35,6 %
NON	CMT Canada	Sp. A	anglais	90 %	10 655	29 274	7 733	26,4 %
OUI	Dusk ^a	Sp. B	anglais	51 %	s.o.	4 520	s.o.	s.o.
OUI	ABC Spark	Sp. B	anglais	51 %				
NON	Sky TG24 Canada	Sp. B	autre	50,50 %	s.o.	299	s.o.	s.o.
OUI	TLN - Teletino	Sp. A	autre	50,50 %	4 924	18 942	8 330	44,0 %
NON	Teleniños	Sp. B	autre	50,50 %	s.o.	25	s.o.	s.o.
OUI	Teletoon/Télétoon ^b	Sp. A	bilingue	50 %	7 462	83 956	34 875	41,5 %
NON	Teletoon Retro English ^b	Sp. N2	anglais	50 %	s.o.	7 490	s.o.	s.o.
NON	Télétoon Rétro French ^b	Sp. N2	français	50 %	s.o.	1 546	s.o.	s.o.
OUI	Food Network Canada	Sp. A	anglais	22,58 %	7 369	59 753	29 515	49,4 %
NON	EuroWorld Sport	Sp. N2	anglais	50,50 %	s.o.	56	s.o.	s.o.
NON	Mediaset Italia	Sp. N2	autre	50,50 %	s.o.	329	s.o.	s.o.
NON	TLN en español	Sp. N2	autre	50,50 %	s.o.	1 380	s.o.	s.o.
OUI	Nickelodeon	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	7 005	s.o.	s.o.
OUI	OWN	Sp. A	anglais	100 %	6 219	28 196	7 475	26,5 %
NON	Cosmopolitan TV	Sp. B	anglais	67 %	s.o.	12 410	s.o.	s.o.
NON	Sundance Channel	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	5 071	s.o.	s.o.
OUI	W Movies	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	6 458	s.o.	s.o.
OUI	Cartoon Network ^{b, c}	Sp. B	anglais	50 %	s.o.	117	s.o.	s.o.

a) Le service Dusk a cessé ses activités le 23 mars 2012.

b) 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.

c) Le service Cartoon Network est entré en ondes le 4 juillet 2012.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 4 de 6)¹

HD		Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
	Québecor							
OUI	Illico sur demande	VSD	bilingue	100 %	s.o.	57 350	-942	-1,6 %
NON	Argent	Sp. A	français	100 %	656	3 184	-119	-3,7 %
OUI	Le Canal Nouvelles (LCN)	Sp. C	français	100 %	2 433	30 384	8 813	29,0 %
OUI	addikTV	Sp. A	français	100 %	997	8 647	1 877	21,7 %
OUI	MOI&cie (formerly Mlle) ^a	Sp. B	français	100 %	400	2 662	-2 528	-95,0 %
OUI	Prise 2	Sp. B	français	100 %	889	6 112	1 386	22,7 %
OUI	Sun News Network	Sp. C	anglais	100 %	4 856	5 657	-18 506	-327,2 %
OUI	CASA	Sp. B	français	100 %	811	7 054	-295	-4,2 %
OUI	Canal Indigo	TVC**	français	100 %	1 496	6 960	2 358	33,9 %
OUI	Yoopla	Sp. B	français	100 %	763	3 407	-228	-6,7 %
OUI	Évasion	Sp. A	français	8,31 %	2 051	12 655	837	6,6 %
OUI	TVA Sports	Sp. C	français	100 %	1 639	10 856	-20 464	-188,5 %

a) Le service Mlle a été rebaptisé MOI&cie le 1^{er} février 2013.

b) Le service TVA Sports est entré en ondes le 12 septembre 2011.

HD		Type de service	Language	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
	Rogers							
OUI	The Biography Channel	Sp. A	anglais	100 %	2 247	8 146	2 825	34,7 %
OUI	Rogers On Demand	VSD	bilingue	100 %	s.o.	68 673	-6 350	-9,2 %
OUI	Sportsnet	Sp. C	anglais	100 %	8 785	233 966	23 836	10,2 %
OUI	Sportsnet One	Sp. C	anglais	100 %	6 096	68 433	28 492	41,6 %
OUI	Sportsnet PPV	TVC**	anglais	100 %	34	12 009	1 187	9,9 %
NON	G4TechTV	Sp. A	anglais	100 %	2 452	10 210	3 401	33,3 %
OUI	Viewers Choice Canada	TVC**	anglais	24,95 %	2 314	13 711	2 000	14,6 %
OUI	OLN (Outdoor Life Network)	Sp. A	anglais	100 %	5 452	20 137	7 190	35,7 %
NON	TVtropolis	Sp. A	anglais	33,33 %	6 015	37 955	14 358	37,8 %
OUI	FX Canada ^a	Sp. B	anglais	66,64 %	1 460	3 773	-3 232	-85,7 %
OUI	CityNews Channel	Sp. B	anglais	100 %	1 525	1 399	-3 927	-280,8 %
OUI	Leafs TV	Sp. B	anglais	37,5 %	9 604	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	NBA TV (Canada)	Sp. B	anglais	37,5 %	8 471	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	GoITV	Sp. B	anglais	30,04 %	3 509	s.o.	s.o.	s.o.
OUI	Sportsnet World	Sp. B	anglais	100 %	91	9 891	2 416	24,4 %

a) Le service FX Canada est entré en ondes le 31 octobre 2011.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 5 de 6)¹

HD	Shaw ⁴	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	N ^{bre} d'abonnés	Revenus* (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
NON	DejaView	Sp. B	anglais	100 %	1 633	8 200	4 288	52,3 %
NON	Fox Sports World Canada	Sp. B	anglais	100 %	s.o.	2 120	-1 554	-73,3 %
OUI	MovieTime	Sp. B	anglais	100 %	5 106	13 783	9 017	65,4 %
NON	TVtropolis	Sp. A	anglais	66,67 %	6 015	37 955	14 358	37,8 %
NON	Mystery TV	Sp. A	anglais	100 %	1 966	14 541	5 992	41,2 %
NON	H2 ^a	Sp. A	anglais	100 %	969	4 928	-1 487	-30,2 %
OUI	History Television	Sp. A	anglais	100 %	7 568	76 213	46 043	60,4 %
NON	IFC	Sp. A	anglais	100 %	2 813	10 464	5 459	52,2 %
OUI	Showcase	Sp. A	anglais	100 %	8 845	74 157	46 979	63,4 %
NON	Action	Sp. B	anglais	100 %	4 564	19 053	12 719	66,8 %
NON	Lifetime ^b	Sp. B	anglais	100 %	4 342	17 493	10 682	61,1 %
NON	Slice	Sp. A	anglais	100 %	6 079	41 134	8 594	20,9 %
OUI	HGTV Canada	Sp. A	anglais	80,24 %	8 698	72 325	34 231	47,3 %
NON	BBC Canada	Sp. B	anglais	80 %	2 726	10 443	6 235	59,7 %
NON	Twist TV	Sp. A	anglais	100 %	2 158	6 980	2 777	39,8 %
OUI	National Geographic Channel Canada	Sp. B	anglais	64 %	6 480	22 616	14 147	62,5 %
OUI	NatGeo Wild	Sp. B	anglais	64 %	274	508	-952	-187,3 %
OUI	Food Network Canada	Sp. A	anglais	57,58 %	7 369	59 753	29 515	49,4 %
OUI	Historia	Sp. A	français	50 %	2 072	19 742	9 135	46,3 %
OUI	Séries+	Sp. A	français	50 %	2 088	30 576	16 625	54,4 %
OUI	Dusk ^c	Sp. B	anglais	49 %	s.o.	4 520	s.o.	s.o.
NON	Global Reality Channel ^d	Sp. N2	anglais	100 %	1 129	1 848	-760	-41,1 %
NON	D.I.Y. Network	Sp. N2	anglais	80,24 %	2 484	10 743	7 428	69,2 %
OUI	Shaw Pay-Per-View	TVC**	anglais	100 %	s.o.	6 866	-13	-0,2 %
OUI	Shaw Pay-Per-View	TVC	anglais	100 %	s.o.	20 728	622	3,0 %
NON	Shaw on Demand	VSD	bilingue	100 %	s.o.	70 077	2 629	3,8 %

a) Le service The Cave a été rebaptisé H2 le 27 août 2012.

b) Le service Showcase Diva a été rebaptisé Lifetime le 27 août 2012.

c) Le service Dusk a cessé ses activités le 23 mars 2012

d) Le service Global Reality a cessé ses activités le 1^{er} novembre 2012.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD (volet 6 de 6)¹

*Les résultats financiers sont basés sur les données au 31 août 2012 (en milliers).

Notes au tableau 4.3.14 :

1. Dans la Politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601, le Conseil a déterminé qu'il publiera les données financières complètes des services de catégorie A (analogique et catégorie 1) et des services de catégorie B (catégorie 2) détenus ou contrôlés par une entité intégrée verticalement. Le Conseil a également déterminé qu'il publiera les données financières partielles des services de catégorie B (catégorie 2) spécialisés indépendants individuels, qui comprendront les revenus totaux, les dépenses totales au titre de la programmation et les dépenses totales au titre des émissions canadiennes. De plus, les données financières complètes des services de catégorie B (catégorie 2) spécialisés indépendants pris dans leur ensemble seront également incluses dans cette publication.
 2. À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de CTVgm sont désormais sous le contrôle de BCE (décision de radiodiffusion 2011-163).
 3. Shaw est affiliée à Corus puisque J.R. Shaw exerce un contrôle sur les deux compagnies par l'intermédiaire de votes.
 4. À la suite d'une modification du contrôle effectif, les propriétés de Canwest sont désormais sous le contrôle de Shaw (décision de radiodiffusion 2010-782).
- La propriété dans le tableau 4.3.14 est basée sur le pourcentage de la participation avec droit de vote direct et indirect en date du 31 décembre 2011. Lorsqu'une modification à la propriété a eu lieu, l'information se fonde sur la date de la décision d'approbation, et non sur la date de clôture de la transaction.
 - Le tableau 4.3.14 présente les pourcentages de propriété et les résultats financiers pour des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC individuels. Le pourcentage de propriété n'est pas reflété dans ces résultats. Pour cette raison, aucun total par groupe de propriété n'est donné.
 - Englobe uniquement les services qui étaient en exploitation en date du 31 décembre 2012.

Légende :

- Type de service :
 - Sp. A = Spécialisé analogique
 - Sp. N2 = spécialisé numérique de catégorie 2
 - Payant = service payant analogique
 - 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
- s.o. = sans objet ou non disponible.

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

e) *Dépenses en programmation*
Tableau 4.3.15 Dépenses au titre des émissions canadiennes par la télévision traditionnelle de la SRC, de langues anglaise et française

Genre (milliers \$)	2008	2009	2010	2011	2012	Croissance annuelle			
						2009	2010	2011	2012
Nouvelles (cat. 1)	132 457	165 717	203 223	191 924	196 688	25,1 %	22,6 %	-5,6 %	2,5 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	94 782	106 500	75 754	98 534	103 488	12,4 %	-28,9 %	30,1 %	5,0 %
Sports (cat. 6)	189 427	151 315	159 463	157 190	158 698	-20,1 %	5,4 %	-1,4 %	1,0 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	137 363	129 403	139 042	141 049	158 420	-5,8 %	7,4 %	1,4 %	12,3 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	27 059	21 432	13 700	12 912	26 120	-20,8 %	-36,1 %	-5,8 %	102,3 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	13 373	13 785	12 068	11 900	16 217	3,1 %	-12,5 %	-1,4 %	36,3 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	74 584	62 352	80 167	94 059	73 063	-16,4 %	28,6 %	17,3 %	-22,3 %
Autres (cat. 12 à 15)	-	-41	-	2 203	941	-	-	-	-57,3 %
Total (cat. 1 à 15)	669 045	650 464	683 417	709 769	733 635	-2,8 %	5,1 %	3,9 %	3,4 %

• 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.

• De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

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

Genre (milliers \$)	2008	2009	2010	2011	2012	Croissance annuelle			
						2009	2010	2011	2012
Nouvelles (cat. 1)	322 997	312 106	304 358	316 922	353 646	-3,4 %	-2,5 %	4,1 %	11,6 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	67 190	72 840	50 474	55 033	48 821	8,4 %	-30,7 %	9,0 %	-11,3 %
Sports (cat. 6)	7 510	3 803	141 011	848	68 485	-49,4 %	3 607,9 %	-99,4%	7 974,0%
Dramatiques/comédies (cat. 7)	88 334	77 372	71 365	58 322	58 918	-12,4 %	-7,8 %	-18,3 %	1,0 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	24 706	38 182	21 678	33 006	29 429	54,5 %	-43,2 %	52,3 %	-10,8 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	16 559	12 510	22 933	22 033	17 546	-24,5 %	83,3 %	-3,9 %	-20,4 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	90 443	82 293	68 256	75 577	83 842	-9,0 %	-17,1 %	10,7 %	10,9 %
Autres (cat. 12 à 15)	1 905	276	1 173	1 173	1 071	-85,5 %	325,0 %	0 %	-8,7 %
Total (cat. 1 à 15)	619 643	599 383	681 248	562 914	661 759	-3,3 %	13,7 %	-17,4 %	17,6 %
% du total des revenus	28,98 %	30,42 %	31,73 %	26,15 %	32,5 %				

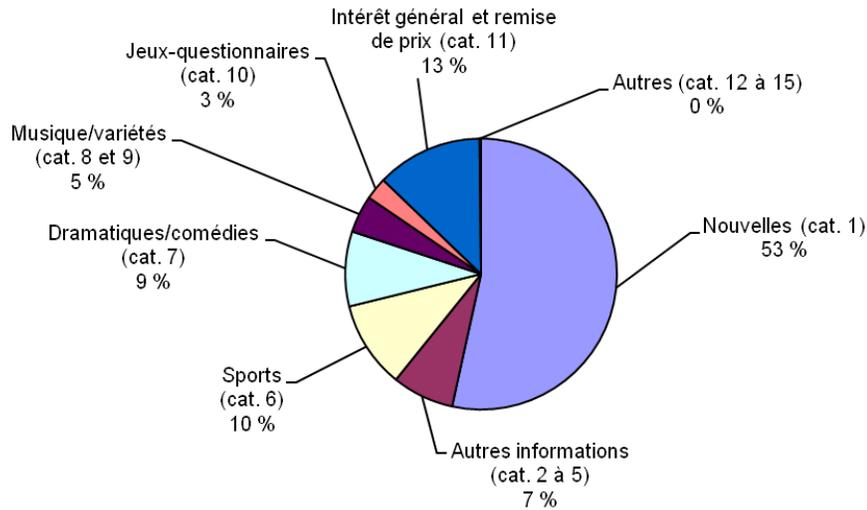
• Ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision, à de la dépréciation dans le catalogue canadien, à la scénarisation et à la conceptualisation, ainsi qu'aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes.

• 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.

• De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.14 Dépenses au titre des émissions canadiennes par les stations privées traditionnelles en direct en 2012, réparties par genre



Source : Données recueillies par le CRTC

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

Genre (milliers \$)	2008	2009	2010	2011	2012	Croissance annuelle			
						2009	2010	2011	2012
Nouvelles (cat. 1)	5	20	145	90	57	300,0 %	625,0 %	-38,0 %	-36,7 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	11 973	18 574	5 270	16 522	15 332	3,6 %	-57,5 %	213,5 %	-7,2 %
Sports (cat. 6)	11 261	13 746	14 823	17 916	17 877	22,1 %	7,8 %	20,9 %	-0,2 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	524 235	596 598	553 796	480 114	488 652	15,0 %	-8,1 %	-13,3 %	1,8 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	28 825	31 554	32 968	31 878	47 333	10,0 %	4,0 %	-3,0 %	48,5 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	47 892	14 243	6 078	11 460	5 278	-72,8 %	-53,3 %	88,5 %	-53,9 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	151 667	155 130	164 091	169 059	151 234	13,4 %	-4,6 %	3,0 %	-10,5 %
Autres (cat. 12 à 15)	-619	517	6	1 994	51	183,5 %	-98,8 %	33 133,3 %	-43,7 %
Total (cat. 1 à 15)	775 240	830 383	777 176	729 034	725 813	9,2 %	-8,2 %	-6,2 %	-0,4 %
% du total des revenus	36,3 %	42,9 %	36,2 %	33,9 %	35,6 %				

- Ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion d'émissions de télévision non canadiennes et à la dépréciation dans le catalogue non canadien.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

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

Genre (milliers \$)	Dépenses au titre des émissions canadiennes ¹			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2011	2012	Croissance	2011	2012	Croissance
<i>Nombre de services visés</i>	116	132		116	132	
Services de langue anglaise²						
Nouvelles (cat. 1)	131 514	148 312	12,8 %	148	52	-64,9 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	208 937	182 241	-12,8 %	44 099	44 121	0,0 %
Sports (cat. 6)	334 154	399 041	19,4 %	55 843	66 667	1,4 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	146 451	156 113	6,6 %	251 870	258 864	2,8 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	25 445	22 834	-10,3 %	951	1 482	55,8 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	13 435	8 060	-40,0 %	1 337	1 701	27,2 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	76 510	93 287	21,9 %	32 047	37 372	16,6 %
Autres (cat. 12 à 15)	31 196	36 384	16,6 %	627	565	-9,9 %
Total (cat. 1 à 15)	967 643	1 046 272	8,1 %	386 921	410 824	6,2 %
<i>Nombre de services visés</i>	29	29		29	29	
Services de langue française						
Nouvelles (cat. 1)	51 530	69 267	34,4 %	462	281	-39,2 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	73 107	74 817	2,3 %	8 827	8 898	0,8 %
Sports (cat. 6)	61 573	85 251	38,5 %	5 838	7 310	25,2 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	33 712	35 456	5,2 %	39 966	42 257	5,7 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	6 873	9 053	31,7 %	1 099	1 585	44,2 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	655	1 071	63,5 %	1	0	-100,0 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	18 698	17 892	-4,3 %	2 939	2 969	1,0 %
Autres (cat. 12 à 15)	7 331	9 721	32,6 %	87	363	317,2 %
Total (cat. 1 à 15)	253 478	302 528	19,4 %	59 219	63 664	7,5 %
<i>Nombre de services visés</i>	37	43		37	43	
Serv. ethniques ou en langues tierces						
Nouvelles (cat. 1)	3 981	3,995	0,4 %	1 397	1 412	1,1 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	3 264	2 614	-19,9 %	382	530	38,7 %
Sports (cat. 6)	1 959	2 166	10,6 %	1 349	1 410	4,5 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	2 351	2 373	0,9 %	4 697	4 748	1,1 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	6 282	6 228	-0,9 %	829	780	-5,9 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	398	463	16,3 %	517	478	-7,5 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	3 157	3 159	0,1 %	2 505	2 374	-5,2 %
Autres (cat. 12 à 15)	3 013	2 822	-6,3 %	672	619	-7,9 %
Total (cat. 1 à 15)	24 406	23 820	-2,4 %	12 349	12 350	0,0 %
<i>Nombre de services visés</i>	181	204		181	204	
Tous services payants et spécialisés						
Nouvelles (cat. 1)	187 025	221 575	18,5 %	2 007	1 746	-13,0 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	285 308	259 671	-9,0 %	53 308	53 549	0,5 %
Sports (cat. 6)	397 686	486 458	22,3 %	63 029	75 387	19,6 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	182 514	193 942	6,3 %	296 533	305 868	3,1 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	38 600	38 114	-1,3 %	2 879	3 846	33,6 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	14 488	9 593	-33,8 %	1 856	2 179	17,4 %
Intérêt général et remise de prix (cat. 11)	98 365	114 338	16,2 %	37 491	42 715	13,9 %
Autres (cat. 12 à 15)	41 540	48 928	17,8 %	1 386	1 547	11,6 %
Total (cat. 1 à 15)	1 245 528	1 372 620	10,2 %	458 489	486 838	6,2 %

1. 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.

2. Inclut les services bilingues.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.3.19 Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes par les services de TVC et de VSD

(milliers \$)	Dépenses admissibles consacrées aux émissions canadiennes		
	2011	2012	Croissance
<i>Nombre de services ayant fait rapport</i>	23	25	
Total des services de TVC et de VSD	16 838	16 280	-3,3 %

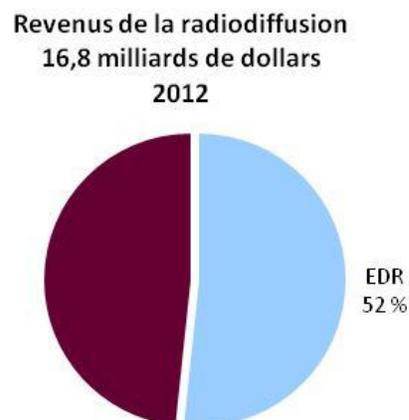
- Les dépenses admissibles par genre ne sont pas disponibles pour les services de TVC et de VSD.
- À l'exclusion des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services de TVC et de VSD. Englobe les dépenses générées par les avantages liés aux transferts de contrôle et par les engagements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

Source : Données recueillies par le CRTC

4.4 Secteur du marché de la distribution de radiodiffusion

Survol

La distribution de radiodiffusion renvoie à la distribution des services de programmation par les EDR, cela inclut la distribution de programmation par les stations de télévision traditionnelles, des stations de radio, des services sonores payants, ainsi que des services de télévision payants, de TVC, de VSD et spécialisés. Le secteur comprend les EDR par câble, les fournisseurs d’IPTV, les distributeurs par SRD nationaux et les exploitants de SDM. Il est dominé par 5 grandes sociétés qui utilisent le câble ou le satellite et qui recueillent 88 % 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, 5.3 et 6.1 du présent rapport.



La présente section montre les revenus et les détails des abonnés des EDR pour une période de cinq ans. Elle présente la croissance, la performance, la technologie et les indicateurs financiers du secteur de marché et les débours effectués en vertu d’une entente d’affiliation avec des fournisseurs de services de TVC, de VSD et spécialisés canadiens et non canadiens.

Aperçu de la distribution de radiodiffusion

	2011	2012	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	8,6	8,7	1,1
Abonnés (en millions \$)	11,9 #	12,0	1,0
Revenus par abonné par mois	61,84 #	61,90	0,1
Pourcentage des foyers abonnés	86,1 %	86,0 %	
Part du marché (abonnés)			
Les 4 principaux câblodistributeurs	60 %	59 %	
Exploitants de SRD	24 %	24 %	
Nombre de fournisseurs de services			
EDR par câble	212	211	
IPTV	19	24	
SDM	5	4	
SRD	2	2	
Paiements d’affiliation par dollar d’abonnement	0,354 \$	0,356 \$	
Marge de BAIIDA	22,8 %	23,4 %	
Câble et IPTV	22,6 %	20,7 %	
SRD et SDM	23,3 %	30,1 %	

- La source du nombre d’exploitants est le rapport Septembre 2012, Mediastats.

Informations statistiques – Entreprises de distribution de radiodiffusion

a) Revenus de l'industrie

Tableau 4.4.1 Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Revenus (en millions \$)						
Câble	4 653,5	4 971,3	5 402,2 #	5 600,9 #	5 472,9	4,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	67,3	66,9	66,3	65,2	62,9	
<i>Pourcentage de croissance</i>	9,3	6,8	8,4	3,9	-2,3	
IPTV	108,4	151,4	207,8	322,3	585,3	52,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,6	2,0	2,6	3,8	6,7	
<i>Pourcentage de croissance</i>	43,3	39,8	37,2	55,1	81,6	
SRD et SDM	2 036,2	2 195,6	2 385,3	2 532,1 #	2 492,4	5,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	29,5	29,6	29,4	29,5	28,7	
<i>Pourcentage de croissance</i>	11,0	7,8	8,6	6,1	-1,6	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	6 798,0	7 318,3	7 995,4 #	8 455,3 #	8 550,7	5,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	98,3	98,5	98,3	98,4	98,3	
<i>Pourcentage de croissance</i>	10,2	7,7	9,0	5,9	1,1	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	115,6	121,8 #	136,4 #	145,0 #	145,0	5,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,7	1,6	1,7	1,6	1,7	
<i>Pourcentage de croissance</i>	-13,9	5,4	12,0	0,0	0,0	
Total des revenus	6 913,6	7,440.1 #	8,131.7 #	8 600,3 #	8 695,7	5,9 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	9,7	7,6	9,3	5,8	1,1	

- Les données de revenu sont basées sur la période de 12 mois prenant fin le 31 août de chaque année.
- Les données des EDR qui ne présentent pas de rapports sont basées sur des estimés.
- De légères variations sont dues à l'arrondissement.

Source : Collecte de données du CRTC

b) *Détails relatifs aux abonnés***Tableau 4.4.2 Distribution de radiodiffusion – Abonnés aux services de base et facultatifs**

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Abonnés (en milliers)						
Câble	7 691,7	7 782,7	7 877,0 #	7 858,5 #	7 682,6	0,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	70,1	69,4	68,3	66,3	64,2	
<i>Pourcentage de croissance</i>	2,2	1,2	1,2	-0,2	-2,2	
IPTV	225,0	311,4	416,9	657,3	1 002,4	45,3 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,1	2,8	3,6	5,5	8,4	
<i>Pourcentage de croissance</i>	35,4	38,4	33,9	57,6	52,5	
SRD et SDM	2 699,5	2 760,9	2 862,1	2 877,4	2 825,7	1,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	24,6	24,6	24,8	24,3	23,6	
<i>Pourcentage de croissance</i>	2,6	2,3	3,7	0,5	-1,8	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	10 616,3	10 854,9	11 156,0 #	11 393,2 #	11 510,7	2,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	96,8	96,8	96,8	96,1	96,1	
<i>Pourcentage de croissance</i>	2,8	2,2	2,8	2,1	1,0	
EDR n'ayant pas présenté de rapport et estimés	350,2	365,2 #	371,4 #	463,1 #	463,1	7,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	3,2	3,3	3,2	3,9	3,9	
<i>Pourcentage de croissance</i>	-18,4	4,3	1,7	24,7	0,0	
Total des abonnés	10 966,4	11,220.1 #	11 527,4 #	11 856,3 #	11 973,8	2,2 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	2,0	2,3	2,7	2,9	1,0	

- Nombre d'abonnés en date du 31 août de chaque année.
- Les données des EDR qui ne présentent pas de rapports sont basées sur des estimés.
- De légères variations sont dues à l'arrondissement.

Source : Collecte de données du CRTC

Tableau 4.4.3 Principaux distributeurs canadiens et nombre d'abonnés (en milliers)

Entreprises	2009	2010	2011	2012	2013	TCAC 2009-2013
RCI ¹	2 312	2 296	2 303	2 276	2 189	-1,4 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	0,7	-0,7	0,3	-1,2	-3,8	
Shaw ²	2 274	2 329	2 313	2 257	2 137	-1,5 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,4	2,4	-0,7	-2,4	-5,3	
Vidéotron ¹	1 729	1 786	1 809	1 854	1 849	1,7 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	4,7	3,3	1,3	2,5	-0,3	
Cogeco ²	868	874	881	873	853	-0,4 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,0	0,7	0,8	-0,8	-2,4	
Sous-total - Câble	7 183	7 284	7 305	7 260	7 028	-0,5 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,9	1,4	0,3	-0,6	-3,2	
Star Choice ²³	897	903	906	911	907	0,3 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,2	0,7	0,4	0,5	-0,4	
BCE ¹⁴	1 864	1 969	2 043	2 112	2 170	3,9 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	2,2	5,6	3,8	3,3	2,8	
Sous-total – SRD et IPTV	2 761	2 872	2 950	3 022	3 077	2,8 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,9	4,0	2,7%	2,5	1,8	
Total pour les principaux distributeurs canadiens	9 944	10 156	10 255	10 283	10 105	0,4 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	1,9	2,1	1,0	0,3	-1,7	
<i>% de tous les abonnés</i>	89,6#	89,3% #	87,7 #	86,3	s/o	

1. En date de la fin de l'exercice financier se terminant le 31 mars de chaque année

2. En date de la fin de l'exercice financier se terminant le 28 février de chaque année

3. Le Réseau de télévision Star Choice incorporée est contrôlé par Shaw Communications Inc.

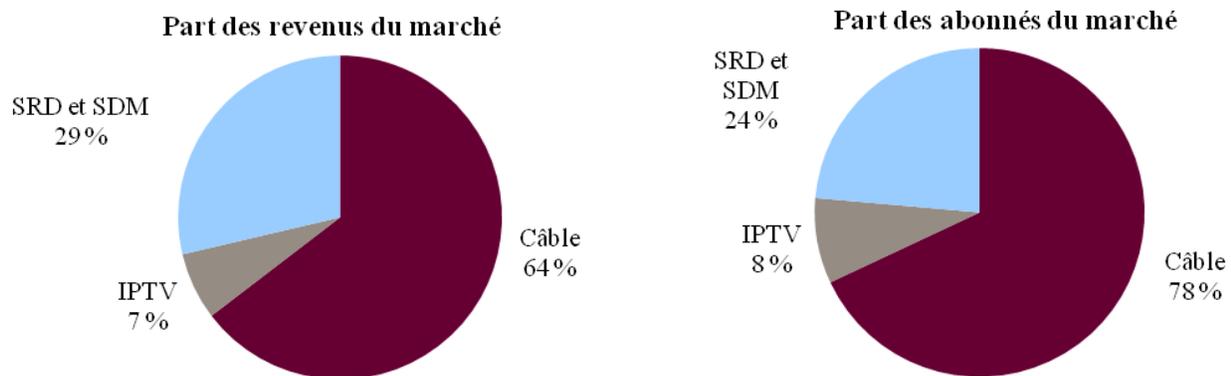
4. BCE comprend le service de télévision par SRD Bell ExpressVu LLP et la IPTV par VDSL Bell Télé. Inclut Northwestel depuis 2011

Source : Rapports trimestriels des sociétés

c) *Indicateurs de performance et de technologie*
Tableau 4.4.4 Distribution de radiodiffusion – pourcentage des foyers abonnés à des EDR

	2008	2009	2010	2011	2012	<i>TCAC</i> 2008-2012
Revenus mensuels/abonné						
Câble	50,42	53,23	57,15	59,39 #	59,36	4,2 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	6,9	5,6	7,4	3,9	0,0	
IPTV	40,13	40,52	41,53	40,86	48,66	4,9 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	5,8	1,0	2,5	-1,6	19,1	
SRD et SDM	62,86	66,27	69,45	73,33 #	73,51	4,0 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	8,2	5,4	4,8	5,6	0,2	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	53,36	56,18	59,72	61,84 #	61,90	3,8 %
<i>Pourcentage de croissance</i>	7,2	5,3	6,3	3,6	0,1	
Taux des foyers abonnés (%)	83,2	83,1	84,5	86,1	86,0	

- Les données sont en date du 31 août de chaque année.
 - La pénétration des foyers est maintenant mesurée en divisant le nombre d'abonnements par le nombre de foyers.
- Sources : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.4.1 Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution en 2012


Source : Données recueillies par le CRTC

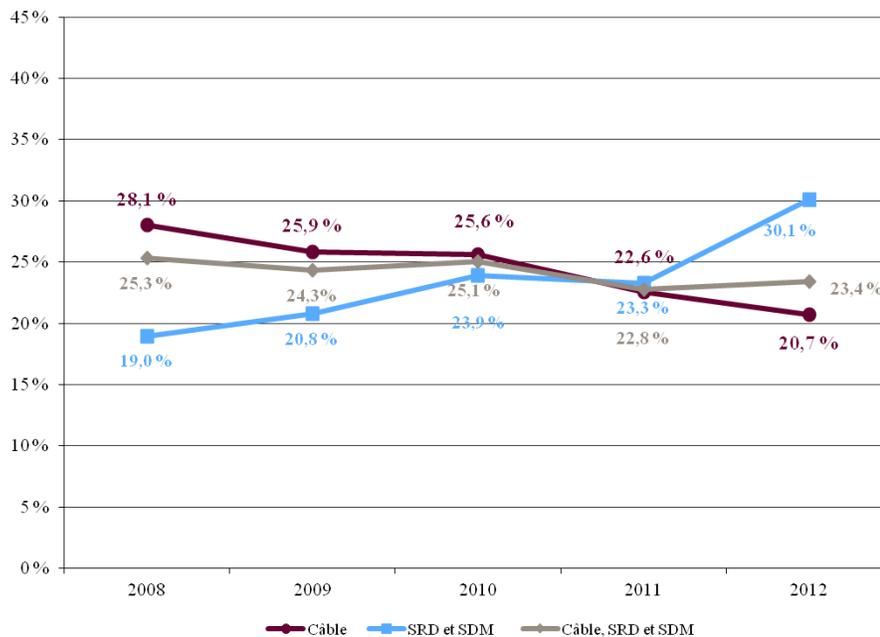
Graphique 4.4.2 Pourcentage d’abonnés à des EDR recevant des services numériques et non numériques



Sources : Mediastats et données recueillies par le CRTC

d) *Performance financière*

Graphique 4.4.3 Marges de BAIIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs



• Sur une période de 12 mois se terminant le 31 août.
 Source : Données recueillies par le CRTC

e) *Débours effectués en vertu d'une entente d'affiliation***Tableau 4.4.5 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés affichés par les EDR (volet 1 de 2)**

		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Paiements aux services canadiens affiliés	Câble	1 304	1 473	1 633 #	1 808 #	1 963	10,8 %
	<i>Pourcentage du total câble</i>	86	88	87	87	88	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		13	11	11	9	
	SRD et SDM	678	738	819	838	726	1,7 %
	<i>Pourcentage du total SRD et SDM</i>	92	91	92	91	89	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		9	11	2	-13	
	Combinés						
	Services payants	541	596	647 #	682 #	679	5,9 %
	<i>Pourcentage du total des services payants</i>	94	94	93	93	95	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		10	9	5	0	
	Services spécialisés	1 441	1 616	1 805	1 964 #	2 010	8,7 %
	<i>Pourcentage du total des services spécialisés</i>	85	87	87	87	86	
<i>Pourcentage de croissance</i>		12	12	9	2		
Total	1 982	2 211	2 452 #	2 645 #	2 689	7,9 %	
<i>Pourcentage du total</i>	88	89	89	89	88		
<i>Pourcentage de croissance</i>		12	11	8	2		
Paiements aux services non canadiens affiliés	Câble	219	207	243 #	262	270	5,4 %
	<i>Pourcentage du total câble</i>	14	12	13	13	12	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		-5	18	8	3	
	SRD et SDM	63	70	75	81	86	8,2 %
	<i>Pourcentage du total SRD et SDM</i>	8	9	8	9	11	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		11	8	8	5	
	Combinés						
	Services payants	32	38	46	48	34	1,5 %
	<i>Pourcentage du total des services payants</i>	6	6	7	7	5	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		17	21	3	-28	
	Services spécialisés	249	238	272 #	296	321	6,6 %
	<i>Pourcentage du total des services spécialisés</i>	15	13	13	13	14	
<i>Pourcentage de croissance</i>		-4	14	9	8		
Total	281	276	318 #	344 #	355	6,0 %	
<i>Pourcentage du total</i>	12	11	11	11	12		
<i>Pourcentage de croissance</i>		-2	15	8	3		

Tableau 4.4.5 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés affichés par les EDR (volet 2 de 2)

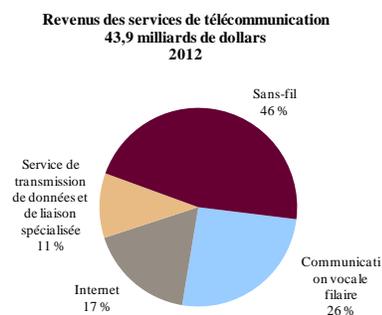
		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Total des paiements aux services affiliés	Câble	1 523	1 680	1 877 #	2 070 #	2 232	10,0 %
	<i>Pourcentage du total</i>	67	68	68	69	73	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		10	12	10	8	
	SRD et SDM	741	807	894	919	812	2,3 %
	<i>Pourcentage du total</i>	33	32	32	31	27	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		9	11	3	-12	
	Combinés						
	Services payants	574	634	693 #	730 #	714	5,6 %
	<i>Pourcentage du total</i>	25	25	25	24	23	
	<i>Pourcentage de croissance</i>		10	9	5	-2	
	Services spécialisés	1 690	1 854	2 077 #	2 259 #	2 331	8,4 %
<i>Pourcentage du total</i>	75	75	75	76	77		
<i>Pourcentage de croissance</i>		10	12	9	3		
Total	2 264	2 488	2 770 #	2 989 #	3 045	7,7 %	
<i>Pourcentage de croissance</i>		10	11	8	2		

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

5.0 Industrie des services de télécommunication

5.1 Survol de la situation financière

En 2012, l'industrie canadienne des services de télécommunication a été dominée par 10 grandes entreprises représentant collectivement, avec leurs affiliées, 93 % des revenus des services de télécommunication canadiens, lesquels ont totalisé 43,9 milliards de dollars. Les entités restantes étaient de plus petites entreprises dont les revenus annuels combinés ont été inférieurs à 2,9 milliards de dollars, les revenus de chaque compagnie se trouvant bien en deça des 10 % de l'ensemble des revenus canadiens de télécommunication, tel qu'il est énoncé au paragraphe 16(6) de la *Loi sur les télécommunications*, modifiée.



L'article 16 de la *Loi sur les télécommunications* prévoit les critères d'admissibilité des entreprises canadiennes admises à agir comme entreprises de télécommunication. Aux fins de l'application des dispositions de cet article, le Conseil a déterminé que, pour la période entre les dates de publication des éditions 2013 et 2014 du *Rapport de surveillance des communications*, les revenus annuels des services de télécommunication au Canada totalisent 43,9 milliards de dollars.

En 2012, les compagnies qui étaient actives dans les six secteurs de marché de l'industrie des services de télécommunication (services locaux et d'accès, services interurbains, Internet, transmission de données, liaison spécialisée et services sans fil) comptaient pour approximativement 87 % des revenus des services de télécommunication au Canada. Celles qui ne sont actives que dans un seul secteur de marché représentaient 1 % des revenus.

La présente 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 secteur de marché et par type de fournisseur de services, la rentabilité, la part de marché et l'intensité de capital ainsi que les revenus moyens par ligne.

Aperçu de l'industrie des services de télécommunication

		2011	2012	Croissance (%)
Revenus de télécommunication ¹ (en milliards \$)		42,8 #	43,9	2,7 %
Pourcentage de l'ensemble des revenus de télécommunication	5 premières ESLT	65	65	5,2 %
	5 premières compagnies par câble	30	30	4,2 %
	5 premiers revendeurs	2	2	-0,6 %
Dépenses en immobilisations (milliards de dollars)	Filaire	7,2 #	7,1	-1,3 %
	Sans-fil ³	2,3	2,5	9,2 %
Marge de bénéfices avant intérêts, impôts et amortissements (%)	Filaire	21	22	6,8 %
	Sans-fil	43	40	-6,3 %
Revenus moyens de détail par abonné, par mois ² (\$/abonné/mois) Sans-fil		57,00 #	58,60	2,8 %

1. Les revenus excluent ceux de l'équipement terminal des services locaux et d'accès ainsi que d'autres revenus qui ne sont pas des revenus de télécommunication.

2. Pour obtenir les revenus moyens de détail par abonné par mois, les revenus totaux de détail ont été divisés par le nombre total des abonnés de détail et par 12.

