

Rapport de surveillance des communications 2012

**Mise à jour au *Rapport de surveillance des communications du CRTC* -
5 septembre 2012**

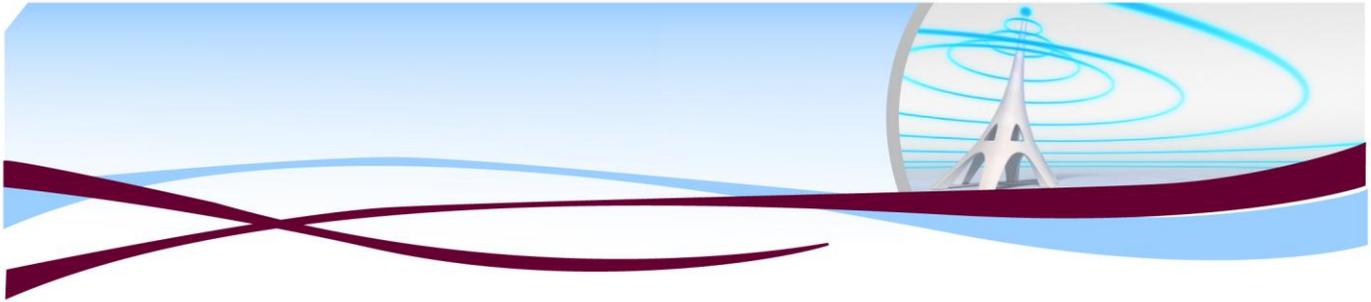
Section 4.3 Secteur de la télévision :

Le **tableau 4.3.9** a été modifié afin de tenir compte de questions de formatage et de certaines divergences entre les versions de langue anglaise et de langue française du rapport.



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission



Rapport de surveillance des communications

Septembre 2012



www.crtc.gc.ca

Canada 

Rapport de surveillance du CRTC sur les communications

Septembre 2012

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 BC9-9/2012F-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 2012, lequel contient des renseignements sur le secteur canadien des communications.

Les Canadiens démontrent un intérêt marqué pour leurs services de communication. Ce n'est pas surprenant dans un contexte où le ménage moyen dépense plus de 180 \$ par mois pour ces services. Que ce soit pour regarder la télévision, écouter une station de radio locale, regarder en continu un épisode de leur émission favorite sur une tablette, discuter avec leurs amis, clients ou collègues, partager une œuvre qu'ils viennent de créer, rester en contact avec leur famille, lire les nouvelles en ligne, envoyer des messages textes ou obtenir des renseignements auprès de leurs gouvernements, les Canadiens dépendent de ces services au travail, à la maison et dans leurs loisirs.

Le *Rapport de surveillance des communications* présente des données sur la situation financière de l'industrie, les taux d'adoption du sans-fil et d'Internet à large bande, l'état de la concurrence, le prix moyen des services et bien d'autres indicateurs clés. Il s'agit d'un outil important qui nous permet d'évaluer si l'industrie répond aux besoins des Canadiens en tant que citoyens, créateurs et consommateurs. Il nous aide également à déterminer si le CRTC atteint les objectifs que lui a confiés le Parlement.

En outre, j'espère que ces renseignements aideront les Canadiens à participer de manière éclairée aux instances du CRTC, car leurs interventions constituent un apport précieux.

Ce document a pour but de combler les besoins collectifs de l'ensemble des participants du système canadien des communications. Nous accueillons les suggestions visant à l'améliorer.

Jean-Pierre Blais

Sommaire

L'industrie canadienne des communications progresse sans cesse. Les revenus des services de communications ont augmenté de 3,3 %, passant de 57,4 milliards de dollars en 2010 à 59,3 milliards de dollars en 2011. Cette augmentation a été mise de l'avant par la croissance de 5,5 % des revenus de radiodiffusion et de 2,5 % des revenus des télécommunications. L'industrie des communications offre des services à la presque totalité des foyers canadiens, au nombre d'environ 13,7 millions.

Accès des Canadiens aux services de communications de pointe

En 2011, les foyers canadiens ont consacré en moyenne 181 \$ par mois aux services de communications. Cette somme, environ 4,1 % du budget total d'un foyer, équivaut à celle consacrée aux soins de santé. Ces dépenses se partagent à peu près également entre, d'une part, les services mobiles et Internet et, d'autre part, les services de télévision et de téléphone filaire.

Plus de 99 % des foyers canadiens sont abonnés à un service téléphonique. Les Canadiens passent cependant graduellement des services filaires aux services sans fil. Au cours des quatre dernières années, le pourcentage des abonnés exclusivement aux services filaires est passé de 26,9 % en 2007 à 21,1 % en 2010. Au cours de la même période, les abonnements aux services mobiles sont passés de 71,9 % des foyers en 2007 à 78,2 % en 2010. En 2010, 10,2 % des foyers n'étaient abonnés qu'à un service mobile.

L'industrie des communications favorise cette croissance technologique en investissant sans cesse dans ses infrastructures. Par exemple, en 2011, la presque totalité des foyers canadiens avait accès à des services Internet à large bande d'au moins 1,5 mbps, fournis tant par des installations terrestres que mobiles (HSPA+ et ELT) ou par satellite. De plus, la disponibilité des services à large bande de vitesse supérieure (entre 30 et 50 mbps) est passée de 30 % à 75 % au cours des deux dernières années. En 2011, 72 % des Canadiens avaient accès à quatre plateformes de large bande : la ligne d'abonné numérique (LAN), le câble, le sans-fil fixe ou par satellite et le mobile.

Cette forte prévalence fait en sorte que, plus que jamais, les Canadiens participent activement à l'économie numérique. En 2011, 72 % des foyers étaient abonnés à un service Internet à large bande de 1,5 mbps, comparativement à 68 % en 2010. De plus, 54 % des foyers étaient abonnés à un service de 5 mbps ou plus (comparativement à 51 % en 2010).

Les Canadiens utilisent aussi des appareils mobiles comme des téléphones intelligents ou des tablettes pour accéder aux services à large bande. Dans le marché, 48 % des appareils sans fil, tant appareils portables qu'appareils spécialisés, permettent d'accéder à la large bande.

Croissance des revenus de radiodiffusion dans tous les secteurs

Les revenus de radiodiffusion sont passés de 15,8 milliards de dollars en 2010 à 16,6 milliards de dollars en 2011. Tous les secteurs de l'industrie ont connu une croissance :

- les revenus du câble et du satellite ont augmenté de 5,8 %, de 8,1 milliards de dollars à 8,6 milliards de dollars;
- les revenus des services payants, à la carte, de vidéo sur demande et spécialisés ont augmenté de 7,9 %, de 3,5 milliards de dollars à 3,7 milliards de dollars;
- les revenus de la télévision traditionnelle (dont ceux du réseau de la SRC) ont augmenté de 2,2 %, de 2,6 milliards de dollars à 2,7 milliards de dollars;
- les revenus de la radio ont augmenté de 3,9 %, de 1,5 milliard de dollars à 1,6 milliard de dollars.

Hausse des revenus de télécommunications et quelques déclin

Les revenus de télécommunications ont augmenté de 2,5 %, passant de 41,7 milliards de dollars en 2010 à 42,7 milliards de dollars en 2011. La hausse des revenus des nouveaux services de transmission de données, des services Internet à large bande et des services sans fil explique cette augmentation. Collectivement, les revenus de ces services ont augmenté de 6,8 % pour s'établir à 28,4 milliards de dollars en 2011, comparativement à 26,6 milliards de dollars en 2010. Plus particulièrement, les revenus des nouveaux services de transmission de données ont augmenté de 12,2 %, de 1,8 milliard de dollars à 2,1 milliards de dollars, ceux des services Internet ont augmenté de 6,4 %, de 6,8 milliards de dollars à 7,2 milliards de dollars, tandis que ceux des services sans fil ont augmenté de 6,2 %, passant de 18,0 milliards de dollars à 19,1 milliards de dollars.

Ces augmentations ont été partiellement neutralisées par la diminution des revenus des services interurbains (une baisse de 13,1 %, de 3,4 milliards de dollars à 3,0 milliards de dollars), des services traditionnels de transmission de données et des services de liaison spécialisée (une baisse de 2,9 %, de 2,5 milliards de dollars à 2,4 milliards de dollars) ainsi que des services locaux et d'accès (une baisse de 2,1 %, de 9,1 milliards de dollars à 8,9 milliards de dollars).

Consolidation et réglementation dans l'industrie des communications

En 2011, les cinq plus grandes entreprises de l'industrie des communications ont accaparé 83 % des revenus et les cinq suivantes 10 %. Parmi ces 10 entreprises, trois offraient des services dans les 11 marchés de l'industrie¹ des communications, ce qui leur a permis de recueillir 62 % des revenus totaux de l'industrie.

En raison de la consolidation de l'industrie, le Conseil a pris des mesures afin que ces entreprises ne puissent nuire à leurs concurrents ou encore limiter le choix des consommateurs. Par exemple, certaines entreprises produisent de la programmation tout en distribuant du contenu. Afin d'encadrer ces situations, le Conseil a adopté une politique sur l'intégration verticale qui vise ce qui suit :

¹ Ces marchés sont les cinq marchés de radiodiffusion (radio, télévision, EDR, services spécialisés et services payants, à la carte et de VSD) et les six marchés des télécommunications (services locaux et d'accès, interurbain, Internet, transmission de données, liaison spécialisée et sans fil).

- le traitement équitable des services indépendants de distribution de radiodiffusion et de programmation qui doivent faire face à de puissants concurrents intégrés verticalement;
- la protection des renseignements commerciaux;
- le règlement dans des délais raisonnables des différends entre les diverses parties du système canadien de radiodiffusion.

Cette politique interdit également aux entreprises d'offrir des émissions de télévision en exclusivité aux abonnés de leurs services mobiles ou Internet.

En 2011, les entreprises qui exploitaient des marchés multiples comptaient collectivement 9,4 millions d'abonnés (6,4 % de plus qu'en 2010) qui profitaient des rabais associés aux regroupements de services.

Concurrence accrue

Les concurrents des compagnies de téléphone titulaires ont augmenté leur part de l'ensemble des revenus de télécommunications.

La part des revenus totaux des communications filaires des autres fournisseurs de services de télécommunications (FST) a augmenté à 38,4 % en 2011 comparativement à 37,3 % en 2010. La part de marché des autres FST comprend les activités que les compagnies de téléphone titulaires exercent hors de leurs territoires traditionnels (cette part est demeurée assez stable à 6,5 %), les activités d'autres FST dotés d'installations, telles les entreprises de câblodistribution et les entreprises hydroélectriques (la part est passée de 24,5 % en 2010 à 25,6 % en 2011) et celles des revendeurs (demeurée stable à 6,3 %).

Dans l'ensemble, les concurrents ont connu une forte augmentation du nombre de lignes locales résidentielles (une augmentation de 5,7 % à 4,7 millions) et de lignes d'affaires (une augmentation de 24,7 % à 1,4 million). Plus particulièrement, les entreprises de câblodistribution sont devenues des concurrentes importantes dans le marché. Depuis qu'elles ont commencé à offrir des services de téléphonie locale en 2005, ces entreprises ont accaparé 33 % des lignes locales résidentielles.

Les services de téléphonie sur protocole Internet (VoIP) offrent une solution de rechange au système traditionnel de téléphone à commutation de circuits. En 2011, on comptait 4,4 millions de lignes locales VoIP de détail, soit 24 % des lignes locales de détail. Environ 350 000 de ces lignes avaient un accès indépendant, ce qui permet aux consommateurs d'accéder au service local à distance par Internet.

Les câblodistributeurs sont aussi des fournisseurs importants de services Internet haute vitesse. En 2011, ils desservaient quelque 57 % des abonnés résidentiels à Internet haute vitesse.

En 2011, les nouveaux fournisseurs de sans fil ont accaparé environ 4 % de la clientèle des services sans fil et 2 % des revenus. Dans l'ensemble, le nombre d'abonnés au sans fil a augmenté de 6 % en 2011 comparativement à 8,5 % en 2010. Le revenu moyen par abonné a

augmenté de 0,2 % (de 57,86 \$ à 57,98 \$ en 2011) surtout en raison d'une utilisation accrue de transmission de données.

Choix offerts aux auditeurs par les radiodiffuseurs

En 2011, on dénombrait 1 183 services de radio et services sonores au Canada, dont 76 % destinés aux Canadiens de langue anglaise, 21 % aux Canadiens de langue française et 3 % aux Canadiens de langue tierce. De plus, le Conseil a approuvé l'exploitation de 30 nouvelles stations de radio.

Excellentes statistiques sur l'écoute de la télévision

En 2011, l'écoute globale des émissions diffusées par les services canadiens anglophones s'est établie à 83,0 %, tandis que celle des émissions diffusées par les services francophones est restée relativement stable à 92,2 %. Bien que les Canadiens préfèrent les émissions dramatiques et comiques, ils consomment plus souvent du contenu non canadien. En 2011, les émissions non canadiennes ont respectivement représenté 81 % et 70 % de l'écoute des émissions dramatiques et comiques de langue anglaise et de langue française.

Croissance de la part de marché des télédistributeurs: progression de la TVIP

Le marché de la télédistribution ne cesse de croître. En 2011, environ 90 % des foyers canadiens étaient abonnés à un service de télédistribution, soit 2,2 % de plus qu'en 2010. Parmi ces foyers, 24,5 % étaient abonnés à un système de distribution par satellite ou multipoint, 5,6 % à un service de TVIP et 69,9 % au câble.

La disponibilité de la TVIP a atteint 34 % en 2011, comparativement à 22 % en 2010; le taux de pénétration a ainsi atteint 14 % (comparativement à 72 % pour le câble). En 2011, 80 % des abonnés aux services de télévision recevaient des services numériques. Les quatre plus grands télédistributeurs desservaient 89 % de tous les abonnés en 2011.

En 2011, les revenus de programmation par abonné par mois² ont augmenté de 2,13 \$, soit 3,6 %, pour atteindre 61,86 \$.

Publicité et abonnements comme sources de revenus des médias numériques

Lors d'un sondage sur les médias numériques mené par le CRTC, un échantillonnage d'entreprises de communications indiquait que 62 % des revenus des médias numériques provenaient de la publicité et 35 % des abonnements.

En 2011, un utilisateur typique regardait en moyenne 2,8 heures de télévision sur Internet par semaine, comparativement à 1,5 heure en 2008. En 2011, les foyers canadiens ont regardé la télévision sur Internet en moyenne 0,7 heure, alors qu'ils en regardaient 0,3 heure en 2010.

² Les revenus mensuels par abonné ont été obtenus en divisant les revenus totaux par le nombre d'abonnés et par le nombre de mois de l'année.

Selon un sondage MTM effectué auprès des consommateurs en 2011, 20 % des anglophones et 15 % des francophones téléchargent de la musique sur Internet. Parmi ces utilisateurs, 62 % des anglophones et 59 % des francophones payent pour le contenu.

Forte adhésion aux nouvelles technologies de télécommunications

Les Canadiens adoptent rapidement les nouvelles technologies de télécommunications. En 2011, le nombre d'abonnés au téléphone mobile a augmenté de 6 % par rapport à l'année précédente, alors que le nombre d'abonnés résidentiels aux services Internet haute vitesse a augmenté de 4,2 %. La même année, environ 72 % des foyers canadiens étaient abonnés à un service Internet à large bande (d'une vitesse de téléchargement d'au moins 1,5 mbps) et 76 % étaient abonnés à un service Internet haute vitesse (d'une vitesse de téléchargement d'au moins 256 kbps).

Les nouveaux services de transmission de données adaptés aux exigences de la clientèle d'affaires en matière de vitesse accélérée, de fonctionnalité et de coût-efficacité représentent maintenant 93,4 % des revenus de protocoles. Les revenus combinés des services de données comme les réseaux privés virtuels IP et Ethernet ont augmenté de 12,2 % en 2011.

Table des matières

1.0	Introduction -----	1
1.1	Raison d'être du rapport -----	1
1.2	Collecte des données et aperçu du rapport -----	3
2.0	Le CRTC, politiques et réglementation -----	5
2.1	Le CRTC-----	5
2.2	Surveillance d'ordre réglementaire de la radiodiffusion et des télécommunications-----	7
2.3	Régimes de contribution et de financement -----	15
3.0	L'industrie des services de communications -----	21
3.1	Survol-----	21
4.0	Radiodiffusion -----	31
4.1	Radiodiffusion – Examen de la situation financière -----	33
4.2	Secteur de la radio -----	39
4.3	Secteur de la télévision -----	61
4.4	Distribution de radiodiffusion-----	95
4.5	Médias numériques -----	103
5.0	Télécommunications -----	123
5.1	Survol de la situation financière -----	123
5.2	Services locaux et d'accès et interurbains -----	135
5.3	Secteur du marché Internet et disponibilité de la large bande -----	147
5.4	Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée-	159
5.5	Secteur du marché des services sans fil -----	165
6.0	Perspective internationale -----	177
6.1	Le Canada par rapport à d'autres pays-----	177
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 4.0.1	Distribution de programmation	32
-----------------	-------------------------------	----

Liste des tableaux

Tableau 2.2.1	Plaintes en radiodiffusion par secteur et par sujet	12
Tableau 2.2.2	Nombre de communications provenant du public	13
Tableau 2.2.3	Plaintes traitées par le CCNR	13
Tableau 2.2.4	Plaintes traitées par les NCP	13
Tableau 2.2.5	Plaintes en télécommunications traitées par le CPRST	13
Tableau 2.2.6	Nombre de cas de différends présentés	14
Tableau 2.2.7	Nombre de cas reçus de différends formels en radiodiffusion (2011/2012)	14
Tableau 2.2.8	Nombre de résolutions de différends en télécommunications (2011/2012)	14
Tableau 2.3.1	FAPL – Contributions et nombre de bénéficiaires	17
Tableau 3.1.1	Revenus de communications	22
Tableau 3.1.2	Revenus de l'industrie par type de fournisseur	23
Tableau 3.1.3	Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications	23
Tableau 3.1.4	Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications engendrés par des entreprises exploitées dans des marchés multiples	24
Tableau 3.1.5	Dépenses mensuelles des ménages en communications, par quintile (2011)	27
Tableau 4.1.1	Revenus de la radiodiffusion	34
Tableau 4.1.2	Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des marchés multiples	34
Tableau 4.2.1	Nombre et type de services radiophoniques et sonores qui étaient autorisés à diffuser au Canada	40
Tableau 4.2.2	Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées du 1er janvier 2007 et le 31 décembre 2011	41
Tableau 4.2.3	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par personne selon la tranche d'âge pour l'ensemble du Canada	43
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	43
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	45
Tableau 4.2.6	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et revenus des stations de radio commerciale privées – langues anglaise, française et tierce	49
Tableau 4.2.7	Revenus de la radio de la SRC	50
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	57
Tableau 4.2.9	Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus	58
Tableau 4.2.10	Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés du 1er janvier 2007 au 31 décembre 2011	59
Tableau 4.2.11	Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio	60

Liste des tableaux (suite)

Tableau 4.3.1	Nombre et type de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada	62
Tableau 4.3.2	Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge	63
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) – saisons de télévision 2007-2008 à 2010-2011	64
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 – saisons de télévision 2007-2008 à 2010-2011	66
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	67
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	68
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	69
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	70
Tableau 4.3.9	Part d'écoute des services canadiens par groupe de propriété dans les marchés de langues anglaise et française	71
Tableau 4.3.10	Revenus de télévision par type de service	73
Tableau 4.3.11	Revenus de publicité et autres – stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	74
Tableau 4.3.12	Revenus de publicité et autres – stations privées de télévision traditionnelle	75
Tableau 4.3.13	Revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC, analogiques et numériques	76
Tableau 4.3.14	Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011	83
Tableau 4.3.15	Dépenses au titre des émissions canadiennes par la télévision traditionnelle de la SRC, de langues anglaise et française	89
Tableau 4.3.16	Dépenses au titre des émissions canadiennes – télévision privée traditionnelle	89
Tableau 4.3.17	Dépenses au titre d'émissions non canadiennes – télévision privée traditionnelle	90
Tableau 4.3.18	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes et non canadiennes par des services payants et spécialisés, et par genre	91
Tableau 4.3.19	Dépenses admissibles consacrées à des émissions canadiennes par les services de TVC et de VSD	92
Tableau 4.3.20	Nombre d'heures consacrées aux émissions canadiennes prioritaires diffusées annuellement, entre 19 h et 23 h	93
Tableau 4.3.21	Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision pour la période du 1er janvier 2007 au 31 décembre 2011	94
Tableau 4.4.1	Distribution de radiodiffusion – Revenus des services de base et facultatifs, nombre d'abonnés, revenus mensuels par abonné et pourcentage des foyers abonnés à des EDR	96
Tableau 4.4.2	Principaux distributeurs canadiens et nombre d'abonnés	98
Tableau 4.4.3	Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés affichés par les EDR	101

Liste des tableaux (suite)

Tableau 4.5.1	Revenus des médias numériques pour un ensemble d'entreprises de radiodiffusion néomédiatique	104
Tableau 4.5.2	Bande passante utilisée par les services sonores et vidéos en ligne	107
Tableau 4.5.3	Les différentes étapes du cycle d'adoption de la technologie des médias au Canada (2011)	108
Tableau 4.5.4	Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet	109
Tableau 4.5.5	Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet, par groupe linguistique	109
Tableau 4.5.6	Moyenne hebdomadaire des heures passées en ligne par des usagers d'Internet canadiens	109
Tableau 4.5.7	Taux d'adoption et de croissance de diverses technologies de vidéo au Canada	114
Tableau 4.5.8	Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada (Pourcentage)	119
Tableau 4.5.9	Taux de pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (Pourcentage)	120
Tableau 5.1.1	Revenus des télécommunications de détail et de gros	124
Tableau 5.1.2	Revenus des services de télécommunication, par secteur de marché	125
Tableau 5.1.3	Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché	127
Tableau 5.1.4	Revenus totaux générés par les services de télécommunication, selon le type de fournisseur de services	128
Tableau 5.1.5	Part des revenus (en %) dans le marché des télécommunications filaires, selon le type de FST (2011)	128
Tableau 5.1.6	Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	128
Tableau 5.1.7	Taux de pénétration au Canada – Abonnés des services filaires et sans fil (par 100 ménages)	129
Tableau 5.1.8	Taux de pénétration au Canada, par quintile de revenus – Abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages (2010)	129
Tableau 5.1.9	Nombre de connexions	129
Tableau 5.1.10	Nombre d'abonnements à des services groupés	131
Tableau 5.1.11	Dépenses en immobilisations, par type de FST	131
Tableau 5.2.1	Revenus des services locaux et d'accès et interurbains, et nombre de lignes locales et de minutes d'interurbain	136
Tableau 5.2.2	Revenus des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	136
Tableau 5.2.3	Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST	137
Tableau 5.2.4	Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST	138
Tableau 5.2.5	Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne	139
Tableau 5.2.6	Revenus mensuels (\$) des services locaux et d'accès de détail par ligne, par type de FST	139
Tableau 5.2.7	Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne	140
Tableau 5.2.8	Part des FST titulaires dans les marchés locaux de résidence et d'affaires des grands centres urbains, par ligne	140
Tableau 5.2.9	Revenus du service local de gros, selon la composante principale	141
Tableau 5.2.10	Revenus du service interurbain, par type de FST	143
Tableau 5.2.11	Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail, par région	144
Tableau 5.2.12	Revenus du service interurbain de détail par minute par type de FST	144

Liste des tableaux (suite)

Tableau 5.3.1	Revenus des services Internet	148
Tableau 5.3.2	Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST	150
Tableau 5.3.3	Plans et tarification des services Internet de résidence	152
Tableau 5.3.4	Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications	155
Tableau 5.3.5	Disponibilité de la large bande, par vitesse et nombre de plateformes (2011)	156
Tableau 5.3.6	Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire, (en 2011, en pourcentage des foyers)	157
Tableau 5.3.7	Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande	158
Tableau 5.4.1	Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée	160
Tableau 5.4.2	Revenus des services de protocoles de transmission de données, par catégorie de services	161
Tableau 5.4.3	Part de revenus dans le marché des services de protocoles de données, par catégorie de services (%)	162
Tableau 5.4.4	Revenus des services de liaison spécialisée, par catégorie de services	163
Tableau 5.4.5	Services de liaison spécialisée - Part du revenu des marchés (%)	163
Tableau 5.5.1	Revenus des services sans fil et de téléappel, et nombre d'abonnés	166
Tableau 5.5.2	Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel	167
Tableau 5.5.3	Revenus des services prépayés et postpayés du sans-fil (téléphonie de base et interurbain)	167
Tableau 5.5.4	Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil	167
Tableau 5.5.5	Part de marché des services sans fil exprimée en abonnés, par province (2011)	170
Tableau 5.5.6	Revenu moyen par utilisateur (RMPU) par province (à l'exclusion des services de téléappel)	170
Tableau 5.5.7	Taux de roulement mensuel moyen (%)	170
Tableau 5.5.8	Large bande mobile (2011)	172
Tableau 5.5.9	Tarifs mensuels des services sans fil canadiens des titulaires c. ceux des nouveaux fournisseurs de services (2011)	173
Tableau 5.5.10	Tarifs mensuels des services Internet sans fil canadiens des titulaires c. ceux des nouveaux fournisseurs de services (2011)	174
Tableau 5.5.11	Couverture, pénétration et RMPU, par province	174
Tableau 5.5.12	Pourcentage de la couverture par niveau des concurrents offrant des services sans fil dotés d'installations, par province	174
Tableau 6.1.1	Tarification internationale (prix moyen (\$) par mois)	178
Tableau 6.1.2	Vitesses Internet moyennes annoncées (Mbps) dans les pays de l'OCDE, par type de connexion	182
Tableau 6.1.3	Expéditions mondiales de téléphones mobiles	183
Tableau 6.1.4	Indicateurs de l'industrie du sans-fil, 2011	184
Tableau 6.1.5	Indicateurs de l'industrie de la radio, 2010	185
Tableau 6.1.6	Indicateurs de l'industrie de la télévision, 2010	186

Liste des graphiques

Graphique 2.3.1	Contributions au DCC en 2011 rapportées par la radio commerciale et les services sonores	16
Graphique 2.3.2	DÉC de la télévision en 2011	16
Graphique 2.3.3	Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne	17
Graphique 2.3.4	FAPL –Répartition par région et par groupe de propriété	18
Graphique 2.3.5	Subventions versées aux ESL et frais en pourcentage des revenus	19
Graphique 3.1.1	Taux de croissance annuel des revenus de la radiodiffusion et des télécommunications	22
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	24
Graphique 3.1.3	Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications, par type de fournisseur (2011)	25
Graphique 3.1.4	Revenus de la radiodiffusion commerciale et des télécommunications (services exemptés et hors programmation exclus)	25
Graphique 3.1.5	Revenus des EDR par type de service	26
Graphique 3.1.6	Marges des BAIIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)	26
Graphique 3.1.7	Indices des prix [IPST, EDR (câble et satellite incluant la télévision payante), services d'accès Internet et IPC]	27
Graphique 3.1.8	Les sept plus importantes dépenses des ménages, par quintile	28
Graphique 3.1.9	Composition des revenus de radiodiffusion et de télécommunications de certaines grandes entreprises canadiennes	28
Graphique 3.1.10	Plateformes d'exploitation de la radiodiffusion et des télécommunications	29
Graphique 3.1.11	Aspects d'ordre réglementaire d'une industrie en convergence	30
Graphique 4.1.1	Revenus de radiodiffusion des cinq plus grands groupes d'entreprise, les cinq suivants et le reste des entreprises	35
Graphique 4.1.2	Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur (2011)	35
Graphique 4.1.3	Revenus de la télévision commerciale, par radiodiffuseur (2011)	36
Graphique 4.1.4	Revenus de 2011 des EDR, par exploitant	36
Graphique 4.1.5	Revenus totaux et marges des BAI et des BAIIDA de la radiodiffusion	37
Graphique 4.2.1	Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2011)	42
Graphique 4.2.2	Part d'écoute radio durant une semaine moyenne par cahiers d'écoute	44
Graphique 4.2.3	Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise par cahiers d'écoute	47
Graphique 4.2.4	Part d'écoute - Formules des stations de langue française par cahiers d'écoute	47
Graphique 4.2.5	Part d'écoute - Formules des stations de langue anglaise dans les marchés PPM	48
Graphique 4.2.6	Part d'écoute - Formules des stations de langue française dans les marchés PPM	48
Graphique 4.2.7	Stations de radio commerciale privées – revenus	50
Graphique 4.2.8	Stations de radio commerciale privées – revenus annuels moyens et BAI par station	51
Graphique 4.2.9	Stations de radio commerciale privées – BAI et marge de BAI	51
Graphique 4.2.10	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus	52
Graphique 4.2.11	Stations de radio commerciale privées de langue anglaise – revenus annuels moyens et BAI par station	52
Graphique 4.2.12	Stations de radio commerciale privée de langue anglaise – BAI et marge de BAI	53
Graphique 4.2.13	Stations de radio commerciale privées de langue française –revenus	53
Graphique 4.2.14	Stations de radio commerciale privées de langue française – revenus annuels moyens et BAI par station	54
Graphique 4.2.15	Stations de radio commerciale privées de langue française – BAI et marge de BAI	54
Graphique 4.2.16	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – revenus	55
Graphique 4.2.17	Stations de radio commerciale privée à caractère ethnique – revenus annuels moyens et BAI par station	55
Graphique 4.2.18	Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique – BAI et marge de BAI	56
Graphique 4.3.1	Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, télévision payante, TVC, VSD et services spécialisés	73
Graphique 4.3.2	Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (2011)	74

Graphique 4.3.3	Classement par revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC en ordre décroissant	77
Graphique 4.3.4	Marges de BAII cumulées : services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD, spécialisés analogiques et numériques de catégories 1 et 2	77
Graphique 4.3.5	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	78
Graphique 4.3.6	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue anglaise	78
Graphique 4.3.7	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	79
Graphique 4.3.8	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés de langue française	79
Graphique 4.3.9	Revenus des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère ethnique et en langues tierces	80
Graphique 4.3.10	Marges de BAII combinées des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère ethnique et en langues tierces	80
Graphique 4.3.11	Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue anglaise	81
Graphique 4.3.12	Revenus des plus grands groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue française	82
Graphique 4.3.13	Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC/CBC	82
Graphique 4.3.14	Dépenses au titre des émissions canadiennes par les stations privées traditionnelles en direct en 2011, réparties par genre	90
Graphique 4.4.1	Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution en 2011	99
Graphique 4.4.2	Pourcentage d'abonnés à des EDR recevant des services numériques et non numériques	99
Graphique 4.4.3	Marges de BAIIIDA générées par les services de programmation de base et facultatifs	95
Graphique 4.4.4	Contributions au FMC, FAPL et à des fonds indépendants, et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires) selon les rapports des EDR	100
Graphique 4.5.1	Revenus de publicité en ligne au Canada	104
Graphique 4.5.2	Revenus de publicité des appareils mobiles au Canada	105
Graphique 4.5.3	Bande passante requise pour les diverses applications Internet	106
Graphique 4.5.4	Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit	108
Graphique 4.5.5	Activités populaires des Canadiens sur Internet	110
Graphique 4.5.6	Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision et accèdent à Internet en même temps	110
Graphique 4.5.7	Taux de pénétration des services de télévision et de vidéo par Internet	111
Graphique 4.5.8	Types d'appareils utilisés pour regarder des vidéos sur Internet	111
Graphique 4.5.9	Moyenne hebdomadaire d'heures de visionnement de télévision sur Internet	112
Graphique 4.5.10	Pourcentage des Canadiens abonnés à Netflix	112
Graphique 4.5.11	Canadiens abonnés à Netflix par région	113
Graphique 4.5.12	Heures de visionnement de la télévision et de Netflix	113
Graphique 4.5.13	Taux de pénétration des technologies sonores (à l'exclusion de la radio traditionnelle)	115
Graphique 4.5.14	Utilisation de la baladodiffusion au Canada	115
Graphique 4.5.15	Usagers de baladodiffusion qui écoutent des balados AM/FM	116
Graphique 4.5.16	Pourcentage des Canadiens qui téléchargent de la musique	116
Graphique 4.5.17	Pourcentage des Canadiens qui téléchargent de la musique payante	117
Graphique 4.5.18	Pourcentage des Canadiens qui écoutent en continu la radio AM/FM	117
Graphique 4.5.19	Les choix d'écoute des usagers de services sonores en continu	118
Graphique 4.5.20	Abonnements à la radio par satellite	118
Graphique 4.5.21	Taux de pénétration des appareils mobiles	120
Graphique 4.5.22	Taux de pénétration des appareils mobiles par région	121
Graphique 4.5.23	Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada	121

Liste des graphiques (suite)

Graphique 5.1.1	Revenus des services de télécommunication et pourcentage de croissance annuelle	124
Graphique 5.1.2	Croissance annuelle des revenus par secteur de marché (2011)	125
Graphique 5.1.3	Revenus des services de résidence offerts par IP	126
Graphique 5.1.4	Répartition des revenus des services de télécommunication, par secteur de marché (2011)	126
Graphique 5.1.5	Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST (2011)	127
Graphique 5.1.6	Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST (2011)	127
Graphique 5.1.7	Répartition des revenus totaux du marché filaire des services d'affaires, selon la taille des clients et le type de FST (2011)	130
Graphique 5.1.8	Revenus des services de télécommunication générés par les 5 plus grandes entreprises, les 5 plus grandes entreprises suivantes et par les entreprises restantes	130
Graphique 5.1.9	Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA	131
Graphique 5.1.10	Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus, par type de FST (y compris les dépenses liées aux services sans fil évolués en 2011)	132
Graphique 5.1.11	Revenus des services filaires de gros – Services réglementés et non réglementés (2011)	132
Graphique 5.1.12	Revenus des services filaires réglementés de gros (2011)	133
Graphique 5.2.1	Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations	141
Graphique 5.2.2	Lignes locales de résidence et d'affaires par les autres FST, selon le type d'installations (2011)	141
Graphique 5.2.3	Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires	142
Graphique 5.2.4	Lignes locales VoIP indépendantes et dépendantes de l'accès (2011)	142
Graphique 5.2.5	Lignes de fibre, FTTN et FTTH, pourcentage des lignes totales (2011)	142
Graphique 5.2.6	Répartition des revenus du marché des services d'affaires locaux, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)	145
Graphique 5.2.7	Répartition des revenus du marché des services d'affaires interurbains, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)	145
Graphique 5.3.1	Part de revenus dans le marché des services d'accès Internet, par type d'entité, 2011	149
Graphique 5.3.2	Revenus des services d'accès Internet du service d'affaires, par technologie d'accès (2007 c. 2011)	149
Graphique 5.3.3	Gigaoctets téléchargeables par plan c. pourcentage d'abonnés aux services haute vitesse de résidence	151
Graphique 5.3.4	Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence (2007 c. 2011)	154
Graphique 5.3.5	Abonnements à la large bande (plus de 1,5 Mbps)	154
Graphique 5.3.6	Disponibilité de la large bande (% des foyers)	155
Graphique 5.3.7	Disponibilité de la large bande, par vitesse (pourcentage des foyers)	156
Graphique 5.3.8	Disponibilité de la large bande – régions urbaines c. rurales (en pourcentage des foyers) (2011)	157
Graphique 5.3.9	Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande (2011)	158
Graphique 5.4.1	Part de revenus dans le marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée, par type de FST	160
Graphique 5.4.2	Part des revenus dans le marché des services de transmission de données, par type de FST	161
Graphique 5.4.3	Part de revenus dans le marché des services de liaison spécialisée, par type de FST	162
Graphique 5.4.4	Répartition des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)	163

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)	166
Graphique 5.5.2	Dépenses en capital et dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU)	168
Graphique 5.5.3	Partage des revenus entre les services de détail et de gros (2011)	168
Graphique 5.5.4	Part de marché des FST de services sans fil exprimée en abonnés	169
Graphique 5.5.5	Part de marché des FST de services sans fil exprimée en revenus	169
Graphique 5.5.6	Couverture de la population et taux de pénétration (2011)	171
Graphique 5.5.7	Revenus du forfait de données mobiles, des abonnements et revenus mensuels moyens par abonné et par capacité de forfait (2011)	171
Graphique 5.5.8	Nombre total de messages SMM et SMC	172
Graphique 5.5.9	Couverture des entreprises établies c. celle des nouveaux fournisseurs de services	172
Graphique 5.5.10	Pourcentage des revenus des services mobiles, par forfait (2011)	173
Graphique 6.1.1	Revenus de télécommunication, par secteur de marché, 2011	179
Graphique 6.1.2	Revenus mondiaux de services de télécommunication de détail, par région, 2011	179
Graphique 6.1.3	Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché, 2007–2011	180
Graphique 6.1.4	Moyenne des revenus mensuels des services de télécommunication de détail, 2011	180
Graphique 6.1.5	Pénétration mondiale, 2011	181
Graphique 6.1.6	Part du marché des abonnements à large bande fixe, par type de connexion, 2011	181
Graphique 6.1.7	Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande fixe, 2010 et 2011	182
Graphique 6.1.8	Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande mobile, 2010 et 2011	183
Graphique 6.1.9	RMPU du sans-fil – revenus mensuels du sans-fil avec partage de données, en 2011	184
Graphique 6.1.10	Part des abonnements post-payés au téléphone mobile c. celle des abonnés prépayés, 2007 et 2011	185
Graphique 6.1.11	Pénétration et croissance de la télévision payante, 2008-2010	186
Graphique 6.1.12	Pénétration et croissance de la télévision numérique, 2007–2011	187
Graphique 6.1.13	Nombres d'abonnés à la TVPI à l'échelle mondiale, par région, 2011	187
Graphique 6.1.14	La répartition des foyers ayant la télévision, par plateforme de transmission, 2011	188

Liste des cartes

Carte 5.5.1	Présence de fournisseurs de services sans fil dotés d'installations	165
Carte 5.5.2	Présence de fournisseurs de services HSPA+ et de services sans fil dotés d'installation	166

1.0 Introduction

La concurrence à l'échelle nationale et internationale de même que la demande des consommateurs en matière de services de communication favorisent le développement rapide des entreprises et des technologies et contribuent à la convergence des activités des fournisseurs de services de radiodiffusion et de télécommunication, au Canada comme à l'étranger. Les frontières traditionnelles entre la radiodiffusion et les télécommunications se sont estompées au sein des entreprises de communication. Le monde sans frontières des communications qui évolue sans cesse s'avère une source d'innovation et une occasion pour les Canadiens de se tailler une place de choix.

1.1 Raison d'être du rapport

Ce rapport dresse le portrait des industries de la radiodiffusion et des télécommunications, et a pour but de favoriser un débat public plus ouvert et plus éclairé sur les enjeux et les politiques de radiodiffusion et de télécommunication. 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 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* (les lois), et d'examiner l'efficacité des cadres de réglementation et des décisions du CRTC pour atteindre ces objectifs.

Le présent rapport met l'accent sur les tendances et les indicateurs de rendement présents dans le rapport de l'an dernier et, le cas échéant, introduit de nouveaux indicateurs associés aux progrès de l'industrie, par exemple ceux concernant la disponibilité des services à large bande filaires et sans fil offerts à des débits supérieurs. Ces avancées contribuent à l'évolution d'un réseau de communication moderne et efficace.

1.2 Collecte des données et aperçu du rapport

Collecte de données

Ce rapport se fonde sur 1) les réponses fournies par les industries 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 Media Technology Monitor (MTM) de BBM Analytique et 3) des renseignements déposés antérieurement auprès du CRTC. 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 haut débit dans le secteur résidentiel, le Conseil a conclu avec Industrie Canada une entente triennale qui expirera en 2012. Cette entente prévoit une collaboration dans le domaine de la collecte de données sur la disponibilité pour les Canadiens des services d'accès Internet à haut débit. Le Conseil travaille aussi de concert avec les provinces et les territoires, ainsi qu'avec d'autres ministères et organismes gouvernementaux, afin d'identifier les collectivités qui n'ont pas accès aux services à haut débit. Les données recueillies aideront Industrie Canada et les provinces et les territoires à analyser l'écart dans les services à haut débit entre les collectivités urbaines et rurales. Ces projets en matière de collecte de données allègent les exigences de rapport de l'industrie et améliorent la qualité des données présentées dans ce rapport.

Les comparaisons et les analyses à l'échelle mondiale présentées dans le présent 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 de réglementation nationaux d'autres pays.

Au fil du temps, certains éléments de l'exercice de surveillance sont appelés à changer afin de tenir compte de faits nouveaux dans le domaine de la réglementation et du marché, comme l'arrivée de nouvelles technologies, les modifications de la structure du marché, la réglementation nationale et internationale, les accords nationaux et internationaux, ou l'introduction de nouveaux services ou de services en évolution. Tous ces changements font en sorte que le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC demeure un outil utile pour toutes les parties intéressées, y compris les organismes de réglementation, les clients et les intervenants de l'industrie. Certains chiffres publiés dans des rapports de surveillance antérieurs peuvent avoir été reportés de manière à être conformes aux données inscrites dans le présent rapport. D'autres chiffres pourraient être modifiés du fait que certains fournisseurs de services ont présenté à nouveau des données concernant des années précédentes. Tous les chiffres révisés sont suivis du carré (#).

Aperçu du rapport

Ce rapport est divisé en sections et annexes. La section 2 propose un aperçu des cadres de réglementation du Conseil. La section 3 présente les statistiques financières clés de l'industrie des services de communication. Elle dresse également un tableau de la situation financière des industries de la radiodiffusion et des télécommunications en analysant les principaux indicateurs financiers, y compris les revenus, les dépenses en immobilisations et autres données opérationnelles; elle fait aussi un survol des industries. La section 4 se penche sur le rendement du système canadien de radiodiffusion et donne les résultats de la radio, de la télévision et des entreprises de distribution de radiodiffusion traditionnelles ainsi que ceux des nouveaux médias non traditionnels. La section 5 étudie les grands secteurs du marché des télécommunications (services de communication vocale filaire, Internet, de transmission de données et de liaison spécialisée, et services sans fil) et la disponibilité des services à large bande. La section 6 suit l'évolution de la réglementation dans d'autres pays et compare le rendement du Canada dans le domaine de la radiodiffusion et des télécommunications à celui d'autres pays.

L'annexe 1 propose une description de la méthode de collecte et d'analyse des données utilisée dans ce rapport. L'annexe 2 décrit la classification des FST que le CRTC a établie. L'annexe 3 fait le point sur les demandes d'abstention locale de la réglementation connexes aux circonscriptions de résidence et d'affaires. L'annexe 4 résume les hypothèses de tarification utilisées pour comparer les tarifs des services de télécommunication au Canada et dans d'autres pays. L'annexe 5 décrit les secteurs du marché des télécommunications. L'annexe 6 recense les acronymes utilisés dans le rapport, alors que les annexes 7 et 8 énumèrent respectivement les documents et les entreprises auxquels le CRTC a fait référence dans le rapport.

2.0 Le CRTC, politiques et réglementation

2.1 Le CRTC

Le CRTC est un organisme public autonome chargé de réglementer et de surveiller les télécommunications et la radiodiffusion canadiennes. Le Conseil sert l'intérêt public et 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*.

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

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

En vertu de la *Loi sur les télécommunications*, le Conseil s'efforce de garantir la fourniture de services de télécommunication fiables, abordables, de qualité et accessibles aux clients des zones urbaines et rurales, de favoriser la concurrence fondée sur les installations, d'inciter les titulaires à accroître les efficacités et à être plus innovateurs et d'adopter des approches réglementaires qui encouragent une plus grande dépendance sur les forces du marché et veillent à ce que la réglementation, lorsqu'elle est nécessaire, soit efficiente et efficace.

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

En plus d'appliquer les objectifs de la politique comme le lui recommandent les *Lois*, le Conseil veille à ce que les cadres de réglementation qui régissent les industries

canadiennes de la radiodiffusion et des télécommunications suivent le rythme des nouvelles technologies. Dans toutes ses activités, le Conseil s’efforce de respecter quatre principes de base : transparence, équité, prévisibilité et diligence. C’est pourquoi le Conseil s’efforce de rendre ses décisions avec une justification claire le plus rapidement possible. De manière à donner plus de transparence à ses processus, le Conseil publie chaque année a) un sommaire de ses activités concernant les industries canadiennes de la radiodiffusion et des télécommunications et b) un plan de travail triennal élaboré en collaboration avec les intervenants de l’industrie. Le public peut consulter ces documents sur le site web du CRTC, <http://www.crtc.gc.ca/fra/publications.htm>.

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

Survol

Le Conseil dispose d'un certain nombre de moyens pour exercer ses pouvoirs de réglementation. En vertu de l'article 6 de la *Loi sur la radiodiffusion*, le Conseil est habilité à formuler des lignes directrices et des énoncés de politique. Ces lignes directrices et ces énoncés sont soumis à un examen périodique pour en garantir l'actualité. Lorsqu'il procède à un examen de ses énoncés de politique et de ses lignes directrices, le Conseil consulte l'industrie et le public en tenant une instance publique qui peut comprendre un appel aux observations. La *Loi sur la radiodiffusion* donne également au Conseil la prérogative d'élaborer des règlements³ à l'égard de l'industrie canadienne de la radiodiffusion. L'article 9(1) de cette Loi autorise le Conseil à répartir les licences par classe et à imposer des conditions de licence. Le Conseil impose des conditions de licence lorsqu'il attribue une licence et modifie ces conditions au besoin au moment du renouvellement de la licence, en vue de réaliser les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion énoncés dans le *Loi sur la radiodiffusion*.

L'article 47 de la *Loi sur les télécommunications* confère au Conseil le mandat d'exercer ses pouvoirs et fonctions en vertu de cette Loi de manière à atteindre les objectifs de la politique canadienne des télécommunications, lesquels sont énoncés à l'article 7, et conformément aux décrets du gouverneur en conseil⁴ ou aux normes prescrites par le Ministre de l'Industrie⁵. En plus de réglementer les tarifs et les modalités aux termes desquels les services de télécommunications sont fournis, le Conseil est habilité à s'abstenir de réglementer des services de télécommunications ou des catégories de services s'il juge entre autres que le marché est suffisamment concurrentiel pour assurer la protection des intérêts des utilisateurs⁶.

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

- i) fixer, surveiller, évaluer et réviser au besoin des cadres de réglementation afin de répondre aux objectifs de ses politiques;
- ii) mettre en place des procédures pour résoudre avec efficacité et efficience les conflits relatifs à la concurrence;

³ *Règlement de 1986 sur la radio, Règlement de 1987 sur la télédiffusion, Règlement de 1993 sur les renseignements relatifs à la radiodiffusion, Règlement de 1997 sur les droits de licence de radiodiffusion, Règles de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Règlement sur la distribution de radiodiffusion, Règlement de 1990 sur la télévision payante, Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, ainsi que tout décret du gouverneur en conseil ou toute norme prescrite par le Ministre de l'Industrie

⁴ Articles 27(1) et 27(2) de la *Loi sur les télécommunications*

⁵ Articles 8, 15 et 47 de la *Loi sur les télécommunications*

⁶ Article 34 de la *Loi sur les télécommunications*

- iii) prendre des décisions sur les fusions, acquisitions et transferts de propriété au sein de l'industrie.

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

Le cadre de réglementation dans un environnement concurrentiel

Dans l'exercice des pouvoirs statutaires que lui confèrent les Lois et la précédente législation, le Conseil a progressivement et systématiquement ouvert les marchés monopolistiques à la concurrence dans toute la mesure du possible, pour que les consommateurs puissent recevoir leurs services de programmation en passant non seulement par des entreprises de câblodistribution traditionnelles, mais aussi par des entreprises de satellite, de service mobile et de téléphonie. Dans l'avis public 1997-25, le Conseil a établi les conditions de déréglementation des tarifs d'entreprises de classe 1⁷. En ouvrant le marché des EDR à la concurrence, le Conseil a mis en place des mécanismes d'autoréglementation de l'industrie de la radiodiffusion quand cela s'avérait nécessaire.

De la même façon, le Conseil a opté, au début des années 1990, pour une plus grande déréglementation du marché des télécommunications. Dans la décision télécom 94-19, le Conseil a établi un processus en trois étapes en vue de déterminer si un marché de télécommunications est suffisamment concurrentiel, ou sur le point de le devenir, pour faire une demande d'abstention⁸.

Depuis 1994, le Conseil s'est abstenu en majeure partie de réglementer certains services dont les services mobiles, les services Internet de détail, les services interurbains et internationaux, divers services de données et de liaison spécialisée, l'équipement terminal et le câblage intérieur, les services par satellite et les services fournis par des entreprises non dominantes. Divers cadres ont été instaurés en 2006 pour régir l'abstention de la réglementation des services locaux au détail. L'ordonnance d'abstention a modifié le cadre établi par le Conseil dans la décision de télécom 2006-15 qui prescrit un cadre d'abstention de la réglementation dans le cas des services locaux. Dans la décision SNHV, le Conseil prévoit un cadre d'abstention à l'égard des services d'accès au réseau numérique haute vitesse intracirconscriptions (services ARN haute vitesse) et des SMCLO. Dans cette décision, le Conseil s'est également abstenu de réglementer les services ARN haute vitesse de Bell Canada dans divers centres de commutation, ainsi que les SMCLO de cette compagnie dans les régions métropolitaines de recensement de Toronto, Montréal et Ottawa.

⁷ Les EDR sont classées d'après le nombre de leurs abonnés : la classe 1 regroupe les EDR qui ont 6 000 abonnés ou plus, la classe 2 comprend des EDR qui ont au moins 2 000 abonnés mais moins de 6 000 et la classe 3 rassemble toutes les EDR de moins de 2 000 abonnés.

⁸ Ces trois étapes consistent à a) définir le marché pertinent, b) établir si la requérante exerce un pouvoir de marché au sein du marché pertinent, et c) déterminer s'il convient d'accorder une abstention et dans quelle mesure.

Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale

Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2011-601 (la politique sur l'intégration verticale), le Conseil a établi son cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale. L'intégration verticale renvoie à la propriété ou au contrôle, par une même entité, à la fois de services de programmation, comme des stations de télévision traditionnelle ou des services payants ou spécialisés, ainsi que de services de distribution, comme les systèmes de câblodistribution ou les services de distribution par satellite de radiodiffusion directe (SRD). L'intégration verticale comprend également la propriété ou le contrôle par une même entité à la fois d'entreprises de programmation et de sociétés de production. L'objectif du Conseil était de s'assurer que les consommateurs continuent à bénéficier d'un vaste choix de programmation dans un système de radiodiffusion où la programmation et la distribution sont de plus en plus intégrées.

Le Conseil permet actuellement aux stations de télévision traditionnelle et aux services payants et spécialisés d'acquérir des droits d'exclusivité sur des émissions parce que ces services sont offerts à tous les systèmes de câblodistribution et à tous les distributeurs par SRD. Cela permet à la plupart des Canadiens d'avoir accès à ces services. Dans cette politique, le Conseil a décidé que la programmation conçue d'abord pour la télévision ne pourra être offerte en exclusivité à des services mobiles ou à des services d'accès Internet au détail. Cette approche fait en sorte que les clients ne seront pas obligés de s'abonner à plusieurs distributeurs afin de recevoir la programmation la plus populaire.

Le Conseil reconnaît que, dans l'environnement des communications d'aujourd'hui, les Canadiens s'attendent à exercer un contrôle sur ce qu'ils regardent et que leurs attentes grandiront vraisemblablement avec la transition en cours vers la technologie numérique.

La politique sur l'intégration verticale énonce un certain nombre de décisions visant à assurer le traitement équitable des services indépendants de programmation et de distribution de radiodiffusion qui doivent faire concurrence à de puissants concurrents intégrés verticalement, de la protection des renseignements commerciaux et du règlement dans des délais raisonnables des différends entre diverses parties du système canadien de radiodiffusion. Le Conseil a publié un code de déontologie relatif aux interactions et aux ententes commerciales. Ce code énonce des objectifs généraux devant gouverner les ententes commerciales entre les entreprises de distribution de radiodiffusion, les services de programmation et les entreprises néomédiatiques.

Questions sociales et questions relatives à la consommation

- i) Normes de qualité relatives au sous-titrage codé pour malentendants

Dans l'avis public de radiodiffusion 2007-54, le Conseil énonce une nouvelle politique à l'égard du sous-titrage codé pour malentendants qui s'applique à tous les titulaires de télévision.

Les télédiffuseurs de langue française et de langue anglaise sont tenus de sous-titrer 100 % des émissions qu'ils diffusent au cours de la journée de radiodiffusion, à l'exception des messages publicitaires et promotionnels. Cette exigence prévoit des exceptions pour les cas

isolés et non systématiques où le télédiffuseur, à cause d'un incident technique, d'un équipement défectueux, d'une erreur humaine ou de toute autre circonstance indépendante de sa volonté, est incapable de fournir le sous-titrage.

À ce moment, le Conseil n'était pas prêt à imposer des exigences particulières pour le sous-titrage des émissions en langues tierces. Toutefois, le Conseil a encouragé les télédiffuseurs – en particulier s'ils diffusent dans les langues tierces utilisant l'alphabet occidental – à trouver des solutions pour rendre leurs émissions en langues tierces plus accessibles et à fournir le sous-titrage chaque fois que cela s'avère possible.

Dans la politique réglementaire de radiodiffusion et de télécom 2009-430 (la politique sur l'accessibilité), le Conseil a réitéré sa directive à l'industrie de radiodiffusion d'établir des groupes de travail de langues française et anglaise afin de déterminer des solutions aux problèmes de sous-titrage codé soulevés par les utilisateurs.

À la fin de l'été 2011, le Conseil a publié, à des fins d'observations, des normes de qualité du sous-titrage codé en langues française et anglaise. À l'hiver 2011/2012, le Conseil a approuvé les normes de qualité du sous-titrage codé de langue française (politiques réglementaires de radiodiffusion 2011-741 et 2011-741-1). Les normes en langue anglaise ont été approuvées par le Conseil le 5 juillet 2012 (politique réglementaire de radiodiffusion 2012-362). Les normes de qualité entreront en vigueur le 1^{er} septembre 2012.

ii) Groupe de travail sur la vidéodescription

À l'automne 2011, le Conseil a reçu le rapport final (le rapport) du groupe de travail sur la vidéodescription (GTVD), lequel a été créé conformément à la politique sur l'accessibilité avec le mandat d'élaborer des recommandations, des pratiques courantes et d'autres solutions visant à améliorer l'accessibilité des émissions avec vidéodescription et à les promouvoir. Le GTVD est composé de représentants de l'industrie de la radiodiffusion et de la communauté des personnes handicapées. Le rapport décrit des activités et des délais liés à :

- l'amélioration de la transmission de la vidéodescription;
- fournir aux abonnés un ou plusieurs moyens simples d'accéder à la vidéodescription intégrée;
- la correction de toute perte de signal sonore liée à la vidéodescription;
- faire en sorte que l'information au sujet des émissions avec vidéodescription soit disponible dans les horaires d'émissions imprimés, en ligne et électroniques.

Le Conseil a approuvé le rapport et a demandé au GTVD de faire rapport sur le progrès de toutes ses activités d'ici la fin de mai 2012.

iii) Code national de protection des consommateurs des services sans-fil

À l'hiver 2011/2012, le Conseil a lancé un processus pour déterminer si les conditions dans le marché canadien du sans-fil ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans-fil de détail. On prévoit qu'une décision du Conseil à cet égard sera publiée au cours de l'été 2012. Dans son dernier rapport annuel, le Commissaire des plaintes relativement aux services de télécommunications (CPST) a indiqué que les plaintes

relatives aux services sans-fil représentent 62 % de toutes les plaintes reçues en 2010-2011, comparativement à 31 % en 2007-2008. Au cours des deux dernières années, il y a eu plus de plaintes à l'égard des services sans-fil que de tous les autres types de plaintes combinés.

La résolution de conflits

Aux fins du présent rapport, un dossier de résolution de conflit est composé de demandes soumises par une partie en vertu de la partie 1 des *Règles de pratique et de procédure* du CRTC, ainsi que de médiation assistée par le personnel, ce qui a lieu lorsqu'une demande formelle d'une partie externe mène à une médiation en personne assistée par le personnel. Un conflit informel est toute autre intervention du personnel déclenché par une demande – orale ou écrite – d'une partie externe. Au cours des années précédentes, les médiations assistées par le personnel faisaient partie des conflits informels.

Au cours des douze mois de l'exercice financier se terminant le 31 mars 2012, le groupe de règlement des différends à l'amiable (RDA) du secteur de la radiodiffusion du Conseil a commencé son travail avec un dossier de résolution de conflit en suspens, lequel a été reçu au cours de l'exercice financier précédent, et a ouvert quatre nouveaux dossiers en vertu de la partie 1 des *Règles de pratique et de procédure* du CRTC. Tous ces dossiers étaient des cas de préférence ou désavantage indus traitant de questions importantes soulevées en raison de l'évolution de la dynamique des services et des plateformes alors que l'industrie de la radiodiffusion migre vers un environnement numérique. À la fin de la période, deux dossiers de résolution de conflit demeuraient en suspens, dont un avait été reçu en février 2012 et l'autre en mars 2012. De plus, il y avait quatre autres dossiers de préférence ou désavantage indus comportant des questions similaires, lesquels ont été traités par le groupe de Politique de réglementation en matière de distribution; un dossier demeure actif et, à ce jour, non résolu.

Durant cette même période, le groupe RDA a aidé des parties dans le cadre de trois médiations formelles et neuf interventions informelles du personnel. Tous ces dossiers ont été résolus et conclus durant l'exercice financier 2011/12. Tel que prévu, la majorité des dossiers portait sur des enjeux liés aux plateformes, aux arrangements d'assemblage et aux tarifs dans un environnement où les réalités commerciales et réglementaires sont changeantes, particulièrement puisque ces dernières évoluent dans un secteur de radiodiffusion verticalement intégré. On prévoit régler des différends à l'égard de ces situations au cours de la prochaine année.

Informations statistiques – Survol réglementaire de la radiodiffusion et des télécommunications

Tableau 2.2.1 Plaintes en radiodiffusion par secteur et par sujet

	2007-08		2008-09		2009-10		2010-11		2011-12	
	Plaintes reçues	Renvois devant le CCNR								
Radio										
Propos haineux ^a	11	-	26	10	22	2	35	5	38	3
Contenu pour adultes	8	3	19	11	10	9	13	5	14	6
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	6	-	-	-	-	-	1	-
Stéréotypes sexuels	-	-	1	1	1	1	-	-	5	4
Insultes ou injures ^b	89	30	397	308	224	140	220	100	258	95
Langage vulgaire ^c	24	8	40	23	39	16	296	266	22	9
Télévision traditionnelle										
Propos haineux	5	1	39	5	27	5	26	-	30	2
Contenu pour adultes	84	34	111	47	87	25	52	8	56	11
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	4	-	17	1	5	1	4	-	8	-
Stéréotypes sexuels	-	-	5	2	9	2	2	-	9	-
Insultes ou injures	107	6	455	61	260	133	135	22	217	43
Langage vulgaire	34	14	51	20	47	19	41	19	29	3
Violence à la télévision	40	9	85	24	56	20	84	14	76	14
Chaînes spécialisées										
Propos haineux	2	-	10	-	2	-	-	-	1	-
Contenu pour adultes	32	14	82	39	41	10	31	10	23	12
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-
Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Insultes ou injures	12	2	212	202	22	12	19	5	161	87
Langage vulgaire	7	2	32	23	25	8	13	6	7	5
Violence à la télévision	14	5	20	14	19	9	21	5	18	10
Services payants et services à la carte										
Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contenu pour adultes	4	-	402	1	24	3	32	-	3	-
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

1. 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.
2. 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 ».
3. Dans lesquels la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

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

Tableau 2.2.2 Nombre de communications provenant du public

	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Demandes de renseignements en radiodiffusion	14 594	7 131	5 747	6 261	5 829
Plaintes en radiodiffusion	5 581	11 851	12 740	10 813	12 419

- Pour une période de douze mois : du 1^{er} avril au 31 mars
- Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC (Le système de comptage enregistre tous les contacts comme s'ils étaient distincts, y compris les multiples contacts provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.)

Tableau 2.2.3 Plaintes traitées par le CCNR

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

Source : Rapports annuels du CCNR

Tableau 2.2.4 Plaintes traitées par les NCP

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Plaintes reçues par les NCP	1 040	1 445	1 119	1 228	1 200	1 809
Plaintes portant sur des annonces à la télévision	527	857	528	546	526	686
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>	51 %	59 %	47 %	44 %	44 %	38 %
Plaintes portant sur des annonces à la radio	73	52	56	64	67	85
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>	7 %	4 %	5 %	5 %	5 %	5 %

Source : Rapports sur les plaintes concernant la publicité

Tableau 2.2.5 Plaintes en télécommunications traitées par le CPRST

	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11
Nombre de communications	6 132	17 407	43 609	70 361
Plaintes reçues par le CPRST	2 226	3 214	3 747	8 007
<i>Pourcentage lié aux plaintes concernant le sans-fil</i>	31 %	38 %	52 %	62 %
Plaintes conclues	1 662	3 003	3 522	7 732

Source : rapports annuels du CPRST

Données statistiques – Résolution de conflits

Tableau 2.2.6 Nombre de cas de différends présentés

	Différends/médiation		Offre finale Arbitrage/arbitrage accéléré	
	2010-11	2011-12	2010-11	2011-12
Radiodiffusion	20	20 ¹	2	2
Télécommunications	25	30	2	2
Total	45	50	4	4

• Pour la période du 1^{er} avril 2010 au 31 mars 2011

1. Le groupe de Politique de réglementation en matière de distribution a traité 4 de ces dossiers.

Source : suivi interne du CRTC

Tableau 2.2.7 Nombre de cas reçus de différends formels en radiodiffusion (2011/2012)

	Demandes de la partie 1	Médiations formelles	Interventions informelles du personnel
Accès à l'immeuble	0	0	0
Distribution/programmation	8 ¹	3	9
Total	8	3	9

• Pour la période du 1^{er} avril 2011 au 31 mars 2012.

1. Le groupe de Politique de réglementation en matière de distribution a traité 4 de ces dossiers.

Source : suivi interne du CRTC

Tableau 2.2.8 Nombre de résolutions de différends en télécommunications (2011/2012)

	Médiations formelles	Différends informels	Total
Service / disponibilité de l'accès	0	14	14
Problèmes de service	0	11	11
Annulation de service	0	4	4
Accessibilité	1	0	1
Total	1	29	30

• Pour la période du 1^{er} avril 2011 au 31 mars 2012.

Source : suivi interne du CRTC

2.3 Régimes de contribution et de financement

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

En 2011, 3,2 milliards de dollars ont été versés par les fournisseurs de services de radiodiffusion et de télécommunications et investis dans la poursuite de ces objectifs. Environ 95 % de cette contribution a financé des projets culturels et de programmation en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion*; le reste (5 %) a appuyé la réalisation des objectifs sociaux et économiques en vertu de la *Loi sur les télécommunications*.