3. Les dépenses de Globalive, Public Mobile et Data & Audio ont été exclues car les données étaient insuffisantes.

Source : Données recueillies par le CRTC

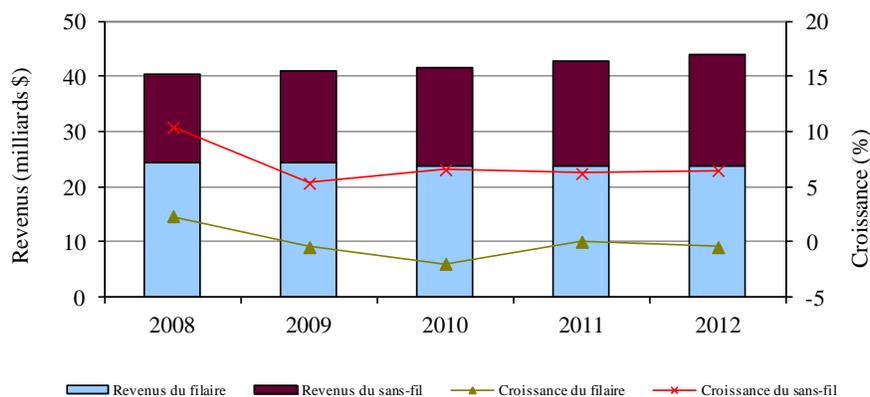
Informations statistiques – Télécommunications
a) Revenus de l'industrie
Tableau 5.1.1 Revenus¹ des télécommunications de détail et de gros (milliards \$)

						TCAC	
						2008-2012	
		2008	2009	2010	2011	2012	
Filaire	De détail ²	21,1	21,0	20,6	20,6 #	20,6	-0,5 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,2	-0,4	-1,8	0,2	0,0	
	De gros	3,1	3,1	3,1	3,0 #	2,9	-1,7 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,1	-1,3	-0,3	-1,4	-3,6	
Total filaire		24,2	24,0	23,7	23,7	23,5	-0,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>		2,2	-0,5	-1,6	0,0	-0,5	
Sans-fil	De détail	15,6	16,3	17,5	18,4	19,5	5,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,1	4,9	7,2	5,0	6,1	
	De gros	0,5	0,5	0,5	0,7	0,8	16,5 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,0	19,3	-12,9	50,6	17,6	
Total du sans-fil		16,0	16,9	18,0	19,1	20,4	6,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>		9,3	5,3	6,6	6,2	6,5	
Total de détail		36,6	37,3	38,1	39,1	40,2	2,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>		5,2	1,8	2,2	2,4	2,9	
Total de gros		3,6	3,6	3,5	3,7	3,7	1,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>		7,4 %	1,4	-2,2	5,6	0,5	
Total		40,3	41,0	41,7	42,8	43,9	2,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>		5,4 %	1,8	1,8	2,7	2,7	

1. Les revenus des petits FST qui n'avaient pas à remplir les formulaires détaillés de données ont été estimés.

2. Les revenus excluent ceux de l'équipement terminal des services locaux et d'accès ainsi que d'autres revenus qui ne sont pas des revenus de télécommunication.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.1 Revenus des services de télécommunication et croissance annuelle


Source : Données recueillies par le CRTC

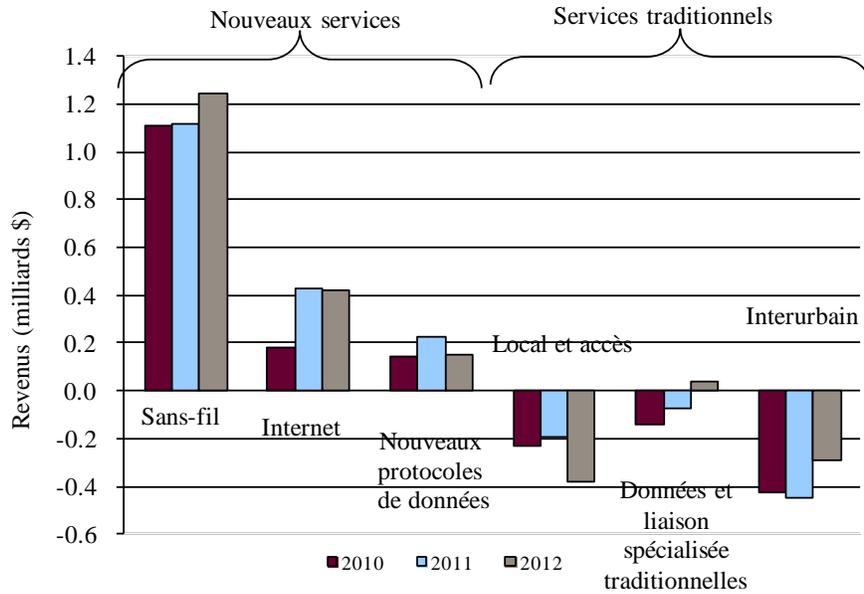
Tableau 5.1.2 Revenus des services de télécommunication, par secteur de marché (milliards \$)

		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Communication vocale	Local et accès	9,6	9,4	9,1	9,0 #	8,6	-2,6 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	-1,9	-2,7	-1,9	-4,2	
	Interurbain	4,2	3,9	3,4	3,0 #	2,7	-10,3 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,8	-7,1	-11,0	-11,8	-11,2	
	Total partiel, communication vocale	13,7	13,2	12,6	12,0	11,3	-4,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	-3,5	-5,0	-4,6	-6,0	
Filaire	Internet	6,1	6,5	6,8	7,2	7,6	5,6 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,1	6,1	4,2	6,3	5,9	
	Nouveaux protocoles de données	1,5	1,7	1,8	2,1	2,2	10,5 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,1	14,4	8,3	12,2	7,2	
	Données traditionnelles, liaison spécialisée et autre	2,8	2,6	2,5	2,4	2,4	-3,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,4	-8,3	-5,3	-2,9	1,6	
	Total partiel, données et liaison spécialisée	4,3	4,3	4,3	4,5	4,7	1,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,4	-0,5	0,0	3,5	4,1	
	Total partiel, sauf communication vocale	10,5	10,8	11,1	11,7	12,3	4,1 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,1	3,4	2,5	5,3	5,2	
Total, filaire	24,2	24,0	23,7	23,7	23,5	-0,6 %	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,3	-0,5	-1,6	0,0	-0,5		
Sans-fil	16,0	16,9	18,0	19,1	20,4	6,2 %	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,4	5,3	6,6	6,2	6,5		
Total	40,3	41,0	41,7	42,8	43,9	2,2 %	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,4	1,8	1,8	2,7	2,7		

Source : Données recueillies par le CRTC

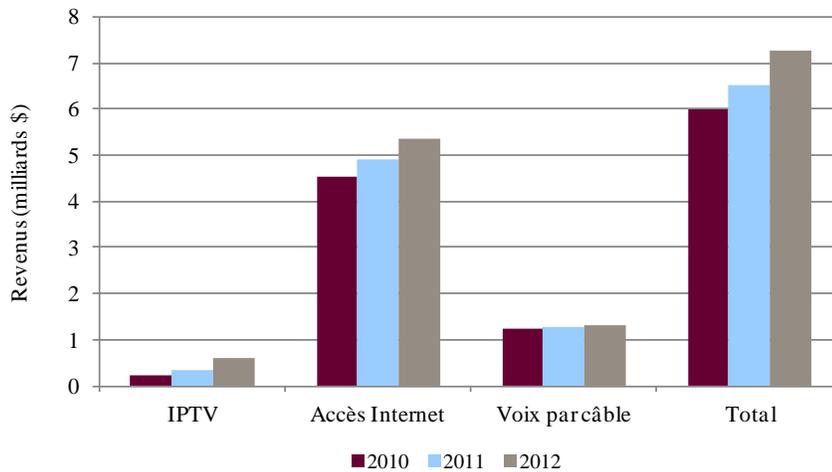
b) *Indicateurs technologiques*

Graphique 5.1.2 Croissance annuelle des revenus de télécommunication, par secteur de marché



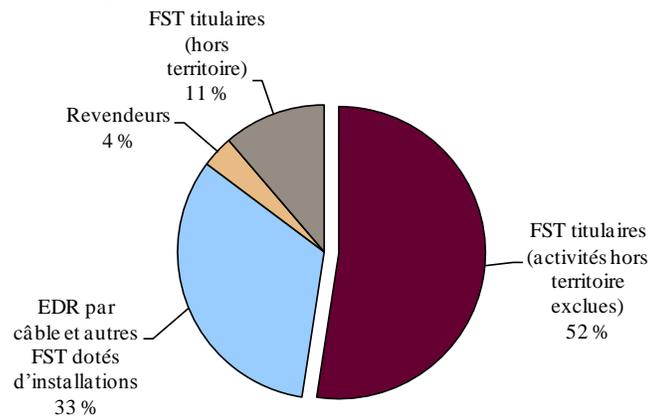
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.3 Revenus des services de résidence offerts par IP



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.4 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST, 2012

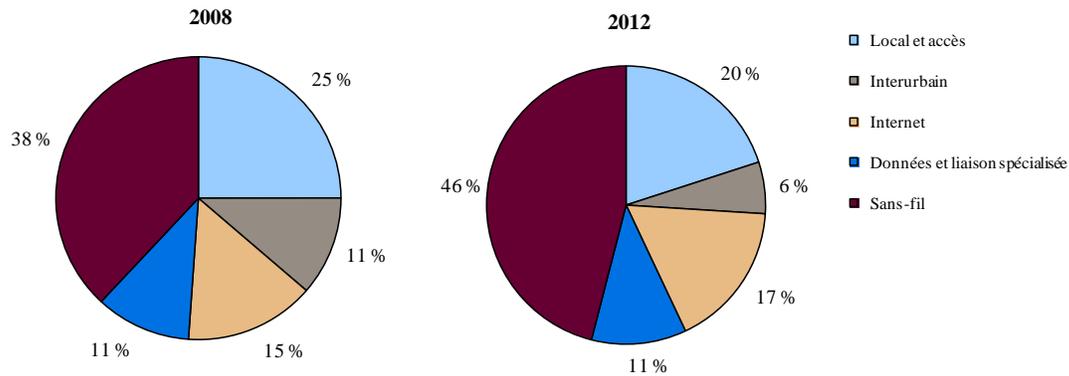


Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Caractéristiques de l'industrie*
Tableau 5.1.3 Part des revenus dans le marché des télécommunications filaires, selon le type de FST, 2012 (%)

	De détail			De gros	Total
	Résidence	Affaires	Total		
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	51,7	65,7	57,9	72,1	59,7
FST titulaires (hors territoire)	0,1	12,3	5,5	12,7	6,4
Autres FST	42,8	13,2	29,7	12,1	27,5
FST non titulaires dotés d'installations	5,3	8,8	6,9	3,1	6,4
Revendeurs	48,6	33,2	41,8	25,6	39,8
Total partiel des autres FST					

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.5 Répartition des revenus des services de télécommunication, par secteur de marché


Source : Données recueillies par le CRTC

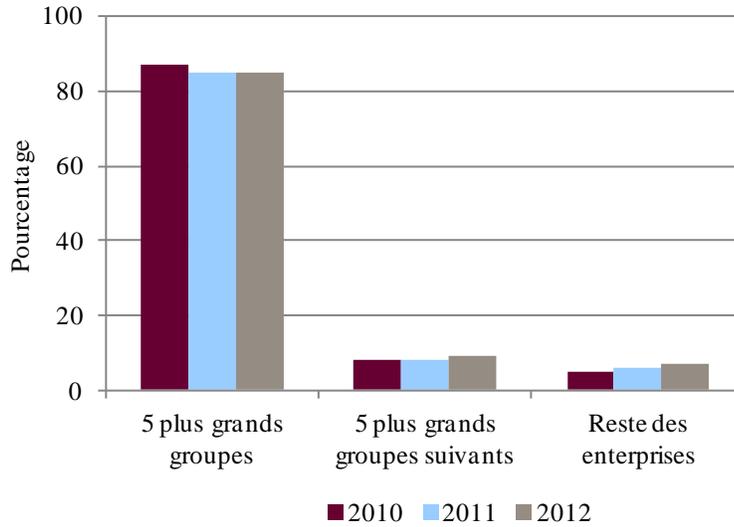
Tableau 5.1.4 Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché

Nombre de secteurs de marché ¹	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et exploitées dans ces marchés ²			% des revenus des services de télécommunication générés dans ces marchés		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
6	10	10	10	89	88	87
5	12	14	15	5	5	6
4	23	19	22	3	2	2
3	29	38	41	2	2	2
2	31	33	26	1	2	1
1	56	52	65	1	1	1

- Les secteurs 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.
- Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

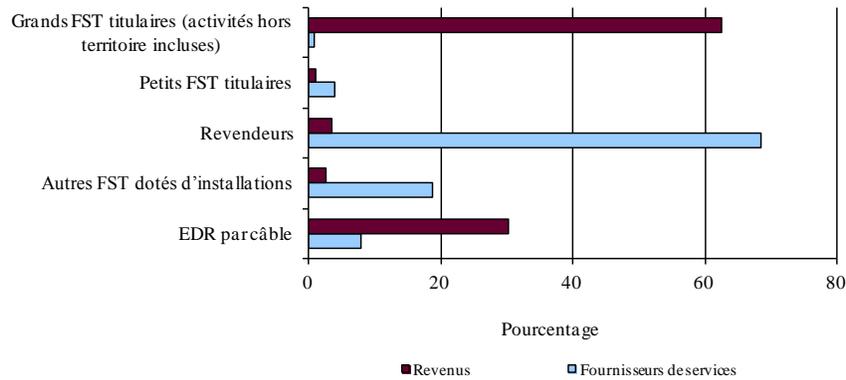
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.6 Revenus de télécommunication pour les cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises



- Les 5 plus grands groupes sont : Bell, MTS, Rogers, Shaw et STC.
 - Les 5 plus grands groupes suivants sont : Bragg, Cogeco, Québecor, SaskTel et Telesat Canada.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.7 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST, 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

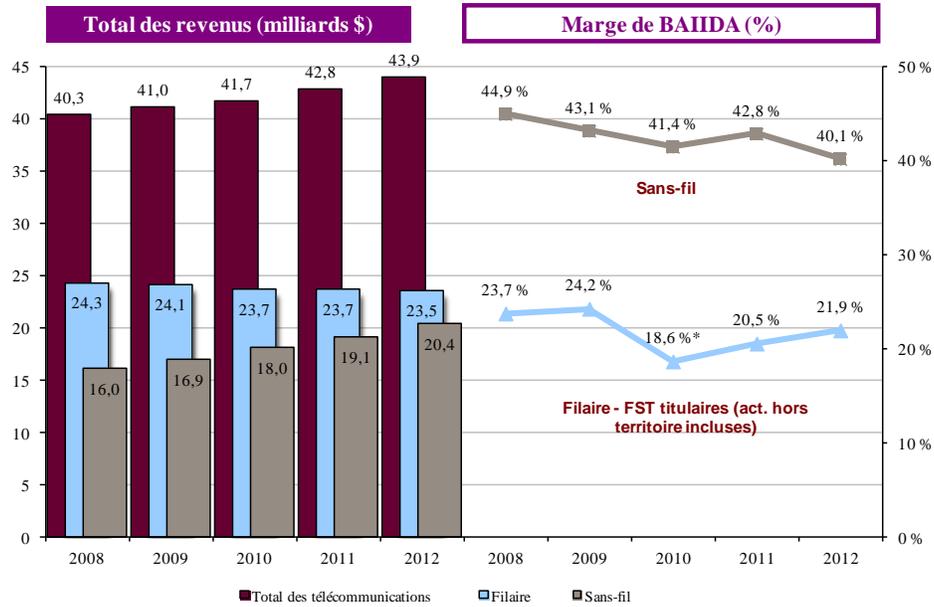
Tableau 5.1.5 Revenus totaux des services de télécommunication, selon le type de fournisseur de services (millions \$)

		2009	2010	2011	2012	
FST titulaires	Grands FST titulaires	26 777,9	26 752,3	27 203,0	# 27 478,5	
	Petits FST titulaires	401,8	417,5	469,9	474,4	
	Total partiel	27 179,7	27 169,8	27 672,9	# 27 952,9	
	Moins : FST titulaires (hors territoire)	4 290,6	4 326,1	4 105,6	# 4 934,6	
	FST titulaires (activités hors territoire exclues)	22 889,1	22 843,7	23 567,3	23 018,3	
	Pourcentage du total	56 %	55 %	55 %	52 %	
Autres FST	FST titulaires (hors territoire)	4 290,6	4 326,1	4 105,6	4 934,6	
	FST dotés d'installations	EDR par câble	11 428,4	12 237,0	12 734,9	13 272,9
	Compagnies de communication vocale de services publics et autres entreprises	723,7	713,5	849,8	1 148,7	
	Total partiel pour les autres FST	16 442,6	17 276,5	17 690,3	19 356,2	
	Revendeurs	1 594,7	1 533,8	1 522,8	1 540,7	
	Total des autres FST dotés d'installations et des revendeurs	18 037,2	18 810,3	19 213,1	20 896,9	
Pourcentage du total		44 %	45 %	45 %	48 %	
Total		40 926,4	41 654,0	42 780,4	43 915,2	

Source : Données recueillies par le CRTC

d) Rendement financier

Graphique 5.1.8 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA



• Les données sur les BAIIDA du service filaire 2010 – FST titulaires (activités hors territoire incluses) ont été calculées à nouveau pour tenir des rajustements des compagnies.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.6 Dépenses en immobilisations, par type de FST (milliards \$)

						TCAC	
						2008-2012	
		2008	2009	2010	2011	2012	
Filaire	FST titulaires ¹	4,1	4,2	4,4	4,6	4,4	1,6 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,4	1,4	5,1	5,4	-5,0	
	Autres FST dotés d'installations	1,7	1,5	2,1	2,6 #	2,7	12,1 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,6	-10,7	40,2	20,5	4,8	
	Autres FST ²	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-14,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,5	-59,0	-35,5	33,6	48,8	
	Total des autres FST	1,8	1,6	2,2	2,6 #	2,7	11,3 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,2	-12,8	38,7	20,7	5,2	
	Total du secteur filaire	5,9	5,7	6,6	7,2	7,1	4,8 %
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,5	-2,9	14,2	10,4	-1,3	
Sans-fil	6,1	2,2	1,8	2,3 #	2,5	-19,7 %	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	220,2	-63,0	-18,9	27,2	9,2		
Total des secteurs filaires et sans fil	12,0	8,0	8,4	9,6	9,7	-5,2 %	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	54,1	-33,4	4,9	14,1	1,2		

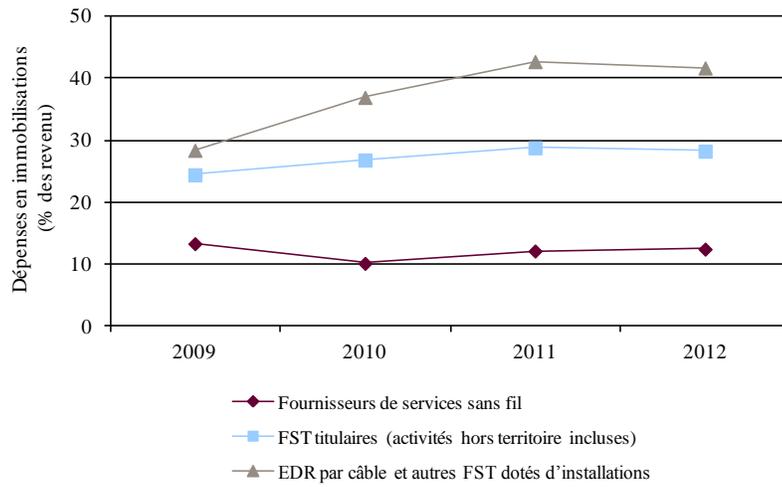
1. Les données incluent les activités hors territoire.

2. Les données excluent celles des titulaires hors territoire.

• Les dépenses de Globalive, Public Mobile et Data & Audio ont été exclues car les données étaient insuffisantes.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.9 Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus, par type de FST¹



1. Les FST titulaires (activités hors territoire incluses) et les EDR par câble ainsi que les autres titulaires dotés d'installations excluent leurs services sans fil respectifs.
 - Les dépenses de Globalive, Public Mobile et Data & Audio ont été exclues car les données étaient insuffisantes.
- Source : Données recueillies par le CRTC

e) *Détails sur les revenus de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation et de services de gros*

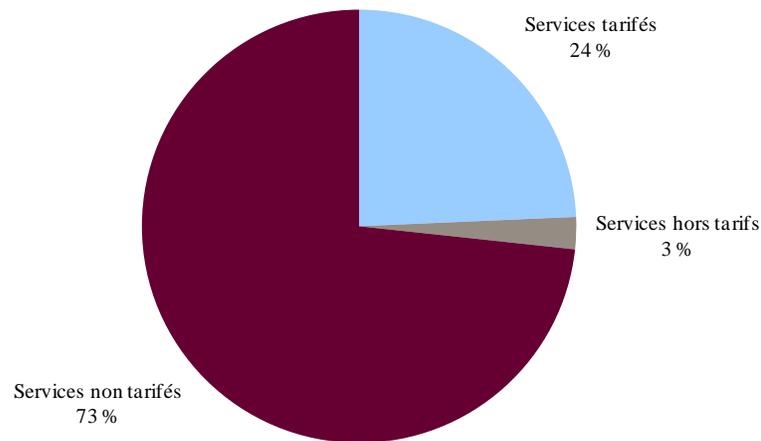
Tableau 5.1.7 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

	2008	2009	2010	2011	2012
Local et accès ¹	75	71	73	76	77
Interurbain	94	96	96	95	99
Internet	98	99	98	98	98
Données et liaisons spécialisées ¹	80	82	81	83	84
Sans-fil	100	100	100	100	100
Total	90	91	92	93	93

1. Un plus grand nombre de compagnies ont soumis leurs données en 2012.

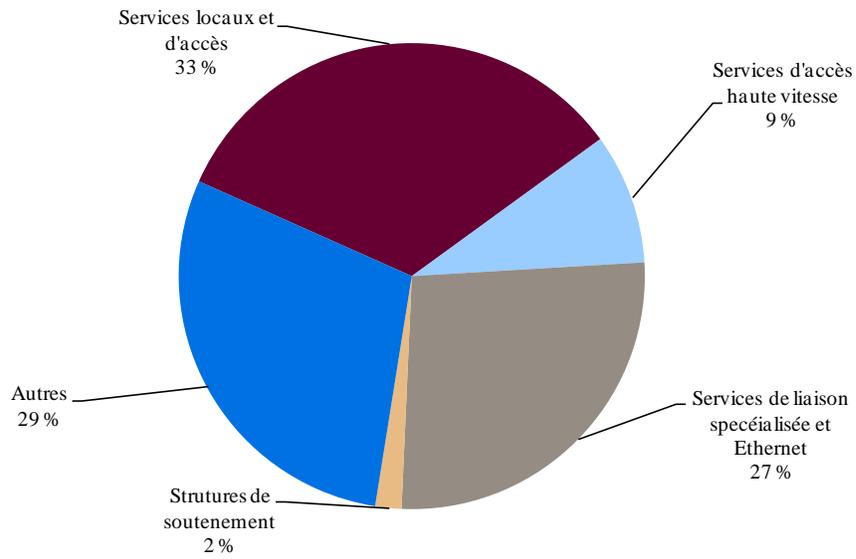
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.10 Revenus des services de télécommunication de gros – Services tarifés, services hors tarifs et services non tarifés, 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.11 Revenus des services de télécommunication de gros par type de service, 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

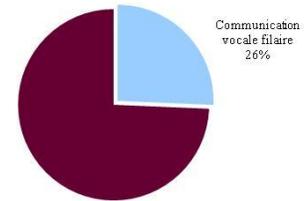
5.2 Secteur du marché de la communication vocale filaire

Survol

Les Canadiens étaient desservis par plus de 100 fournisseurs de services téléphoniques locaux et par plus de 150 fournisseurs de services interurbains en 2012. Parmi eux figuraient :

- 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 offrent des services locaux et interurbains sur un réseau géré;
- les FSI, qui offrent des services locaux et/ou interurbains sur le réseau public Internet;
- 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.

Revenus des services de télécommunication
43,9 milliards de dollars
2012



La présente section donne des renseignements sur les revenus et sur la demande (soit les lignes d'abonnés locales, les téléphones payants et les minutes d'interurbain), généralement sur une période de cinq ans, afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple le RMPU et les données sur la part de marché, et les données de mesure illustrant l'innovation et les avancées technologiques dans les réseaux et les offres de services, généralement sur une période de cinq ans.

Aperçu du secteur de la communication vocale filaire

	2011	2012	Écart en pourcentage
Revenus (milliards \$)	11,8	11,1	-5,8
Services locaux et d'accès ¹	8,8	8,5	-4,0
Services interurbains ²	3,0	2,7	-11,2
Lignes locales (millions)	19,9	19,4	-2,7
Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne	47,31 \$ #	46,27 \$	-2,2
Revenus mensuels des services locaux de détail par ligne	36,28 \$ #	36,19 \$	-0,3
Service de résidence	31,23 \$ #	30,80 \$	-1,3
Service d'affaires	46,65 \$ #	47,35 \$	1,5
Revenus des services interurbains de détail par minute	0,058 \$ #	0,055 \$	-5,0
Service de résidence	0,068 \$ #	0,067 \$	-0,8
Service d'affaires	0,044 \$ #	0,040 \$	-10,0
Part des revenus des titulaires (activités hors territoire exclues)			
Services locaux et d'accès	76 %	74 %	
Services interurbains	61 % #	63 %	

1. Les revenus des services de téléphonie qui n'entraînent pas de connectivité au RTPC (c.-à-d. de communication d'ordinateur à ordinateur) et les revenus des ventes d'équipement de terminal filaire (téléphones et équipement de PBX) sont exclus des services locaux et d'accès.
2. Les appels interurbains effectués à partir de téléphones mobiles sont compris dans la section consacrée aux services sans fil du présent rapport. Toutefois, les revenus et les minutes des appels interurbains filaires et sans fil effectués à l'aide de cartes d'appels font partie du secteur de la communication vocale filaire.

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Secteur du marché de la communication vocale filaire

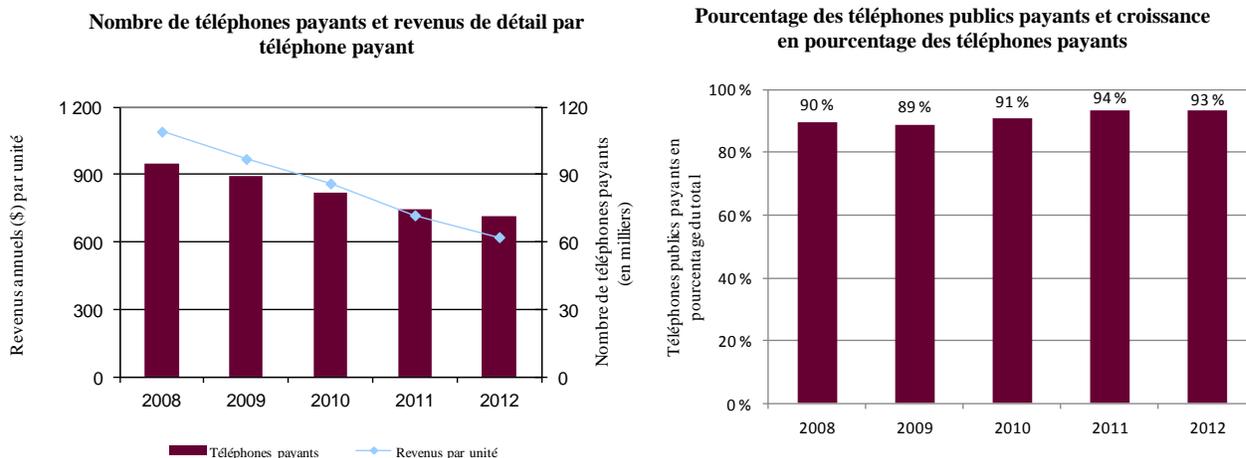
a) Revenus de l'industrie

Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et d'accès et interurbains

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Revenus totaux - services locaux et d'accès (millions \$)	9 550	9 386	9 132	8 962 #	8 584	-2,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	-1,7	-2,7	-1,9	-4,2	
Moins : revenus de contribution (millions \$)	209	203	165	157	132	-10,9 %
Revenus des services locaux et d'accès (millions \$)	9 342	9 183	8 967	8 806 #	8 453	-2,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,2	-1,7	-2,4	-1,8	-4,0	
Revenus des services interurbains (millions \$)	4 153	3 856	3 432	3 026 #	2 687	-10,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,8	-7,1	-11,0	-11,8	-11,2	
Revenus des services locaux et d'accès et interurbains (millions \$)	13 494	13 039	12 399	11 831 #	11 140	-4,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	-3,4	-4,9	-4,6	-5,8 %	

• Les données excluent les revenus des petits fournisseurs VoIP indépendants de l'accès.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.1 Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires


• Environ 10 % des téléphones payants sont munis de téléscripteurs (ATS).

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.2 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions \$)

	TCAC				
	2009	2010	2011	2012	2009-2012
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	3 546	3 349	3 129	2 906	-6,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,3	-5,6	-6,6	-7,1	
FST titulaires (activités hors territoire)	9	9	12 #	16	20,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,9	-1,8	31,7	34,2	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	140	123	161 #	173	7,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,7	-12,2	30,7	7,6	
EDR par câble	1 099	1 252	1 285	1 307	6,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	21,3	13,9	2,6	1,7	
Total des services de résidence	4 794	4 732	4 586	4 401	-2,8 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,5	-1,3	-3,1	-4,0	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	3 017	2 934	2 813 #	2 664	-4,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,6	-2,7	-4,1	-5,3	
FST titulaires (activités hors territoire)	309	270	259	306	-0,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,1	-12,6	-4,0	18,1	
Autres FST non titulaires	189	182	266 #	291	15,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	28,7	-3,9	46,3	9,4	
Total des services d'affaires	3 514	3 386	3 339 #	3 261	-2,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	-3,7	-1,4	-2,3	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	6 563	6 282	5 942 #	5 570	-5,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,2	-4,3	-5,4	-6,3	
FST titulaires (activités hors territoire)	318	279	271 #	322	0,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,3	-12,3	2,9	18,8	
Autres FST non titulaires	1 428	1 556	1 711 #	1 771	7,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	21,0	9,0	10,0	3,5	
Total des services de détail	8 308	8 117	7 924 #	7,663	-2,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,3	-2,3	-2,4	-3,3	
Services de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	660	653	682 #	623	-1,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,8	-1,1	4,5	-8,7	
FST titulaires (activités hors territoire)	115	105	112 #	85	-9,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,4	-8,6	6,5	-24,2	
Autres FST non titulaires	49	41	39 #	44	-3,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,7	-17,6	-4,6	13,6	
Total des services de gros	824	798	832 #	751	-3,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,2	-3,1	4,3	-9,8	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	7 223	6 935	6 624 #	6 193	-5,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,1	-4,0	-4,5	-6,5	
FST titulaires (activités hors territoire)	432	383	382 #	406	-2,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,1	-11,3	-0,3	6,2	
Autres FST non titulaires	1 477	1 597	1 750 #	1 815	7,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	20,0	8,1	9,6	3,7	
Total des revenus	9 132	8 915	8 756 #	8 414	-2,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,5	-2,4	-1,8	-3,9	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.3 Revenus des services locaux de gros, selon la composante principale (millions \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	<i>TCAC</i> 2008-2012
Interconnexion	281	280	276	254	220	-5,9 %
Centrex	97	97	89	88	76	-5,9 %
Accès au RTPC	280	290	288	354	327	4,0 %
Lignes dégroupées	116	92	79	60	47	-20,3 %
Autres revenus	47	33	42	42	44	-1,9 %
Total	821	792	774	798	714	-3,4 %

Source : Données recueillies par le CRTC

**Tableau 5.2.4 Revenus du service interurbain, par type de FST
(millions \$)**

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009-2012
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	1 288	1 136	1 051 #	931	-10,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-10,6	-11,8	-7,5	-11,4	
FST titulaires (activités hors territoire)	2	2	1	1	-26,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-21,5	-16,4	-21,8	-38,1	
Autres FST non titulaires	709	590	554	492	-11,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,5	-16,9	-6,0	-11,2	
Total des services de résidence	1 999	1 728	1 606 #	1 424	-10,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,9	-13,6	-7,0	-11,3	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	669	565	491 #	449	-12,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,4	-15,6	-13,1	-8,5	
FST titulaires (activités hors territoire)	161	115	119 #	89	-17,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,4	-28,2	2,7	-25,0	
Autres FST non titulaires	247	226	193	173	-11,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-16,2	-8,3	-14,8	-10,2	
Total des services d'affaires	1 077	907	802 #	711	-12,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,9	-15,8	-11,5	-11,3	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	1 957	1 701	1 542 #	1 380	-11,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,9	-13,1	-9,4	-10,5	
FST titulaires (activités hors territoire)	163	117	120 #	90	-18,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,6	-28,1	2,3	-25,1	
Autres FST non titulaires	956	816	747	665	-11,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,4	-14,6	-8,5	-11,0	
Total des services de détail	3 076	2 634	2 408 #	2 135	-11,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,5	-14,4	-8,6	-11,3	
Services de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	373	311	315 #	323	-4,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,2	-16,6	1,3	2,6	
FST titulaires (activités hors territoire)	231	229	205 #	138	-15,8 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,8	-1,1	-10,5	-32,5	
Autres FST non titulaires	176	257	97	90	-20,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	21,4	46,3	-62,3	-7,1	
Total des services de gros	780	797	617 #	552	-10,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,7	2,2	-22,6	-10,6	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	2 330	2 012	1 857 #	1 704	-9,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,5	-13,6	-7,7	-8,2	
FST titulaires (activités hors territoire)	394	346	325 #	228	-16,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-10,5	-12,2	-6,2	-29,8	
Autres FST non titulaires	1 132	1 073	844	755	-12,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,0	-5,2	-21,4	-10,5	
Total des services des revenus	3 856	3 432	3 026 #	2 687	-11,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,1	-11,0	-11,8	-11,2	

Source : Données recueillies par le CRTC

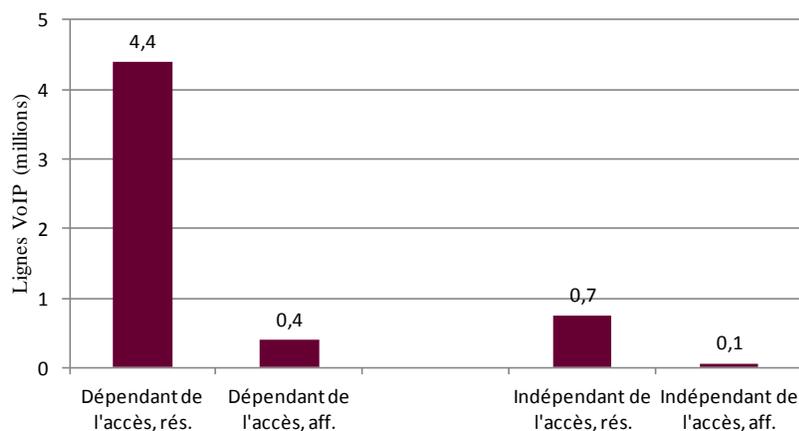
b) *Détails sur les lignes d'abonnés*
Tableau 5.2.5 Nombre de lignes téléphoniques locales, dépendantes de l'accès c. indépendantes de l'accès (milliers)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Lignes locales excluant celles des fournisseurs VoIP indépendants de l'accès	20 947	20 348	19 996	19 918 #	19 388	-1,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	-2,9	-1,7	-0,4	-2,7	
Lignes VoIP indépendantes de l'accès	153	161	n.d.	356	812	51,8 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,5	5,0	n.d.	n.d.	128,5	

• Un plus grand nombre d'entreprises ont soumis leurs données en 2012.

• Les données comprennent les lignes qui ne génèrent pas de revenus.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.2 Lignes locales VoIP indépendantes et dépendantes de l'accès, par marché, 2012


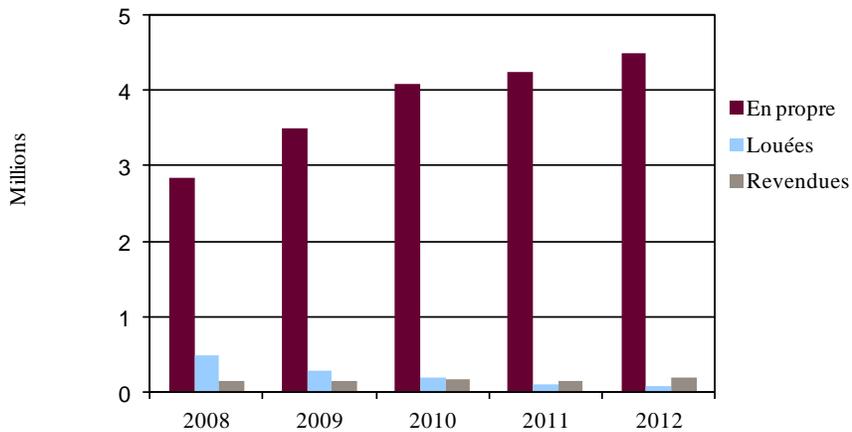
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.6 Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009-2012
Lignes de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	8 818	8 142	7 543	6 942	-7,7 %
	-7,6	-7,7	-7,4	-8,0	
FST titulaires (activités hors territoire)	28	27	34	33	4,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,6	-6,1	26,7	-3,5	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	416	463	600	674	17,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-17,6	11,3	29,5	12,3	
EDR par câble	3 425	3 947	4 061	4 258	7,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	17,4	15,2	2,9	4,8	
Total des lignes de résidence	12 687	12 578	12 238	11 907	-2,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,3	-0,9	-2,7	-2,7	
Lignes d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	4 968	4 721	4 598 #	4 441	-3,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,7	-5,0	-2,6	-3,4	
FST titulaires (activités hors territoire)	617	638	752	639	1,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,5	3,3	17,9	-15,0	
Autres FST non titulaires	435	457	614	660	14,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,7	5,0	34,5	7,4	
Total des lignes d'affaires	6 021	5 815	5 964 #	5 740	-1,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,0	-3,4	2,6	-3,8	
Lignes de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	13 786	12 863	12 140 #	11 383	-6,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,9	-6,7	-5,6	-6,2	
FST titulaires (activités hors territoire)	646	664	786	671	1,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,7	2,9	18,3	-14,5	
Autres FST non titulaires	4 276	4 867	5 276	5 592	9,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	12,2	13,8	8,4	6,0	
Total des lignes de détail	18 708	18 394	18 202 #	17 647	-1,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,9	-1,7	-1,0	-3,0	
Lignes de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	533	515	525 #	495	-2,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-14,4	-3,4	1,9	-5,8	
FST titulaires (activités hors territoire)	300	266	322	247	-6,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,6	-11,2	21,0	-23,3	
Autres FST non titulaires	99	88	151	300	44,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,7	-11,1	71,7	98,6	
Total de lignes de gros	932	870	999 #	1 042	3,8 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,1	-6,7	14,8	4,4	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	14 319	13 378	12 655 #	11 878	-6,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,2	-6,6	-5,4	-6,1	
FST titulaires (activités hors territoire)	946	931	1 108	919	-1,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,7	-1,6	19,1	-17,1	
Autres FST non titulaires	4 375	4 955	5 437	5 892	10,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,9	13,2	9,7	8,4	
Total des lignes	19 640	19 263	19 200 #	18 689	-1,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,0	-1,9	-0,3	-2,7	

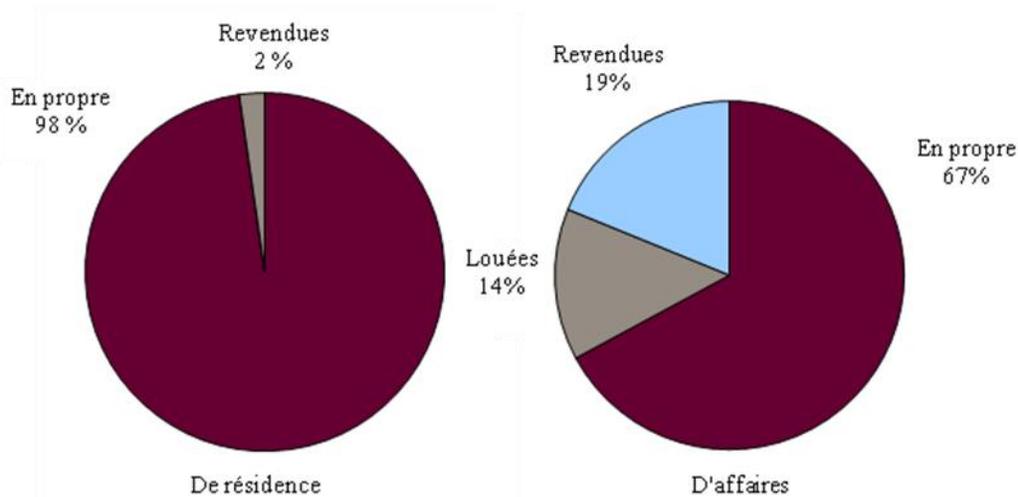
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.3 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.4 Lignes locales de résidence et d'affaires exploitées par les autres FST, selon le type d'installations, 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Indicateurs de rendement et technologiques*
Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne (\$)

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009-2012
Services locaux et interurbains					
De résidence	44,62	42,79	42,17 #	40,77	-3,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,2	-4,1	-1,5	-3,3	
D'affaires	63,55	61,50	57,85 #	57,67	-3,2 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,6	-3,2	-5,9	-0,3	
Total des services de détail	50,71	48,71	47,31 #	46,27	-3,0 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,2	-3,9	-2,9	-2,2	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.8 Revenus mensuel des services locaux et d'accès de détail par ligne, par type de FST (\$)

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009-2012
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	33,51	34,27	34,57	34,88	1,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,3	2,3	0,9	0,9	
FST titulaires (activités hors territoire)	26,42	27,62	28,71 #	39,93	14,8 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-10,0	4,6	3,9	39,1	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	28,04	22,10	22,31 #	21,38	-8,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	34,4	-21,2	0,9	-4,2	
EDR par câble	26,73	26,42	26,36	25,58	-1,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,3	-1,1	-0,2	-3,0	
Total des services de résidence	31,49	31,35	31,23	30,80	-0,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,8	-0,4	-0,4	-1,3	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	50,60	51,79	50,99 #	49,99	-0,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,4	2,4	-1,5	2,0	
FST titulaires (activités hors territoire)	41,67	35,26	28,71 #	39,91	-1,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,6	-15,4	-18,6	39,0	
Autres FST non titulaires	36,22	33,17	36,09 #	36,76	0,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,2	-8,4	8,8	1,9	
Total des services d'affaires	48,64	48,51	46,65 #	47,35	-0,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,1	-0,3	-3,8	1,5	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	39,67	40,70	40,79 #	40,78	0,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,8	2,6	0,2	0,0	
FST titulaires (activités hors territoire)	41,00	34,95	28,71 #	39,91	-0,9 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,0	-14,8	-17,9	39,0	
Autres FST non titulaires	27,82	26,65	27,03 #	26,39	-1,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,9	-4,2	1,4	-2,4	
Total des services de détail	37,01	36,78	36,28 #	36,19	-0,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,6	-0,6	-1,3	-0,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.9 Revenus et lignes des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention de la réglementation (%)

	2009	2010	2011	2012
Revenus de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation				
Services locaux et d'accès ¹	71	73	76	72
Services interurbains	96	96	95	96
Lignes locales de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation				
Service de résidence	77	80	82	84
Service d'affaires	68	72	76	78

1. Un plus grand nombre d'entreprises ont soumis leurs données en 2012.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.10 Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne (%)

Province	2009	2010	2011	2012
Colombie-Britannique	75,6	67,3	65,2	60,9
Alberta	71,7	68,2	66,8	64,6
Saskatchewan	94,3	93,0	92,5	90,9
Manitoba	87,1	83,7	80,2	77,4
Ontario	73,4	70,2	67,6	66,4
Québec	67,0	62,8	58,0	55,5
Nouveau-Brunswick	87,5	85,1	83,1	81,6
Nouvelle-Écosse	70,4	67,8	65,1	65,8
Île-du-Prince-Édouard	79,2	74,7	71,7	71,3
Terre-Neuve-et-Labrador	90,6	89,4	90,9	81,2
Toutes les provinces	73,8	69,8	66,9	64,8

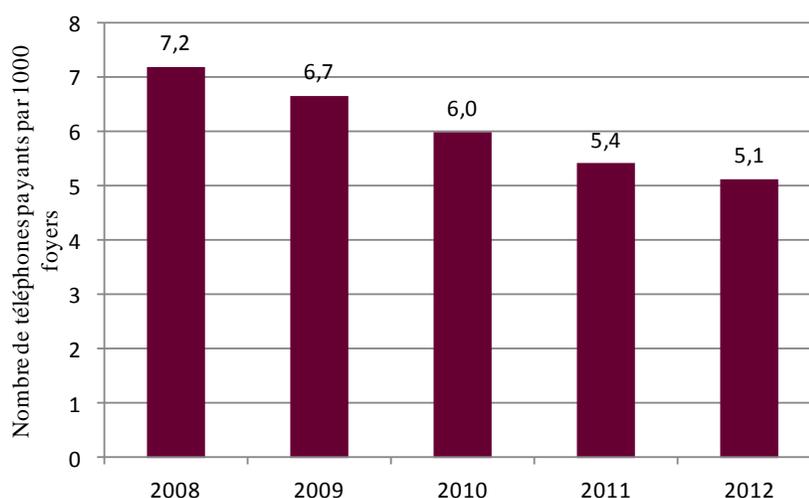
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.11 Part des FST titulaires dans les marchés locaux de résidence et d'affaires des grands centres urbains, par ligne (%)

Province	Grand centre	Lignes de résidence		Lignes d'affaires	
		2011	2012	2011	2012
Colombie-Britannique	Vancouver	61,1	56,5	62,8	62,3
	Victoria	48,5	45,1	66,1	61,6
Alberta	Calgary	52,3	49,6	62,2	61,0
	Edmonton	58,8	56,1	64,7	62,2
Saskatchewan	Saskatoon	76,8	72,7	96,1	94,2
	Regina	85,6	83,0	98,1	97,6
Manitoba	Winnipeg	62,7	56,1	84,5	82,6
Ontario	Toronto	57,9	55,4	72,9	75,9
	Ottawa-Gatineau	56,7	53,4	88,4	88,8
	Hamilton	54,8	50,9	75,0	75,1
	London	59,5	56,3	75,3	76,9
	Kitchener-Waterloo	56,9	53,8	76,3	76,7
	St. Catharines-Niagara	63,4	59,6	80,2	80,8
	Windsor	65,3	61,9	67,2	68,1
	Oshawa	53,8	52,1	83,9	86,4
Québec	Montréal	48,4	44,6	73,6	72,6
	Québec	39,9	38,0	69,5	68,2
Nouveau-Brunswick	Fredericton	72,9	72,4	99,5	99,6
Nouvelle-Écosse	Halifax	45,6	48,8	76,0	75,6
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	53,0	51,7	76,3	75,2
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's	75,6	70,3	99,7	99,3

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

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.5 Nombre de téléphones payants par 1000 foyers


Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.12 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail, par région (%)

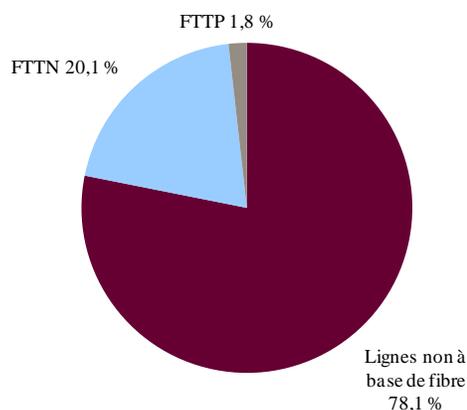
Région	2008	2009	2010	2011	2012
C.-B., Alberta	73	74	68	74	75
Saskatchewan	85	84	83	92	92
Manitoba	83	81	78	84	83
Ontario, Québec	56	55	61	71	70
Atlantique	81	80	81	83	83

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.13 Revenus du service interurbain de détail par minute, par type de FST (\$)

	2009	2010	2011	2012	TCAC 2009 - 2012
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,100	0,092	0,089 #	0,088	-4,3 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-9,5	-8,4	-2,3	-2,0	
FST titulaires (hors territoire)	0,071	0,082	0,084	0,072	0,4 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,4	14,1	2,9	-13,8	
Autres FST non titulaires	0,054	0,052	0,046	0,047	-5,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,9	-4,9	-10,4	0,4	
Total de résidence	0,077	0,072	0,068 #	0,067	-4,5 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-9,0	-5,8	-6,6	-0,8	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,067	0,059	0,061 #	0,049	-9,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,8	-11,7	2,6	-18,8	
FST titulaires (hors territoire)	0,037	0,028	0,031 #	0,027	-10,1 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,0	-24,0	12,1	-14,7	
Autres FST non titulaires	0,039	0,038	0,031	0,032	-6,7 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-15,1	-1,7	-20,2	3,6	
Total d'affaires	0,052	0,046	0,044 #	0,040	-8,6 %
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,0	-11,0	-4,7	-10,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.6 Lignes de fibre, FTTN et FTTP, en pourcentage des lignes totales, 2012


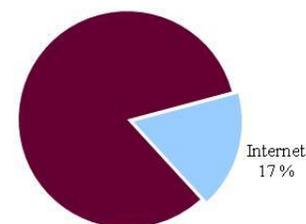
Source : Données recueillies par le CRTC

5.3 Secteur du marché Internet

Survol

Plus de 500 fournisseurs de services Internet offrent des services aux Canadiens. Les FST titulaires offrent des services Internet principalement par LAN, fibre optique et ligne commutée. Les câblodistributeurs fournissent des services Internet principalement par modem câble et fibre optique. Les entreprises de télécommunication de services publics, des municipalités et d'autres FST fournissent des services Internet par LAN, fibre optique, satellite, sans-fil fixe et ligne commutée. Les revendeurs comptent essentiellement sur les FST dotés d'installations pour avoir accès à des installations au prix de gros. Les revendeurs fournissent les services d'accès Internet en utilisant surtout des installations LAN louées et, dans une moindre mesure, le modem câble et la fibre optique.

Revenus des services de télécommunication
43,9 milliards de dollars
2012



La présente section donne des renseignements sur les revenus et sur la demande (soit le nombre d'abonnés aux services Internet), généralement sur une période de cinq ans, afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple le RMPU et les données sur la part de marché, ainsi que sur les forfaits et la tarification.

Aperçu du secteur du marché Internet

	2011	2012	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	7,2	7,6	5,9
Accès et transport Internet			
Service de résidence	4,9	5,4	9,1
Service d'affaires	1,2	1,2	0,7
Service de gros	0,3	0,3	9,3
Autres	0,8	0,7	-7,9
Abonnés résidentiels (en millions)	10,7	11,0	3,0
Revenus attribuables à l'accès haute vitesse de résidence par abonné, par mois	38,79 \$	41,05 \$	
Part de marché des revenus de l'accès Internet			
Les 5 principaux FSI (y compris les affiliés)	76 %	76 %	
Câblodistributeurs	51 %	52 %	
ESLT (activités hors territoire exclues)	37 %	37 %	
Pénétration du service de résidence :			
Tous les débits	78 %	79 %	
Haut débit	76 %	78 %	
Large bande (1,5 Mbps et plus)	72 %	75 %	
Large bande (5 Mbps et plus)	54 %	62 %	
Nombre moyen de gigaoctets téléchargés par mois et par abonné résidentiel	17,9	28,4	56,2
Nombre moyen de gigaoctets téléversés par mois et par abonné résidentiel	3,8	5,4	42,2
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse de résidence	1,65 %	1,83 %	
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse d'affaires	1,57 %	2,49 %	

- Une région rurale se définit comme une région dont la densité de la population est inférieure à 400 personnes par kilomètre carré ou par une agglomération de moins de 1000 personnes.
- Les 5 principaux FSI sont : Bell Canada, Québecor, Rogers, Shaw et STC.
- Le taux de roulement mesure la variation au niveau des abonnements, exprimé en pourcentage annuel moyen. Il s'obtient en divisant le nombre d'abonnés qui ont annulé leur abonnement par le nombre total d'abonnés aux services Internet

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Secteur du marché Internet

a) Revenus de l'industrie

Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet, par type de services (en millions \$)

		2008	2009	2010	2011	2012	Croissance 2011-2012	TCAC 2008-2012
Service de résidence	FST titulaires (activités hors territoire excluses)							
	Ligne commutée	116	92	64	46	30	-34,1 %	-28,5 %
	Haute vitesse	1 406	1 506	1 588	1 732	1 860	7,4 %	7,2 %
	Total	1 522	1 598	1 652	1 778	1 890	6,3 %	5,6 %
	EDR par câble							
	Ligne commutée	2	1	1	1	0	-32,4 %	-32,2 %
	Haute vitesse	2 129	2 419	2 572	2 811	3 065	9,0 %	9,5 %
	Total	2 131	2 420	2 573	2 811	3 065	9,0 %	9,5 %
	FST titulaires (activités hors territoire excluses) et EDR par câble							
	Ligne commutée	118	93	65	47	31	-34,1 %	-28,6 %
Haute vitesse	3 535	3 925	4 160	4 543	4 925	8,4 %	8,6 %	
Total	3 654	4 018	4 225	4 590	4 956	8,0 %	7,9 %	
Autres FST	Ligne commutée	71	48	31	23	12	-44,8 %	-35,2 %
	Haute vitesse	175	219	282	310	400	29,0 %	23,0 %
	Total	245	267	313	332	413	24,0 %	13,9 %
	Total des éléments ci-dessus							
	Ligne commutée	189	141	96	69	43	-37,6 %	-30,8 %
Haute vitesse	3 710	4 144	4 442	4 853	5 325	9,7 %	9,5 %	
Total, service de résidence	3 899	4 285	4 538	4 923	5 369	9,1 %	8,3 %	
Service d'affaires	FST titulaires (activités hors territoire excluses)	457	444	478	481	499	3,6 %	2,2 %
	EDR par câble	201	227	284	309	273	-11,4 %	8,0 %
	Total	657	671	762	790	772	-2,3 %	4,1 %
	Autres FST							
	FST titulaires (activités hors territoire) Revendeurs, entreprises de télécommunication de services publics et autres entreprises	98	93	81	81	81	-0,1 %	-4,7 %
	Total	339	348	364	353	366	3,7 %	1,9 %
	Total, accès du service d'affaires	997	1 019	1 125	1 142	1 138	-0,4 %	3,4 %
	Total, transport du service d'affaires	76	67	77	52 ¹	65 ¹	25,0 %	-4,0 %
	Total, service d'affaires	1 073	1 086	1 202	1 194	1 202	0,7 %	2,9 %
	Service de gros	Accès et transport de grande capacité	54	48	42	53	45	-15,7 %
Accès de faible capacité		161	213	218	266	303	14,2 %	17,1 %
Total, service de gros		215	261	260	319	348	9,3 %	12,8 %
Autres	Applications, équipements et autres services Internet associés	939	868	772	766	706	-7,9 %	-6,9 %
	Total général	6 126	6 499	6 772	7 202	7 625	5,9 %	5,6 %

- 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 clients de détail. Les ventes à des entités autres que des FSI, tels les fournisseurs de services VoIP, font partie des revenus de gros présentés au tableau 5.3.1 comme des revenus « accès et transport de grande capacité ».
 - L'« 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.
 - Les années précédentes, les frais de location de modems du service de résidence étaient incorporés aux revenus du service d'accès Internet. Ils ont cessé de l'être à partir de 2008. Ils totalisaient environ 121 millions de dollars en 2008.
1. En raison des changements dans la manière de rapporter les données des compagnies en 2011 et 2012, les données sur le transport du service d'affaires ne peuvent pas être comparées avec celles des années précédentes.

Source : Données recueillies par le CRTC

b) *Détails sur les abonnements***Tableau 5.3.2 Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST (en milliers)**
(volet 1 de 2)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	433	286	210	137	97	-31,1 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-23,5	-33,9	-26,6	-34,9	-28,8	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	59,1	58,8	57,3	55,5	53,2	
Haute vitesse	3 584	3 673	3 762	3 874	4 014	2,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	5,3	2,5	2,4	3,0	3,6	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	39,5	38,4	37,6	37,2	37,1	
Total	4 017	3 959	3 972	4 011	4 111	0,6 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	1,2	-1,4	0,3	1,0	2,5	
<i>part du total (%)</i>	40,9	39,3	38,3	37,6	37,4	
EDR par câble						
Ligne commutée	18	14	10	7	6	-22,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	1,9	-24,4	-23,0	-28,9	-14,6	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	2,4	2,8	2,8	3,0	3,5	
Haute vitesse	4 990	5 358	5 642	5 839	5 925	4,4 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	9,1	7,4	5,3	3,5	1,5	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	55,0	56,0	56,4	56,0	54,8	
Total	5 008	5 372	5 653	5 846	5 932	4,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	9,1	7,3	5,2	3,4	1,5	
<i>part du total (%)</i>	51,1	53,4	54,5	54,8	54,0	
Total partiel des FST titulaires (activités hors territoire exclues) et des EDR par câble						
Ligne commutée	451	299	220	144	104	-30,8 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-22,8	-33,6	-26,5	-34,6	-28,1	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	61,6	61,6	60,1	58,5	56,6	
Haute vitesse	8 574	9 031	9 404	9 713	9 939	3,8 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	7,5	5,3	4,1	3,3	2,3	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	94,5	94,3	94,0	93,2	91,9	
Total	9 024	9 331	9 625	9 857	10 043	2,7 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	5,4	3,4	3,1	2,4	1,9	
<i>part du total (%)</i>	92,0	92,7	92,8	92,4	91,4	
Autres FST						
Ligne commutée	281	187	146	102	79	-27,1 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-19,7	-33,6	-21,7	-30,1	-22,3	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	38,4	38,4	39,9	41,5	43,4	
Haute vitesse	503	545	604	712	870	14,7 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	32,9	8,2	10,8	18,0	22,1	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	5,5	5,7	6,0	6,8	8,1	
Total	785	731	750	815	950	4,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	32,9	8,2	2,5	8,6	16,6	
<i>part du total (%)</i>	8,0	7,3	7,2	7,6	8,6	

Tableau 5.3.2 Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST (en milliers)
(volet 2 de 2)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Total des éléments ci-dessus						
Ligne commutée	732	486	366	246	183	-29,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-21,6	-33,6	-24,6	-32,8	-25,7	
<i>part du total (%)</i>	7,5	4,8	3,5	2,3	1,7	
Haute vitesse	9 077	9 576	10 008	10 426	10 809	4,5 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	8,6	5,5	4,5	4,2	3,7	
<i>part du total (%)</i>	92,5	95,2	96,5	97,7	98,3	
Total général	9 809	10 062	10 375	10 672	10 992	2,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	5,6	2,6	3,1	2,9	3,0	

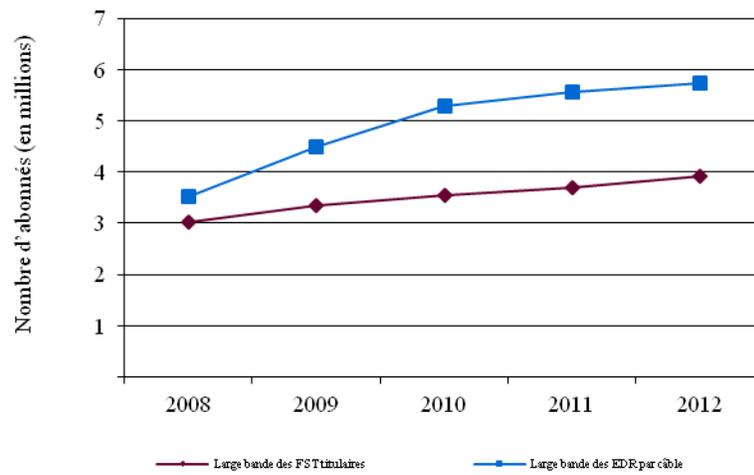
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.3 Nombre d'abonnements du service Internet d'affaires, par type de FST (en milliers)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Ligne commutée	138	113	84	72	61	-18,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	0	-18,1	-26,0	-13,5	-15,2	
Haute vitesse						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	431	431	447	452	444	0,8 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		0,0	3,6	1,3	-1,8	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	56,3	55,5	55,2	52,8	50,4	
EDR par câble	157	176	199	232	268	14,2 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		12,0	13,3	16,6	15,1	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	20,5	22,6	24,6	27,1	30,4	
Total	588	607	646	685	712	4,7 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		3,2	6,5	6,0	3,9	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	76,9	78,1	79,8	80,0	80,8	
Autres FST						
FST titulaires (activités hors territoire)	15	12	11	19	19	5,2 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		-21,3	-8,2	76,5	-3,9	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	2,0	1,5	1,4	2,3	2,1	
Revendeurs, entreprises de télécommunication de services publics et autres	162	158	152	152	150	-1,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		-2,3	-3,8	-0,2	-1,1	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	21,2	20,4	18,8	17,7	17,1	
Total	177	170	163	171	169	-1,2 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		-3,9	-4,1	5,0	-1,4	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	23,1	21,9	20,2	20,0	19,2	
Total haute vitesse	765	777	809	856	881	3,6 %
<i>croissance annuelle (%)</i>		1,5	4,1	5,8	2,8	

Source : Données recueillies par le CRTC

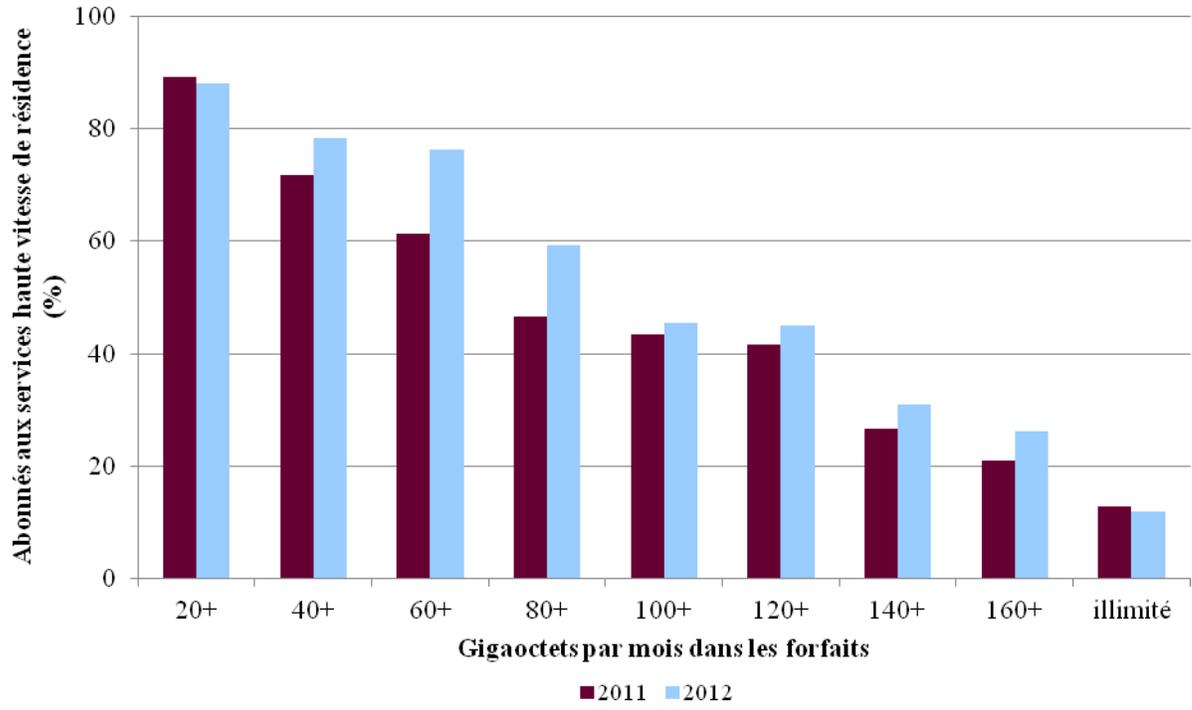
Graphique 5.3.1 Abonnements à la large bande des FST titulaires c. ceux des EDR par câble



Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Forfaits et tarification*

Graphique 5.3.2 Abonnés aux services haute vitesse de résidence par gigaoctet téléchargeable



Source : Données recueillies par le CRTC

**Tableau 5.3.4 Vitesses et tarification des services Internet de résidence
(volet 1 de 2)**

Débit en aval	2008	2009	2010	2011	2012
	Revenus mensuels (%)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	2,9	0,6	0,2	0,3	0,3
Large bande de 300 à 1400 kbps	15,1	8,6	4,3	3,6	1,9
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	17,3	20,9	20,9	20,3	16,7
5 à 9 Mbps	53,6	46,5	49,1	47,0	42,0
10 à 15 Mbps	10,8	22,4	22,8	16,5	9,4
16 Mbps et plus	0,3	1,0	2,7	12,3	29,7
16 à 49 Mbps	-	-	2,4	11,8	24,6
50 Mbps et plus	-	-	0,3	0,6	5,1
Total, échantillonnage	306,4	320,7	350,0	375,7	418,0
	Abonnements (%)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	4,3	1,1	0,3	0,4	0,3
Large bande de 300 à 1400 kbps	19,8	12,2	5,8	4,3	2,6
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	17,0	24,5	24,2	24,6	17,7
5 à 9 Mbps	50,1	42,6	45,3	45,6	41,6
10 à 15 Mbps	8,6	19,0	22,4	15,6	10,2
16 Mbps et plus	0,2	0,6	2,0	9,5	27,6
16 à 49 Mbps	-	-	1,8	9,2	23,9
50 Mbps et plus	-	-	0,2	0,3	3,7
Total, échantillonnage	8 184,4	8 516,8	8 983,1	9 440,3	9 618,4
	RMPU				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	24,86 \$	19,55 \$	25,18 \$	33,86 \$	35,97 \$
Large bande de 300 à 1400 kbps	28,57 \$	26,84 \$	28,87 \$	33,03 \$	30,96 \$
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	38,22 \$	32,46 \$	33,57 \$	32,87 \$	40,78 \$
5 à 9 Mbps	40,00 \$	41,14 \$	42,23 \$	40,97 \$	43,97 \$
10 à 15 Mbps	47,06 \$	44,43 \$	39,67 \$	42,11 \$	40,34 \$
16 Mbps et plus	63,06 \$	65,08 \$	53,71 \$	51,63 \$	46,83 \$
16 à 49 Mbps	-	-	51,66 \$	50,76 \$	44,85 \$
50 Mbps et plus	-	-	75,80 \$	78,06 \$	59,69 \$
Total, échantillonnage	37,44 \$	37,80 \$	38,96 \$	39,80 \$	43,46 \$

**Tableau 5.3.4 Vitesses et tarification des services Internet de résidence
(volet 2 de 2)**

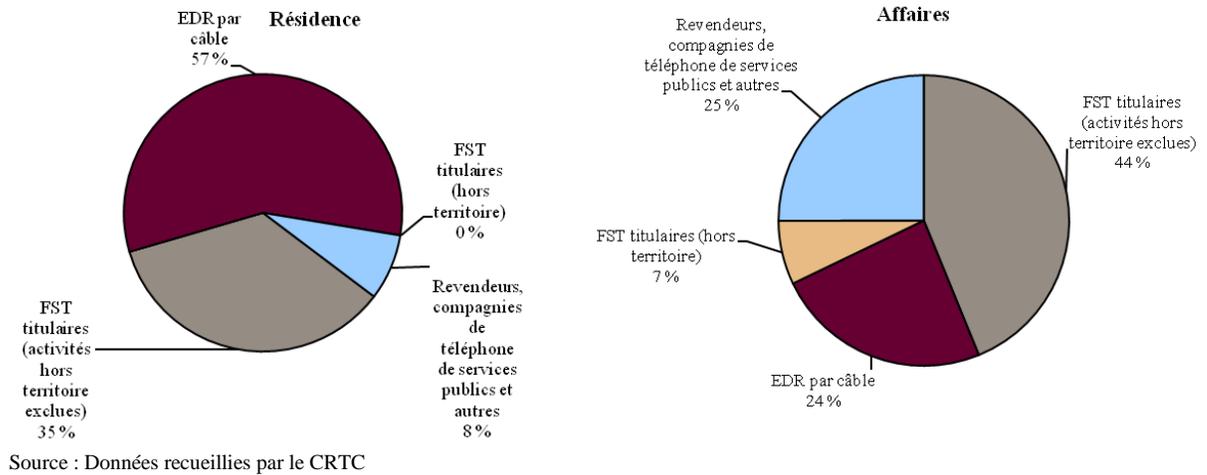
Débit en aval	2008	2009	2010	2011	2012
	Vitesse de téléversement, moyenne pondérée (kbps)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	131	152	209	178	168
Large bande de 300 à 1400 kbps	286	267	352	314	303
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	809	656	584	666	652
5 à 9 Mbps	744	723	870	855	1 122
10 à 15 Mbps	862	751	797	876	2 527
16 Mbps et plus	1 120	1 085	1 735	2 693	4 291
16 à 49 Mbps	-	-	1,661	2 662	2 912
50 Mbps et plus	-	-	2,529	3 667	13 199
Total, échantillonnage	649	652	769	961	2 031
Vitesse de téléchargement, moyenne pondérée	4 928	5 945	7 060	8 238	12 796
	Limite de téléversement/téléchargement, moyenne pondérée (en gigaoctets)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	8,50	11,75	-	-	-
Large bande de 300 à 1400 kbps	8,75	3,04	7,20	14,9	17,75
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	43,25	32,20	22,13	69,06	98,34
5 à 9 Mbps	54,18	42,80	45,27	80,81	77,33
10 à 15 Mbps	80,81	69,53	74,28	74,22	107,18
16 Mbps et plus	101,91	104,14	112,94	179,58	160,23
16 à 49 Mbps	-	-	108,25	176,98	131,50
50 Mbps et plus	-	-	163,22	236,54	364,80
Total, échantillonnage	42,34	40,32	45,04	81,11	104,90

- Les limites moyennes pondérées de téléchargement ne sont calculées que pour les forfaits qui comportent de telles limites.
- Toutes les données excluent la location de terminaux.

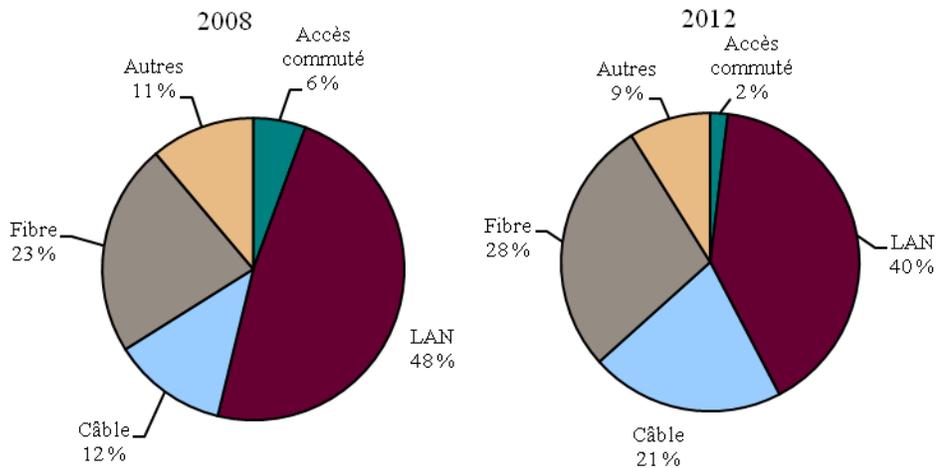
Source : Données recueillies par le CRTC

d) *Indicateurs de rendement et technologiques*

Graphique 5.3.3 Part de revenus dans le marché des services d'accès Internet, par type d'entité, 2012



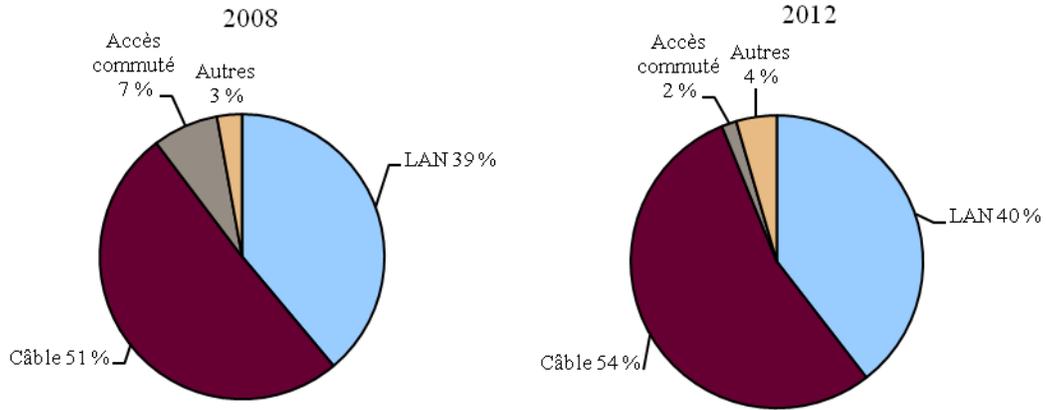
Graphique 5.3.4 Revenus des services d'accès Internet du service d'affaires, par technologie d'accès, 2008 c. 2012



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

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.5 Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence, 2008 c. 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

5.4 Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée

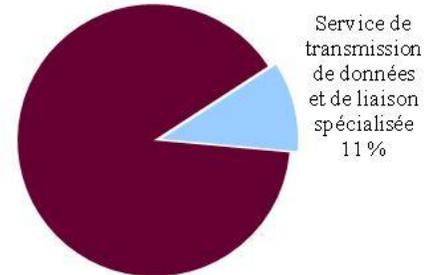
Survol

Les services de transmission de données et de liaison spécialisée sont vendus à des clients d'affaires. Cela comprend, entre autres, les services de données Ethernet et IP ainsi que des services traditionnels (X.25, MTA, relais de trames, etc.). OC-3 et DS-1 sont des exemples de services de liaison spécialisée. On fournit aussi les services de transmission de données et de liaison spécialisée en gros à d'autres FST afin qu'ils puissent les ajouter à leurs réseaux et les offrir à leurs clients de détail ou les revendre.

En 2012, environ 150 entreprises ont offert des services de transmission de données et de liaison spécialisée aux entreprises canadiennes. Les FST titulaires et les autres FST (EDR par câble, compagnies de télécommunication de services publics, revendeurs, etc.) détenaient respectivement environ 20 % et 80 % de ce marché.

La présente section donne des renseignements sur les revenus, généralement sur une période de cinq ans, afin de présenter les tendances dans le secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple des données sur la part de marché et les tendances technologiques.

Revenus des services de télécommunication
43,9 milliards de dollars
2012



Aperçu du secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée

	2011	2012	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	4,5	4,7	4,1
Transmission de données	3,0	3,2	6,2
Liaison spécialisée	1,5	1,5	0,0
Pourcentage des revenus totaux des services de transmission de données	66,7 %	68,0 %	
Pourcentage des revenus totaux des services de liaison spécialisée	33,3 %	32,0 %	
Nouveaux protocoles de transmission de données			
Revenus (en milliards \$)	2,1	2,2	7,1
Pourcentage des revenus totaux des services de protocoles de transmission de données	93,5 %	95,6 %	
Part du marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée			
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	69 %	65 %	
Services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation			
Pourcentage des revenus des données tirés des services de transmission de données faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	91 %	91 %	
Pourcentage des revenus de liaison spécialisée tirés des services de liaison spécialisée faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	67 %	69 %	
Nombre de routes de liaisons spécialisées faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	5 108	5 394	5,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée
a) Revenus de l'industrie
Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée (en millions \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Transmission de données						
Protocoles de données	1 890	2 020	2 055	2 209	2 313	5,2 %
<i>Croissance (%)</i>	6,9	6,8	1,8	7,5	4,7	
Autres	723	658	723	770	851	4,1 %
<i>Croissance (%)</i>	2,8	-9,0	9,8	6,6	10,4	
Total de transmission de données et autres revenus						
	2 614	2 678	2 778	2 979	3 164	4,9 %
<i>Croissance (%)</i>	5,7	2,5	3,7	7,2	6,2	
Liaison spécialisée	1 722	1 636	1 536	1 488	1 488	-3,6 %
<i>Croissance (%)</i>	2,5	-5,0	-6,1	-3,1	0,0	
Total des services de transmission de données et de liaison spécialisée	4 336	4 313	4 314	4 467	4 652	1,8 %
<i>Croissance (%)</i>	4,4	-0,5	0,0	3,5	4,1	

- Les services de transmission de données sont classés en trois catégories : (1) les protocoles traditionnels tels le X.25, ATM et le relais de trames; (2) les protocoles plus récents comme Ethernet et le RVP-IP et d'autres protocoles, incluant les services gérés dans les cas où des services précis ne peuvent être pris à part et (3) les autres services comme la gestion de réseaux et l'équipement de réseau.

Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Nouveaux protocoles						
Services de détail						
Ethernet	520,7	482,3	451,4	478,6	482,7	-1,9 %
<i>Croissance (%)</i>	6,6	-7,4	-6,4	6,0	0,9	
IP	710,1	870,8	995,9	1 124,4	1 189,7	13,8 %
<i>Croissance (%)</i>	32,7	22,6	14,4	12,9	5,8	
Autres	77,5	126,4	118,9	125,9	154,0	18,7 %
<i>Croissance (%)</i>	-25,4	63,0	-5,9	5,7	22,3	
Total, services de détail	1 308,4	1 479,5	1 566,2	1 728,9	1 826,4	8,7 %
<i>Croissance (%)</i>	16,0	13,1	5,9	10,4	5,6	
Services de gros						
Ethernet	122,4	173,2	196,8	221,3	225,4	16,5 %
<i>Croissance (%)</i>	36,0	41,5	13,7	12,4	1,8	
IP	17,4	11,8	41,7	68,8	98,5	54,2 %
<i>Croissance (%)</i>	54,6	-32,3	253,5	65,0	43,2	
Autres	37,5	35,1	35,0	45,4	61,3	13,2 %
<i>Croissance (%)</i>	-39,8	-6,4	-0,3	29,2	35,2	
Total, services de gros	177,4	220,1	273,6	335,4	385,2	21,4 %
<i>Croissance (%)</i>	8,4	24,1	24,3	22,6	14,8	
Total, nouveaux protocoles	1 485,7	1 699,7	1 839,8	2 064,4	2 211,6	10,5 %
<i>Croissance (%)</i>	15,1	14,4	8,2	12,2	7,1	
Protocoles traditionnels						
Services de détail	343,8	264,2	173,6	103,6	67,1	-33,5 %
<i>Croissance (%)</i>	-17,2	-23,2	-34,3	-40,3	-35,3	
Services de gros	60,7	55,7	41,5	40,6	34,7	-13,0 %
<i>Croissance (%)</i>	-2,6	-8,3	-25,4	-2,2	-14,5	
Total, protocoles traditionnels	404,6	319,9	215,2	144,2	101,8	-29,2 %
<i>Croissance (%)</i>	-15,3	-20,9	-32,7	-33,0	-29,4	
Total des services de protocoles de transmission de données	1 890,3	2 019,5	2 055,0	2 208,6	2 313,4	5,2 %
<i>Croissance (%)</i>	6,9	6,8	1,8	7,5	4,7	

Source : Données recueillies par le CRTC

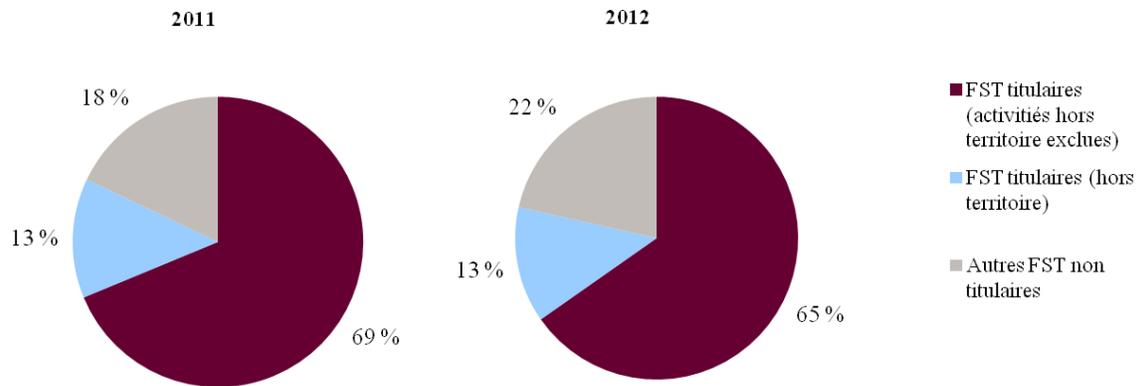
Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée, par catégorie de services (en millions \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Liaison spécialisée						
De détail	894	843	807	751	793	-2,9 %
<i>Croissance (%)</i>	-11,2	-5,7	-4,2	-7,0	5,6	
De gros	828	793	729	737	695	-4,9 %
<i>Croissance (%)</i>	22,9	-4,3	-8,0	1,1	-5,7	
Total, liaison spécialisée	1 722	1 636	1 536	1 488	1 488	-3,6 %
<i>Croissance (%)</i>	2,5	-5,0	-6,1	-3,1	0,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

b) Indicateurs de rendement et technologiques

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



Source : Données recueillies par le CRTC

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

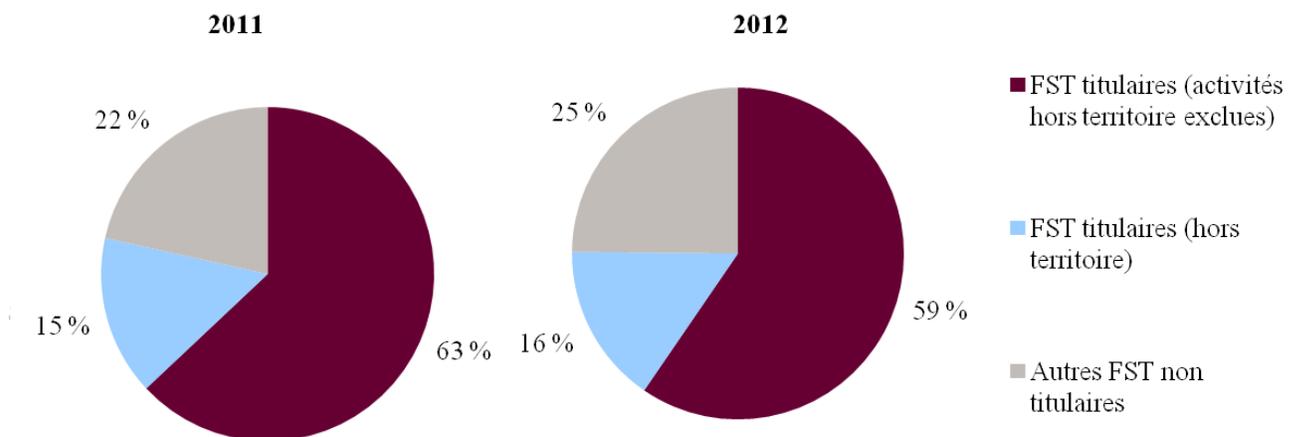


Tableau 5.4.4 Part de marché des revenus des services de protocoles de données, par catégorie de services (%)

	2008	2009	2010 ¹	2011 ¹	2012
Nouveaux protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	53	55	59	55 #	55
FST titulaires (activités hors territoire)	19	19	17	18 #	16
Autres FST non titulaires	28	26	24	27	29
Protocoles de données traditionnels					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	60	59	62	68	66
FST titulaires (activités hors territoire)	13	12	7	6	6
Autres FST non titulaires	26	29	31	26	28
Total des services de protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	55	56	59	56 #	56
FST titulaires (activités hors territoire)	17	17	16	17 #	16
Autres FST non titulaires	28	27	25	26	29

1. En raison des changements dans la manière de rapporter les données des compagnies en 2010 et 2011, les données sur les FST titulaires (activités hors territoire) ne peuvent pas être comparées avec celles des années précédentes. De plus, les « autres protocoles » n'étaient pas inclus séparément dans les rapports des FST titulaires (activités hors territoire) avant 2010. Cela a une incidence de moins de 2 % sur les résultats de 2010.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.4.5 Services de liaison spécialisée - Part de marché des revenus (%)

	2008	2009	2010 ¹	2011 ¹	2012
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	74	76	80	80 #	77
FST titulaires (activités hors territoire)	16	14	10	9 #	8
Autres FST non titulaires ²	10	10	10	11	14

1. En raison des changements dans la manière de rapporter les données des compagnies en 2010 et 2011, les données sur les FST titulaires (activités hors territoire) ne peuvent pas être comparées avec celles des années précédentes.

2. En raison de nouvelles données rapportées par d'autres FST non titulaires additionnels, les résultats de 2012 ne peuvent pas être comparés avec ceux des années précédentes.

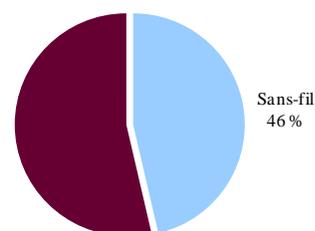
Source : Données recueillies par le CRTC

5.5 Secteur du marché des services sans fil

Survol

Les réseaux des services sans fil couvrent environ 20 % du territoire canadien et sont accessibles à 99 % de la population. Le réseau des services sans fil évolués qui supporte des appareils comme les téléphones intelligents et les clés turbo est accessible à 99 % des Canadiens. Le réseau ELT (évolution à long terme) est accessible à environ 72 % des Canadiens. Les dépenses en services sans fil des Canadiens représentent la part la plus importante (51 %) de leurs dépenses en services de télécommunication.

Revenus des services de télécommunication
43,9 milliards de dollars
2012



Les Canadiens sont desservis par trois principaux fournisseurs de services sans fil (FSSF) nationaux dotés d'installations, un certain nombre de plus petits FSSF régionaux dotés d'installations et par un petit nombre d'exploitants de réseaux mobiles virtuels (ERMV).

Un certain nombre de nouveaux FSSF dotés d'installations sont arrivés sur le marché du sans-fil. Les services mobiles que fournissent ces nouveaux FSSF sont accessibles à 58 % des Canadiens.

La présente section donne des renseignements sur les revenus et les abonnements, généralement sur une période de cinq ans, afin d'illustrer les tendances dans ce secteur. On présente aussi des indicateurs de rendement et technologiques, par exemple le RMPU, des données sur les taux de pénétration et la part de marché, ainsi que sur la large bande et la couverture.

Aperçu du secteur du marché des services sans fil

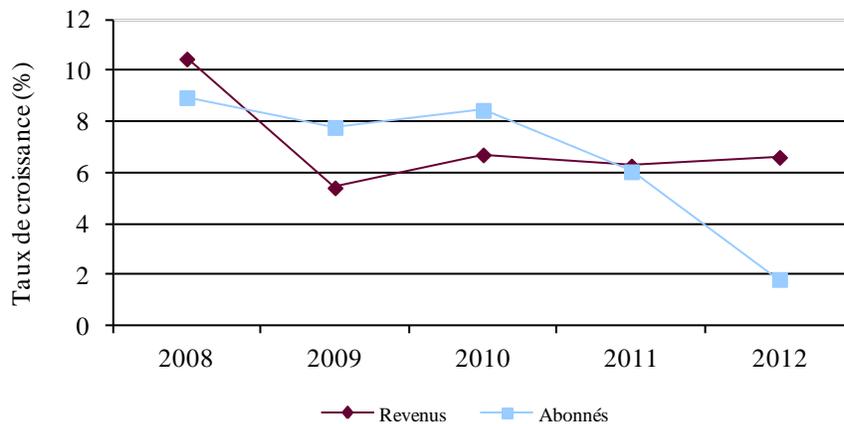
	2011	2012	% croissance
Revenus (en milliards \$)	19,1	20,4	6,5
Nombre d'abonnés (en millions)	27,4	27,9	1,8
RMPU par mois (excluant les services de téléappel)	57,98 \$	60,71 \$	4,7
RMPM (excluant les services de téléappel)	0,10 \$	0,09 \$	-8,5
Dépenses en capital du sans-fil/dépenses en capital totales de télécommunication	24 %	26 %	
Dépenses en capital moyennes par utilisateur par mois (DCMU)	7,06 \$	7,56 \$	7,2
Accessibilité du sans-fil (pourcentage de la population)	99	99	
Accessibilité du 3G (pourcentage de la population)	99	99	
Disponibilité du service à large bande HSPA+ (pourcentage de la population)	99	99	
Disponibilité du service à large bande ELT (pourcentage de la population)	45	72	61,0
Pénétration du sans-fil (pourcentage dans les foyers)	79,4	n.d.	
Pénétration du sans-fil seulement (pourcentage dans les foyers)	12,8	n.d.	

Sources : Données recueillies par le CRTC et Statistique Canada

Informations statistiques – Services sans fil
a) Détails sur les revenus et les abonnements
Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel, et nombre d'abonnés

		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Revenus (millions \$)	Sans-fil	15 940,3	16 804,0	17 931,2	19 056,3	20 316,6	6,3 %
	<i>Croissance annuelle</i>	10,5 %	5,4 %	6,7 %	6,3 %	6,6 %	
	Téléappel	96,1	89,2	71,9	67,1	50,2	-15,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	3,5 %	-7,2 %	-19,5 %	-6,6 %	-25,1 %	
	Revenus – Total	16 036,4	16 893,2	18 003,0	19 123,4	20 366,8	6,2 %
	<i>Croissance annuelle</i>	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	6,5 %	
Abonnés (milliers)	Sans-fil	22 092,5	23 811,9	25 825,4	27 387,2	27 888,0	6,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	9,0 %	7,8 %	8,5 %	6,0 %	1,8 %	
	Téléappel	319,3	253,6	241,3	219,0	187,4	-12,5 %
	<i>Croissance annuelle</i>	-18,2 %	-20,6 %	-4,8 %	-9,3 %	-14,4 %	
RMPU (\$/mois)	Sans-fil	60,1	58,8	57,9	58,0	60,7	
	<i>Croissance annuelle</i>	1,3 %	-2,2 %	-1,5 %	0,2 %	4,7 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.1 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 \$)

		2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Téléphonie de base		10 481,9	10 323,5	10 343,7	9 855,5	9 510,9	-2,4 %
	<i>Croissance annuelle</i>	3,6 %	-1,5 %	0,2 %	-4,7 %	-3,5 %	
Interurbain		1 224,0	1 204,9	1 276,5	1 289,5	1 257,8	0,7 %
	<i>Croissance annuelle</i>	13,8 %	-1,6 %	5,9 %	1,0 %	-2,5 %	
Téléappel		96,1	89,2	71,9	67,1	50,2	-15,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	3,5 %	-7,2 %	-19,5 %	-6,6 %	-25,1 %	
Équipement terminal et appareils de poche		803,0	1 106,3	1 171,8	1 419,3	1 556,7	18,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	14,8 %	37,8 %	5,9 %	21,1 %	9,7 %	
Données et autres	Données	n.d.	n.d.	3 885,7	5 066,4	6 257,9	n.d.
		<i>Croissance annuelle</i>			30,4 %	23,5 %	
	Itinérance (Voix)	n.d.	n.d.	776,1	830,9	799,0	n.d.
	Itinérance (Données)	n.d.	n.d.	390,6	525,3	784,6	n.d.
	Total partiel	n.d.	n.d.	1 166,7	1 356,2	1 583,6	n.d.
		<i>Croissance annuelle</i>			16,2 %	16,8 %	
	Autres	n.d.	n.d.	86,9	69,3	149,7	n.d.
Total, données, itinérance et autres		3 431,4	4 169,2	5 139,3	6 491,9	7 991,2	23,5 %
	<i>Croissance annuelle</i>	35,2 %	21,5 %	23,3 %	26,3 %	23,1 %	
Total		16 036,4	16 893,2	18 003,0	19 123,4	20 366,8	6,2 %
	<i>Croissance annuelle</i>	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	6,5 %	

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 \$)

	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
Services prépayés	912,9	846,4	851,5	777,2	664,3	-7,6 %
	<i>Croissance annuelle</i>	-2,3 %	-7,3 %	0,6 %	-8,7 %	-14,5 %
Services postpayés	10 745,7	10 610,6	10 768,7	10 317,1	10 065,9	-1,6 %
	<i>Croissance annuelle</i>	5,2 %	-1,3 %	1,5 %	-4,2 %	-2,4 %
Total	11 658,6	11 456,9	11 620,2	11 094,3	10 730,2	-2,1 %
	<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	-1,7 %	1,4 %	-4,5 %	-3,3 %

Source : Données recueillies par le CRTC

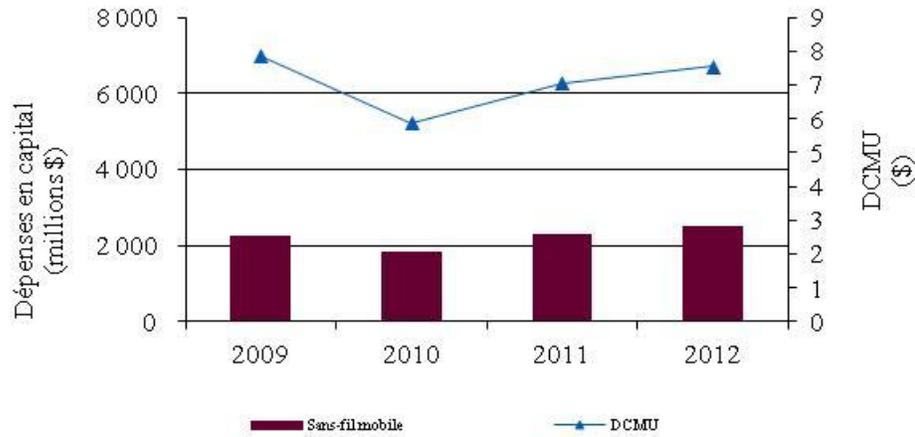
Tableau 5.5.4 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil

	2008	2009	2010	2011	2012
Services postpayés	78	79	79	78	81

Source : Données recueillies par le CRTC

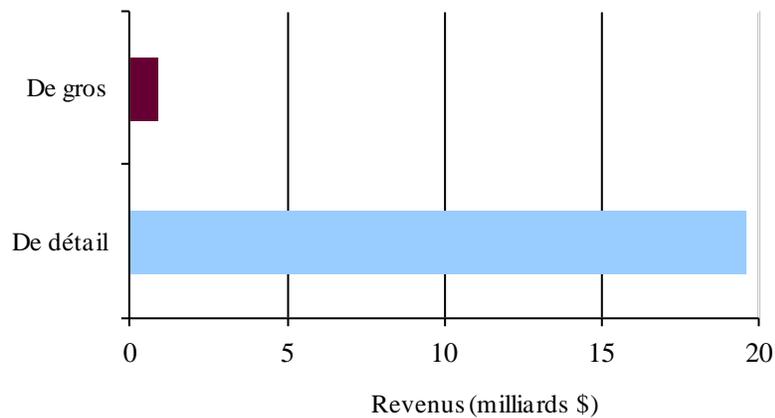
b) *Détails sur les dépenses en capital et les revenus des services de gros*

Graphique 5.5.2 Dépenses en capital et dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU) dans le marché des services sans fil



• Les dépenses de Globalive, Public Mobile et Data & Audio ont été exclues car les données étaient insuffisantes.
Source : Données recueillies par le CRTC

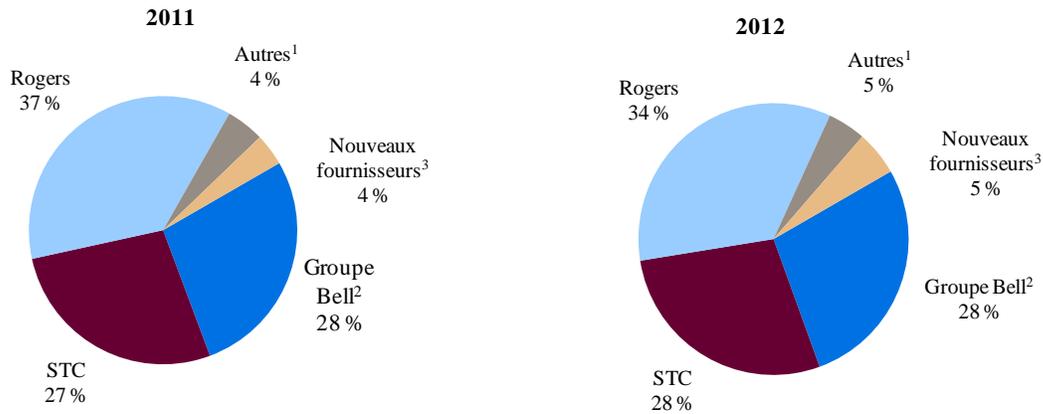
Graphique 5.5.3 Partage des revenus entre les services de détail et de gros dans le marché des services sans fil, 2012



Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Indicateurs de rendement et technologiques*

Graphique 5.5.4 Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST

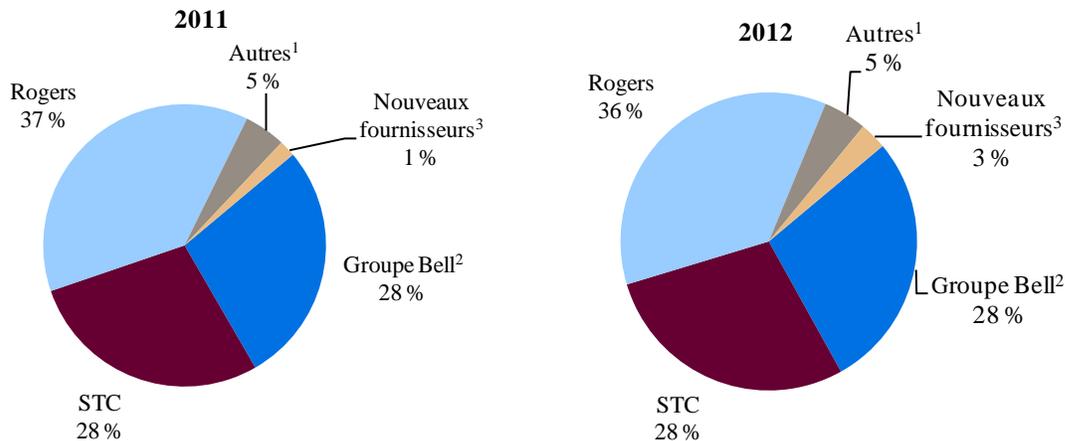


Le groupe « Autres » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF.

1. Le Groupe Bell est composé des compagnies suivantes : Bell Canada; Norouestel Mobilité inc.; Bell Mobilité; Télébec, Société en commandite; NorthernTel, Limited Partnership; SkyTerra; Virgin; Latitude Wireless.
2. Les nouveaux fournisseurs de services désignent les nouvelles entités de services sans fil qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.5 Part de marché des revenus des services sans fil des FST



1. Le groupe « Autres » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF.
2. Le Groupe Bell est composé des compagnies suivantes : Bell Canada; Norouestel Mobilité inc.; Bell Mobilité; Télébec, Société en commandite; NorthernTel, Limited Partnership; SkyTerra; Virgin; Latitude Wireless.
3. Les nouveaux fournisseurs de services désignent les nouvelles entités de services sans fil qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.5 Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province, 2012 (%)

Province	Groupe Bell ²	STC	Rogers	Nouveaux fournisseurs ³	Autres ¹
Colombie-Britannique	18	40	39	3	0
Alberta	23	50	24	3	0
Saskatchewan	10	10	9	0	71
Manitoba	5	9	33	0	53
Ontario	28	20	44	6	1
Québec	33	28	29	10	0
Nouveau-Brunswick	58	23	19	0	0
Nouvelle-Écosse	54	29	16	0	0
Île-du-Prince-Édouard	58	27	15	0	0
Terre-Neuve-et-Labrador	73	25	2	0	0
Nord ⁴	90	0	0	0	10

1. Le groupe « Autres » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF.

2. Le Groupe Bell est composé des compagnies suivantes : Bell Canada; Norouestel Mobilité inc.; Bell Mobilité; Télébec, Société en commandite; NorthernTel, Limited Partnership; SkyTerra; Virgin; Latitude Wireless.

3. Les nouveaux fournisseurs de services désignent les nouvelles entités de services sans fil qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d'Industrie Canada qui a eu lieu en 2008.

4. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.6 Appareils de poche évolués, par province, 2012

Province	Nombre d'appareils de poche évolués	Pourcentage du total des appareils de poche
Colombie-Britannique	2 002 719	13
Alberta	2 066 054	14
Saskatchewan	734 314	5
Manitoba	730 018	5
Ontario	5 659 999	38
Québec	2 884 597	19
Nouveau-Brunswick	258 440	2
Nouvelle-Écosse	348 422	2
Île-du-Prince-Édouard	48 210	0
Terre-Neuve-et-Labrador	187 908	1
Nord ¹	4 660	0

1. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.7 RMPU dans le marché des services sans fil par province (excluant les services de téléappel)

Province	2008	2009	2010	2011	2012
Colombie-Britannique	63,53 \$	60,88 \$	60,45 \$	62,78 \$	63,56 \$
Alberta	75,26 \$	70,28 \$	69,58 \$	74,96 \$	73,50 \$
Saskatchewan	57,66 \$	58,11 \$	62,93 \$	57,14 \$	63,30 \$
Manitoba	57,05 \$	52,88 \$	54,51 \$	55,73 \$	59,31 \$
Ontario	60,61 \$	62,75 \$	58,72 \$	56,76 \$	61,87 \$
Québec	50,45 \$	52,15 \$	49,98 \$	50,36 \$	51,95 \$
Nouveau-Brunswick	50,00 \$	51,08 \$	52,03 \$	54,19 \$	55,32 \$
Nouvelle-Écosse	52,57 \$	52,70 \$	54,72 \$	56,34 \$	58,94 \$
Île-du-Prince-Édouard	64,89 \$	56,18 \$	48,43 \$	52,33 \$	53,08 \$
Terre-Neuve-et-Labrador	47,43 \$	48,22 \$	50,45 \$	55,40 \$	59,69 \$
Nord ¹	n.d.	n.d.	111,41 \$	97,10 \$	83,62 \$

1. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Source : Données recueillies par le CRTC

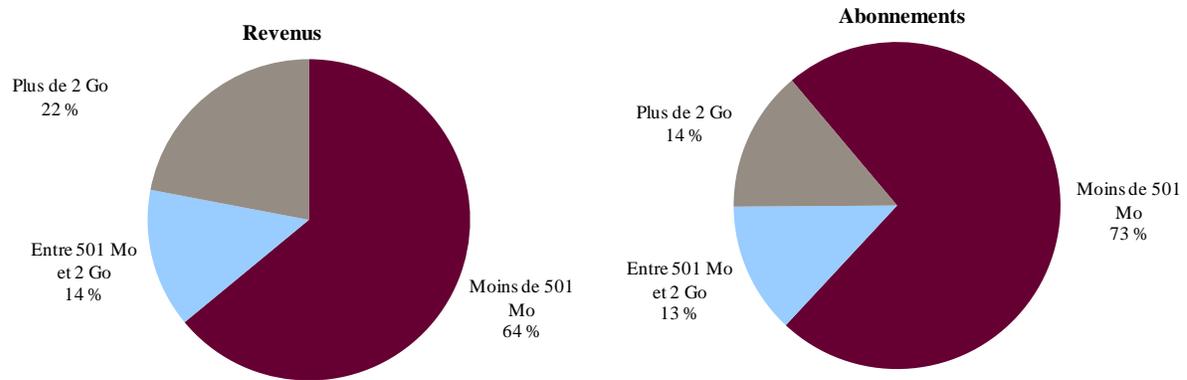
Tableau 5.5.8 Taux de roulement mensuel moyen dans le marché des services sans fil (%)

	2008	2009	2010	2011	2012
Bell Mobilité	1,6	1,6	1,9	2,0	1,7
Rogers	1,5	1,4	1,5	1,8	1,8
STC	1,6	1,6	1,6	1,7	1,5

- Le taux de roulement mesure la variation au niveau des abonnements, exprimé en pourcentage annuel moyen. Il s'obtient en divisant le nombre d'abonnés qui ont annulé leur abonnement par le nombre total d'abonnés aux services sans fil.

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

Graphique 5.5.6 Revenus des forfaits de données mobiles uniquement¹, abonnements et RMPU mensuels, par capacité des forfaits de données, 2012

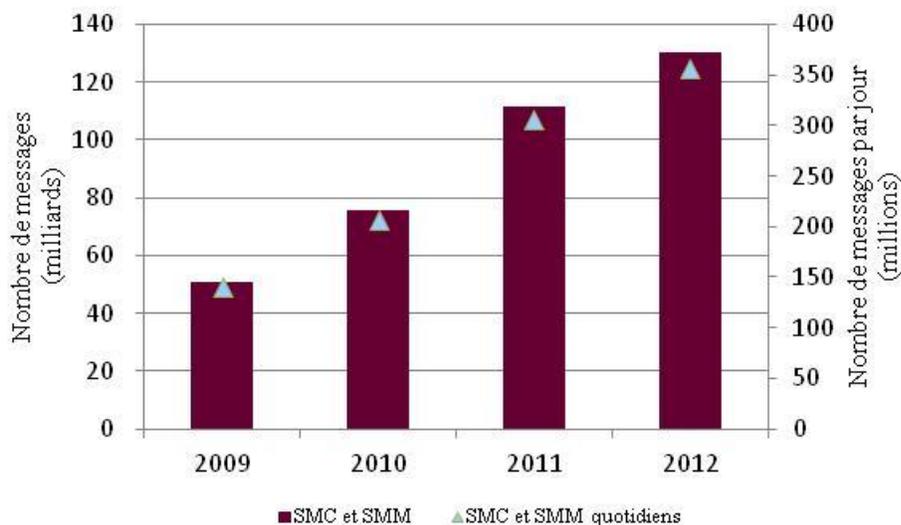


RMPU par mois (\$)

Capacité	Moins de 501 Mo	Entre 501 Mo et 2 Go	Plus de 2 Go
2011	39	58	75
2012	41	48	77

¹Les forfaits de données uniquement comprennent les appareils d'accès intégrés et portables comme les concentrateurs, les clés USB, les clés électroniques, les ordinateurs portables, etc.
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.7 Nombre total de messages SMM et SMC

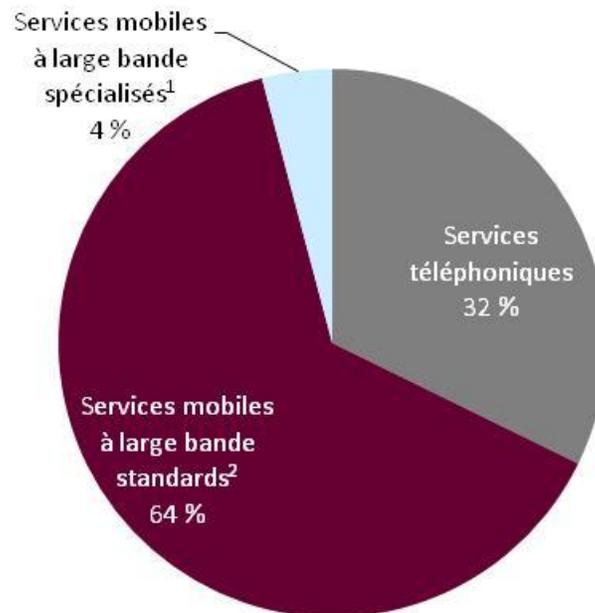


- Le nombre de messages SMM et SMC comprend les messages entrants et sortants.
 - Norouestel, NorthernTel, Télébec et la STC n'étaient pas en mesure de fournir des données détaillées.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.9 Abonnements à la large bande mobile

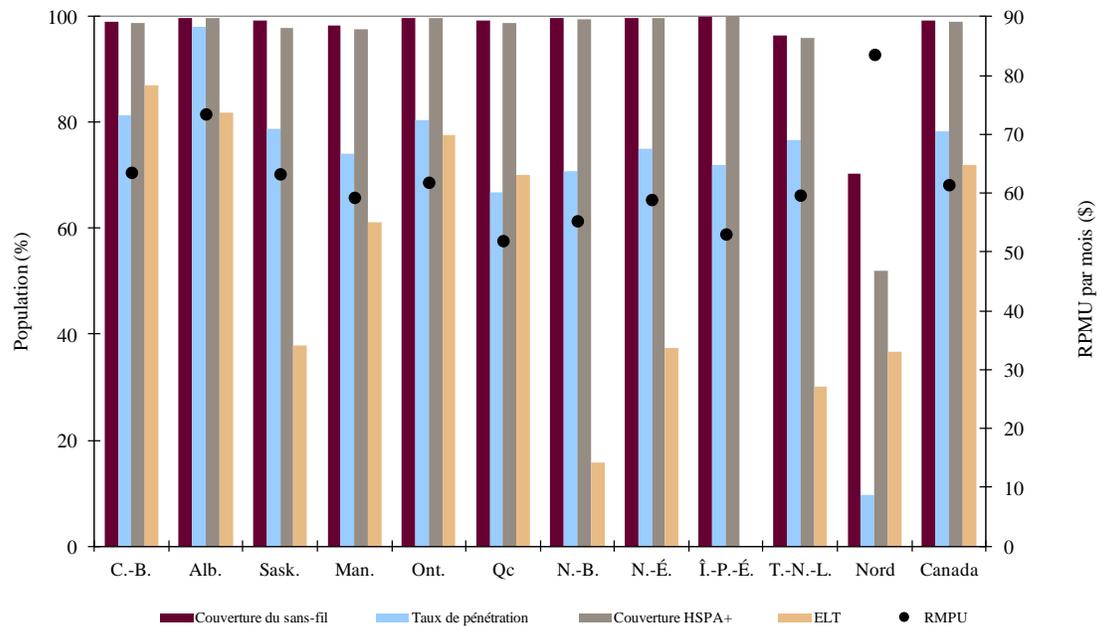
	2011	2012	Croissance (%)
Services mobiles à large bande standards			
Nombre d'abonnés (millions)	12,0	13,0	8,3
Pourcentage de tous les abonnés	44 %	47 %	
Services mobiles spécialisés			
Nombre d'abonnés (millions)	1,2	1,3	8,3
Pourcentage de tous les abonnés	4 %	5 %	
Total des services mobiles à large bande			
Nombre d'abonnés (millions)	13,2	14,3	8,3
Pourcentage de tous les abonnés	48 %	52 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.8 Pourcentage des revenus des services mobiles (services téléphoniques c. à large bande standards c. à large bande spécialisés), 2012

- On entend par « abonnés de services mobiles à large bande standards » les utilisateurs propriétaires d'un téléphone intelligent, d'un concentrateur réseau (« Rocket ») ou d'un téléphone cellulaire ordinaire ayant un abonnement à un forfait téléphonique et de transmission de données. Les services mobiles à large bande standards incluent par exemple les forfaits BlackBerry (BB) [réseautage social illimité BB, courriel illimité BB, forfaits ordinaires fondés sur des tranches données BB ou forfaits personnalisés fondés sur des tranches données non BB]. Les forfaits de téléphonie cellulaire avec navigation seulement sont exclus.
- On entend par « abonnés de services mobiles à large bande spécialisés » les utilisateurs qui s'abonnent à des services de données spécialisés sur un réseau mobile et qui les achètent séparément des services de téléphonie, soit à titre de service autonome (modem ou clé électronique), soit à titre de forfait de données complémentaire au service de téléphonie, nécessitant ainsi un autre abonnement.

Source : Données recueillies par le CRTC

d) *Détails sur la couverture et l'accessibilité*
Graphique 5.5.9 Couverture du marché des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province, 2012


Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.10 Couverture du marché des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province, 2012

	Couverture (%)			Taux de pénétration (%)	RMPU (\$/mois)
	Sans-fil	HSPA+	ELT		
Colombie-Britannique	99,0	98,8	87,0	81,5	63,56
Alberta	99,8	99,8	82,0	98,2	73,50
Saskatchewan	99,3	97,8	37,8	78,8	63,30
Manitoba	98,4	97,5	61,1	74,1	59,31
Ontario	99,8	99,7	77,5	80,3	61,87
Québec	99,3	98,9	70,1	66,8	51,95
Nouveau-Brunswick	99,7	99,6	15,7	70,7	55,32
Nouvelle-Écosse	99,8	99,7	37,3	75,1	58,94
Île-du-Prince-Édouard	99,9	99,9	0,0	71,9	53,08
Terre-Neuve-et-Labrador	96,4	96,0	30,0	76,8	59,69
Nord ¹	70,4	51,9	36,7	9,7	83,62
Canada	99,4	99,1	72,0	78,4	61,47

1. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

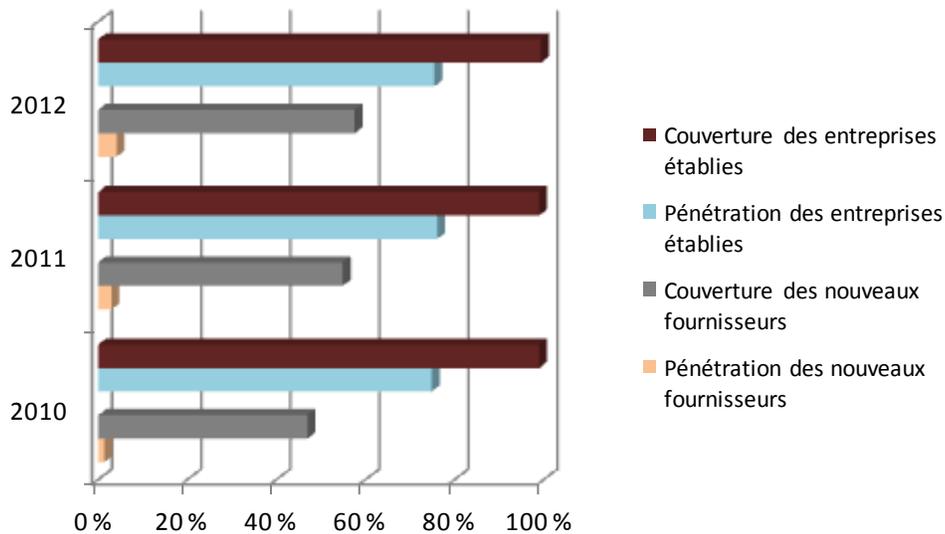
Tableau 5.5.11 Pourcentage de la population ayant accès à un, deux, trois, ou quatre ou plus FSSF dotés d’installations, par province, 2012

	Nombre de fournisseurs de services sans fil dotés d’installations				
	aucun	1 seulement	2 seulement	3 seulement	4 ou plus
Colombie-Britannique	1 %	2 %	32 %	6 %	59 %
Alberta	0 %	1 %	32 %	11 %	55 %
Saskatchewan	1 %	16 %	75 %	8 %	0 %
Manitoba	2 %	2 %	18 %	78 %	0 %
Ontario	0 %	1 %	3 %	33 %	63 %
Québec	1 %	4 %	6 %	8 %	82 %
Nouveau-Brunswick	0 %	4 %	73 %	22 %	0 %
Nouvelle-Écosse	0 %	4 %	53 %	43 %	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0 %	4 %	96 %	0 %	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	4 %	39 %	18 %	40 %	0 %
Nord ¹	30 %	63 %	7 %	0 %	0 %
Canada	1 %	3 %	17 %	22 %	57 %

1. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Source : Données recueillies par le CRTC

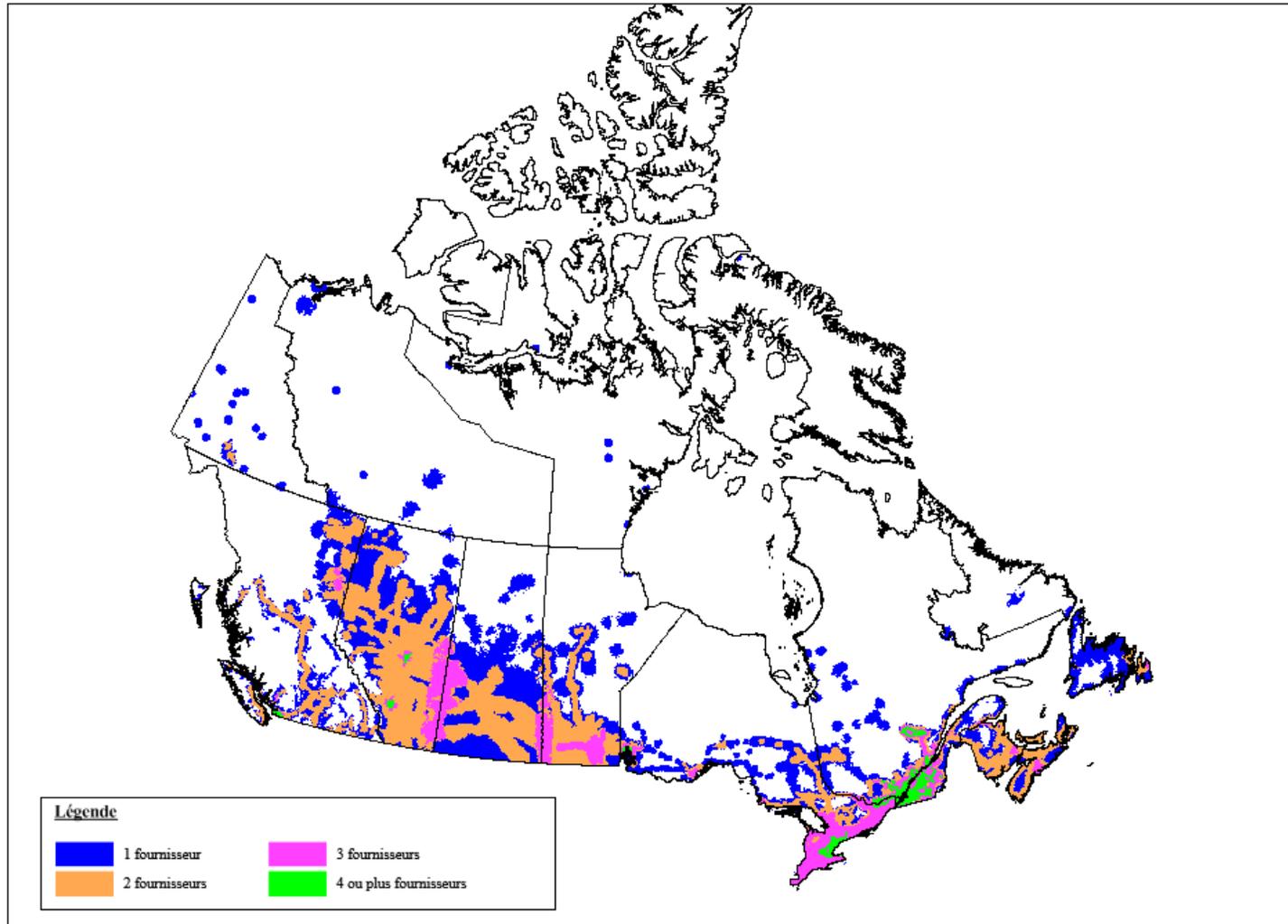
Graphique 5.5.10 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs



- Les nouveaux fournisseurs de services désignent les nouvelles entités de services sans fil qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées d’Industrie Canada qui a eu lieu en 2008.