Aperçu des régimes de contribution et de dépenses

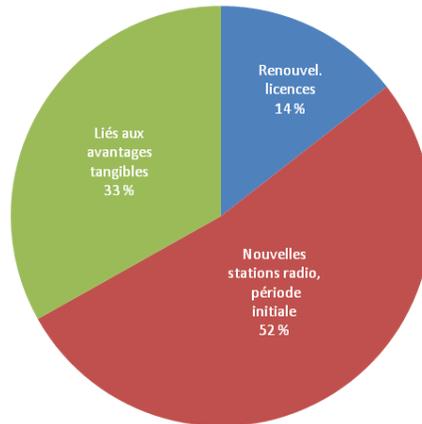
(millions \$)	2010	2011	Croissance (%)
Contribution de la radio commerciale et des services sonores au DCC	46	54	17,2 %
DÉC de la télévision	2 431	2 535	4,3 %
Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne	368	382	3,9 %
FAPL	101	107	5,8 %
Subvention du service téléphonique de résidence dans les zones de desserte à coût élevé	165	154	-6,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Régimes de contribution et de financement – Radiodiffusion

Données se rapportant à l'année de radiodiffusion allant du 1^{er} septembre 2010 au 31 août 2011. Consultez la section *Radiodiffusion* du présent rapport pour obtenir de plus amples renseignements statistiques. Ces graphiques ne tiennent pas compte du financement additionnel, des incitatifs ou des contributions faites par des institutions privées ou des organismes d'État pour la conception et la production d'un contenu canadien sonore et visuel ne relevant pas de la compétence et du mandat du CRTC.

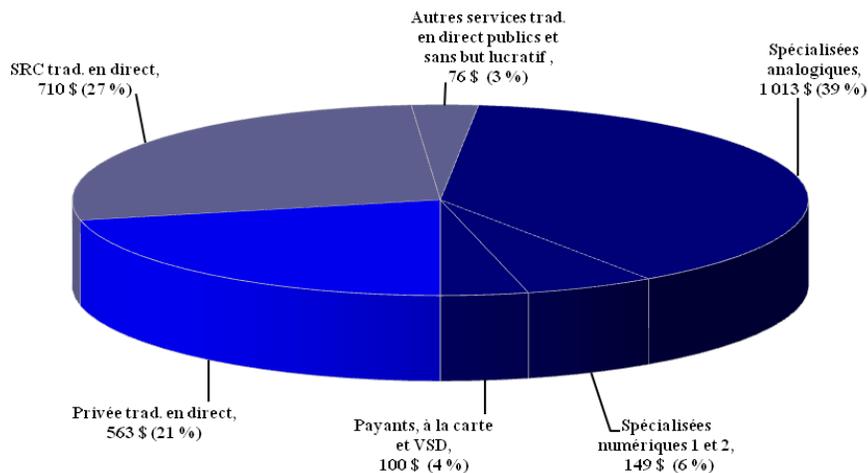
Graphique 2.3.1 Contributions au DCC en 2011 rapportées par la radio commerciale et les services sonores : 54 millions \$



- Légères variances en raison des chiffres arrondis
- Englobe aussi bien les contributions versées en vertu du régime de promotion des artistes canadiens que celles versées au titre du DCC

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 2.3.2 DÉC de la télévision en 2011 : 2,6 milliards \$

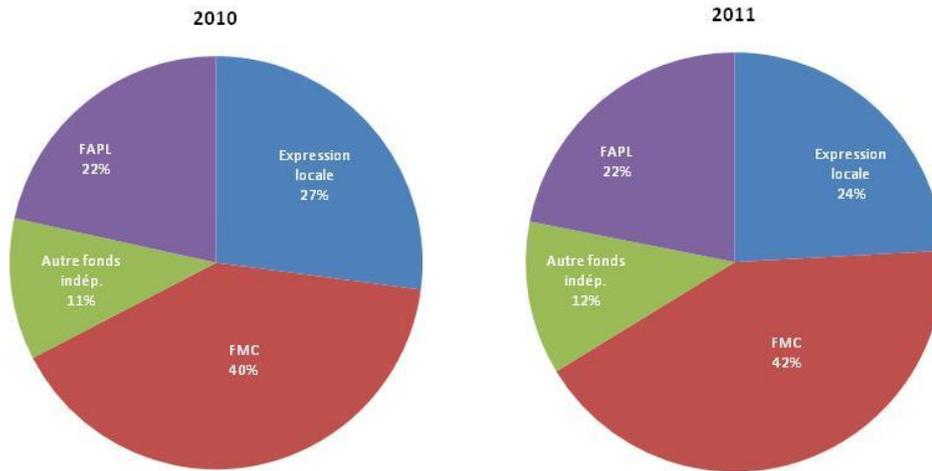


- Légères variances dues à l'arrondissement.
- DÉC : Englobent les dépenses associées à la diffusion d'émissions canadiennes, à des amortissements dans le catalogue canadien, à la scénarisation et la conceptualisation, ainsi qu'aux pertes liées à des investissements en émissions canadiennes.
- Englobe 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 2.3.3 Contributions des EDR à la création et la production de programmation canadienne



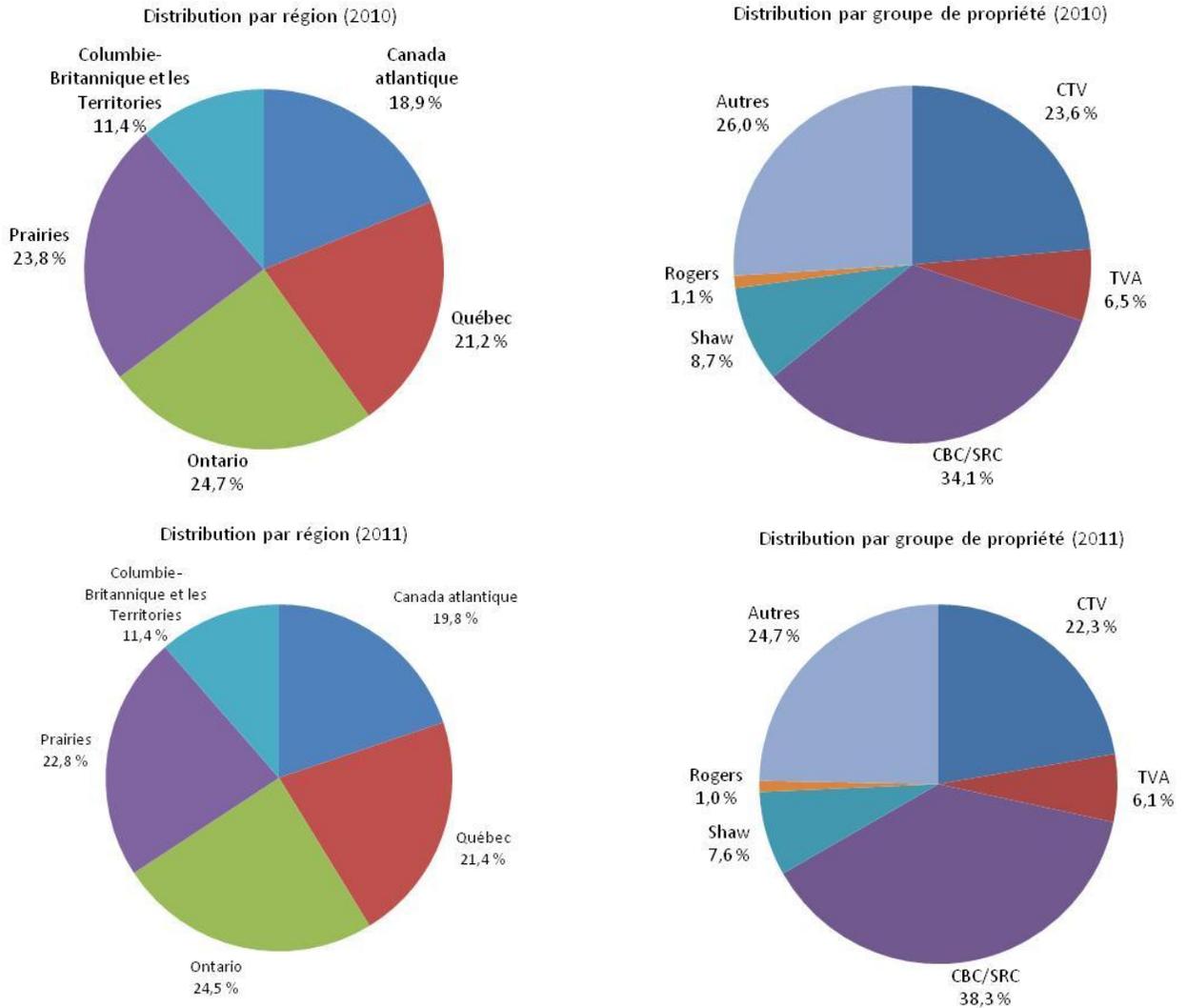
• Légères variances dues à l'arrondissement.
Sources : données recueillies par le CRTC

Tableau 2.3.1 FAPL – Contributions et nombre de bénéficiaires

Année	Contributions (millions \$)	Nombre de bénéficiaires		Le fonds 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 %

• Basé sur les années de radiodiffusion débutant le 1^{er} septembre 2009 et se terminant le 31 août 2011
Source : Données recueillies par le CRTC

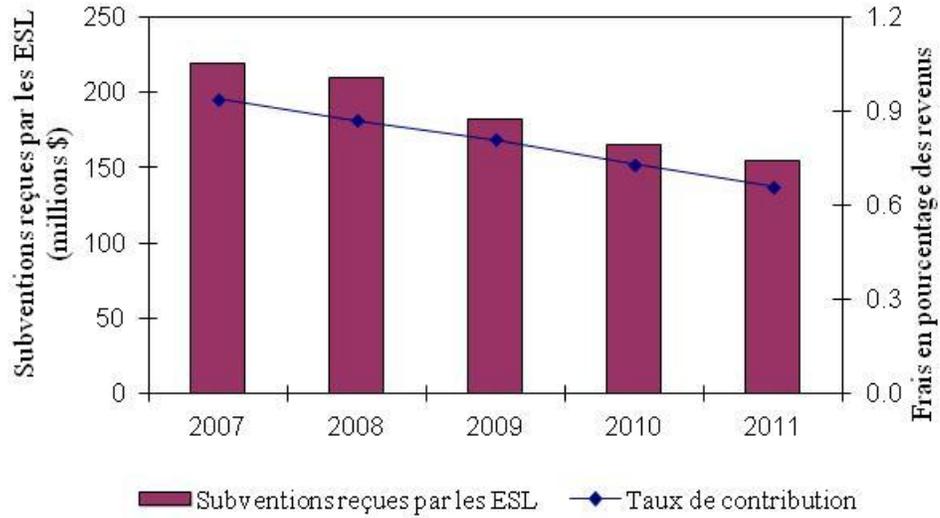
Graphique 2.3.4 FAPL – Répartition par région et par groupe de propriété



Source : Données recueillies par le CRTC

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

Graphique 2.3.5 Subventions versées aux ESL et frais en pourcentage des revenus



Sources : Données recueillies par le CRTC, et décisions.

3.0 L'industrie des services de communications

3.1 Survol

La présente section examine globalement l'industrie des services de radiodiffusion et de télécommunications (l'industrie canadienne des services de communications) et examine brièvement dans quelle mesure les joueurs de l'industrie offrent des services de communications au-delà de leurs services de base traditionnels. En 2005, les revenus des FST et des câblodistributeurs autorisés représentaient respectivement 59 % et 23 % du total des revenus des communications. À la fin de 2011, 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

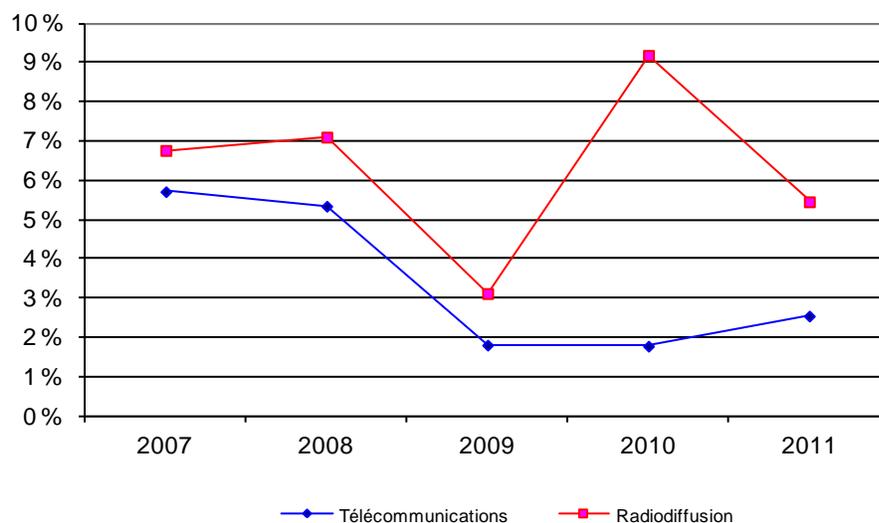
(en milliards \$)	2010	2011	% Growth
Revenus des communications	57,4	59,3	3,3
Radiodiffusion	15,7	16,6	5,5
Radio	1,6	1,6	3,9
Télévision	6,1	6,4	5,4
EDR	8,1	8,6	5,8
Télécommunications	41,7	42,7	
Revenus de communications par type de fournisseur			
FST titulaires	29,1	29,7	2,3
Câblodistributeurs	18,5	19,2	3,9
Autres	9,9 #	10,4	5,2
Revenus des communications dans le PIB (%)	4,7	4,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Télécommunications						
Filaire	23,6	24,2	24,0	23,7	23,6	-0,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,2 %	2,2 %	-0,5 %	-1,6 %	-0,3 %	
Sans fil	14,5	16,0	16,9	18,0	19,1	7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,4 %	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	
Sous-total	38,2	40,2	40,9	41,7	42,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,8 %	5,3 %	1,8 %	1,8 %	2,5 %	
Radiodiffusion						
Radio AM et FM	1,5	1,6	1,5	1,6	1,6	1,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,2 %	6,1 %	-5,4 %	2,9 %	3,9 %	
Télévision	5,3	5,5	5,5	6,1	6,4	5,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,4 %	4,3 %	-0,1 %	10,6 %	5,4 %	
EDR	6,3	6,9	7,4	8,1	8,6	8,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	8,8 %	9,7 %	7,5 %	9,3 %	5,8 %	
Sous-total	13,1	14,0	14,4	15,7	16,6	6,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,7 %	7,1 %	3,0 %	9,1 %	5,5 %	
Total des revenus	51,2	54,2	55,3	57,4	59,3	3,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,0 %	5,8 %	2,1 %	3,7 %	3,3 %	

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	TCAC 2009-2011
FST titulaires				
Télécommunications	27 179,7	27 169,8	27 605,1	0,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,1 %	0,0 %	1,6 %	
EDR	1 662,4	1 899,1	2 137,6	13,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	10,1 %	14,2 %	12,6 %	
Sous total	28 842,1	29 068,9	29 742,7	1,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,6 %	0,8 %	2,3 %	
Compagnies de téléphone de services publics et autres FST	723,7	713,5	849,8	8,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	23,5 %	-1,4 %	19,1 %	
Revendeurs	1 594,7	1 533,8	1 522,8	-2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-14,4 %	-3,8 %	-0,7 %	
Câblodistributeurs				
Télécommunications	11 428,4	12 237,0	12 734,9	5,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	7,8 %	7,1 %	4,1 %	
EDR	5 767,2 #	6 219,9 #	6 450,7	5,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,7 %	7,8 %	3,7 %	
Sous total	17 195,6	18 456,9	19 185,6	5,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	7,5 %	7,4 %	3,9 %	
Radiodiffusion – Autres entités	6 983,2	7 608,4	7 998,1	7,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,2 %	9,0 %	5,1 %	
Total des revenus	55 339,2	57 381,5	59 229,0	3,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,1 %	3,7 %	3,3 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

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
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 des marchés multiples

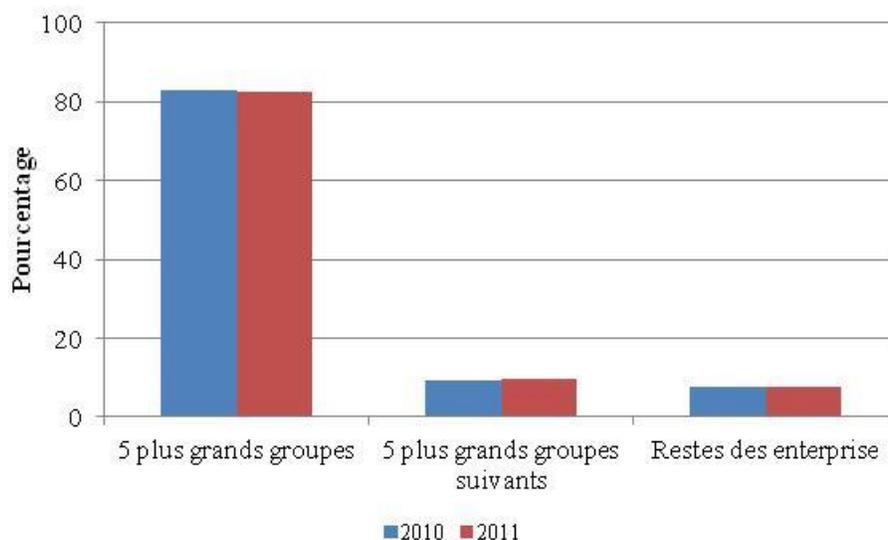
Nombre de marchés	Nombre d'entreprises ayant fait rapport et exploitées dans ces marchés		% des revenus de radiodiffusion et de télécommunications générés dans ces marchés	
	2010	2011	2010	2011
11	3	3	63	62
10	0	0	0	0
9	1	1	4	5
8	3	4	21	23
7	2	1	3	1
6	4	6	0	0
5	12	11	0	0
4	24	22	3	3
3	27	35	1	1
2	42	44	2	2
1	218	217	2	2

- Le nombre de marchés comprend : 5 marchés de radiodiffusion (marchés de radio, télévision, EDR, spécialisés, ainsi que VSD, payants et TVC) et 6 marchés 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

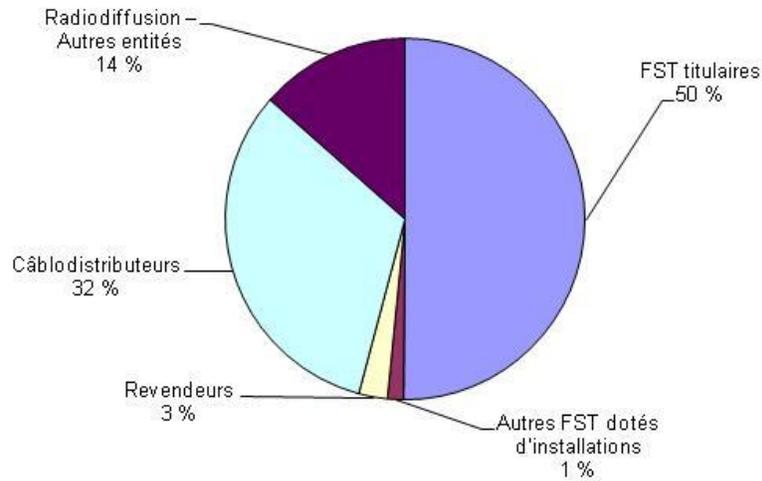
Graphique 3.1.2 Revenus de radiodiffusion et de télécommunications pour les cinq plus grands groupes d'entreprises, les cinq suivants et le reste des entreprises

- Les revenus des plus grandes compagnies comprennent les revenus de leurs affiliées.

- Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

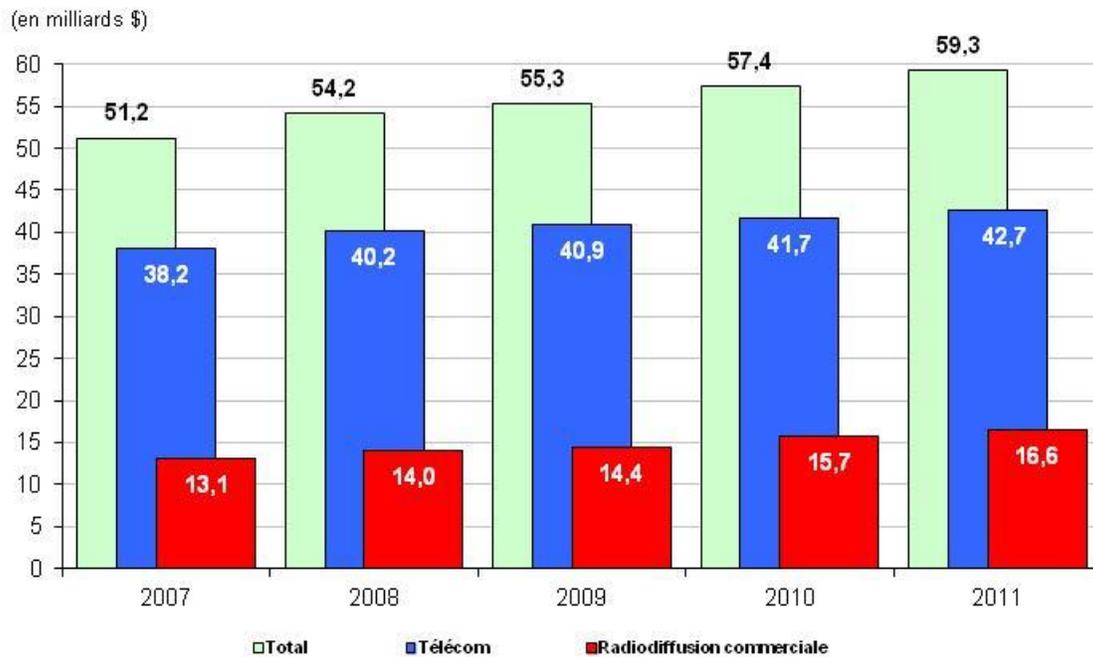
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.3 Pourcentage des revenus de radiodiffusion et de télécommunications, par type de fournisseur (2011)



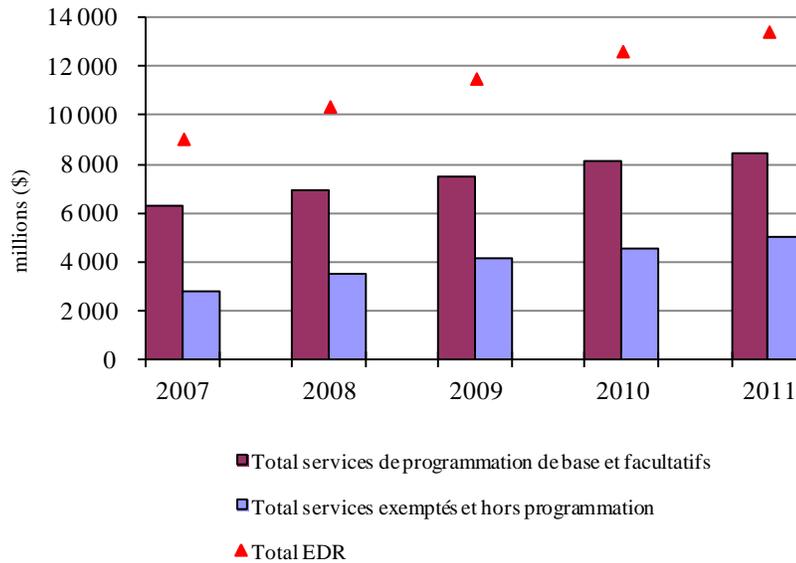
Source : Données recueillies par le CRTC

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



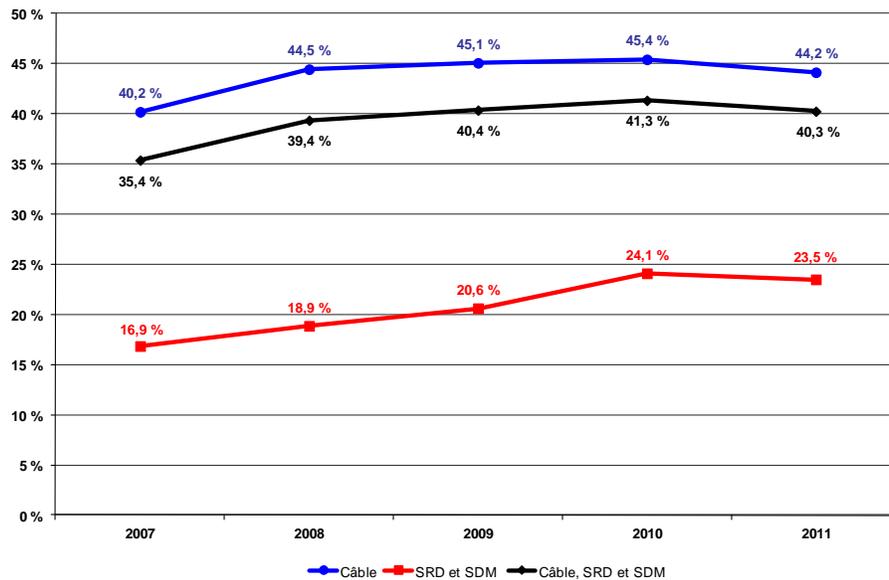
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.5 Revenus des EDR par type de service



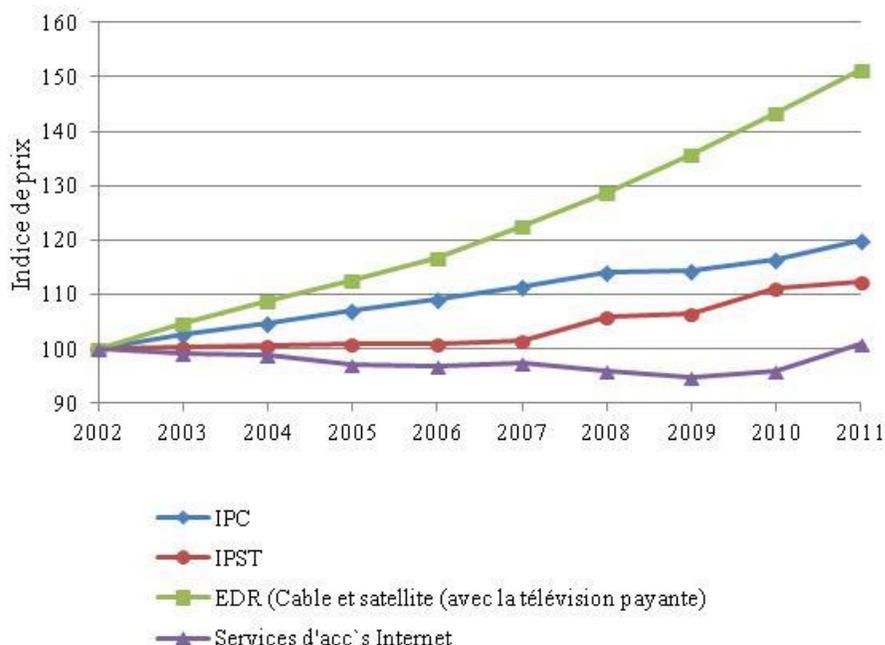
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.6 Marges des BAIDA dégagées par l'ensemble des services des EDR (services de programmation, exemptés et hors programmation)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.7 Indices des prix [IPST¹, EDR² (câble et satellite incluant la télévision payante), services d'accès Internet et IPC]



1. L'IPST reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services téléphoniques. Ce panier 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 sans fil ou Internet.
2. L'indice de prix 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.

Source : Statistique Canada

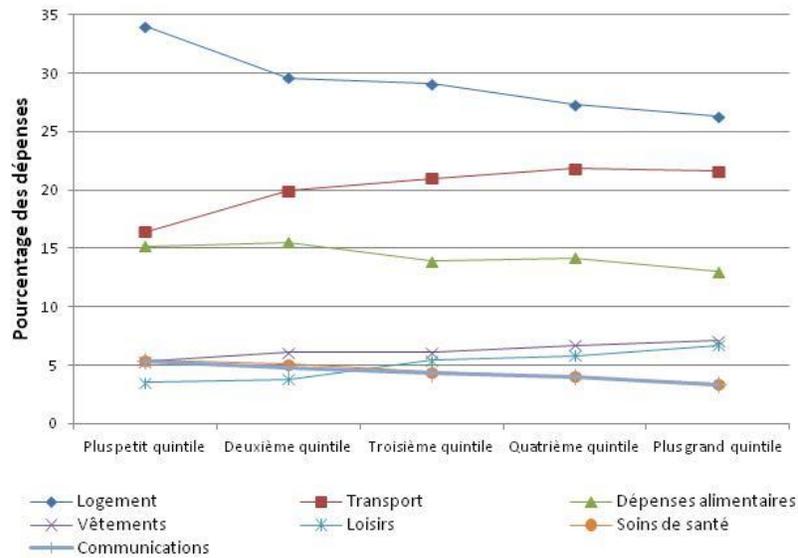
Tableau 3.1.5 Dépenses mensuelles des ménages en communications, par quintile (2011)

Service (\$/mois/ménage)	Plus petit quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Plus grand quintile	Toutes les catégories
Téléphone filaire	33,91	33,51	37,01	42,56	42,39	37,66
Cellulaire	31,58	43,33	58,25	73,00	98,50	60,92
Internet	18,45	25,47	31,80	34,65	39,28	29,95
Câblodistribution et radiodiffusion directe	37,99	45,76	52,09	59,35	67,11	52,42
Communications	121,75	148,03	179,26	209,60	247,34	180,95

- Les limites supérieures pour 2010, pour le premier quintile au quatrième quintile sont 27 000 \$, 47 000 \$, 71 000 \$ et 110 000 \$.
- Les services de téléphone filaire excluent la vente et la location d'équipement

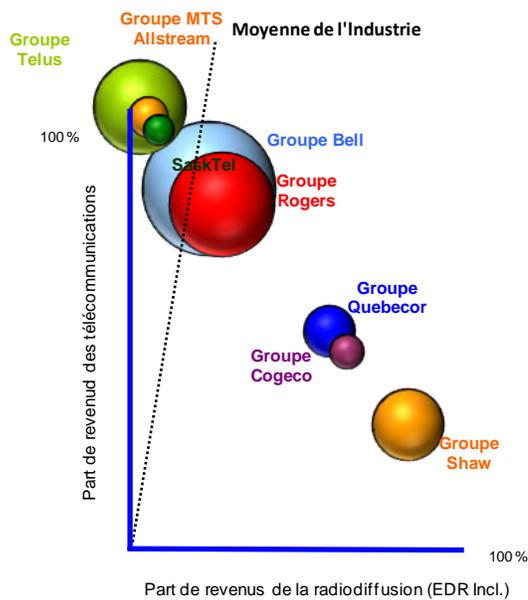
Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Graphique 3.1.8 Les sept plus importantes dépenses des ménages, par quintile



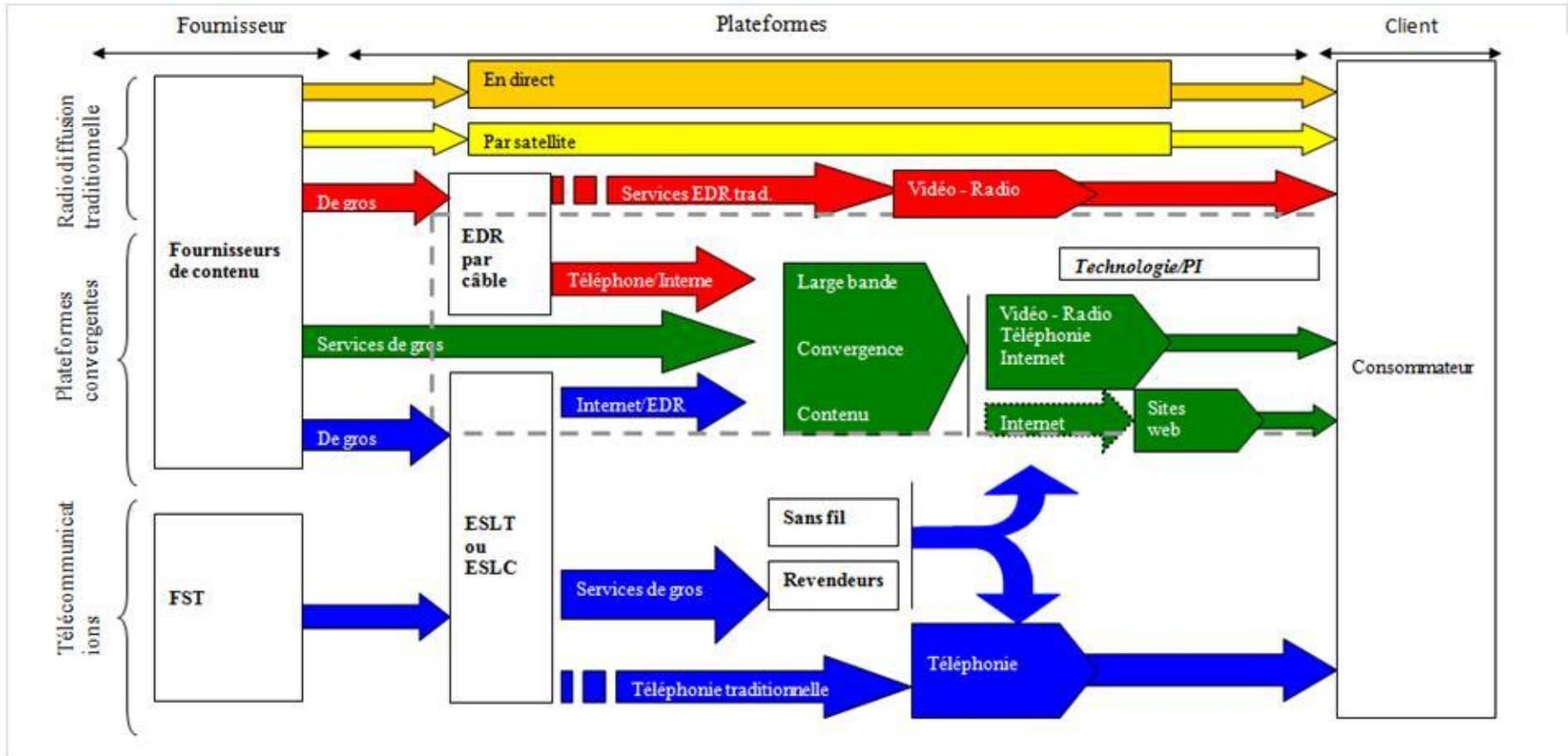
- Les communications incluent le téléphone filaire, le cellulaire, Internet ainsi que la câblodistribution et la radiodiffusion directe
- Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, données recueillies par le CRTC

Graphique 3.1.9 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

Graphique 3.1.10 Plateformes d'exploitation de la radiodiffusion et des télécommunications



4.0 Radiodiffusion

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

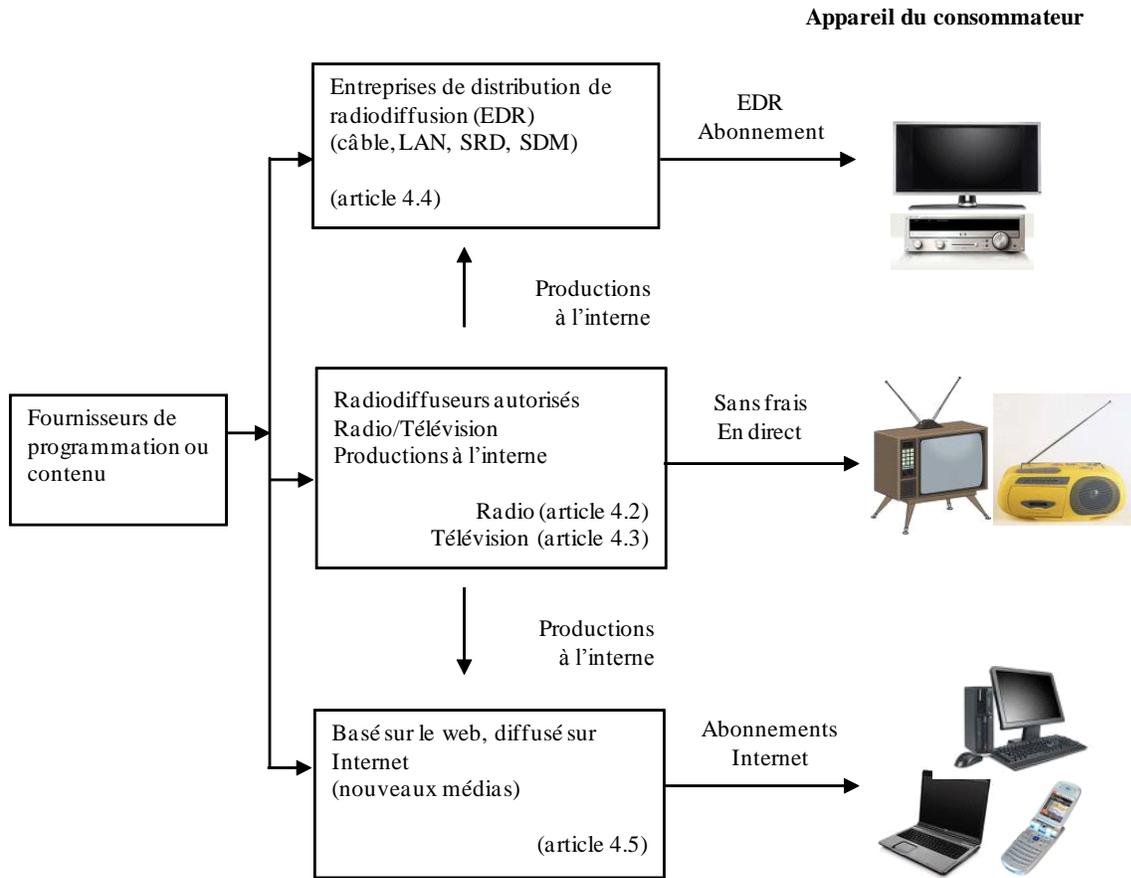
- i) la transmission traditionnelle où des radiodiffuseurs autorisés distribuent sans frais au grand public leurs émissions de radio ou de télévision par l'intermédiaire de fréquences ou de canaux qui leur sont assignés dans le spectre approprié (AM, FM, VHF, UHF ou bande L);
- ii) les lignes terrestres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

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

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

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

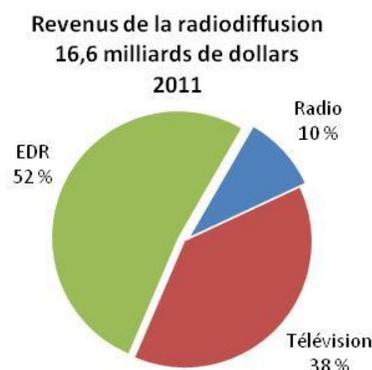
Diagramme 4.0.1 Distribution de programmation



4.1 Radiodiffusion – Examen de la situation financière

Survol

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



Aperçu du secteur de la radiodiffusion

	2010	2011	Croissance (%)
Revenus (millions \$)			
Radiodiffusion	15 728	16 586	5,5
Radio	1 552	1 613	3,9
Télévision	6 055	6 385	5,5
EDR ^{1,2}	8 119	8 588	5,8
BAIL (millions \$)			
Radio	298	311	4,3
Télévision	889	1 091	22,7
BAIDA (millions \$)			
EDR ^{1,2}	2 001	1 927	-3,7

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 – Revenus de la radiodiffusion
Tableau 4.1.1 Revenus de la radiodiffusion (millions \$)

						<i>TCAC</i>
						<i>2007-2011</i>
	2007	2008	2009	2010	2011	
Radio						
AM	329	331	306	307	311	-1,4 %
	<i>Croissance annuelle</i>	2,4 %	0,4 %	-7,4 %	0,4 %	1,2 %
FM	1 173	1 260	1 201	1 244	1 302	2,6 %
	<i>Croissance annuelle</i>	6,9 %	7,5 %	-4,7 %	3,6 %	4,6 %
Total radio	1 502	1 591	1 508	1 552	1 613	1,8 %
	<i>Croissance annuelle</i>	5,9 %	5,9 %	-5,2 %	2,9 %	3,9 %
Télévision						
Télévision traditionnelle de la SRC ¹	356	412	392	450	500	8,9 %
	<i>Croissance annuelle</i>	-9,2 %	15,7 %	-4,9 %	14,8 %	11,1 %
Télévision traditionnelle privée	2 171	2 138	1 971	2 147	2 153	-0,2 %
	<i>Croissance annuelle</i>	1,3 %	-1,5 %	-7,8 %	9,0 %	0,3 %
Télévision payante, TVC, spécialisée et VSD	2 729	2 929	3 113	3 457	3 732	8,1 %
	<i>Croissance annuelle</i>	9,2 %	7,3 %	6,3 %	11,1 %	7,9 %
Total télévision	5 256	5 480	5 475	6 055	6 385	5,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	4,4 %	4,3 %	-0,1 %	10,6 %	5,5 %
EDR						
Câble	4 334	4 762	5 123	5 594	5 918	8,1 %
	<i>Croissance annuelle</i>	8,1 %	9,9 %	7,6 %	9,2 %	5,8 %
Entreprises de SRD et SDM	1 834	2 036	2 196	2 385	2 532	8,4 %
	<i>Croissance annuelle</i>	11,8 %	11,0 %	7,8 %	8,6 %	6,1 %
EDR qui ne déposent pas de rapport	134 #	116 #	111 #	139 #	139	0,9 %
	<i>Croissance annuelle</i>	-5,7 %	-13,9 %	-3,7 %	25,1 %	0,0 %
Total EDR	6 302 #	6 914 #	7 430 #	8 119 #	8 588	8,0 %
	<i>Croissance annuelle</i>	8,8 %	9,7 %	7,5 %	9,3 %	5,8 %
Total radiodiffusion	13 061	13 987	14 413	15 728	16 586	6,2 %
	<i>Croissance annuelle</i>	6,7 %	7,1 %	3,0 %	9,1 %	5,5 %

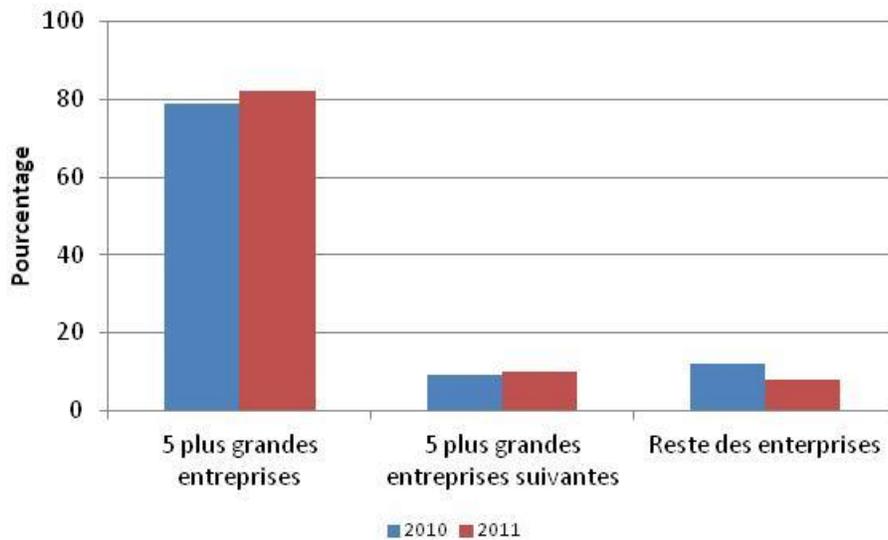
1. Les revenus de la SRC comprennent les revenus publicitaires et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.
Source : Données recueillies par le CRTC

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

Nombre de marchés	Nombre d'entreprises exploitées dans ces marchés		% de revenus de radiodiffusion générés dans ces marchés	
	2010	2011	2010	2011
5	3	3	69	68
4	2	2	15	15
3	1	3	0	5
2	17	15	10	7
1	166	170	6	6

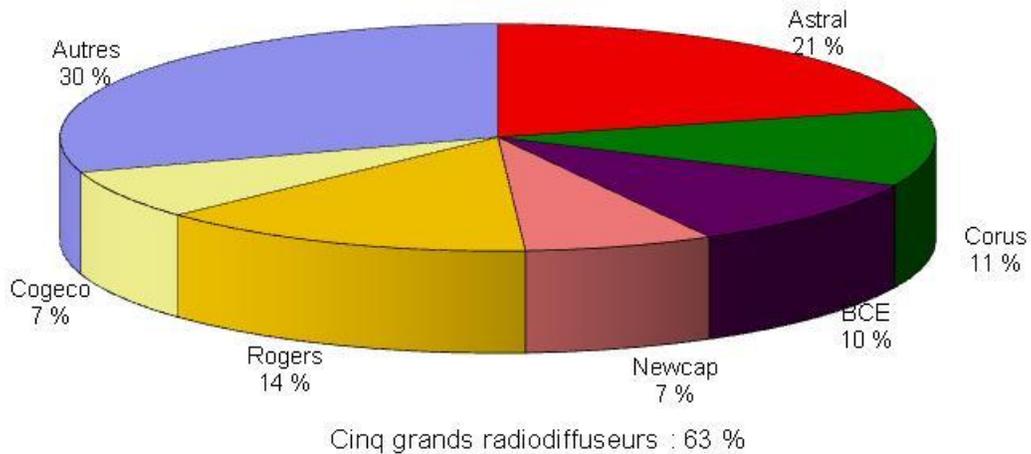
- Le nombre de marché comprend les marchés de la radio, de la télévision, des EDR, des services spécialisés, ainsi que des services payants, de VSD et de TVC.
 - Les données de 2010 ont été réajustées de manière à refléter les joueurs de l'industrie en date du 30 mars 2011.
 - Les sociétés mères comprennent 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



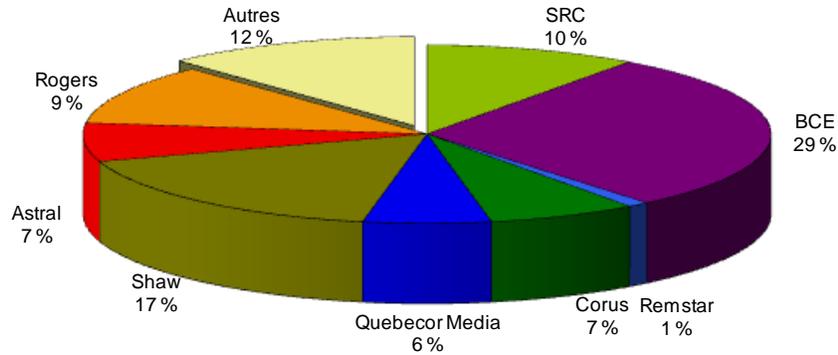
- Les revenus des plus grandes entreprises comprennent les revenus de leurs affiliées.
 - Les sociétés mères comprennent leurs filiales.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.2 Revenus de la radio commerciale, par radiodiffuseur (2011)



- 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 (2011)

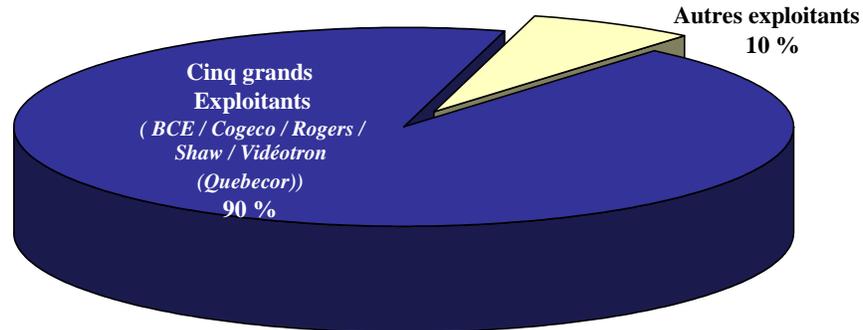


Cinq grands radiodiffuseurs : 75 %

- 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.

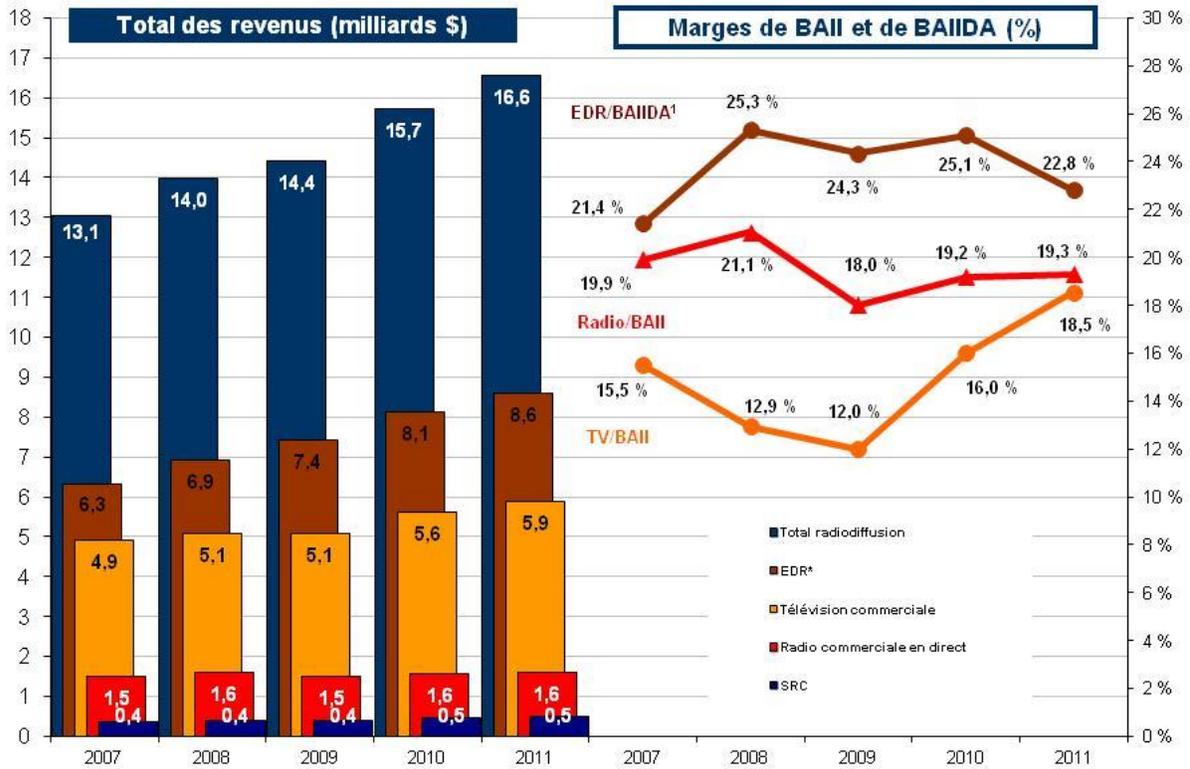
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.4 Revenus de 2011 des EDR, par exploitant



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

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



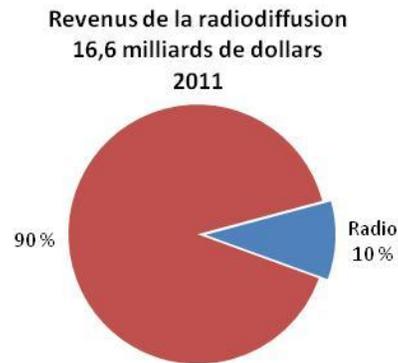
1. Les revenus des EDR englobent les revenus des EDR qui ne soumettent pas de rapport, mais excluent ceux des services exemptés et des services hors programmation. Les BAIIDA des EDR représentent uniquement les services de base et les services facultatifs.

Source : Données recueillies par le CRTC

4.2 Secteur de la radio

Survol

Le marché de la radio au Canada compte plus de 1 200 services sonores et de radio, dont 99 % sont des services en direct et 1 % sont distribués par d'autres types de services. La SRC, radiodiffuseur public national, exploite environ 7 % 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.



Coup d'œil sur la radio

	2010	2011	% Croissance
Total des services sonores et de radio au Canada	1 206	1 183	-1,9
Langue anglaise	902	896	-0,7
Langue française	266	251	-5,6
Langue tierce	38	36	-5,3
Total des services sonores et de radio commerciale privée	733	733	0
Langue anglaise	81 %	81 %	0
Langue française	15 %	15 %	0
Total des revenus de la radio commerciale (millions \$)	1 552	1 613	3,9
Langue anglaise	81 %	81 %	0
Langue française	16 %	16 %	0
Principaux exploitants privés de la radio commerciale (% des revenus totaux)			
Marché de langue anglaise – les 5 grands	70 %	69 %	-1,5
Marché de langue française – les 3/2 grands	82 %	42 %	s.o.
BAIL des radiodiffuseurs privés commerciaux (millions \$)	298	311	4,3
Langue anglaise (millions \$)	252	269	6,7
Langue française (millions \$)	42	37	-11,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Marché de la radio

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	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Services de radio en direct³								
Radiodiffuseur public du Canada								
SRC : Radio One / Première Chaîne ⁴	36	36	20	20			56	56
SRC : Radio 2 / Espace musique	14	14	12	12			26	26
SRC : Licences de réseaux	2	2	2	2			4	4
SRC numérique: Radio One / Première Chaîne ⁵	4	0	3	0			7	0
SRC numérique: Radio 2 / Espace musique ⁵	4	0	3	0			7	0
Privés commerciaux								
Stations AM	122	115	9	9	12	12	143	136
Stations FM ⁴	436	456	95	94	12	13	543	563
Licences de réseaux AM et FM ⁶	4	0	2	1			6	1
Radio numérique (autonome et de transition) ⁷	32	24	4	4	5	5	41	33
Religieux (musique et création orale)⁸	45	50	27	24	1	0	73	74
Communautaires								
Stations de type A ⁹	11	12	34	35			45	47
Stations de type B	31	34	33	33	1	1	66	68
Stations en développement	6	8					6	8
Campus								
Communautaires	36	35	5	5			41	40
Éducatifs	10	9					10	9
Stations en développement							0	0
Autochtones - Stations de type B⁹	36	41	9	10			45	51
Autres (Tourisme et circulation, Environnement Canada, événements spéciaux, autres licences de réseau, etc.)	63	50	8	2	2	0	73	52
Nombre total de services canadiens de radio en direct	893	886	266	251	33	31	1 192	1 168
Services de radio à canaux multiples par abonnement et services sonores transmis par des EDR								
Distribués par satellite	2	2					2	2
Distribués par émetteurs terrestres	0	0					0	0
Services sonores spécialisés (commerciaux/sans but lucratif, régionaux/nationaux)	3	6			5	5	8	11
Services sonores payants (services nationaux anglais et français)	4	2					4	2
Nombre total de services de radios et de services sonores canadiens	902	896	266	251	38	36	1 206	1 183

• 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.

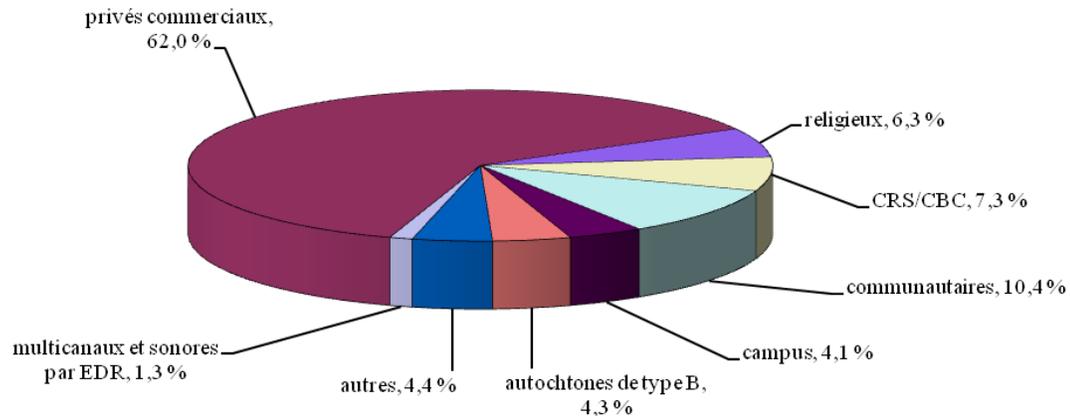
1. Inclut les services bilingues (anglais et français) et les services autochtones en anglais.
2. Inclut les services autochtones en français.
3. Exclut les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio exemptés.
4. L'approbation d'une nouvelle station de 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. (Note : aux fins de la présente catégorie, les informations recueillies sont en date du 1^{er} mai 2012).
7. Stations de radio numérique de transition approuvées sans nécessairement être en ondes.
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 du 1^{er} janvier 2007 et le 31 décembre 2011

		2007	2008	2009	2010	2011	Total
<i>Nombre de nouvelles stations en direct approuvées</i>		55 #	43 #	37 #	16	30	181
<i>Nombre de stations approuvées par :</i>							
<i>Langue</i>	De langue anglaise	46	40	32	16	27	161
	De langue française	7	2	5	0	2	16
	À caractère ethnique	2	1	0	0	1	4
<i>Catégorie de licence</i>	Commerciale	36	34	21	11	11	113
	Communautaire	7	6	11	2	9	35
	Campus	3	-	-	-	-	3
	Autochtone	4	2	1	1	7	15
	Autre	5	1	4	2	3	15
<i>Type</i>	Numérique autonome	-	-	-	-	-	-
	Radio numérique	2	-	-	-	-	2
	Fréquences AM	2	-	1	-	2	5
	Fréquences FM	51	43	36	16	28	174
	<i>Conversions AM à FM (incluses sous FM)</i>	13	7	8	4	1	33
<i>Processus</i>	Concurrentiel	17	23	8	1	1	50
	Non concurrentiel	38	20	29	15	29	131

- 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 2007 et le 31 décembre 2011.

Graphique 4.2.1 Type de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada (2011)


Source : Base de données du CRTC

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	2007	2008	2009	2010	2011	
					Cahiers	PPM
Tous auditeurs de 12 ans+	18,3	18,3	17,7	17,6	17,7	8,3
<i>Croissance annuelle</i>	-1,6 %	0,0 %	-3,2 %	-0,6 %	-	-
Adolescents 12 – 17	7,2	7,2	6,8	7,0	7,3	4,0
<i>Croissance annuelle</i>	-5,3 %	0,0 %	-6,2 %	3,0 %	-	-
Adultes 18 – 24	13,3	13,1	12,0	11,9	12,5	5,8
<i>Croissance annuelle</i>	-5,7 %	-1,5 %	-8,0 %	-1,0 %	-	-
25 – 34	17,4	17,3	16,6	15,8	16,8	6,5
<i>Croissance annuelle</i>	-4,9 %	-0,6 %	-4,1 %	-4,6 %	-	-
35 – 49	20,2	19,9	19,2	19,1	19,8	8,2
<i>Croissance annuelle</i>	-1,9 %	-1,5 %	-3,2 %	-0,4 %	-	-
50 – 54	21,2	21,5	20,6	21,0	21,3	9,5
<i>Croissance annuelle</i>	1,0 %	1,4 %	-3,9 %	1,6 %	-	-
55 – 64	21,1	21,1	20,8	20,8	20,0	9,5
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	0,0 %	-1,4 %	0,4 %	-	-
65 +	21,5	21,6	21,0	20,7	19,4	12,0
<i>Croissance annuelle</i>	0,9 %	0,5 %	-2,9 %	-1,1 %	-	-

- Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant obtenue en divisant le nombre total d'heures d'écoute par le nombre d'habitant.

Source :

- Sondages BBM 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, 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;
- 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;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2007 (3 septembre au 28 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

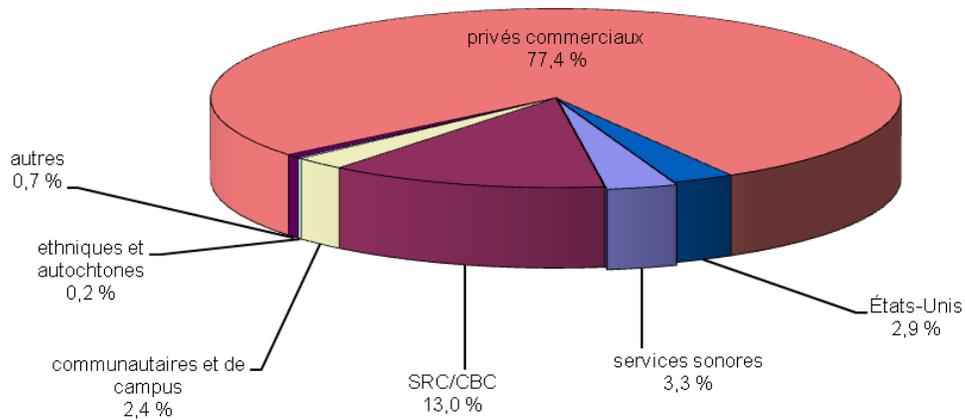
	2007	2008	2009	2010	2011	
Pourcentage d'heures d'écoute					Cahiers	PPM
AM de langue anglaise	19,1	18,7	17,7	17,4	15,7	21,8
FM de langue anglaise	54,8	54,0	54,9	55,3	57,0	55,0
<i>Sous-total</i>	73,9	72,7	72,6	72,6	72,7	76,8
<i>Taux annuel de croissance</i>	-0,5 %	-1,6 %	-0,1 %	0,0 %	-	-
AM de langue française	0,9	0,9	1,1	0,8	0,2	0,2
FM de langue française	18,7	19,9	19,6	20,0	20,3	22,8
<i>Sous-total</i>	19,6	20,8	20,7	20,8	20,5	22,9
<i>Taux annuel de croissance</i>	0,5 %	6,1 %	-0,5 %	0,5 %	-	-
Autres	6,5	6,5	6,7	6,6	6,9	0,2
<i>Taux annuel de croissance</i>	4,8 %	0,0 %	3,1 %	-1,5 %	-	-
Moyenne d'heures hebdomadaires par auditeur	20,2	20,0	19,5	19,4	19,9	9,9
<i>Taux annuel de croissance</i>	-1,0 %	-1,0 %	-2,5 %	-0,5 %	-	-
Moyenne d'heures nationales (en millions)	521,3	530,6	525,1	515,7	303,8	164,5
<i>Taux annuel de croissance</i>	-0,8 %	1,8 %	-1,0 %	-1,8 %	-	-

- 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 sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.

Source :

- 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, 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;
- 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;
- cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2007 (3 septembre au 28 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h et données recueillies par le CRTC.