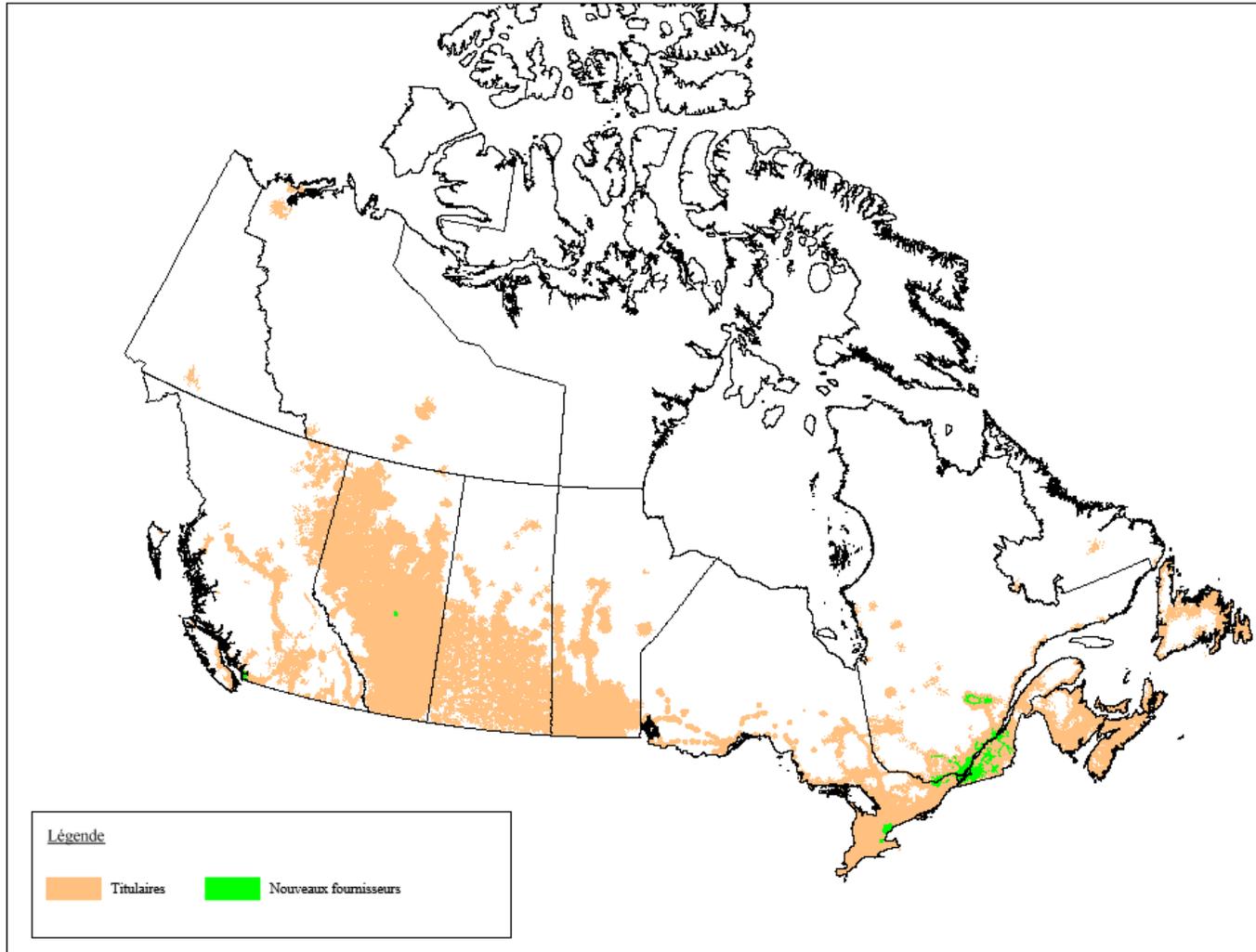
Source : Données recueillies par le CRTC

Carte 5.5.1 **Accessibilité des services sans fil, par nombre de fournisseurs dotés d’installations, en 2012**



Source : Données recueillies par le CRTC

Carte 5.5.2 **Accessibilité des services sans fil HSPA+, par nombre de fournisseurs dotés d'installations, en 2012**



Source : Données recueillies par le CRTC

6.0 Disponibilité de la large bande et adoption de technologies numériques

Survol

Les Canadiens peuvent accéder à la large bande à l'aide d'installations filaires ou sans fil. Ces installations créent de nouvelles expériences pour les Canadiens, de celles qui ressemblent à la télévision et la radio aux nouveaux services et programmes hautement interactifs offrant aux consommateurs un contrôle et des choix accrus. Les consommateurs peuvent participer au monde numérique avec leurs dispositifs au moment et à l'endroit de leur choix.

Les sections suivantes examinent la disponibilité du service d'accès Internet à large bande, les exigences de capacité qui doivent être satisfaites pour participer à l'environnement numérique, ainsi que les effets des exigences sur le comportement des consommateurs. Elles se penchent aussi sur certaines technologies relatives aux secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada. Puisqu'il s'agit d'une industrie en croissance et en évolution, les données concernant le comportement des consommateurs ont été collectées surtout par le biais d'études commandées et de renseignements d'ordre public, plutôt que par une collecte directe de données. L'une des principales sources ici est le sondage effectué à l'automne 2012 par MTM, qui a analysé les comportements de 8 000 Canadiens âgés de 18 ans et plus par rapport aux médias et aux technologies connexes.

6.1 Disponibilité de la large bande et exigences de capacité

La présente section examine l'état de la situation en ce qui concerne l'accès des Canadiens aux services de large bande et les exigences de capacité.

Plus de 99 % des foyers sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande fixe ainsi qu'à la large bande mobile (c.-à-d. HSPA+). Les Canadiens accèdent au volume croissant de contenu en ligne, que ce soit sous forme sonore, vidéo ou de données. La demande s'accroît à mesure que l'accessibilité des appareils multifonctions se répand.

En 2012, les Canadiens avaient accès à plus de 500 fournisseurs de service Internet. Les FST titulaires ont offert des services Internet principalement par LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe. Les câblodistributeurs ont utilisé le modem câble, la fibre optique, le sans-fil fixe et la ligne commutée. Les entreprises de télécommunication de services publics, des municipalités et d'autres FST fournissent des services Internet par ligne commutée, LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe. Les revendeurs comptent essentiellement sur les FST dotés d'installations pour avoir accès à des installations au prix de gros. De plus, les revendeurs fournissent le service Internet haute vitesse en utilisant surtout des installations LAN louées et, dans une moindre mesure, le modem câble et la fibre optique.

Les fournisseurs de services sans fil offrent également des services de large bande. Comme il est précisé à la section 5.5, 52 % des abonnés aux services sans fil avaient en 2012 des appareils de poche évolués capables d'accéder au nombre numérique.

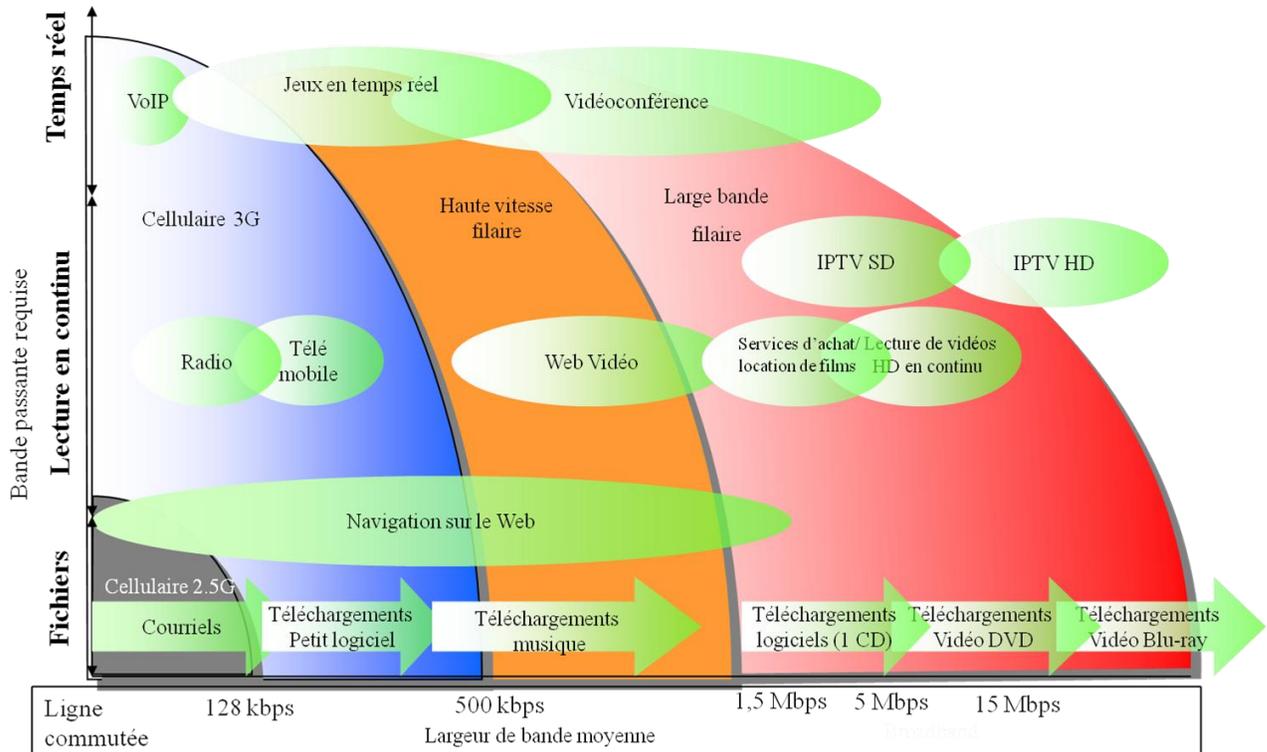
Aperçu de la disponibilité de la large bande

	2011	2012
Disponibilité de la large bande du service de résidence (à l'exclusion du satellite)		
Nationale	97 %	97 %
Urbaine	100 %	100 %
Rurale	83 %	85 %
Nationale, incluant HSPA+	99 %	99 %

- Une région rurale se définit comme une région dont la densité de la population est inférieure à 400 personnes par kilomètre carré ou par une agglomération de moins de 1000 personnes.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 6.1.1 Bande passante requise pour diverses applications Internet



Le tableau 6.1.1 illustre les exigences en matière de vitesse d'accès à Internet d'un certain nombre de services en ligne courants. Il montre les vitesses moyennes de téléchargement et de téléversement requises par chaque service. Ce tableau vise à donner au lecteur une idée des vitesses d'accès à Internet qui seraient requises pour utiliser divers services audio et vidéo en ligne. Bien que certains services tentent d'envoyer des données en courtes rafales à des débits de pointe plus élevés, ils peuvent s'adapter à différents débits de pointe; le débit moyen demeure donc un facteur important dans la détermination des exigences de débit des données pour la plupart des services. Les essais se sont concentrés sur la reproduction d'un environnement résidentiel normal et comprenaient une diversité d'appareils électroniques personnels branchés à Internet 1) par une connexion Internet filaire ou 2) à l'aide d'un réseau Wi-Fi. Les services mis à l'essai sur la connexion Internet filaire ont été exécutés sur un ordinateur PC sous Windows. Lors des mises à l'essai exécutées sur le réseau Wi-Fi, les appareils utilisés comprenaient un Xbox 360, un appareil Apple TV, ainsi que des tablettes et des téléphones intelligents Android et iOS utilisant des applications propres aux appareils, plutôt que des sites Web compatibles avec la technologie mobile. Dans le cadre des mises à l'essai des appareils connectés au Wi-Fi, on a observé des différences importantes dans les résultats de certains services sur tous les appareils. C'est pourquoi un éventail de vitesses et de limites est présenté.

À l'exception de Netflix et de YouTube, pour lesquels la qualité vidéo peut être sélectionnée, des paramètres par défaut ont été utilisés pour chaque appareil et pour chaque service mesurés. Il convient de noter que plusieurs services changeront de façon automatique la qualité (et, donc, la quantité de données) livrée en fonction de la connexion Internet d'un utilisateur. De nombreuses mesures ont été collectées à l'aide de divers outils et techniques,

sur un réseau relativement inoccupé, sans interférence causée par d'autres applications ou services.

Les différences dans les résultats des mises à l'essai sur les appareils sans fil reflètent les différents types d'appareils, les différentes marques et même les différents systèmes d'exploitation utilisés. En raison du large éventail de vitesses et de capacités requises, les consommateurs peuvent avoir intérêt à utiliser les applications qui sont disponibles pour certains appareils pour surveiller l'utilisation des données. Il est possible de trouver ces applications en utilisant des mots clés de recherche tels que « surveillance de la bande passante (*bandwidth monitor*) » ou « surveillance du réseau (*network monitor*) » dans les magasins d'applications populaires d'Android, d'Apple, de BlackBerry et de Windows.

Tableau 6.1.1 Exigences en matière de vitesse d'accès à Internet d'un certain nombre de services en ligne courants

Application	Connexion filaire		Connexion sans fil	
	Vitesse de téléchargement moyenne utilisée (kbps)	Vitesse de téléversement moyenne utilisée (kbps)	Vitesse de téléchargement moyenne utilisée (kbps)	Vitesse de téléversement moyenne utilisée (kbps)
Vidéo en continu				
Netflix (bonne)	630	19,6	554 à 680	9 à 14,6
Netflix (haute)	2 223	68,6	536 à 1 161	9 à 14,8
Netflix (meilleure)	5 941	179,2	554 à 4 000	8,9 à 29,7
Rogers Anyplace TV	3 193	104,5	1 400 à 1 650	9 à 23,5
Services de télévision de la SRC	2 400 à 6 444	58 à 167	220 à 1 335	1,5 à 15,4
Global TV	972	26,0	1 396	9,0
YouTube (HD ou 720p)	1 335	27,7	368 à 1 270	5,3 à 26
YouTube (480p) ¹	492	11,2	—	—
YouTube (240p)	319	7,3	—	—
Audio en continu				
Slacker Radio	137	9,6	125 à 267	1,8 à 4,8
Audio en direct				
Station de radio locale FM (Ottawa)	34	1,3	34	2,0
Services de radio de la SRC	130	4,4	96 à 135	6,0

¹ La qualité vidéo de YouTube était fixe et non réglable dans la collection d'appareils connectés par le réseau sans fil, p. ex. Xbox 360, Apple TV et tablettes et téléphones intelligents Android et iOS.

Source : Analyse du personnel du CRTC.

Le tableau 6.1.2 illustre le nombre maximal d’heures qu’un utilisateur peut utiliser pour chaque service sous différentes limites d’utilisation en se fondant sur l’information du tableau précédent. Pour calculer ces durées, le temps utilisé pour le trafic en amont et celui pour le trafic en aval sont comptés dans le calcul des limites d’utilisation. Le tableau vise à donner une idée aux lecteurs de la quantité de données utilisée pour utiliser divers services audio et vidéo en ligne.

Tableau 6.1.2 Nombre d’heures d’utilisation avant d’atteindre divers seuils de capacité, par service

Application	Connexion fixe			Connexion sans fil		
Temps avant l’atteinte de la limite (heures) :	20 GO	60 GO	80 GO	20 GO	60 GO	80 GO
Vidéo en continu						
Netflix (bonne)	68	205	273	64 à 79	192 à 237	256 à 315,5
Netflix (haute)	19	58	78	38 à 81	114 à 244	152 à 325
Netflix (meilleure)	7	22	29	11 à 79	33 à 237	44 à 316
Rogers Anyplace TV	13	40	54	27 à 32	80 à 95	106 à 127
Services de télévision de la SRC	6,7 à 18	20 à 54	27 à 72	33 à 201	99 à 600	132 à 800
Global TV	45	134	178	32	95	127
YouTube (HD ou 720p)	33	98	130	34 à 119	102 à 358	136 à 477
YouTube (480p)	88	265	353	—	—	—
YouTube (240p)	136	408	544	—	—	—
Audio en continu						
Slacker Radio	304	912	1 216	165 à 350	493 à 1 049	650 à 1 399
Audio en direct						
Station de radio locale FM (Ottawa)	1 262	3 786	5 048	1 200	3 600	4 750
Services de radio de la SRC	330	990	1 320	294 à 435	882 à 1 306	1 176 à 1 741

Source : Analyse du personnel du CRTC.

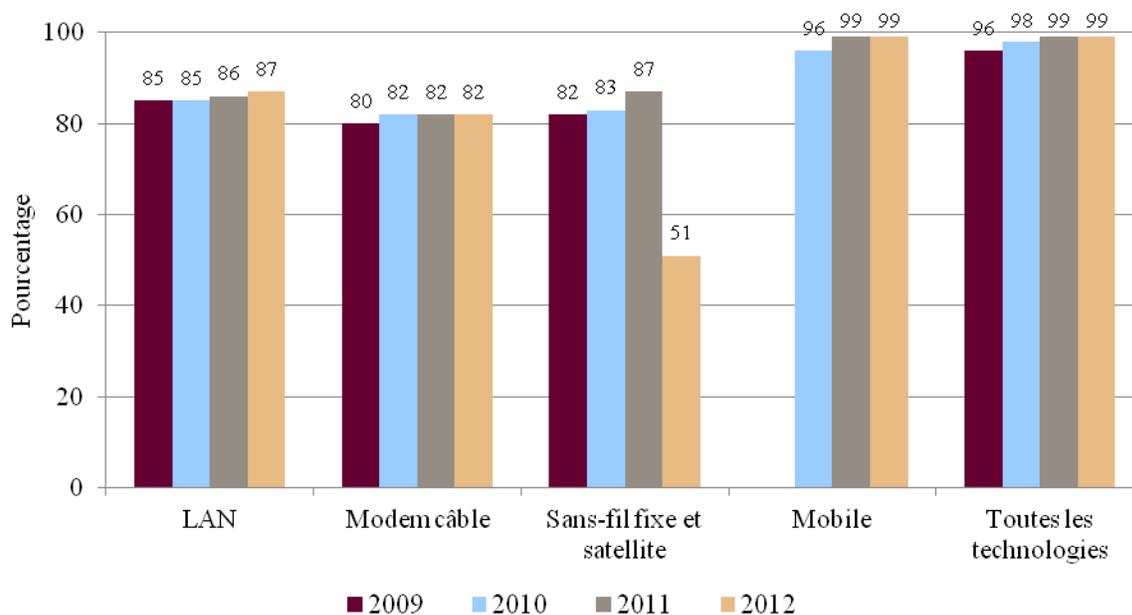
En raison de la taille limitée de l’échantillon mesuré et de la grande variété de configurations et d’équipement de réseaux résidentiels, la large bande et la capacité moyennes utilisées rapportées ne sont indiquées qu’à titre d’exemple, et les résultats obtenus peuvent varier selon les différentes configurations.

Informations statistiques – Disponibilité de la large bande
a) Principaux indicateurs de la large bande
Tableau 6.1.3 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

Plateforme	Disponibilité (% des foyers)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Large bande mobile					
3G / équivalent 3G	91	96	98	99	99
HSPA+	n.d.	n.d.	97	99	99
ELT	n.d.	n.d.	n.d.	45	72
Large bande filaire					
LAN	84	85	85	86 #	87
Modem câble	80	80	81 #	82 #	82
Sans-fil fixe	80	81	82	86	50 ¹
IPTV	10	21	22	34	54
Satellite numérique	National	National	National	National	National

¹ La baisse est attribuable à la désactivation du réseau Inukshuk.

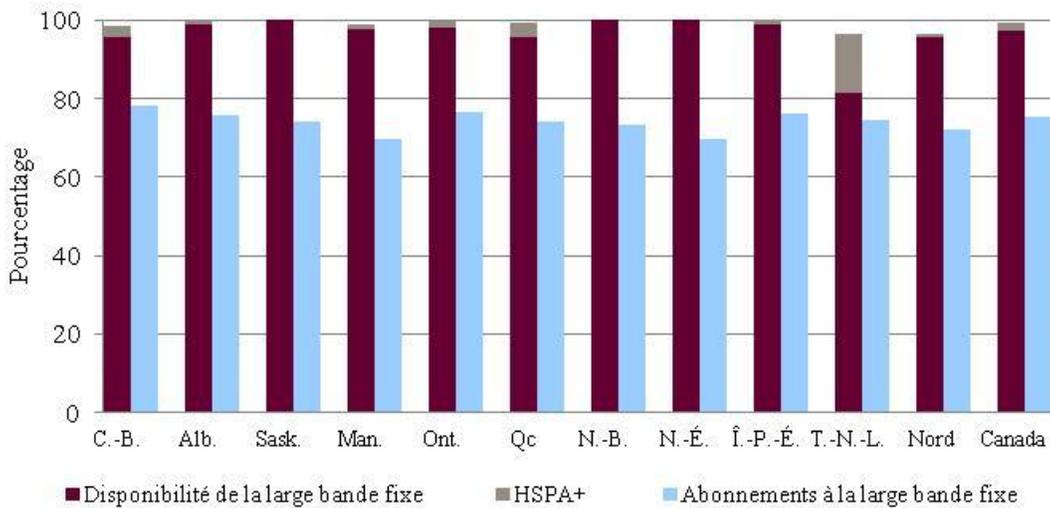
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 6.1.2 Disponibilité de la large bande (% des foyers)


1. En 2012, la baisse de la disponibilité du sans-fil et satellite était attribuable à la désactivation du réseau Inukshuk.

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

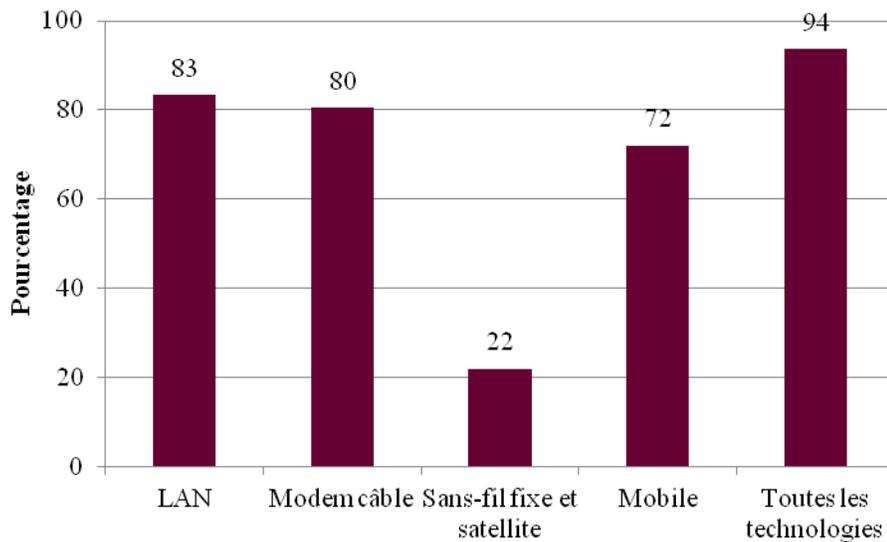
Graphique 6.1.3 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, 2012



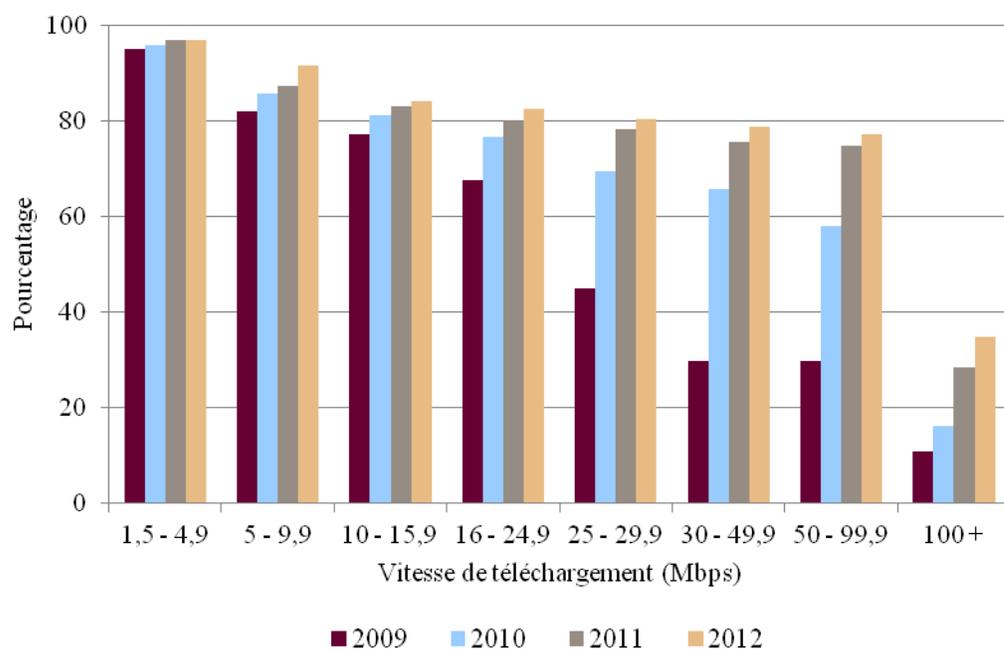
- Les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Saskatchewan ont des arrangements pour fournir des services de large bande via satellite selon des modalités similaires au service filaire, et ces arrangements sont pris en considération dans les barres illustrant la disponibilité de la large bande fixe dans ce graphique.
- Le service HSPA+ à l'Île-du-Prince-Édouard est disponible à ceux qui n'ont pas accès à d'autres moyens de connectivité de large bande selon des modalités équivalentes au service filaire.
- Exclut satellite.

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Graphique 6.1.4 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des foyers), 2012



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

b) Disponibilité de la large bande par vitesse
Graphique 6.1.5 Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des foyers)


• Exclut HSPA+, ELT et satellite.

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Tableau 6.1.4 Disponibilité de la large bande, par vitesse et nombre de plateformes, en 2012 (% des foyers)

Nombre de plateformes	1,5 Mbps à 4,9 Mbps	5,0 Mbps à 9,9 Mbps	10,0 Mbps à 15,9 Mbps	16,0 Mbps à 24,9 Mbps	25,0 Mbps à 29,9 Mbps	30,0 Mbps à 49,9 Mbps	50,0 Mbps à 99,9 Mbps	100 Mbps et plus
1	3	9	25	28	32	33	76	32
2	11	15	59	54	48	45	0	0
3	50	58	0	0	0	0	0	0
4	36	10	0	0	0	0	0	0

• Les plateformes comprennent : LAN, modem câble, sans-fil fixe et mobile (HSPA+ et ELT).

Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Disponibilité par province***Tableau 6.1.5 Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire, en 2012 (% des foyers)**

Province	1,5 – 4,9 Mbps	5 – 9,9 Mbps	10 – 15,9 Mbps	16 – 24,9 Mbps	25-100 Mbps
Colombie-Britannique	99	94	90	89	87
Alberta	99	96	85	84	80
Saskatchewan	99	75	63	57	57
Manitoba	99	85	67	66	66
Ontario	99	95	87	85	84
Québec	99	93	84	82	80
Nouveau-Brunswick	99	89	82	82	82
Nouvelle-Écosse	99	82	78	75	72
Île-du-Prince-Édouard	99	71	55	48	48
Terre-Neuve-et-Labrador	96	79	69	69	61
Yukon	99	90	61	61	60
Territoires du Nord-Ouest	91	85	50	50	42
Nunavut	99	29	0	0	0

- Les données sur HSPA+ ne sont incluses que dans la tranche de 1,5 à 4,9 Mbps et les données ELT ne sont incluses que dans la catégorie 5 to 9,9.
- Les données sur la disponibilité de vitesses de la large bande surpassant 25 Mbps ont été combinées en raison de la confidentialité de l'information.
- Exclut satellite.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 6.1.6 Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande (milliers)

Province	2010	2011	2012
Colombie-Britannique	1 739	1 766	1 781
Alberta	1 386	1 417	1 471
Saskatchewan	397	403	431
Manitoba	429	451	480
Ontario	4 928	5 014	5 055
Québec	3 198	3 288	3 320
Nouveau-Brunswick	315	316	316
Nouvelle-Écosse	399	401	401
Île-du-Prince-Édouard	57	59	58
Terre-Neuve-et-Labrador	170	171	170
Nord ¹	31	31	38
Canada	13 048	13 316	13 526

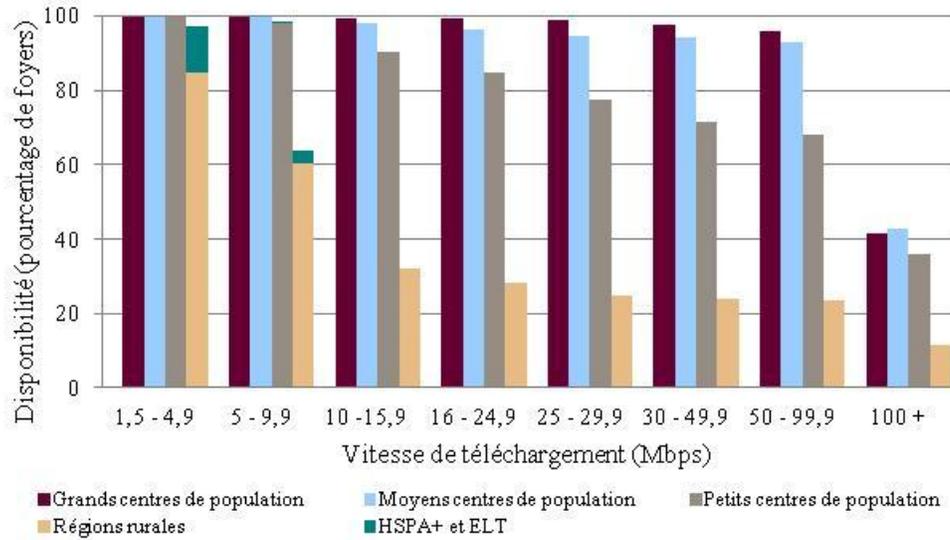
- Exclut HSPA+, ELT et satellite.

1. Le « Nord » comprend le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

d) *Régions urbaines c. régions rurales*

Graphique 6.1.6 Disponibilité de la large bande – régions urbaines c. rurales, 2012
(% des foyers)



•Exclut satellite.

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

6.2 Adoption des technologies numériques

Survol

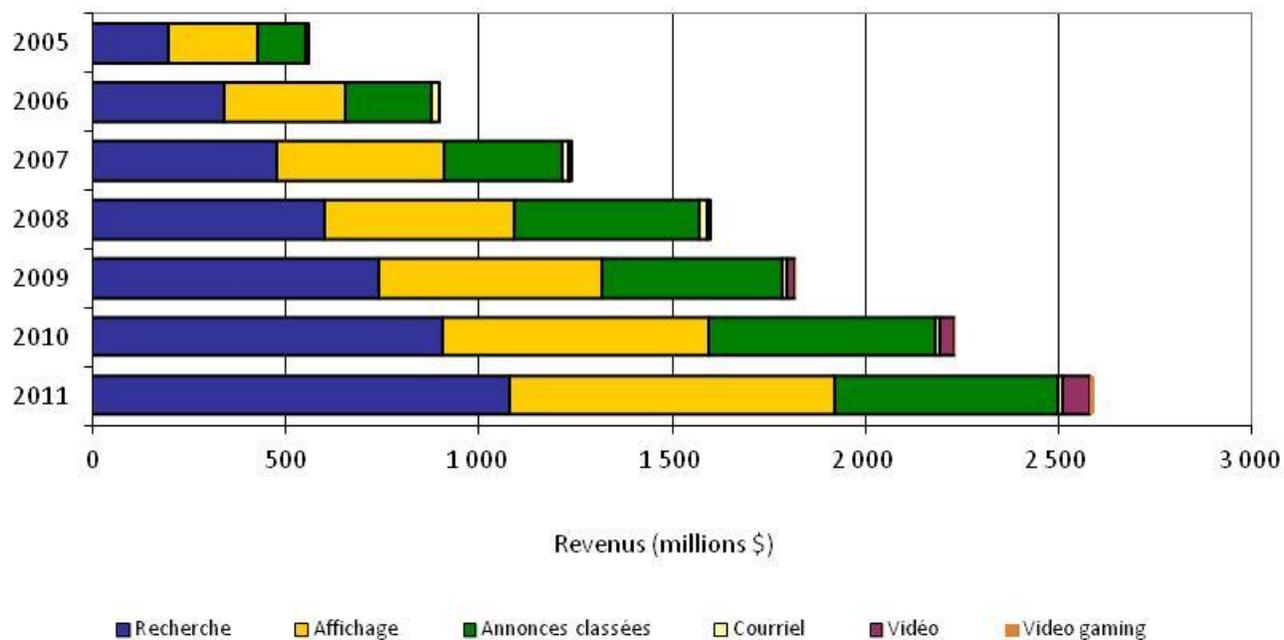
Le système canadien des communications aide ses créateurs, citoyens et consommateurs, y compris les petites entreprises, à participer pleinement à la vie démocratique, économique, social et culturelle du pays, et ce, aux niveaux national, provincial, régional et municipal. Les technologies numériques sont une partie intégrante de la vie quotidienne des Canadiens, avec 75 % d'entre eux abonnés à un service Internet par large bande. Ceci leur permet d'interagir plus efficacement et de participer activement dans leurs communautés, de s'impliquer dans le monde et d'enrichir leurs vies sociale et culturelle.

La présente section fournit quelques indicateurs quant à la manière dont les Canadiens participent à l'environnement numérique. Elle présente des données démontrant comment ceux-ci accèdent à du contenu sonore et visuel et utilisent les technologies disponibles. Des données financières sont également incluses afin de démontrer dans quelle mesure les fournisseurs de service attirent des revenus d'annonceurs sur les plateformes numériques.