Graphique 4.2.2 Part d'écoute radio durant une semaine moyenne 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.
 - « 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 2011, 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	2009	2010		2011	
		PPM	cahier d'écoute	PPM	cahier d'écoute
Principaux exploitants canadiens de radio de langue anglaise					
Astral	58 846	29 381	20 367	27 924	20 001
<i>Part de l'écoute</i>	26 %	31 %	22 %	30 %	22 %
BCE	36 867	13 250	16 815	13 287	14 455
<i>Part de l'écoute</i>	16 %	14 %	18 %	14 %	16 %
Cogeco	s.o.	s.o.	s.o.	2 746	s.o.
<i>Part de l'écoute</i>				3 %	
Corus	58 968	26 616	18 671	23 535	18 254
<i>Part de l'écoute</i>	26 %	28 %	20 %	25 %	20 %
Newcap	22 087	3 727	19 598	4 079	19 651
<i>Part de l'écoute</i>	10 %	4 %	21 %	4 %	22 %
Rogers	49 513	21 888	19 091	22 652	18 341
<i>Part de l'écoute</i>	22 %	23 %	20 %	24 %	20 %
Sous-total	226 281	94 862	94 541	94 223	90 701
	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants canadiens de radio de langue française					
Astral	30 833	9 373	17 353	9 819	17 688
<i>Part de l'écoute</i>	46 %	32 %	63 %	33 %	65 %
Cogeco	13 175	7 359	3 816	20 221	9 638
<i>Part de l'écoute</i>	20 %	25 %	14 %	67 %	35 %
Corus	22 621	12 868	6 450	s.o.	s.o.
<i>Part de l'écoute</i>	34 %	43 %	23 %		
Sous-total	66 629	29 600	27 619	30 040	27 326
	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

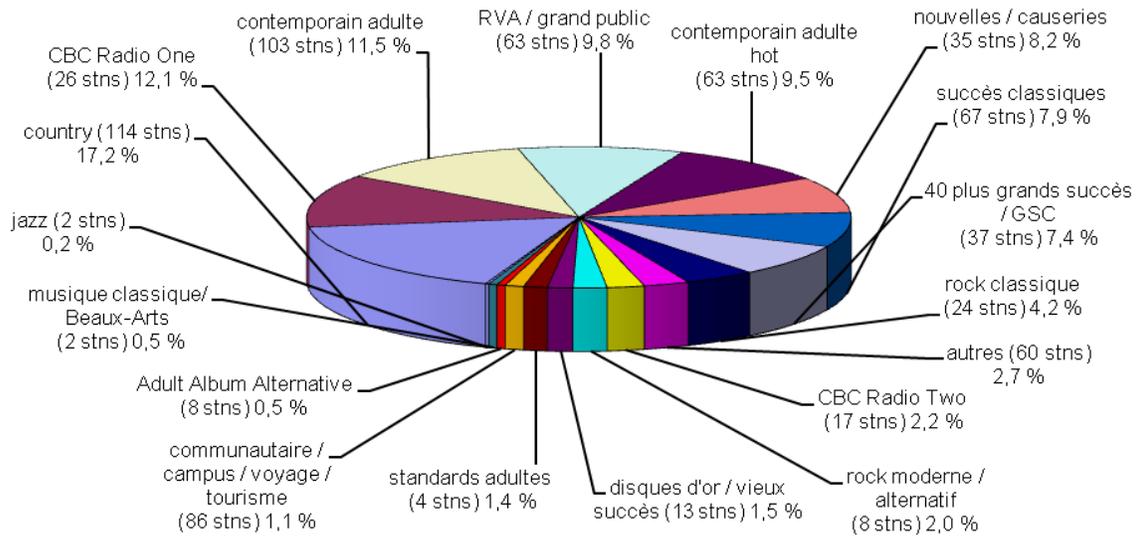
Total						
Astral		89 679	38 754	37 720	37 743	37 689
	<i>Part de l'écoute</i>	31 %	31 %	31 %	30 %	32 %
BCE		36 867	13 250	16 815	13 287	14 455
	<i>Part de l'écoute</i>	13 %	11 %	14 %	11 %	12 %
Cogeco		13 175	7 359	3 816	22 967	9 638
	<i>Part de l'écoute</i>	4 %	6 %	3 %	18 %	8 %
Corus		81 589	39 484	25 121	23 535	18 254
	<i>Part de l'écoute</i>	28 %	32 %	21 %	19 %	15 %
Newcap		22 087	3 727	19 598	4 079	19 651
	<i>Part de l'écoute</i>	8 %	3 %	16 %	3 %	17 %
Rogers		49 513	21 888	19 091	22 652	18 341
	<i>Part de l'écoute</i>	17 %	18 %	16 %	18 %	16 %
Total		292 911	124 462	122 160	124 263	118 027
		100 %				

- Voir « Notes pour les tableaux 4.2.5, 4.2.6 et 4.2.8 » qui suivent le tableau 4.2.8.
- En 2009, les données des cahiers d'écoute sont tirées d'un échantillon limité en provenance de Montréal.
- 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 :

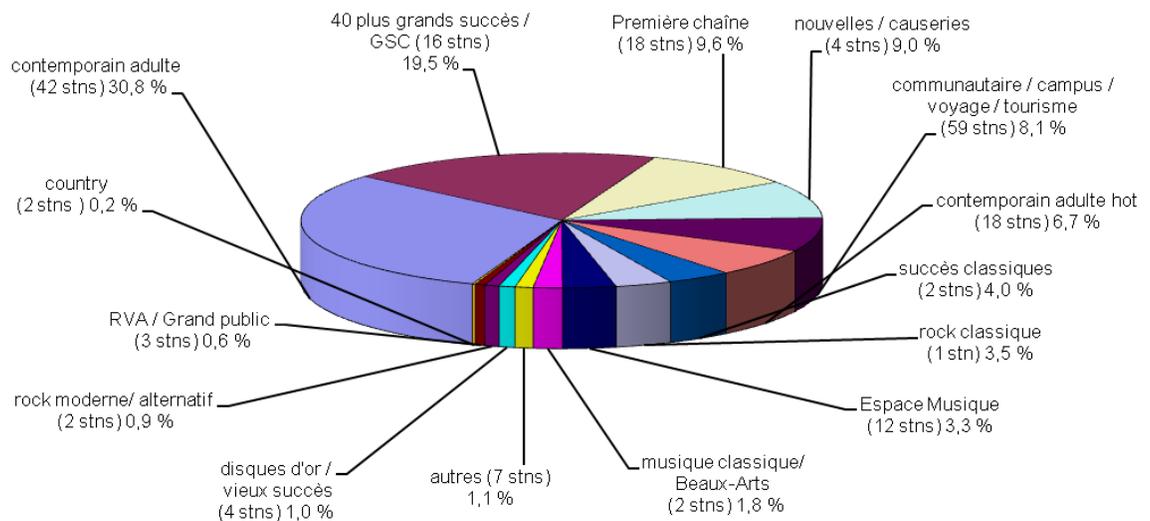
- Sondages BBM 2011, PPM, semaines 1 à 13 (29 août au 27 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h, et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h;
- 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, 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;
- 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 et données recueillies par le CRTC.

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



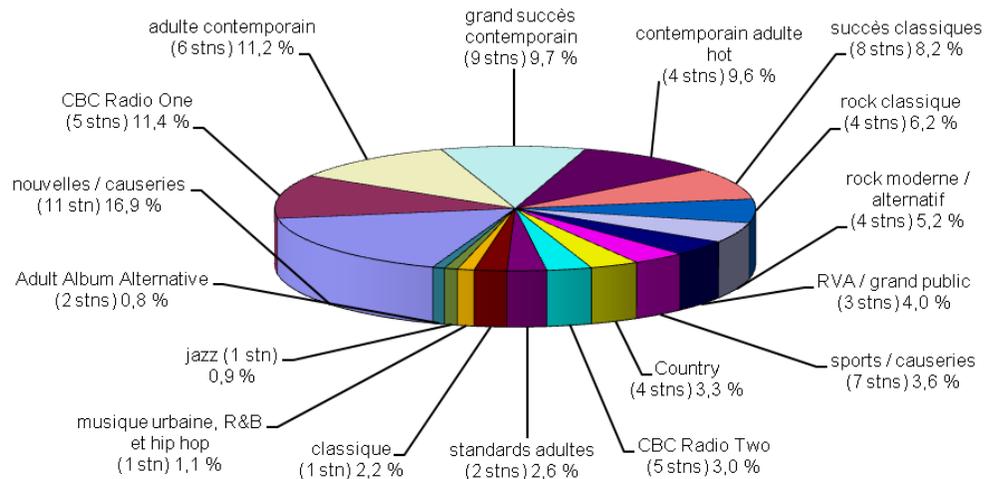
• Ces données excluent les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM Canada sur une base individuelle.
Sources : Sondages BBM radio - automne 2011, toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada); et 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



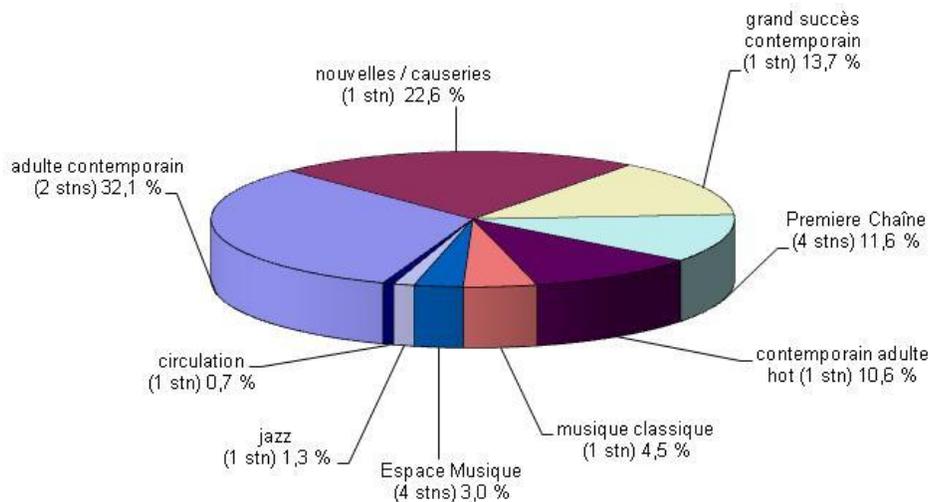
• Ces données excluent les stations avec le service audimétrique PPM dans les marchés PPM reportées par Sondages BBM Canada sur une base individuelle.
Sources : Sondages BBM radio - automne 2011, toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada); et 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 sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.
- Sources : 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; 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 sont incluses dans les données par cahiers d'écoute.
- Sources : 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; et données recueillies par le CRTC. Cette analyse n'inclut que les stations autorisées par le CRTC comme exploitant spécifiquement en langue française.

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

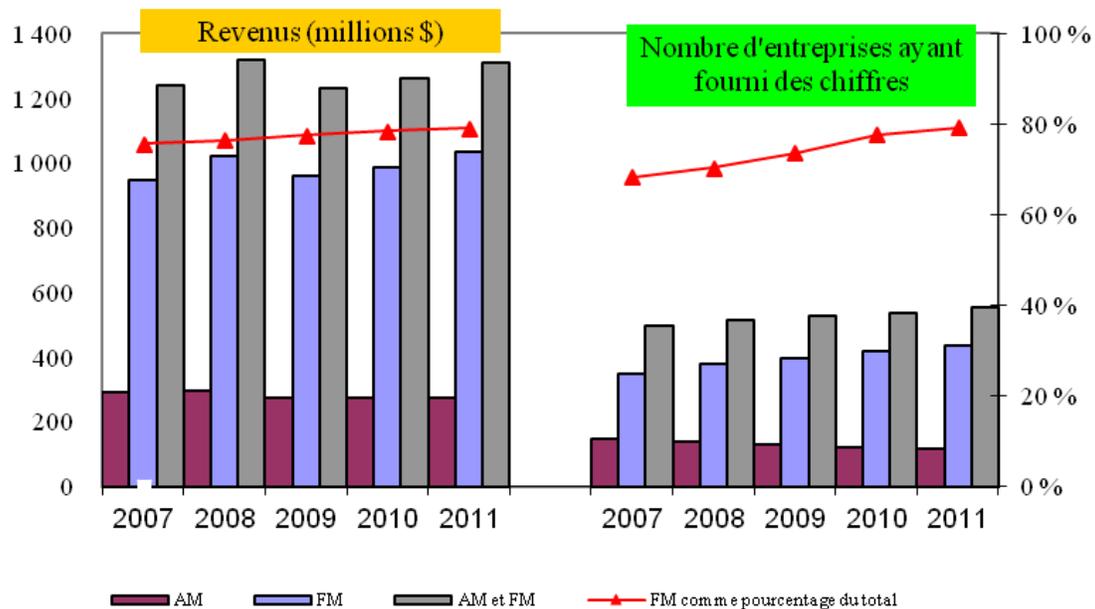
	2007	2008	2009	2010	2011	% Croissance 2010-2011	TCAC 2007- 2011
Revenus (millions \$)							
AM de langue anglaise	291,4	295,5	271,9	272,1	274,9	1,0	-1,4 %
AM de langue française	16,2	12,6	11,6	11,2	11,7	4,7	-7,8 %
AM de langues tierces	21,8	22,6	22,7	24,0	24,4	1,6	2,9 %
Total des revenus sur AM	329,4	330,7	306,2	307,3	311,1		-1,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,5 %	0,4 %	-7,4 %	0,4 %	1,2 %		
FM de langue anglaise	946,5	1 021,0	958,8	986,6	1 035,0	4,9	2,3 %
FM de langue française	210,8	225,3	226,8	239,9	246,7	2,8	4,0 %
FM de langues tierces	16,1	16,8	16,2	17,9	19,8	11,0	5,3 %
Total des revenus sur FM	1 173,4	1 263,0	1 201,8	1 244,7	1 301,6		2,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,9 %	7,6 %	-4,9 %	3,6 %	4,6 %		
Revenus totaux	1 502,8	1 593,7	1 508,0	1 552,0	1 612,6	3,9	1,8 %
Nombre d'entreprises ayant fait rapport							
AM de langue anglaise	148	136	129	120	115	-4,2	-6,1 %
AM de langue française	13	10	9	9	7	-22,2	-14,3 %
AM de langues tierces	10	11	12	12	12	0,0	4,6 %
Total des entreprises AM ayant fait rapport	171	157	150	141	134		-5,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,4 %	-8,2 %	-4,5 %	-6,0 %	-5,0 %		
FM de langue anglaise	347	378	396	416	436	4,8	5,9 %
FM de langue française	87	87	90	87	88	1,1	0,3 %
FM de langues tierces	10	9	10	10	11	10,0	2,4 %
Total des entreprises FM ayant fait rapport	445	475	500	516	535		4,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,2 %	6,7 %	5,3 %	3,2 %	3,7 %		
Total des entreprises ayant fait rapport	616	632	650	657	669	1,8	2,1 %

- Les chiffres de 2007 à 2010 ont été mis à jour.
 - 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

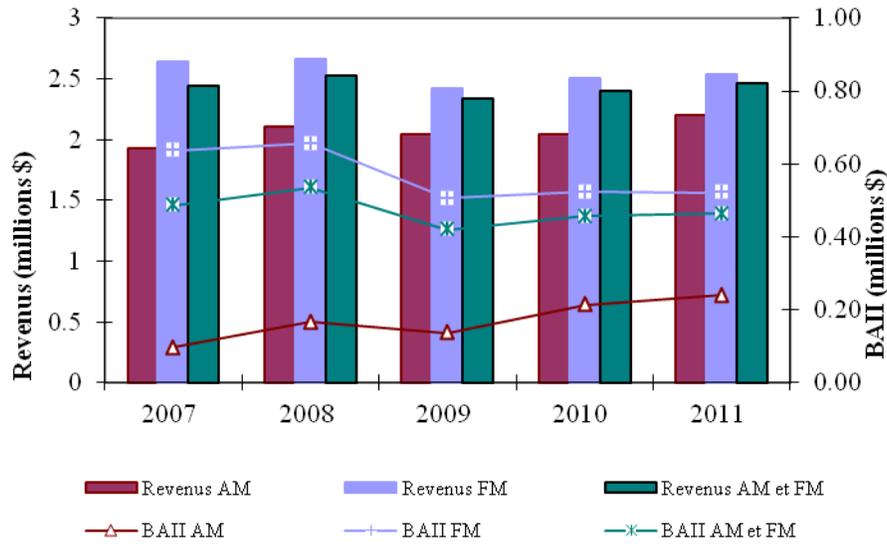
Revenus (milliers \$)	2009	2010	2011
Revenus de publicité	0	0	0
<i>Croissance annuelle</i>	-	-	-
Crédits parlementaires ¹	s.o.	346 548	327 267
<i>Croissance annuelle</i>	-	-	-5,6 %
Vente/souscription d'émissions	417	893	859
<i>Croissance annuelle</i>	-	114,1%	-3,9 %
Divers ¹	414 929	10 856	8 803
<i>Croissance annuelle</i>	-	-	-18,9 %
Revenus totaux	415 347	358 298	336 928
<i>Croissance annuelle</i>	-	-13,7 %	-6,0 %
Nombre d'unités	82	82	82

1. « Divers », en 2009, comprend les crédits parlementaires.
 Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.7 Stations de radio commerciale privées – revenus


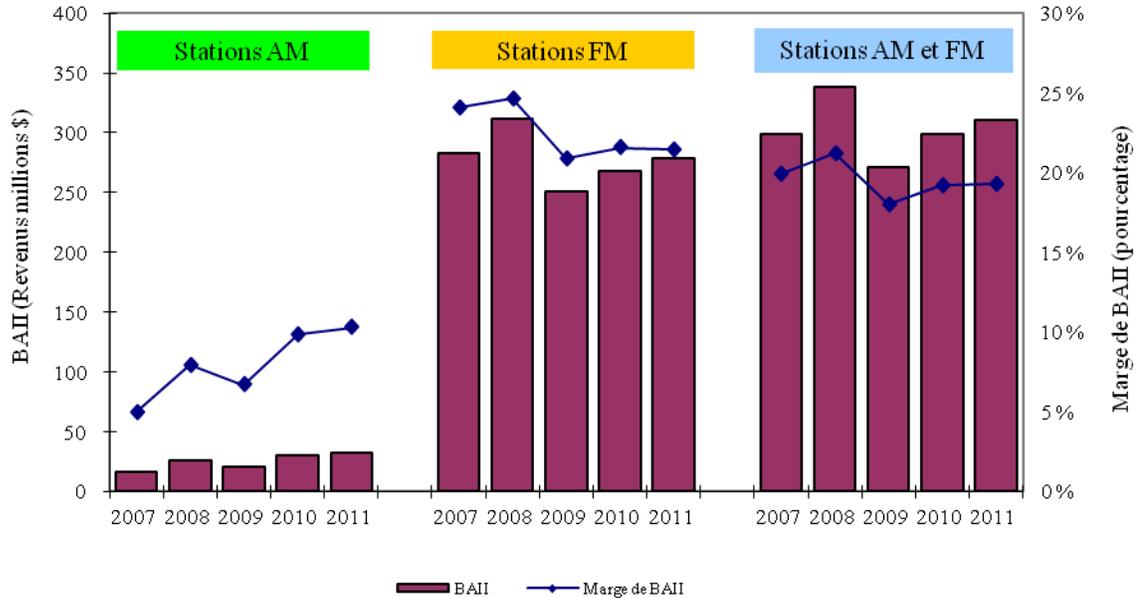
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



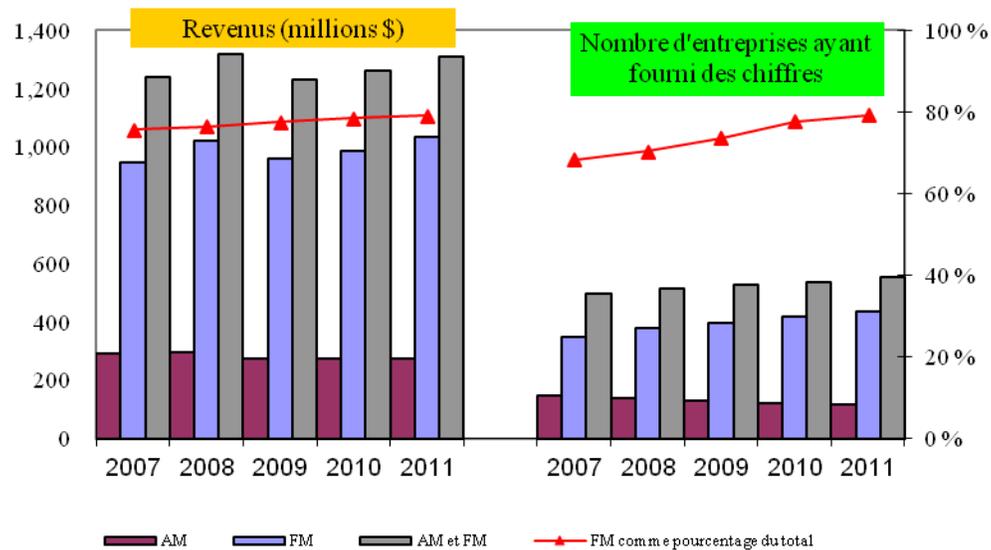
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



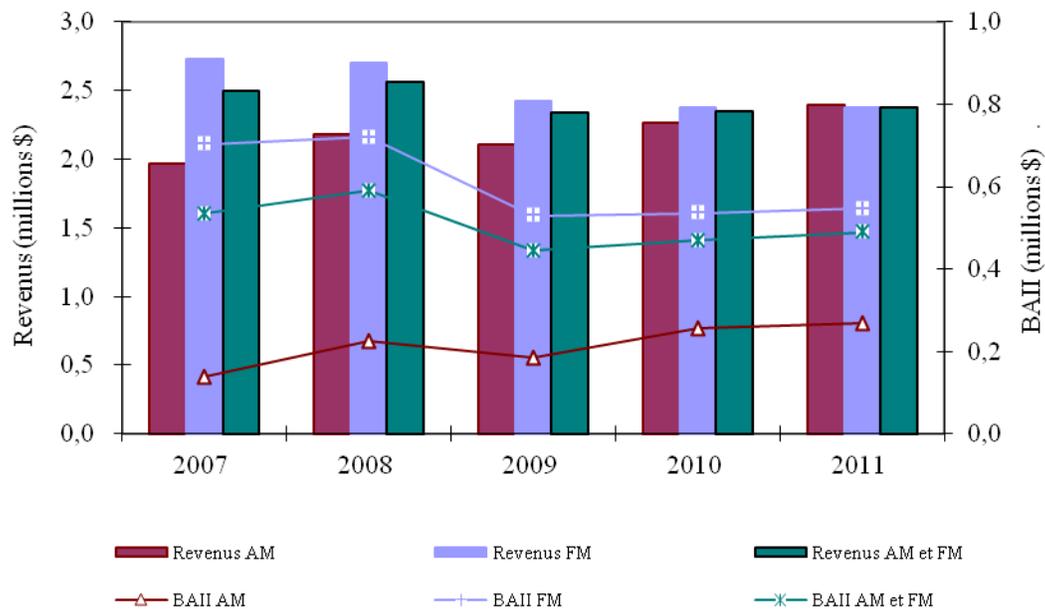
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



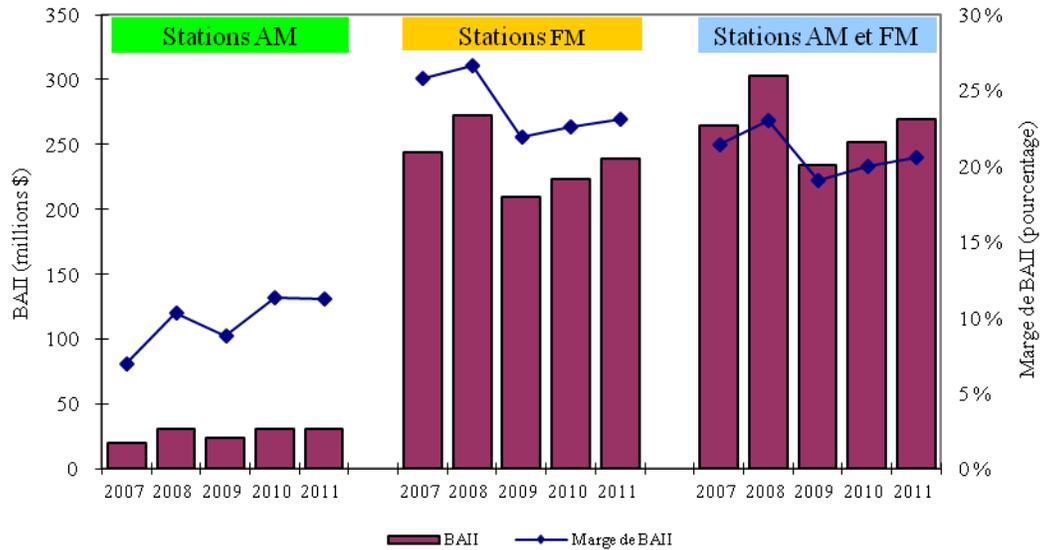
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services sonores de programmation payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



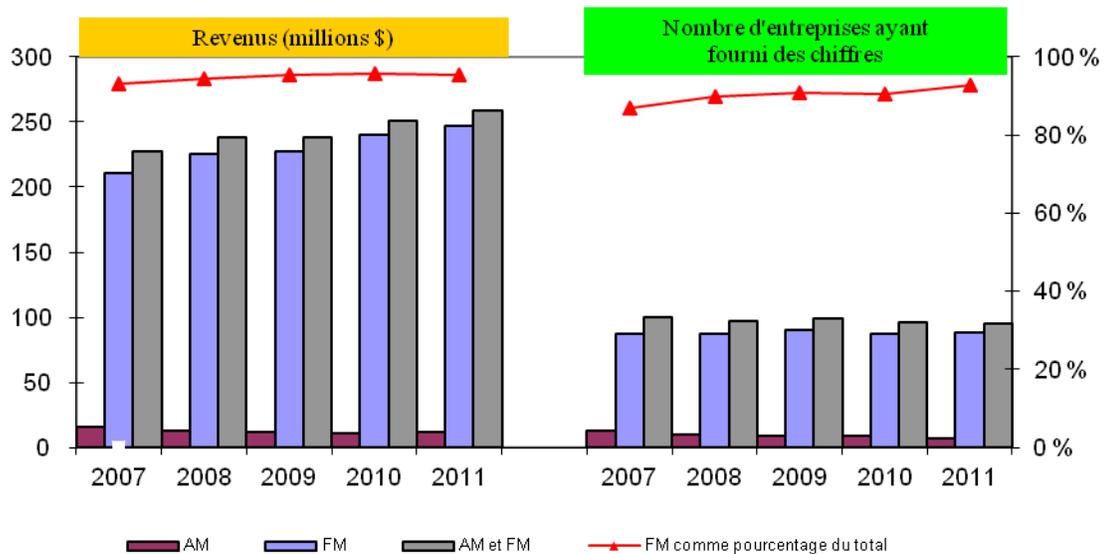
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



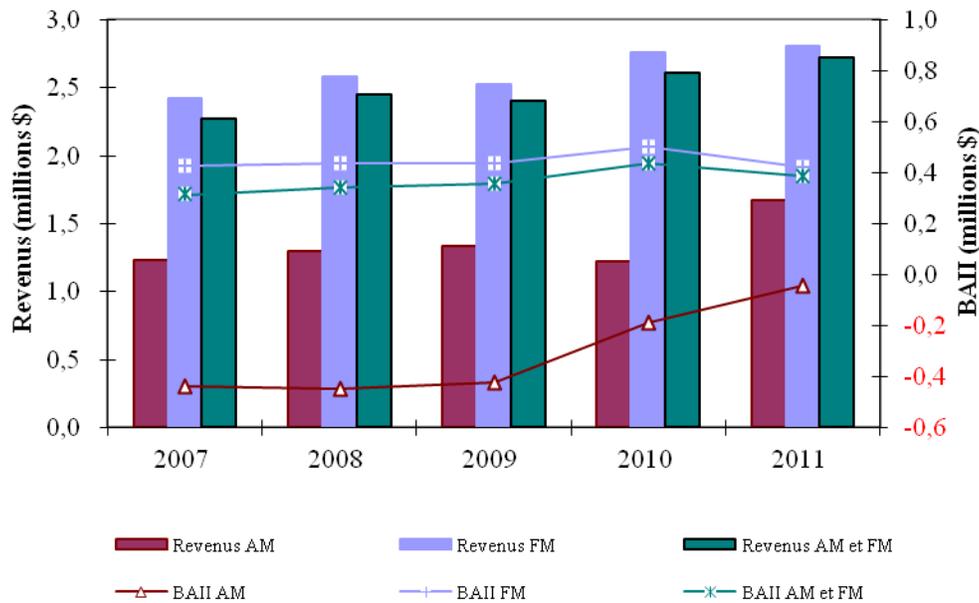
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



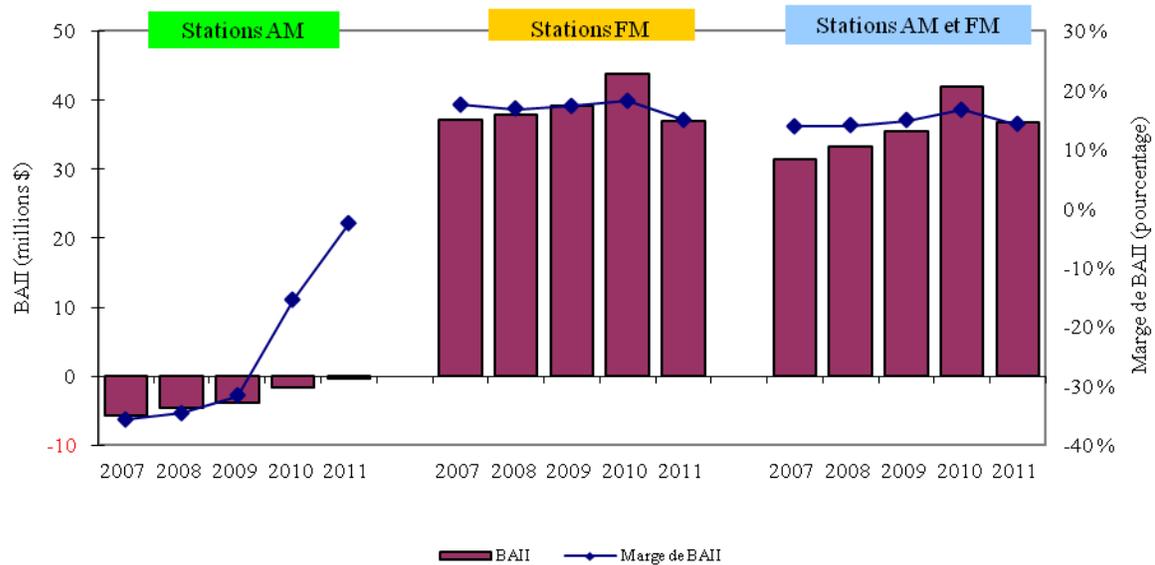
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



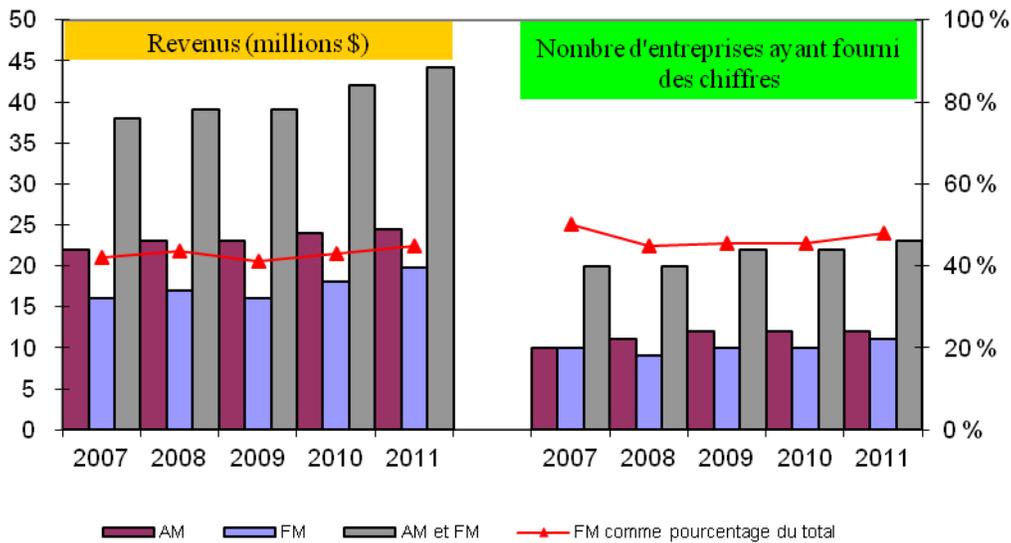
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



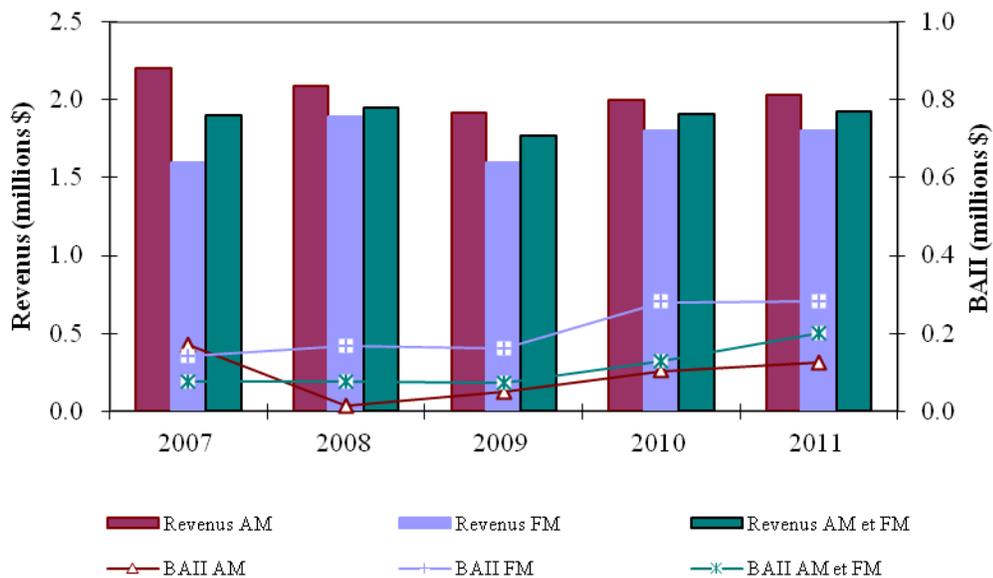
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le CRTC

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



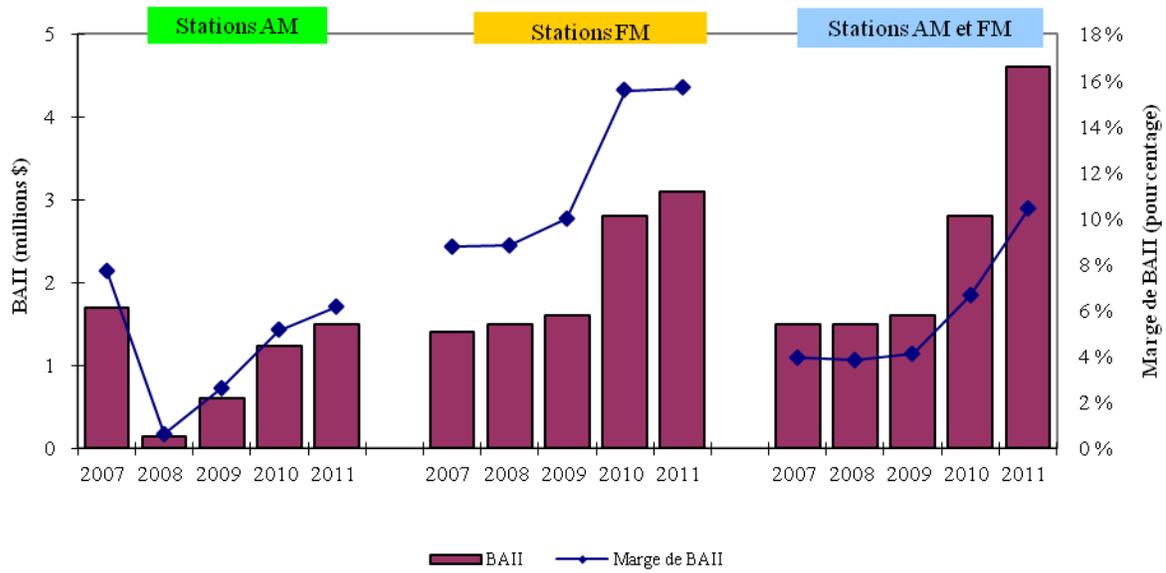
- Inclut les résultats de réseau. Exclut les services de programmation sonores payants et spécialisés ainsi que les services à canaux multiples par abonnement.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- Source : Données recueillies par le 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.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- 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.
 - Les chiffres de 2007 à 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- 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		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Principaux exploitants de la radio privée									
Astral ¹	317 461	326 494	332 711	81	82	84	21 %	21 %	21 %
Corus ²	240 585	248 052	184 189	52	52	37	16 %	16 %	11 %
Rogers	212 492	204 351	220 814	53	52	54	14 %	13 %	14 %
BCE	161 960	161 157	160 464	34	34	35	11 %	10 %	10 %
Newcap ³	96 452	105 476#	113 646	62	59	60	6 %	7 %	7 %
Cogeco ⁴	s.o.	s.o.	113 585	s.o.	s.o.	16	s.o.	s.o.	7 %
Total pour les principaux exploitants de la radio privée	1 028 950	1 045 530#	1 125 409	282	279	286	68 %	67 %	70 %
Total (exploitants de la radio privée)	1 507 732	1 551 759	1 612 646	646	654	669	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la radio de langue anglaise									
Astral ¹	209 013	216 768	223 718	60	61	63	17 %	17 %	17 %
Rogers	212 492	204 351	220 814	53	52	54	17 %	16 %	17 %
Corus ²	190 139	192 575	184 189	40	40	37	15 %	15 %	15 %
BCE	161 960	161 157	160 464	34	34	35	13 %	13 %	12 %
Newcap ³	96 452	105 476#	113 646	62	59	60	8 %	8 %	9 %
Total pour les principaux exploitants de la radio privée de langue anglaise	870 056	880 327#	902 831	249	246	249	71 %	70 %	69 %
Total (exploitants de la radio privée de langue anglaise)	1 230 398	1 258 737	1 309 970	525	536	551	100 %	100 %	100 %
Principaux exploitants de la radio de langue française									
Astral	108 448	109 726	108 993	21	21	21	45 %	44 %	42 %
Corus ²	50 446	55 478	s.o.	12	12	s.o.	21 %	22 %	s.o.
Cogeco ⁴	36 280	41 780	s.o.	5	5	s.o.	15 %	17 %	s.o.
Total pour les principaux exploitants de la radio privée de langue française	195 174	206 984	108 993	38	38	21	82 %	82 %	42 %
Total (exploitants de la radio privée de langue française)	238 396	251 139	258 443	99	96	95	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.
- Les chiffres 2009 ont été mis à jour pour refléter les résultats d'ensemble du mois d'août.
- 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 en 2010 reflètent la mise en exploitation de CJOT-FM Ottawa.
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 pour 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.
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.

Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010	2011
Stations de radio autochtones de type B					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	29	20	26	25	20
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	4 075	2 873	3 563	3 950	2 073
Autres ¹	11 766	6 274	10 660	10 975	9 650
Total des revenus	15 841	9 147	14 223	14 926	11 723
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	74,3 %	68,6 %	74,9 %	73,5 %	82,3 %
Marge de BAII	6,3 %	10,2 %	14,9 %	10,1 %	3,7 %
Stations de radio communautaires					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	80	80	80	87	84
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	11 066	11 753	12 077	13 046	14 456
Autres ²	9 846	11 980	11 635	13 044	13 437
Total des revenus	20 911	23 733	23 713	26 089	27 893
Autres revenus, en termes de pourcentage des revenus	47,1 %	50,5 %	49,1 %	50,0 %	48,2 %
Marge de BAII	3,3 %	7,8 %	7,1 %	8,3 %	14,8 %
Stations de campus					
Nombre d'entreprises de radio ayant fait rapport	43	42	45	43	45
Revenus (en milliers \$)					
Publicité	1 525	1 240	1 058	1 192	1 060
Autres ³	6 832	6 922	7 289	6 899	7 283
Total des revenus	8 357	8 162	8 347	8 091	8 342
Autres revenus, en termes de pourcentage du total des revenus	81,8 %	84,8 %	87,3 %	85,3 %	87,3 %
Marge de BAII	5,5 %	5,0 %	12,9 %	10,1 %	23,9 %

• Les chiffres de 2007 à 2010 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

Tableau 4.2.10

Valeur des transactions de radio et des avantages tangibles associés du 1^{er} janvier 2007 au 31 décembre 2011

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. 2007 au 31 déc. 2007 ²	13	1 675,0	88,9	6	4,0	11,8	100,8
1 ^{er} janv. 2008 au 31 déc. 2008	9	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 ³	7	67,2	4,0	2	97,7	8,8	12,8
1 ^{er} janv. 2011 au 31 déc. 2011 ⁴	9	316,2	19,0	3	-	-	19,0
Total	48	2 145,4	117,0	15	103,2	20,7	137,8

- De légères variances sont dues à l'arrondissement.
 - 1. Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles.
 - 2. Total des avantages tangibles liés aux transactions de propriété radio d'Astral-Standard (décision de radiodiffusion 2007-359) et de CTVglobemedia-CHUM (décision de radiodiffusion 2007-165) impliquant des transferts de propriété radio d'une valeur de 95,3 millions \$. De cette somme, 11,6 millions \$ doivent servir à appuyer des projets de DCC de langue française.
 - 3. 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.
 - 4. 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.

Tableau 4.2.11 Sommaire des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (en milliers \$)

RADIO – DCC	2006-07	2007-08	2008-09	2009-10	2010-11	% de croissance / diminution annuelle				
						08/07	09/08	10/09	11/10	
i) Contributions au DCC des nouvelles stations au cours de leur période de licence initiale										
FACTOR	1 266	983	1 582	2 014	2 719	-22 %	61 %	27 %	35 %	
MUSICACTION	238	306	697	552	791	28 %	128 %	-21 %	43 %	
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	-	2 150	2 493	-	-	-	16 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	-	7 120	7 485	-	-	-	5 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	-	420	1 139	-	-	-	171 %	
Organismes musicaux ¹	586	2 886	5 187	s.o.	s.o.	393 %	80 %	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	3 426	3 126	8 957	s.o.	s.o.	-9 %	186 %	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	596	614	899	1 179	2 020	3 %	46 %	31 %	71 %	
StarMaker Fund / Fonds Radio Star	1 019	0	220	1 077	1 982			389 %	84 %	
Autres initiatives de DTC admissibles	1 324	696	1 994	7 550	9 714	-47 %	186 %	279 %	29 %	
Total	8 457	8 611	19 537	22 061	28 342	2 %	127 %	13 %	28 %	
ii) Contributions au DCC déclarées par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement										
FACTOR	946	1 243	2 999	2 003	2 629	31 %	141 %	-33 %	31 %	
MUSICACTION	343	302	1 390	1 324	808	-12 %	360 %	-5 %	-39 %	
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	-	647	823	-	-	-	27 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	-	1 809	1 947	-	-	-	8 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	-	188	201	-	-	-	7 %	
Organismes musicaux ¹	588	2 023	3 081	s.o.	s.o.	244 %	52 %	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	1 068	1 264	1 850	s.o.	s.o.	18 %	46 %	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	279	357	618	422	473	28 %	73 %	-32 %	12 %	
StarMaker Fund / Fonds Radio Star	23	0	0	0	0	si				
Autres initiatives de DTC admissibles	141	349	1 107	876	873	148 %	217 %	-21 %	0 %	
Total	3 387	5 538	11 045	7 269	7 754	64 %	99 %	-34 %	7 %	
iii) Contributions au DCC liées à des modifications de contrôle ou de propriété										
FACTOR	2 580	4 023	5 711	5 179	5 407	56 %	42 %	-9 %	4 %	
MUSICACTION	1 464	1 033	992	344	331	-29 %	-4 %	-65 %	-4 %	
Associations de l'industrie de la musique ¹	-	-	-	440	1 044	-	-	-	137 %	
Projets de musique locale ¹	-	-	-	1 705	1 401	-	-	-	-18 %	
Nouveau contenu de créations orales ¹	-	-	-	0	0	-	-	-	-	
Projets en matière de contenu audio	-	-	-	-	135	-	-	-	-	
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-	-	-	346	-	-	-	-	
Organismes musicaux ¹	436	2	65	s.o.	s.o.	-100 %	3,382 %	s.o.	s.o.	
Regroupements d'artistes ¹	529	490	2 466	s.o.	s.o.	-7 %	404 %	s.o.	s.o.	
Écoles et institutions scolaires ¹	354	114	379	274	207	-68 %	233 %	-28 %	-24 %	
StarMaker Fund/Fonds Radio Star	5 975	8 093	10 508	8 167	8 801	35 %	30 %	-22 %	8 %	
Autres initiatives de DTC admissibles	354	0	394	613	228			55 %	-63 %	
Total	11 692	13 755	20 515	16 722	17 900	18 %	49 %	-18 %	7 %	
Total des contributions annuelles	23 536	27 904	51 097	46 053	53 996	19 %	83 %	-10 %	17 %	

- 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 2011 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 CRTC

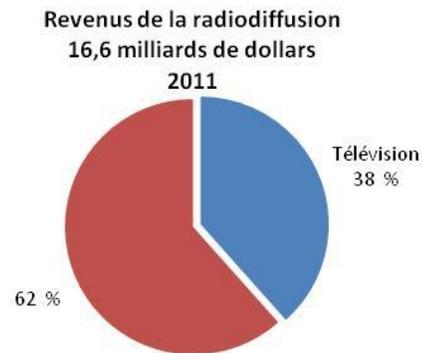
4.3 Secteur de la télévision

Survol

L'industrie de la télédiffusion transmet plus de 700 services de télévision aux Canadiens. Cette industrie est composée d'un certain nombre de grands groupes de propriété qui récoltent plus de 92 % 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 46 % des revenus, Shaw (Global), avec 29 % des revenus, et Rogers (Citytv et Omni) avec 17 %. Le marché de la télévision privée traditionnelle de langue française compte deux grands exploitants : Quebecor (TVA), qui obtient 71 % des revenus du marché, et Remstar (V), qui en obtient 18 %.

L'industrie 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.



Aperçu du secteur de la télévision

	2010	2011	Croissance (%)
Services de télévision autorisés à diffuser au Canada	704	702	-0,3
Langue anglaise	469	439	-4,4
Langue française	114	101	-11,4
Langue tierce	131	162	23,7
Revenus (millions \$)	6 054	6 385	5,5
Télévision privée traditionnelle	2 147	2 153	0,3
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	3 457	3 732	7,9
Télévision traditionnelle SRC	450	500	11,1
BAIL (millions \$)			
Stations privées de télévision traditionnelle	11,4	160,6	1300,2
Services payants, de TVC, VSD et spécialisés	877,3	930,5	6,1
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de tous les Canadiens de 2 ans et +	28	28,5	1,8
Moyenne d'écoute (%) hebdomadaire des émissions canadiennes			
Services canadiens de langue anglaise (sauf marché de langue française du Québec)	43,0	42,0	-2,3
Services canadiens de langue française (marché de langue française du Québec)	64,5	64,0	-0,8
Dépenses en émissions canadiennes (millions \$)	2 527	2 610	3,3
Dépenses en émissions canadiennes (% du total)			
CBC/SRC (traditionnelle)	26,0	27,2	
Télévision privée traditionnelle	25,4	21,6	
Services payants, de TVC, de VSD et spécialisés	45,9	48,3	
Autres services de télévision publics et à but non-lucratif	2,7	2,9	

Informations statistiques – secteur de la télévision

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	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Télévision canadienne traditionnelle en direct¹								
Radiodiffuseur public du Canada (SRC)								
Services détenus et exploités	15	16	13	13			28	29
Privés commerciaux ²	63	64	20	20	6	6	89	90
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 analogiques	30	30	14	14	5	5	49	49
Services numériques spécialisés de catégorie 1	16	15	3	3			19	18
Services numériques spécialisés de catégorie 2 ⁴	73	67	10	9	25	34	108	110
Services payants ⁵	8	9	2	3	6	7	16	19
Services de TVC (par SRD et terrestres)	10	10	1	1			11	11
Services de VSD ⁶	32	24	1	1			33	25
Autres services canadiens								
Canaux communautaires ⁷	85	73	35	22			120	95
Services de programmation communautaire	11	11	2	2			13	13
Chambre des Communes – CPAC	1	1	1	1			2	2
Services non canadiens⁸								
Services par satellite non canadiens autorisés pour distribution au Canada	99	103	9	9	89	110	197	222
Total des services de télévision	459	439	114	101	131	162	704	702

• 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. Englobe uniquement les services numériques spécialisés de catégorie 2 en ondes en date du 31 décembre 2011.

5. Englobe uniquement les services payants en ondes en date du 31 décembre 2011.

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 2012-86 pour obtenir la liste complète des services admissibles en date du 31 décembre 2011. Les services bilingues sont regroupés sous la rubrique « langue anglaise ».

Source : Base de données interne du CRTC

Tableau 4.3.2 Moyenne nationale d'heures d'écoute hebdomadaire selon l'âge

	2008-09	2009-10 ¹	2010-11
Toutes personnes de 2 ans et +	26,5	28,0	28,5
<i>Croissance annuelle</i>	-0,4 %	<i>s.o.</i>	1,8 %
Enfants de 2 à 11 ans	17,2	22,4	22,7
<i>Croissance annuelle</i>	-5,5 %	<i>s.o.</i>	1,3 %
Ados de 12 à 17 ans	16,6	23,0	22,4
<i>Croissance annuelle</i>	-4,6 %	<i>s.o.</i>	-2,6 %
18 ans et +	28,8	29,2	29,8
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	<i>s.o.</i>	2,1 %
18 à 34 ans	20,6	23,5	23,0
<i>Croissance annuelle</i>	-2,4 %	<i>s.o.</i>	-2,1 %
18 à 49 ans	23,5	24,3	24,1
<i>Croissance annuelle</i>	-2,1 %	<i>s.o.</i>	-0,8 %
25 à 54 ans	26,1	25,1	25,4
<i>Croissance annuelle</i>	-1,5 %	<i>s.o.</i>	1,2 %

- 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.

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 : BBM Nielsen/Sondages BBM (2008-09)
Sondages BBM (2009-10, 2010-2011)

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) – saisons de télévision 2007-2008 à 2010-2011 – volet 1 de 2

Part d'écoute (%)	2007-2008	2008-2009	2009-2010 ¹	2010-2011
Services canadiens				
Langue anglaise				
CBC	5,4	4,9	6,3	6,4
Traditionnels privés	23,9	22,2	26,6	25,0
Spécialisés	28,4	29,3	36,9	36,0
Payants	5,3	5,1	6,5	6,3
Numériques payants et spécialisés	4,2	4,6	5,9	7,0
Autres services ²	2,6	2,4	2,3	2,3
Total services de langue anglaise	69,8	68,6	84,5	83,0
<i>Croissance</i>	0,3 %	-1,7 %	s.o.	-1,8 %
Langue française				
SRC	0,6	0,5	0,1	0,2
Traditionnels privés	0,6	0,5	0,2	0,1
Télé-Québec	0,1	0,0	0,0	0,0
Autres services ³	0,1	0,0	0,0	0,0
Spécialisés	0,6	0,6	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 services de langue française	2,0	1,7	0,8	0,8
<i>Croissance</i>	-9,1 %	-15,0 %	s.o.	0 %
Langues tierces				
Privés traditionnels	1,4	1,4	1,3	1,3
Spécialisés	0,4	0,4	1,0	1,2
Numériques	0,1	0,1	0,0	0,0
APTN	0,2	0,1	0,2	0,2
Total services de langues tierces	1,9	1,9	2,4	2,6
<i>Croissance</i>	11,8 %	0 %	s.o.	8,3 %
Services communautaires	1,0	1,1	0,2	0,3
VSD et TVC	0,5	0,8	0,0	0,0
Total services canadiens	75,3	73,9	87,9	86,7
<i>Croissance</i>	0,5 %	-1,9 %	s.o.	-1,4 %

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) – saisons de télévision 2007-2008 à 2010-2011 – volet 2 de 2

Part d'écoute (%)	2007-2008	2008-2009	2009-2010 ¹	2010-2011
Services non canadiens				
Américains traditionnels	11,8	10,9	4,7	5,3
Américains spécialisés	9,4	9,7	7,3	8,0
Internationaux	0,2	0,3	0,0	0,0
Total des services non canadiens	21,4	21,0	12,1	13,3
<i>Croissance</i>	-5,3 %	-1,9 %	s.o.	9,9 %
Divers	3,5	5,1	0,0	0,0
<i>Croissance</i>	29,6 %	45,7 %	s.o.	0 %
Part d'écoute totale	100	100	100	100
Total d'heures (millions)	644,2	650,1	709,3	713,2
<i>Croissance</i>	-2,3 %	0,9 %	s.o.	0,5 %

- Saisons de télévision :
 - 27 août 2007 au 31 août 2008, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
 - 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.
 - 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 (2007-08, 2008-09)
Sondages BBM - données PPM (2009-10, 2010-11)

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 – saisons de télévision 2007-2008 à 2010-2011

Part d'écoute (%)	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Écart entre 2007-08 et 2010-11
Services canadiens					
Langue française					
SRC	13,8	13,4	12,5	12,9	-0,9
Traditionnels privés	35,6	33,8	32,9	32,3	-3,3
Télé-Québec	3,5	3,6	3,2	3,0	-0,5
Autres services ¹	0,2	0,1	0,0	0,1	-0,1
Spécialisés	34,4	36,1	36,1	35,1	0,7
Payants	4,5	3,8	4,1	3,6	-0,9
Numériques payants et spécialisés	2,0	2,2	3,2	5,1	3,1
Total services de langue française	93,9	93,0	92,0	92,2	-1,7
<i>Croissance</i>	0,3 %	-1,0 %	-1,1 %	0,2 %	
Langue anglaise					
CBC	0,5	0,6	0,6	0,5	0,0
Traditionnels privés	1,7	1,8	1,9	1,9	0,2
Spécialisés	1,9	2,3	2,4	2,3	0,4
Payants	0,0	0,3	0,4	0,4	0,4
Numériques payants et spécialisés	0,0	0,2	0,6	0,8	0,8
Total services de langue anglaise	4,2	5,2	6,0	6,0	1,8
<i>Croissance</i>	0,0 %	23,8 %	15,4 %	0,0 %	
Autres langues					
Traditionnels privés	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
Spécialisés	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1
Numériques	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
APTN	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0
Total services d'autres langues	0,2	0,2	0,2	0,1	-0,1
Services communautaires	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0
Services de VSD et de TVC	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services canadiens	98,5	98,5	98,4	98,5	0,0
<i>Croissance</i>	0,0 %	0,0 %	-0,1 %	0,1 %	
Services non canadiens					
Américains traditionnels	0,8	0,8	1,0	1,0	0,2
Américains spécialisés	0,6	0,6	0,6	0,5	-0,1
Internationaux	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total des services non canadiens	1,4	1,5	1,6	1,5	0,1
<i>Croissance</i>	-12,5 %	7,1 %	6,7 %	-6,3 %	
Divers	0,1	0,0	0,0	0,0	-0,1
Part d'écoute totale	100	100	100	100	
Total d'heures (millions)	202,6	205,7	217,9	219,5	16,9
<i>Croissance</i>	6,0 %	1,5 %	5,9 %	0,7 %	

- Saisons de télévision :
 - 27 août 2007 au 31 août 2008; toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
 - 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.

• 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			
	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
Nouvelles, analyses et interprétation	59,8	65,4	80,9	92,7	38,7	68,7	49,9	51,8
<i>Pourcentage canadien</i>	95,2 %	95,0 %	95,5 %	95,8 %	99,0 %	99,5 %	99,3 %	99,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	15,1 %	17,2 %	14,3 %	16,3 %	21,8 %	32,8 %	24,6 %	25,3 %
Documentaires de longue durée	22,8	21,3	30,0	34,9	9,9	10,9	12,4	12,4
<i>Pourcentage canadien</i>	52,0 %	51,1 %	41,1 %	40,8 %	49,4 %	48,8 %	48,2 %	50,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	5,8 %	5,6 %	5,3 %	6,2 %	5,5 %	5,2 %	6,1 %	6,1 %
Sports	43,9	38,6	81,6	61,1	14,8	12,6	16,7	12,7
<i>Pourcentage canadien</i>	72,4 %	67,8 %	76,2 %	70,7 %	84,5 %	77,4 %	85,6 %	81,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	11,1 %	10,2 %	14,4 %	10,9 %	8,3 %	6,0 %	8,2 %	6,2 %
Dramatiques/comédies	171,3	163,4	245,1	241,9	74,3	74,7	79,9	78,3
<i>Pourcentage canadien</i>	20,4 %	21,3 %	19,2 %	19,2 %	32,5 %	31,9 %	32,7 %	30,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	43,3 %	43,1 %	43,2 %	42,6 %	41,7 %	35,7 %	39,4 %	38,2 %
Musique/danse/variétés	10,2	9,3	12,0	10,6	4,1	5,1	3,5	4,4
<i>Pourcentage canadien</i>	49,7 %	48,0 %	46,4 %	42,5 %	78,0 %	81,8 %	74,5 %	80,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,6 %	2,4 %	2,1 %	1,9 %	2,3 %	2,4 %	1,7 %	2,2 %
Autres	87,3	81,3	117,5	125,5	36,3	37,5	40,5	45,3
<i>Pourcentage canadien</i>	34,8 %	37,7 %	33,8 %	32,4 %	85,3 %	78,8 %	80,0 %	79,3 %
<i>Pourcentage du total</i>	22,1 %	21,4 %	20,7 %	22,1 %	20,4 %	17,9 %	20 %	22,1 %
Total	395,3	379,3	567,1	567,4	178,1	209,5	202,9	205,0
<i>Pourcentage canadien</i>	43,3 %	44,8 %	43,0 %	42,0 %	64,1 %	67,7 %	64,5 %	64,0 %

- 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 :
 - 27 août 2007 au 31 août 2008, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
 - 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.
 - 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 (2007-08, 2008-09)
 - Sondages BBM - données PPM (2009-10, 2010-11)
- 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			
	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
Nouvelles, analyses et interprétation	32,5	23,9	37,5	40,5	27,1	24,6	24,1	23,5
<i>Pourcentage canadien</i>	97,0 %	96,6 %	98,3 %	96,5 %	100 %	99,9 %	100 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	23,2 %	23,7 %	20,5 %	23,7 %	37,9 %	35,8 %	34,0 %	33,4 %
Documentaires de longue durée	2,3	1,7	1,7	2,4	0,5	0,6	1,1	0,9
<i>Pourcentage canadien</i>	65,9 %	66,6 %	71,3 %	57,8 %	86,5 %	87,7 %	90,7 %	95,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,6 %	1,7 %	0,9 %	1,4 %	0,8 %	0,9 %	1,6 %	1,2 %
Sports	2,5	1,8	17,2	3,8	0,9	1,0	2,4	0,2
<i>Pourcentage canadien</i>	2,8 %	3,2 %	78,1 %	4,6 %	100 %	96,5 %	95,2 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,8 %	1,8 %	9,4 %	2,2 %	1,3 %	1,4 %	3,3 %	0,2 %
Dramatiques/comédies	55,7	39,6	70,5	70,1	24,6	23,9	25,0	25,2
<i>Pourcentage canadien</i>	11,0 %	13,7 %	11,0 %	10,8 %	27,9 %	27,5 %	28,2 %	24,3 %
<i>Pourcentage du total</i>	39,7 %	39,3 %	38,7 %	41,4 %	34,5 %	34,7 %	35,3 %	35,8 %
Musique/danse/variétés	4,4	4,3	5,9	6,2	1,0	2,8	1,2	1,9
<i>Pourcentage canadien</i>	17,5 %	17,9 %	9,2 %	9,6 %	47,2 %	79,2 %	56,6 %	74,7 %
<i>Pourcentage du total</i>	3,1 %	4,2 %	3,2 %	3,6 %	1,1 %	4,0 %	1,7 %	2,6 %
Autres	42,8	29,6	49,6	47,6	17,3	15,9	17,1	18,8
<i>Pourcentage canadien</i>	19,9 %	24,2 %	22,6 %	21,5 %	88,0 %	79,5 %	84,3 %	84,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	30,6 %	29,3 %	27,2 %	27,8 %	24,2 %	23,1 %	24,1 %	26,7 %
Total	140,0	100,9	182,4	171,1	71,4	68,8	71,0	70,3
<i>Pourcentage canadien</i>	34,6 %	37,3 %	38,9 %	34,5 %	71,4 %	69,2 %	69,9 %	68,1 %

- Ces chiffres proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émissions.
- Saisons de télévision :
 - 27 août 2007 au 31 août 2008, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
 - 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.
- 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 (2007-08, 2008-09)
- Sondages BBM - données PPM (2009-10, 2010-11)

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			
	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
Nouvelles, analyses et interprétation	5,4	6,4	6,5	7,6	6,9	7,5	6,8	7,1
<i>Pourcentage canadien</i>	100 %	99,8 %	100 %	100 %	100 %	99,9 %	100 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	15,5 %	21,0 %	15,1 %	17,1 %	24,8 %	27,2 %	25,0 %	25,1 %
Documentaires de longue durée	1,4	1,4	1,5	1,7	0,4	0,5	0,4	0,3
<i>Pourcentage canadien</i>	86,9 %	93,9 %	97,2 %	97,7 %	91,3 %	93,2 %	92,1 %	97,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	4,0 %	4,6 %	3,5 %	3,9 %	1,3 %	1,9 %	1,4 %	1,1 %
Sports	15,2	7,8	16,3	15,4	2,4	0,7	1,0	0,4
<i>Pourcentage canadien</i>	100 %	100 %	100 %	98,7 %	100 %	92,6 %	100 %	100 %
<i>Pourcentage du total</i>	43,5 %	25,5 %	37,6 %	34,4 %	8,7 %	2,5 %	3,8 %	1,4 %
Dramatiques/comédies	10,2	9,2	11,4	11,1	9,2	9,1	8,9	8,3
<i>Pourcentage canadien</i>	39,7 %	44,9 %	45,5 %	46,4 %	63,0 %	62,0 %	66,5 %	72,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	29,2 %	30,1 %	26,2 %	24,9 %	33,1 %	33,1 %	32,9 %	29,1 %
Musique/danse/variétés	0,2	0,2	0,1	0,1	0,8	0,5	0,5	0,8
<i>Pourcentage canadien</i>	89,3 %	92,4 %	84,1 %	78,8 %	99,7 %	100 %	100 %	99,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	0,7 %	0,6 %	0,2 %	0,2 %	2,8 %	1,7 %	35,0 %	3,0 %
Autres	2,5	5,6	7,5	8,8	8,2	9,2	9,5	11,4
<i>Pourcentage canadien</i>	88,1 %	41,8 %	45,1 %	49,1 %	99,8 %	100 %	100 %	99,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	7,1 %	18,3 %	17,3 %	19,6 %	29,4 %	33,6 %	35,0 %	40,2 %
Total	34,9	30,5	43,3	44,7	27,9	27,4	27,1	28,3
<i>Pourcentage canadien</i>	80,9 %	72,4 %	76,1 %	76,1 %	87,6 %	87,1 %	88,8 %	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 :
 - 27 août 2007 au 31 août 2008, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
 - 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.
- 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 (2007-08, 2008-09)
- Sondages BBM - données PPM (2009-10, 2010-11)

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			
	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010 ¹	2010- 2011	2007- 2008	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011
Nouvelles, analyses et interprétation	21,2	11,5	36,4	43,2	4,6	32,1	18,8	21,0
<i>Pourcentage canadien</i>	91,3 %	83,2 %	92,2 %	94,6 %	92,0 %	98,9 %	98,1 %	98,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	10,2 %	5,6 %	10,9 %	12,8 %	6,4 %	31,6 %	19,1 %	21,1 %
Documentaires de longue durée	17,2	15,2	25,2	28,4	8,4	9,1	10,4	10,6
<i>Pourcentage canadien</i>	48,5 %	47,0 %	36,0 %	36,4 %	45,7 %	44,4 %	42,8 %	45,8 %
<i>Pourcentage du total</i>	8,3 %	7,4 %	7,6 %	8,4 %	11,7 %	9,0 %	10,6 %	10,6 %
Sports	26,3	29,0	48,0	42,6	11,6	10,9	13,3	12,2
<i>Pourcentage canadien</i>	63,0 %	63,3 %	67,5 %	66,4 %	79,5 %	74,7 %	82,8 %	81,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	12,6 %	14,2 %	14,5 %	12,6 %	16,1 %	10,7 %	13,6 %	12,2 %
Dramatiques/comédies	98,9	104,2	157,7	153,1	36,2	37,3	41,6	40,8
<i>Pourcentage canadien</i>	23,7 %	22,1 %	20,7 %	20,8 %	25,0 %	24,9 %	26,2 %	23,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	47,5 %	51,0 %	47,4 %	45,2 %	50,3 %	36,7 %	42,5 %	40,9 %
Musique/danse/variétés	5,5	4,4	6,0	4,5	2,1	1,5	1,6	1,4
<i>Pourcentage canadien</i>	73,5 %	78,4 %	82,0 %	84,8 %	81,4 %	77,4 %	77,1 %	74,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,7 %	2,2 %	1,8 %	1,3 %	2,9 %	1,5 %	1,6 %	1,5 %
Autres	39,0	39,9	59,0	66,7	9,2	10,6	12,4	13,7
<i>Pourcentage canadien</i>	46,1 %	46,7 %	41,2 %	36,1 %	68,0 %	59,2 %	58 %	54,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	18,7 %	19,5 %	17,8 %	19,7 %	12,7 %	10,5 %	12,6 %	13,7 %
Total	208,2	204,3	332,3	338,4	72,0	101,6	98,0	99,8
<i>Pourcentage canadien</i>	43,1 %	39,5 %	41,2 %	41,1 %	47,5 %	60,0 %	54,2 %	53,5 %

- 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 :

- 27 août 2007 au 31 août 2008, toutes personnes de 2 ans et +, du lundi au dimanche, de 6 h à 6 h;
- 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.