Informations statistiques

a) Rendement financier

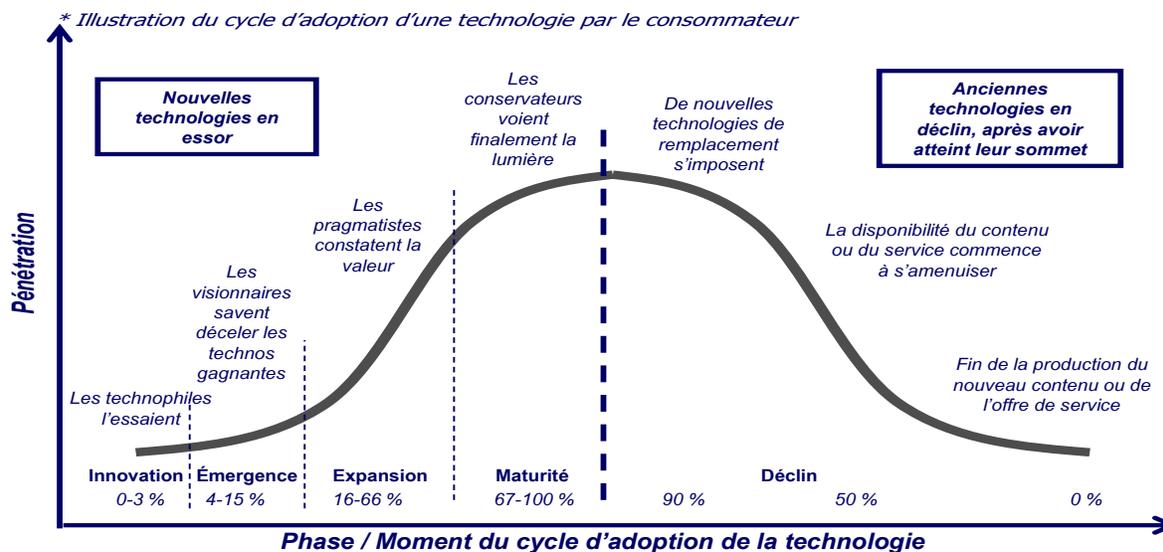
Graphique 6.2.1 Revenus de publicité en ligne au Canada



• Données de 2012 non disponibles au moment de la publication
 Source : Enquête sur les revenus de la publicité en ligne au Canada de 2011-2012, IAB Canada

b) Services des médias numériques

Graphique 6.2.2 Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit



Source : MTM 2012

Tableau 6.2.1 Adoption des technologies médiatiques au Canada, catégorisée selon l'étape du cycle de vie, 2012

Innovation	Émergence	Expansion	Maturité	Déclin
	Visionnement de télé en ligne seulement 4%	Visionnement de vidéo sur demande fournie par une EDR 18%	Réseau sans fil à la maison 68%	Écoute de baladodiffusion 13%
	Visionnement de télévision Internet sur tablette 6%	Écoute de radio AM/FM en continu 20%	Visionnement de vidéo sur Internet 71%	Abonné au câble analogique 11%
	Visionnement de télé sur téléphone intelligent 6%	Visionnement d'émissions complètes de 30 ou 60 minutes en ligne 23%	Abonnement à la télé numérique 72%	Télévision en direct par antenne 6%
	Déconnecté de la télévision (sans EDR ou télé en direct) 8%	Visionnement d'un film complet en ligne 24%	Possession d'un téléphone cellulaire (tous les types) 80%	Abonnement Internet résidentiel par câble téléphonique 3%
	Contenu sonore en continu sur tablette 8%	Possession d'une tablette 26%	Abonnement Internet à large bande 82%	
	Visionnement d'émissions de télé sur la vidéo sur demande d'une EDR 13%	Visionnement de la télé sur Internet 33%	Abonnement résidentiel à Internet 85%	
	Visionnement de webisodes ou d'émissions produites pour le web ¹ 13%	Possession d'un enregistreur numérique personnel 42%		
	Écoute en continu d'un service de musique personnalisé en ligne 13%	Possession d'un récepteur HD 42%		
	Abonnement à la radio satellite 13%	Possession d'un lecteur MP3 49%		
	Audio en continu sur téléphone intelligent 14%	Possession d'un téléphone intelligent 51%		
		Audio en continu 56%		
		Possession d'un appareil HD 61%		

¹ Ne s'applique qu'aux répondants disposant d'une ligne terrestre

Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 6.2.2 Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet, par groupe linguistique

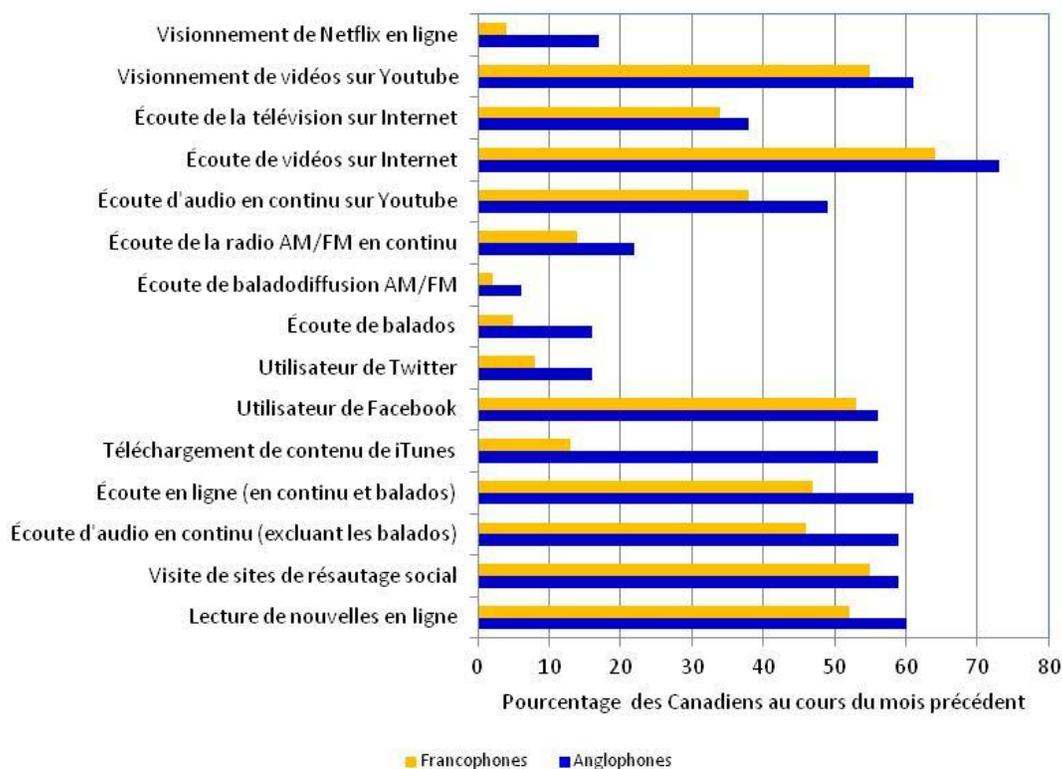
	2007	2007	2009	2009	2010	2010	2011	2011	2012	2012
	Anglo-phones	Franco-phones								
Utilisation globale	81	71	83	76	86	79	87	82	88	83
18-34	95	91	94	93	96	97	97	97	98	98
35-49	89	84	91	88	92	90	94	92	95	94
50+	66	51	69	59	74	63	75	63	78	69

• Utilisation au cours du mois précédent
 Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 6.2.3 Moyenne hebdomadaire des heures passées en ligne par des usagers d'Internet canadiens

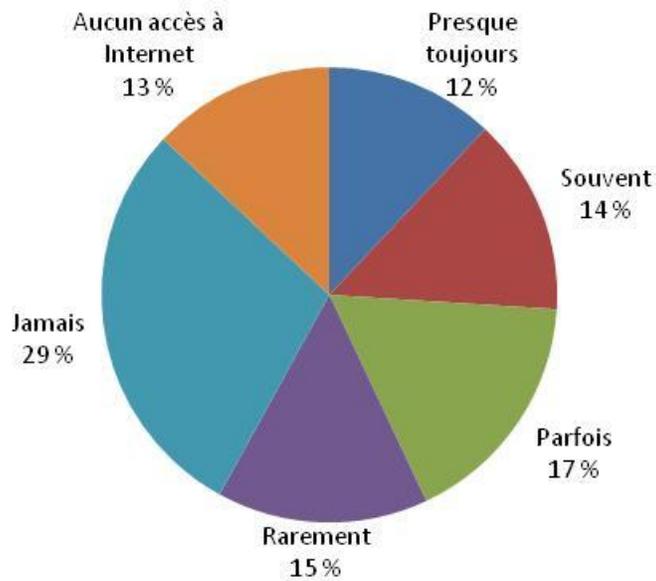
	1999	2002	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Anglophones	5,6	9,3	11,7	13,4	13,8	14,6	17,3	18,2	20,1
Francophones	6,3	7,7	9,1	9,8	11,2	11,9	12,8	13,1	13,0

• Utilisation au cours de la semaine précédente
 Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.3 Activités populaires des Canadiens sur Internet


Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

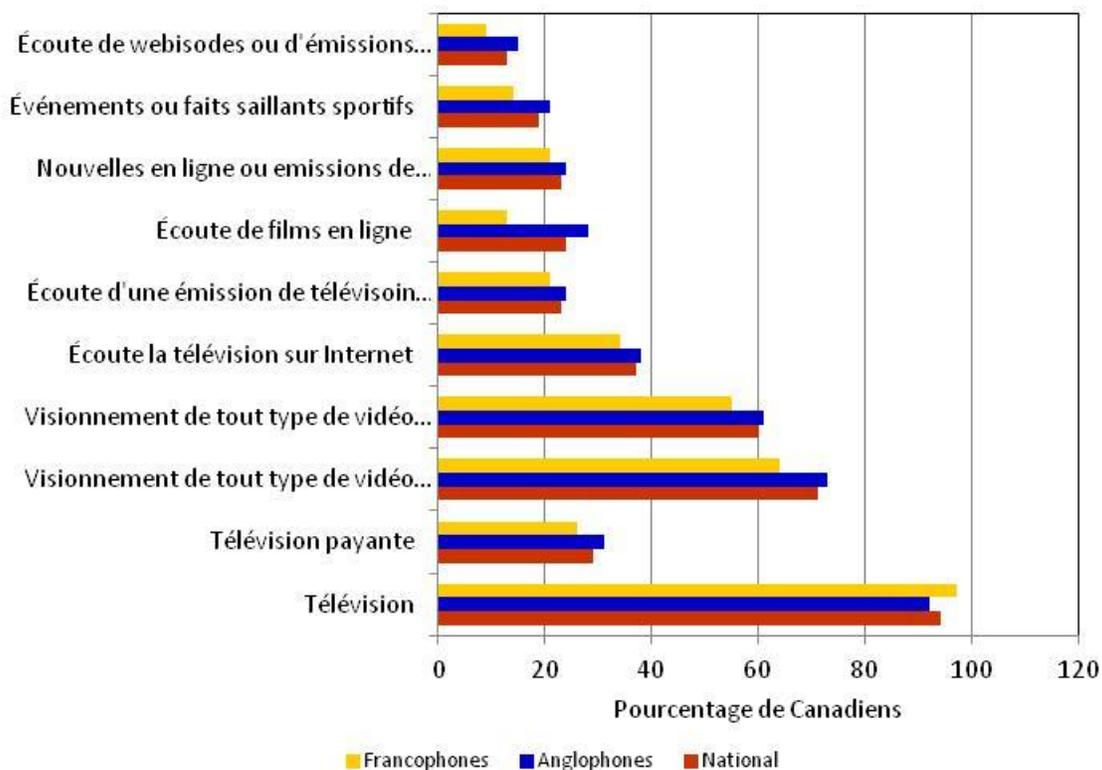
Graphique 6.2.4 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision et accèdent à Internet en même temps



Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

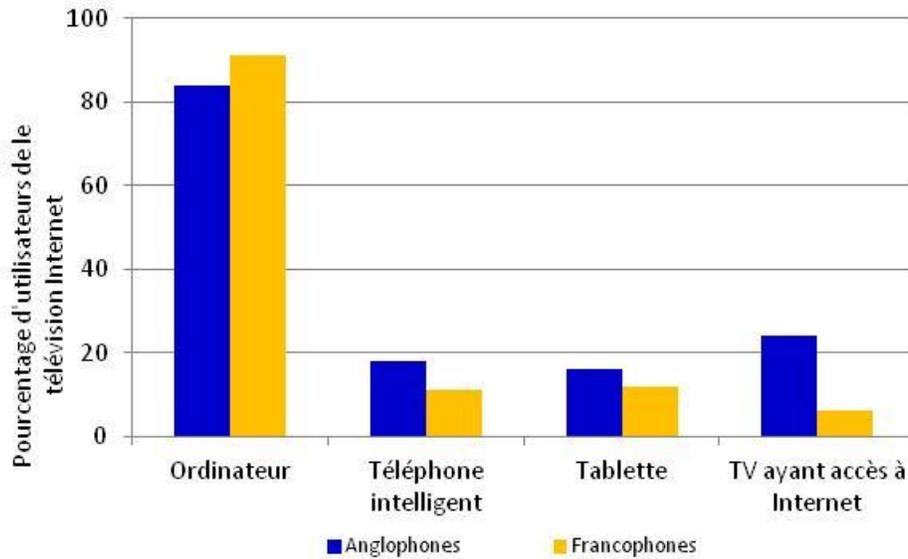
c) *Services de vidéo*

Graphique 6.2.5 Visionnement de vidéos sur Internet et à la télévision par les consommateurs



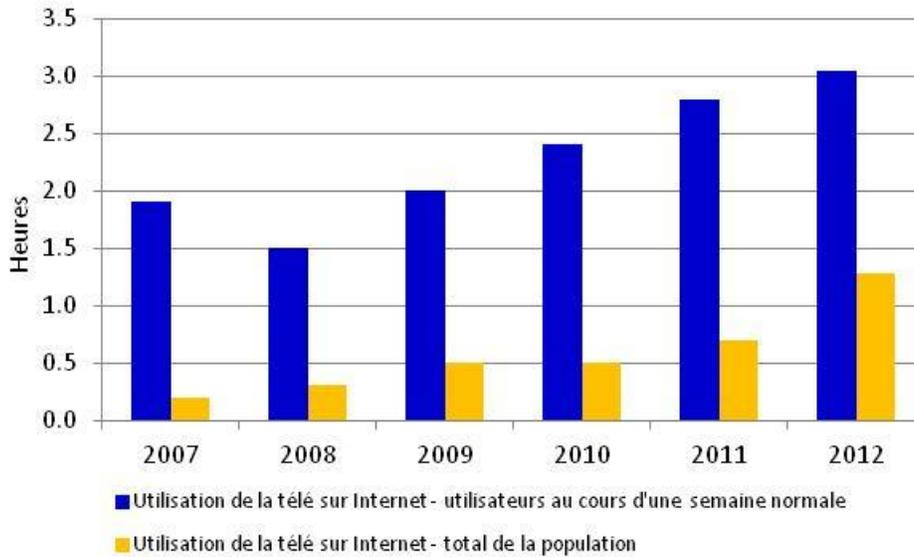
* Ne s'applique qu'aux répondants disposant d'une ligne terrestre
 • Utilisation au cours du mois précédent
 Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.6 Types d'appareils utilisés pour visionner des vidéos sur Internet



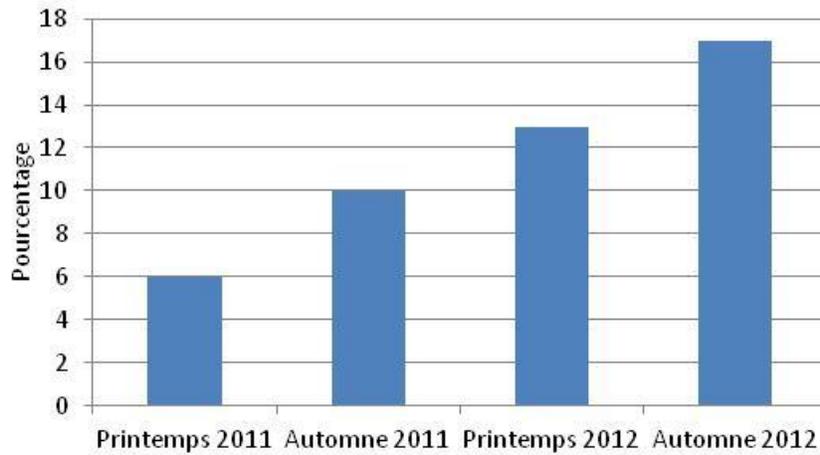
Source : MTM 2012 (Répondants : usagers canadiens de 18 ans et + qui visionnent du contenu vidéo sur Internet)

Graphique 6.2.7 Moyenne hebdomadaire d'heures de visionnement de télévision sur Internet



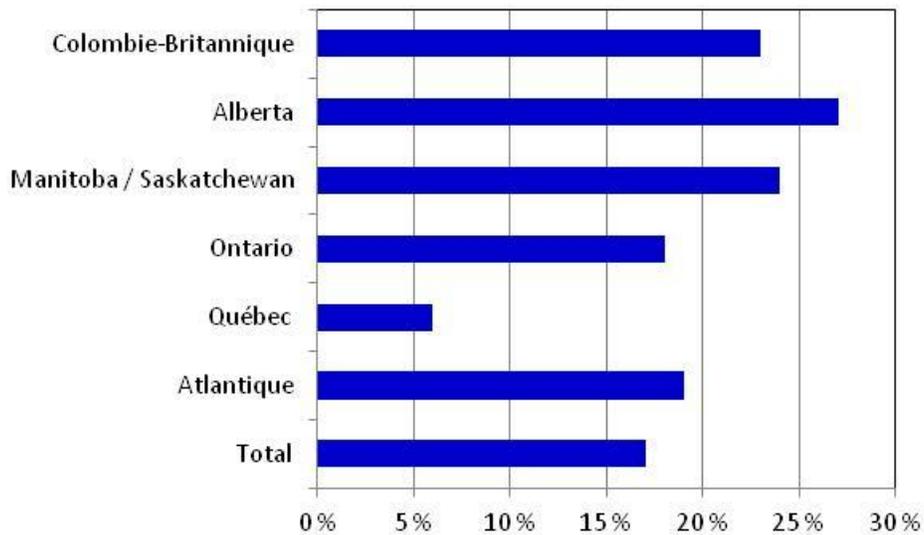
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.8 Pourcentage des Canadiens abonnés à Netflix



Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.9 Canadiens abonnés à Netflix par région



Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 6.2.4 Taux d'adoption et de croissance de diverses technologies de vidéo au Canada (Pourcentage)

	Adoption					Croissance				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
ENP										
Anglophones	13	18	23	35	43	30	38	28	52	23
Francophones	10	13	16	23	39	67	30	23	44	70
Télévision par Internet ¹										
Anglophones	22	30	31	34	38	-	36	3	10	12
Francophones	17	22	26	33	34	-	29	18	27	3
Vidéo par Internet sur téléphone cellulaire ^{1,2}										
Anglophones	5	5	9	12	14 ²	150	0	80	33	17
Francophones	2	2	4	8	8 ²	100	0	100	100	0
Télévision par Internet sur téléphone cellulaire ¹										
Anglophones	1	1	2	4	7	-	0	100	100	75
Francophones	-	-	1	3	4	-	-	-	200	33
Vidéo par Internet sur tablette ^{1,2}										
Anglophones	-	-	-	6	12 ²	-	-	-	-	100
Francophones	-	-	-	3	7 ²	-	-	-	-	133
Télévision par Internet sur tablette ¹										
Anglophones	-	-	-	3	6	-	-	-	-	100
Francophones	-	-	-	2	4	-	-	-	-	100
Netflix										
Anglophones	-	-	-	10	21	-	-	-	-	110
Francophones	-	-	-	5	5	-	-	-	-	0

1. Utilisation au cours du mois précédent

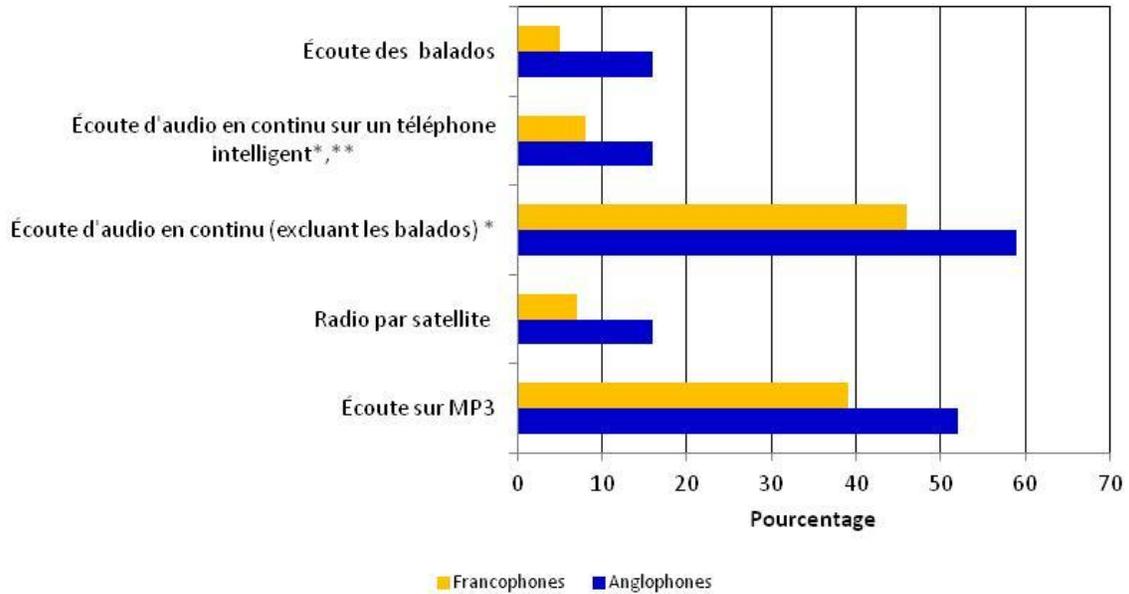
2. Ne s'applique qu'aux répondants disposant d'une ligne terrestre

- La question concernant la vidéo sur téléphone cellulaire a changé en 2011 pour le visionnement de vidéo en ligne
- La question concernant le visionnement de la télévision sur téléphone cellulaire a changé en 2011 pour le visionnement d'émissions de télé ou de clips

Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

d) *Services sonores*

Graphique 6.2.10 Utilisation des technologies sonores (à l'exclusion de la radio traditionnelle) par les consommateurs

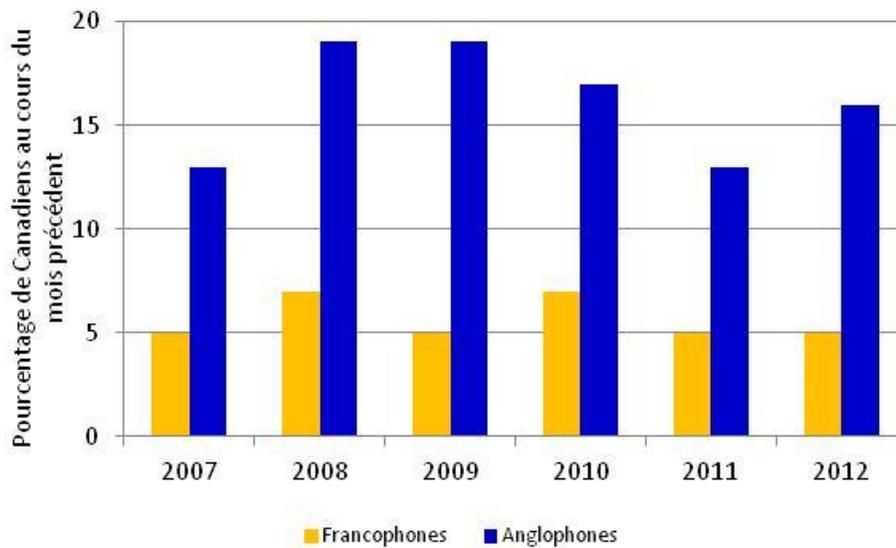


* Utilisation au cours du mois précédent

** Ne s'applique qu'aux répondants disposant d'une ligne terrestre

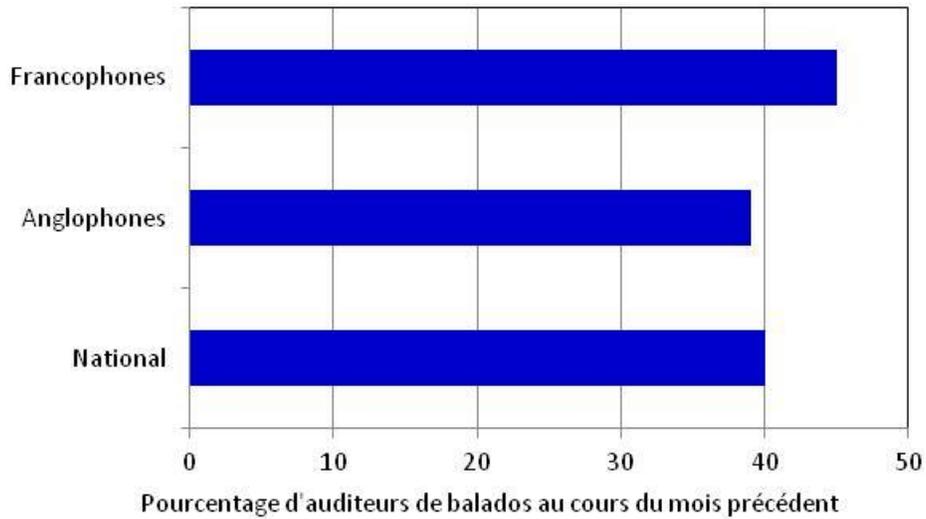
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.11 Utilisation de la baladodiffusion au Canada, par groupe linguistique



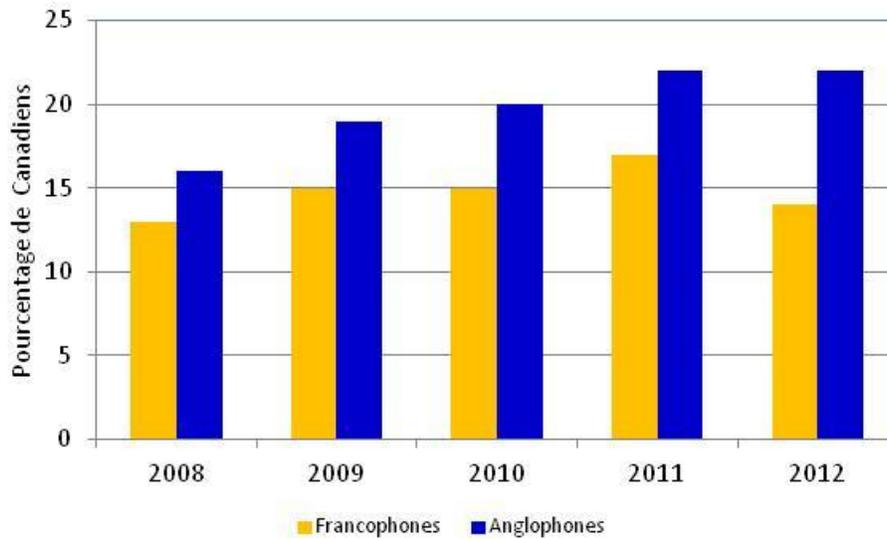
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.12 Usagers de baladodiffusion qui écoutent des balados AM/FM, par groupe linguistique



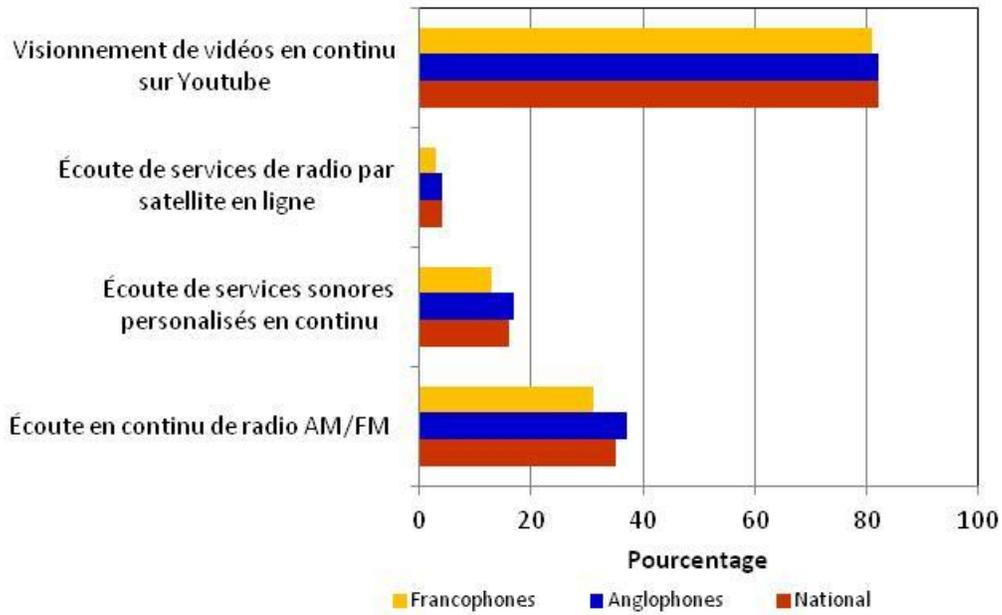
Source : MTM 2012 (Répondants : utilisateurs canadiens de 18 ans et + qui ont écouté des balados au cours du mois précédent)

Graphique 6.2.13 Pourcentage des Canadiens qui écoutent en continu la radio AM/FM, par groupe linguistique



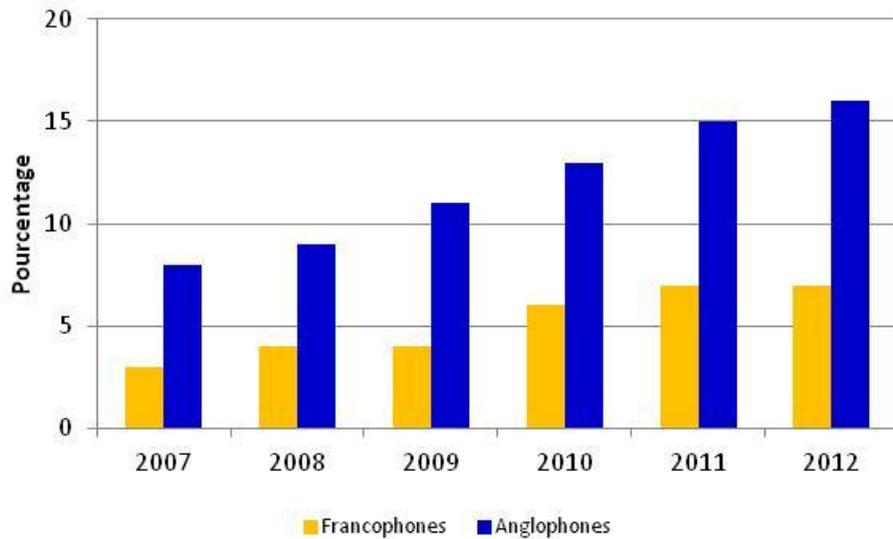
Source : MTM 2012 (Répondants : utilisateurs canadiens de 18 ans et + qui ont écouté des balados au cours du mois précédent)

Graphique 6.2.14 Accès par les consommateurs à des services sonores en continu populaires, par groupe linguistique



Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +, utilisateurs des services sonores en continu au cours du mois précédent)

Graphique 6.2.15 Abonnements à la radio par satellite, par groupe linguistique



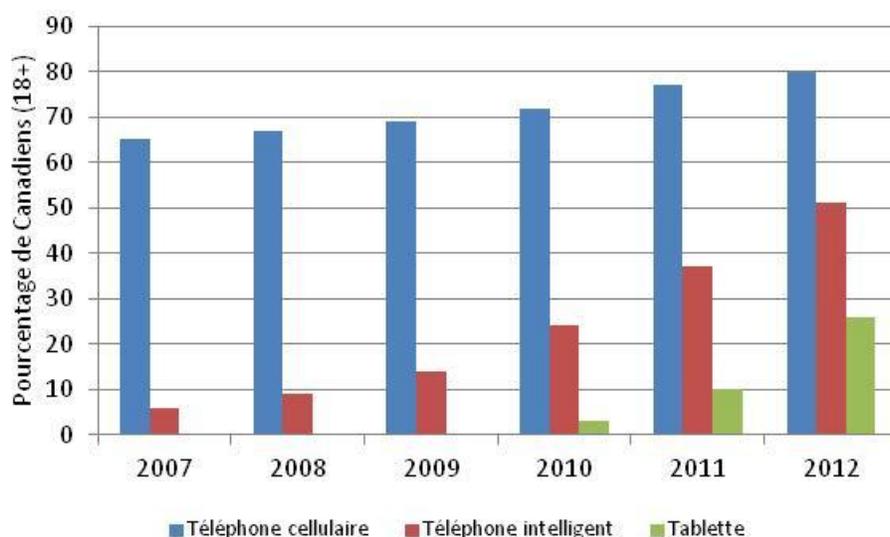
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 6.2.5 Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada (Pourcentage)

	Adoption					Croissance (%)				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Propriétaires de lecteur MP3										
Anglophones	39	44	43	49	52	15	13	-2	14	6
Francophones	30	31	36	39	39	25	3	16	8	0
Écoute de balados ¹										
Anglophones	19	19	17	13	16	46	0	-11	-24	23
Francophones	7	5	7	5	5	40	-29	40	-29	0
Radio AM/FM en continu ¹										
Anglophones	16	19	20	22	22	-11	19	5	10	10
Francophones	13	15	15	17	14	8	15	0	13	-18
Abonné à la radio par satellite										
Anglophones	9	11	13	15	16	13	22	18	15	7
Francophones	4	4	6	7	7	33	0	50	17	0

1. Utilisation au cours du mois précédent

Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

e) *Services mobiles*
Graphique 6.2.16 Pénétration des appareils mobiles


Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

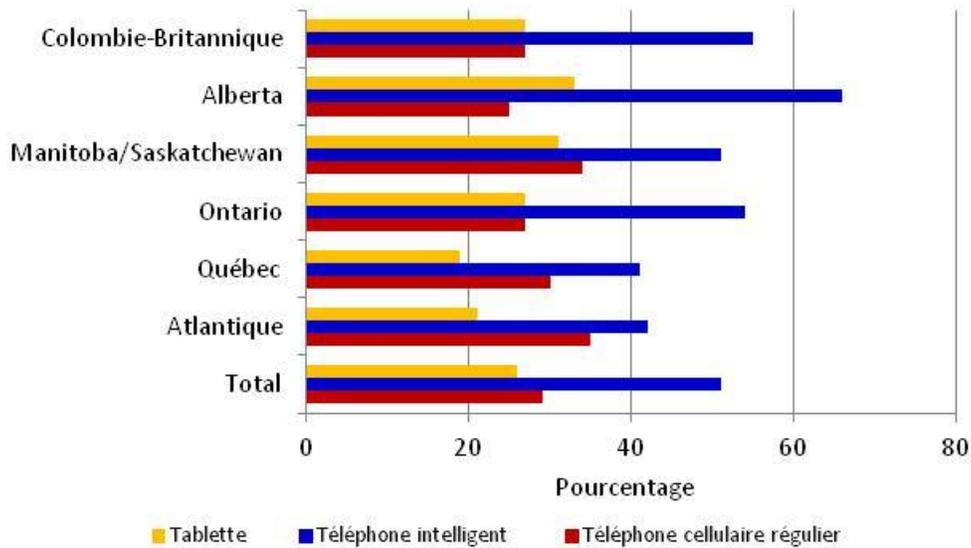
Tableau 6.2.6 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (Pourcentage)

	2008	2008	2009	2009	2010	2010	2011	2011	2012	2012
	Anglo-phones	Franco-phones								
Téléphones cellulaires ¹	70	56	72	59	74	63	80	67	83	71
Téléphones intelligents	10	6	16	8	27	14	41	26	55	39
Tablettes					4	2	11	6	28	17

1. Inclut les téléphones intelligents et téléphones cellulaires ordinaires

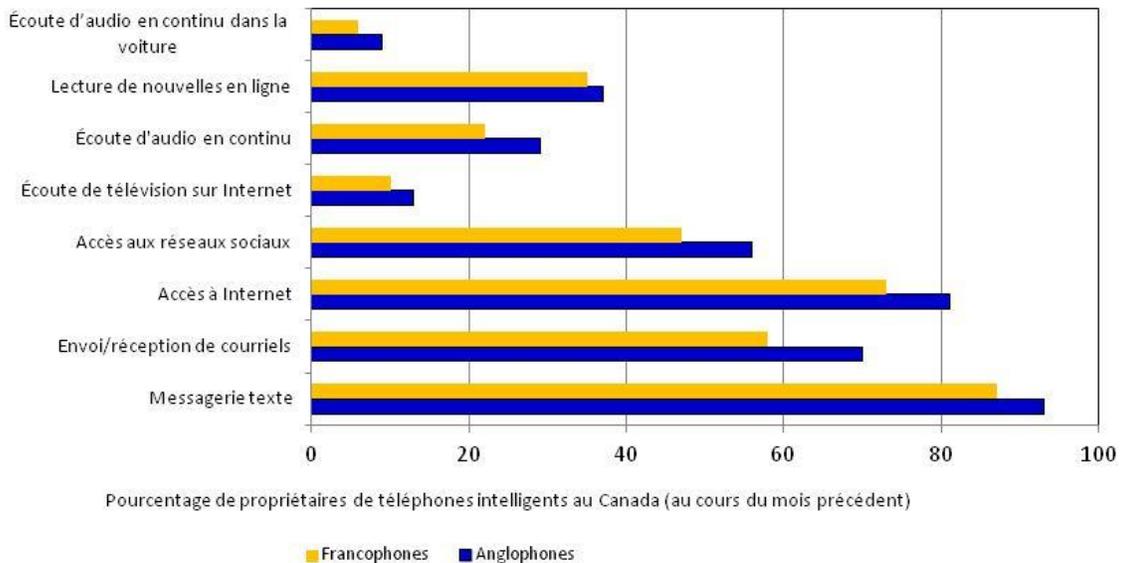
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.17 Pénétration des appareils mobiles par région



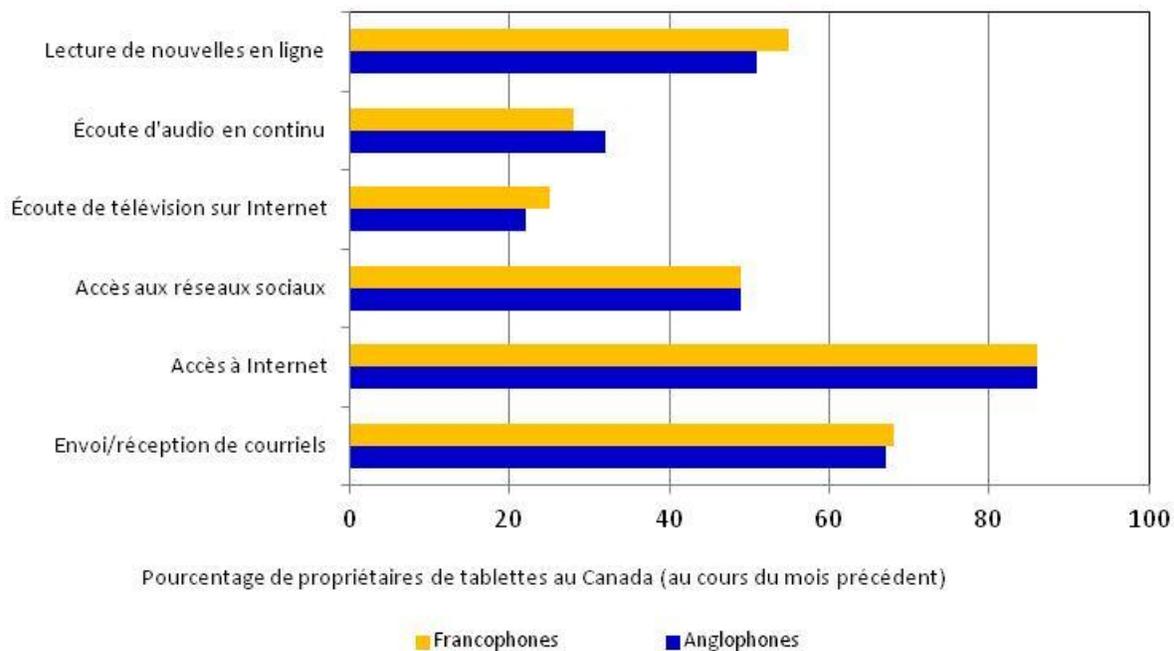
Source : MTM 2012 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 6.2.18 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada



Source : MTM 2012 (répondants canadiens propriétaires de téléphones intelligents de 18 ans et +)

Graphique 6.2.19 Activités populaires liées à l’Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada, par groupe linguistique



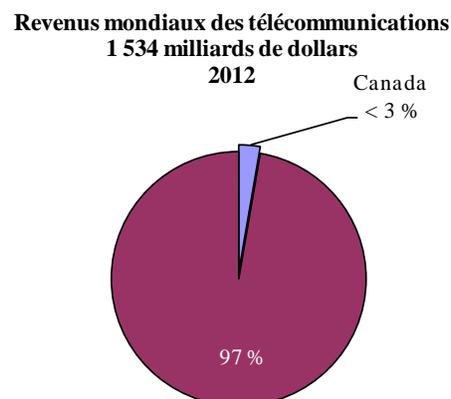
Source: MTM 2012 (Répondants canadiens propriétaires de tablettes de 18 ans et +)

7.0 Perspective internationale

7.1 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 dans un certain nombre de pays.

En 2012, 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 environ 10 % de ceux de l'Amérique du Nord.



a) *Tarification des services – Services individuels et forfaits*

Tout en continuant à offrir leurs services principaux traditionnels, les fournisseurs de services des industries de télécommunication et de radiodiffusion ont continué d'offrir divers services groupés. Les services groupés combinent quelques-uns ou l'ensemble des services suivants : services de téléphonie vocale fixe, services sans fil mobiles, accès Internet à large bande par technologie fixe ou mobile, et services de télévision et de vidéo. Le tableau 7.1.1 compare le prix au Canada et dans cinq autres pays.