- 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 (2007-08, 2008-09)
- Sondages BBM - données PPM (2009-10, 2010-11)

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 (%)	2008-2009			2009-2010			2010-2011		
	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 ¹¹	17,1	16,4	33,5	17,5	17,1#	34,6#	16,4	17,3	33,7
<i>Services de langue anglaise</i>	17,1	16,2		17,5	16,9#		16,4	17,1	
<i>Services de langue française</i>	-	0,2		-	0,2		-	0,2	
Shaw ^{10, 12}	9,2	12,9	22,1	8,6	12,5	21,1	8,7	13,2	21,9
<i>Services de langue anglaise</i>	9,2	12,9		8,6	12,5		8,7	13,2	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
Corus ^{9,13}	0,4	9,5	10,0	0,4	10,4	10,8	0,3	10,2	10,4
<i>Services de langue anglaise</i>	0,4	9,5		0,4	10,4		0,3	10,2	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
CBC ⁸	6,8	2,0	8,8	7,1	1,4	8,5	7,6	1,9	9,4
<i>Services de langue anglaise</i>	6,1	1,8		7,0	1,3		7,4	1,8	
<i>Services de langue française</i>	0,7	0,2		0,2	0,0		0,2	0,1	
Rogers	5,2	2,8	7,9	4,9	4,0	8,9	4,9	3,8	8,7
<i>Services de langue anglaise</i>	5,2	2,8		4,9	4,0		4,9	3,8	
<i>Services de langue française</i>	-	-		-	-		-	-	
Astral ^{12, 13}	-	5,7	5,7	-	5,9	5,9	-	6,0	6,0
<i>Services de langue anglaise</i>	-	5,4		-	5,8		-	5,9	
<i>Services de langue française</i>	-	0,3		-	0,1		-	0,1	
Autres	4,4	7,5	11,9	2,6#	6,8#	9,5#	2,3	6,8	9,2
<i>Services de langue anglaise</i>	3,7	7,3		2,6	6,7#		2,3	6,8	
<i>Services de langue française</i>	0,7	0,3		0,0	0,1		0,0	0,0	
Total des heures (en M)	199,5	262,9	462,4	254,2	353,6	607,8	242,9	356,1	598,9
Marché canadien de langue française Marché de langue française du Québec									
Quebecor ¹²	26,3	4,7	31,0	23,8	5,8	29,6	23,2	7,2	30,5
<i>Services de langue française</i>	26,3	4,7		23,8	5,8		23,2	7,2	
<i>Services de langue anglaise</i>	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
SRC ⁸	14,0	4,6	18,6	13,4	4,1	17,5	13,7	4,7	18,3
<i>Services de langue française</i>	13,5	4,5		12,7	4,0		13,2	4,6	
<i>Services de langue anglaise</i>	0,6	0,1		0,6	0,1		0,5	0,1	
Astral ^{12,13}	-	17,3	17,3	-	17,9	17,9	-	16,6	16,6
<i>Services de langue française</i>	-	17,0		-	17,6		-	16,2	
<i>Services de langue anglaise</i>	-	0,3		-	0,3		-	0,4	
BCE ¹¹	1,1	7,0	8,1	1,2	7,7	8,9	1,2	7,1	8,3
<i>Services de langue française</i>	-	5,7		-	6,3		-	5,7	
<i>Services de langue anglaise</i>	1,1	1,3		1,2	1,4		1,2	1,4	
Remstar	6,4#	-	6,4#	7,5	-	7,5	7,7	-	7,7
<i>Services de langue française</i>	6,4#	-		7,5	-		7,7	-	
<i>Services de langue anglaise</i>	-	-		-	-		-	-	
Autres	6,3#	12,4	18,7#	5,5	10,9	16,4	5,2	11,3	16,4
<i>Services de langue française</i>	5,5#	11,1		5,4	10,6		5,1	10,9	
<i>Services de langue anglaise</i>	0,8	1,3		0,1	0,3		0,1	0,4	
Total des heures (en M)	109,5	92,5	202,0	111,5	102,4	214,0	111,6	104,0	215,6

Source : BBM Nielsen / Sondages BBM (InfoSys PPM TV)

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

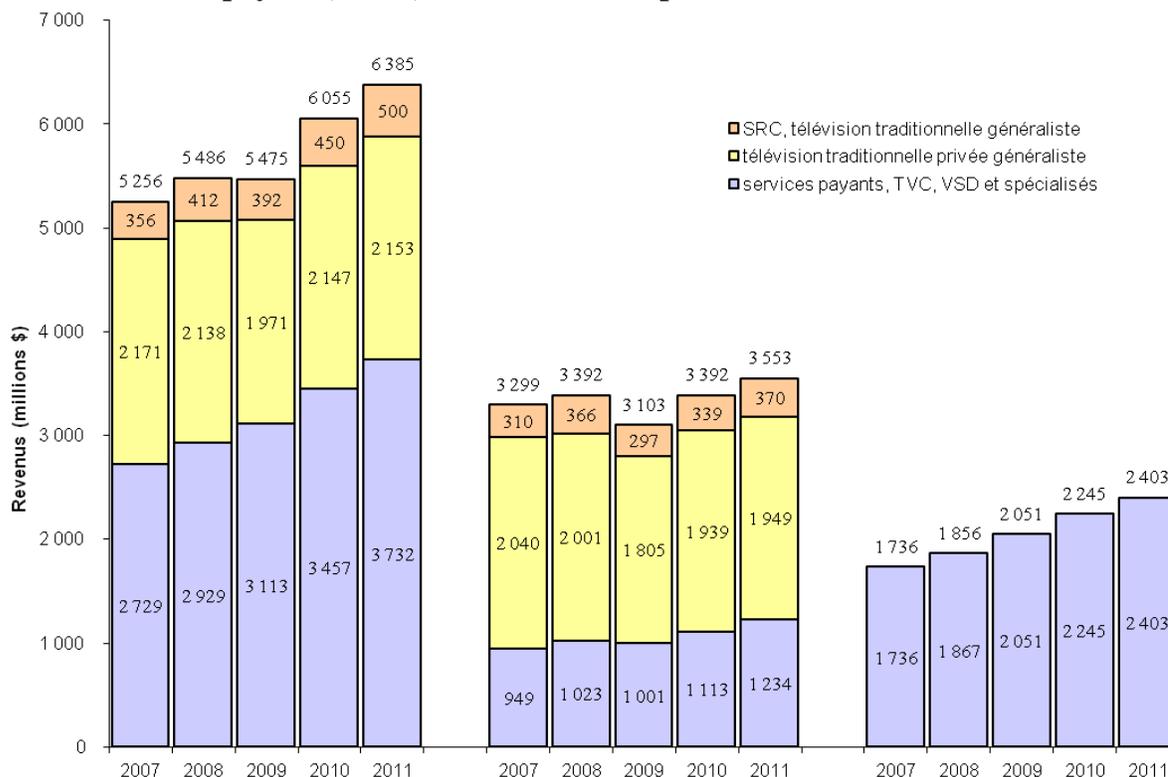
Notes :

- 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 1^{er} septembre 2008 au 30 août 2009 (2008-2009), du 31 août 2009 au 29 août 2010 (2009-2010) et du 30 août 2010 au 28 août 2011 (2010-2011).
- 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 payante et spécialisée, la version VSD de ces mêmes services, mais pas les services de TVC).
- 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.
- Stations appartenant à la CBC/SRC et exploitées par elle.
- 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).
- 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).
- 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).
- La rubrique « Autres » englobe les services facultatifs suivants, qui appartiennent à parts égales, à deux sociétés canadiennes :

Part d'écoute (%)	Marché canadien de langue anglaise			Marché canadien de langue française		
	L'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec			Marché de langue française du Québec		
	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2008-2009	2009-2010	2010-2011
	Astral 50 % / Shaw 50 %					
• <i>Historia [fr.]</i>	0,02	s.i.	s.i.	1,74	1,80	1,63
• <i>Séries+ [fr.]</i>	0,03	0,01	0,01	3,58	3,45	3,53
	Astral 50% / Corus 50 %					
• <i>Teletoon [ang.]</i>	1,77	2,32	2,11	0,06	0,06	0,09
• <i>Télétoon [fr.]</i>	0,03	0,02	0,02	3,21	2,86	2,54
• <i>Teletoon Retro [ang.]</i>	0,43	0,48	0,55	s.i.	0,04	0,02
• <i>Télétoon Rétro [fr.]</i>	0,01	0,01	0,01	0,22	0,31	0,37
	Shaw 50 % / Quebecor 50 %					
• <i>Mystery [ang.]</i>	0,59	0,49	0,48	0,01	0,04	0,02
	Astral / Corus					
• <i>HBO Canada</i>	0,32	0,35	0,36	s.i.	0,02	0,02

s.i.= sans incidence; n.e = non-exploité; s.o. = sans objet

- 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.

Graphique 4.3.1 Revenus de télévision : SRC, télévision traditionnelle privée, télévision payante, TVC, VSD et services spécialisés


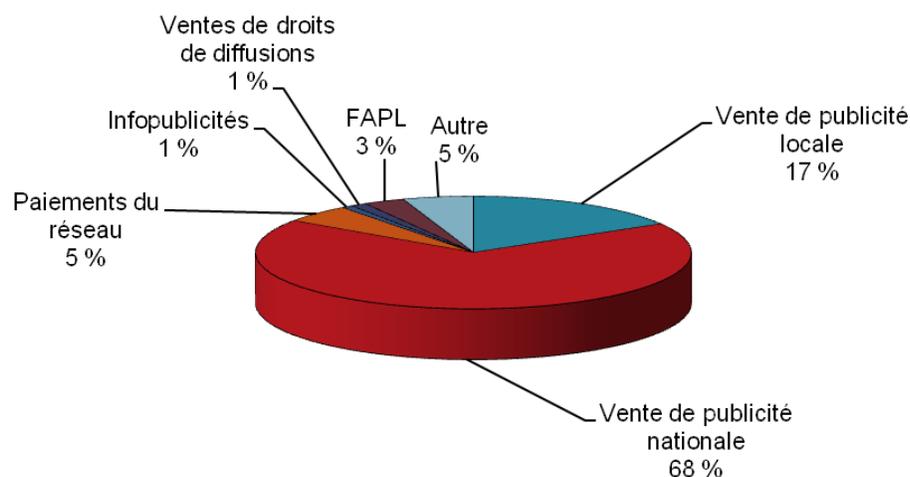
- Les revenus de publicité englobent les ventes d'infopublicités. Dans le cas de la SRC, seuls les revenus de publicité sont comptabilisés, non les crédits parlementaires. Les revenus totaux englobent les revenus « autres » et pour 2010 et 2011, comprend le financement provenant du FAPL.
- Les chiffres de 2008-2009 ont été mis à jour en fonction des résultats globaux actuels en date du 31 août.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2010	2011	Croissance (%)
Télévision traditionnelle			
Traditionnelle privée	2 147	2 153	0,3
SRC	450	500	11,1
Sous-total	2 597	2 653	2,2
Autres services			
Services payants, de TVC et VSD	802	856	6,7
Services spécialisés	2 656	2 877	8,3
Sous-total	3 457	3 732	7,9
Total	6 055	6 385	5,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (2011)

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 \$)	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Télévision traditionnelle SRC						
Revenus publicitaires						
Stations de langue anglaise	203	253	192	221	246	4,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	-9,4 %	24,6 %	-24,1 %	15,1 %	11,3 %	
Stations de langue française	108	113	105	118	123	3,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-6,1 %	4,6 %	-7,1 %	12,4 %	4,2 %	
Total des revenus de publicité	310	366	297	339	370	4,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-8,6 %	18,1 %	-18,9 %	14,1 %	9,1 %	
Autres revenus	45	46	95	111	130	30,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-15,1 %	2,2 %	106,5 %	16,8 %	17,1 %	
Total	356	412	392	450	500	8,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	-9,2 %	15,7 %	-4,9 %	14,8 %	11,1 %	
Crédits parlementaires	s.o.	s.o.	s.o.	794	839	
<i>Croissance annuelle</i>				s.o.	5,7 %	

- « Autres revenus » englobe :

- a) pour 2007 à 2011 : autres revenus commerciaux ;

- b) pour 2009 à 2011 : les revenus corporatifs (si ces revenus étaient inclus dans les résultats de 2008, la croissance annuelle passerait de -5 % à -20 %) ;

- c) pour 2010 et 2011 : 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

Revenus (millions \$)						TCAC
	2007	2008	2009	2010	2011	2007-2011
Langue anglaise						
Revenus de publicité	1 717	1 679	1 520	1 650	1 650	-1,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,4 %	-2,2 %	-9,5 %	8,6 %	0,0 %	
<i>Sous-total</i>	96 %	96 %	94 %	92 %	92 %	
Autres revenus	73	75	101	144	138	17,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	15,9 %	2,7 %	34,7 %	42,6 %	-4,2 %	
<i>Sous-total</i>	4 %	4 %	6 %	8 %	8 %	
Sous-total	1 790	1 754	1 621	1 794	1 788	-0,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,9 %	-2,0 %	-7,6 %	10,7 %	-0,3 %	
Langue française						
Revenus de publicité	323	322	286	273	282	-3,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,2 %	-0,3 %	-11,2 %	-4,5 %	3,0 %	
<i>Sous-total</i>	85 %	84 %	82 %	77 %	77 %	
Autres revenus	58	62	64	80	83	9,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,3 %	6,9 %	3,2 %	25,0 %	3,8 %	
<i>Sous-total</i>	15 %	16 %	18 %	23 %	23 %	
Sous-total	381	384	350	354	365	-1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,6 %	0,8 %	-8,9 %	1,1 %	3,1 %	
Total						
Revenus de publicité	2 040	2 001	1 806	1 939 #	1 949	-1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,0 %	-1,9 %	-9,7 %	7,4 %	0,5 %	
<i>Total</i>	94 %	94 %	92 %	90 %	91 %	
Autres revenus	131	137	165	208 #	204	11,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,5 %	4,6 %	20,4 %	26,1 %	-1,9 %	
<i>Total</i>	6 %	6 %	8 %	10 %	9 %	
Total	2 171	2 138	1 971	2 147	2 153	-0,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,3 %	-1,5 %	-7,8 %	8,9 %	0,3 %	

- 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 et 2011, « autres revenus » comprend le financement provenant du FAPL.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

Source : Données recueillies par le CRTC

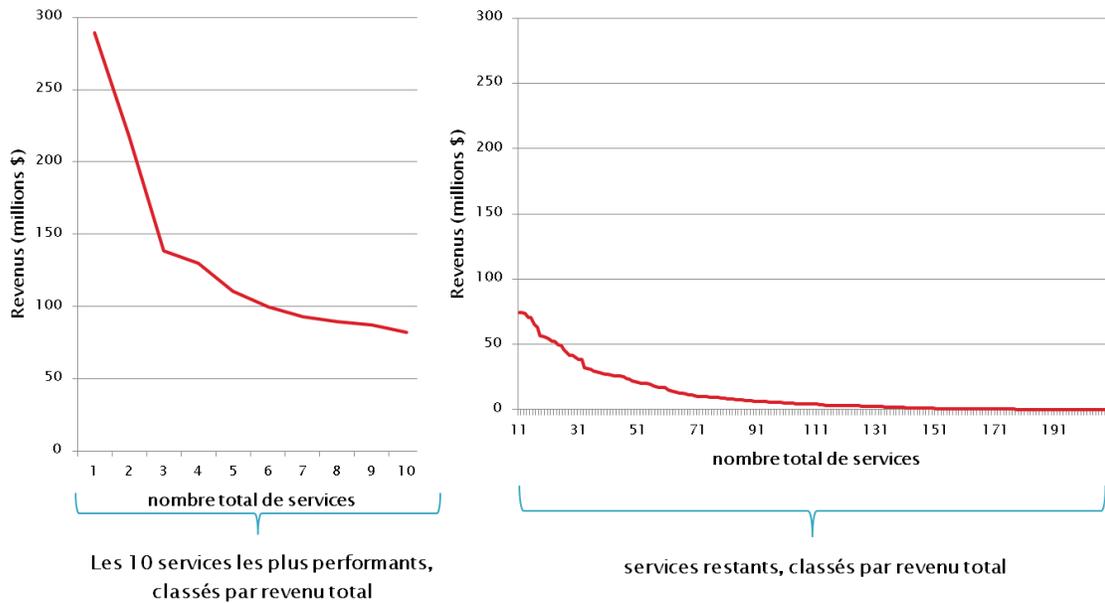
Tableau 4.3.13 Revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC, analogiques et numériques

Services	Revenus (en milliers \$)			BAII (en milliers \$)			Marge de BAII		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Services spécialisés de langue anglaise									
Analogiques	1 615 683	1 777 612	1 863 170	468 121	522 697	563 553	29,0 %	29,4 %	30,3 %
Numériques, cat. 1	83 324	90 766	91 647	14 274	21 055	16 775	17,1 %	23,2 %	18,3 %
Numériques, cat. 2	208 587	246 456 #	331 970	40 156	62 693 #	65 375	19,3 %	25,4 % #	19,7 %
Sous-total	1 907 594	2 114 834 #	2 286 787	522 551	606 445 #	645 703	27,4 %	28,7 %	28,2 %
Services spécialisés de langue française									
Analogiques	406 620	436 876	465 285	101 644	112 636	123 137	25,0 %	25,8 %	26,5 %
Numériques, cat. 1	17 309	19 298	22 048	3 391	4 600	5 998	19,6 %	23,8 %	27,2 %
Numériques, cat. 2	7 579	11 754	19 841	-978	-2 666	-5 241	-12,9 %	-22,7 %	-26,4 %
Sous-total	431 508	467 928	507 175	104 057	144 570	123 894	24,1 %	24,5 %	24,4 %
Services spécialisés ethniques et de langues tierces									
Analogiques	62 759 #	67 942	68 241	16 346 #	19 234	18 919	26,0 % #	28,3 %	27,7 %
Numériques, cat. 1									
Numériques, cat. 2	7 697 #	10 102	14 307	-463 #	222	1 534	-6,0 % #	2,2 %	10,7 %
Sous-total	70 456 #	78 044	82 548	15 883 #	19 456	20 453	22,5 % #	24,9 %	24,8 %
Total services spécialisés									
Analogiques	2 085 062	2 282 430	2 396 696	586 111	654 567	705 610	28,1 %	28,7 %	29,4 %
Numériques, cat. 1	100 633	110 063	113 696	17 665	25 655	22 773	17,6 %	23,3 %	20,0 %
Numériques, cat. 2	231 727	268 312	366 118	37 838	60 249	61 668	16,3 %	22,3 %	16,8 %
Sous-total	2 417 422 #	2 660 806 #	2 876 510	642 429 #	740 471 #	790 051	26,6 % #	27,8 % #	27,5 %
Services payants, de TVC et de VSD									
Services payants	402 150 #	447 982	468 946	48 727 #	100 412	123 445	12,1 % #	22,4 %	26,3 %
Services de TVC – terrestres et par SRD	139 649	145 139 #	129 243	17 512	20 235 #	13 095	12,5 %	13,9 % #	10,1 %
VSD	153 723	205 429	257 450	20 137	12 778	3 931	13,1 %	6,2 %	1,5 %
Sous-total	695 521 #	798 551 #	855 640	86 376 #	133 426 #	140 470	12,4 % #	16,7 % #	16,4 %
Total	3 112 943 #	3 459 357 #	3 732 149	728 805 #	873 896 #	930 521	23,4 % #	25,3 % #	24,9 %

- Les services de langue anglaise comprennent les services bilingues.
- De légères variances sont dues à l'arrondissement.

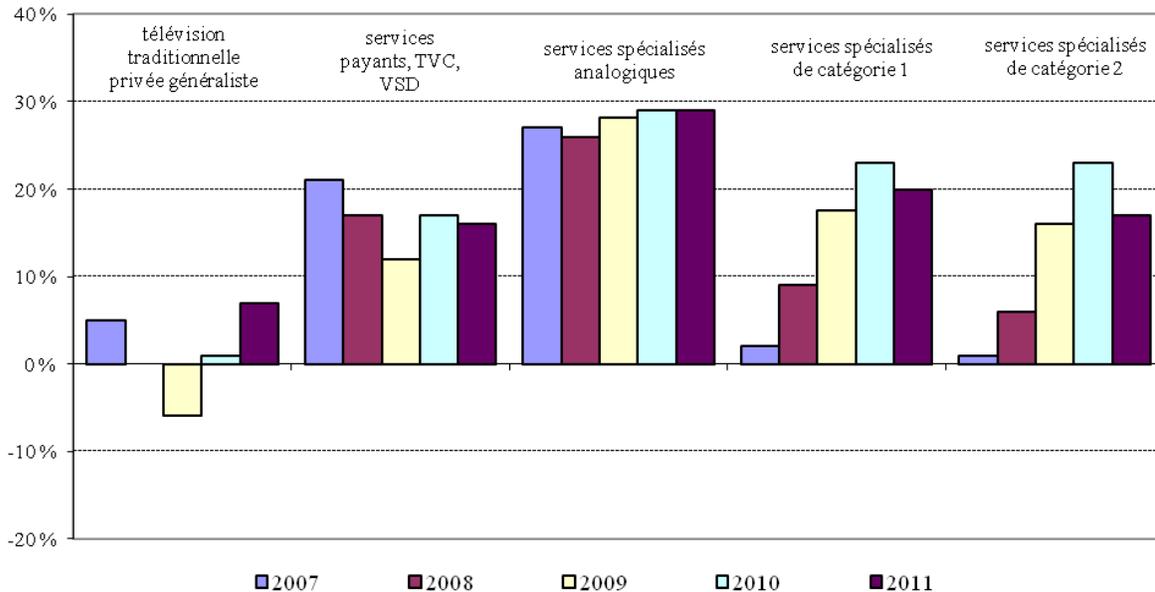
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.3 Classement par revenus des services spécialisés, payants, de VSD et de TVC en ordre décroissant



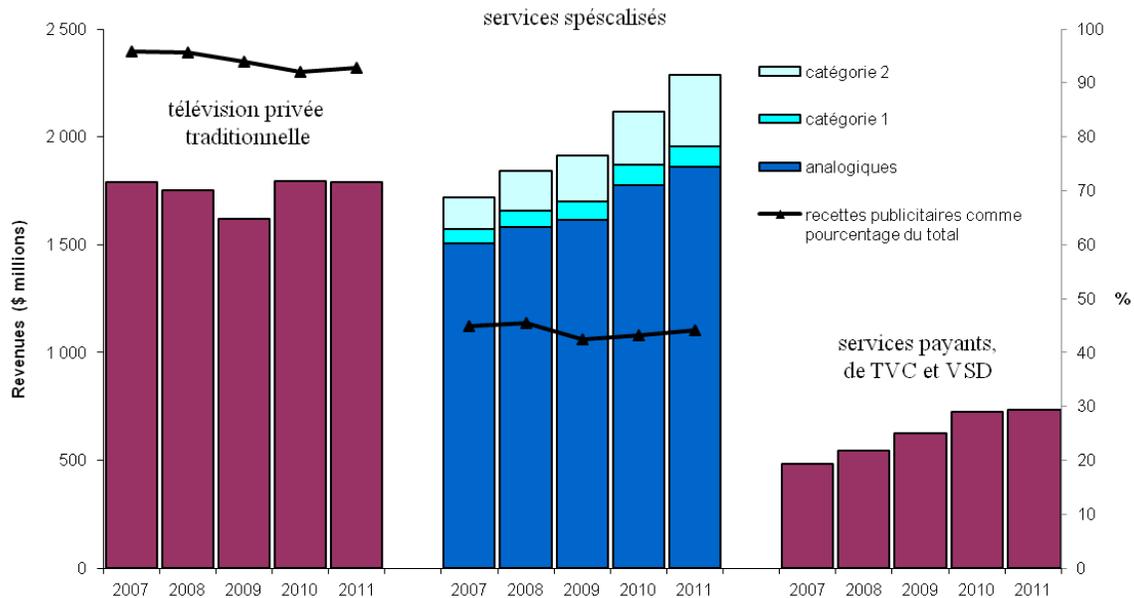
Source : Données recueillies par le CRTC

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



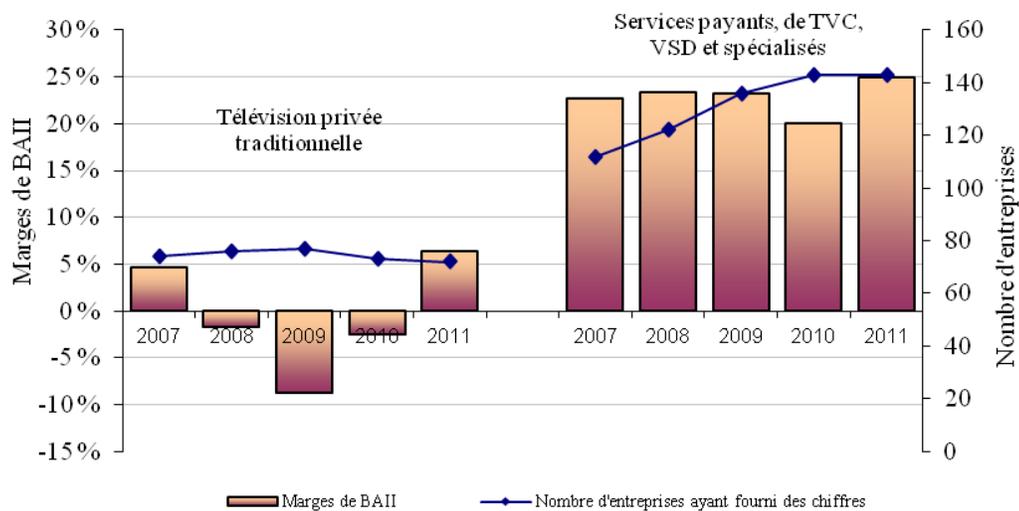
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.5 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise



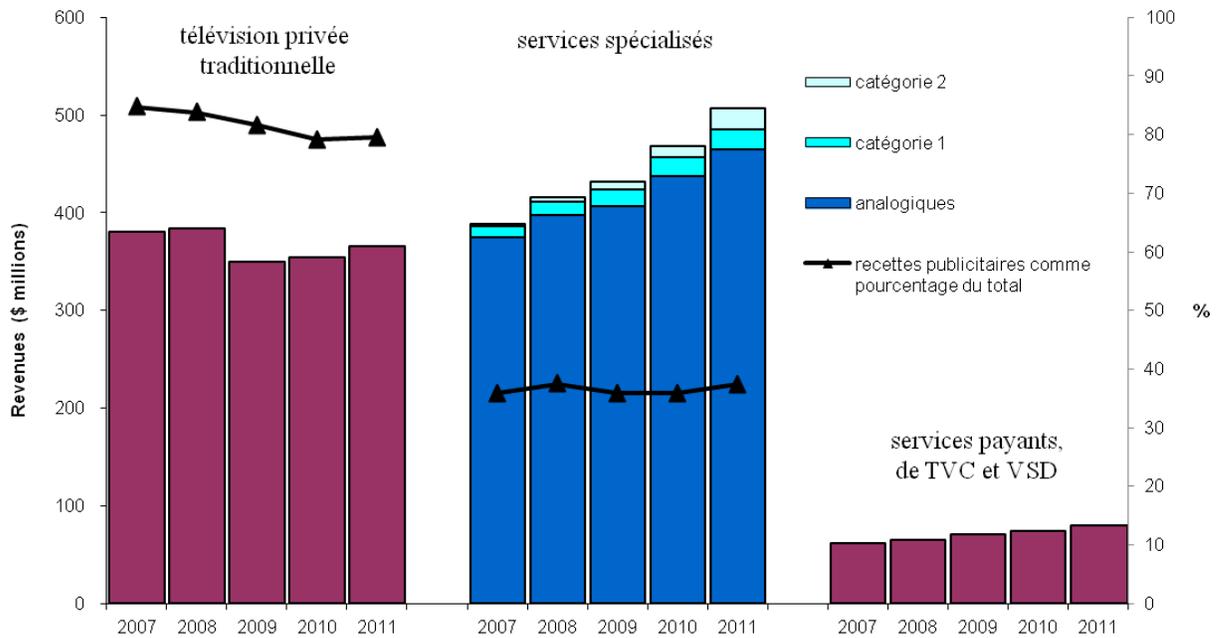
- Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
 - Les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise comprennent les services bilingues.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

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



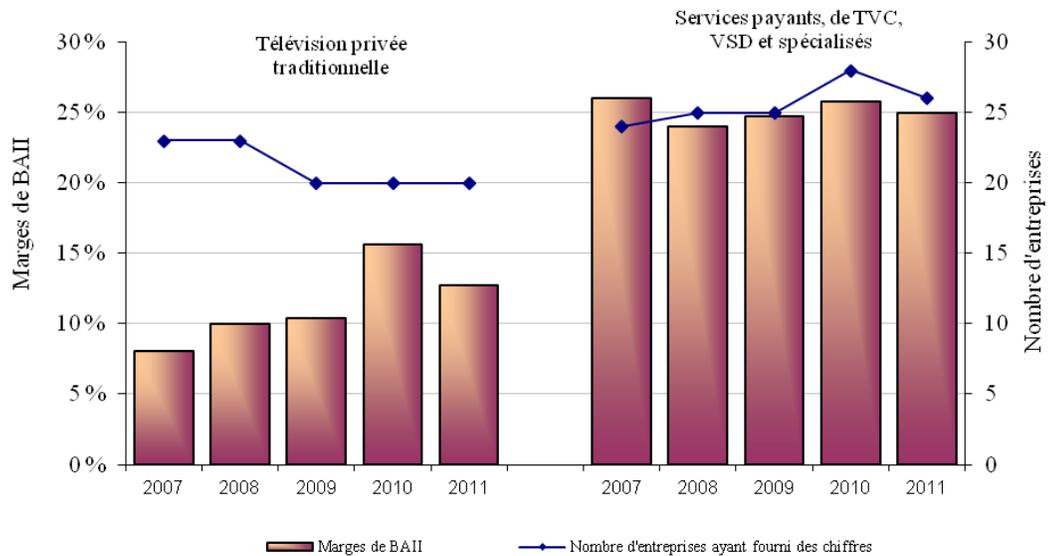
- Les stations de langue anglaise englobent les revenus des stations à caractère ethnique traditionnelles puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.
 - Les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise comprennent les services bilingues.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

Graphique 4.3.7 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



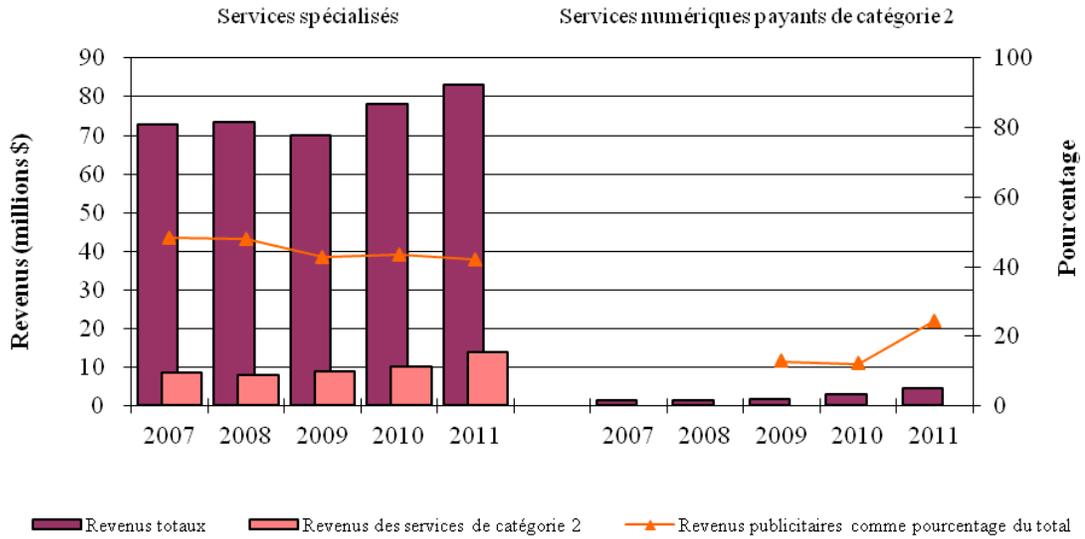
Source : Données recueillies par le CRTC

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



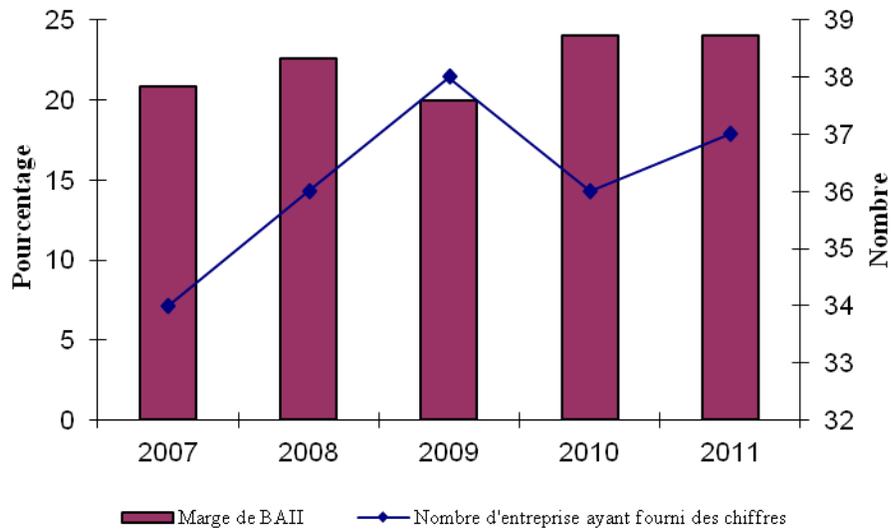
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.9 Revenus des services spécialisés et numériques payants de catégorie 2 à caractère ethnique et en langues tierces



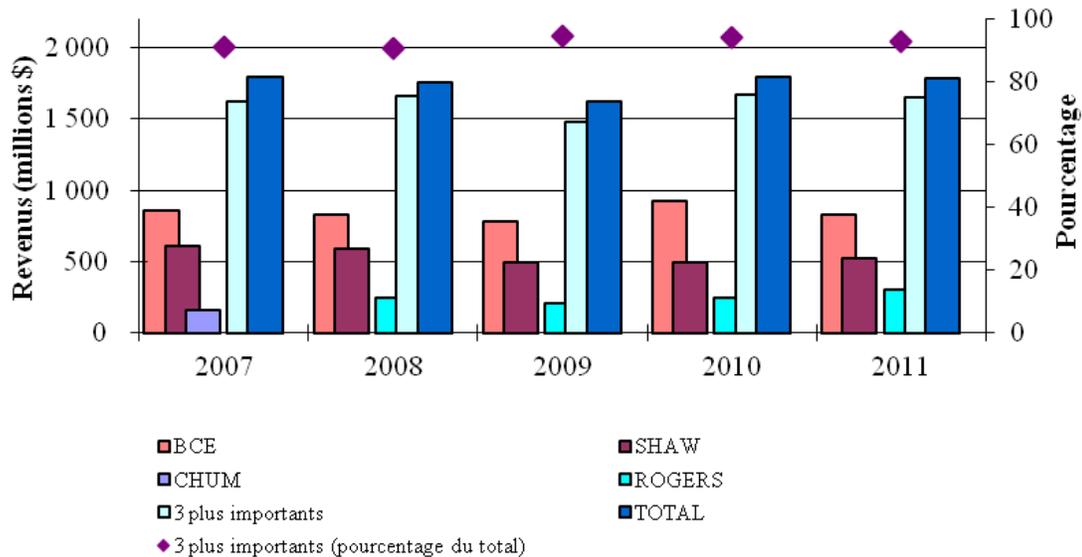
Source : Données recueillies par le CRTC

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



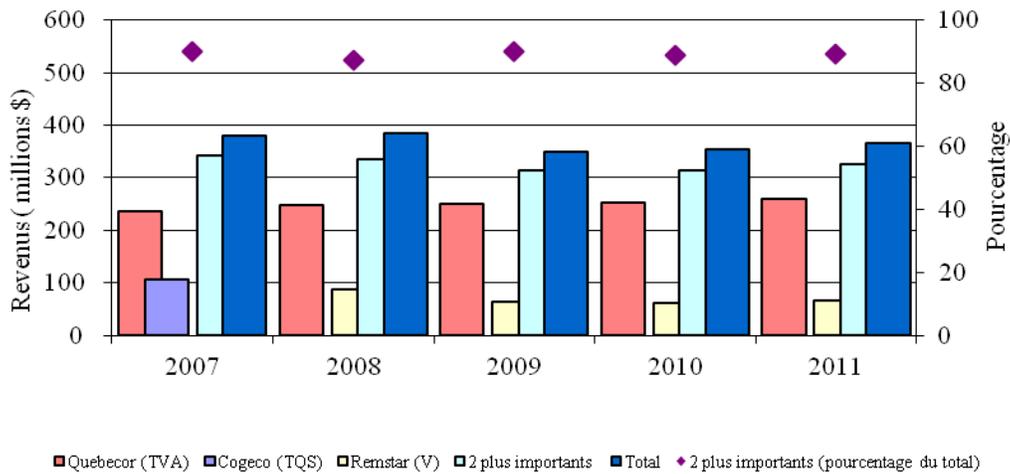
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.11 Revenus des principaux groupes de propriété de télévision privée traditionnelle de langue anglaise



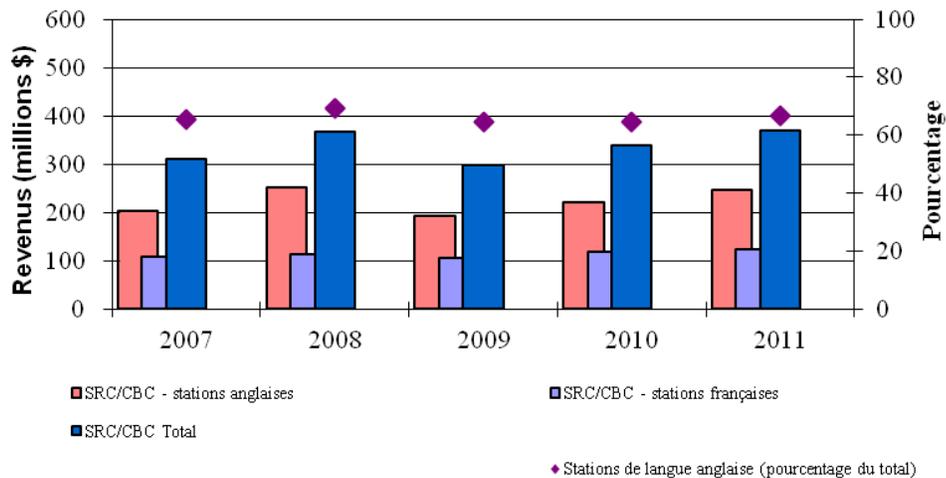
- Calcul fondé sur le nombre de stations traditionnelles détenues ou contrôlées par le groupe de propriété en date du 31 août de chaque année. La date de la décision approuvant le transfert de propriété, et non celle où l'entente a été signée, officialise la propriété. Le revenu annuel complet de la 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 et 2011.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.12 Revenus des plus grands 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 et 2011.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.3.13 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC/CBC



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011 (volet 1 de 6)¹

HD	Astral	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers au 31 août 2011 (en milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
✓	Canal D	Sp. A	f	100 %	2 611	38 400	19 159	49,9 %
✓	Canal Vie	Sp. A	f	100 %	2 343	41 905	13 664	32,6 %
✓	CINÉPOP	Payant 2	f	100 %	881	6 951	2 455	35,3 %
✓	The Family Channel	Payant	a	100 %	5 937	63 280	20 270	32,0 %
✓	Mpix	Payant	a	100 %	1 583	25 687	14 416	56,1 %
✓	Super Écran	Payant	f	100 %	633	65 571	19 343	29,5 %
✓	The Movie Network	Payant	a	100 %	1 226	138 748	28 133	20,3 %
✓	VRAK.TV	Sp. A	f	100 %	2 504	27 855	11 331	40,7 %
✓	Ztélé	Sp. A	f	100 %	2 068	23 361	8 076	34,6 %
✓	Viewers Choice Canada	TVC**	a	50,10 %	s.o.	17 118	2 825	16,5 %
✓	Historia	Sp. A	f	50 %	2 087	19 885	9 226	46,4 %
✓	Musimax	Sp. A	f	100 %	2 071	9 690	190	2,0 %
✓	MusiquePlus	Sp. A	f	100 %	2 469	13 155	-1 032	-7,8 %
✓	Séries+	Sp. A	f	50 %	2 099	29 931	16 370	54,7 %
✓	Teletoon / Télétoon	Sp. A	b	50 %	7 726	89 301	41 713	46,7 %
	Teletoon retro English	Sp. N2	a	50 %	s.o.	6 454	s.o.	s.o.
	Télétoon rétro Français	Sp. N2	f	50 %	s.o.	1 551	s.o.	s.o.
	Disney Junior	Sp. N2	b	100%	s.o.	646	s.o.	s.o.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011 (volet 2 de 6)¹

HD	BCE ²	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers au 31 août 2011 (en milliers)				
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII	
✓		CTV News Channel	Sp. A	a	100 %	8 612	23 713	5 645	23,8 %
		MTV Canada	Sp. A	a	100 %	6 745	26 137	155	0,6 %
✓		Business News Network	Sp. A	a	100 %	6 291	31 833	11 665	36,6 %
		Comedy Network	Sp. A	a	100 %	6 149	56 608	24 259	42,9 %
		ESPN Classic Canada	Sp. N2	a	80 %	1 092	2 914	705	24,2 %
✓		Réseau des Sports (RDS)	Sp. A	f	80 %	3 446	129 966	29 520	22,7 %
		RDS Info	Sp. N1	f	80 %	1 444	11 340	3 988	35,2 %
✓		The Sports Network (TSN)	Sp. A	a	80 %	9 004	289 400	82 204	28,4 %
✓		Animal Planet	Sp. N2	a	64 %	1 924	6 237	1 369	21,9 %
✓		Discovery Channel	Sp. A	a	64 %	8 114	99 913	35 088	35,1 %
✓		Discovery Science	Sp. N2	a	64 %	1 400	4 147	338	8,1 %
✓		Discovery World HD	Sp. N2	a	64 %	1 442	27 145	13 774	50,7 %
✓		Viewers Choice Canada	TVC **	a	19,96 %	s.o.	17 118	2 825	16,5 %
		The NHL Network	Sp. N2	a	17,14 %	s.o.	11 971	s.o.	s.o.
✓		Book Television	Sp. N1	a	100 %	969	4 253	1 321	31,1 %
✓		Bravo!	Sp. A	a	100 %	7 020	38 350	11 175	29,1 %
✓		Investigation Discovery	Sp. N2	a	100 %	957	4 364	893	20,5 %
✓		Fashion Television Channel	Sp. N1	a	100 %	812	4 597	2 629	57,2 %
		MuchLoud	Sp. N2	a	100 %	165	359	66	18,3 %
✓		MuchMoreMusic	Sp. A	a	100 %	6 344	17 396	4 617	26,5 %
		MuchMoreRetro	Sp. N2	a	100 %	267	745	434	58,3 %
✓		MuchMusic	Sp. A	a	100 %	8 412	45 846	9 623	21,0 %
		MuchVibe	Sp. N2	a	100 %	482	642	305	47,5 %
✓		CablePulse 24	Sp. A	a	100 %	2 988	21 675	1 367	6,3 %
		Juicebox (formerly PunchMuch) ^a	Sp. N2	a	100 %	283	718	390	54,3 %
✓		MTV2 Canada	Sp. N1	a	100 %	803	4 627	-458	-9,9 %
✓		SPACE	Sp. A	a	100 %	6 871	49 779	15 862	31,9 %
✓		E!	Sp. A	a	100 %	6 460	27 125	4 773	17,6 %
		Comedy Gold	Sp. N2	a	100 %	968	3 252	1 880	57,8 %
✓		Bell TV On Demand and Vu!	TVC**	b	100 %	s.o.	56 319	4 405	7,8 %
✓		Bell TV On Demand	TVC	b	100 %	s.o.	104	35	33,3 %
✓		Bell TV On Demand	VSD	b	100 %	s.o.	1 737	-534	-30,7 %
✓		Câblevision du Nord de Québec inc.	VSD	f	100 %	s.o.	683	78	11,5 %

a) Le service PunchMuch a été rebaptisé Juicebox le 17 novembre 2011.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011 (volet 3 de 6)¹

HD	SRC	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers au 31 août 2011 (en milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
✓	Bold	Sp. N1	a	100 %	2 662	4 039	-406	-10,0 %
✓	CBC News Network	Sp. A	a	100 %	11 165	82 215	9 967	12,1 %
✓	RDI	Sp. A	f	100 %	11 190	54 083	6 941	12,8 %
✓	ARTV	Sp. A	f	85 %	2 117	17 214	177	1,0 %
✓	Documentary	Sp. N1	a	82 %	2 564	5 506	683	12,4 %

• En septembre 2009, la SRC a vendu son service sonore payant, Galaxie, à Stingray Digital.

HD	Cogeco	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers au 31 août 2011 (en milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
	Cogeco sur demande	VSD	b	100 %	s.o.	19 331	7 869	40,7 %

HD	Corus ³	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers au 31 août 2011 (en milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAIL (\$)	Marge de BAIL
✓	Encore Avenue	Payant	a	100 %	2 371	20 552	8 929	43,4 %
✓	MovieCentral	Payant	a	100 %	984	110 499	19 332	17,5 %
	TreeHouse TV	Sp. A	a	100 %	8 580	14 552	4 788	32,9 %
✓	W Network	Sp. A	a	100 %	8 387	87 077	37 793	43,4 %
	YTV	Sp. A	a	100 %	11 237	93 094	36 611	39,3 %
	CMT Canada	Sp. A	a	90 %	10 627	30 684	11 281	36,8 %
✓	Dusk	Sp. N2	a	51 %	s.o.	7 653	s.o.	s.o.
	Sky TG24 Canada	Sp. N2	t	50,50 %	s.o.	204	s.o.	s.o.
	TLN – Teletatino	Sp. A	t	50,50 %	5 203	20 316	9 001	44,3 %
✓	Teletoon / Télétoon ^a	Sp. A	b	50 %	7 726	89 301	41 713	46,7 %
	Teletoon retro English ^a	Sp. N2	a	50 %	s.o.	6 454	s.o.	s.o.
	Télétoon rétro Français ^a	Sp. N2	f	50 %	s.o.	1 551	s.o.	s.o.
✓	Food Network Canada	Sp. A	a	22,58 %	6 358	52 356	22 641	43,2 %
	EuroWorld Canada	Sp. N2	a	50,50 %	s.o.	138	s.o.	s.o.
	Mediaset Italia	Sp. N2	t	50,50 %	s.o.	238	s.o.	s.o.
	TLN en español	Sp. N2	t	50,50 %	s.o.	901	s.o.	s.o.
	Nickelodeon	Sp.N2	a	100 %	s.o.	6 793	s.o.	s.o.
✓	OWN (anciennement VIVA) ^b	Sp. A	a	100 %	5,968	26 699	10 437	39,1 %
	Cosmopolitan TV	Sp. N2	a	67 %	s.o.	10 221	s.o.	s.o.
	Sundance Channel	Sp. N2	a	100 %	s.o.	5 437	s.o.	s.o.
✓	W Movies	Sp. N2	a	100 %	s.o.	5 837	s.o.	s.o.

a) 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.

b) VIVA a été rebaptisé OWN (Oprah Winfrey Network) le 1^{er} mars 2011.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011 (volet 4 de 6)¹

HD	Quebecor	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers en date du 31 août 2011 (milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
✓	Illico sur demande	VSD	b	100 %	s.o.	55 510	2 894	5,2 %
	Argent	Sp. N1	f	100 %	950	4 185	812	19,4 %
✓	Le Canal Nouvelles (LCN)	Sp. A	f	100 %	2 264	28 685	8 118	28,3 %
✓	AddikTV (anciennement Mystère)	Sp. N1	f	100 %	873	6 524	1 198	18,4 %
	Mille	Sp. N2	f	100 %	90	426	-2 498	-586,0 %
	Prise 2	Sp. N2	f	100 %	799	5 422	1 244	23,0 %
	The Cave (anciennement MenTV)	Sp. N1	a	51 %	906	4 757	-213	-4,5 %
	Mystery TV	Sp. N1	a	50 %	1 732	12 892	3 331	25,8 %
✓	CASA (anciennement Les idées de ma maison)	Sp. N2	f	100 %	700	5 034	-852	-16,9 %
✓	Canal Indigo	TVC**	f	100 %	s.o.	6 125	2 464	40,2 %
✓	Yoopla	Sp. N2	f	100 %	406	2 248	-1 208	-53,7 %
✓	Canal Évasion	Sp. A	f	8,31 %	2 072	12 572	970	7,7 %

HD	Rogers	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers en date du 31 août 2011 (milliers)			
					N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
	The Biography Channel	Sp. N1	a	100 %	2 289	8 006	1 513	18,9 %
✓	Rogers On Demand	VSD	b	100 %	s.o.	70 842	3 470	4,9 %
✓	Rogers Sportsnet	Sp. A	a	100 %	8 957	217 810	31 286	14,4 %
✓	Rogers Sportsnet One ^a	Sp. N2	a	100 %	5 282	52 480	1 362	2,6 %
✓	Rogers Sportsnet PPV	TVC**	a	100 %	s.o.	11 093	1 052	9,5 %
	G4TechTV	Sp. N1	a	100 %	2 347	9 782	1 901	19,4 %
✓	Viewers Choice Canada	TVC**	a	24,95 %	s.o.	17 118	2 825	16,5 %
✓	OLN (Outdoor Life Network)	Sp. A	a	100 %	5 870	21 929	8 947	40,8 %
	TVtropolis	Sp. A	a	33,33 %	6 264	41 591	7 616	18,3 %
	Rogers Pay Audio	Sp. A	b	100 %	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
	Sportsnet World ^b	Sp. N2	a	100 %	s.o.	9 453	1 748	18,5 %

a) Dans la décision de radiodiffusion 2010-124 du 2 mars 2010, le Conseil a attribué une licence à Rogers Sportsnet One. Le service est entré en ondes le 14 août 2010.

b) Setanta Sports Canada a été rebaptisé Sportsnet World le 3 octobre 2011.

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD en date du 31 décembre 2011 (volet 5 de 6)¹

	Type de service	Langue	Participation avec droit de vote direct ou indirect	Résultats financiers en date du 31 août 2011 (milliers)			
				N ^{bre} d'abonnés	Revenus (\$)	BAII (\$)	Marge de BAII
HD Shaw ⁴							
DejaView	Sp. N2	a	100 %	1 516	7 414	3 267	44,1 %
Fox Sports World Canada	Sp. N2	a	100 %	760	3 423	-1 155	-33,8 %
✓ MovieTime	Sp. N2	a	100 %	4 258	9 482	4 520	47,7 %
TVtropolis	Sp. A	a	66,67 %	6 264	41 591	7 616	18,3 %
Mystery TV	Sp. N1	a	50 %	1 732	12 892	3 331	25,8 %
The Cave	Sp. N1	a	49 %	906	4 757	-213	-4,5 %
✓ History Television	Sp. A	a	100 %	7 440	70 567	37 408	53,0 %
The Independent Film Channel Canada	Sp. N1	a	100 %	2 822	9 741	3 102	31,8 %
✓ Showcase	Sp. A	a	100 %	8 671	74 371	38 620	51,9 %
Action	Sp. N2	a	100 %	4 479	16 711	10 580	63,3 %
Showcase Diva	Sp. N2	a	100 %	4 366	14 894	6 701	45,0 %
Slice	Sp. A	a	100 %	6 515	39 868	7 898	19,8 %
✓ HGTV Canada	Sp. A	a	80,24 %	8 309	74 477	31 931	42,9 %
BBC Canada	Sp. N2	a	80 %	2 629	9 024	3 424	38,0 %
Twist TV	Sp. N1	a	100 %	2 100	6 340	2 263	35,7 %
✓ National Geographic Channel Canada	Sp. N2	a	80 %	6 361	19 933	12 140	60,9 %
✓ Food Network Canada	Sp. A	a	57,58 %	6 358	52 356	22 641	43,2 %
✓ Historia	Sp. A	f	50 %	2 087	19 885	9 226	46,4 %
✓ Séries+	Sp. A	f	50 %	2 099	29 931	16 370	54,7 %
✓ Dusk	Sp. N2	a	49 %	s.o.	7 653	s.o.	s.o.
Global Reality Channel	Sp. N2	a	100 %	1 137	2 362	-484	-20,5 %
D.I.Y Network	Sp. N2	a	80,24 %	2 200	9 838	6 221	63,2 %
✓ Shaw Pay-Per-View	TVC**	a	100 %	s.o.	9 987	1 039	10,4 %
✓ Shaw Pay-Per-View	TVC	a	100 %	s.o.	25 141	1 010	4,0 %
Shaw on Demand	VSD	b	100 %	s.o.	73 829	8 794	11,9 %

Tableau 4.3.14 Sociétés détenant une participation importante dans des services spécialisés, payants, de TVC et de VSD au 31 décembre 2011 (volet 6 de 6)¹

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 2011.

Légende :

- ✓ Identifie une entreprise de programmation en HD.

- Type de service :

Sp. A = Spécialisé analogique
 Sp. N1 = spécialisé numérique de catégorie 1
 Sp. N2 = spécialisé numérique de catégorie 2
 Payant = service payant analogique
 Payant 2 = service payant numérique de catégorie 2
 SRD = distribution par satellite de radiodiffusion directe
 TVC = télévision à la carte
 TVC** = détient une licence terrestre et une licence par SRD
 VSD = vidéo sur demande

- Langues : f = français; a = anglais; b = bilingue anglais et français; t = langue tierce,
- s.o. = sans objet ou non disponible.

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

Tableau 4.3.15 Dépenses au titre des émissions canadiennes par la télévision traditionnelle de la SRC, de langues anglaise et française

Genre (milliers \$)	2007	2008	2009	2010	2011	Croissance annuelle			
						2008	2009	2010	2011
Nouvelles (cat. 1)	119 552	132 457	165 717	203 223	191 924	10,8 %	25,1 %	22,6 %	-5,6 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	84 881	94 782	106 500	75 754	98 534	11,7 %	12,4 %	-28,9 %	30,1 %
Sports (cat. 6)	97 781	189 427	151 315	159 463	157 190	93,7 %	-20,1 %	5,4 %	-1,4 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	112 132	137 363	129 403	139 042	141 049	22,5 %	-5,8 %	7,4 %	1,4 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	26 648	27 059	21 432	13 700	12 912	1,5 %	-20,8 %	-36,1 %	-5,8 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	823	13 373	13 785	12 068	11 900	1 524,9 %	3,1 %	-12,5 %	-1,4 %
Intérêt général (cat. 11)	53 490	74 584	62 352	80 167	94 059	39,4 %	-16,4 %	28,6 %	17,3 %
Autres (cat. 12 à 15)	-	-	-41	-	2 203	-	-	-	-
Total (cat. 1 à 15)	495 307	669 045	650 464	683 417	709 769	35,1 %	-2,8 %	5,1 %	3,9 %

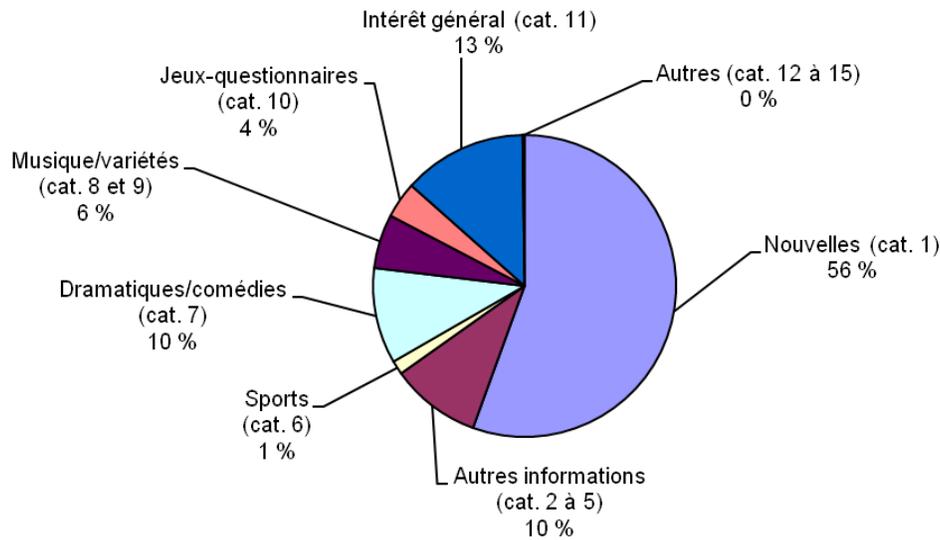
- Les dépenses excluent les dépenses indirectes et les coûts des installations. Certaines dépenses relatives à la programmation sont considérées comme des dépenses consacrées à des émissions depuis 2008, conformément aux lignes directrices du CRTC.
 - De légères variances sont dues à l'arrondissement.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

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

Genre (milliers \$)	2007	2008	2009	2010	2011	Croissance annuelle			
						2008	2009	2010	2011
Nouvelles (cat. 1)	324 772	322 997	312 106	304 358	316 922	-0,5 %	-3,4 %	-2,5 %	4,1 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	62 014	67 190	72 840	50 474	55 033	8,3 %	8,4 %	-30,7 %	9,0 %
Sports (cat. 6)	8 600	7 510	3 803	141 011	8 482	-12,7 %	-49,4 %	3607,9 %	-94,0 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	76 452	88 334	77 372	71 365	58 322	15,5 %	-12,4 %	-7,8 %	-18,3 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	23 897	24 706	38 182	21 678	33 006	3,4 %	54,5 %	-43,2 %	52,3 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	12 158	16 559	12 510	22 933	22 033	36,2 %	-24,5 %	83,3 %	-3,9 %
Intérêt général (cat. 11)	104 473	90 443	82 293	68 256	75 577	-13,4 %	-9,0 %	-17,1 %	10,7 %
Autres (cat. 12 à 15)	3 647	1 905	276	1 173	1 173	-47,8 %	-85,5 %	325,0 %	0 %
Total (cat. 1 à 15)	616 013	619 643	599 383	681 248	562 914	0,6 %	-3,3 %	13,7 %	-17,4 %
% du total des revenus	28,38 %	28,98 %	30,42 %	31,73 %	26,15 %				

- 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 2011, 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 \$)	2007	2008	2009	2010	2011	Croissance annuelle			
						2008	2009	2010	2011
Nouvelles (cat. 1)	10	5	20	145	90	-50,0 %	300,0 %	625,0 %	-38,0 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	8 800	11 973	18 574	5 270	16 522	36,1 %	3,6 %	-57,5 %	213,5 %
Sports (cat. 6)	9 164	11 261	13 746	14 823	17 916	22,9 %	22,1 %	7,8 %	20,9 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	507 689	524 235	596 598	553 796	480 114	3,3 %	15,0 %	-8,1 %	-13,3 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	29 123	28 825	31 554	32 968	31 878	-1,0 %	10,0 %	4,0 %	-3,0 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	45 112	47 892	14 243	6 078	11 460	6,2 %	-72,8 %	-53,3 %	88,5 %
Intérêt général (cat. 11)	120 649	151 667	155 130	164 091	169 059	25,7 %	13,4 %	-4,6 %	3,0 %
Autres (cat. 12 à 15)	1 380	-619	517	6	1 994	-144,9 %	183,5 %	-98,8 %	33 133,3 %
Total (cat. 1 à 15)	721 927	775 240	830 383	777 176	729 034	7,4 %	9,2 %	-8,2 %	-6,2 %
% du total des revenus	33,3 %	36,3 %	42,9 %	36,2 %	33,9 %				

- 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 payants et spécialisés, et par genre

Genre (milliers \$)	Dépenses au titre des émissions canadiennes ¹			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2010	2011	Croissance	2010	2011	Croissance
<i>Nombre de services visés</i>	<i>110</i>	<i>116</i>		<i>110</i>	<i>116</i>	
Services de langue anglaise²						
Nouvelles (cat. 1)	128 637	131 514	2,2 %	215	148	-31,2 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	141 329	208 937	47,8 %	23 143	44 099	90,6 %
Sports (cat. 6)	287 656	334 154	16,2 %	51 569	55 843	8,3 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	146 627	146 451	-0,1 %	264 169	251 870	-4,7 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	24 405	25 445	4,3 %	2 014	951	-52,8 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	4 395	13 435	205,7 %	1 478	1 337	-9,5 %
Intérêt général (cat. 11)	74 308	76 510	3,0 %	25 409	32 047	26,1 %
Autres (cat. 12 à 15)	33 055	31 196	-5,6 %	568	627	10,4 %
Total (cat. 1 à 15)	840 412	967 643	15,1 %	368 565	386 921	5,0 %
<i>Nombre de services visés</i>	<i>25</i>	<i>29</i>		<i>25</i>	<i>29</i>	
Services de langue française						
Nouvelles (cat. 1)	48 267	51 530	6,8 %	36	462	1183,3 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	51 902	73 107	40,9 %	7 442	8 827	18,6 %
Sports (cat. 6)	63 521	61 573	-3,1 %	5 318	5 838	9,8 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	39 051	33 712	-13,7 %	36 923	39 966	8,2 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	10 203	6 873	-32,6 %	1 379	1 099	-20,3 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	1 467	655	-55,4 %	124	1	-99,2 %
Intérêt général (cat. 11)	6 509	18 698	187,3 %	844	2 939	248,2 %
Autres (cat. 12 à 15)	10 058	7 331	-27,1 %	743	87	-88,3 %
Total (cat. 1 à 15)	230 978	253 478	9,7 %	52 809	59 219	12,1 %
<i>Nombre de services visés</i>	<i>35</i>	<i>37</i>		<i>35</i>	<i>37</i>	
Serv. ethniques ou en langues tierces						
Nouvelles (cat. 1)	3 033	3 981	31,3 %	869	1 397	60,8 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	2 426	3 264	34,5 %	778	382	-50,9 %
Sports (cat. 6)	2 451	1 959	-20,1 %	763	1 349	-76,8 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	1 638	2 351	43,5 %	5 015	4 697	-6,3 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	7 036	6 282	-10,7 %	1 137	829	-27,1 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	68	398	485,3 %	117	517	341,9 %
Intérêt général (cat. 11)	2 326	3 157	35,7 %	2 116	2 505	18,4 %
Autres (cat. 12 à 15)	2 463	3 013	22,3 %	282	672	138,3 %
Total (cat. 1 à 15)	21 441	24 406	13,8 %	11 077	12 349	11,5 %
<i>Nombre de services visés</i>	<i>170</i>	<i>181</i>		<i>170</i>	<i>181</i>	
Tous services payants et spécialisés						
Nouvelles (cat. 1)	179 937	187 025	3,9 %	1 120	2 007	79,2 %
Autres informations (cat. 2 à 5)	195 657	285 308	45,8 %	31 363	53 308	70,0 %
Sports (cat. 6)	353 628	397 686	12,5 %	57 650	63 029	9,3 %
Dramatiques/comédies (cat. 7)	187 316	182 514	-2,6 %	306 107	296 533	-3,1 %
Musique/variétés (cat. 8 et 9)	41 644	38 600	-7,3 %	4 530	2 879	-36,4 %
Jeux-questionnaires (cat. 10)	5 930	14 488	144,3 %	1 719	1 856	8,0 %
Intérêt général (cat. 11)	83 143	98 365	18,3 %	28 369	37 491	32,2 %
Autres (cat. 12 à 15)	45 576	41 540	-8,9 %	1 593	1 386	-13,0 %
Total (cat. 1 à 15)	1 092 831	1 245 528	14,0%	432 451	458 489	6,0 %

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		
	2010	2011	Croissance
<i>Nombre de services ayant fait rapport</i>	27	23	
Total des services de TVC et de VSD	26 348	16 838	-36,1 %

- 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

Tableau 4.3.20 Nombre d'heures consacrées aux émissions canadiennes prioritaires diffusées annuellement, entre 19 h et 23 h

Ce tableau énonce le nombre d'heures d'émissions canadiennes prioritaires inscrites à l'horaire aux heures de grande écoute (19 h à 23 h) par CFTM-TV (TVA) Montréal, CFTO-TV (CTV) Toronto et CIII-TV (Global) Toronto dans chacune des années de radiodiffusion depuis 2006-2007 jusqu'à 2010-2011.

(heures)	Années de radiodiffusion*					Croissance annuelle			
	06/07	07/08	08/09	09/10	10/11	08	09	10	11
CFTM-TV (TVA) Montréal (station de langue française)									
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	22	19	52	5	9	-14 %	174 %	-90 %	80 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	270	328	299	352	278	21 %	-9 %	18 %	-21 %
Musique et danse (cat. 8a)	6	8	7	7	4	33 %	-13 %	-	-43 %
Variétés (cat. 9)	10	8	40	9	43	-20 %	400 %	-78 %	378 %
Émissions produites en région	-	-	6	-	5	-	-	-100 %	-
Magazines de divertissement	39	29	16	27	31	-26 %	-45 %	69 %	15 %
Total	347	392	429	400	369	13 %	13 %	-7 %	-8 %
<i>Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques et comiques :</i>									
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	153**	142	159	155	177	-7 %	12 %	-3 %	14 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 %	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	117**	186	140	197	101	59 %	-25 %	41 %	-49 %
CFTO-TV (CTV) Toronto (station de langue anglaise)									
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	53	63	64	46	47	19 %	2 %	-28 %	2 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	183**	204	168	194	186	12 %	-18 %	15 %	-4 %
Musique et danse (cat. 8a)	2	1	21	7	3	-50 %	2 000 %	-67 %	-57 %
Variétés (cat. 9)	30	26	30	26	38	-13 %	15 %	-13 %	46 %
Émissions produites en région	2	2	-	2	-	0 %	-100 %	-	-
Magazines de divertissement	105	96	107	89	94	-9 %	11 %	-17 %	6 %
Total	375	392	390	364	368	5 %	5 %	-7 %	1 %
<i>Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques et comiques :</i>									
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	128	122	88	132	116	-5 %	-28 %	50 %	-12 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 %	16	6	17	20	15	-63 %	183 %	18 %	-25 %
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	39	76	63	42	55	95 %	-17 %	-33 %	31 %
CIII-TV (Global) Toronto (station de langue anglaise)									
Documentaire de longue durée (cat. 2b)	151	104	119	76	80	-31 %	14 %	-36 %	5 %
Dramatiques et comédies (cat. 7)	147	207	163	200	184	41 %	-21 %	23 %	-8 %
Musique et danse (cat. 8a)	-	1	-	-	-	-	-100 %	-	-
Variétés (cat. 9)	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Émissions produites en région	12	3	12	14	-	-75 %	300 %	17 %	-
Magazines de divertissement	127***	103	106	112	109	-19 %	3 %	6 %	-3 %
Total	438	418	400	402	373	-5 %	-5 %	1 %	-7 %
<i>Nombre d'heures consacrées aux émissions dramatiques et comiques :</i>									
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 50 %	34	34	37	30	1	0 %	9 %	-19 %	-97 %
- admissibles à un crédit de temps additionnel de 25 %	15	11	35	38	18	-27 %	218 %	9 %	-53 %
- non admissibles à un crédit de temps additionnel	97	162	91	132	165	67 %	-44 %	45 %	25 %

*Les chiffres indiquent le nombre d'heures diffusées du 1^{er} septembre au 31 août.

** Reflète une mise à jour.

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

• Les résultats correspondent à la définition d'émissions prioritaires entrée en vigueur le 1^{er} septembre 2000 (avis public 1999-2005). Dans la politique réglementaire de radiodiffusion 2010-167, le Conseil a éliminé l'exigence actuelle en matière de diffusion des émissions prioritaires et l'a remplacé par une obligation en matière de dépenses qui s'appliquera aux catégories d'émissions que le Conseil estime être d'intérêt national. La nouvelle obligation sera appliquée pour l'année de radiodiffusion 2011-2012.

• Légères variances dues à l'arrondissement.

Source : Titulaires

Tableau 4.3.21 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision pour la période du 1^{er} janvier 2007 au 31 décembre 2011

(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 jan. 2007 au 31 déc. 2007 ²	9	2 877,0	287,7	1	34	3,4	291,1
1 jan. 2008 au 31 déc. 2008	7	180,1	17,4	4	31,9 ³	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 ⁴	3	2 086,4	183,4	0	-	-	183,4
1 jan. 2011 au 31 déc. 2011 ⁵	5	2 254,0	224,2	0	-	-	224,2
Total	31	7 452,3	718,5	5	65,9	3,6	722,1

• Légères variances dues à l'arrondissement.

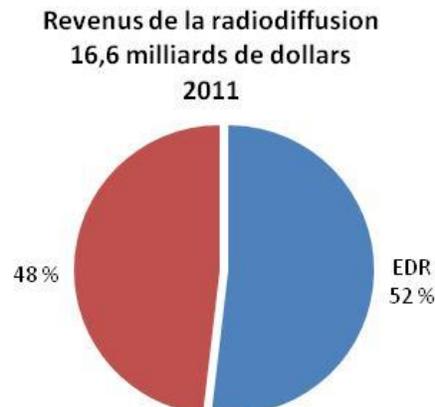
- Valeur déterminée par le Conseil afin de calculer les avantages tangibles. Ce tableau inclut seulement les transactions assujetties à la politique des avantages tangibles du Conseil. Les transactions qui n'influencent pas le contrôle effectif d'une entreprise de radiodiffusion autorisée, incluant les réorganisations intrasociétés, ne sont pas considérées.
- Trois changements de propriété majeurs (CTVgm/CHUM, Rogers/les cinq stations Citytv de CHUM, et Canwest/Alliance Atlantis) (décisions de radiodiffusion 2007-165, 2007-360 et 2007-429) ont entraîné des avantages tangibles de l'ordre de 286 millions de dollars.
- 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).
- 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.
- 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

4.4 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 90 % de l’ensemble des revenus de la distribution de radiodiffusion. D’autres services fournis par les EDR, comme Internet ou la téléphonie, sont présentés dans les sections 3.1 et 5.3 du présent rapport.



Aperçu de la distribution de radiodiffusion

	2010	2011	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	8,1	8,6	5,8
Abonnés (en millions \$)	11,5	11,8	2,2
Revenus par abonné par mois	59,73	61,86	3,6
Pourcentage des foyers abonnés	88,5 %	# 89,6 %	
Part du marché (abonnés)			
Les 4 principaux câblodistributeurs	64 %	63 %	
Exploitants de SRD	25 %	25 %	
Nombre de fournisseurs de services			
EDR par câble	216	212	-1,9
IPTV	19	19	0,0
SDM	5 #	5	0,0
SRD	2	2	0,0
Paiements d’affiliation par dollar d’abonnement	0,347 \$	0,354 \$	2,0
Marge de BAIIDA	25,1 %	22,8 %	
Câble et IPTV	25,6 %	22,6 %	
SRD et SDM	23,9 %	23,3 %	

- Le nombre d’EDR est composé d’environ 92 systèmes de 20 000 abonnés ou plus et d’environ 2 077 systèmes de moins de 20 000 abonnés. La plupart des systèmes de moins de 20 000 abonnés sont admissibles à être exemptés des exigences réglementaires.
- La source du nombre d’exploitants est le rapport Septembre 2011, Mediastats et CRTC APP1205, en date du 28 juin 2012.

Informations statistiques – Entreprises de distribution de radiodiffusion

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

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Revenus (en millions \$)						
Câble	4 258,0	4 653,5	4 971,3	5 386,7	5 595,3	7,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	67,6 %	67,3 %	66,9 %	66,3 %	65,2 %	
<i>Croissance annuelle</i>	7,7 %	9,3 %	6,8 %	8,4 %	3,9 %	
IPTV	75,6	108,4	151,4	207,8	322,3	43,7 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,2 %	1,6 %	2,0 %	2,6 %	3,8 %	
<i>Croissance annuelle</i>	41,7 %	43,3 %	39,8 %	37,2 %	55,1 %	
SRD et SDM	1 834,1	2 036,2	2 195,6	2 385,3	2 531,5	8,4 %
<i>Pourcentage du total</i>	29,1 %	29,5 %	29,6 %	29,4 %	29,5 %	
<i>Croissance annuelle</i>	11,8 %	11,0 %	7,8 %	8,6 %	6,1 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	6 167,7	6 798,0	7 318,3	7 979,8	8 449,1	8,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	97,9 %	98,3 %	98,5 %	98,3 %	98,4 %	
<i>Croissance annuelle</i>	9,2 %	10,2 %	7,7 %	9,0 %	5,9 %	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	134,3 #	115,6 #	111,3 #	139,2 #	139,2	0,9 %
<i>Pourcentage du total</i>	2,1 %	1,7 %	1,5 %	1,7 %	1,6 %	
<i>Croissance annuelle</i>	-6,9 %	-13,9 %	-3,7 %	25,1 %	0,0 %	
Total des revenus	6 302,0	6 913,6	7 429,6	8 119,0	8 588,3	8,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	8,8 %	9,7 %	7,5 %	9,3 %	5,8 %	
Abonnés (en milliers)						
Câble	7 525,1	7 691,7	7 782,7	7 854,1	7 847,7	1,1 %
<i>Pourcentage du total</i>	70,0 %	70,1 %	69,4 %	68,2 %	66,7 %	
<i>Croissance annuelle</i>	2,1 %	2,2 %	1,2 %	0,9 %	-0,1 %	
IPTV	166,2	225,0	311,4	416,9	657,3	41,0 %
<i>Pourcentage du total</i>	1,5 %	2,1 %	2,8 %	3,6 %	5,6 %	
<i>Croissance annuelle</i>	47,4 %	35,4 %	38,4 %	33,9 %	57,6 %	
SRD et SDM	2 631,0	2 699,5	2 760,9	2 862,1	2 877,4	2,3 %
<i>Pourcentage du total</i>	24,5 %	24,6 %	24,6 %	24,9 %	24,5 %	
<i>Croissance annuelle</i>	0,1 %	2,6 %	2,3 %	3,7 %	0,5 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	10 322,3	10 616,3	10 854,9	11 133,1	11 382,4	2,5 %
<i>Pourcentage du total</i>	96,0 %	96,8 %	96,8 %	96,7 %	96,8 %	
<i>Croissance annuelle</i>	2,1 %	2,8 %	2,2 %	2,6 %	2,2 %	
EDR n'ayant pas présenté de rapport et estimations	429,3 #	350,2 #	354,2 #	376,8 #	376,8	-3,2 %
<i>Pourcentage du total</i>	4,0 %	3,2 %	3,2 %	3,3 %	3,2 %	
<i>Croissance annuelle</i>	0,2 %	-18,4 %	1,1 %	6,4 %	0,0 %	
Total des abonnés	10 751,6	10 966,4	11 209,1	11 509,9	11 759,2	2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,0 %	2,0 %	2,2 %	2,7 %	2,2 %	

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

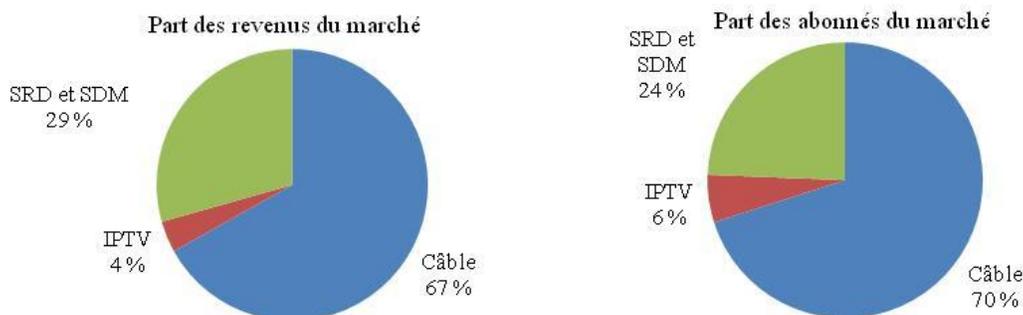
	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Revenus mensuels/abonné						
Câble	47,15	50,42	53,23	57,15	59,41	6,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,5 %	6,9 %	5,6 %	7,4 %	4,0 %	
IPTV	37,92	40,13	40,52	41,53	40,86	
<i>Croissance annuelle</i>	-3,8 %	5,8 %	1,0 %	2,5 %	-1,6 %	
SRD et SDM	58,09	62,86	66,27	69,45	73,32	7,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	11,6 %	8,2 %	5,4 %	4,8 %	5,6 %	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	49,79	53,36	56,18	59,73	61,86	6,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	7,0 %	7,2 %	5,3 %	6,3 %	3,6 %	
Foyers abonnés¹	88,7 %	89,0 %	88,5 %	# 91,0 %	89,6 %	

- Basé sur une période de 12 mois s’achevant le 31 août. Le nombre d’abonnés est en date du 31 août de chaque année.
- Les données des EDR n’ayant pas présenté de rapport sont basées sur des estimés.
- Variations mineures dues à l’arrondissement des chiffres.

1. En raison de modifications apportées à l’Enquête sur les dépenses de ménages, les données de 2010 ne peuvent pas être comparées avec celles des années précédentes

Sources : Base de données du CRTC et Statistique Canada. Pourcentage des ménages abonnés à des services d’EDR : Statistique Canada, Enquête sur les dépenses de ménages (EDM), pour les années 2007-2010; projections du CRTC pour l’année 2011.

Graphique 4.4.1 Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution en 2011



Source : Données recueillies par le CRTC

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

Entreprises	2008	2009	2010	2011	2012	TCAC 2008-2012
RCI ¹	2 295	2 312	2 296	2 303	2 276	-0,2 %
<i>Croissance</i>	0,7 %	0,7 %	-0,7 %	0,3 %	-1,2 %	
Shaw ²	2 242	2 274	2 329	2 313	2 257	0,2 %
<i>Croissance</i>	1,0 %	1,4 %	2,4 %	-0,7 %	-2,4 %	
Vidéotron ¹	1 652	1 729	1 786	1 809	1 854	2,9 %
<i>Croissance</i>	4,4 %	4,7 %	3,3 %	1,3 %	2,5 %	
Cogeco ²	859	868	874	881	873	0,4 %
<i>Croissance</i>	0,5 %	1,0 %	0,7 %	0,8 %	-0,8 %	
Sous-total - Câble	7 048	7 183	7 284	7 305	7 260	0,7 %
<i>Croissance</i>	1,6 %	1,9 %	1,4 %	0,3 %	-0,6 %	
Star Choice ²³	886	897	903	906	911	0,7 %
<i>Croissance</i>	1,5 %	1,2 %	0,7 %	0,4 %	0,5 %	
BCE ¹⁴	1 823	1 864	1 969	2 043 #	2 112	3,7 %
<i>Croissance</i>	-0,1 %	2,2 %	5,6 %	3,8 %	3,3 %	
Sous-total – SRD et IPTV	2 709	2 761	2 872	2 950	3 022	2,8 %
<i>Croissance</i>	0,4 %	1,9 %	4,0 %	2,7 %	2,5 %	
Total pour les principaux distributeurs canadiens	9 757	9 944	10 156	10 255	10 283	1,3 %
<i>Croissance</i>	1,3 %	1,9 %	2,1 %	1,0 %	0,3 %	
<i>% de tous les abonnés</i>	89,8%	89,7 %	89,4 %	88,1 %	S/O	

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

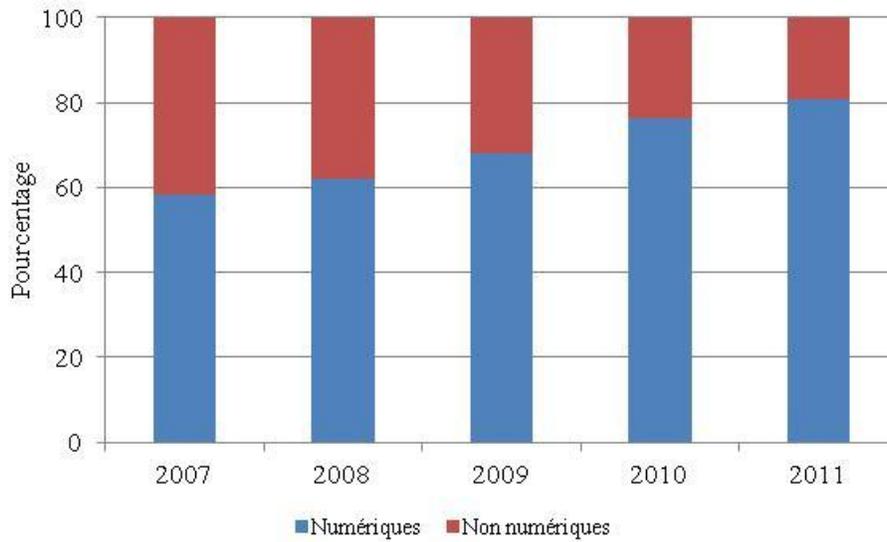
2. En date de la fin de l'exercice financier se terminant le 28 février de chaque année

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

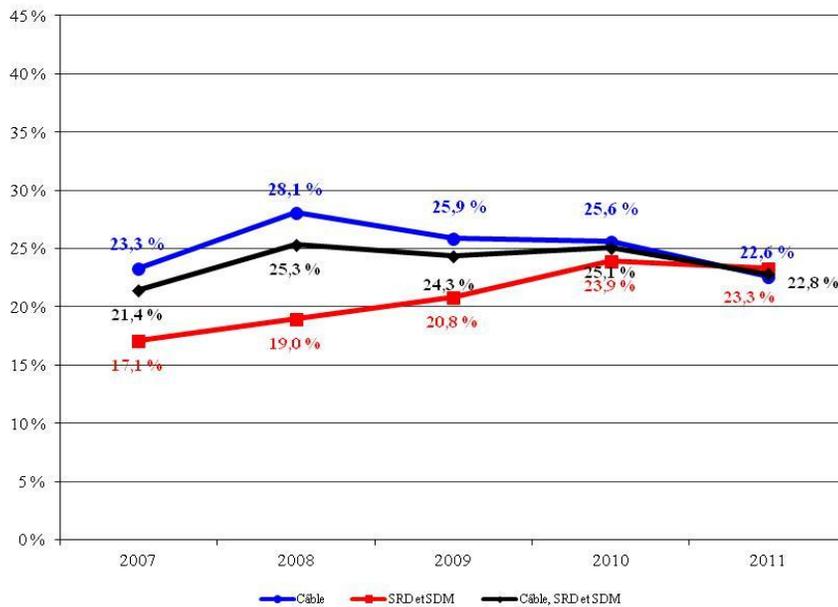
Source : Rapports trimestriels des sociétés

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



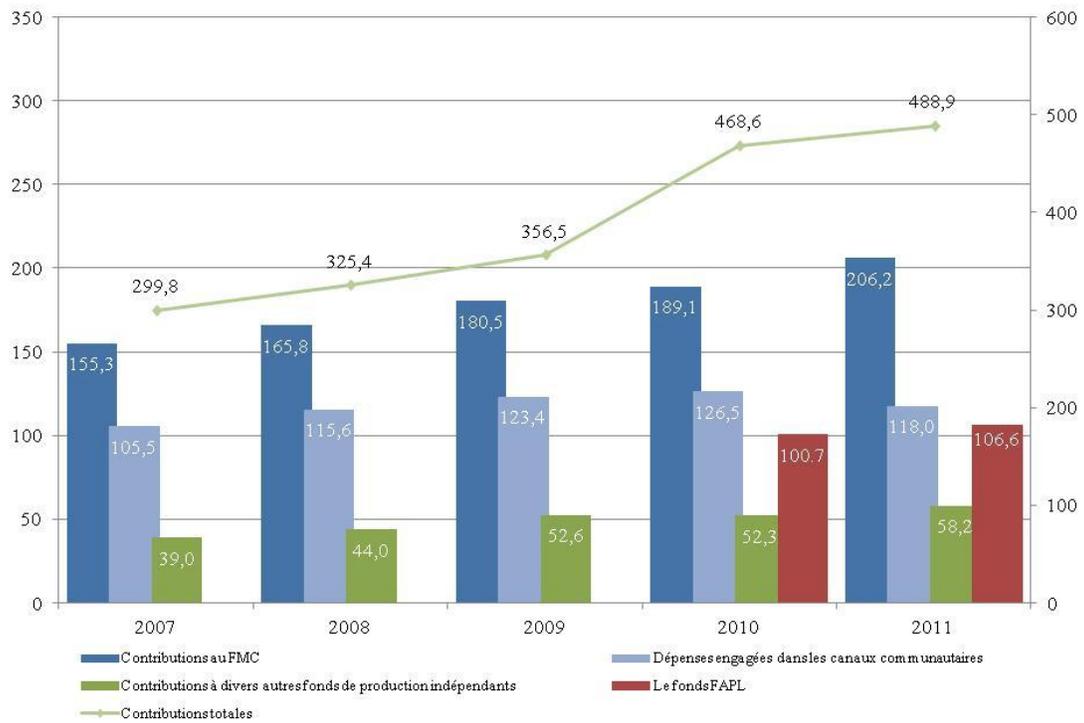
Sources : Mediastats et données recueillies par le CRTC

Graphique 4.4.3 Marges de BAIDA 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

Graphique 4.4.4 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 déclarées par les entreprises de câblodistribution, de distribution par SRD, par SDM, et des EDRS.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.4.3 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et non canadiens payants, de TVC, de VSD et spécialisés affichés par les EDR

(en millions \$)	2007	% du total	2008	% du total	2009	% du total	2010	% du total	2011	% du total	% hausse/baisse annuelle.					
											2008	2009	2010	2011		
Paiements aux services canadiens affiliés																
Câble																
Total	1 182	86 %	1 304	86 %	1 473	88 %	1 629	87 %	1 806	87 %	10 %	13 %	11 %	11 %		
SRD et SDM																
Total	639	92 %	678	92 %	738	91 %	819	92 %	838	91 %	6 %	9 %	11 %	2 %		
Combinés : Câble, SRD et SDM																
Services payants	507	95 %	541	94 %	596	94 %	643	93 %	681	93 %	7 %	10 %	8 %	6 %		
Services spécialisés	1 314	85 %	1 441	85 %	1 616	87 %	1 804	87 %	1 962	87 %	10 %	12 %	12 %	9 %		
Total	1 821	88 %	1 982	88 %	2 211	89 %	2 447	89 %	2 644	89 %	9 %	12 %	11 %	8 %		
Paiements aux services non canadiens affiliés																
Câble																
Total	196	14 %	219	14 %	207	12 %	242	13 %	26	13 %	12 %	-5 %	17 %	8 %		
SRD et SDM																
Total	57	8 %	63	8 %	70	9 %	75	8 %	81	9 %	9 %	11 %	8 %	8 %		
Combinés : Câble, SRD et SDM																
Services payants	28	5 %	32	6 %	38	6 %	46	7 %	48	7 %	16 %	17 %	20 %	5 %		
Services spécialisés	225	15 %	249	15 %	238	13 %	271	13 %	296	13 %	11 %	-4 %	14 %	9 %		
Total	253	12 %	281	12 %	276	11 %	317	11 %	343	11 %	11 %	-2 %	15 %	8 %		
Total des paiements aux services affiliés																
Câble																
Total	1 378	66 %	1 523	67 %	1 680	68 %	1 871	68 %	2 068	69 %	11 %	10 %	11 %	11 %		
SRD et SDM																
Total	697	34 %	741	33 %	807	32 %	894	32 %	919	31 %	6 %	9 %	11 %	3 %		
Combinés : Câble, SRD et SDM																
Services payants	535	26 %	574	25 %	634	25 %	689	25 %	729	24 %	7 %	10 %	9 %	6 %		
Services spécialisés	1 539	74 %	1 690	75 %	1 854	75 %	2 076	75 %	2 258	76 %	10 %	10 %	12 %	9 %		
Total	2 074	100 %	2 264	100 %	2 487	100 %	2 765	100 %	2 987	100 %	9 %	10 %	11 %	8 %		

• En date du 31 août de chaque année.

Source : Données recueillies par le CRTC

4.5 Médias numériques

Survol

La radiodiffusion par les médias numériques (connu anciennement sous le nom de nouveaux médias dans les *Rapports de surveillance des communications* précédents) implique la migration du contenu de radiodiffusion numérique vers des plateformes de distribution mobiles et sur Internet. Ces plateformes fournissent aux Canadiens de nouvelles expériences en matière de programmation, qui peuvent être tant des services semblables à ceux de la télévision et de la radio que des nouveaux services et émissions hautement interactifs offrant au consommateur plus de contrôle et plus de choix.

La présente section aborde cette migration et les changements de comportement des consommateurs qui en découlent. Elle se penche également sur l'incidence de certaines technologies sur les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. Puisqu'il s'agit d'une industrie en pleine effervescence, les données de la présente section ont été recueillies surtout par le biais d'études commandées et de sources accessibles au public, plutôt que par des questionnaires remplis par l'industrie. L'une des principales sources de données est le sondage effectué à l'automne 2011 par MTM, qui analyse les habitudes médiatiques et l'utilisation des technologies de 8 000 Canadiens âgés de 18 ans et plus.

Le Conseil surveille la radiodiffusion par les médias numériques par différents moyens, y compris par l'introduction d'exigences de rapport, en 2010, pour les entreprises de radiodiffusion par les nouveaux médias. Avec l'aide d'un groupe de travail de l'industrie, le Conseil a développé des exigences de rapport de base à l'égard des revenus et dépenses reliés à des activités de radiodiffusion dans l'environnement des médias numériques. Les données recueillies sont préliminaires. À l'heure actuelle, les données proviennent d'un ensemble d'entreprises de radiodiffusion néomédiatique exploitées au Canada.

Plus de 99 % des foyers sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande fixe et plus de 99 % à la large bande mobile (c.-à-d. APHV+). 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.

L'un des indicateurs pour évaluer l'importance et le rôle des médias numériques dans la vie des Canadiens est le niveau d'adoption de la technologie par ces derniers. Au cours des dix dernières années, de nouveaux appareils ont été mis en marché qui permettent aux utilisateurs de profiter davantage et plus facilement de l'offre de radiodiffusion néomédiatique. Le taux d'adoption de ces appareils et services est un bon indicateur de l'utilisation de ces nouvelles plateformes. Les appareils et services néomédiatiques en sont généralement au stade de l'innovation, de l'émergence ou de l'expansion du cycle de vie du produit, certains ayant atteint leur pleine maturité ou s'en approchant.

Informations statistiques – Données financières

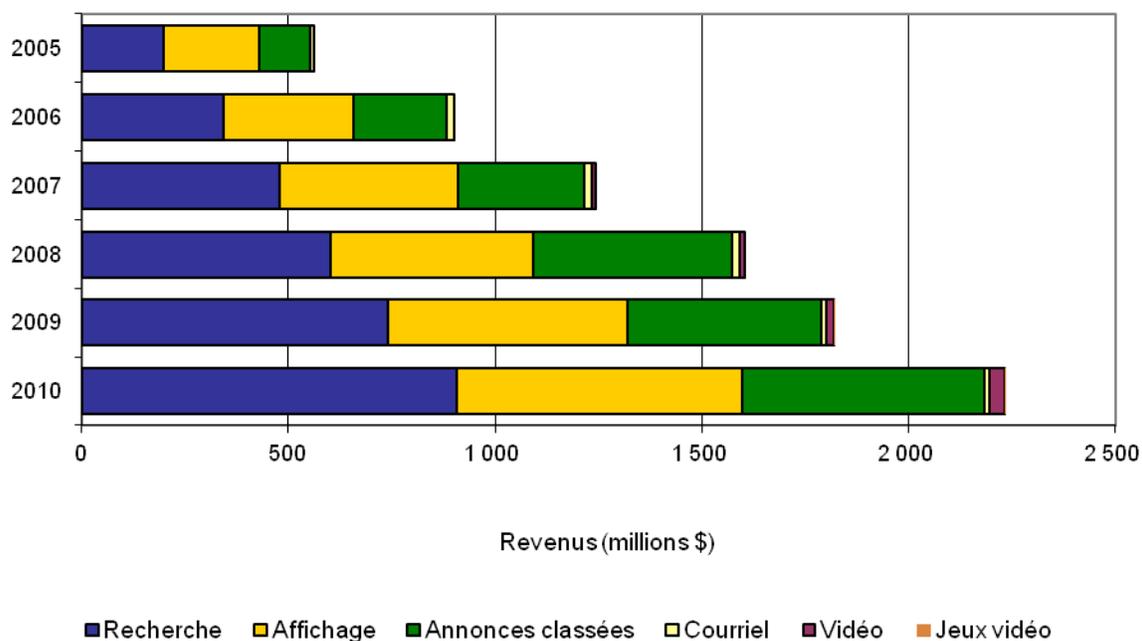
Tableau 4.5.1 Revenus des médias numériques pour un ensemble d'entreprises de radiodiffusion néomédiatique (millions \$)

Année	Abonnements	Ventes de téléchargements, diffusion en continu et applications	Publicité	Sous-total	Subventions et fonds	Autre	Total	Nombre de répondants
2010	31,6	1,9	68,9	102,4	0,2	5,7	108,3	35
2011	43,6	3,2	76,9	123,7	0,0	9,8	133,5	33

- Les données financières de ce tableau ne sont pas vérifiées. Elles ne représentent pas l'ensemble des revenus des entreprises de radiodiffusion néomédiatique au Canada. Seule une partie des entreprises canadiennes de communications a fait l'objet d'un sondage sur les activités de leurs entreprises néomédiatiques affiliées.
- Les revenus indiqués dans ce tableau peuvent inclure des revenus qui apparaissent dans les sections sur la radiodiffusion ou les télécommunications du présent rapport.

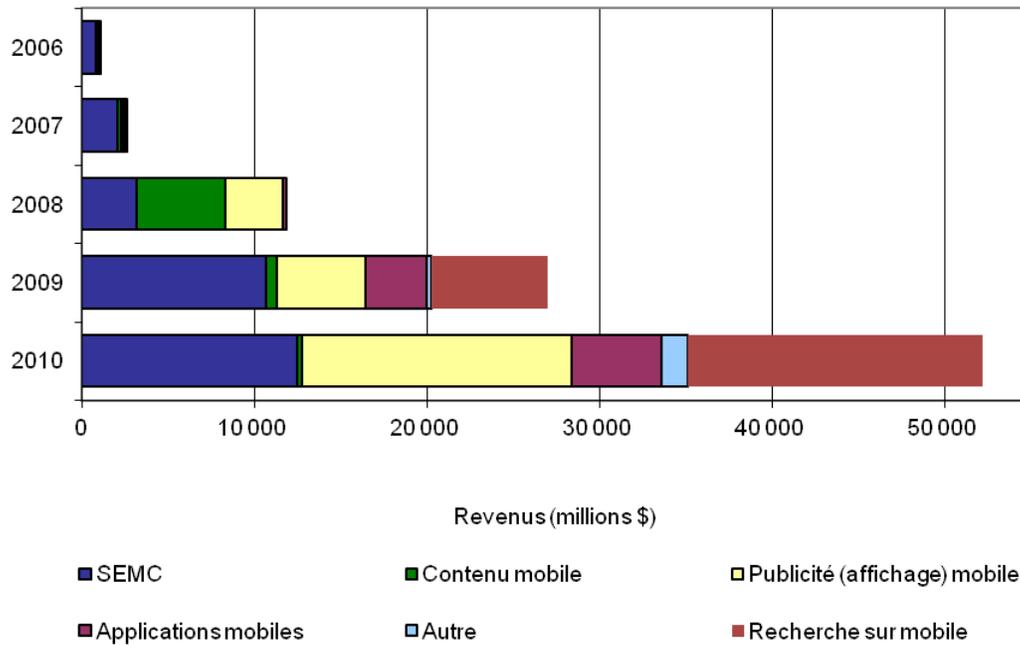
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.5.1 Revenus de publicité en ligne au Canada



- Données de 2011 non disponibles au moment de la publication
- Source : IAB Canada

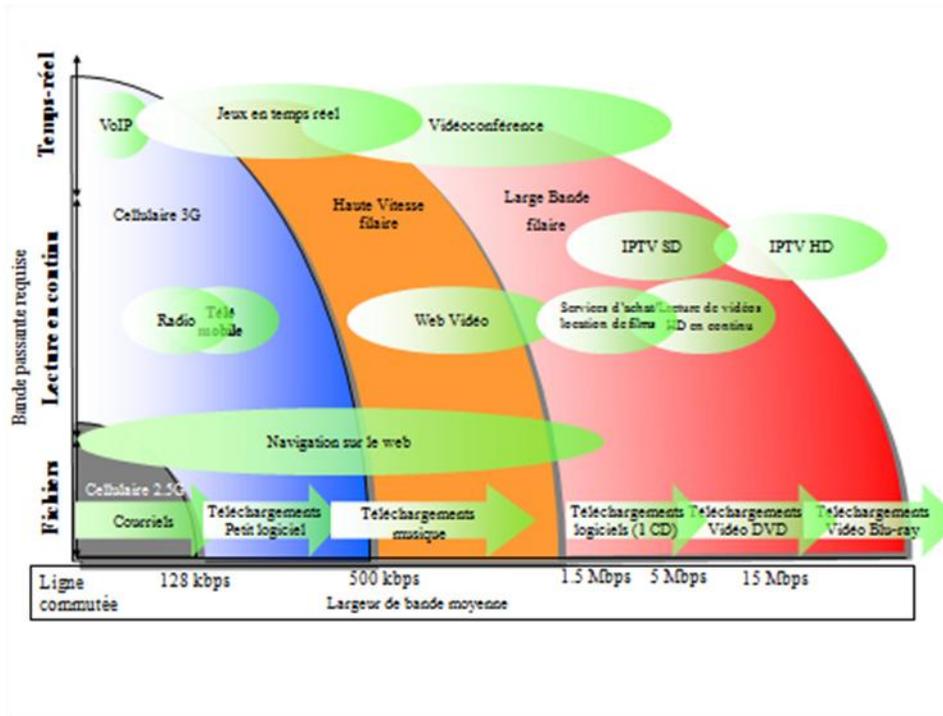
Graphique 4.5.2 Revenus de publicité des appareils mobiles au Canada



• Données de 2011 non disponibles au moment de la publication
 Source : IAB Canada

Informations statistiques – Données techniques

Graphique 4.5.3 Bande passante requise pour les diverses applications Internet



Source : Recherche interne du CRTC

Le tableau 4.5.2 illustre les exigences en bande passante d'un certain nombre de services en ligne courants. Il montre à la fois les bandes passantes moyennes de téléchargement et de téléversement utilisées par chaque service ainsi que le nombre maximal d'heures de service disponibles correspondant aux différentes limites d'utilisation. Les volumes de téléchargement et de téléversement par rapport à la limite d'utilisation ont été pris en compte pour calculer le temps de service.

Afin de recréer les exigences d'un réseau résidentiel, on a accédé aux services à l'aide d'appareils électroniques personnels branchés à Internet par une connexion filaire résidentielle à large bande, et non avec des appareils électroniques sans fil comme des tablettes ou des téléphones intelligents. Les paramètres par défaut de chaque appareil et de chaque service mesurés ont été utilisés, à l'exception de Netflix, pour lequel chacun des niveaux de qualité vidéo disponibles dans le profil du compte a été mesuré. Afin de réduire les erreurs ou mauvaises interprétations, plusieurs mesures de largeur de bande ont été recueillies en utilisant différents outils et différentes techniques à différents points du réseau. De plus, chaque service a été mesuré sur un réseau calme, sans brouillage causé par d'autres applications ou services. Cependant, en raison du nombre limité d'échantillons et du caractère unique des réseaux résidentiels (par exemple, les services vidéo en temps réel utilisent un volume différent de largeur de bande selon divers facteurs comme la résolution des caméras web et les paramètres autres que par défaut), les largeurs de bande moyenne ne sont indiquées qu'à titre d'illustration et les résultats obtenus peuvent varier.

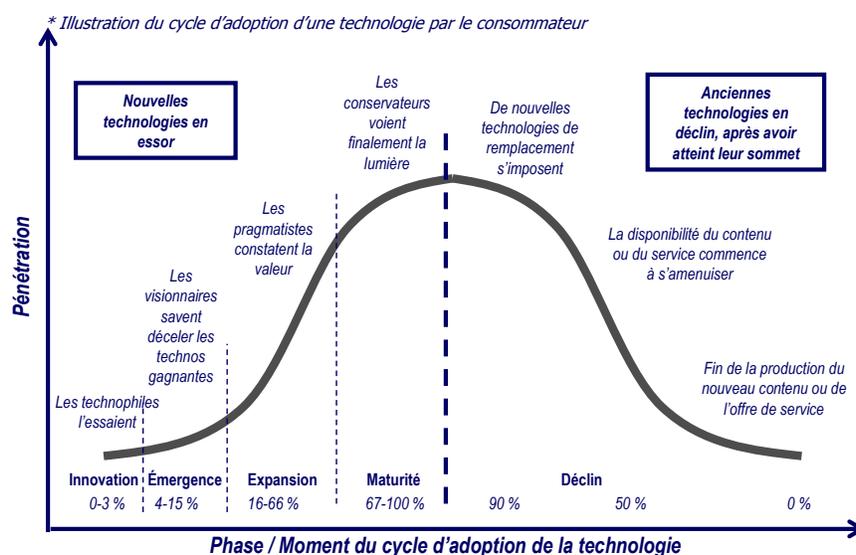
Tableau 4.5.2 Bande passante utilisée par les services sonores et vidéos en ligne

Catégorie de service	Application	Vitesse de téléchargement moyenne utilisée (kbps)	Vitesse de téléversement moyenne utilisée (kbps)	Temps avant l'atteinte de la limite (heures)		
				20GO	60GO	100GO
Vidéo en direct						
	CNN	516	7.8	91	274	456
Vidéo en continu						
	Netflix (par défaut)	657	8.4	72	215	359
	Netflix (Bonne)	691	8.3	68	205	341
	Netflix (Haute)	1343	16.2	35	105	176
	Netflix (Meilleure)	4866	51.2	10	29	49
	Rogers on Demand	1697	27.4	28	83	138
	Crackle	1556	29.9	30	90	151
	YouTube (HD - 720p)	1537	17.3	31	92	153
	YouTube (HD)	2522	29.8	19	56	94
	YouTube (SD)	443	6.3	106	319	531
	CTV	1626	6.9	29	88	146
	Showcase	1157	15.5	41	122	204
	Global	1148	20.9	41	123	204
	CityTV	547	20.4	84	252	420
	CBC	816	9.5	58	173	289
	TSN	1376	4.4	35	104	173
	BNN	2196	10.7	22	65	108
	Tou.tv	1318	15.3	36	107	179
Audio en continu						
	Grooveshark	224	3.4	209	628	1047
	Slacker	132	3.5	351	1054	1757
	Station de radio locale FM (Ottawa)	35	1.5	1304	3911	6518
Audio en direct						
	CBC Music	136	3.3	344	1031	1719
En temps réel						
	Skype (avec vidéo)	237	237	100	301	502
	Skype (sonore seulement)	42	42	563	1688	2814
	Google Talk (avec vidéo)	263	263	91	272	453

Source : Recherche interne du CRTC

Informations statistiques – Survol

Graphique 4.5.4 Cycle de l'adoption par le consommateur / de la vie du produit



Source : MTM 2011

Tableau 4.5.3 Les différentes étapes du cycle d'adoption de la technologie des médias au Canada (2011)

Innovation	Émergence	Expansion	Maturité	Déclin					
Utilisation de services sonores en ligne par abonnement	1 %	Visionnement de télé en ligne seulement	4 %	Téléchargement de musique	19 %	Visionnement de vidéo sur Internet	68 %	Abonné au câble analogique	14 %
Visionnement de la télé sur tablette	3 %	Visionnement de télé sur téléphone intelligent	4 %	Radio en ligne en continu	19 %	Télé numérique	72 %	Écoute de baladodiffusion	11 %
Télé Apple ou Boxee	3 %	Audio en continu sur téléphone cellulaire	7 %	Visionnement d'émissions complètes de 30 ou 60 minutes en ligne	21 %	Téléphone cellulaire (tous les types)	76 %	Télévision en direct par antenne	5 %
	8 %	Accès Internet sur une télévision	8 %	Lecteur vidéo MP3	27 %	Abonnement Internet à large bande	81 %	Abonnement Internet résidentiel par câble téléphonique	3 %
	10 %	Possession d'une tablette	10 %	Lecteur Blu-ray	29 %	Abonnement résidentiel à Internet	84 %		
	12 %	Visionnement de webisodes ou d'émissions produites pour le web	12 %	Enregistreur numérique personnel	32 %				
	12 %	Téléchargement de musique payante	12 %	Visionnement de la télé sur Internet	33 %				
	13 %	Abonnement à la radio satellite	13 %	Téléphone intelligent	37 %				
	13 %	Visionnement d'un film complet en ligne	13 %	Possession d'un récepteur HD	42 %				
	12 %	Abonnement à Netflix	12 %	Lecteur MP3	47 %				
				Audio en continu	53 %				
				Appareil HD	61 %				

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

Tableau 4.5.4 Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Utilisation globale	74	76	79	81	81	84	86

- Utilisation au cours du mois précédent

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

Tableau 4.5.5 Pourcentage des Canadiens qui utilisent Internet, par groupe linguistique

	2005		2007		2009		2010		2011	
	Anglo	Franco								
Utilisation globale	77	65	81	71	83	76	86	79	87	82
18-34	91	86	95	91	94	93	96	97	97	97
35-49	84	76	89	84	91	88	92	90	94	92
50+	60	43	66	51	69	59	74	63	75	63

- Utilisation au cours du mois précédent

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

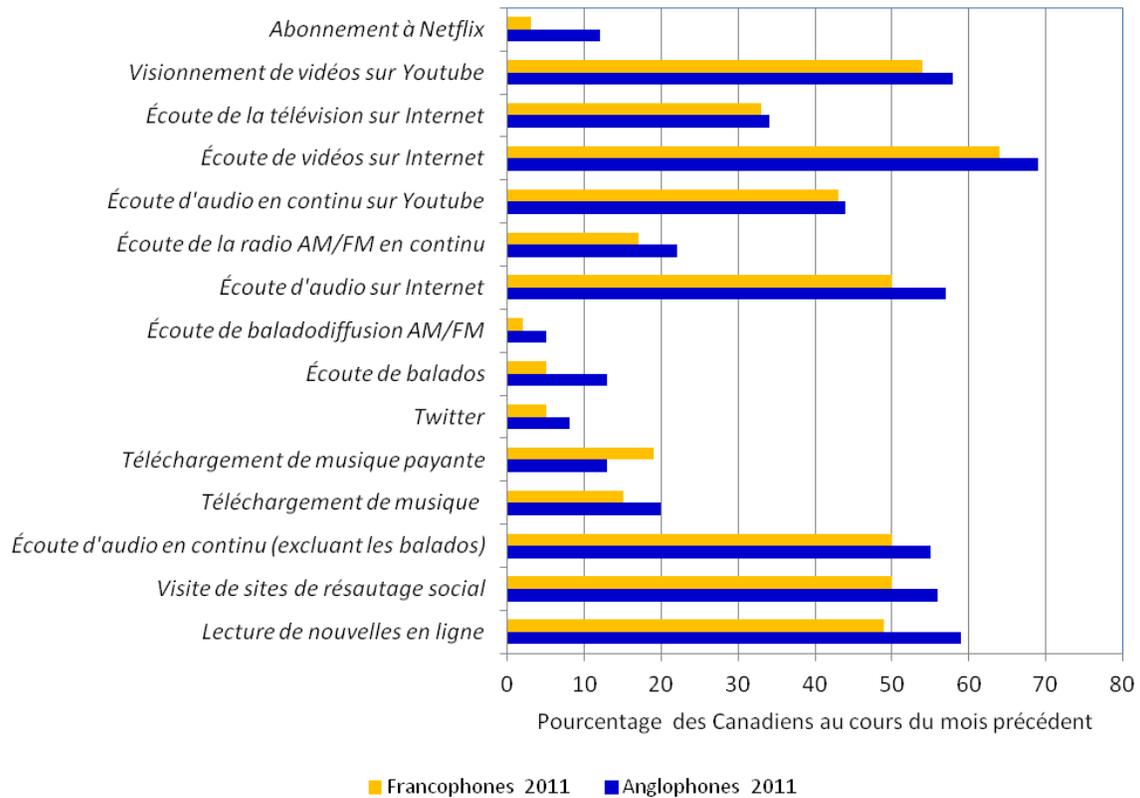
Tableau 4.5.6 Moyenne hebdomadaire des heures passées en ligne par des usagers d'Internet canadiens

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

- Utilisation au cours de la semaine précédente

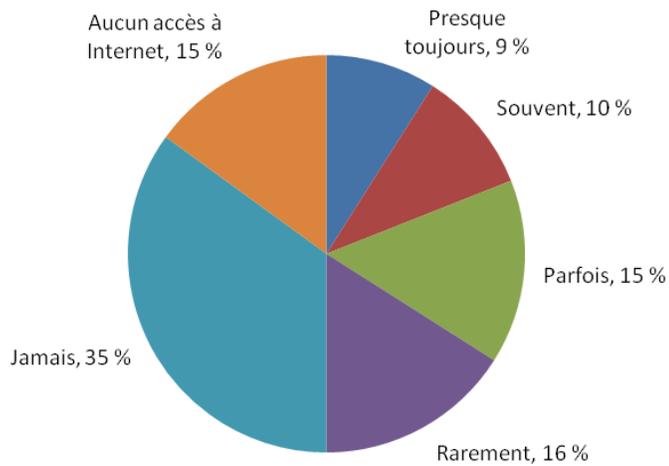
Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.5 Activités populaires des Canadiens sur Internet



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

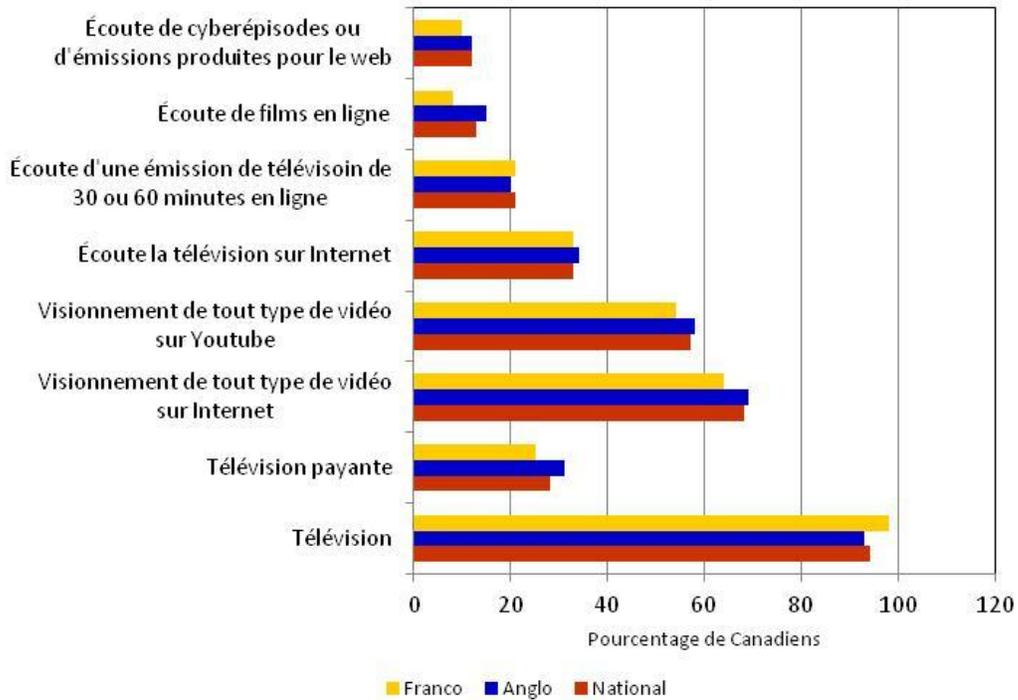
Graphique 4.5.6 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision et accèdent à Internet en même temps



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

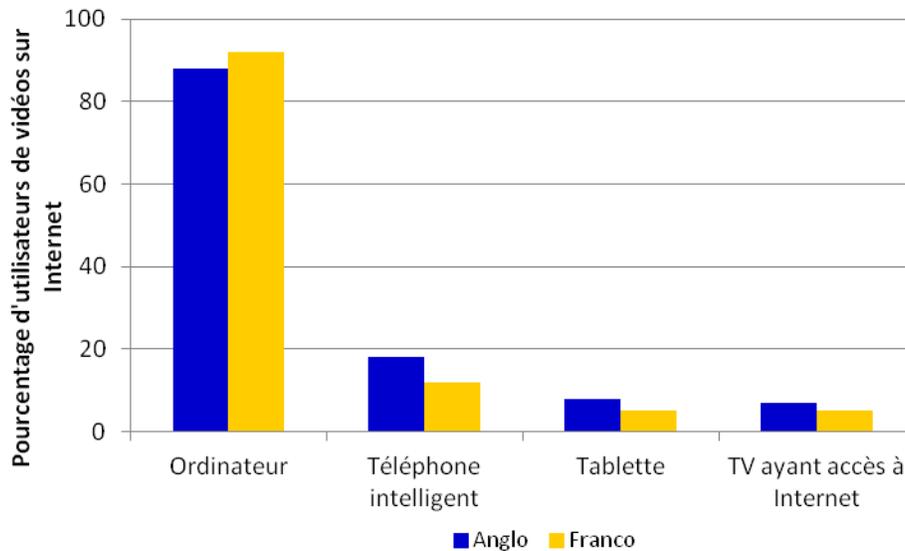
Informations statistiques – Services de vidéo

Graphique 4.5.7 Taux de pénétration des services de télévision et de vidéo par Internet



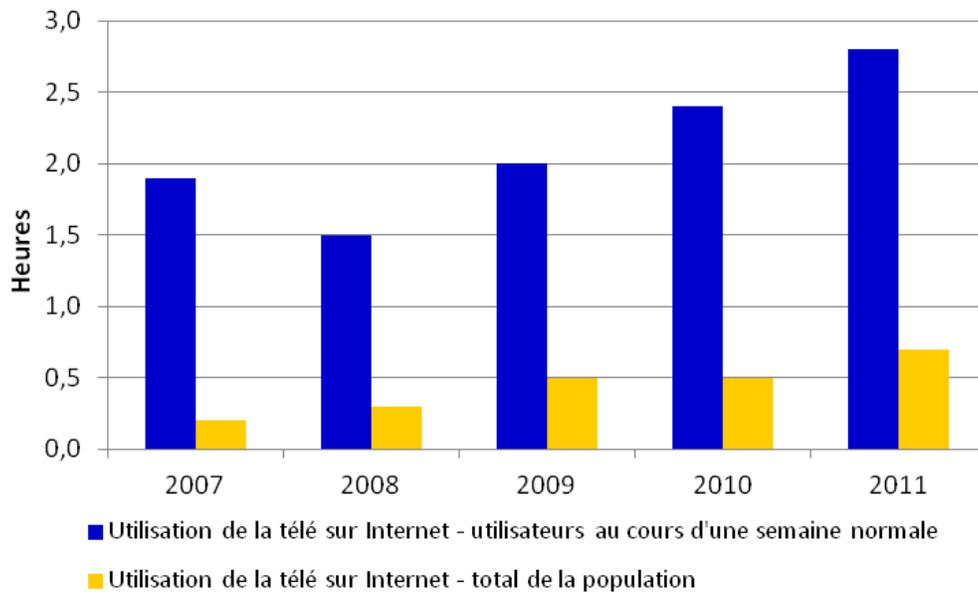
Utilisation au cours du mois précédent
 Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.8 Types d'appareils utilisés pour regarder des vidéos sur Internet



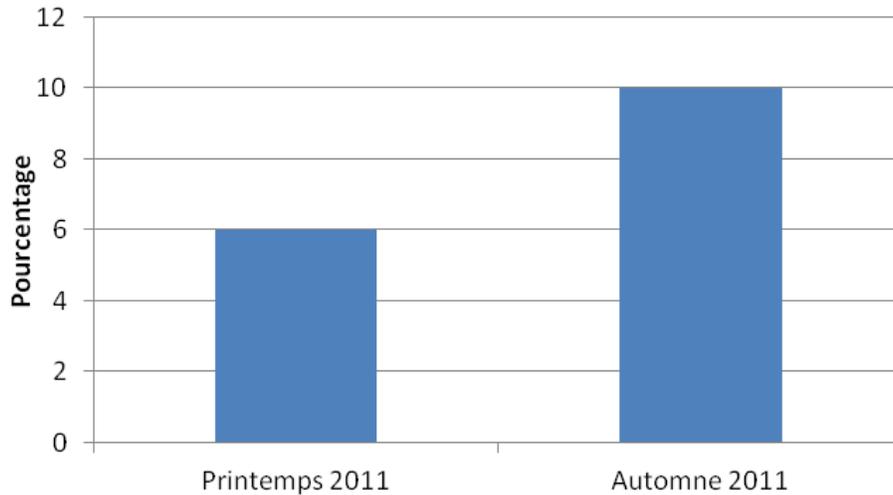
Source : MTM 2011 (Répondants : usagers canadiens de 18 ans et + qui visionnent du contenu vidéo sur Internet)

Graphique 4.5.9 Moyenne hebdomadaire d’heures de visionnement de télévision sur Internet



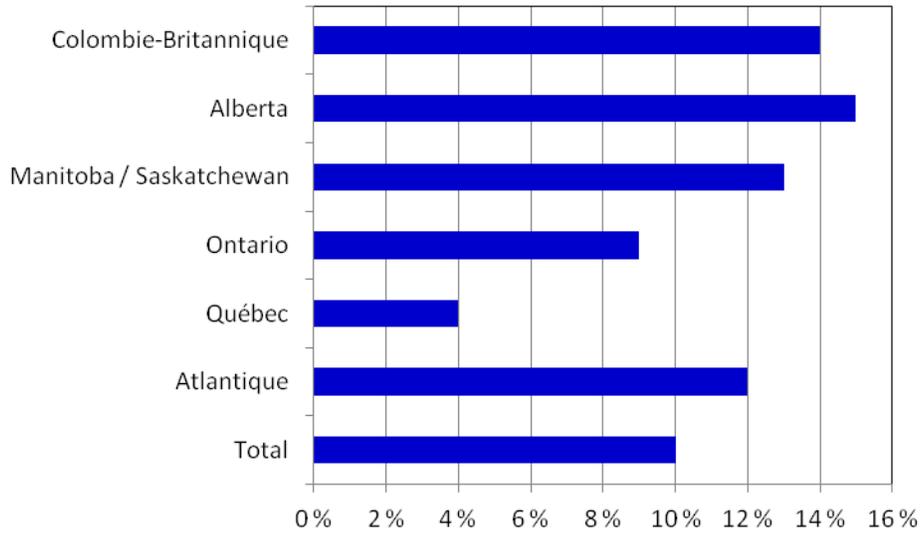
Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.10 Pourcentage des Canadiens abonnés à Netflix



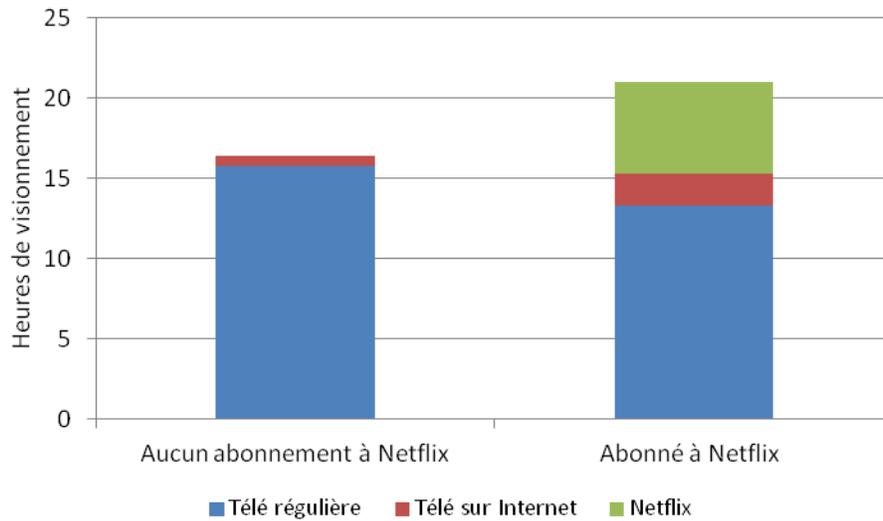
Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.11 Canadiens abonnés à Netflix par région



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

Graphique 4.5.12 Heures de visionnement de la télévision et de Netflix



• Inclut le câble, le satellite, l’IPTV et la télévision en direct
 Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 4.5.7 Taux d'adoption et de croissance de diverses technologies de vidéo au Canada (Pourcentage)

	Adoption					Croissance				
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011
ENP										
Anglophones	10	13	18	23	35	67	30	38	28	52
Francophones	6	10	13	16	23	50	67	30	23	44
Télévision par Internet ¹										
Anglophones	-	22	30	31	34	-	-	36	3	10
Francophones	-	17	22	26	33	-	-	29	18	27
Vidéo sur téléphone cellulaire ¹										
Anglophones	2	5	5	9	12	-	150	0	80	33
Francophones	1	2	2	4	8	-	100	0	100	100
Télévision sur téléphone cellulaire ¹										
Anglophones	-	1	1	2	4	-	-	0	100	100
Francophones	-	-	-	1	3	-	-	-	-	200
Vidéo par Internet sur tablette ¹										
Anglophones	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-
Francophones	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-
Télévision par Internet sur tablette ¹										
Anglophones	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-
Francophones	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-
Netflix										
National	-	-	-	-	12	-	-	-	-	-

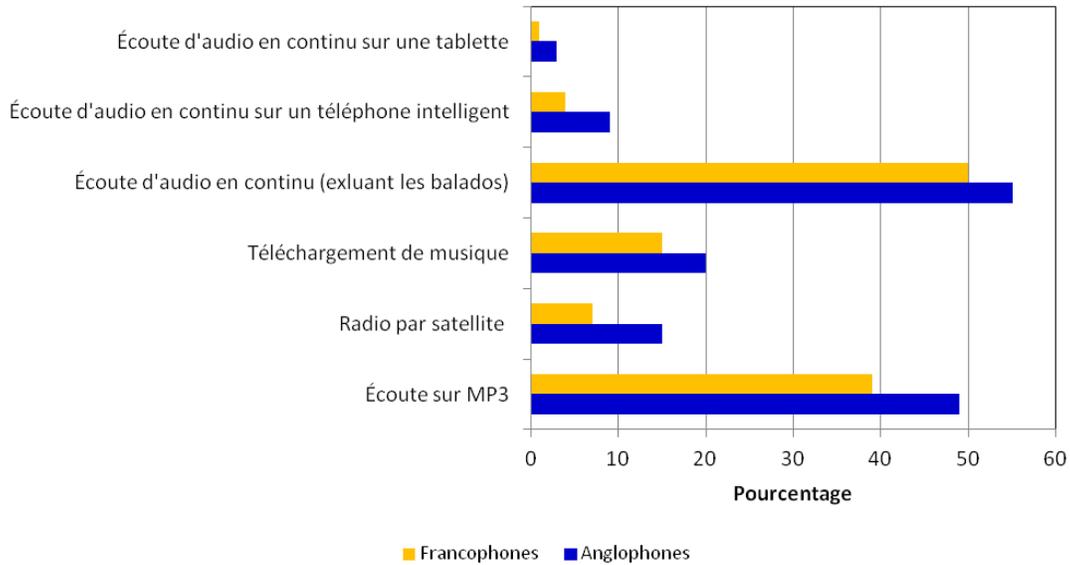
1. Utilisation au cours du mois précédent

- 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 +)

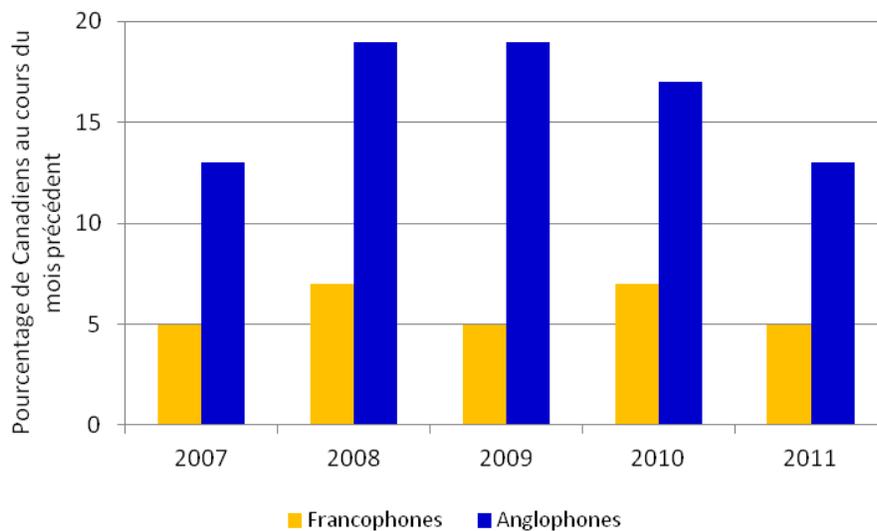
Informations statistiques – Services sonores