Informations statistiques – Comparaison internationale

Tableau 7.1.1 Tarification internationale (prix moyen (\$)¹ par mois)

		Canada	États-Unis	Royaume-Uni	France	Australie	Japon
Service filaire	Niveau 1 (usage faible)	35	46	32	34	46	30
	Niveau 2 (usage moyen)	56	71	42	52	77	62
	Niveau 3 (usage élevé)	62	76	61	55	96	97
Service sans fil	Niveau 1 (utilisateur faible)	31	33	22	20	22	28
	Niveau 2 (utilisateur moyen)	45	76	39	44	35	44
	Niveau 3 (utilisateur élevé)	94	146	64	59	50	125
Large bande (technologie fixe)	Niveau 1 (≤ 3 Mbps, 5 Go/mois²)	39	52				46
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	1,6 Mbps	2,7 Mbps	s.o.	s.o.	s.o.	1,2 Mbps
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	0,4 Mbps	0,7 Mbps				0,5 Mbps
	Niveau 2 (4-15 Mbps, 20 Go/mois²)	51	81	33		58	53
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	10,2 Mbps	14,0 Mbps	11,0 Mbps	s.o.	8,0 Mbps	10,3 Mbps
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	2,3 Mbps	2,7 Mbps	0,4 Mbps		0,5 Mbps	1,3 Mbps
	Niveau 3 (16-40 Mbps, 50 Go/mois²)	65	99	43	49	57	62
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	24,8 Mbps	28,0 Mbps	36,0 Mbps	22,5 Mbps	25,0 Mbps	34,0 Mbps
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	4,7 Mbps	4,7 Mbps	6,3 Mbps	0,8 Mbps	1,0 Mbps	1,3 Mbps
	Niveau 4 (40+ Mbps, 75 Go/mois²)	83	123	53	55	73	65
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	70,6 Mbps	56,3 Mbps	84,0 Mbps	100,0 Mbps	100,0 Mbps	115,1 Mbps	
➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	11,3 Mbps	15,0 Mbps	14,5 Mbps	27,5 Mbps	2,0 Mbps	31,9 Mbps	
Internet mobile (technologie $\geq 3G$)	Niveau 1 (transmission de données 2 Go/mois³)	45	55	24	35	29	58
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	72,2 Mbps	10,5 Mbps	7,2 Mbps	28,2 Mbps	40,0 Mbps	34,5 Mbps
	Niveau 2 (transmission de données 5 Go/mois³)	65	60	62	45	35	58
	➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	72,2 Mbps	10,5 Mbps	7,2 Mbps	42,0 Mbps	40,0 Mbps	32,0 Mbps
Services groupés	Filaire-Sans fil-Large bande	139	185	111	96	146	150
	Filaire-Large bande-TV numérique	134	168	98	69	145	137
	Filaire-Sans fil-Large bande-TV numérique	177	224	141	101	178	183

1. Les dollars canadiens ont été convertis à partir de la monnaie ayant cours dans les différents pays et corrigés pour la parité de pouvoir d'achat des différents pays.

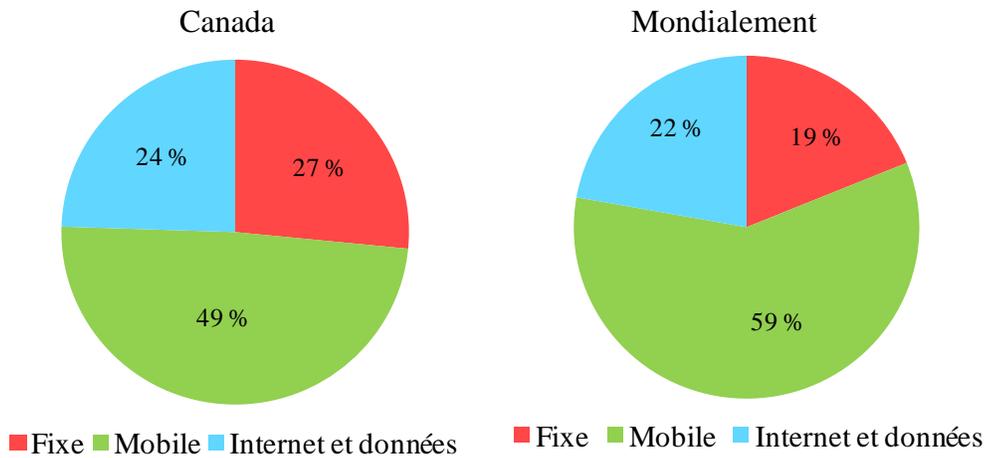
2. En ce qui concerne les limites d'utilisation des données, tous les fournisseurs de services Internet à large bande américains et japonais étudiés offrent des forfaits d'utilisation illimitée des données. Quant au Royaume-Uni et à la France, pour chacun de ces deux pays un fournisseur parmi ceux étudiés applique des limites d'utilisation des données. Les forfaits offerts en Australie sont surtout commercialisés sous l'angle de l'utilisation de données que sous celui de la vitesse du service; par conséquent, tous les forfaits offerts dans ce pays qui ont pu être examinés incluent des limites d'utilisation des données. Au Canada, environ la moitié des offres étudiées comprennent des limites d'utilisation des données; il est à noter que la plupart des limites imposées par les fournisseurs canadiens pour chaque niveau de service sont fixées à une valeur bien supérieure à l'utilisation moyenne des données prévue pour chacun des niveaux 1 à 4.

3. La plupart des forfaits pour l'accès à l'Internet mobile des six pays visés par l'étude avaient des limites d'utilisation mensuelle de données; le Japon est le seul pays offrant certains forfaits d'utilisation illimitée de données mobiles parmi les forfaits étudiés.

Source : [Étude comparative des prix](#) menée au cours du premier trimestre de 2013 par Wall Communications Inc.; voir le résumé des postulats et des méthodologies à l'annexe 4.

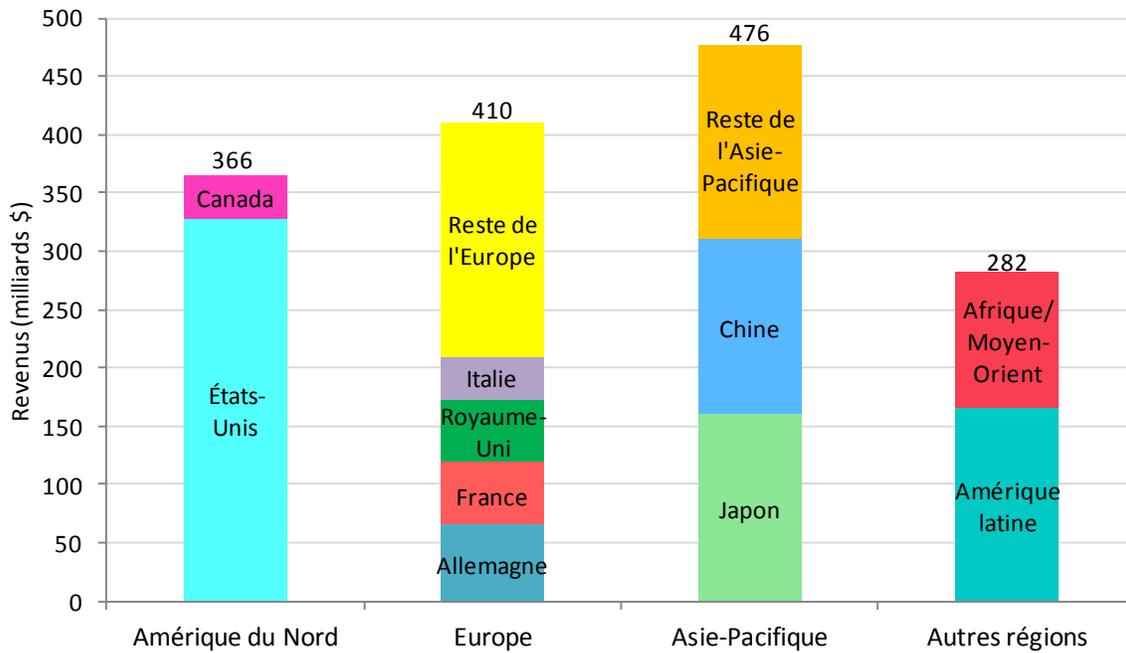
b) *Revenus des services de télécommunication*

Graphique 7.1.1 Revenus de télécommunication, par secteur de marché, 2012



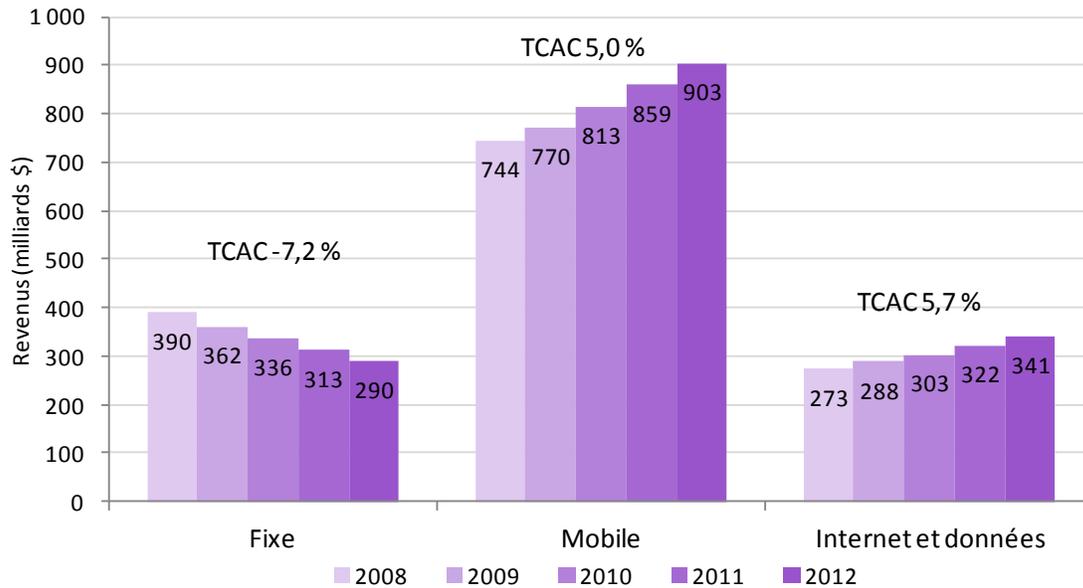
Source : IDATE

Graphique 7.1.2 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par région, 2012



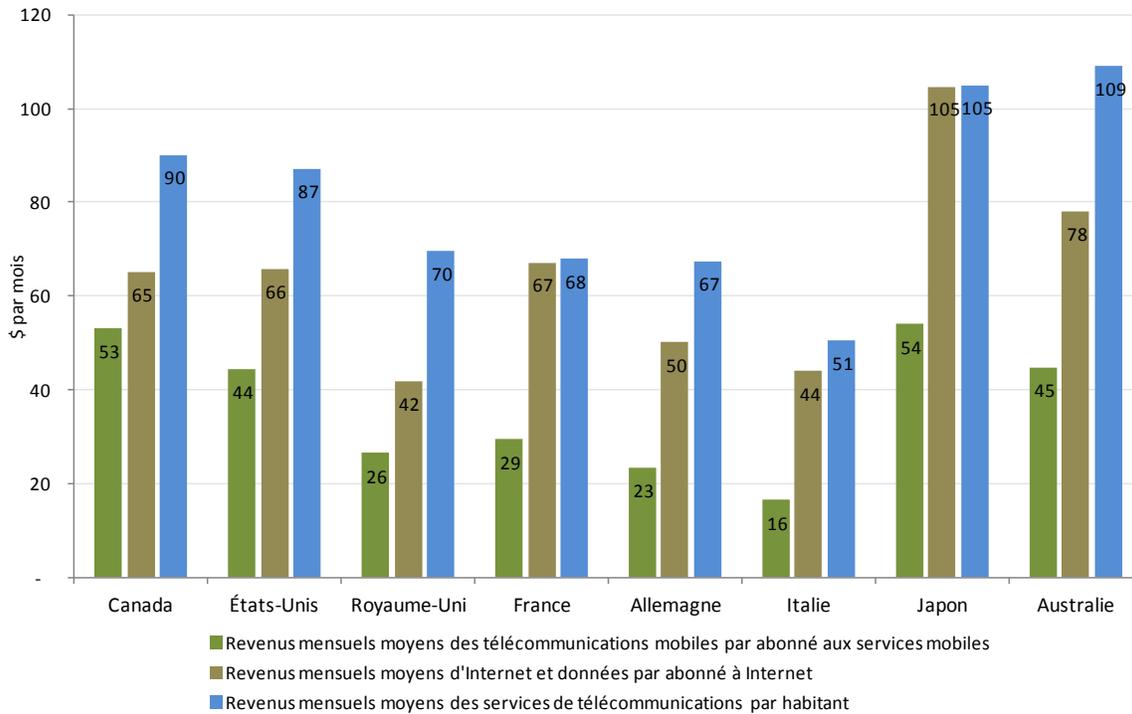
• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI de 2011.
Source : IDATE

Graphique 7.1.3 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché



• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI pour l'année 2011.
Source : IDATE

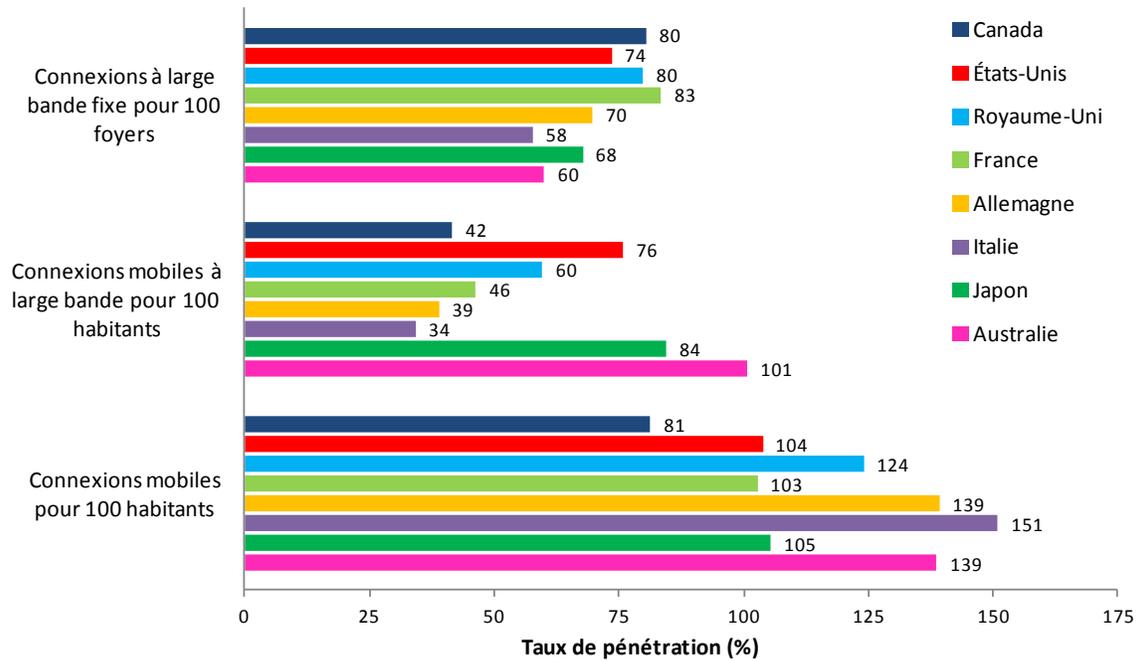
Graphique 7.1.4 Moyenne des revenus mensuels des services de télécommunication de détail, 2012



• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI pour l'année 2011.
Source : IDATE

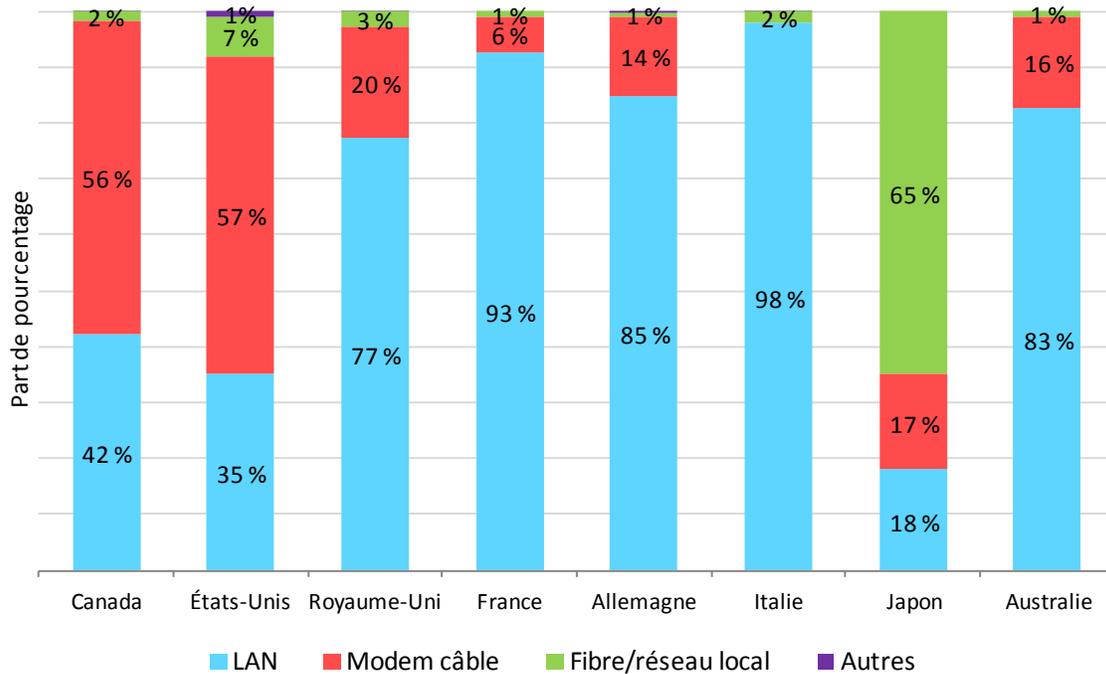
c) *Services à large bande*

Graphique 7.1.5 Pénétration des services à large bande et mobiles pour un certain nombre de pays, 2012



Sources : Données recueillies par le CRTC, Bank of America Merrill Lynch, IDATE, OCDE, UIT

Graphique 7.1.6 Abonnements à la large bande fixe, par type de connexion, pour un certain nombre de pays, 2012

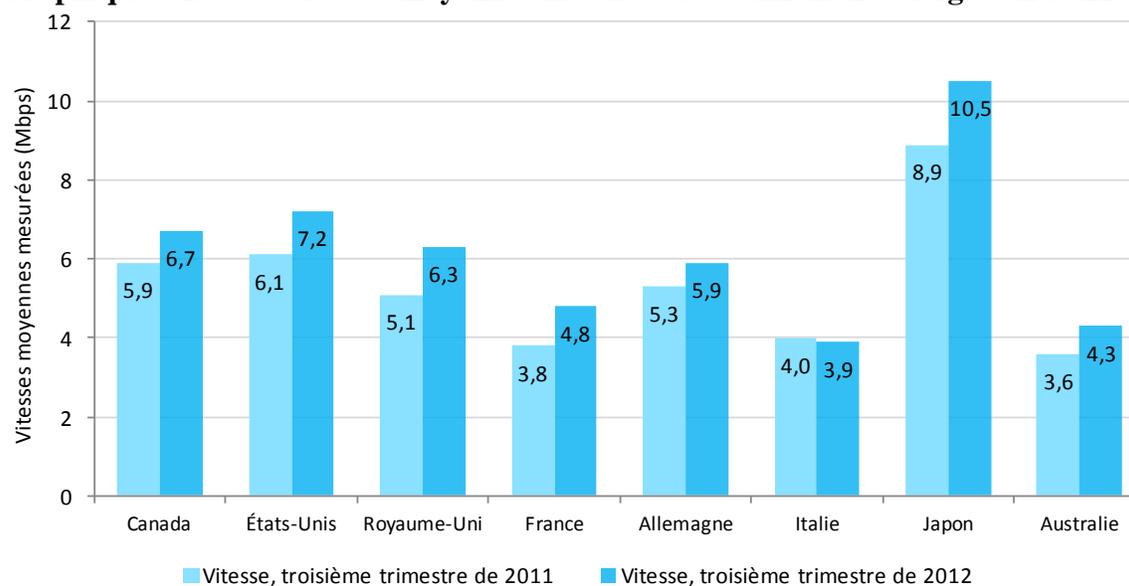


Source : OCDE

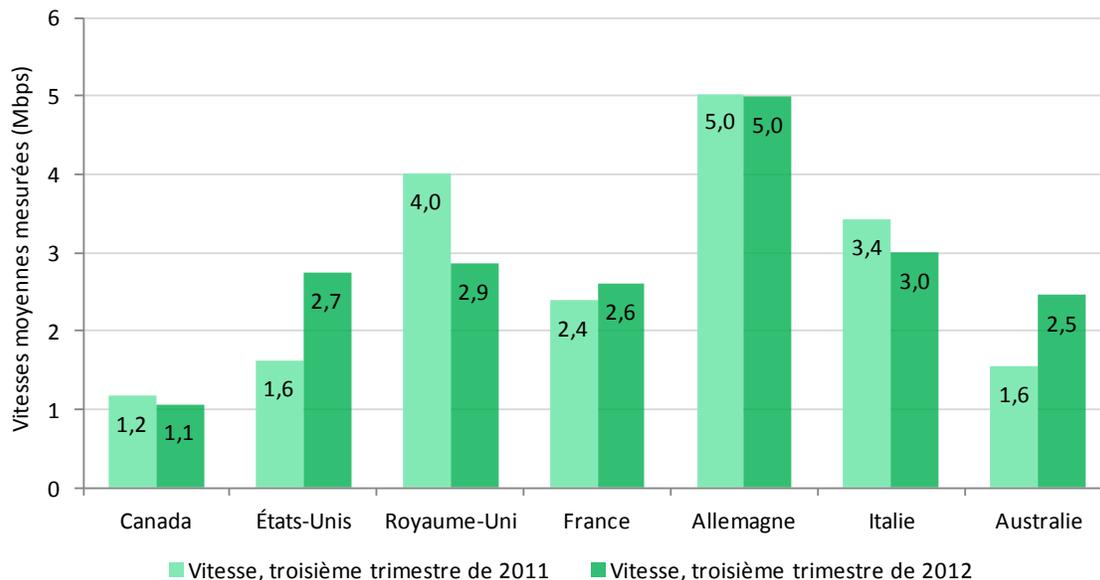
Tableau 7.1.2 Vitesses Internet moyennes annoncées (Mbps) dans les pays de l'OCDE, par type de connexion

		2009	2010	2011	2012	TCAC 2009–2012
LAN	Téléchargement	14,4	14,2	15,3	16,5	5 %
	Téléversement	3,9	2,5	2,3	2,1	-18 %
Modem câble	Téléchargement	25,5	29,7	42,0	44,1	20 %
	Téléversement	2,3	2,7	3,2	3,6	16 %
FTTH	Téléchargement	76,8	93,1	96,4	89,0	5 %
	Téléversement	51,7	60,0	52,7	37,6	-10 %

Source : OCDE

Graphique 7.1.7 Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande fixe


Source : Akamai

Graphique 7.1.8 Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande mobile

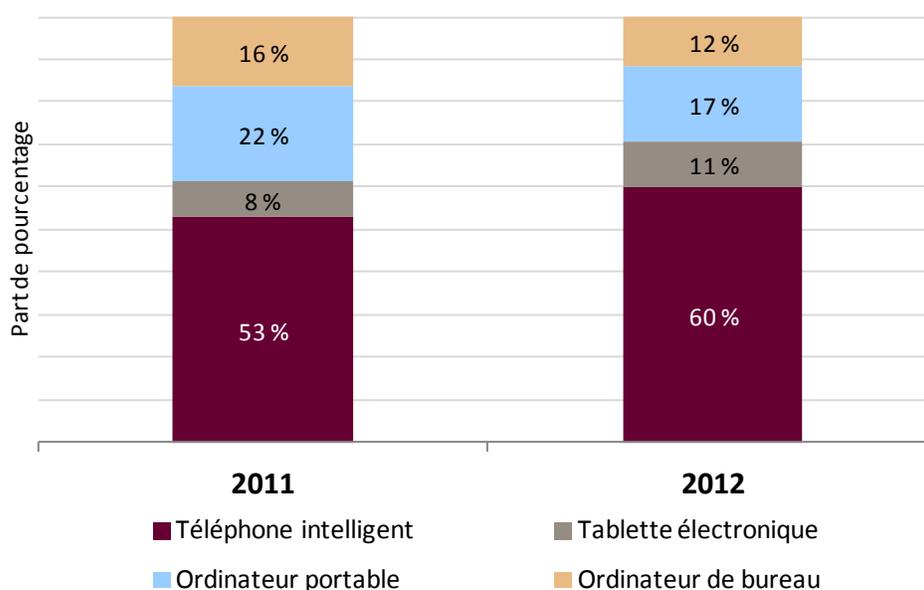
Note : Le réseau du fournisseur devait compter au moins 1 000 adresses IP uniques connectées à Akamai, au cours du troisième trimestre de 2012, pour être inclus dans la liste. Dans les pays où Akamai disposait de données concernant de multiples fournisseurs de réseaux, seuls les trois premiers fournisseurs sont indiqués, d'après le compte d'adresses IP uniques. Les fournisseurs de réseaux mobiles ne sont pas nommés et ne sont identifiés que par un numéro unique d'identification. Les données sont incluses seulement pour les réseaux où Akamai croit que le système autonome (SA) en entier est mobile — c'est-à-dire que, si le fournisseur de réseau mélange les flux de données de connexions fixes ou filaires (LAN, câble, etc.) avec les flux de données des connexions mobiles sous un même identificateur de réseau, le SA en question a été exclu de l'ensemble des données de source. La base de données EdgeScape d'Akamai a été utilisée pour les attributions géographiques.

Source : Akamai

Tableau 7.1.3 Appareils intelligents connectés à Internet – expéditions mondiales par catégorie

	2011	2012	Croissance, 2011-2012
Téléphone intelligent	485 millions	722 millions	48,9 %
Tablette électronique	75 millions	129 millions	72,0 %
Ordinateur portable	205 millions	209 millions	2,0 %
Ordinateur de bureau	151 millions	142 millions	-6,0 %
Total des appareils intelligents connectés à Internet	916 millions	1,2 milliards	

Source: IDC, février 2013

Graphique 7.1.9 Appareils intelligents connectés – part du marché mondial par catégorie

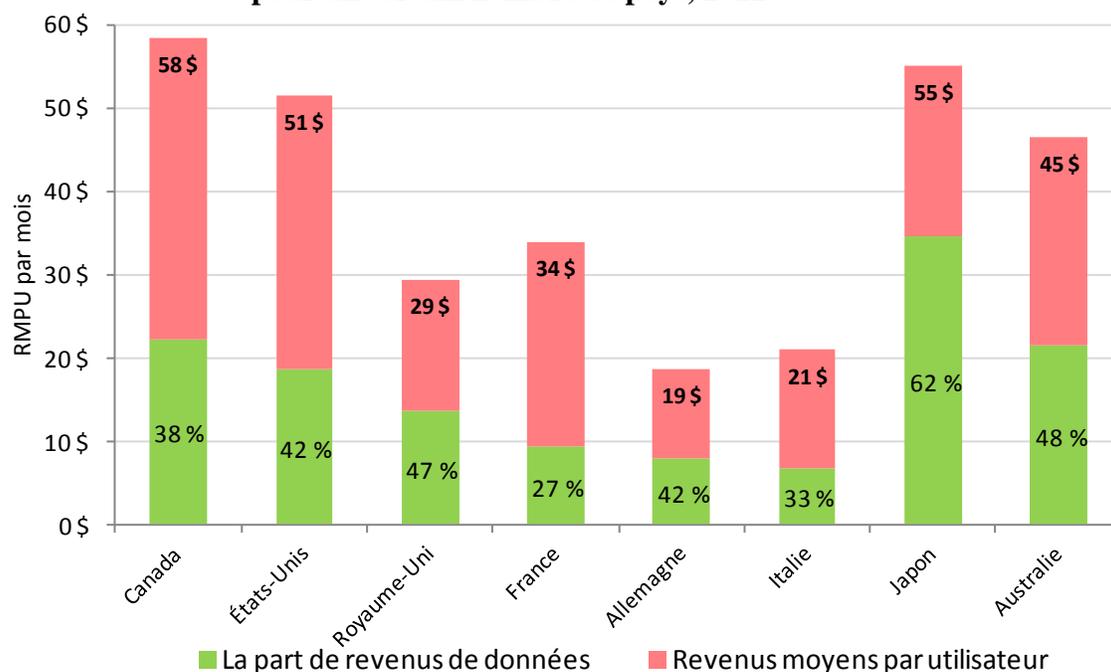
Source: IDC, février 2013

d) Services sans fil – Indicateurs de rendement**Tableau 7.1.4 Indicateurs de rendement de l'industrie du sans-fil pour un certain nombre de pays, 2012**

	Nombre d'abonnés aux services mobiles (millions)	Nombre de grands fournisseurs	Part du marché (en abonnés) des deux principaux fournisseurs	Revenus ¹ des services sans fil (voix et données) (milliards \$)	Croissance du RMPU (2011-2012)
Canada	27,9	3	63 %	18,63	0,6 %
États-Unis	325,6	4	63 %	181,15	1,5 %
Royaume-Uni	78,2	5	54 %	27,37	-5,1 %
France	67,7	4	71 %	26,97	-9,7 %
Allemagne	113,2	4	62 %	25,69	0,0 %
Italie	92,5	4	67 %	23,27	-8,2 %
Japon	134,3	3	73 %	82,82	-5,4 %
Australie	30,5	3	78 %	16,77	-7,6 %

1. 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 2012.

Sources : Données recueillies par le CRTC, Bank of America Merrill Lynch

Graphique 7.1.10 RMPU du sans-fil – revenus mensuels avec partage de données pour un certain nombre de pays, 2012


• 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 2012.

Source : Bank of America Merrill Lynch

e) *Industrie de la radio – Indicateurs de rendement*

Tableau 7.1.5 Indicateurs de rendement de l'industrie de la radio pour un certain nombre de pays, 2012

	Total des revenus ¹ de l'industrie de la radio (milliards \$ ²)	Revenus de l'industrie de la radio par habitant (\$ par année)	Changements annuels dans les revenus de l'industrie de la radio (%)	Changements dans les revenus de l'industrie de la radio, 2008-2012 (%)
Canada	1,92	56	3,1	2,0
États-Unis	19,08	61	3,6	-2,2
Royaume-Uni	1,55	25	2,9	-0,3
France	1,65	25	-0,5	-0,2
Allemagne	4,48	55	-0,4	0,0
Italie	0,64	10	-8,2	-3,8
Japon	1,55	12	-1,4	-5,4
Australie	1,10	50	0,5	0,5

1. Les revenus comprennent les revenus tirés de la publicité, du financement public et des abonnements.

2. Les dollars canadiens ont été convertis à partir des données fournies en dollars américains, en utilisant les taux de change moyens de la Banque du Canada pour l'année 2012.

Source : PwC

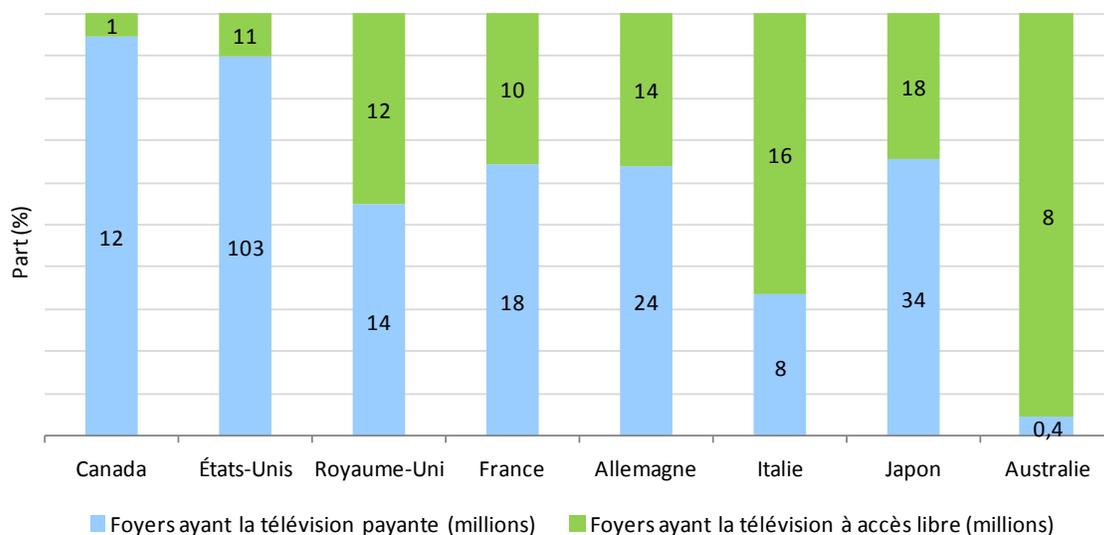
f) *Industrie de la télévision – Indicateurs de rendement*
Tableau 7.1.6 Indicateurs de rendement de l'industrie de la télévision pour un certain nombre de pays, 2012

	Total des revenus ¹ de l'industrie de la télévision (milliards \$ ²)	Revenus totaux de la télévision par foyer ayant la télévision (\$ par année)	Revenus de publicité par foyer ayant la télévision (\$ par année)	Revenus de la télévision payante par foyer ayant la télévision payante (\$ par année)
Canada	7,04	552	269	217
États-Unis	166,27	1 454	543	1 008
Royaume-Uni	18,63	725	218	613
France	15,12	543	155	421
Allemagne	17,67	466	143	249
Italie	10,35	426	199	411
Japon	51,73	1 006	455	577
Australie	6,39	774	497	2 531

1. Les revenus comprennent les revenus tirés de la publicité, du financement public et de la télévision payante.

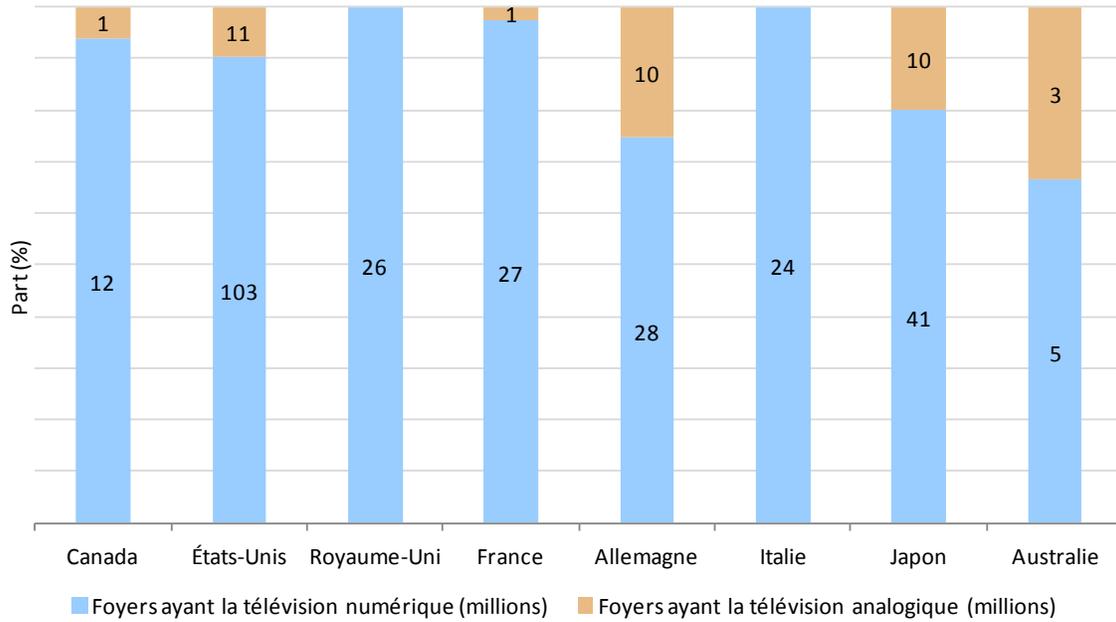
2. Les dollars canadiens ont été convertis à partir des données fournies en dollars américains, en utilisant les taux de change moyens de la Banque du Canada pour l'année 2012.

Source : IDATE

Graphique 7.1.11 Pourcentage des foyers ayant la télévision payante et des foyers ayant la télévision à accès libre pour un certain nombre de pays, 2012


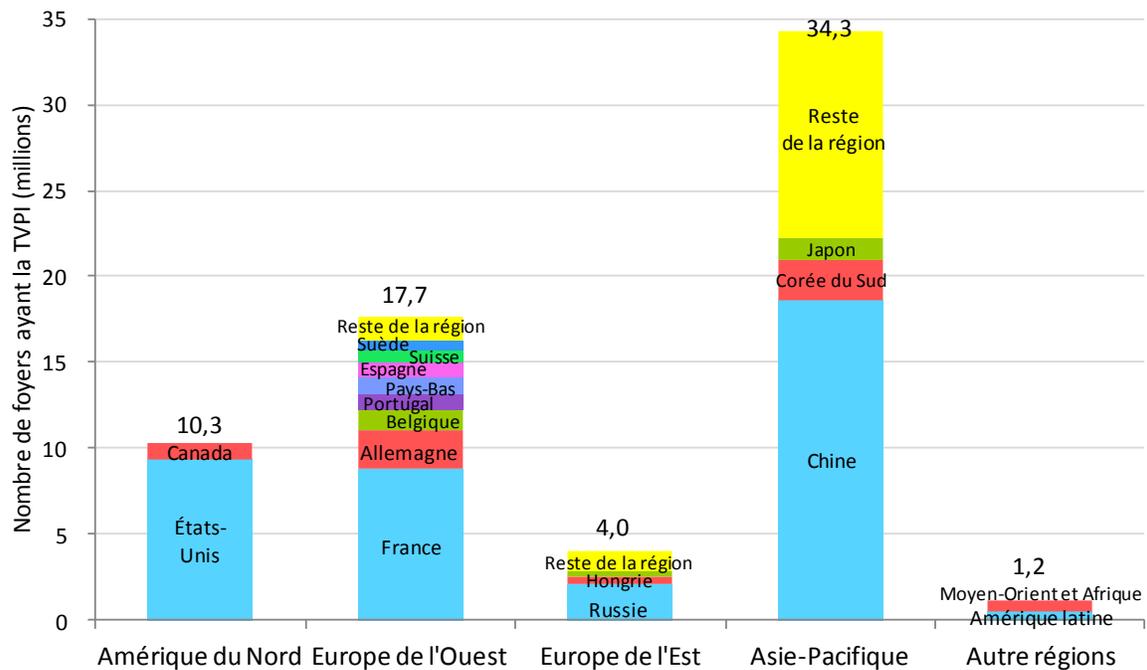
Source : IDATE

Graphique 7.1.12 Pourcentage des foyers ayant la télévision numérique et des foyers ayant la télévision analogique pour un certain nombre de pays, 2012



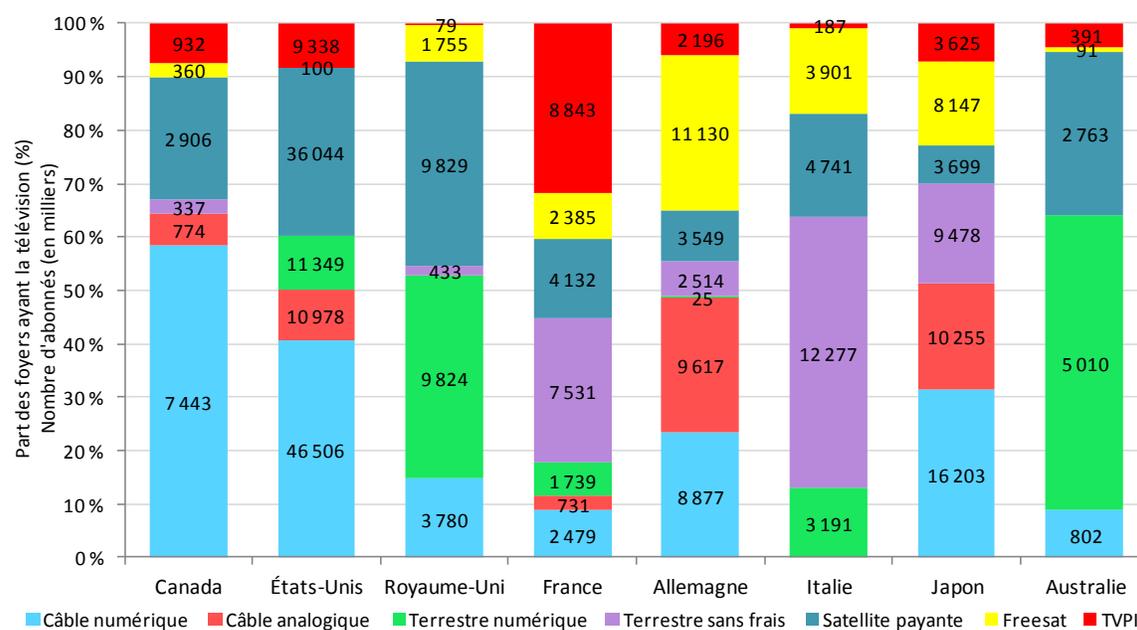
Source : IDATE

Graphique 7.1.13 Nombre de foyers ayant la TVPI à l'échelle mondiale, par région, 2012



Source : IDATE

Graphique 7.1.14 Pourcentage et nombre de foyers ayant la télévision, par plateforme de transmission, pour un certain nombre de pays, 2012



Source : IDATE

Collecte et analyse des données

Collecte de données

La collecte de données est effectuée conjointement par Statistique Canada et le CRTC en vertu de la *Loi sur la statistique*, de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*. Ces données permettent à Statistique Canada de préparer des comptes-rendus nationaux. Ces données permettent au CRTC de surveiller le rendement des industries de la radiodiffusion et des télécommunications, leur respect de la réglementation ainsi que l'efficacité de ses cadres réglementaires. Les données sont utilisées dans l'élaboration de politiques et encouragent les Canadiens à participer au processus. La publication de données annuelles permet de repérer des tendances qui peuvent mieux outiller les Canadiens lors des instances publiques du CRTC et permettent l'élaboration de politiques. Les données des secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications sont présentées de façon distincte car ces secteurs diffèrent quant à leurs années financières.