Graphique 4.5.13 Taux de pénétration des technologies sonores (à l'exclusion de la radio traditionnelle)



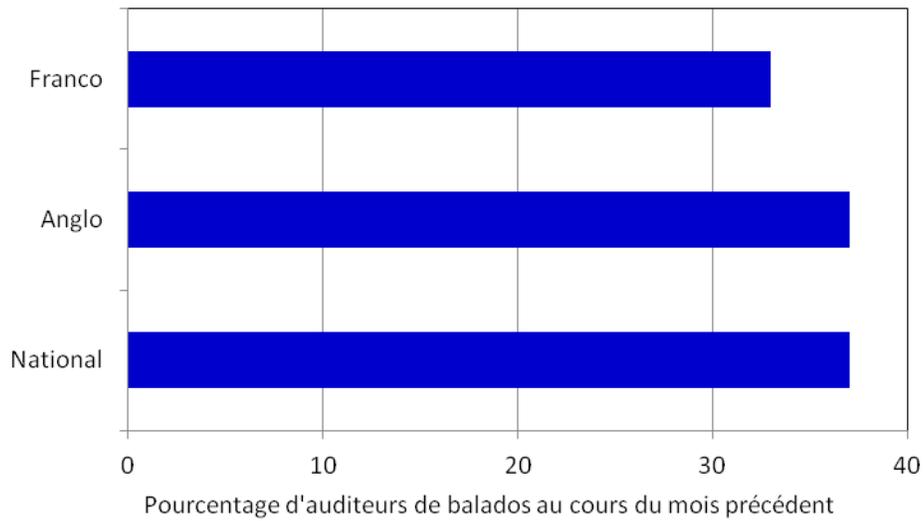
• Utilisation au cours du mois précédent
 Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.14 Utilisation de la baladodiffusion au Canada



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

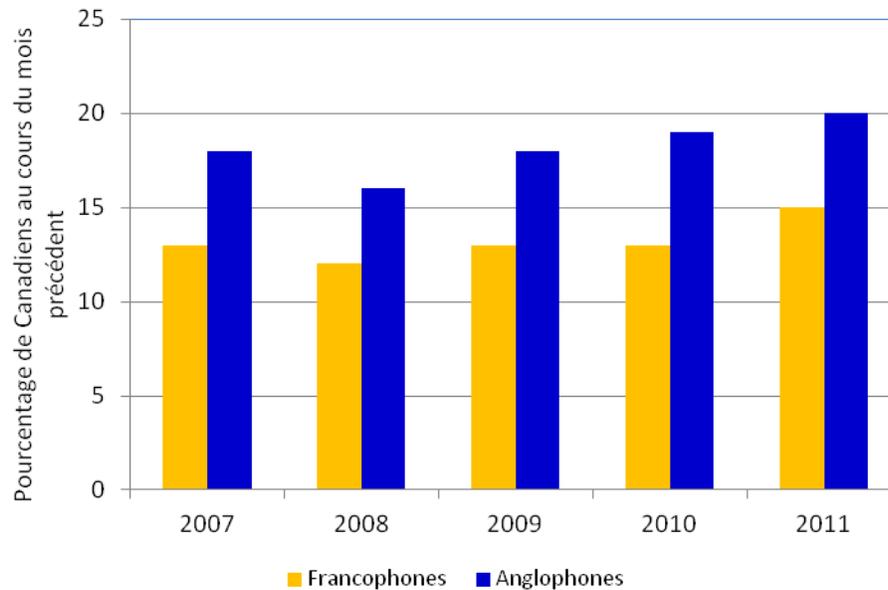
Graphique 4.5.15 Usagers de baladodiffusion qui écoutent des balados AM/FM



- Utilisation du mois précédent

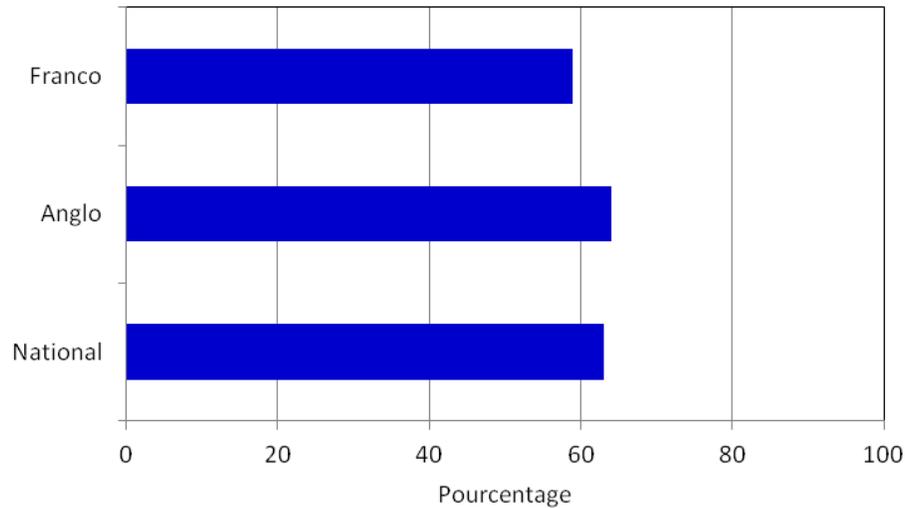
Source : MTM 2011 (Répondants : utilisateurs canadiens de 18 ans et + qui ont écouté des balados au cours du mois précédent)

Graphique 4.5.16 Pourcentage des Canadiens qui téléchargent de la musique



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

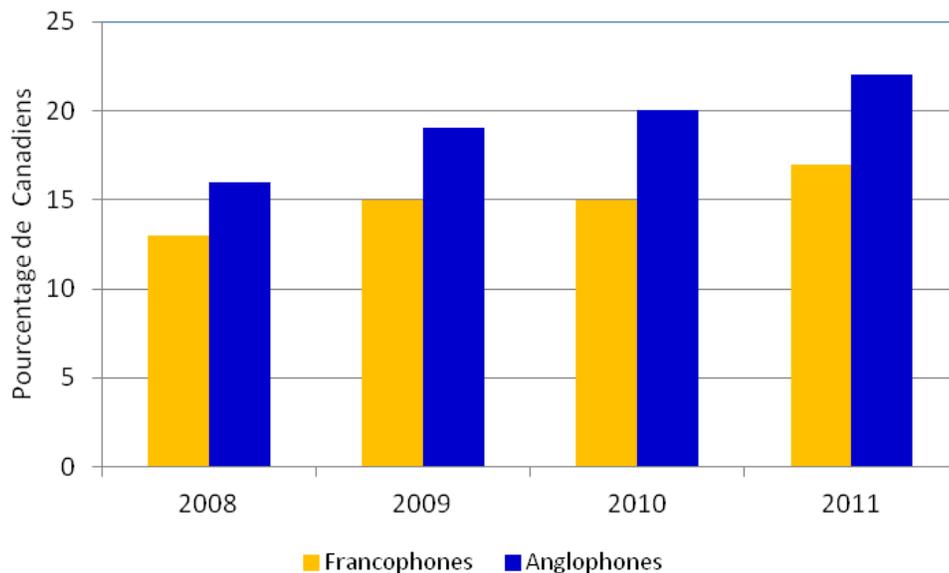
Graphique 4.5.17 Pourcentage des Canadiens qui téléchargent de la musique payante



• Utilisation du mois précédent

Source : MTM 2011 (Répondants : utilisateurs canadiens de 18 ans et + qui ont téléchargé de la musique au cours du mois précédent)

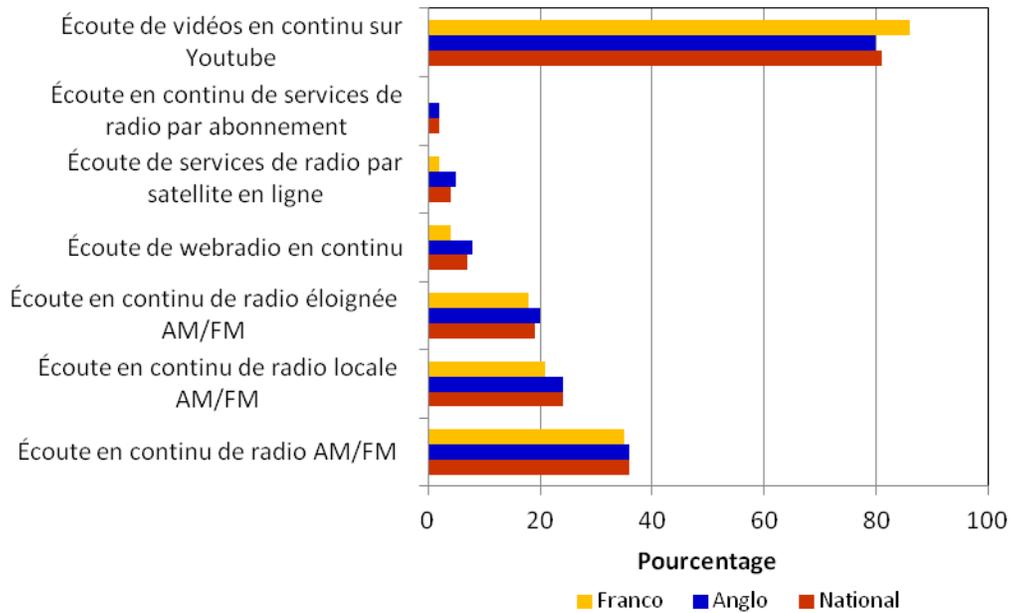
Graphique 4.5.18 Pourcentage des Canadiens qui écoutent en continu la radio AM/FM



• Utilisation du mois précédent

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

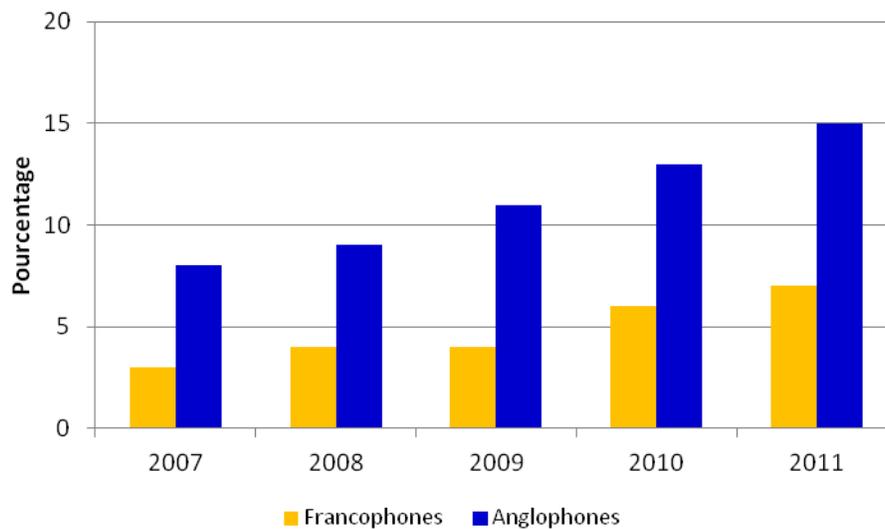
Graphique 4.5.19 Les choix d’écoute des usagers de services sonores en continu



• Utilisateurs du mois précédent

Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +, utilisateurs des services sonores en continu au cours du mois précédent)

Graphique 4.5.20 Abonnements à la radio par satellite



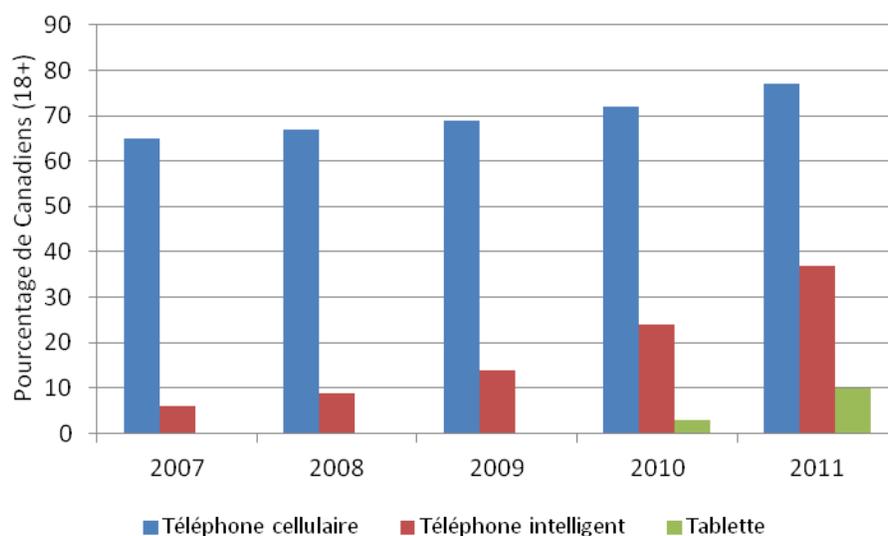
Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 4.5.8 Adoption et taux de croissance de diverses technologies sonores au Canada (Pourcentage)

	Adoption					Croissance (%)				
	2007	2008	2009	2010	2011	2007	2008	2009	2010	2011
Propriétaires de lecteur MP3										
Anglophones	34	39	44	43	49	17	15	13	-2	14
Francophones	24	30	31	36	39	26	25	3	16	8
Écoute de balados										
Anglophones	13	19	19	17	13	63	46	0	-11	-24
Francophones	5	7	5	7	5	25	40	-29	40	-29
Téléchargement de musique										
Anglophones	18	16	18	19	20	-10	-11	13	6	5
Francophones	13	12	13	13	15	8	-8	8	0	15
Radio AM/FM en continu										
Anglophones	18	16	19	20	22	-5	-11	19	5	10
Francophones	12	13	15	15	17	-14	8	15	0	13

• Utilisation au cours du mois précédent

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

Informations statistiques – médias numériques (Services mobiles)
Graphique 4.5.21 Taux de pénétration des appareils mobiles


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

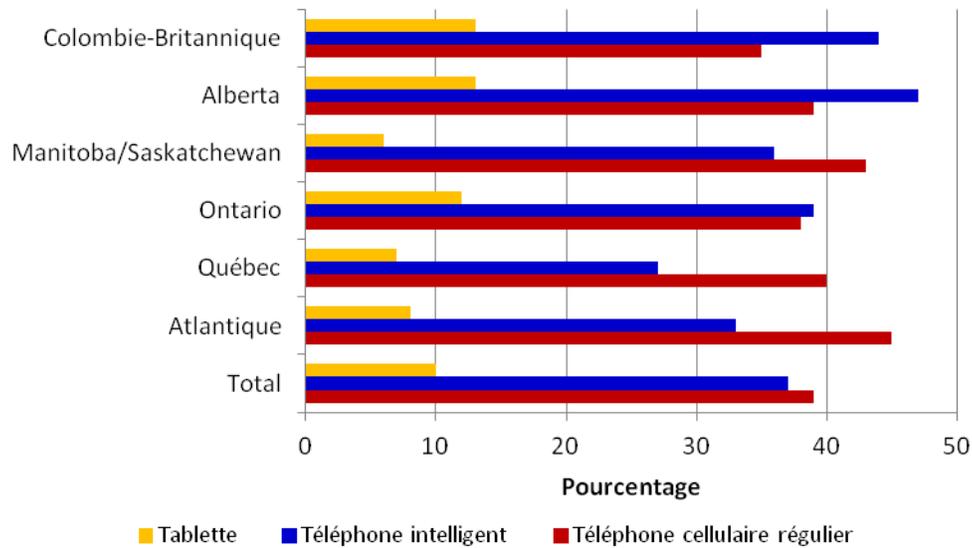
Tableau 4.5.9 Taux de pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (Pourcentage)

	2007		2008		2009		2010		2011	
	Anglo-phones	Franco-phones								
Téléphones cellulaires ¹	68	54	70	56	72	59	74	63	80	67
Téléphones intelligents	6	4	10	6	16	8	27	14	41	26
Tablettes							4	2	11	6

1. Inclut les téléphones intelligents et téléphones cellulaires ordinaires

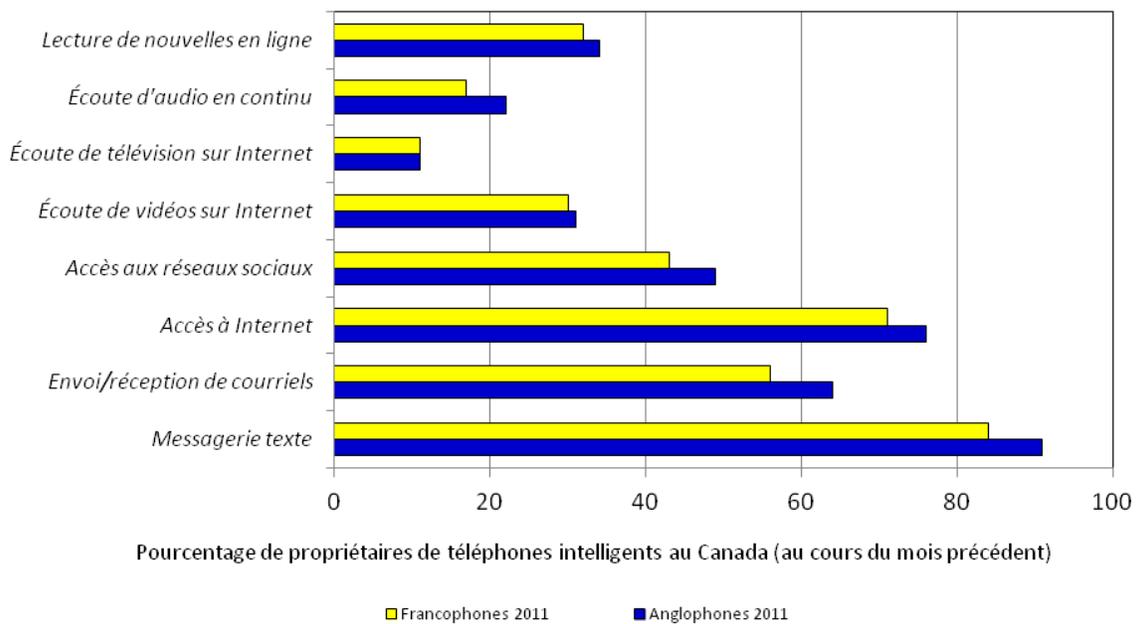
Source : MTM 2011 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.5.22 Taux de pénétration des appareils mobiles par région



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

Graphique 4.5.23 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles pour les propriétaires de téléphones intelligents au Canada

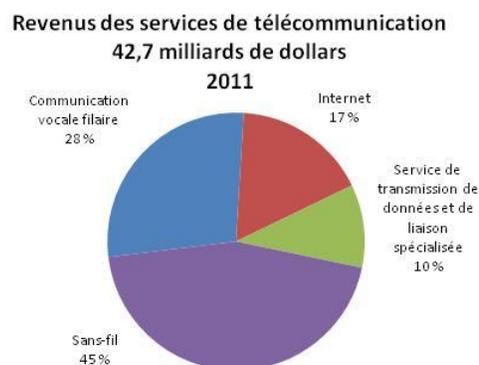


Source : MTM 2011 (répondants canadiens propriétaires de téléphones intelligents de 18 ans et +)

5.0 Télécommunications

5.1 Survol de la situation financière

En 2011, l'industrie canadienne des services de télécommunication est dominée par 10 grandes entreprises représentant collectivement, avec leurs affiliées, 94 % des revenus des services de télécommunication canadiens, lesquels totalisent 42,7 milliards de dollars. La grande majorité des entités restantes sont de plus petites entreprises dont les revenus annuels sont inférieurs à 2,6 milliards de dollars, les revenus de chaque compagnie se trouvant bien en deçà 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.



Aux fins du paragraphe 16(6) de la *Loi sur les télécommunications*, le montant de 42,7 milliards de dollars représente la conclusion du Conseil sur les revenus des services de télécommunication au Canada. Le Conseil fera référence à ce montant à compter de la publication du présent rapport, et ce, jusqu'à la publication du prochain rapport, lorsqu'il déterminera l'admissibilité d'entités à agir comme entreprise de télécommunication.

En 2011, les entités qui sont actives dans les six secteurs de marché de l'industrie des services de télécommunication (c'est-à-dire 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) comptent pour approximativement 88 % des revenus des services de télécommunication au Canada. Celles qui ne sont actives que dans un seul secteur de marché représentent 1 % des revenus.

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

Aperçu de l'industrie des services de télécommunication

	2010	2011	% Croissance
Revenus de télécommunication (milliards de dollars)	41,7	42,7	2,9
Pourcentage de l'ensemble des revenus de télécommunication			
5 premières ESLT	66	65	1,5
5 premières compagnies par câble	29	30	3,9
5 premiers revendeurs	2	2	0,3
Dépenses en immobilisations (milliards de dollars)			
Filaire	6,6	7,1	4,8
Sans-fil	1,8	2,3	5,2
Marge de bénéfices avant intérêts, impôts et amortissements (%)			
Filaire	19	21	10,2
Sans-fil	41	43	3,4
Revenus moyens de détail par abonné, par mois ¹ (\$/abonné/mois)			
Sans-fil	58,86	58,98	0,2

1. Pour obtenir les revenus 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.

Source : Données recueillies par le CRTC

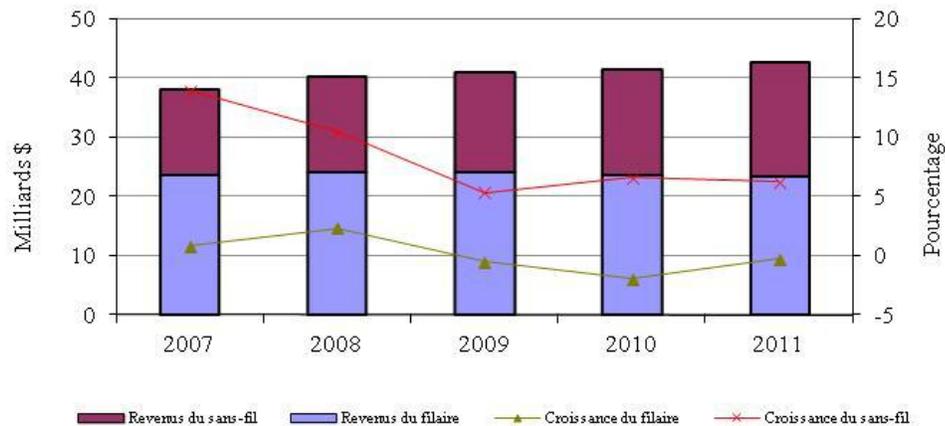
Informations statistiques – Télécommunications
Tableau 5.1.1 Revenus¹ des télécommunications de détail et de gros (milliards \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Filaire						
De détail	20,8	21,1	21,0	20,6	20,6	-0,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,5 %	1,2 %	-0,4 %	-1,8 %	0,0 %	
De gros	2,8	3,1	3,1	3,1	3,0	1,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,4 %	10,1 %	-1,3 %	-0,3 %	-1,8 %	
Total filaire	23,6	24,2	24,0	23,7	23,6	-0,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,2 %	2,2 %	-0,5 %	-1,6 %	-0,3 %	
Sans-fil						
De détail	14,0	15,6	16,3	17,5	18,4	7,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,6 %	11,1 %	4,9 %	7,2 %	5,0 %	
De gros	0,5	0,5	0,5	0,5	0,7	9,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	9,5 %	-8,0 %	19,3 %	-12,9 %	50,6 %	
Total du sans-fil	14,7	16,0	16,9	18,0	19,1	6,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	15,5 %	9,3 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	
Total de détail	34,8	36,6	37,3	38,1	39,0	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	6,4 %	5,2 %	1,8 %	2,2 %	2,3 %	
Total de gros	3,3	3,6	3,6	3,5	3,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,2 %	7,4 %	1,4 %	-2,2 %	5,2 %	
Total	38,2	40,3	41,0	41,7	42,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,8 %	5,4 %	1,8 %	1,8 %	2,5 %	

1. Les revenus de détail et de gros des petits FST qui n'avaient pas à remplir les formulaires de données ont été estimés d'après les renseignements qu'ils ont fournis sur leurs formulaires d'inscription.

- Les revenus générés par l'équipement terminal filaire et les revenus autres que de télécommunication ont été exclus.

Source : Données recueillies par le CRTC

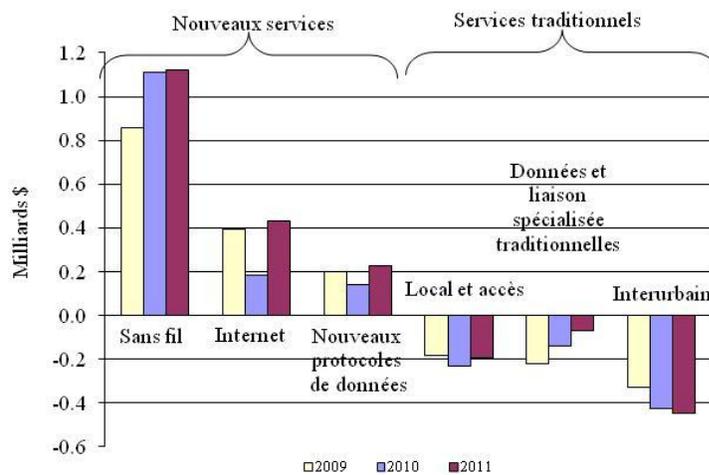
Graphique 5.1.1 Revenus des services de télécommunication et pourcentage de croissance annuelle


Source : Données recueillies par le CRTC

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

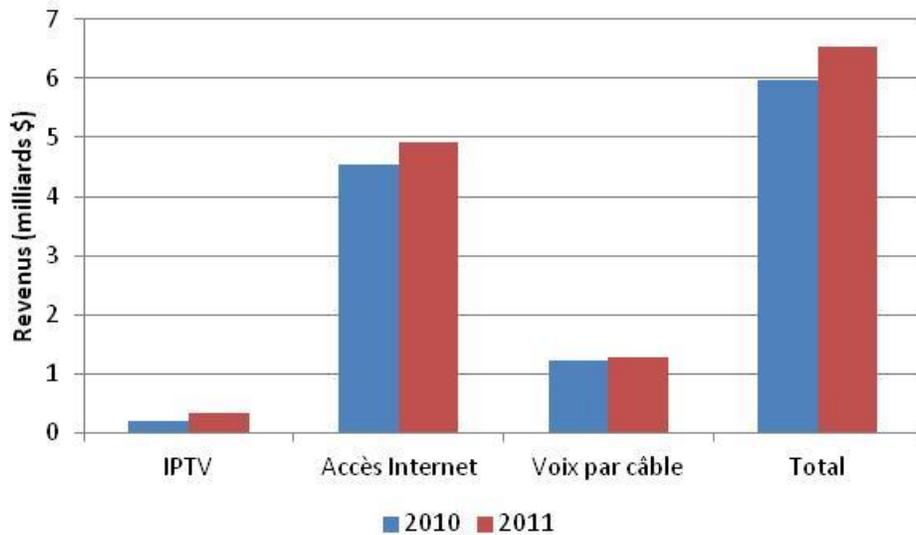
	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Filaire						
Local et accès	9,5	9,6	9,4	9,1	8,9	-1,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,8 %	0,1 %	-1,9 %	-2,5 %	-2,1 %	
Interurbain	4,3	4,2	3,9	3,4	3,0	-8,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-8,9 %	-3,8 %	-7,1 %	-11,0 %	-13,1 %	
Total partiel – communication vocale	13,9	13,7	13,2	12,6	11,9	-3,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,5 %	-1,1 %	-3,5 %	-5,0 %	-5,1 %	
Internet	5,6	6,1	6,5	6,8	7,2	6,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	12,3 %	9,1 %	6,1 %	4,2 %	6,3 %	
Données et liaison spécialisée						
Nouveaux protocoles de données	1,3	1,5	1,7	1,8	2,1	12,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	24,2 %	15,1 %	14,4 %	8,3 %	12,4 %	
Données traditionnelles, liaison spécialisée et autre	2,9	2,8	2,6	2,5	2,4	-4,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,3 %	-0,4 %	-8,3 %	-5,3 %	-2,9 %	
Total données et liaison spécialisée	4,2	4,3	4,3	4,3	4,5	1,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	4,4 %	-0,5 %	0,0 %	3,5 %	
Total partiel – sauf communication vocale	9,8	10,5	10,8	11,1	11,7	4,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	8,4 %	7,1 %	3,4 %	2,5 %	5,3 %	
Total du filaire	23,6	24,2	24,0	23,7	23,6	0,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,1 %	2,3 %	-0,5 %	-1,6 %	-0,3 %	
Sans-fil	14,5	16,0	16,9	18,0	19,1	7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,4 %	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	
Total	38,2	40,3	41,0	41,7	42,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,8 %	5,4 %	1,8 %	1,8 %	2,5 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.2 Croissance annuelle des revenus par secteur de marché (2011)


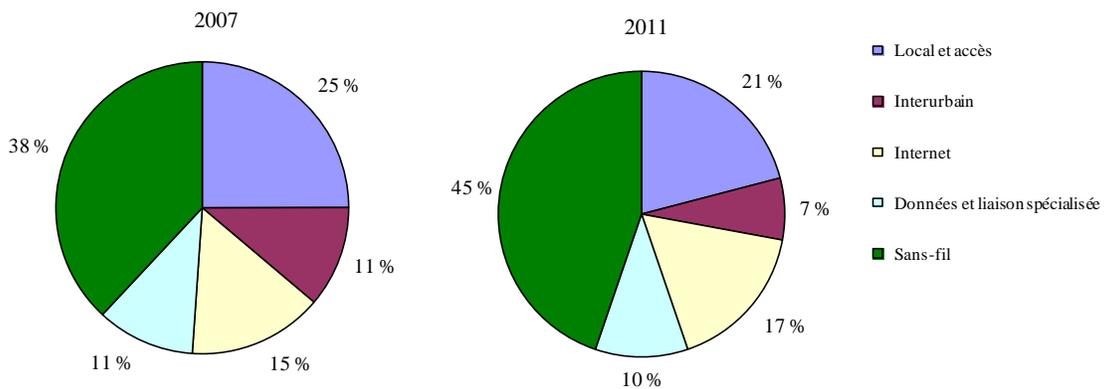
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.3 Revenus des services de résidence offerts par IP



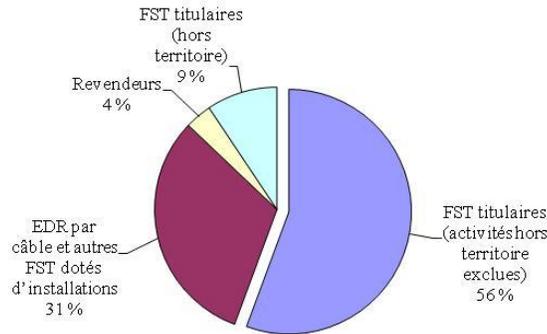
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.4 Répartition des revenus des services de télécommunication, par secteur de marché (2011)



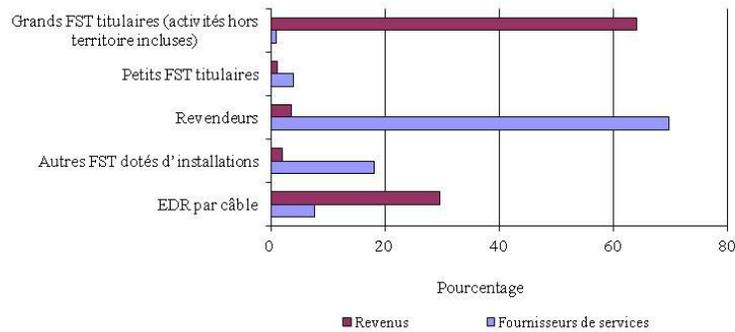
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.5 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.6 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, selon le type de FST (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché

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

Tableau 5.1.4 Revenus totaux générés par les services de télécommunication, selon le type de fournisseur de services (en millions \$)

	2008	2009	2010	2011
FST titulaires				
Grands FST titulaires	26 715,5	26 777,9	26 752,3	27 135,2
Petits FST titulaires	436,0	401,8	417,5	469,9
Total partiel	27 151,5	27 179,7	27 169,8	28 075,0
Moins : FST titulaires (hors territoire)	3 882,2	4 290,6	4 326,1	4 047,0
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	23 269,3	22 889,1	22 843,7	23 558,0
Pourcentage du total	58 %	56 %	55 %	55 %
Autres FST				
Autres FST dotés d'installations				
FST titulaires (hors territoire)	3 882,2	4 290,6	4 326,1	4 047,0
EDR par câble	10 598,5	11 428,4	12 237,0	12 734,9
Compagnies de communication vocale de services publics et autres entreprises	585,8	723,7	713,5	849,8
Total partiel pour les autres FST	15 066,5	16 442,6	17 276,5	17 631,7
Revendeurs	1 862,2	1 594,7	1 533,8	1 522,8
Total des autres FST dotés d'installations et des revendeurs	16 928,6	18 037,2	18 810,3	19 154,5
Pourcentage du total	42 %	44 %	45 %	45 %
Total	40 198,0	40 926,4	41 654,0	42 712,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.5 Part des revenus (en %) dans le marché des télécommunications filaires, selon le type de FST (2011)

	De détail			De gros	Total
	Résidence	Affaires	Total		
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54,2	68,1	60,4	69,8	61,6
Autres FST					
FST titulaires (hors territoire)	0,1	11,6	5,2	15,8	6,5
FST non titulaires dotés d'installations	40,3	11,6	27,6	11,7	25,6
Revendeurs	5,4	8,7	6,8	2,7	6,3
Total partiel des autres FST	45,8	31,9	39,6	30,2	38,4

Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010	2011
Local et accès	73	75	71	73	76
Interurbain	95	94	96	96	95
Internet	98	98	99	98	98
Données et liaisons spécialisées	75	80	82	81	83
Sans-fil	100	100	100	100	100
Total	90	90	91	92	93

Source : Données recueillies par le CRTC

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

Année	Filaire	Sans-fil	Filaire et/ou sans-fil	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.d.	98,8	n.d.	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	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

Sources : Statistique Canada Abordabilité (2002-2007), enquête sur le service téléphonique résidentiel (2008-2010)

Tableau 5.1.8 Taux de pénétration au Canada, par quintile de revenus – Abonnés des services filaires et sans fil par 100 ménages (2010)

Quintile de revenus	Filaire	Sans-fil	Filaire et/ou sans-fil	Filaire (seulement)	Sans-fil (seulement)
Premier	82,2	54,9	97,3	42,4	15,1
Deuxième	85,7	71,1	99,7	28,6	14,0
Troisième	89,3	82,0	99,8	17,8	10,5
Quatrième	93,1	89,7	99,9	10,2	6,8
Cinquième	95,3	93,5	100,0	6,5	4,7
Tous les ménages	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2

• Les limites supérieures pour 2010 pour le premier quintile au quatrième quintile sont 27 000 \$, 47 000 \$, 71 000 \$ et 110 000 \$.

• Les résultats de 2011 ne sont pas disponibles.

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages.

Tableau 5.1.9 Nombre de connexions (millions)

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008-2011
Local et accès ¹	19,3	18,7	18,4	18,2	-1,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-2,9 %	-1,7 %	-1,0 %	
Internet ²	9,8	10,1	10,4	10,7	2,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,6 %	2,6 %	3,1 %	2,9 %	
Sans-fil ¹	22,1	23,8	25,8	27,4	7,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	9,0 %	7,8 %	8,5 %	7,8 %	
Total	51,2	52,6	54,6	56,3	3,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,7 %	2,7 %	3,8 %	3,1 %	

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

2. Exclut les connexions d'affaires.

Source : Données recueillies par le CRTC

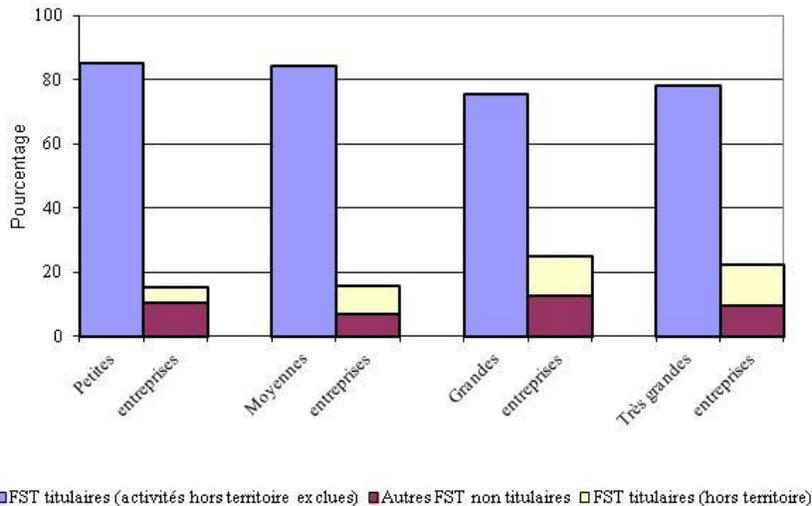
Tableau 5.1.10 Nombre d’abonnements à des services groupés (millions)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Nombre d’abonnements à des forfaits	5,0	5,8	7,5	8,8	9,4	16,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	<i>n.d.</i>	15,1 %	30,4 %	17,1 %	6,4 %	

• Service local groupé avec une distribution Internet, sans-fil et vidéo.

Source : Données recueillies par le CRTC

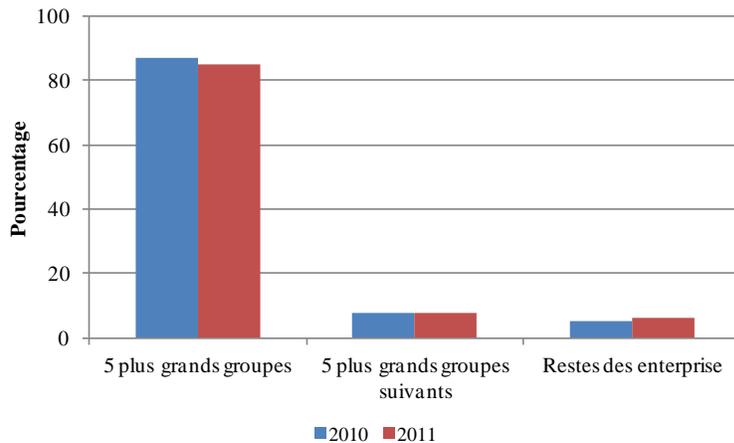
Graphique 5.1.7 Répartition des revenus totaux du marché filaire des services d’affaires, selon la taille des clients et le type de FST (2011)



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

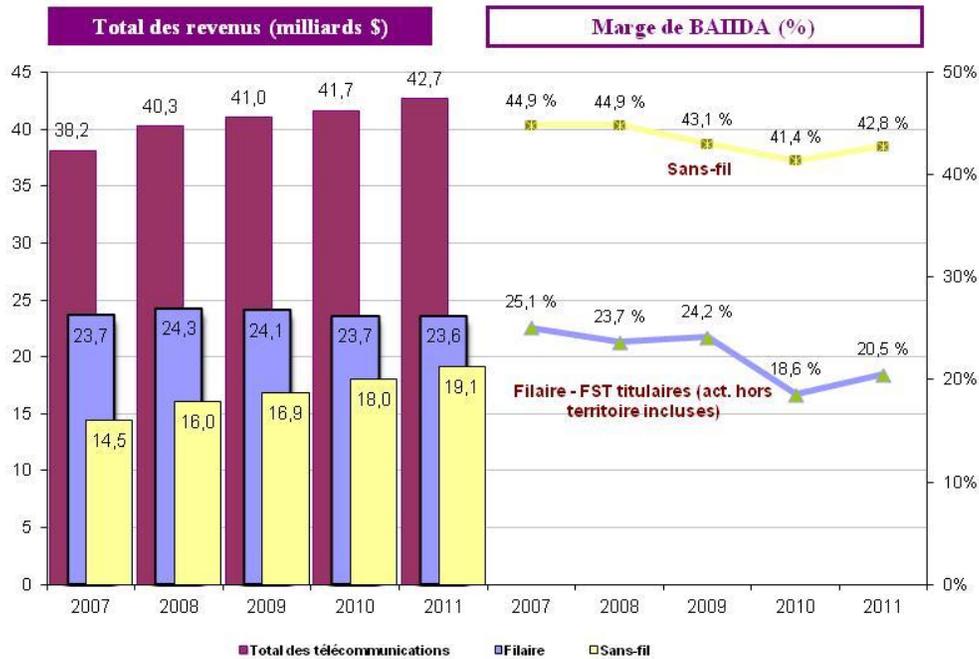
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.8 Revenus des services de télécommunication générés par les 5 plus grandes entreprises, les 5 plus grandes entreprises suivantes et par les entreprises restantes



• Les revenus des plus grandes entreprises comprennent ceux des sociétés affiliées.

Source : Donnée recueillies par le CRTC.

Graphique 5.1.9 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA


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

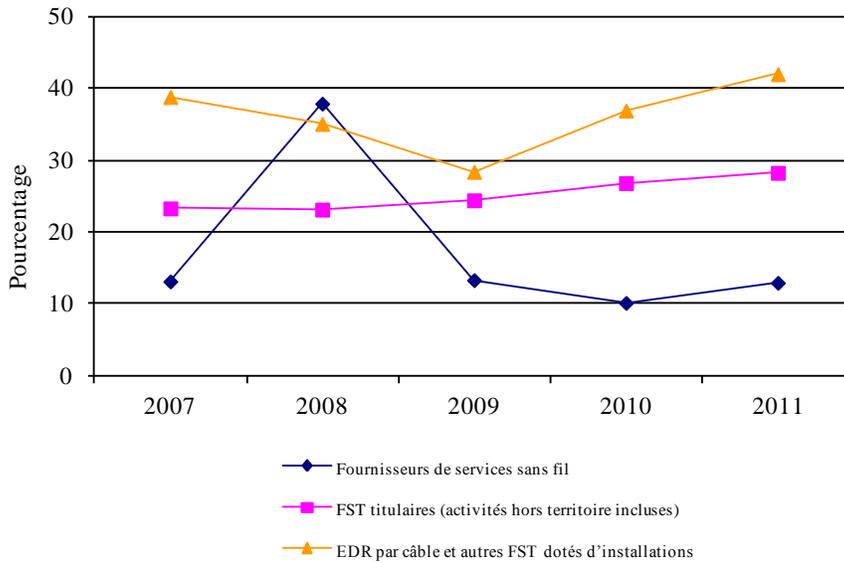
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.11 Dépenses en immobilisations, par type de FST (milliards \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Filaire						
FST titulaires (activités hors territoire incluses)	4,2	4,1	4,2	4,4	4,6	2,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	5,3 %	-1,4 %	1,4 %	5,1 %	5,4 %	
Autres FST						
Autres FST non titulaires dotés d'installations	1,6	1,7	1,5	2,1	2,4	10,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	31,0 %	5,6 %	-10,7 %	40,2 %	13,7 %	
Revendeurs	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	-23,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	41,8 %	-2,5 %	-59,0 %	-35,5 %	33,6 %	
Total des autres FST	1,7	1,8	1,6	2,2	2,5	9,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	31,5 %	5,2 %	-12,8 %	38,7 %	13,9 %	
Total du secteur filaire	5,9	5,9	5,7	6,6	7,1	4,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	11,8 %	0,5 %	-2,9 %	14,2 %	8,2 %	
Sans-fil	1,9	6,1	2,2	1,8	2,3	5,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	12,7 %	220,2 %	-63,0 %	-18,9 %	27,7 %	
Total des secteurs filaires et sans fil	7,8	12,0	8,0	8,4	9,4	4,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	12,0 %	54,1 %	-33,4 %	4,9 %	12,4 %	

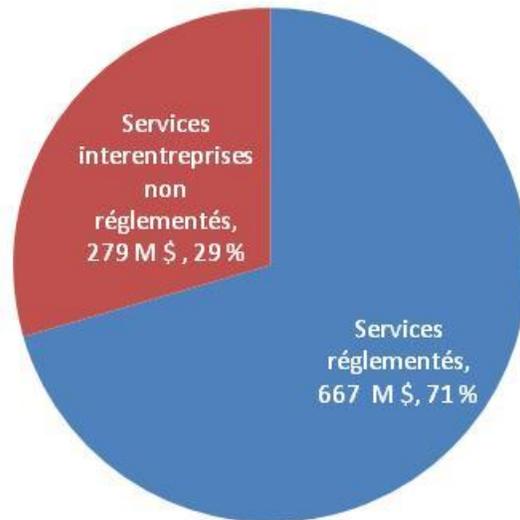
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.10 Dépenses en immobilisations exprimées en pourcentage des revenus, par type de FST (y compris les dépenses liées aux services sans fil évolués en 2008)



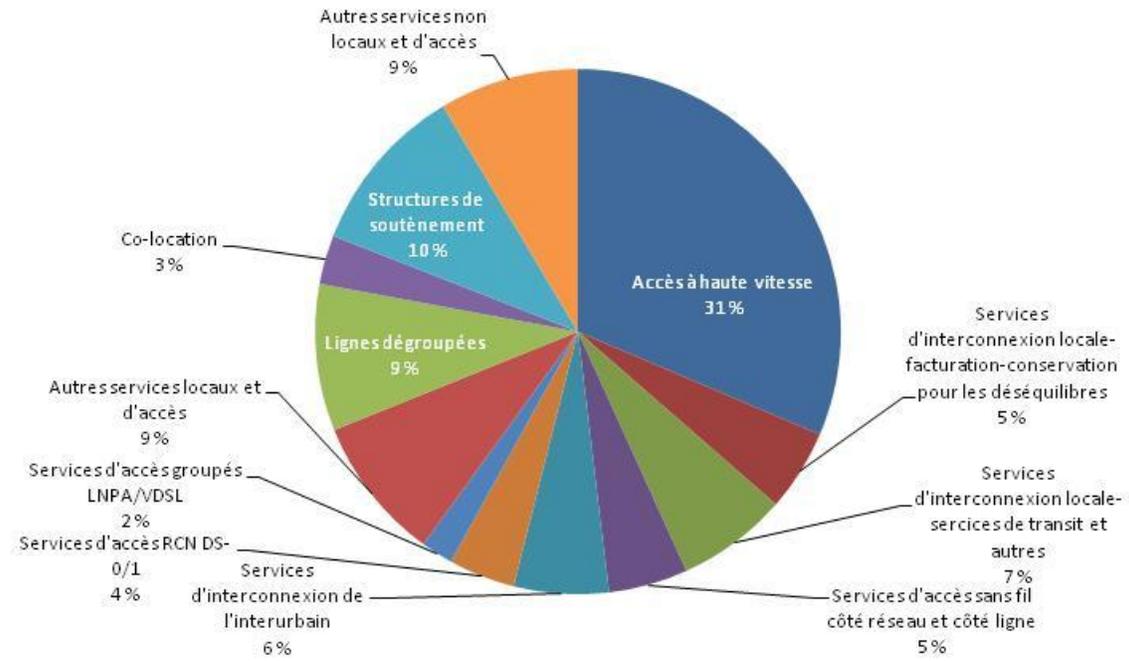
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.11 Revenus des services filaires de gros – Services réglementés et non réglementés (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.12 Revenus des services filaires réglementés de gros (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

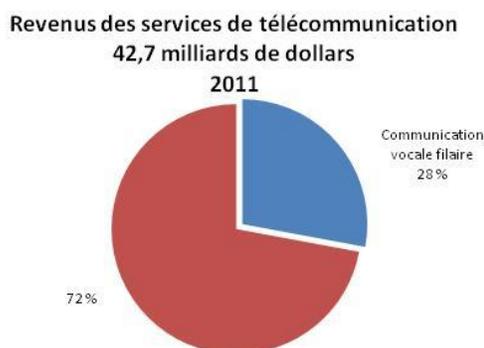
5.2 Services locaux et d'accès et interurbains

Survol

En 2011, 91 % des foyers canadiens sont abonnés aux services de communication vocale filaire.

On compte plus de 100 fournisseurs de services locaux et d'accès et plus de 150 fournisseurs de services interurbains en 2011. Parmi eux figurent :

- les grands FST titulaires, qui offrent des services locaux et interurbains essentiellement sur leurs propres réseaux;
- les petits FST titulaires, qui exercent leurs activités dans des zones limitées de l'Ontario, du Québec et de la Colombie-Britannique et qui comprennent des entreprises détenues par des municipalités ainsi que des entreprises publiques et privées;
- les EDR par câble, qui proposent des services locaux et interurbains sur réseaux;
- les revendeurs, qui ne sont pas propriétaires d'installations de télécommunication et qui ont tendance à se concentrer sur le marché de l'interurbain en offrant des services de contournement et des cartes d'appel prépayées.



Aperçu du secteur de la communication vocale filaire

	2010	2011	Écart en pourcentage
Revenus (milliards \$)	12,4	11,8	-5,1
Services locaux et d'accès ¹	9,0	8,8	-2,1
Services interurbains ²	3,4	3,0	-13,1
Lignes locales (millions)	20,0	19,9	-0,4
Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne	48,71 \$	47,05 \$	-3,4
Revenus mensuels des services locaux de détail par ligne	36,78 \$	36,18 \$	-1,6
Service de résidence	31,35 \$	31,23 \$	-0,4
Service d'affaires	48,51 \$	46,34 \$	-4,5
Revenus des services interurbains de détail par minute	0,061 \$	\$0,059	-2,8
Service de résidence	0,072 \$	\$0,069	-4,7
Service d'affaires	0,046 \$	\$0,045	-3,7
Part des revenus des titulaires (activités hors territoire exclues)			
Services locaux et d'accès	78 %	76 %	
Services interurbains	59 %	62 %	

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.

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

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

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Revenus totaux - services locaux et d'accès (millions \$)	9 544	9 550	9 386	9 132	8 938	-1,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,8 %	0,1 %	-1,7%	-2,7 %	-2,1 %	
Moins : revenus de contribution (millions \$)	219	209	203	165	157	-8,1 %
Revenus des services locaux et d'accès (millions \$)	9 324	9 342	9 183	8 967	8 782	-1,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,6 %	0,2 %	-1,7 %	-2,4 %	-2,1 %	
Revenus des services interurbains (millions \$)	4 318	4 153	3 856	3 432	2 982	-8,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-8,9 %	-3,8 %	-7,1 %	-11,0 %	-13,1 %	
Revenus des services locaux et d'accès et interurbains (millions \$)	13 642	13 494	13 039	12 399	11 763	-3,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,4 %	-1,1 %	-3,4 %	-4,9 %	-5,1 %	
Lignes locales y compris les lignes d'accès indépendantes VoIP (milliers)	20 926	20 947	20 348	19 996	19 920	-1,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,4 %	0,1 %	-2,9 %	-1,7 %	-0,4 %	
Lignes d'accès indépendantes VoIP (milliers)	167	153	161	n.d.	356	20,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	3,7 %	-8,5 %	5,0 %	n.d.	n.d.	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.2 Revenus des services locaux et d'accès et interurbains faisant l'objet d'une abstention de la réglementation (en pourcentage)

	2008	2009	2010	2011
Revenus de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation				
Services locaux et d'accès	75	71	73	76
Services interurbains	94	96	96	95
Lignes locales de services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation				
Service de résidence	77	77	80	82
Service d'affaires	68	68	72	76

Source : Données recueillies par le CRTC

**Tableau 5.2.3 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST
(en millions \$)**

	TCAC				
	2008	2009	2010	2011	2008-2011
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	3 827	3 546	3 349	3 129	-6,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-6,6 %	-7,3 %	-5,6 %	-6,6 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	10	9	9	13	10,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	69,4 %	-5,9 %	-1,8 %	44,5 %	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	126	140	123	159	8,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	47,7 %	10,7 %	-12,2 %	29,8 %	
EDR par câble	906	1 099	1 252	1 285	12,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	37,4 %	21,3 %	13,9 %	2,6 %	
Total des services de résidence	4 869	4 794	4 732	4 586	-2,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,5 %	-1,5 %	-1,3 %	-3,1 %	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	3 096	3 017	2 934	2 791	-3,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,6 %	-2,6 %	-2,7 %	-4,9 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	309	309	270	284	-2,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-4,3 %	-0,1 %	-12,6 %	5,3 %	
Autres FST non titulaires	147	189	182	241	17,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,0 %	28,7 %	-3,9 %	32,5 %	
Total des services d'affaires	3 552	3 514	3 386	3 316	-2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,8 %	-1,1 %	-3,7 %	-2,0 %	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	6 923	6 563	6 282	5 920	-5,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-4,0 %	-5,2 %	-4,3 %	-5,8 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	319	318	279	297	-2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,1 %	-0,3 %	-12,3 %	6,6 %	
Autres FST non titulaires	1 180	1 428	1 556	1 685	12,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	32,7 %	21,0 %	9,0 %	8,3 %	
Total des services de détail	8 421	8 308	8 117	7 902	-2,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,1 %	-1,3 %	-2,3 %	-2,7 %	
Services de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	686	660	653	680	-0,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	3,2 %	-3,8 %	-1,1 %	4,2 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	114	115	105	115	0,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,3 %	0,4 %	-8,6 %	9,3 %	
Autres FST non titulaires	51	49	41	36	-11,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	27,2 %	-3,7 %	-17,6 %	-12,0 %	
Total des services de gros	851	824	798	830	-0,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	-3,2 %	-3,1 %	4,1 %	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	7 609	7 223	6 935	6 600	-4,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,4 %	-5,1 %	-4,0 %	-4,8 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	433	432	383	412	-1,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,2 %	-0,1 %	-11,3 %	7,3 %	
Autres FST non titulaires	1 231	1 477	1 597	1 721	11,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	32,4 %	20,0 %	8,1 %	7,8 %	
Total des revenus	9 272	9 132	8 915	8 732	-2,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,3 %	-1,5 %	-2,4 %	-2,0 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.4 Nombre de lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008-2011
Lignes de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	9 541	8 818	8 142	7 543	-7,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-7,9 %	-7,6 %	-7,7 %	-7,4 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	27	28	27	34	7,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,9 %	4,6 %	-6,1 %	26,7 %	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	505	416	463	600	5,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	118,7 %	-17,6 %	11,3 %	29,5 %	
EDR par câble	2 917	3 425	3 947	4 061	11,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	26,1 %	17,4 %	15,2 %	2,9 %	
Total des lignes de résidence	12 990	12 687	12 578	12 238	-2,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,5 %	-2,3 %	-0,9 %	-2,7 %	
Lignes d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	5 270	4 968	4 721	4 597	-4,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,4 %	-5,7 %	-5,0 %	-2,6 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	614	617	638	752	7,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	-4,0 %	0,5 %	3,3 %	17,9 %	
Autres FST non titulaires	390	435	457	614	16,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-11,1 %	11,7 %	5,0 %	34,5 %	
Total des lignes d'affaires	6 274	6 021	5 815	5 964	-1,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,9 %	-4,0 %	-3,4 %	2,6 %	
Lignes de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	14 811	13 786	12 863	12 140	-6,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-5,1 %	-6,9 %	-6,7 %	-5,6 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	641	646	664	786	7,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,8 %	0,7 %	2,9 %	18,3 %	
Autres FST non titulaires	3 812	4 276	4 867	5 276	11,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	27,8 %	12,2 %	13,8 %	8,4 %	
Total des lignes de détail	19 264	18 708	18 394	18 201	-1,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	-2,9 %	-1,7 %	-1,0 %	
Lignes de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	623	533	515	517	-6,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	13,2 %	-14,4 %	-3,4 %	0,4 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	262	300	266	322	7,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-35,4 %	14,6 %	-11,2 %	21,0 %	
Autres FST non titulaires	97	99	88	162	18,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	15,4 %	1,7 %	-11,1 %	83,6 %	
Total de lignes de gros	982	932	870	1 001	0,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	-5,5 %	-5,1 %	-6,7 %	15,1 %	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	15 434	14 319	13 378	12 657	-6,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-4,5 %	-7,2 %	-6,6 %	-5,4 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	903	946	931	1 108	7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-15,7 %	4,7 %	-1,6 %	19,1 %	
Autres FST non titulaires	3 909	4 375	4 955	5 437	11,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	27,5 %	11,9 %	13,2 %	9,7 %	
Total	20 246	19 640	19 263	19 203	-1,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,2 %	-3,0 %	-1,9 %	-0,3 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.5 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008-2011
Services locaux et interurbains					
de résidence	45,15	44,62	42,79	42,01	-2,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-1,3 %	-1,2 %	-4,1 %	-1,8 %	
d'affaires	62,53	63,55	61,50	57,39	-2,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,7 %	1,6 %	-3,2 %	-6,7 %	
Total des services de détail	50,81	50,71	48,71	47,05	-2,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,0 %	-0,2 %	-3,9 %	-3,4 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.6 Revenus mensuels (\$) des services locaux et d'accès de détail par ligne, par type de FST

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008-2011
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	33,43	33,51	34,27	34,57	1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,4 %	0,3 %	2,3 %	0,9 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	29,36	26,42	27,62	31,50	2,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	64,7 %	-10,0 %	4,6 %	14,0 %	
Autres FST non titulaires (EDR par câble exclues)	20,87	28,04	22,10	22,15	2,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	-32,5 %	34,4 %	-21,2 %	0,2 %	
EDR par câble	25,88	26,73	26,42	26,36	0,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	9,0 %	3,3 %	-1,1 %	-0,2 %	
Total des services de résidence	31,24	31,49	31,35	31,23	0,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,0 %	0,8 %	-0,4 %	-0,4 %	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	48,95	50,60	51,79	50,60	1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,9 %	3,4 %	2,4 %	-2,3 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	41,94	41,67	35,26	31,50	-9,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,3 %	-0,6 %	-15,4 %	-10,7 %	
Autres FST non titulaires	31,43	36,22	33,17	32,67	1,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,7 %	15,2 %	-8,4 %	-1,5 %	
Total des services d'affaires	47,18	48,64	48,51	46,34	-0,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,1 %	3,1 %	-0,3 %	-4,5 %	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	38,95	39,67	40,70	40,64	1,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,2 %	1,8 %	2,6 %	-0,2 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	41,41	41,00	34,95	31,50	-8,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,7 %	-1,0 %	-14,8 %	-9,9 %	
Autres FST non titulaires	25,79	27,82	26,65	26,62	1,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	3,8 %	7,9 %	-4,2 %	-0,1 %	
Total des services de détail	36,43	37,01	36,78	36,18	-0,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	-0,1 %	1,6 %	-0,6 %	-1,6 %	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.7 Part des FST titulaires dans le marché du service local de détail, selon la province et par ligne

Province	2008	2009	2010	2011
Colombie-Britannique	80,1 %	75,6 %	67,3 %	65,2 %
Alberta	76,4 %	71,7 %	68,2 %	66,8 %
Saskatchewan	95,9 %	94,3 %	93,0 %	92,5 %
Manitoba	89,7 %	87,1 %	83,7 %	80,2 %
Ontario	77,4 %	73,4 %	70,2 %	67,6 %
Québec	72,5 %	67,0 %	62,8 %	58,0 %
Nouveau-Brunswick	92,9 %	87,5 %	85,1 %	83,1 %
Nouvelle-Écosse	73,8 %	70,4 %	67,8 %	65,1 %
Île-du-Prince-Édouard	82,5 %	79,2 %	74,7 %	71,7 %
Terre-Neuve-et-Labrador	91,8 %	90,6 %	89,4 %	90,9 %
Toutes les provinces	78,1 %	73,8 %	69,8 %	66,9 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.8 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	
		2010	2011	2010	2011
Colombie-Britannique	Vancouver	57,6 %	61,1 %	70,8 %	62,8 %
	Victoria	47,1 %	48,5 %	84,2 %	66,1 %
Alberta	Calgary	49,6 %	52,3 %	68,8 %	62,2 %
	Edmonton	58,1 %	58,8 %	71,8 %	64,7 %
Saskatchewan	Saskatoon	77,1 %	76,8 %	99,1 %	96,1 %
	Regina	86,8 %	85,6 %	98,6 %	98,1 %
Manitoba	Winnipeg	62,8 %	62,7 %	98,1 %	84,5 %
Ontario	Toronto	60,3 %	57,9 %	73,3 %	72,9 %
	Ottawa-Gatineau	60,4 %	56,7 %	88,6 %	88,4 %
	Hamilton	59,2 %	54,8 %	76,8 %	75,0 %
	London	62,3 %	59,5 %	76,5 %	75,3 %
	Kitchener-Waterloo	60,5 %	56,9 %	76,8 %	76,3 %
	St. Catharines-Niagara	68,2 %	63,4 %	80,5 %	80,2 %
	Windsor	70,3 %	65,3 %	69,7 %	67,2 %
Québec	Oshawa	57,0 %	53,8 %	84,1 %	83,9 %
	Montréal	51,7 %	48,4 %	74,4 %	73,6 %
	Québec	46,0 %	39,9 %	76,8 %	69,5 %
Nouveau-Brunswick	Fredericton	75,3 %	72,9 %	99,4 %	99,5 %
Nouvelle-Écosse	Halifax	46,7 %	45,6 %	75,8 %	76,0 %
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	56,0 %	53,0 %	84,1 %	76,3 %
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's	77,0 %	75,6 %	2010	99,7 %

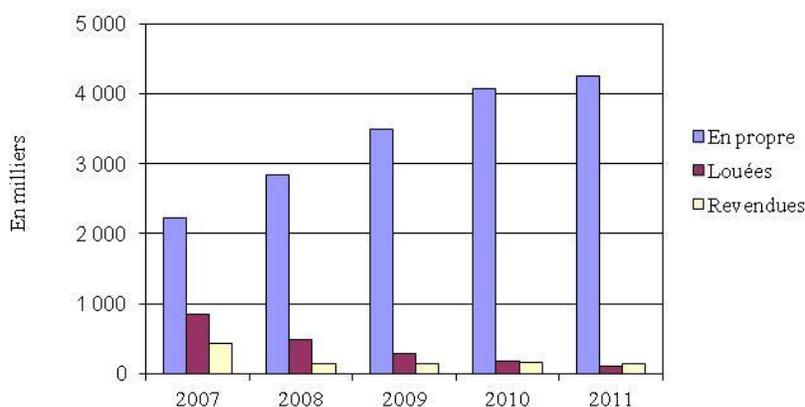
• Les limites des grands centres sont établies selon les définitions de région métropolitaine de recensement et d'agglomération de recensement de Statistique Canada.

Source : Données recueillies par le CRTC

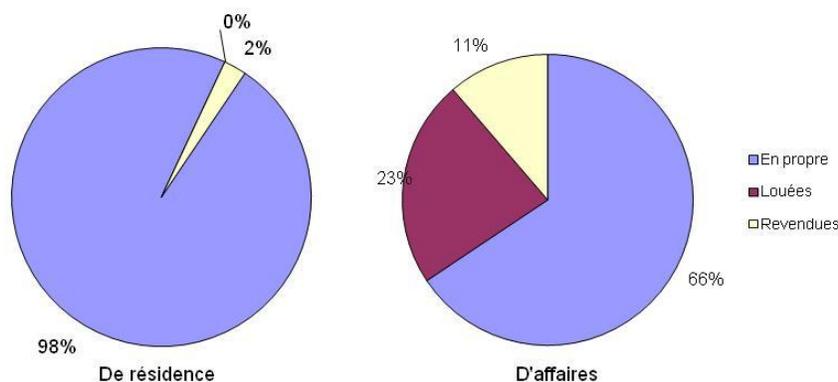
Tableau 5.2.9 Revenus du service local de gros, selon la composante principale (en millions \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Interconnexion	273	281	280	276	254	-1,8 %
Centrex	104	97	97	89	88	-4,1 %
Accès au RTPC	261	280	290	288	354	7,9 %
Lignes dégroupées	120	116	92	79	60	-15,8 %
Autres revenus	45	47	33	42	42	-1,6 %
Total	802	821	792	774	798	-0,1 %

Source : Données recueillies par le CRTC

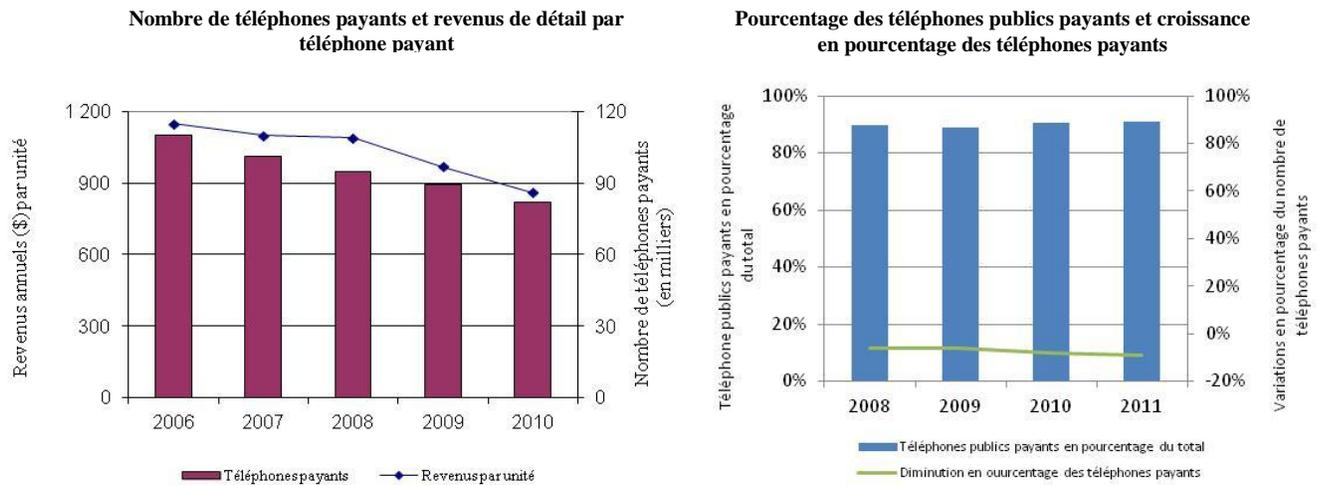
Graphique 5.2.1 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST (excluant les activités hors territoire des titulaires), selon le type d'installations


Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.2 Lignes locales de résidence et d'affaires par les autres FST, selon le type d'installations (2011)


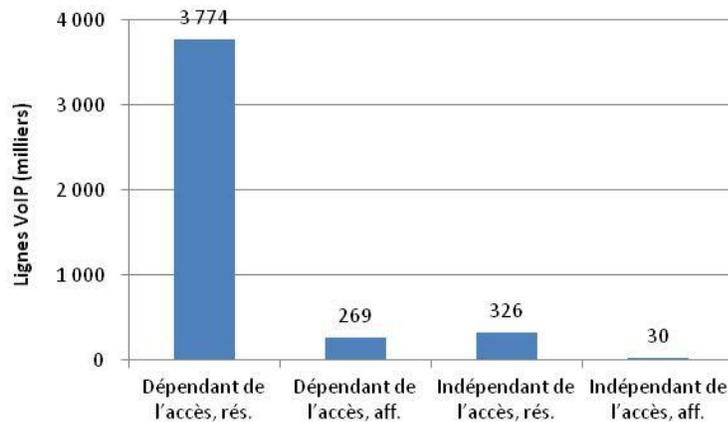
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.3 Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires



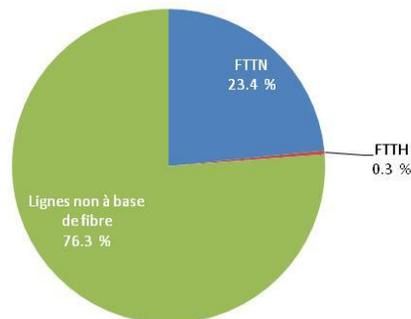
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.4 Lignes locales VoIP indépendantes et dépendantes de l'accès (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.5 Lignes de fibre, FTTN et FTTH, pourcentage des lignes totales (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.10 Revenus du service interurbain, par type de FST (en millions \$)

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008-2011
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	1 440	1 288	1 136	1 028	-10.6%
<i>Croissance annuelle</i>	-4,4 %	-10,6 %	-11,8 %	-9,5 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	3	2	2	1	-19.9%
<i>Croissance annuelle</i>	-47,5 %	-21,5 %	-16,4 %	-21,8 %	
Autres FST non titulaires	727	709	590	554	-8.7%
<i>Croissance annuelle</i>	-1,8 %	-2,5 %	-16,9 %	-6,0 %	
Total des services de résidence	2 170	1 999	1 728	1 584	-10.0%
<i>Croissance annuelle</i>	-3,6 %	-7,9 %	-13,6 %	-8,3 %	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	686	669	565	494	-10.4%
<i>Croissance annuelle</i>	-8,6 %	-2,4 %	-15,6 %	-12,5 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	176	161	115	104	-16.1%
<i>Croissance annuelle</i>	-17,2 %	-8,4 %	-28,2 %	-10,1 %	
Autres FST non titulaires	295	247	226	193	-13.2%
<i>Croissance annuelle</i>	-12,5 %	-16,2 %	-8,3 %	-14,8 %	
Total des services d'affaires	1 156	1 077	907	791	-11.9%
<i>Croissance annuelle</i>	-11,0 %	-6,9 %	-15,8 %	-12,8 %	
Services de détail					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	2 126	1 957	1 701	1 522	-10.5%
<i>Croissance annuelle</i>	-5,7 %	-7,9 %	-13,1 %	-10,5 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	178	163	117	105	-16.1%
<i>Croissance annuelle</i>	-17,9 %	-8,6 %	-28,1 %	-10,2 %	
Autres FST non titulaires	1 022	956	816	747	-9.9%
<i>Croissance annuelle</i>	-5,2 %	-6,4 %	-14,6 %	-8,5 %	
Total des services de détail	3 326	3 076	2 634	2,374	-10.6%
<i>Croissance annuelle</i>	-6,3 %	-7,5 %	-14,4 %	-9,9 %	
Services de gros					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	420	373	311	325	-8.2%
<i>Croissance annuelle</i>	1,4 %	-11,2 %	-16,6 %	4,4 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	262	231	229	185	-10.9%
<i>Croissance annuelle</i>	20,9 %	-11,8 %	-1,1 %	-19,1 %	
Autres FST non titulaires	145	176	257	97	-12.5%
<i>Croissance annuelle</i>	6,0 %	21,4 %	46,3 %	-62,3 %	
Total des services de gros	827	780	797	607	-9.8%
<i>Croissance annuelle</i>	7,7 %	-5,7 %	2,2 %	-23,9 %	
Total					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	2 546	2 330	2 012	1 847	-10.1%
<i>Croissance annuelle</i>	-4,6 %	-8,5 %	-13,6 %	-8,2 %	
FST titulaires (activités hors territoire)	440	394	346	290	-13.0%
<i>Croissance annuelle</i>	1,4 %	-10,5 %	-12,2 %	-16,1 %	
Autres FST non titulaires	1 167	1 132	1 073	844	-10.2%
<i>Croissance annuelle</i>	-3,9 %	-3,0 %	-5,2 %	-21,4%	
Total des services des revenus	4 153	3 856	3 432	2,982	-10.5%
<i>Croissance annuelle</i>	-3,8 %	-7,1 %	-11,0 %	-13,1%	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.11 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché de l'interurbain de détail, par région

Région	2007	2008	2009	2010	2011
C.-B., Alberta	75 %	73 %	74 %	68 %	74 %
Saskatchewan	86 %	85 %	84 %	83 %	92 %
Manitoba	88 %	83 %	81 %	78 %	84 %
Ontario, Québec	55 %	56 %	55 %	61 %	71 %
Atlantique	82 %	81 %	80 %	81 %	83 %

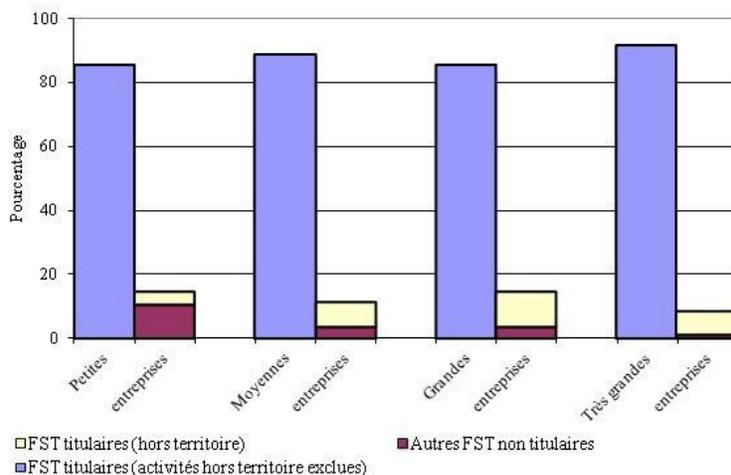
Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2008	2009	2010	2011	TCAC 2008 - 2011
Services de résidence					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,110	0,100	0,092	0,090	-6,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,9 %	-9,5 %	-8,4 %	-1,1 %	
FST titulaires (hors territoire)	0,069	0,071	0,082	0,084	6,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-12,7 %	3,4 %	14,1 %	2,9 %	
Autres FST non titulaires	0,058	0,054	0,052	0,046	-7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	-2,5 %	-5,9 %	-4,9 %	-10,4 %	
Total de résidenceresidential	0,085	0,077	0,072	0,069	-6,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,6 %	-9,0 %	-5,8 %	-4,7 %	
Services d'affaires					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,067	0,067	0,059	0,063	-1,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	1,0 %	0,8 %	-11,7 %	5,8 %	
FST titulaires (hors territoire)	0,038	0,037	0,028	0,028	-10,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	-10,9 %	-4,0 %	-24,0 %	-1,4 %	
Autres FST non titulaires	0,046	0,039	0,038	0,031	-12,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	-15,9 %	-15,1 %	-1,7 %	-20,2 %	
Total de détailbusiness	0,054	0,052	0,046	0,045	-6,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-6,1 %	-4,0 %	-11,0 %	-3,7 %	

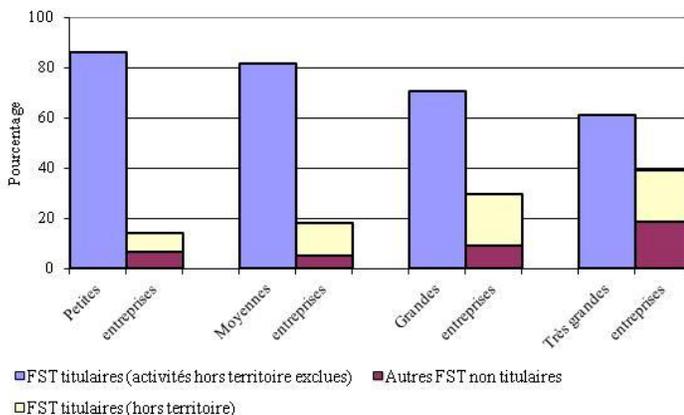
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.6 Répartition des revenus du marché des services d'affaires locaux, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.7 Répartition des revenus du marché des services d'affaires interurbains, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)

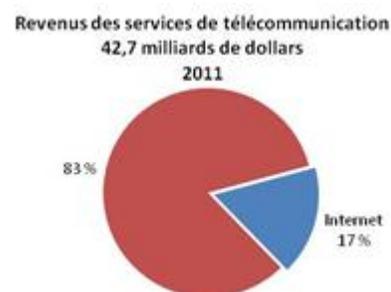


Source : Données recueillies par le CRTC

5.3 Secteur du marché Internet et disponibilité de la large bande

Survol

L'industrie de l'accès Internet comprend environ 500 entreprises. Les FST titulaires offrent des services Internet principalement par ligne commutée, LAN, fibre optique, satellite et sans-fil fixe. Les câblodistributeurs fournissent des services Internet par modem câble, fibre optique et sans-fil fixe. 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. Les revendeurs fournissent essentiellement le service d'accès Internet par ligne commutée et le service Internet à haute vitesse en utilisant surtout des installations LAN louées et, dans une moindre mesure, le modem câble et la fibre optique.



Aperçu du secteur Internet et de la disponibilité de la large bande

	2010	2011	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	6,8	7,2	6,3 %
Accès et transport Internet			
Service de résidence	4,5	4,9	8,5 %
Service d'affaires	1,2	1,2	-0,6 %
Service de gros	0,3	0,3	22,5 %
Autres	0,8	0,8	-0,7 %
Abonnés résidentiels (en millions)	10,4	10,7	2,9 %
Revenus attribuables à l'accès haute vitesse de résidence par abonné, par mois	36,99 \$	38,79 \$	
Part de marché des revenus de l'accès Internet			
Les 5 principaux FSI (y compris les affiliés)	76 %	76 %	
Câblodistributeurs	50 %	51 %	
ESLT (activités hors territoire exclues)	38 %	37 %	
Disponibilité de la large bande du service de résidence (à l'exclusion du satellite)			
Nationale	96 %	97 %	
Urbaine	100 %	100 %	
Rurale	80 %	83 %	
Nationale, incluant HSPA+	98 %	99 %	
Pénétration du service de résidence :			
Tous les débits	76 %	# 78 %	
Haut débit	73 %	# 76 %	
Large bande (1,5 Mbps et plus)	69 %	# 72 %	
Large bande (5 Mbps et plus)	51 %	# 54 %	
Nombre moyen de gigaoctets téléchargés par mois et par abonné résidentiel	14,8	17,9	21,2 %
Nombre moyen de gigaoctets téléversés par mois et par abonné résidentiel	3,7	3,8	2,0 %
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse de résidence	1,62	1,65	2,0 %
Taux de résiliation mensuel moyen du service haute vitesse d'affaires	1,56	1,57	0,3 %

- Le nombre moyen de gigaoctets téléversés et téléchargés et le taux de résiliation sont basés sur la moyenne pondérée des 15 plus grands fournisseurs au Canada.
- 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

Informations statistiques – Secteur du marché Internet

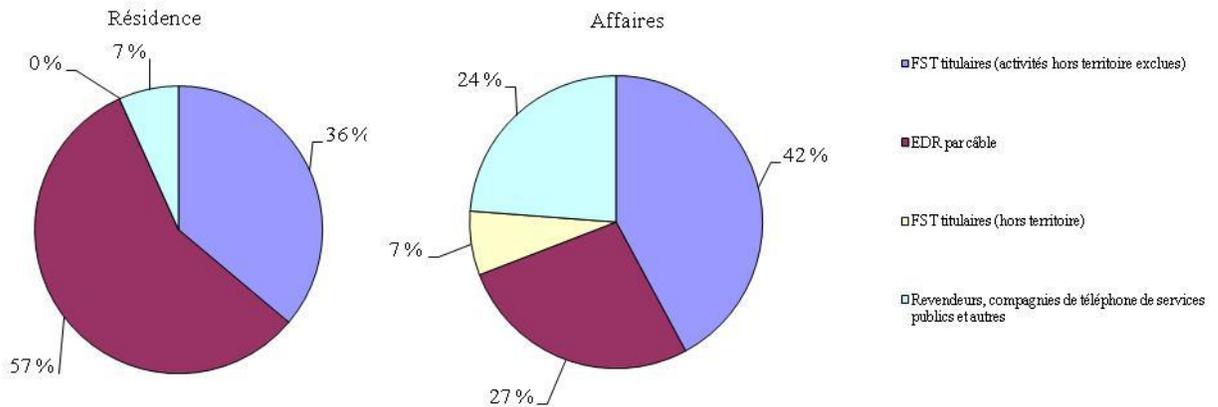
Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet (en millions \$)

		2007	2008	2009	2010	2011	Croissance 2010-2011	TCAC 2007-2011
Service de résidence	FST titulaires (activités hors territoire exclues)							
	Ligne commutée	141	116	92	64	46	-21,8 %	-24,3 %
	Haute vitesse	1 331	1 406	1 506	1 588	1 732	9,1 %	6,8 %
	Total partiel	1 469	1 522	1 598	1 652	1 778	7,7 %	4,9 %
	EDR par câble							
	Ligne commutée	5	2	1	1	1	-40,1 %	-38,7 %
	Haute vitesse	1 935	2 129	2 419	2 572	2 811	9,3 %	9,8 %
	Total partiel	1 940	2 131	2 420	2 573	2 811	9,3 %	9,7 %
	FST titulaires (activités hors territoire exclues) et EDR par câble – Total partiel							
	Ligne commutée	145	118	93	65	47	-28,0 %	-24,7 %
	Haute vitesse	3 264	3 535	3 925	4 160	4 543	9,2 %	8,6 %
	Total partiel	3 409	3 654	4 018	4 225	4 590	8,6 %	7,7 %
	Autres FST							
	Ligne commutée	83	71	48	31	23	-28,0 %	-27,7 %
Haute vitesse	128	175	219	282	310	10,0 %	24,7 %	
Total partiel	214	245	267	313	332	6,3 %	11,7 %	
Total								
Ligne commutée	228	189	141	96	69	-27,8 %	-25,7 %	
Haute vitesse	3 394	3 710	4 144	4 442	4 853	9,3 %	9,4 %	
Total, service de résidence	3 622	3 899	4 285	4 538	4 923	8,5 %	8,0 %	
Service d'affaires	FST titulaires (activités hors territoire exclues)	434	457	444	478	481	0,8 %	2,6 %
	EDR par câble	169	201	227	284	309	8,7 %	16,2 %
	FST titulaires (activités hors territoire exclues) et EDR par câble – Total partiel	604	657	671	762	790	3,7 %	7,0 %
	Autres FST							
	FST titulaires (activités hors territoire)	112	98	93	81	81	-0,5 %	-7,9 %
	Revendeurs, entreprises de télécommunication de services publics et autres entreprises	223	241	255	282	272	-3,8 %	5,1 %
	Total partiel, autres FST	335	339	348	364	353	-3,1 %	1,3 %
	Total, accès du service d'affaires	938	997	1 019	1 125	1 142	1,5 %	5,0 %
	Total, transport du service d'affaires	73	76	67	77	52 ¹	-32,4 %	-8,2 %
	Total, service d'affaires	1 011	1 073	1 086	1 202	1 194	-0,6 %	4,2 %
Service de gros	Accès et transport de grande capacité	54	54	48	42	53	26,4 %	-0,4 %
	Accès de faible capacité	147	161	213	218	266	21,7 %	16,0 %
	Total, service de gros	201	215	261	260	319	22,5 %	12,2 %
Autres	Applications, équipements et autres services Internet associés	778	939	868	772	766	-0,7 %	-0,4 %
	Total général	5 613	6 126	6 499	6 772	7 202	6,3 %	6,4 %

- 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 également 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, les données sur le transport du service d'affaires ne peuvent pas être comparées avec celles des années précédentes

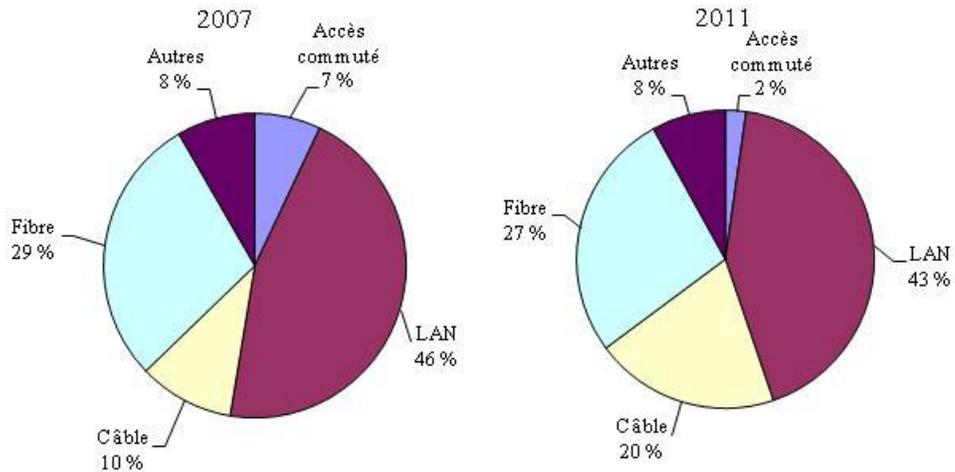
Source : Données recueillies par le CRTIC

Graphique 5.3.1 Part de revenus dans le marché des services d'accès Internet, par type d'entité, 2011



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.2 Revenus des services d'accès Internet du service d'affaires, par technologie d'accès (2007 c. 2011)



- 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

Tableau 5.3.2 Abonnés du service Internet de résidence, par type de FST (volet 1 de 2)

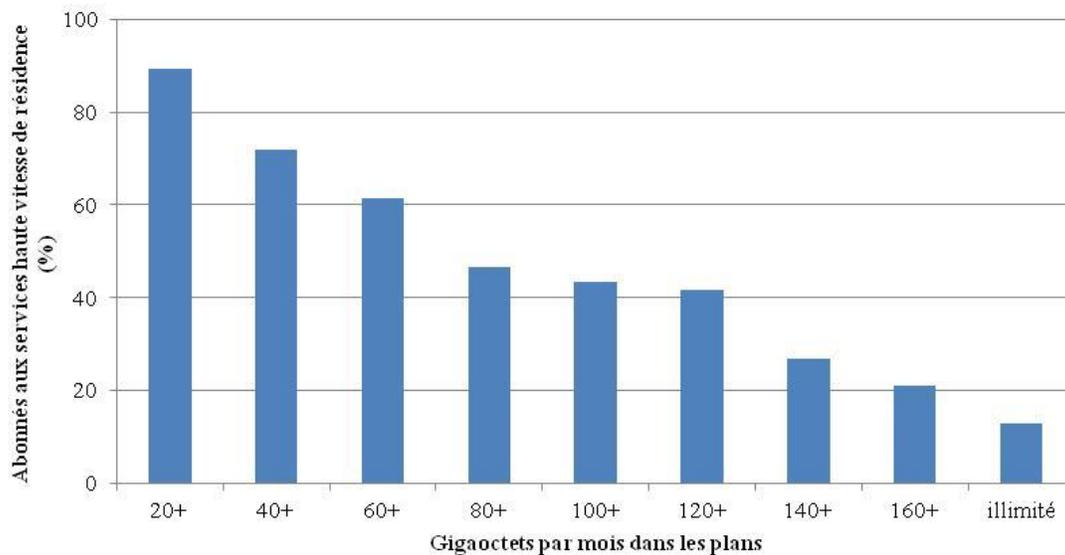
	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	566	433	286	210	137	-29,9 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-11,8	-23,5	33,9	-26,6	-34,9	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	60,6	59,1	58,8	57,3	55,5	
Haute vitesse	3 405	3 584	3 673	3 762	3 876	3,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	10,0	5,3	2,5	2,4	3,0	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	40,7	39,5	38,4	37,6	37,2	
Total partiel	3 971	4 017	3 959	3 972	4 011	0,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	6,3	1,2	-1,4	0,3	1,0	
<i>part du total (%)</i>	42,7	40,9	39,3	38,3	37,6	
EDR par câble						
Ligne commutée	18	18	14	10	7	-19,4 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-53,8	1,9	-24,4	-23,0	-28,9	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	1,9	2,4	2,8	2,8	3,0	
Haute vitesse	4 573	4 990	5 358	5 642	5 839	6,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	13,2	9,1	7,4	5,3	3,5	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	54,7	55,0	56,0	56,4	56,0	
Total partiel	4 590	5 008	5 372	5 653	5 846	6,2 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	12,5	9,1	7,3	5,2	3,4	
<i>part du total (%)</i>	49,5	51,1	53,4	54,5	54,8	
Total partiel des FST titulaires (activités hors territoire exclues) et des EDR par câble						
Ligne commutée	584	451	299	220	144	-29,4 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-14,1	-22,8	-33,6	-26,5	-34,6	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	62,5	61,6	61,6	60,1	58,5	
Haute vitesse	7 978	8 574	9 031	9 404	9 713	5,0 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	11,8	7,5	5,3	4,1	3,3	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	95,5	94,5	94,3	94,0	93,2	
Total partiel	8 561	9 024	9 331	9 625	9 857	3,6 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	9,5	5,4	3,4	3,1	2,4	
<i>part du total (%)</i>	92,2	92,0	92,7	92,8	92,4	
Autres FST						
Ligne commutée	350	281	187	146	102	-26,5 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-37,4	-19,7	-33,6	-21,7	-30,1	
<i>part du total ligne commutée (%)</i>	37,5	38,4	38,4	39,9	41,5	
Haute vitesse	379	503	545	604	712	17,1 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	16,0	32,9	8,2	10,8	18,0	
<i>part du total haute vitesse (%)</i>	4,5	5,5	5,7	6,0	6,8	
Total partiel	729	785	731	750	815	2,8 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-17,7	32,9	8,2	2,5	8,6	
<i>part du total (%)</i>	7,8	8,0	7,3	7,2	7,6	

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

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Total						
Ligne commutée	934	732	486	366	246	-28,3 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	-24,7	-21,6	-33,6	-24,6	-32,8	
<i>part du total (%)</i>	10,0	7,5	4,8	3,5	2,3	
Haute vitesse	8 356	9 077	9 576	10 008	10 426	5,7 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	12,0	8,6	5,5	4,5	4,2	
<i>part du total (%)</i>	90,0	92,5	95,2	96,5	97,7	
Total général	9 290	9 809	10 062	10 375	10 672	3,5 %
<i>croissance annuelle (%)</i>	6,8	5,6	2,6	3,1	2,9	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.3 Gigaoctets téléchargeables par plan c. pourcentage d'abonnés aux services haute vitesse de résidence



Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010	2011
Débit en aval	Revenus mensuels (%)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	6,8	2,9	0,6	0,2	0,3
Large bande de 300 à 1400 kbps	12,2	15,1	8,6	4,3	3,6
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	14,0	17,3	20,9	20,9	20,3
5 à 9 Mbps	58,0	53,6	46,5	49,1	47,0
10 à 15 Mbps	8,7	10,8	22,4	22,8	16,5
16 Mbps et plus	0,2	0,3	1,0	2,7	12,3
16 à 49 Mbps	-	-	-	2,4	11,8
50 Mbps et plus	-	-	-	0,3	0,6
Total, échantillonnage	268,9	306,4	320,7	350,0	375,7
Débit en aval	Abonnements (%)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	10,0	4,3	1,1	0,3	0,4
Large bande de 300 à 1400 kbps	15,3	19,8	12,2	5,8	4,3
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	15,3	17,0	24,5	24,2	24,6
5 à 9 Mbps	52,5	50,1	42,6	45,3	45,6
10 à 15 Mbps	6,8	8,6	19,0	22,4	15,6
16 Mbps et plus	0,1	0,2	0,6	2,0	9,5
16 à 49 Mbps	-	-	-	1,8	9,2
50 Mbps et plus	-	-	-	0,2	0,3
Total, échantillonnage	7 576,6	8 184,4	8 516,8	8 983,1	9 440,3
Débit en aval	Revenus moyens par abonné				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	24,37 \$	24,86 \$	19,55 \$	25,18 \$	33,86 \$
Large bande de 300 à 1400 kbps	28,29 \$	28,57 \$	26,84 \$	28,87 \$	33,03 \$
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	32,53 \$	38,22 \$	32,46 \$	33,57 \$	32,87 \$
5 à 9 Mbps	39,26 \$	40,00 \$	41,14 \$	42,23 \$	40,97 \$
10 à 15 Mbps	45,23 \$	47,06 \$	44,43 \$	39,67 \$	42,11 \$
16 Mbps et plus	51,17 \$	63,06 \$	65,08 \$	53,71 \$	51,63 \$
16 à 49 Mbps	-	-	-	51,66 \$	50,76 \$
50 Mbps et plus	-	-	-	75,80 \$	78,06 \$
Total, échantillonnage	35,50 \$	37,44 \$	37,80 \$	38,96 \$	39,80 \$

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

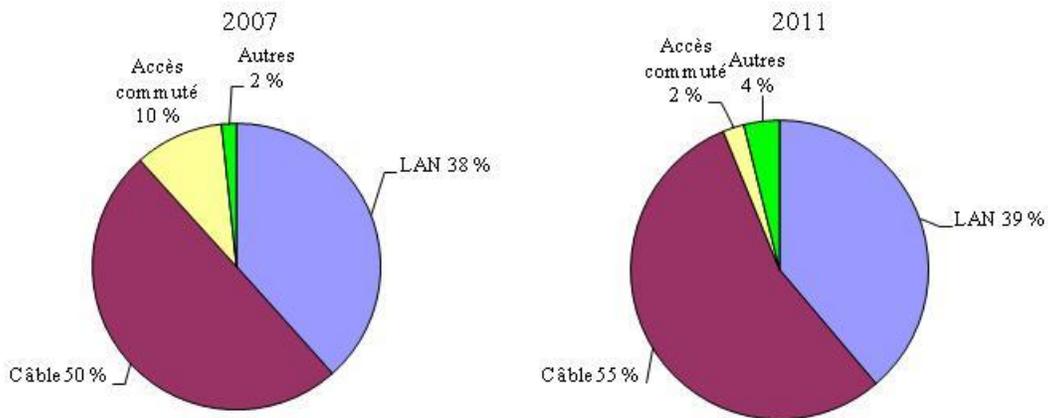
	2007	2008	2009	2010	2011
Débit en aval	Vitesse de téléversement, moyenne pondérée (kbps)				
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	118	131	152	209	178
Large bande de 300 à 1400 kbps	294	286	267	352	314
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	537	809	656	584	666
5 à 9 Mbps	677	744	723	870	855
10 à 15 Mbps	815	862	751	797	876
16 Mbps et plus	1 000	1 120	1 085	1 735	2 693
16 à 49 Mbps	-	-	-	1,661	2 662
50 Mbps et plus	-	-	-	2,529	3 667
Total, échantillonnage	552	649	652	769	961
Vitesse de téléchargement, moyenne pondérée	4 227	4 928	5 945	7 060	8 238
Débit en aval	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
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	-	43,25	32,20	22,13	69,06
5 à 9 Mbps	-	54,18	42,80	45,27	80,81
10 à 15 Mbps	-	80,81	69,53	74,28	74,22
16 Mbps et plus	-	101,91	104,14	112,94	179,58
16 à 49 Mbps	-	-	-	108,25	176,98
50 Mbps et plus	-	-	-	163,22	236,54
Total, échantillonnage	-	42,34	40,32	45,04	81,11

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

• Les données de 2008, 2009, 2010 et 2011 n'incluent pas les revenus de location de terminal.

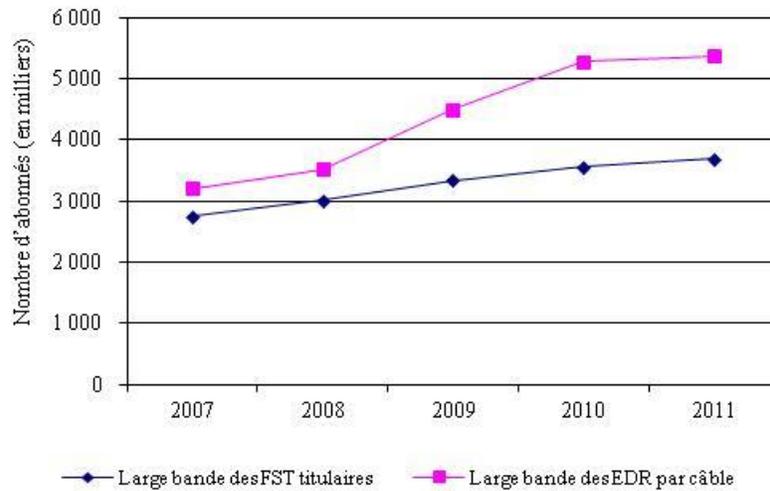
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.4 Technologies utilisées pour l'accès Internet de résidence (2007 c. 2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.5 Abonnements à la large bande (plus de 1,5 Mbps)

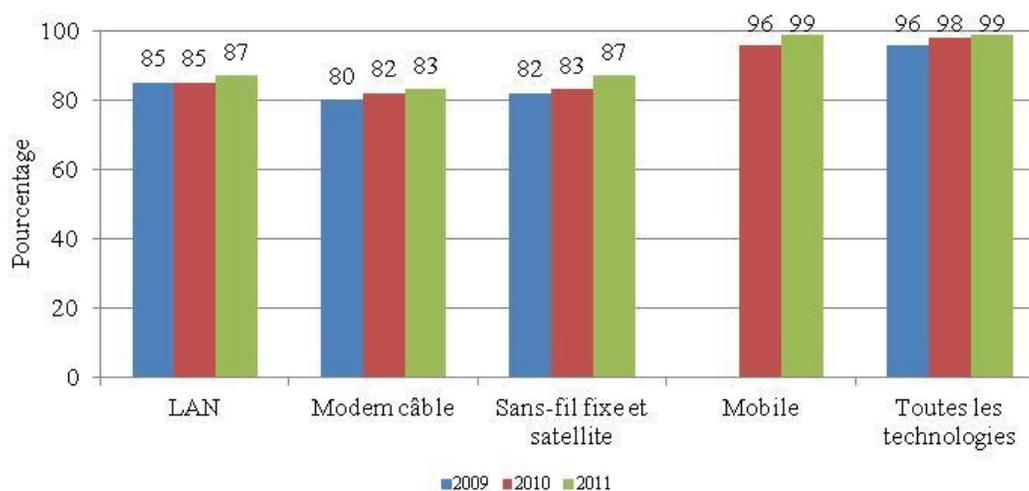


Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Disponibilité de la large bande
Tableau 5.3.4 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

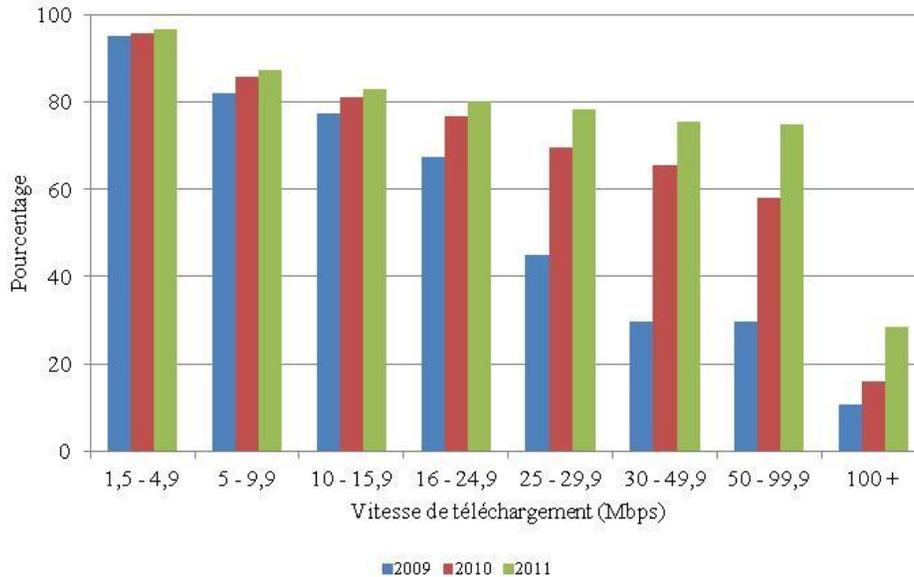
Plateforme	Disponibilité (% des foyers)				
	2007	2008	2009	2010	2011
Service mobile sur large bande					
3G / équivalent 3G	78	91	96	98	99
HSPA+	n.d.	n.d.	n.d.	97	99
LTE	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	45
Service terrestre sur large bande					
LAN	n.d.	84	85	85	88
Modem câble	n.d.	80	80	82	83
Sans-fil fixe	n.d.	80	81	82	86
IPTV ¹	10	10	21	22	34
Satellite numérique	nationale	nationale	nationale	nationale	nationale

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.6 Disponibilité de la large bande (% des foyers)


Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.7 Disponibilité de la large bande, par vitesse (pourcentage des foyers)



• Exclut HSPA +
Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.5 Disponibilité de la large bande, par vitesse et nombre de plateformes (2011)

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 %	13 %	27 %	30 %	33 %	60 %	75 %
2	9 %	74 %	56 %	51 %	45 %	16 %	0 %	0 %
3	16 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
4	72 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

• Les plateformes comprennent : LAN, modem câble, sans fil fixe et mobile (HSPA+).
Source : Données recueillies par le CRTC

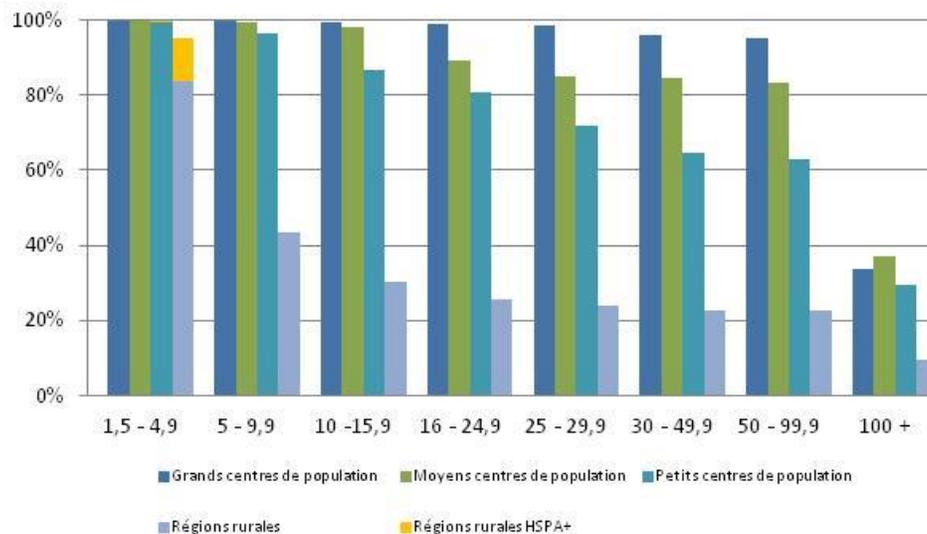
Tableau 5.3.6 Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire, (en 2011, en pourcentage des foyers)

Province	1,5 – 4,9 Mbps	5 – 9,9 Mbps	10 – 15,9 Mbps	16 – 24,9 Mbps	25-100 Mbps
Colombie-Britannique	99	91	89	88	86
Alberta	100	87	84	84	82
Saskatchewan	99	75	63	57	57
Manitoba	99	83	66	66	66
Ontario	100	90	87	83	79
Québec	99	87	83	82	81
Nouveau-Brunswick	100	83	80	79	79
Nouvelle-Écosse	100	80	73	61	60
Île-du-Prince-Édouard	100	71	55	45	45
Terre-Neuve-et-Labrador	98	78	67	66	66
Yukon	100	90	61	61	60
Nunavut	29	0	0	0	0
Territoires du Nord-Ouest	87	83	47	47	47

- Les données sur HSPA + ne sont incluses que dans la tranche de 1,5 à 4,9 Mbps.
- 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.

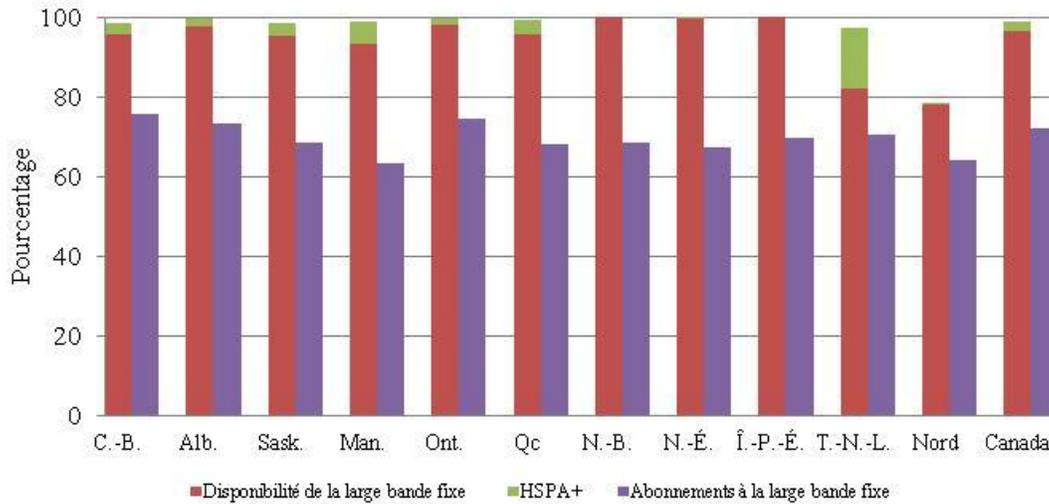
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.8 Disponibilité de la large bande – régions urbaines c. rurales (en pourcentage des foyers) (2011)



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.9 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande (2011)



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.7 Nombre de foyers qui peuvent avoir accès à la large bande (en milliers)

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

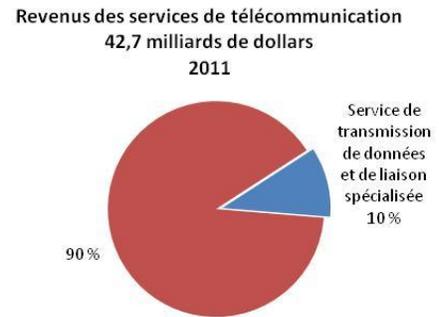
• Exclut HSPA +

Source : Données recueillies par le CRTC

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

Survol

En 2011, environ 150 entreprises offraient des services de transmission de données et de liaison spécialisée; environ 25 % de ces entreprises étaient des FST, et 75 % regroupaient les autres FST comme des EDR par câble, des compagnies de télécommunication de services publics et des revendeurs.



Aperçu du secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée

	2010	2011	Croissance (%)
Revenus (en milliards \$)	4,3	4,5	3,5 %
Transmission de données	2,8	3,0	7,2 %
Liaison spécialisée	1,5	1,5	-3,1 %
Pourcentage des revenus totaux des services de liaison spécialisée	35,6 %	33,3 %	
Nouveaux protocoles de transmission de données			
Revenus (en milliards \$)	1,8	2,1	12,4 %
Pourcentage des revenus totaux des services de protocoles de transmission de données	89,5 %	93,5 %	
Part du marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée			
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	69 %	69 %	
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	65 %	67 %	
Nombre de routes de liaisons spécialisées faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	4 823	5 108	5,9 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Informations statistiques – Secteur du marché de la transmission de données et de liaison spécialisée

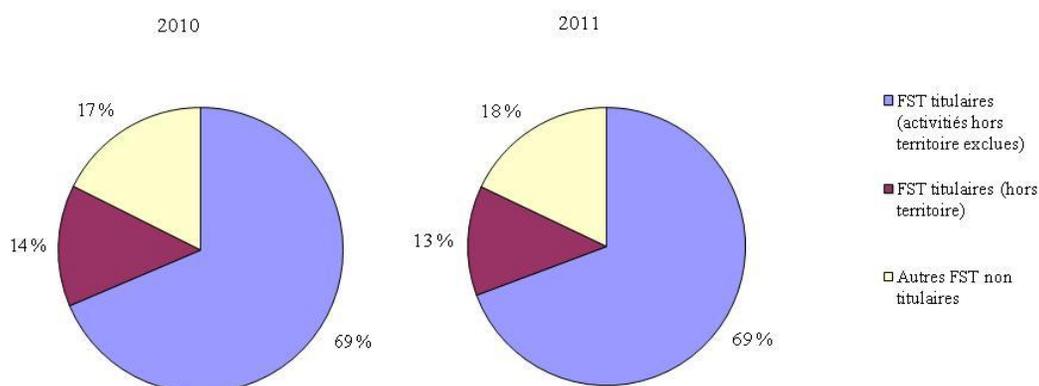
Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée (en millions de \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Transmission de données						
Protocoles de données	1 769	1 890	2 020	2 055	2 209	5,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	10,3 %	6,9 %	6,8 %	1,8 %	7,5 %	
Autres	704	723	658	723	770	2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,5 %	2,8 %	-9,0 %	9,8 %	6,6 %	
Total de transmission de données et autres revenus						
Total de transmission de données et autres revenus	2 472	2 614	2 678	2 778	2 979	4,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	7,3 %	5,7 %	2,5 %	3,7 %	7,2 %	
Liaison spécialisée	1 680	1 722	1 636	1 536	1 488	-3,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,9 %	2,5 %	-5,0 %	-6,1 %	-3,1 %	
Total des services de transmission de données et de liaison spécialisée	4 153	4 336	4 313	4 314	4 467	1,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,6 %	4,4 %	-0,5 %	0,0 %	3,5 %	

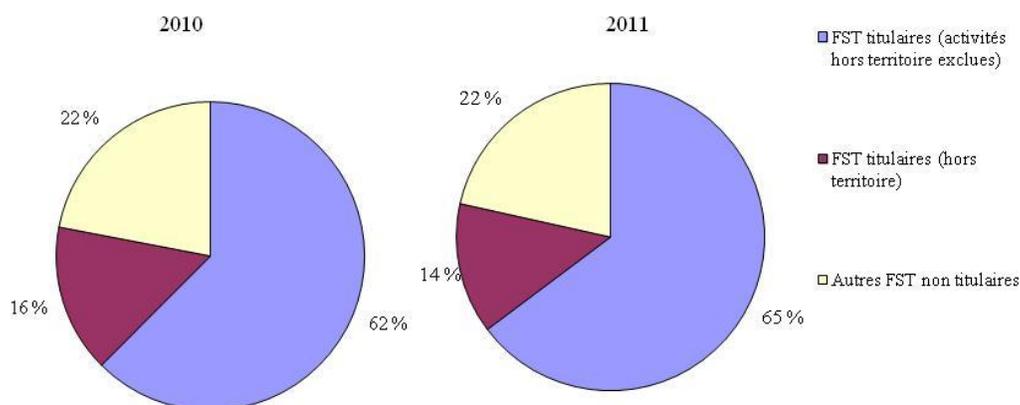
- Les services de transmission de données sont classés en trois catégories : (1) les protocoles traditionnels tels le X.25, ATM et le relais de trames; (2) les protocoles plus récents comme Ethernet et le RVP-IP et d'autres protocoles, incluant les services gérés dans les cas où des services précis ne 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

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


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 de \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Nouveaux protocoles						
Services de détail						
Ethernet	488,5	520,7	482,3	451,4	478,6	-0,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	4,0 %	6,6 %	-7,4 %	-6,4 %	6,0 %	
RPV-IP	535,2	710,1	870,8	995,9	1 124,4	20,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	47,5 %	32,7 %	22,6 %	14,4 %	12,9 %	
Autres	103,9	77,5	126,4	118,1	125,9	4,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	33,2 %	-25,4 %	63,0 %	-5,9 %	5,7 %	
Total, services de détail	1 127,5	1 308,4	1 479,5	1 566,2	1 728,9	11,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	23,8 %	16,0 %	13,1 %	5,9 %	10,4 %	
Services de gros						
Ethernet	90,0	122,4	173,2	196,8	221,3	25,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	3,9 %	36,0 %	41,5 %	13,7 %	12,4 %	
RPV-IP	11,3	17,4	11,8	41,7	68,8	57,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	2,4 %	54,6 %	-32,3 %	253,5 %	65,0 %	
Autres	62,4	37,5	35,1	35,0	45,4	-7,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	102,3 %	-39,8 %	-6,4 %	0,3 %	29,2 %	
Total, services de gros	163,7	177,4	220,1	273,7	335,4	19,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	27,3 %	8,4 %	24,1 %	24,3 %	22,6 %	
Total, nouveaux protocoles	1 291,2	1 485,7	1 699,7	1 839,8	2 064,4	12,4 %
<i>Croissance annuelle</i>	24,2 %	15,1 %	14,4 %	8,2 %	12,2 %	
Protocoles traditionnels						
Services de détail	415,2	343,8	264,2	173,6	103,6	-29,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	-18,4 %	-17,2 %	-23,2 %	-34,3 %	-40,3 %	
Services de gros	62,4	60,7	55,7	41,5	40,6	-10,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	11,8 %	-2,6 %	-8,3 %	-25,4 %	-2,2 %	
Total, protocoles traditionnels	477,5	404,6	319,9	215,2	144,2	-25,9 %
<i>Croissance annuelle</i>	-15,5 %	-15,3 %	-20,9 %	-32,7 %	-33,0 %	
Total des services de protocoles de transmission de données	1 768,7	1 890,3	2 019,5	2 055,2	2 208,6	5,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	10,3 %	6,9 %	6,8 %	1,8 %	7,5 %	

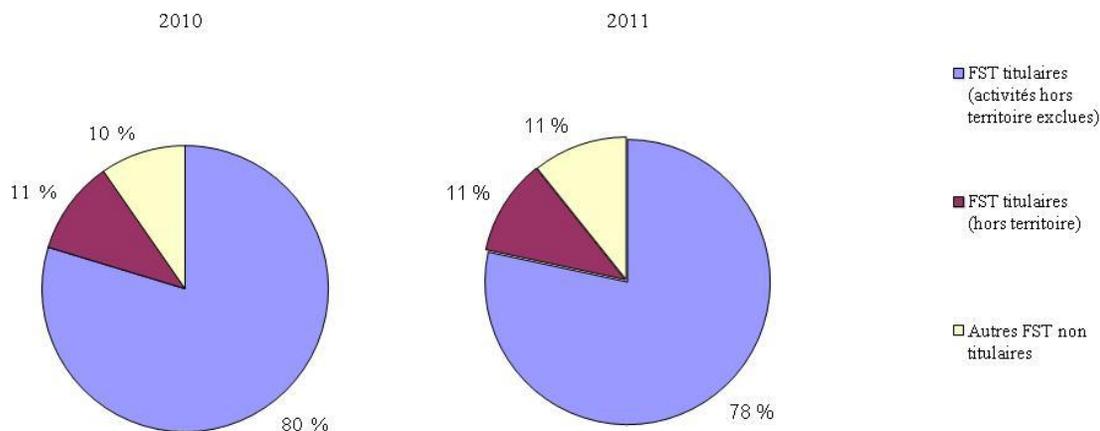
Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010 ¹	2011
Nouveaux protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	53 #	53 #	55 #	59	60
FST titulaires (activités hors territoire)	25 #	19 #	19 #	17	13
Autres FST non titulaires	22 #	28 #	26 #	24	27
Protocoles de données traditionnels					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	57	60	59	62	68
FST titulaires (activités hors territoire)	16	13	12	7	6
Autres FST non titulaires	26	26	29	31	26
Total des services de protocoles de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	54 #	55 #	56 #	59	61
FST titulaires (activités hors territoire)	23 #	17 #	17 #	16	13
Autres FST non titulaires	23 #	28 #	27 #	25	26

1. À la suite de changement dans les rapports d'entreprise, les résultats des FST titulaires (activités hors territoire) ne sont pas conformes à ceux 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

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


Source : Données recueillies par le CRTC

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

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Liaison spécialisée						
De détail	1 006	894	843	807	751	-7,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	-5,6 %	-11,2 %	-5,7 %	-4,2 %	-7,0 %	
De gros	674	828	793	729	737	2,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	12,6 %	22,9 %	-4,3 %	-8,0 %	1,1 %	
Total, liaison spécialisée	1 680	1 722	1 636	1,536	1 488	-3,0 %
<i>Croissance annuelle</i>	0,9 %	2,5 %	-5,0 %	-6,1 %	-3,1 %	

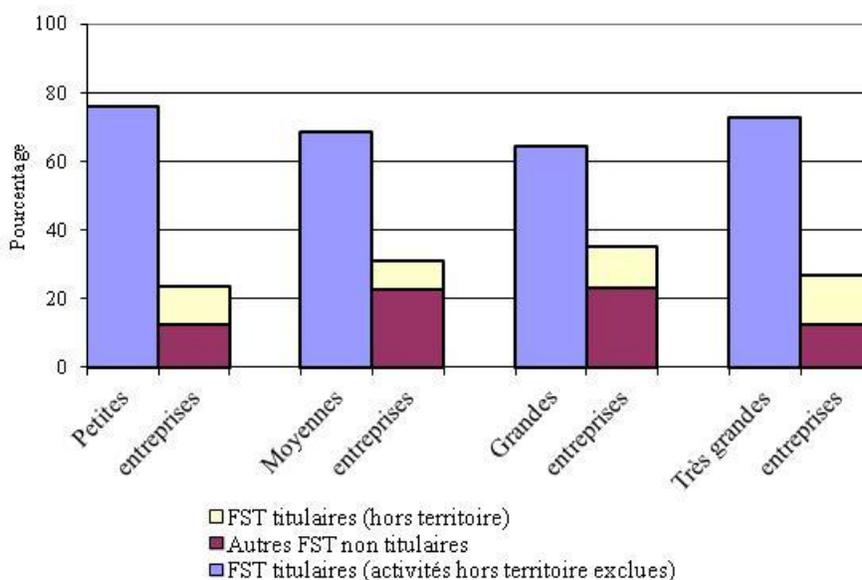
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.4.5 Services de liaison spécialisée - Part du revenu des marchés (%)

	2007	2008	2009	2010 ¹	2011
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	73	74	76	80	78
FST titulaires (activités hors territoire)	17	16	14	10	11
Autres FST non titulaires	10	10	10	10	11

1. À la suite de changements dans les rapports d'entreprise, les résultats de 2010 des FST titulaires (activités hors territoire) pourraient ne pas être compatibles avec les années précédentes.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.4.4 Répartition des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée, selon la taille de l'entreprise cliente et le type de fournisseur (2011)


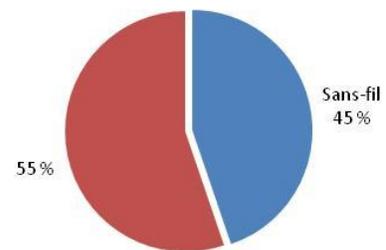
Source : Données recueillies par le CRTC

5.5 Secteur du marché des services sans fil

Survol

Le réseau des services sans fil couvre environ 20 % du territoire canadien et est accessible 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 45 % des Canadiens. Les revenus du marché des services sans fil représentent 45 % du revenu total des télécommunications, soit la part la plus importante de cette industrie.

Revenus des services de télécommunication
42,7 milliards de dollars
2011



Le marché des services sans fil se compose de trois principaux fournisseurs de services sans fil (FSSF) dotés d'installations, d'un certain nombre de plus petits FSSF régionaux dotés d'installations et d'un petit nombre d'exploitants de réseaux mobiles virtuels (ERMV). À la fin du premier trimestre de 2012, trois entreprises de télécommunication avaient mis en place un réseau ELT au Canada, surtout dans les centres urbains.

Un certain nombre de nouveaux FSSF dotés d'installations sont récemment arrivés sur le marché du sans-fil. Les services mobiles que fournissent ces nouveaux FSSF dotés d'installations sont accessibles à 55 % des Canadiens.

Aperçu du secteur des services sans fil

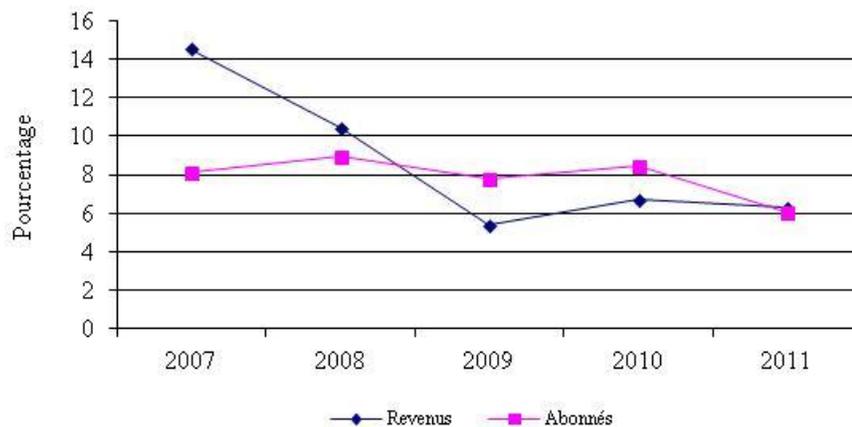
	2010	2011	% croissance
Revenus (en milliards \$)	18,0	19,1	6,3
Nombre d'abonnés (en millions)	25,8	27,4	6,0
Revenus moyens (excluant les services de téléappel) par			
utilisateur par mois (RMPU)	57,86 \$	57,98 \$	0,2 %
minute (RMPM)	0,10 \$	0,10 \$	0,0 %
Dépenses en capital du sans-fil/dépenses en capital totales de télécommunication	22 %	24 %	
Dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU)	6 \$	7 \$	20,4
Accessibilité (population)			
Sans-fil	99 %	99 %	
Accessibilité du 3G	98 %	99 %	
HSPA+	97 %	99 %	
Pénétration (dans les foyers)			
Sans-fil	78,2 %	n.d.	
Sans-fil seulement	10,2 %	n.d.	

Sources : Données recueillies par le CRTC et Statistique Canada

Informations statistiques – Services sans fil
Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel, et nombre d'abonnés

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Revenus (millions \$)						
Sans-fil	14 430,0	15 940,3	16 804,0	17 931,2	19 056,3	7,2 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,5 %	10,5 %	5,4 %	6,7 %	6,3 %	
Téléappel	92,8	96,1	89,2	71,9	67,1	-7,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,4 %	3,5 %	-7,2 %	-19,5 %	-6,6 %	
Revenus - Total	14 522,8	16 036,4	16 893,2	18 003,0	19 123,4	7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,4 %	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	
Abonnés (milliers)						
Sans-fil	20 277,4	22 092,5	23 811,9	25 825,4	27 387,2	7,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	8,2 %	9,0 %	7,8 %	8,5 %	6,0 %	
Téléappel	390,4	319,3	253,6	241,3 #	219,0	-13,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	-22,6 %	-18,2 %	-20,6 %	-4,8 % #	-9,3 %	
RMPU (\$/mois)						
Sans-fil	59,3	60,1	58,8	57,9	58,0	
<i>Croissance annuelle</i>	5,9 %	1,3 %	-2,2 %	-1,5 %	0,2 %	

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 \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Téléphonique de base	10 117,0	10 481,9	10 323,5	10 343,7	9 855,5	-0,7 %
<i>Croissance annuelle</i>	11,1 %	3,6 %	-1,5 %	0,2 %	-4,7 %	
Interurbain	1 075,7	1 224,0	1 204,9	1 276,5	1 289,5	4,6 %
<i>Croissance annuelle</i>	17,1 %	13,8 %	-1,6 %	5,9 %	1,0 %	
Téléappel	92,8	96,1	89,2	71,9	67,1	-7,8 %
<i>Croissance annuelle</i>	-3,4 %	3,5 %	-7,2 %	-19,5 %	-6,6 %	
Terminal	699,5	803,0	1 106,3	1 171,8	1 419,3	19,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,4 %	14,8 %	37,8 %	5,9 %	21,1 %	
Données et autres						
Données	n.d.	n.d.	n.d.	3 885,7	5 066,4	n.d.
Itinérance						
Voix	n.d.	n.d.	n.d.	776,1	830,9	n.d.
Données	n.d.	n.d.	n.d.	390,6	525,3	n.d.
Total, itinérance	n.d.	n.d.	n.d.	1 166,7	1 356,2	n.d.
Autres	n.d.	n.d.	n.d.	86,9	69,3	n.d.
Total, données et autres	2 537,7	3 431,4	4 169,2	5 139,3	6 491,9	26,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	29,5 %	35,2 %	21,5 %	23,3 %	26,3 %	
Total	14 522,8	16 036,4	16 893,2	18 003,0	19 123,4	7,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	14,4 %	10,4 %	5,3 %	6,6 %	6,2 %	

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 \$)

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007-2011
Services prépayés	934,6	912,9	846,4	851,5	777,2	-4,5 %
<i>Croissance annuelle</i>	26,5 %	-2,3 %	-7,3 %	0,6 %	-8,7 %	
Services postpayés	10 211,0	10 745,7	10 610,6	10 768,7	10 317,1	0,3 %
<i>Croissance annuelle</i>	10,6 %	5,2 %	-1,3 %	1,5 %	-4,2 %	
Total	11 145,9	11 658,6	11 456,9	11 620,2	11 094,3	-0,1 %
<i>Croissance annuelle</i>	11,7 %	4,6 %	-1,7 %	1,4 %	-4,5 %	

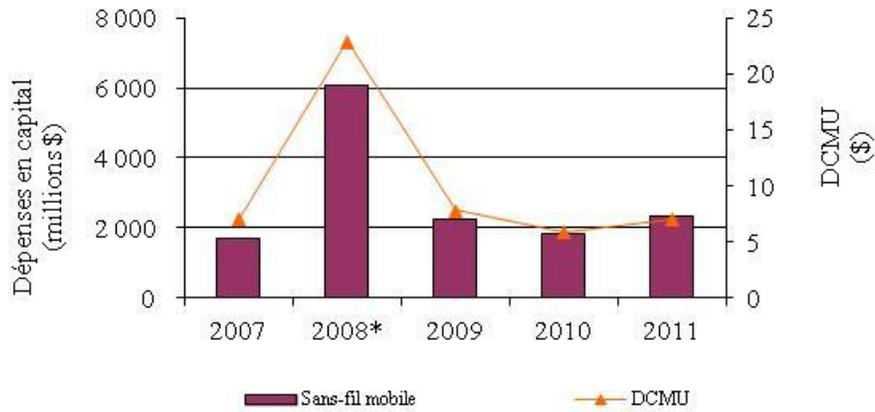
Source : Données recueillies par le CRTC

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
Services postpayés	78	79	79	78

Source : Données recueillies par le CRTC

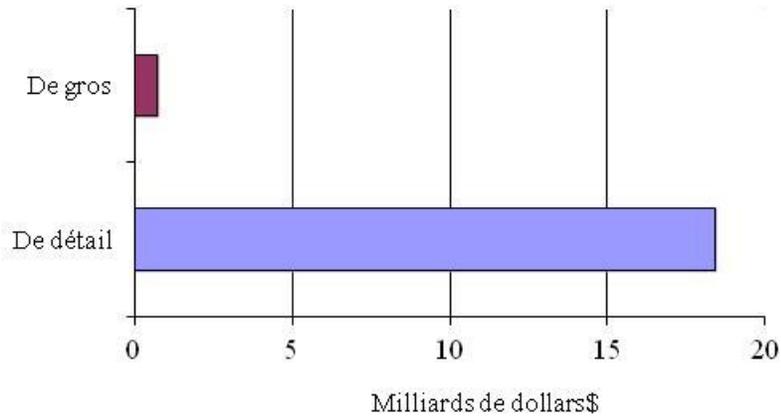
Graphique 5.5.2 Dépenses en capital et dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU)



*Les dépenses en capital pour 2008 incluent 4,6 milliards de dollars additionnels provenant de la vente aux enchères des SSFE.