Radiodiffusion

Les résultats de la collecte de données permettent de mesurer le rendement financier des radiodiffuseurs et leur contribution à l'économie canadienne et de maintenir et mettre à jour les données du CRTC sur les droits de licence de radiodiffusion. Le processus de collecte de données englobe tous les fournisseurs de services de radiodiffusion autorisés par le CRTC à exploiter des services privés, publics ou non commerciaux de radio, de télévision et de distribution de radiodiffusion, ainsi que des services payants, de télévision à la carte, de vidéo sur demande ou spécialisés. 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 de données servent à préparer les relevés statistiques et financiers annuels sur les revenus et les dépenses, tels que des renseignements sur les dépenses au titre de la programmation canadienne et internationale. Ces relevés sont publiés sur le site web du CRTC à <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm>.

La réglementation de radiodiffusion exige que les fournisseurs de services de radiodiffusion remplissent un sondage annuel. À l'exception de quelques petits fournisseurs de services de radio, les fournisseurs de services de radiodiffusion se procurent et déposent ces formulaires par voie électronique en se servant du SCD sécurisé en ligne du CRTC. À la mi-octobre de chaque année, les formulaires sont envoyés par la poste aux petits fournisseurs de services de radio qui n'ont pas accès au SCD. Le sondage vise la période de douze mois se terminant le 31 août de l'année en question. Tous les fournisseurs de services de radiodiffusion ont jusqu'au 30 novembre pour remplir et déposer leurs formulaires de sondage annuels respectifs.

Dans le cadre du processus des rapports annuels, les radiodiffuseurs de radio

commerciale doivent fournir des renseignements sur leurs contributions au DCC. Les EDR doivent déposer des renseignements sur leurs contributions 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 et les exigences réglementaires liées aux contributions au DCC, et à ce que les titulaires de distribution de radiodiffusion respectent leurs obligations à l'égard de la création et de la production de programmation canadienne, y compris envers le FCT, le FAPL, 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, (iv) les revenus totaux annuels provenant de la fourniture de services de télécommunication au Canada et (v) l'industrie des services de télécommunication. Les données relatives aux revenus annuels sont utilisées pour évaluer l'admissibilité des entreprises canadiennes à exploiter des entreprises de télécommunications en vertu de l'article 16 de la *Loi sur les télécommunications*.

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. Le CRTC se sert des renseignements contenus dans les formulaires pour mettre à jour certains renseignements de base qui sont propres à un FST et déterminer les formulaires supplémentaires, le cas échéant, qui doivent lui 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 supplémentaires 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

Où peut-on obtenir plus de détail sur le processus de collecte de données du CRTC?

On peut trouver de plus amples renseignements dans la circulaire *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.

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 en se basant sur les données financières des rapports annuels déposés par 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, inclus dans le rapport annuel, correspond aux données présentées dans les états financiers requis des titulaires de licence, conformément à la circulaire n° 404;
- concilier les dépenses réelles au titre des émissions canadiennes des titulaires de licence de radiodiffusion avec les dépenses exigées par leurs conditions de licence;
- concilier les contributions effectivement versées au titre du DCC par les titulaires de licence de radiodiffusion avec les contributions exigées par leurs conditions de licence;
- procéder ensuite à une analyse par pourcentage ou ratio des tendances des grandes catégories de revenus et de dépenses présentées dans les formulaires annuels 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; la distribution de radiodiffusion; les services de télévision payante, de télévision spécialisée, de TVC et de VSD). Ces données servent aussi à la préparation du présent rapport.

Des modifications pourraient être apportées à la suite de la publication des sommaires financiers et statistiques, ainsi que du présent rapport. Ces modifications sont généralement effectuées en raison de la réception tardive des données, de révisions apportées par les titulaires de licence de radiodiffusion 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 du processus de collecte de données.

Télécommunications

Le CRTC analyse les déclarations des FST afin de s'assurer que les données fournies sont exactes et complètes. À cette étape, le CRTC 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, le CRTC compare les données fournies aux informations financières vérifiées et toute différence d'importance fait l'objet d'une enquête. Le CRTC compare les résultats d'une année à l'autre à la recherche de tout changement important ou inexplicé. Là encore, le cas échéant, on demande des informations additionnelles au FST. Finalement, le CRTC analyse la validité des données 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 entreprises visées, les définitions utilisées et le niveau de détail exigé sont parfois différents. La source des données est indiquée sous chaque tableau et graphique.

Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication

Aux fins de la réglementation, les fournisseurs de services de télécommunication (FST) exerçant leurs activités au Canada sont classés en deux grandes catégories, soit les FST titulaires et les autres FST, tel qu'il est décrit ci-après. La catégorie dont relève un FST donné peut varier d'une année à l'autre, en raison des fusions au sein de l'industrie. La classification des entités affiliées aux FST qui offrent des services de télécommunication est basée sur leur relation d'affiliation aux FST. Par exemple, si un FST sans fil est affilié à un FST, le FST sans fil obtient la même classification que le FST auquel il est affilié. Les affiliés d'entités autres que des FST sont classés d'après la structure établie ci-dessous.

- 1) **Les FST titulaires** sont les entreprises qui fournissaient des services de télécommunication sur une base monopolistique avant l'introduction de la concurrence. Dans le présent rapport, les activités que ces entreprises ont menées en dehors de leurs territoires d'exploitation traditionnels sont intégrées à celles du groupe des autres FST. Les FST titulaires se subdivisent en grands et petits FST.
 - a) *Les grands FST titulaires* desservent des régions relativement vastes, comprenant en général tant des populations rurales qu'urbaines, et fournissent des services de communication vocale filaire, Internet, de transmission de données, de liaisons spécialisées, sans fil et autres services. Les grands FST titulaires sont Bell Aliant, Bell Canada, MTS Inc., Norouestel, SaskTel, la STC et Télébec.
 - b) *Les petits FST titulaires* desservent des superficies relativement petites (surtout des municipalités situées habituellement dans des régions peu peuplées) en Ontario et au Québec, et, dans un cas, en Colombie-Britannique. En raison de la taille restreinte des régions desservies, ces entreprises n'offrent pas en général des services téléphoniques interurbains à l'aide d'installations. Toutefois, elles offrent une panoplie de services téléphoniques filaires, Internet, de transmission de données, de liaisons spécialisées et sans fil. Lansdowne Rural Telephone Company Ltd. (en Ontario) et Sogetel inc. (au Québec) sont des exemples de petits FST titulaires.
- 2) **Les autres FST** sont : i) les FST qui ne correspondent pas à la définition des FST titulaires énoncée au point 1) ci-dessus; ou ii) les FST titulaires exerçant des activités hors territoire, comme Bell Canada en Alberta et en Colombie-Britannique. Les autres FST se subdivisent en FST dotés d'installations et en FST non dotés d'installations.
 - a) *Les autres FST dotés d'installations* possèdent et exploitent des réseaux de télécommunication. Ce groupe se subdivise en FST titulaires dotés d'installations (hors territoire) et les FST non titulaires dotés d'installations.

Les FST non titulaires dotés d'installations se subdivisent à leur tour en EDR par câble, en compagnies de télécommunication de services publics, et autres entreprises.

- *Les EDR par câble* sont les anciennes entreprises de câblodistribution monopolistiques qui fournissent également des services de télécommunication (par exemple, des services de communication vocale filaire, Internet, de transmission de données, de liaisons spécialisées et sans fil). Ces FST comprennent des entreprises telles que Bragg, Cogeco, Rogers, Shaw et Vidéotron.
 - *Les compagnies de télécommunication de services publics* sont les FST dont l'entrée dans le marché des services de télécommunication ou l'entrée de leur groupe d'entreprises a suivi les activités d'une société membre du groupe dans le secteur des services publics comme l'électricité, le gaz ou autres.
 - *Les autres entreprises* possèdent leurs propres installations de transmission (par exemple, des installations de transmission interurbaines, urbaines ou locales). Ces FST comprennent des entreprises telles que Xplornet.
- b) *Les autres FST non dotés d'installations* ne possèdent ni n'exploitent un réseau de télécommunication. Ces fournisseurs sont généralement appelés des revendeurs, car ils achètent normalement les services de télécommunication d'autres FST pour les revendre ou pour créer leur propre réseau qui leur permettra de desservir leurs clients. Distributel, Primus, Yak et les FST indépendants en sont des exemples.

**Situation de l'abstention locale - Circonscriptions de résidence et d'affaires
(en date du 31 décembre 2012)**

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	18	18	95	95
Victoria	4	3	3	75	75
Autres circonscriptions	259	81	67	31	26
Total provincial	282	102	88	36	31
Alberta					
Calgary	8	5	3	63	38
Edmonton	27	15	11	56	41
Autres circonscriptions	303	53	40	17	13
Total provincial	338	73	54	22	16
Saskatchewan					
Saskatoon	10	1	1	10	10
Regina	5	1	0	20	0
Autres circonscriptions	214	8	3	4	1
Total provincial	229	10	4	4	2
Manitoba					
Winnipeg	14	1	1	7	7
Autres circonscriptions	230	9	2	4	1
Total provincial	244	10	3	4	1
Ontario					
Toronto	50	47	20	94	40
Ottawa-Gatineau	28	19	3	68	11
Hamilton	12	10	5	83	42
London	16	12	1	75	6
Kitchener	8	8	2	100	25
St. Catharines-Niagara	13	7	2	54	15
Windsor	11	4	2	36	18
Oshawa	8	7	2	88	25
Autres circonscriptions	531	112	30	21	6
Total provincial	677	226	67	33	10
Québec					
Montréal	40	40	11	100	28
Québec	17	12	4	71	24
Autres circonscriptions	518	134	51	26	10
Total provincial	575	186	66	32	11
Nouveau-Brunswick					
Fredericton	2	2	1	100	50
Autres circonscriptions	86	27	43	31	50
Total provincial	88	29	44	33	50
Nouvelle-Écosse					
Halifax	16	7	8	44	50
Autres circonscriptions	131	46	54	35	41
Total provincial	147	53	62	36	42
Île-du-Prince-Édouard					
Charlottetown	4	1	1	25	25
Autres circonscriptions	22	10	11	45	50
Total provincial	26	11	12	42	46
Terre-Neuve-et-Labrador					
St. John's	6	3	5	50	83
Autres circonscriptions	206	13	30	6	15
Total provincial	212	16	35	8	17
Toutes les provinces	2,818	716	435	25	15

Source : Données recueillies par le CRTC

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 visés par l'étude (Partie 1 de 2)

Ville	Ensembles de services	Fournisseurs de services
Canada		
Halifax (N.-É.)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	Bell Aliant, EastLink Bell, STC, Rogers Bell Aliant, EastLink Bell, STC, Rogers Bell Aliant, EastLink
Montréal (Qc)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	Bell, Vidéotron, Primus Bell, STC, Rogers, Primus, Vidéotron, Public Mobile Bell, Vidéotron, Primus Bell, STC, Rogers, Vidéotron Bell, Vidéotron, Primus (excluant la télé numérique)
Toronto (Ont.)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	Bell, Rogers, Primus Bell, STC, Rogers, Primus, WIND, Mobilicity, Public Mobile Bell, Rogers, Primus Bell, STC, Rogers, WIND, Mobilicity Bell, Rogers, Primus (le cas échéant)
Regina (Sask.)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	SaskTel, Access Communications SaskTel, STC, Rogers SaskTel, Access Communications SaskTel, STC, Rogers SaskTel, Access Communications
Vancouver (C.-B.)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	STC, Shaw, Primus Bell, STC, Rogers, Primus, WIND, Mobilicity STC, Shaw, Primus Bell, STC, Rogers, Primus, WIND, Mobilicity STC, Shaw, Primus (le cas échéant)
États-Unis		
Boston (MA)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	Verizon, Comcast AT&T, Verizon, Sprint Verizon, Comcast AT&T, Verizon, Sprint Verizon, Comcast
Kansas City (MO)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	AT&T, Time Warner AT&T, Verizon, Sprint AT&T, Time Warner AT&T, Verizon, Sprint AT&T, Time Warner
Seattle (WA)	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	Qwest, Comcast AT&T, Verizon, Sprint Qwest, Comcast AT&T, Verizon, Sprint Qwest/Verizon, Comcast

Tableau A.4.1 Fournisseurs de services visés par l'étude (Partie 2 de 2)

Ville	Ensembles de services	Fournisseurs de services
Royaume-Uni Londres	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	BT, Virgin, Talk Talk Orange, Virgin, Vodafone BT, Virgin, Orange, AOL Broadband Orange, Virgin, Vodafone Virgin, BT (Orange pour le sans-fil)
Australie Sydney	Tous les ensembles de services	Telstra, Optus
France Paris	Tous les ensembles de services	Orange (France Telecom), SFR (Neuf Cegetel), Numericable
Japon Tokyo	Filaire Sans fil Internet à large bande Internet mobile Services groupés	NTT, J:Com NTT DoCoMo, J:Com (Willcom/Softbank), KDDI, eMobile NTT, J:Com, KDDI, Yahoo! BB NTT DoCoMo, J:Com (Willcom/Softbank), KDDI, eMobile NTT, J:Com (Willcom/Softbank)

Tableau A.4.2 Paniers de services filaires

Hypothèses de tarification	Minutes d'utilisation par mois		
	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3
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
Appels au Canada	16	70	150
Appels aux États-Unis	6	30	80
Autres (appels internationaux)	-	10	34
Total	22	110	264
Appels à services mobiles	15 % du total	15 % du total	15 % du total
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			
Messagerie vocale	-	Oui	Oui
Identification de l'appelant	-	Oui	Oui
Autre	-	-	Oui (en forfait, quand il existe)

- La tarification des services filaires prend la forme au Canada et aux États-Unis d'un tarif unique couvrant tous les appels locaux; au Royaume-Uni et en France, il s'agit d'un tarif chronométré à la minute; en Australie, le tarif pour les services filaires locaux se fait par appel, mais non chronométré.

Les tarifs visés par l'étude ont été recueillis auprès des trois ou quatre principaux fournisseurs de chaque pays, tel qu'il est illustré dans le tableau A.4.1, puis ils ont été pondérés en fonction de la part de marché de chacun. Les taxes de vente gouvernementales, telles que la TPS ou TVA sont exclues, tout comme les frais d'installation non récurrents. Toutefois, les frais propres à l'industrie (par exemple pour le 9-1-1, le service universel et les tarifs réglementaires aux États-Unis, et les droits de licence de télévision au Royaume-Uni) ont été inclus. Les tarifs ont été convertis en dollars canadiens à l'aide des taux de change moyens en vigueur en janvier 2013 et ont été ajustés pour tenir compte de la parité des pouvoirs d'achat selon les données de l'OCDE de janvier 2013 sur les niveaux de prix comparés.

Les tarifs au Canada ont été comparés à ceux des États-Unis, du Royaume-Uni, de la France, de l'Australie et du Japon pour ce qui est du service filaire et du sans-fil mobile à trois niveaux différents correspondant aux habitudes typiques d'utilisation faible, moyenne ou élevée des Canadiens (ensembles de services de niveau 1, 2 ou 3). Pour les services Internet à large bande, un ensemble de services de niveau 4 a été ajouté en 2011 pour l'offre de services à large bande de vitesse supérieure (voir le tableau A.4.5). On a aussi comparé les tarifs du service Internet mobile utilisant la technologie du sans-fil 3G ou plus des pays mentionnés ci-haut, basés sur une utilisation mensuelle de 2 Go de données de niveau 1. En 2012, l'utilisation de données de niveau 2 de 5 Go par mois a été ajoutée à la catégorie de l'Internet mobile. De plus, on a comparé les tarifs de trois des quatre services groupés : groupe 1 (filaire, sans-fil mobile et Internet à large bande); groupe 2 (filaire, Internet à large bande et télévision numérique de base); groupe 3 (filaire, sans-fil mobile, Internet à large bande et télévision numérique de base). L'utilisation de l'ensemble des services de niveau 2 a servi de référence dans chacun de ces groupes.

Tableau A.4.3 Paniers de services sans fil

Hypothèses de tarification	Minutes d'utilisation 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 États-Unis	-	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	-	300	300
Service de transmission de données	-	-	1 Go

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

Tableau A.4.4 Ensembles de services Internet mobile

Éléments	Niveau 1	Niveau 2
Vitesse de téléchargement	≥ 1,5 Mbps	≥ 1,5 Mbps
Utilisation présumée de données/mois	2 Go	5 Go
Modem USB	Aucun coût avec un contrat ou location/amortissement sur 24 mois	

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

Éléments	Niveau 1	Niveau 2	Niveau 3	Niveau 4
Vitesse de téléchargement	Services de base ≤ 3 Mbps	4 - 15 Mbps (la plus grande disponible)	16 - 40 Mbps (la plus grande disponible)	40+ Mbps (la plus grande disponible)
Utilisation moyenne de données/mois	5 Go	20 Go	50 Go	75 Go
Modem	Aucun coût avec un contrat ou location/amortissement sur 24 mois			

Tableau A.4.6 Ensembles de services groupés

Éléments	Groupe 1 3 services intégrés	Groupe 2 3 services intégrés	Groupe 3 4 services 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 numérique de base	forfait numérique de base

Description du secteur du marché des télécommunications

A) Communication vocale filaire

Les services de télécommunication vocale filaire peuvent être divisés en deux grands segments de marché : i) les services locaux et d'accès et ii) les services interurbains.

i) Services locaux et d'accès

Le segment des services locaux et d'accès comprend les services filaires relatifs à l'accès et à la connectivité au réseau téléphonique public commuté (RTPC), y compris les services utilisés à la fois par les clients de détail et de gros.

Le service téléphonique filaire local permet au client d'effectuer un nombre illimité d'appels à l'intérieur d'une zone locale moyennant un tarif mensuel de base. Ce service est soit dépendant de l'accès, soit indépendant de l'accès. Le service téléphonique dépendant de l'accès comprend un accès filaire géré depuis le FST au client, un raccordement au RTPC et un numéro de téléphone. Le service téléphonique indépendant de l'accès ne comprend pas l'accès filaire géré. Les clients du service téléphonique indépendant de l'accès doivent être abonnés à un service Internet à large bande, qui sert d'accès.

Le service téléphonique filaire local regroupe aussi les services automatisés de prise d'appels, le service Centrex d'affaires, les services de réseau numérique à intégration de services (RNIS) ainsi que d'autres services auxiliaires, notamment le câblage intérieur, l'installation et la réparation, les téléconférences et divers services locaux.

Les revenus du service local et d'accès comprennent la vente de services locaux de gros et, depuis l'introduction de la concurrence locale, les revenus provenant de la vente 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 de la vente des composantes réseau dégroupées.

ii) Services interurbains

L'interurbain de détail englobe le trafic de communication vocale filaire acheminé à l'extérieur de la zone d'appel local. Ces services sont vendus selon des formules aussi diversifiées que l'imposition de frais standards par minute, des plans à frais mensuels fixes, des cartes d'appel ou des forfaits de services.

L'interurbain de gros correspond aux services offerts : a) dans le cadre d'arrangements de raccordement entre un FST doté d'installations et un FST de services interurbains devant assurer le trafic des minutes d'appels interurbains et/ou b) sur la base de vente de blocs de minutes d'appels interurbains par les FST dotés d'installations à des revendeurs de services interurbains.

B) Internet

Les services de télécommunication liés à Internet peuvent être divisés en deux grands segments de marché : i) l'accès et le transport Internet et ii) les applications Internet et autres services liés à Internet.

i) Accès et transport Internet

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

- a) une connexion de données entre un modem à l'emplacement de l'utilisateur final (comme une habitation résidentielle) et le FSI;
- b) les installations du FSI, qui comprennent :
 - des routeurs, afin de pouvoir acheminer le trafic entre les utilisateurs finals du FSI et Internet;
 - des serveurs, pour les services du FSI fournis à l'interne, tels que le courrier électronique;
 - des éléments de gestion de réseau;
- c) une connexion du FSI jusqu'à Internet.

Il existe des services d'accès Internet à différentes vitesses. Les services à faible vitesse ou services d'accès sur bande étroite, avec un débit pouvant atteindre jusqu'à 64 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 ligne d'abonné numérique (LAN), câble, les technologies terrestres sans fil, le satellite ou les câbles à fibre optique.

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

ii) Applications Internet et autres services liés à Internet

Un nombre croissant de services d'applications Internet, comme le courrier électronique et l'hébergement, se greffent sur les services de connectivité Internet. Les services d'application Internet sont normalement groupés avec les services d'accès Internet.

Toutefois, les 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.

C) Services de transmission de données et de liaison spécialisée

Les services de transmission de données comprennent des services gérés de réseau local (RL) et de réseau étendu (RE) pour les réseaux de données, vidéo et de communication vocale dans une zone métropolitaine ou encore à l'échelle nationale ou internationale. Les services de transmission de données comprennent des protocoles traditionnels, tels le X.25 (communications RE commutées par paquets), le mode de transfert asynchrone (MTA) et le relais de trames ainsi que des protocoles plus récents, notamment Ethernet et le RPV-IP (réseau privé virtuel-IP), sans oublier la fourniture et la gestion de réseaux et d'équipement de réseau.

Les services de liaison spécialisée permettent de raccorder deux ou plusieurs points au moyen d'installations réservées aux fins d'acheminement du trafic de communication vocale, vidéo ou de données. Parmi ces services, notons les services de transmission numérique à grand débit (sur fibre optique, le débit peut être de l'ordre du gigabit) et les systèmes de données numériques, de même que les services de qualité de communication vocale et autres services analogiques. Les installations de transmission de liaison spécialisée incluent les fils de cuivre, les câbles de fibre optique et le satellite.

D) Services sans fil

Les services sans fil sont constitués des services de télécommunication fournis au moyen d'installations d'accès sans fil mobiles. Ces services comprennent la téléphonie mobile, les données mobiles (comme la messagerie texte et la messagerie multimédia), l'itinérance, l'accès Internet sans fil et les services de téléappel. Les données liées aux services de liaison spécialisée par satellite sont comprises dans la section 5.4 du rapport intitulée « Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée », tandis que les données liées aux services par satellite associés au téléphone mobile font partie de la section 5.5 intitulée « Secteur du marché des services sans fil ».

En plus de permettre la communication vocale par l'intermédiaire de réseaux sans fil, les nouvelles technologies du sans-fil permettent aux utilisateurs d'envoyer d'un appareil à un autre et d'une entreprise à une autre des messages textes et multimédias comprenant des photos, des éléments graphiques ainsi que des clips audio et vidéo. L'utilisation de données devrait continuer de prendre de l'ampleur à mesure que les entreprises existantes et nouvelles concluent des accords de réseau et qu'elles élargissent et modernisent leurs réseaux, et 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 de communication vocale 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, on les facture une fois par mois, après utilisation des services. Les abonnés paient normalement un tarif par minute pour un plan prépayé. Toutefois, 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
ARN haute vitesse	accès au réseau numérique haute vitesse
ARN	autorité réglementaire nationale
ATS	téléscripteurs
BAII	bénéfice avant intérêts et impôt
BAIDA	bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement
CCNR	Conseil canadien des normes de la radiotélévision
CPAC	La Chaîne d'affaires publiques par câble inc.
CPRST	Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication inc.
CRTC, le Conseil	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
DCC	développement du contenu canadien
DCMU	dépenses en capital moyennes par utilisateur
DÉC	dépenses au titre des émissions canadiennes
DS	définition standard
DTC	développement des talents canadiens
EDR	entreprise de distribution de radiodiffusion
EDRc	entreprise de distribution de radiocommunication
EDRS	entreprise de distribution par relais satellite
ÉIN	émissions d'intérêt national
ELT	évolution à long terme
ERMV	exploitant de réseau mobile virtuel
ESL	entreprise de service local
ESLC	entreprise de services locaux concurrente
ESLT	entreprise de services locaux titulaire
FAPL	Fonds pour l'amélioration de la programmation locale
FCT	Fonds canadien de télévision
FMC	Fonds des médias du Canada
FMI	Fonds monétaire international

FSI	fournisseur de services Internet
FSSF	fournisseur de services sans fil
FST	fournisseur de services de télécommunication
FTTH	fibres jusqu'au domicile
Go	gigaoctet
HD	haute définition
HSPA	accès haute vitesse par paquets
HSPA+	accès haute vitesse par paquets évolué
IAB Canada	Bureau de la publicité interactive du Canada
IP	protocole Internet ou protocole IP
IPC	indice des prix à la consommation
IPST	indice des prix du service téléphonique
IPTV	télévision sur IP
kbps	kilobit par seconde
LAN	ligne d'abonné numérique
LANT	ligne d'abonné numérique à très haut débit
LNTE	Liste nationale de numéros de télécommunication exclus
Mbps	mégabit par seconde
MTA	mode de transfert asynchrone
NCP	Les normes canadiennes de la publicité
n.d.	non disponible
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OTM	Observateur des technologies médias
PBX	autocommutateur privé
PDPV	point de présence virtuel
PIB	produit intérieur brut
PPA	parité des pouvoirs d'achat
PPM	audimètre portatif sans fil
RE	réseau étendu
RL	réseau local
RMPM	revenu moyen par minute
RMPU	revenu moyen par utilisateur

RNIS	réseau numérique à intégration de services
RPV-IP	réseau privé virtuel sur protocole Internet
RTPC	réseau téléphonique public commuté
SAR	service d'accès au réseau
SAP	service d'accès par passerelle
SAP	sanction administrative pécuniaire
SCD	système de collecte de données
SDM	service de distribution multipoint
s.i.	sans incidence
SMC	service de messages courts
SMM	service de messagerie multimédia
SMCLO	service métropolitain de commutation en longueur d'onde
SNHV	service numérique haute vitesse
s.o.	sans objet
SODIMO	Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario
SRC	Société Radio-Canada
SRD	satellite de radiodiffusion directe
SSFE	service sans fil évolué
TCAC	taux de croissance annuel composé
TPS	taxe sur les produits et services
TVA	taxe sur la valeur ajoutée
TVC	télévision à la carte
TVP	taxe de vente provinciale
UIT	Union internationale des télécommunications
VSD	vidéo sur demande
VoIP	communication vocale sur protocole Internet
3G	troisième génération
4G	quatrième génération

Circulaire, décisions, avis publics, avis de consultation, ordonnances et politiques réglementaires cités dans le rapport

Radiodiffusion

Circulaire N° 404	<i>Exigences relatives au dépôt d'états financiers avec le rapport annuel de radiodiffusion, Circulaire N° 404, 23 août 1994</i>
Décision de radiodiffusion 2002-45	<i>Révocation des licences de petites entreprises de câblodistribution exemptées, décision de radiodiffusion CRTC 2002-45, 19 février 2002</i>
Décision de radiodiffusion 2002-88	<i>Révocation des licences de petites entreprises de câblodistribution exemptées, décision de radiodiffusion CRTC 2002-88, 17 avril 2002</i>
Décision de radiodiffusion 2004-382	<i>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, telle que corrigée par Erratum, décision de radiodiffusion CRTC 2004-382-1, 18 janvier 2005</i>
Décision de radiodiffusion 2007-165	<i>Transfert du contrôle effectif de CHUM limitée à CTVglobemedia Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2007-165, 8 juin 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2007-359	<i>Acquisition de l'actif, décision de radiodiffusion CRTC 2007-359, 28 septembre 2007, telle que corrigée par Erratum, décision de radiodiffusion CRTC 2007-359-1, 3 décembre 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2007-360	<i>Transfert de contrôle effectif de 1708487 Ontario Inc., 1738700 Ontario Inc. et CHUM Television Vancouver Inc. à Rogers Media Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2007-360, 28 septembre 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2007-368	<i>Acquisition d'actif, décision de radiodiffusion CRTC 2007-368, 12 octobre 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2007-429	<i>Transfert du contrôle effectif des sociétés de radiodiffusion d'Alliance Atlantis Broadcasting Inc. à CanWest MediaWorks Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2007-429, 20 décembre 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2007-434	<i>Échange d'actif d'entreprises de radio, décision de radiodiffusion CRTC 2007-434, 24 décembre 2007</i>
Décision de radiodiffusion 2008-71	<i>Acquisition d'actif, décision de radiodiffusion CRTC 2008-71, 31 mars 2008, telle que corrigée par Acquisition d'actif – Correction à une condition de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2008-71-1, 4 juin 2008</i>
Décision de radiodiffusion 2008-72	<i>Acquisition d'actif – CHNM-TV et CHNM-DT Vancouver et leurs émetteurs à Victoria, décision de radiodiffusion CRTC 2008-72, 31 mars 2008</i>

Décision de radiodiffusion 2008-128	<i>CHRC Québec – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-128, 26 juin 2008, telle que corrigée par <i>CHRC Québec – acquisition d’actif – correction à une condition de licence</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-128-1, 3 juillet 2008, et modifiée par <i>CHRC Québec – acquisition d’actif – ajout d’une condition de licence</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-128-2, 29 septembre 2008
Décision de radiodiffusion 2008-129	<i>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</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-129, 26 juin 2008
Décision de radiodiffusion 2008-130	<i>Société Radio-Canada – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-130, 26 juin 2008
Décision de radiodiffusion 2008-138	<i>Changement de contrôle effectif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-138, 7 juillet 2008
Décision de radiodiffusion 2008-206	<i>Modification du contrôle effectif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2008-206, 22 août 2008
Décision de radiodiffusion 2009-279	<i>Renouvellement des licences de radiodiffusion des stations privées de télévision traditionnelle considérées à l’audience publique du 27 avril 2009 à Gatineau – décisions initiales et portée du processus de politique ultérieur</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-279, 15 mai 2009
Décision de radiodiffusion 2009-536	<i>CJNT-TV Montréal – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-536, 28 août 2009
Décision de radiodiffusion 2009-537	<i>CHCH-TV Hamilton et ses émetteurs, ainsi que CHCH-DT – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-537, 28 août 2009
Décision de radiodiffusion 2009-699	<i>CHEK-TV Victoria et ses émetteurs – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-699, 9 novembre 2009
Décision de radiodiffusion 2009-706	<i>SexTV : The Channel et Drive-In Classics Channel – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-706, 19 novembre 2009
Décision de radiodiffusion 2009-746	<i>CKTG-FM et CJUK-FM Thunder Bay – acquisition d’actif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-746, 2 décembre 2009
Décision de radiodiffusion 2009-810	<i>Renouvellements administratifs</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2009-810, 23 décembre 2009
Décision de radiodiffusion 2010-782	<i>Changement du contrôle effectif des filiales de radiodiffusion autorisées de Canwest Global Communications Corp.</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2010-782, 22 octobre 2010

Décision de radiodiffusion 2010-792	<i>travel + escape – réorganisation intrasociété (acquisition d'actif), transfert de propriété et de contrôle, décision de radiodiffusion CRTC 2010-792, 26 octobre 2010</i>
Décision de radiodiffusion 2010-942	<i>Transfert du contrôle effectif de diverses entreprises de programmation de radio commerciale de Corus Entertainment Inc. à Cogeco inc., décision de radiodiffusion CRTC 2010-942, 17 décembre 2010</i>
Décision de radiodiffusion 2011-163	<i>Modification du contrôle effectif des filiales de radiodiffusion autorisées de CTVglobemedia Inc., décision de radiodiffusion CRTC 2011-163, 7 mars 2011</i>
Avis public 1997-25	<i>Nouveau cadre de réglementation pour les entreprises de distribution de radiodiffusion, avis public CRTC 1997-25, 11 mars 1997</i>
Avis public 1999-205	<i>Définition des nouveaux types d'émissions prioritaires; révisions aux définitions des catégories de teneur à la télévision; définitions des dramatiques canadiennes admissibles à des crédits de temps aux fins des exigences en matière de programmation prioritaire, avis public CRTC 1999-205, 23 décembre 1999</i>
Avis public de radiodiffusion 2003-35	<i>Ordonnances d'exemption relatives à certaines classes d'entreprises de programmation de faible et de très faible puissance, avis public de radiodiffusion CRTC 2003-35, 10 juillet 2003</i>
Avis public de radiodiffusion 2004-92	<i>Ordonnance d'exemption relative à une classe d'entreprises de radio de faible puissance, avis public de radiodiffusion CRTC 2004-92, 26 novembre 2004</i>
Avis public de radiodiffusion 2005-35	<i>Bonnes coutumes commerciales, avis public de radiodiffusion CRTC 2005-35, 18 avril 2005</i>
Avis public de radiodiffusion 2006-143	<i>Ordonnance d'exemption relative à certaines exploitations de réseaux, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-143, 10 novembre 2006</i>
Avis public de radiodiffusion 2006-158	<i>Politique de 2006 sur la radio commerciale, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-158, 15 décembre 2006</i>
Avis public de radiodiffusion 2007-54	<i>Nouvelle politique de sous-titrage codé pour malentendants, avis public de radiodiffusion CRTC 2007-54, 17 mai 2007</i>
Avis public de radiodiffusion 2008-77	<i>Demandes ayant été traitées conformément aux procédures simplifiées – bulletin d'information, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-77, 3 septembre 2008</i>
Avis de consultation de radiodiffusion 2010-783	<i>Examen du cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-783, 22 octobre 2010</i>

Avis de consultation de radiodiffusion 2010-783-2	<i>Examen du cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale – Autre question</i> , avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-783-2, 8 février 2011
Ordonnance de radiodiffusion 2011-60	<i>Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande</i> , ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, 31 janvier 2011
Politique réglementaire de radiodiffusion 2010-57	<i>Listes révisées des services par satellite admissibles – compilation annuelle des changements</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-57, 4 février 2010
Politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167	<i>Approche par groupe à l'attribution de licences aux services de télévision privée</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-167, 22 mars 2010
Politique réglementaire de radiodiffusion 2011-43	<i>Listes révisées des services par satellite admissibles – compilation annuelle des changements</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-43, 25 janvier 2011
Politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601	<i>Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601, 21 septembre 2011
Politique réglementaire de radiodiffusion 2011-741	<i>Normes de qualité du sous-titrage codé de langue française</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-741, 1 décembre 2011
Politique réglementaire de radiodiffusion 2011-741-1	<i>Normes de qualité du sous-titrage codé de langue française – Application, surveillance et mandat futur du Groupe de travail sur le sous-titrage de langue française</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-741-1, 21 février 2012
Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-86	<i>Liste révisée de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution – compilation annuelle des changements</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2012-86, 10 février 2012
<i>Radiodiffusion et télécom</i>	
Politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom 2009-430	<i>Accessibilité des services de télécommunication et de radiodiffusion</i> , politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom CRTC 2009-430, 21 juillet 2009
<i>Télécommunications</i>	
Décision télécom 94-19	<i>Examen du cadre de réglementation</i> , décision Télécom CRTC 94-19, 16 septembre 1994
Décision de télécom 2006-15	<i>Abstention de la réglementation des services locaux de détail</i> , décision de télécom CRTC 2006-15, 6 avril 2006, telle que modifiée par le décret C.P. 2007-532, 4 avril 2007
Ordonnance d'abstention	<i>Décret modifiant la Décision de télécom CRTC 2006-15</i> , C.P. 2007-532, 18 avril 2007

Les 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*

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*

Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport

Access Communications	Access Communications Co-operative Limited
Allstream	Allstream Inc.
Astral	Astral Media Inc.
Atria	Atria Networks L.P.
BCE	Bell Canada Enterprises
Bell Aliant	Bell Aliant Communications régionales, société en commandite
Bell Canada	Bell Canada
Groupe Bell	Bell Canada; Bell Mobilité Inc.; Latitude Wireless Inc.; Norouestel Mobilité Inc.; NorthernTel, Limited Partnership; SkyTerra (Canada) Inc.; SkyTerra Corp.; Télébec, Société en commandite; Virgin Mobile Canada
Bell Mobilité	Bell Mobilité Inc.
Bragg	Bragg Communications Inc.
Canwest	Canwest Media Inc.
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
Cogeco	Cogeco Canada L.P., Cogeco Câble Québec s.e.n.c. et Cogeco Inc.
Corus	Corus Entertainment Inc.
Crossroads	Crossroads Television System
CTV	CTV Inc. (CTVglobemedia Inc., CTV Inc., CTV Limited et CTV Corp. ont fusionné le 15 mars 2011 sous le nom de CTV Inc.)
Distributel	Distributel Communications Limited
EastLink	EastLink
Hydro One	Hydro One Telecom Inc.
Latitude Wireless	Latitude Wireless Inc.
MTS	MTS Inc.
NorthernTel	NorthernTel, Limited Partnership
Norouestel	Norouestel Inc.
Norouestel Mobilité	Norouestel Mobilité Inc.
Québecor	Québecor Média inc.
Primus	Primus Telecommunications Canada Inc.

Remstar	Remstar (V)
Rogers	Rogers Broadcasting Limited, Rogers Cable Communications Inc., Rogers Communications Inc. et Rogers Wireless Inc.
SaskTel	Saskatchewan Telecommunications
Shaw	Shaw Communications Inc.
SkyTerra	SkyTerra (Canada) Inc. et SkyTerra Corp.
SRC	Société Radio-Canada
Star Choice	Réseau de télévision Star Choice incorporée
STC	Société TELUS Communications
TBayTel	TBayTel
Télébec	Télébec, Société en commandite
Télé-Québec	Télé-Québec
Vidéotron	Vidéotron ltée
Virgin Mobile	Virgin Mobile Canada
WIND	WIND Mobile
Xplornet	Xplornet Communications Inc.
YAK	YAK Communications (Canada) Corp.