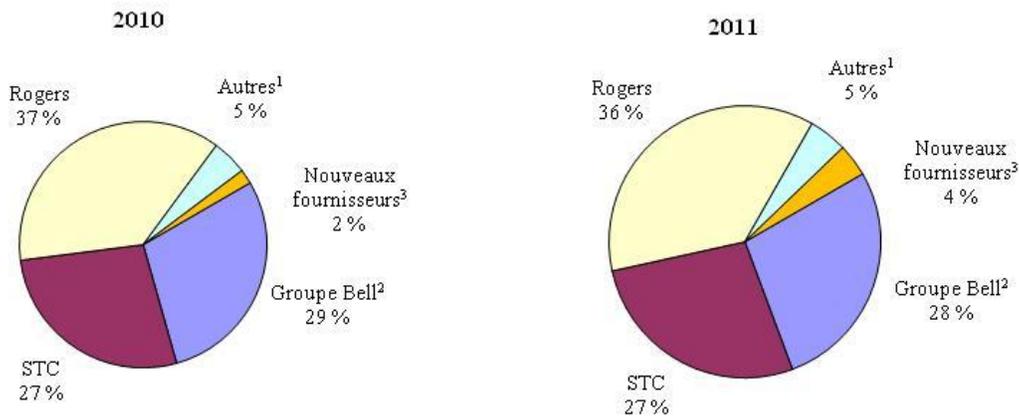
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.3 Partage des revenus entre les services de détail et de gros (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

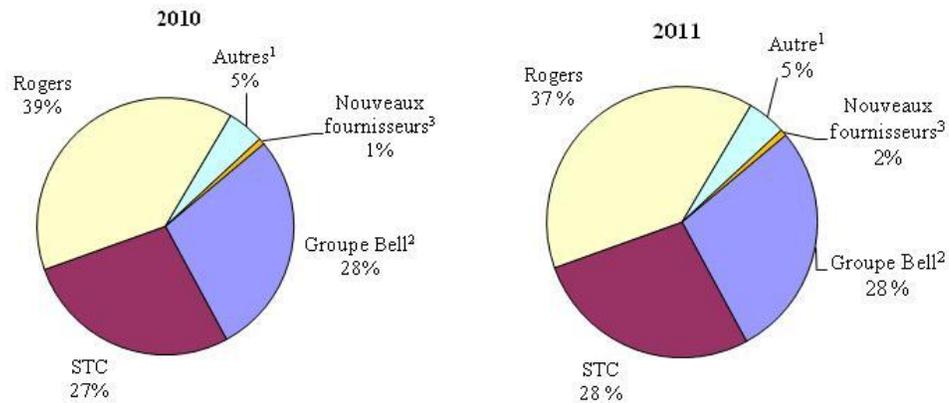
Graphique 5.5.4 Part de marché des FST de services sans fil exprimée en abonnés



1. groupe « Autres » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF.
2. Groupe Bell : 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

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



1. Le groupe « Autres » comprend MTS Allstream, SaskTel et des petits FSSF.
2. Groupe Bell : 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 services sans fil exprimée en abonnés, par province (2011)

Province	Groupe Bell ²	STC	Rogers	Nouveaux fournisseurs ³	Autres ¹
Colombie-Britannique	17 %	39 %	42 %	2 %	0 %
Alberta	22 %	49 %	26 %	2 %	0 %
Saskatchewan	8 %	8 %	13 %	0 %	72 %
Manitoba	6 %	9 %	32 %	0 %	53 %
Ontario	28 %	19 %	47 %	5 %	1 %
Québec	34 %	28 %	31 %	7 %	0 %
Nouveau-Brunswick	59 %	20 %	21 %	0 %	0 %
Île-du-Prince-Édouard	63 %	20 %	18 %	0 %	0 %
Nouvelle-Écosse	53 %	28 %	19 %	0 %	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	73 %	24 %	2 %	0 %	0 %
Nord ⁴	84 %	0 %	0 %	0 %	16 %

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

2. Groupe Bell : 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 Revenu moyen par utilisateur (RMPU) par province (à l'exclusion des services de téléappel)

Province	2007	2008	2009	2010	2011
Colombie-Britannique	59,10 \$	63,53 \$	60,88 \$	60,45 \$	62,78 \$
Alberta	73,81 \$	75,26 \$	70,28 \$	69,58 \$	74,96 \$
Saskatchewan	55,11 \$	57,66 \$	58,11 \$	62,93 \$	57,14 \$
Manitoba	54,46 \$	57,05 \$	52,88 \$	54,51 \$	55,73 \$
Ontario	59,63 \$	60,61 \$	62,75 \$	58,72 \$	56,76 \$
Québec	50,21 \$	50,45 \$	52,15 \$	49,98 \$	50,36 \$
Nouveau-Brunswick	52,87 \$	50,00 \$	51,08 \$	52,03 \$	54,19 \$
Île-du-Prince-Édouard	63,58 \$	64,89 \$	56,18 \$	48,43 \$	52,33 \$
Nouvelle-Écosse	54,59 \$	52,57 \$	52,70 \$	54,72 \$	56,34 \$
Terre-Neuve-et-Labrador	50,29 \$	47,43 \$	48,22 \$	50,45 \$	55,40 \$

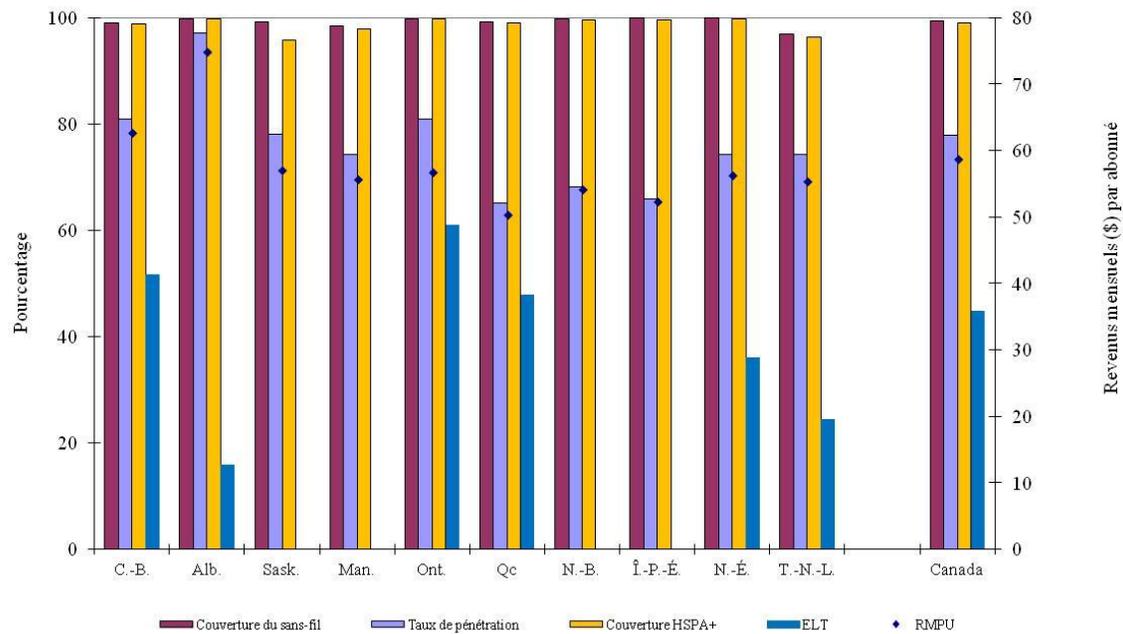
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.7 Taux de roulement mensuel moyen (%)

	2007	2008	2009	2010	2011
Bell Mobilité	1,7	1,6	1,6	1,9	2,0
Rogers	1,6	1,5	1,4	1,5	1,8
STC	1,5	1,6	1,6	1,6	1,7

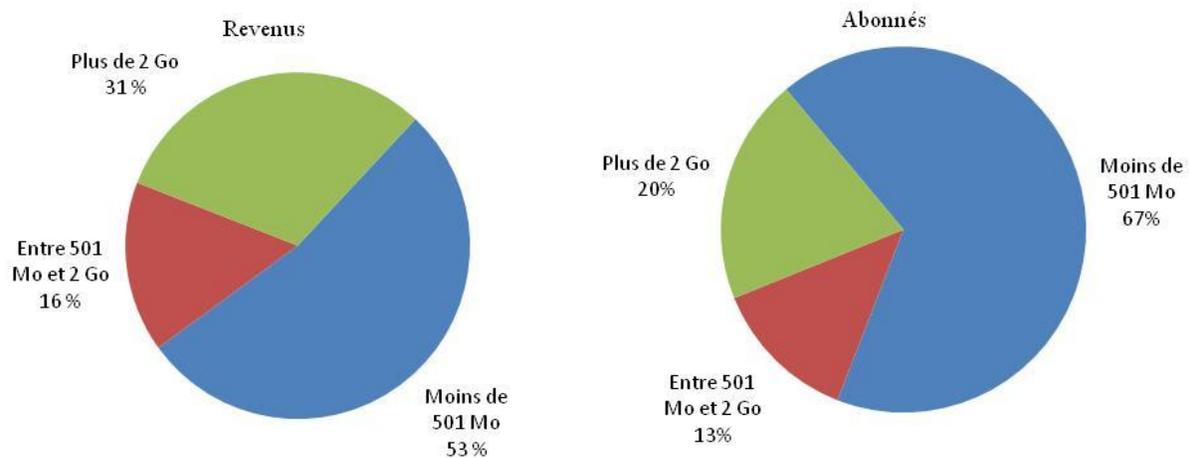
Sources : Rapports annuels des compagnies et données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.6 Couverture de la population et taux de pénétration (2011)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.7 Revenus du forfait de données mobiles, des abonnements et revenus mensuels moyens par abonné et par capacité de forfait (2011)

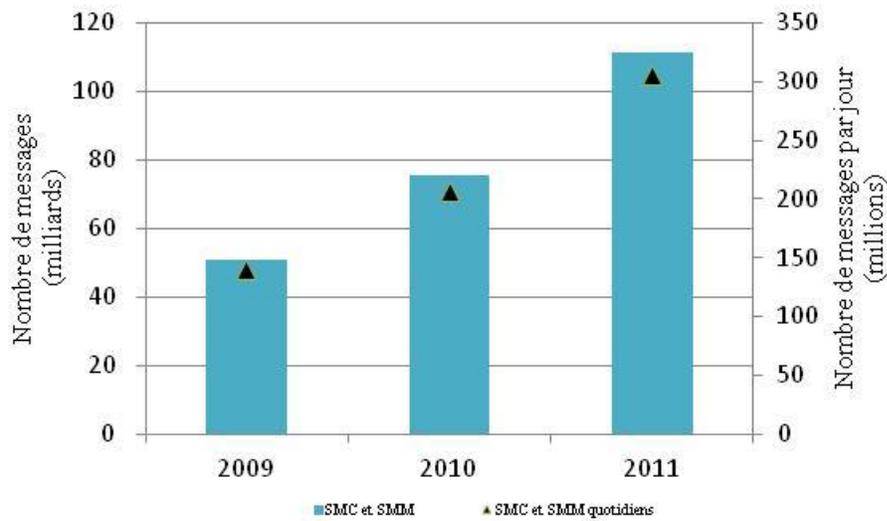


Capacité :	Moins de 501 Mo	Entre 501 Mo et 2 Go	Plus de 2 Go
Revenus moyens par abonné par mois (\$)	39	58	75

• Les 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.

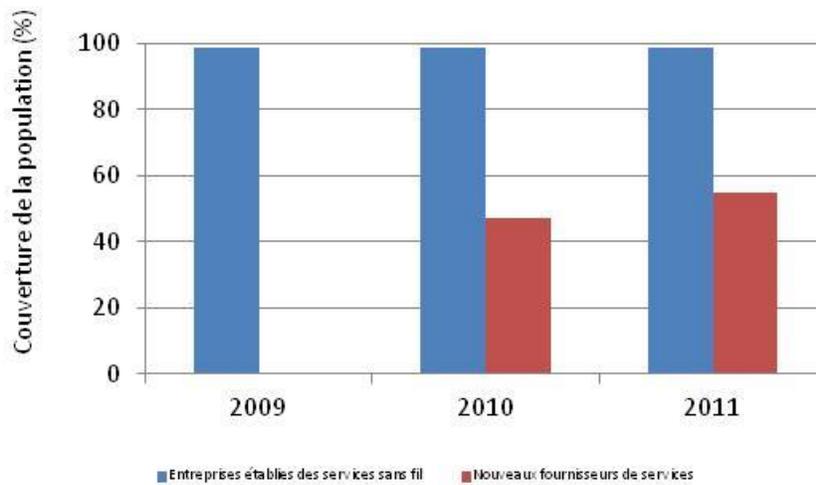
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.8 Nombre total de messages SMM et SMC



- Le nombre de messages SMM et SMC comprend les messages entrants et sortants.
- Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.9 Couverture des entreprises établies c. celle des nouveaux fournisseurs de services

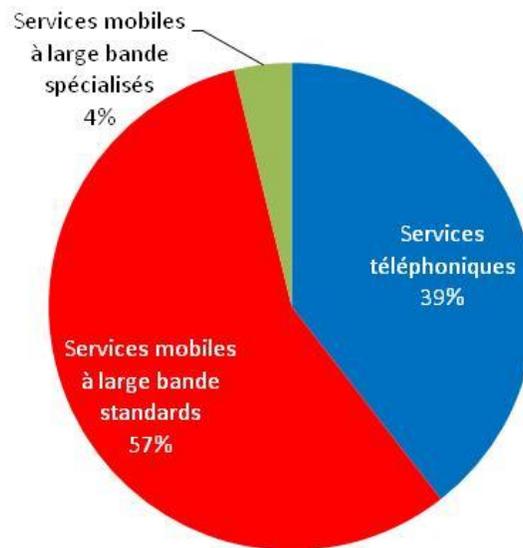


Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.8 Large bande mobile (2011)

	Nombre d'abonnés (millions)	Pourcentage de tous les abonnés
Services mobiles à large bande standards	12,0	44 %
Services mobiles spécialisés	1,2	4 %
Total des services mobiles à large bande	13,2	48 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.10 Pourcentage des revenus des services mobiles, par forfait (2011)


- 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 (réseautage social illimité, courriel illimité, forfaits ordinaires fondés sur des tranches données ou forfaits personnalisés fondés sur des tranches données). 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

Tableau 5.5.9 Tarifs mensuels des services sans fil canadiens des titulaires c. ceux des nouveaux fournisseurs de services (2011)

Ensembles	Vancouver	Toronto	Montréal	Moyenne
Ensemble niveau 1 (utilisation d'un faible volume, 150 minutes par mois)				
Titulaires	34.53	34.38	34.80	34.57
Nouveaux fournisseurs de services	24.43	22.95	28.08	25.15
<i>Différence en pourcentage</i>	-29%	-33%	-19%	-27%
Ensemble niveau 2 (utilisation moyenne, 450 minutes et 200 messages textes par mois)				
Titulaires	51.82	51.48	50.87	51.39
Nouveaux fournisseurs de services	35.55	38.37	44.68	39.53
<i>Différence en pourcentage</i>	-31%	-25%	-12%	-23%
Ensemble niveau 3 (utilisation d'un grand volume, 1 200 minutes, 200 messages textes et 1 Go de données par mois)				
Titulaires	98.82	98.82	99.22	98.95
Nouveaux fournisseurs de services	55.20	56.80	75.45	62.48
<i>Différence en pourcentage</i>	-44%	-43%	-24%	-37%

- Les moyennes pondérées sont calculées en fonction de la part de marché et de la population.

Source : Étude comparative des prix réalisée pour le CRTC en avril 2011 par Wall Communications Inc.; voir l'annexe 4 pour un résumé des hypothèses et de la méthode employées.

Tableau 5.5.10 Tarifs mensuels des services Internet sans fil canadiens des titulaires c. ceux des nouveaux fournisseurs de services (2011)

Ensembles	Vancouver	Toronto	Montréal	Moyenne
Ensemble niveau 1 (2 Gb d'utilisation par mois)				
Titulaires	53,05	53,05	53,5	53,05
Nouveaux fournisseurs de services	34,99	34,99	36,61	35,53
<i>Différence en pourcentage</i>	-34 %	-34 %	-31 %	-33 %
Ensemble niveau 2 (5 Gb d'utilisation par mois)				
Titulaires	66,38	66,38	61,38	64,72
Nouveaux fournisseurs de services	39,99	39,99	46,61	42,19
<i>Différence en pourcentage</i>	-40 %	-40 %	-24 %	-35 %

• Les moyennes pondérées sont calculées en fonction de la part de marché et de la population.

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

Tableau 5.5.11 Couverture, pénétration et RMPU, par province

	Couverture (%)			Taux de pénétration (%)	RMPU (\$/mois)
	Sans-fil	HSPA+	ELT		
Colombie-Britannique	99.0	98.8	51.6	81.0	62.78
Alberta	99.8	99.8	16.0	97.1	74.96
Saskatchewan	99.2	95.7	-	78.0	57.14
Manitoba	98.5	97.8	-	74.2	55.73
Ontario	99.8	99.7	61.0	80.9	56.76
Québec	99.2	99.1	47.9	65.0	50.36
Nouveau-Brunswick	99.8	99.5	-	68.2	54.19
Île-du-Prince-Édouard	100.0	99.6	-	65.9	52.33
Nouvelle-Écosse	99.9	99.7	36.1	74.2	56.34
Terre-Neuve-et-Labrador	96.9	96.3	24.4	74.2	55.40
Nord ⁴	66.4	47.9	36.7	7.6	55.00
Canada	99.3	99.0	44.7	77.8	58.74

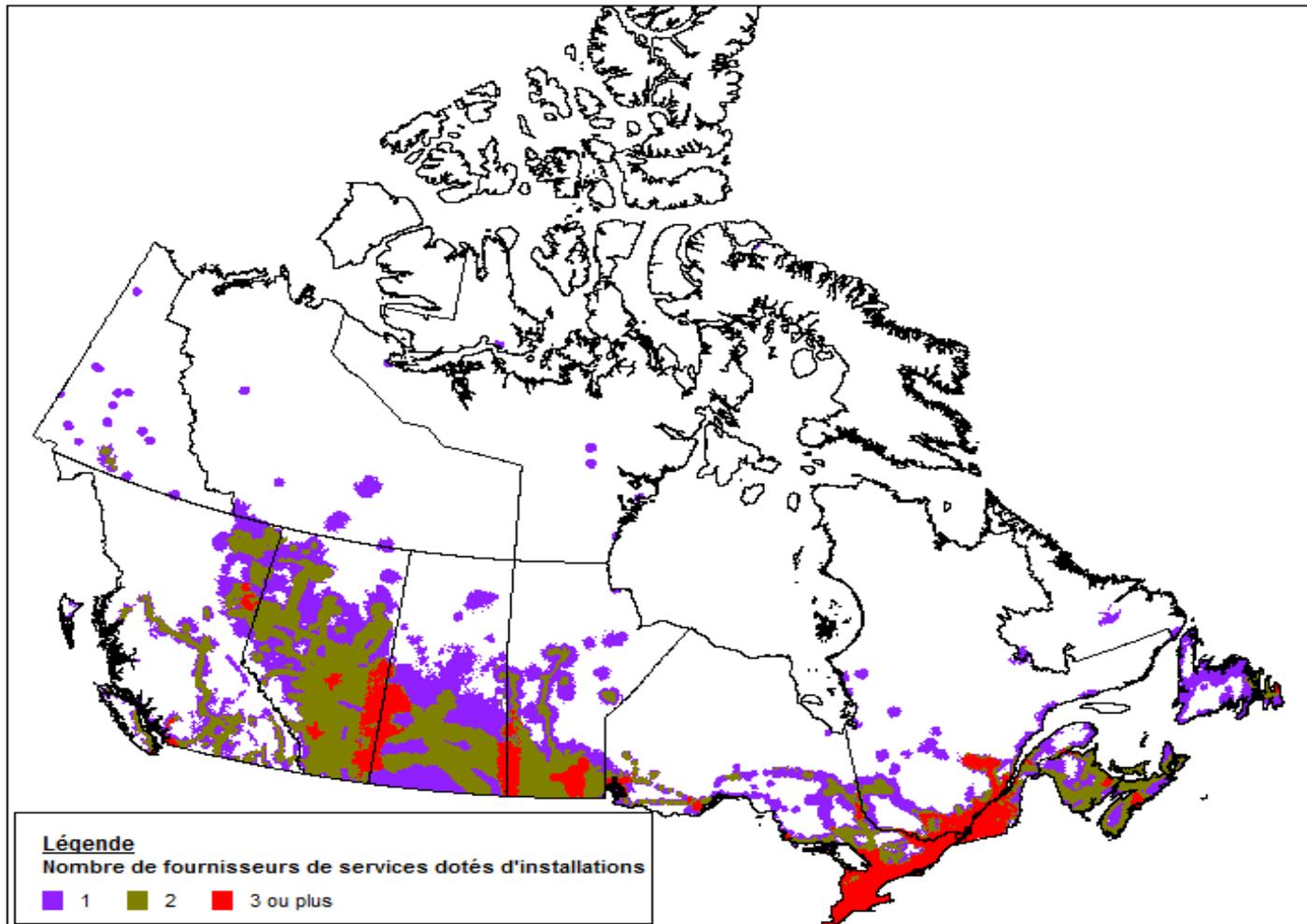
Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.5.12 Pourcentage de la couverture par niveau des concurrents offrant des services sans fil dotés d'installations, par province

	Nombre de fournisseurs de services dotés d'installations		
	1	2	3 ou plus
Colombie-Britannique	44	13	40
Alberta	4	96	0
Saskatchewan	4	53	43
Manitoba	4	73	22
Ontario	4	5	90
Québec	1	4	95
Nouveau-Brunswick	2	23	73
Île-du-Prince-Édouard	16	75	8
Nouvelle-Écosse	1	32	67
Terre-Neuve-et-Labrador	2	32	65
Nord ⁴	59	7	0
Canada	3	18	79

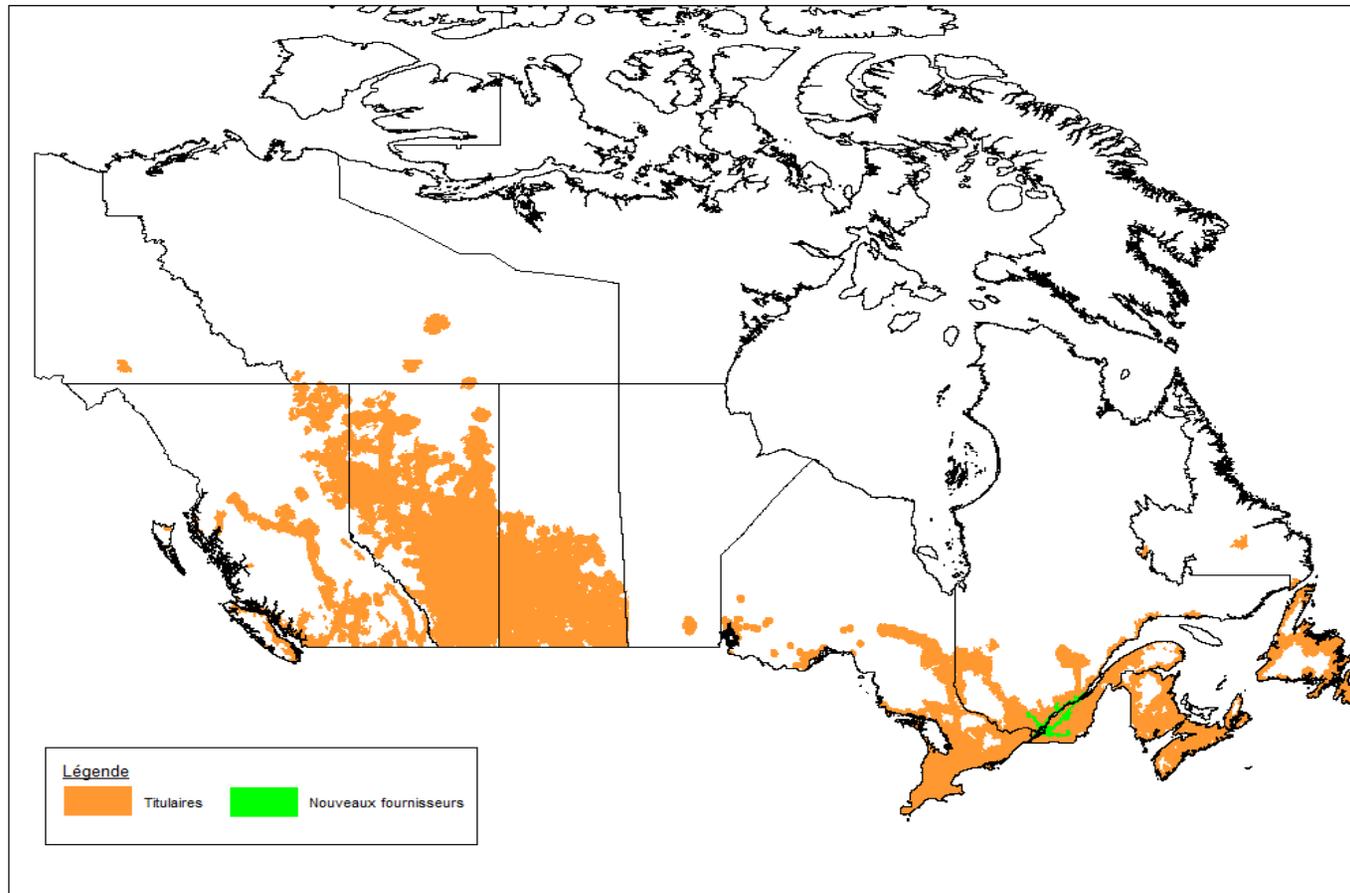
Source : Données recueillies par le CRTC

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



Source : Données recueillies par le CRTC

Carte 5.5.2 Présence de fournisseurs de services sans fil HSPA+ dotés d’installations



Source : Données recueillies par le CRTC

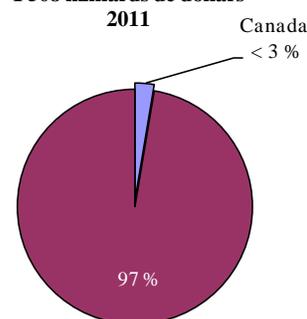
6.0 Perspective internationale

6.1 Le Canada par rapport à d'autres pays

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

En 2011, 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.

Revenus mondiaux des télécommunications
1 508 milliards de dollars



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 6.1.1 compare le prix au Canada et dans cinq autres pays.

Informations statistiques – Comparaison internationale*Tarifification – Services de communication***Tableau 6.1.1 Tarification internationale (prix moyen (\$)¹ par mois)**

	Canada	États-Unis	Royaume-Uni	France	Australie	Japon
Service filaire						
Niveau 1 (usage faible)	33	47	28	32	47	30
Niveau 2 (usage moyen)	52	75	40	53	76	60
Niveau 3 (usage élevé)	61	79	56	65	90	93
Service sans fil						
Niveau 1 (utilisateur faible)	34	34	17	24	22	26
Niveau 2 (utilisateur moyen)	51	73	38	61	35	49
Niveau 3 (utilisateur élevé)	98	142	69	85	52	119
Large bande (technologie fixe)						
Niveau 1 (≤3 Mbps, 5 Go/mois²)	39	57				50
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	1,9 Mbps	2,6 Mbps	s.o.	s.o.	s.o.	1,2 Mbps
➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	0,5 Mbps	0,8 Mbps				0,7 Mbps
Niveau 2 (4-15 Mbps, 20 Go/mois²)	54	79	31	47	60	56
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	10 Mbps	14 Mbps	9 Mbps	12 Mbps	8 Mbps	10 Mbps
➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	2,0 Mbps	3,0 Mbps	0,7 Mbps	0,9 Mbps	0,5 Mbps	1,3 Mbps
Niveau 3 (16-40 Mbps, 50 Go/mois²)	68	97	40	46	62	59
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	28 Mbps	30 Mbps	30 Mbps	23 Mbps	25 Mbps	34 Mbps
➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	6,0 Mbps	9,4 Mbps	6,0 Mbps	0,8 Mbps	1,0 Mbps	1,3 Mbps
Niveau 4 (40+ Mbps, 75 Go/mois²)	94	161	59	62	82	63
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	66 Mbps	50 Mbps	100 Mbps	100 Mbps	100 Mbps	115 Mbps
➤ vitesse moyenne annoncée de téléversement	8,6 Mbps	11,3 Mbps	12,5 Mbps	7,5 Mbps	2,0 Mbps	29,5 Mbps
Internet mobile (technologie ≥3G)						
Niveau 1 (transmission de données 2 Go/mois³)	53	52	27	39	31	55
Niveau 2 (transmission de données 5 Go/mois³)	65	70	39	100	45	57
➤ vitesse moyenne annoncée de téléchargement	64 Mbps	11 Mbps	7 Mbps	29 Mbps	21 Mbps	37 Mbps
Services groupés						
Filaire-Sans fil-Large bande	140	187	95	122	152	158
Filaire-Large bande-TV numérique	128	177	86	68	149	145
Filaire-Sans fil-Large bande-TV numérique	175	241	129	126	186	202

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.

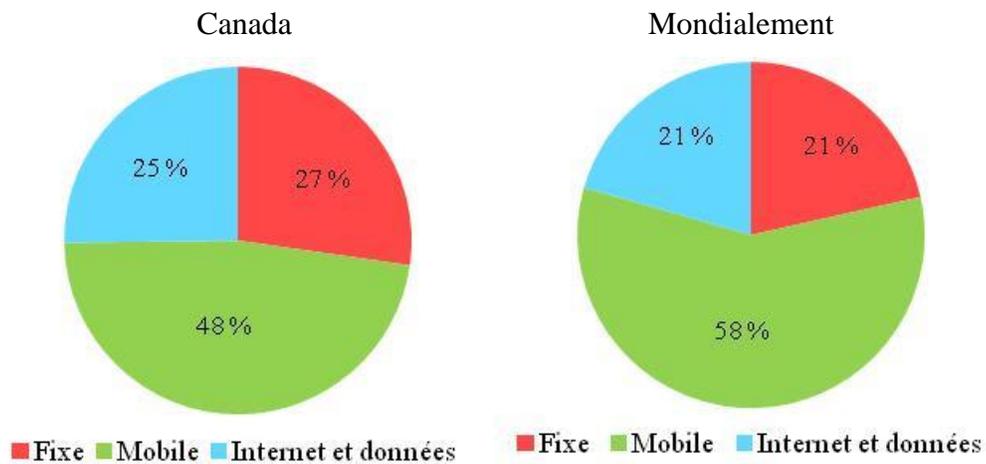
2. En ce qui concerne les limites d'utilisation des données, tous les fournisseurs de services Internet à large bande américains et japonais étudiés offrent des plans d'utilisation illimitée des données. Quant au Royaume-Uni et à la France, pour chacun de ces deux pays un fournisseur parmi ceux étudiés applique des limites d'utilisation des données. Les plans 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 plans 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 plans 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 plans d'utilisation illimitée de données mobiles parmi les plans étudiés.

Source : Étude comparative des prix menée au cours du premier trimestre de 2012 par Wall Communications Inc.; voir le résumé des postulats et des méthodologies à l'annexe 4.

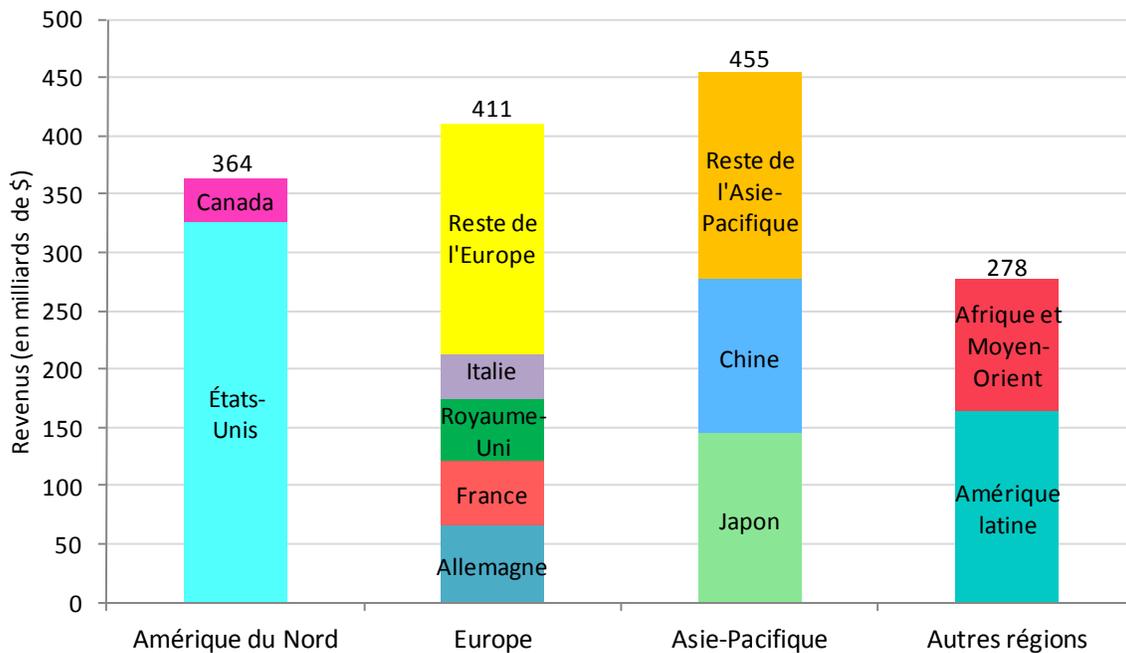
Revenus des services de communication

Graphique 6.1.1 Revenus de télécommunication, par secteur de marché, 2011



Source : IDATE

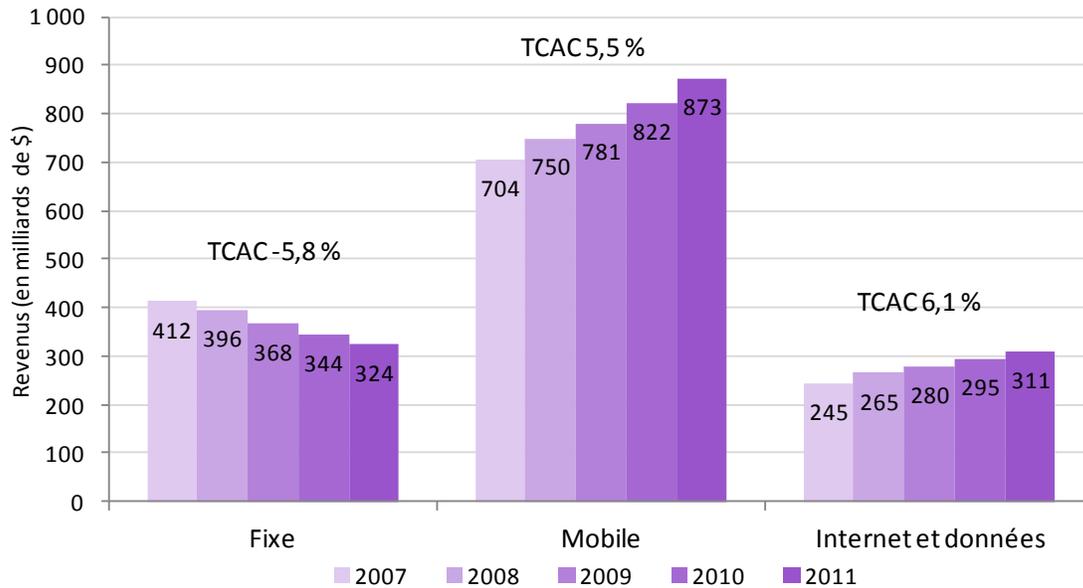
Graphique 6.1.2 Revenus mondiaux de services de télécommunication de détail, par région, 2011



• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI de 2010.

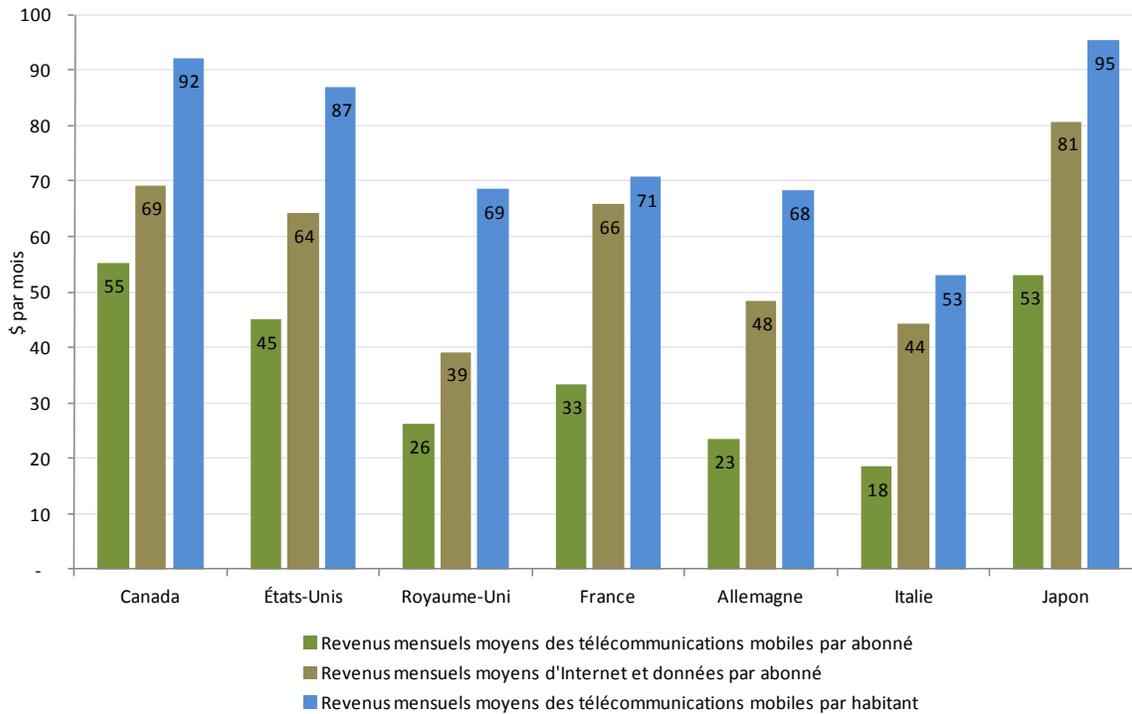
Source : IDATE

Graphique 6.1.3 Revenus mondiaux des services de télécommunication de détail, par secteur de marché, 2007–2011



• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI pour l'année 2010.
Source : IDATE

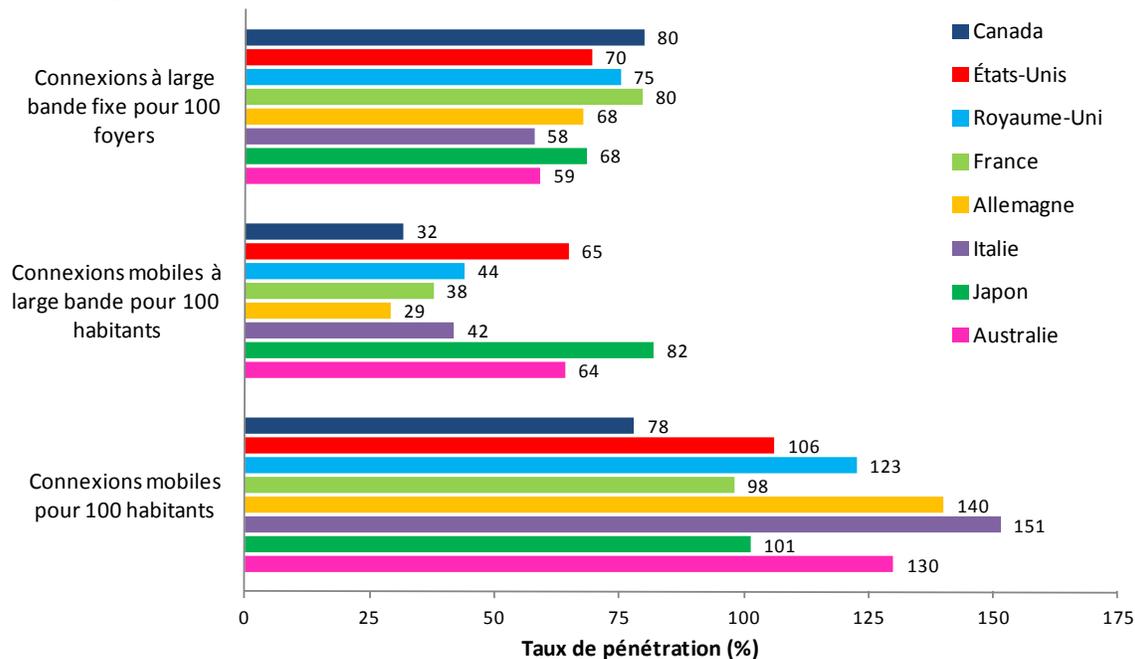
Graphique 6.1.4 Moyenne des revenus mensuels des services de télécommunication de détail, 2011



• Les dollars canadiens ont été convertis selon le taux de change moyen du FMI pour l'année 2010.
Source : IDATE

Télécommunications – Pénétration des services

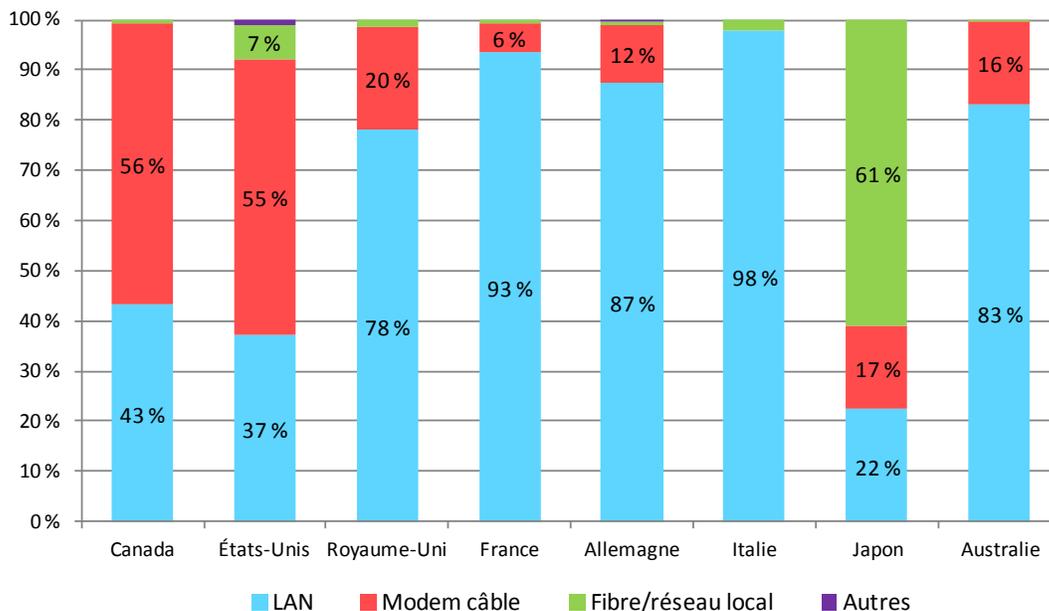
Graphique 6.1.5 Pénétration mondiale, 2011



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

Service à large bande

Graphique 6.1.6 Part du marché des abonnements à large bande fixe, par type de connexion, 2011

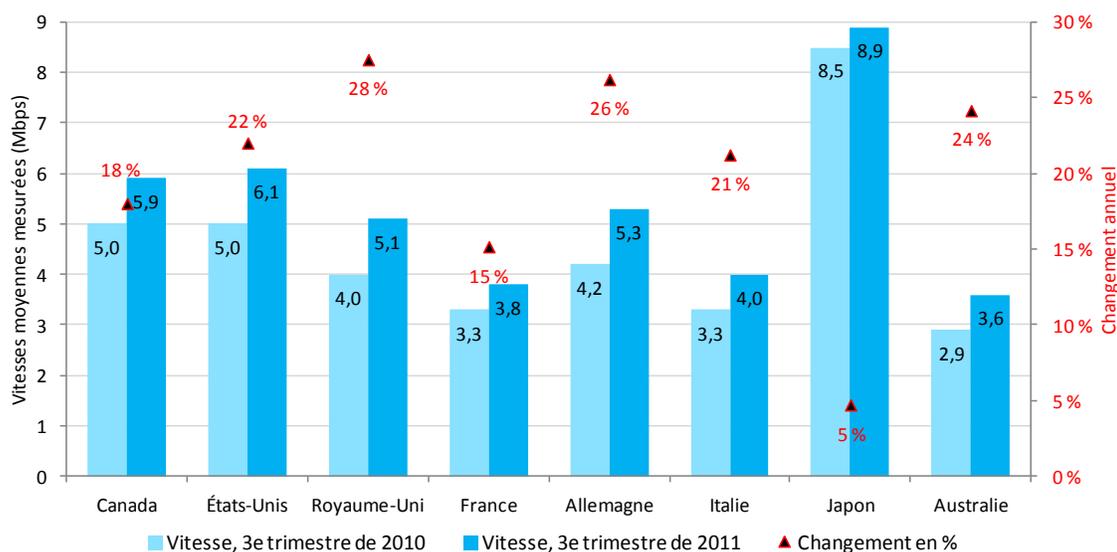


Source : OCDE

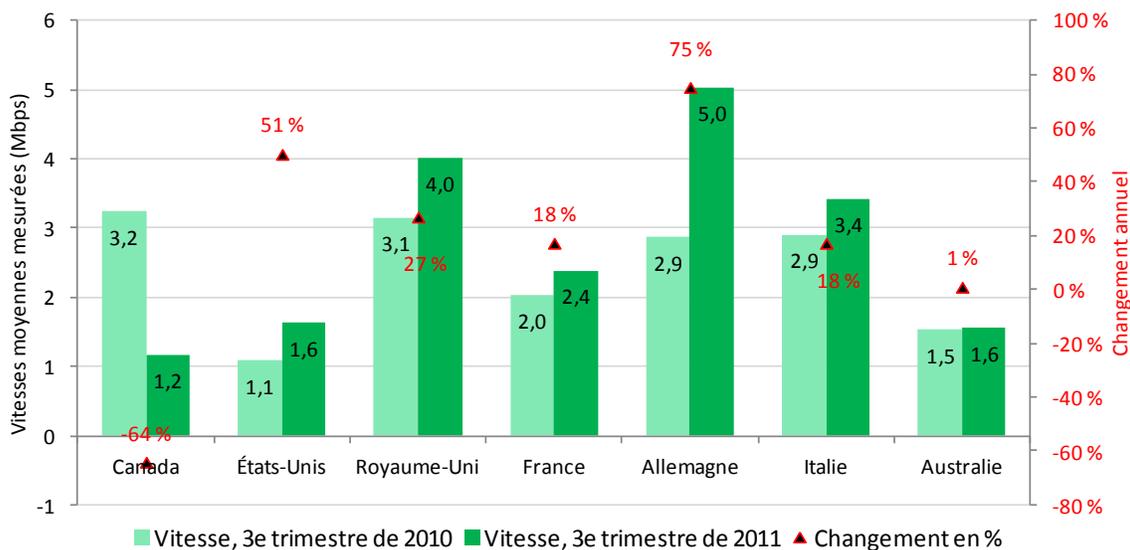
Tableau 6.1.2 Vitesses Internet moyennes annoncées (Mbps) dans les pays de l'OCDE, par type de connexion

	2007	2008	2009	2010	2011	TCAC 2007–2011
LAN						
Téléchargement	9,3	11,5	14,4	14,2	14,8	12 %
Téléversement			3,9	2,5	1,9	-30 %
Modem câble						
Téléchargement	10,8	15,0	25,5	29,7	42,3	41 %
Téléversement			2,3	2,7	2,7	17 %
FTTH						
Téléchargement	77,0	66,0	76,8	93,1	102,1	7 %
Téléversement			51,7	60,0	42,2	-10 %

Source : OCDE

Graphique 6.1.7 Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande fixe, 2010 et 2011


Source : Akamai

Graphique 6.1.8 Vitesses moyennes mesurées des connexions à large bande mobile, 2010 et 2011


Source : Akamai

Tableau 6.1.3 Expéditions mondiales de téléphones mobiles

	2011	Croissance, 2010-2011	Croissance, 2009-2010
Expéditions de combinés de téléphones mobiles (incluant les téléphones intelligents)	1 546 millions	11,1 %	18,5 %
Expéditions de téléphones intelligents	491 millions	61,3 %	74,4 %
Part des ventes des téléphones intelligents par rapport aux ventes totales annuelles de téléphones mobiles	32 %	<i>Proportion des téléphones intelligents par rapport au total des téléphones mobiles, 2010 : 22 %</i>	

Source : IDC, février 2012

Services sans fil mobiles

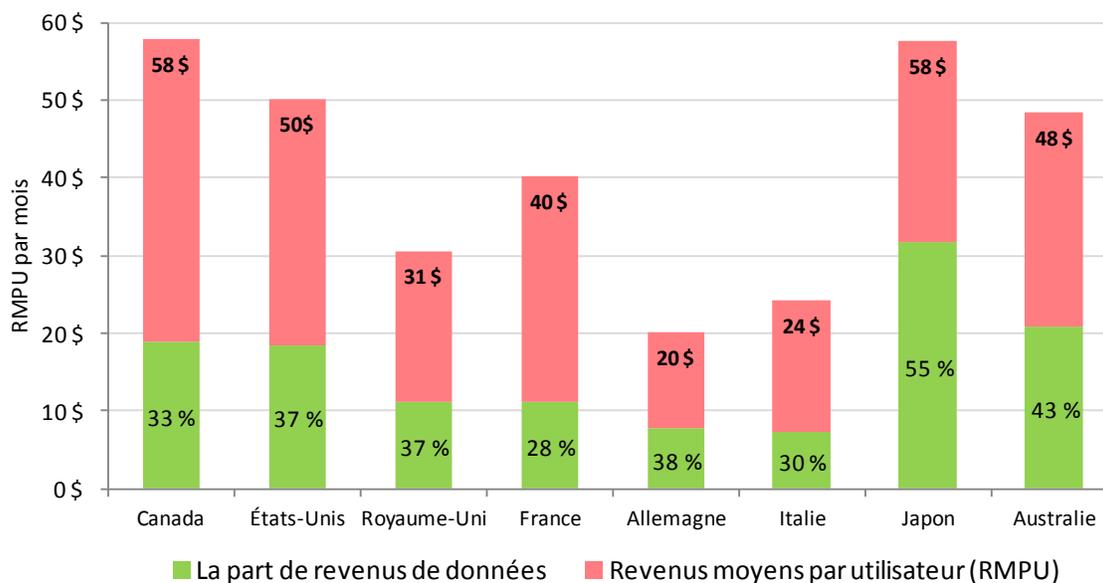
Tableau 6.1.4 Indicateurs de l'industrie du sans-fil, 2011

	Nombre d'abonnés au téléphone mobile (en millions)	Nombre de grands fournisseurs	Part du marché (par abonné) des deux principaux fournisseurs	Revenus ¹ des services sans fil (voix et données) (en milliards \$)	Croissance du RMPU (2010-2011)
Canada	27,4	3	64 %	17,70	-0,3 %
États-Unis	322,7	4	64 %	171,57	0,4 %
Royaume-Uni	76,9	5	54 %	28,11	-0,2 %
France	64,3	3	76 %	30,69	-6,9 %
Allemagne	114,1	4	64 %	26,99	-2,7 %
Italie	92,4	4	67 %	26,90	-7,2 %
Japon	126,1	3	75 %	81,71	-5,8 %
Australie	29,6	3	76 %	16,71	-4,6 %

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 2011.

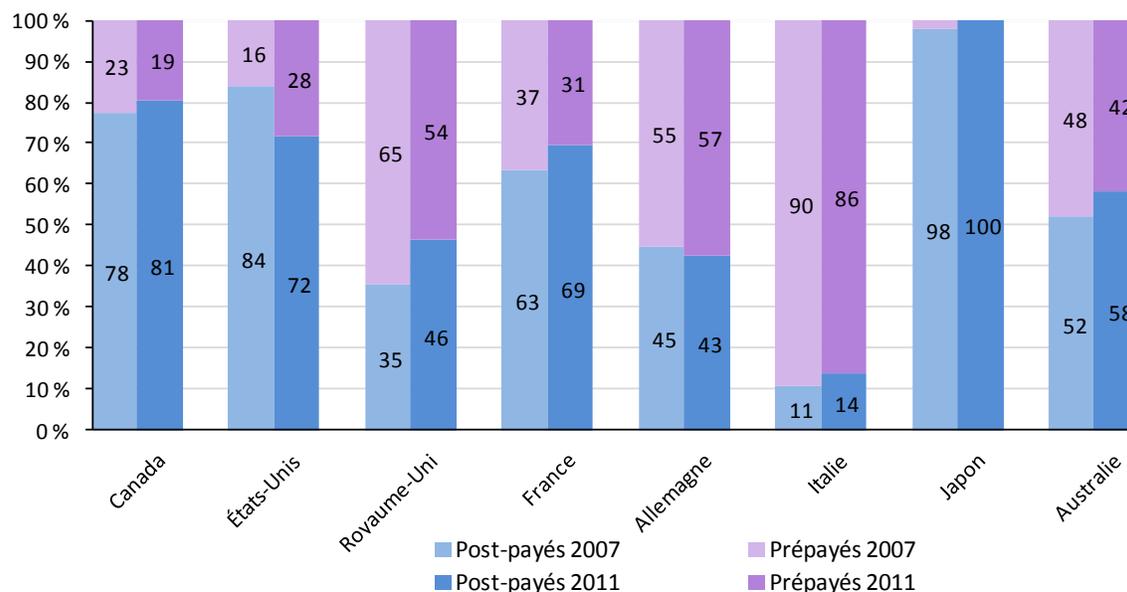
Sources : Données recueillies par le CRTC, Bank of America Merrill Lynch

Graphique 6.1.9 RMPU du sans-fil – revenus mensuels du sans-fil avec partage de données, en 2011



• 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 2011.

Source : Bank of America Merrill Lynch

Graphique 6.1.10 Part des abonnements post-payés au téléphone mobile c. celle des abonnés prépayés, 2007 et 2011


Source : Bank of America Merrill Lynch

Radiodiffusion – Industrie de la radio
Tableau 6.1.5 Indicateurs de l'industrie de la radio, 2010

	Total des revenus ¹ de l'industrie de la radio (en 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, 2006-2010 (%)
Canada	1,75	53	6,0	24,0
États-Unis	18,94	62	8,3	-15,0
Royaume-Uni	1,75	29	2,8	0,2
France	2,07	32	-3,0	-2,0
Allemagne	4,62	57	0,1	4,0
Italie	0,64	11	8,0	10,0
Japon	4,30	33	-1,1	-8,0
Australie	0,96	43	6,3	8,0

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

2. Les dollars canadiens ont été convertis selon les taux de change moyens du FMI pour l'année 2010.

Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2011

Radiodiffusion – Industrie de la télévision

Tableau 6.1.6 Indicateurs de l'industrie de la télévision, 2010

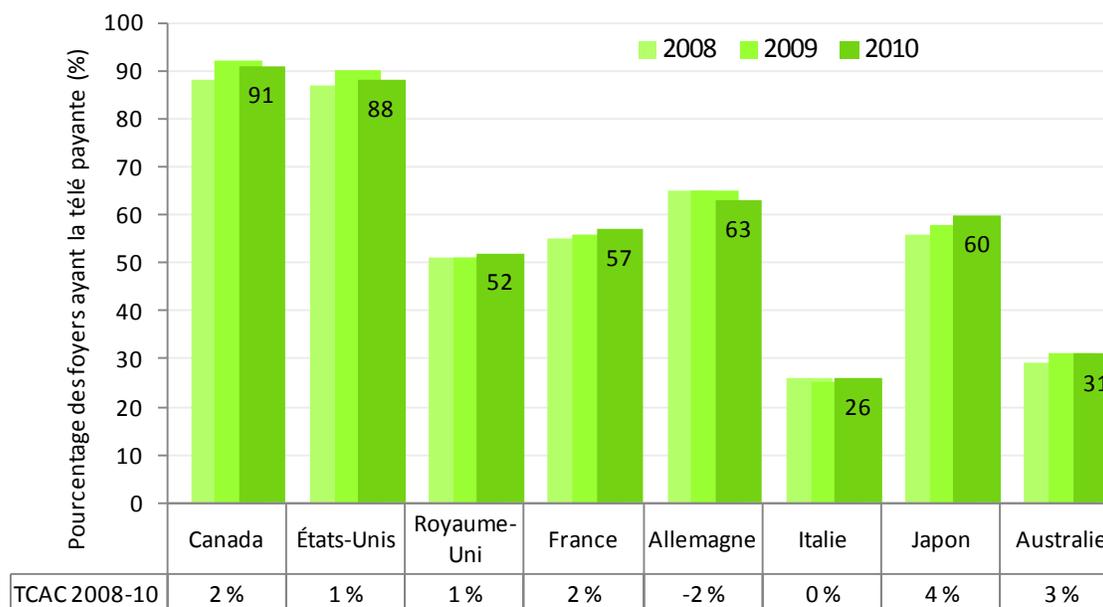
	Total des revenus ¹ de l'industrie de la télévision (en milliards \$ ²)	Changements annuels dans les revenus de l'industrie de la télévision (%)	RMPU ³ de la télévision payante (montants annuels)	Minutes d'écoute par jour par personne (payante ou sans frais)
Canada	6,37	0,9	196	230
États-Unis	149,63	6,3	906	283
Royaume-Uni	17,99	8,5	583	242
France	16,55	8,8	568	212
Allemagne	17,51	2,0	242	223
Italie	12,89	6,6	724	246
Japon	45,52	6,2	581	238
Australie	7,48	9,9	1 106	188

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

2. Les dollars canadiens ont été convertis selon les taux de change moyens du FMI pour l'année 2010.

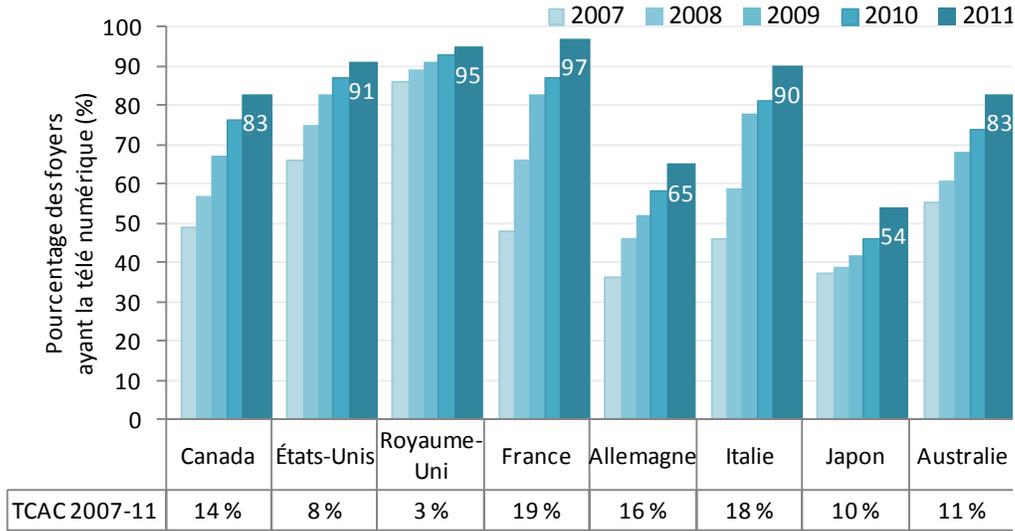
3. Le RMPU représente la moyenne des revenus générés par abonnement à la télévision payante (terrestre, câble, satellite ou TVPI).

Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2011

Graphique 6.1.11 Pénétration et croissance de la télévision payante, 2008-2010


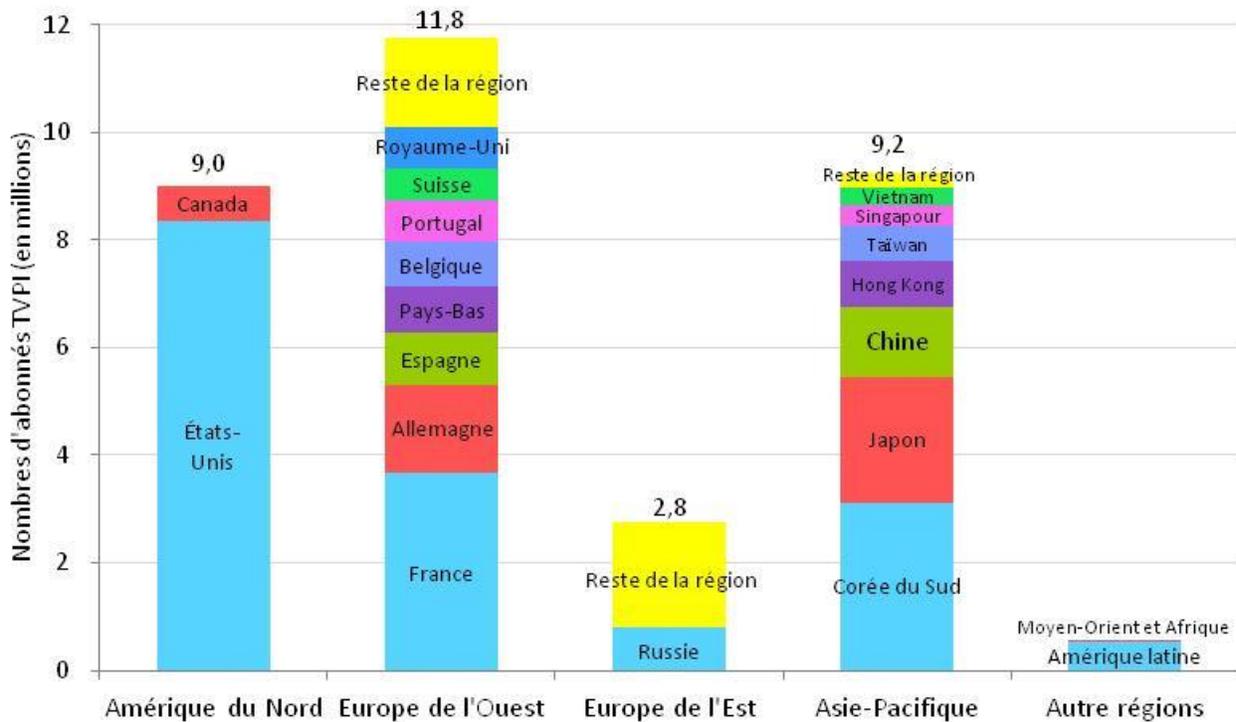
Source : Rapport de l'Ofcom sur le marché international des communications 2011

Graphique 6.1.12 Pénétration et croissance de la télévision numérique, 2007–2011



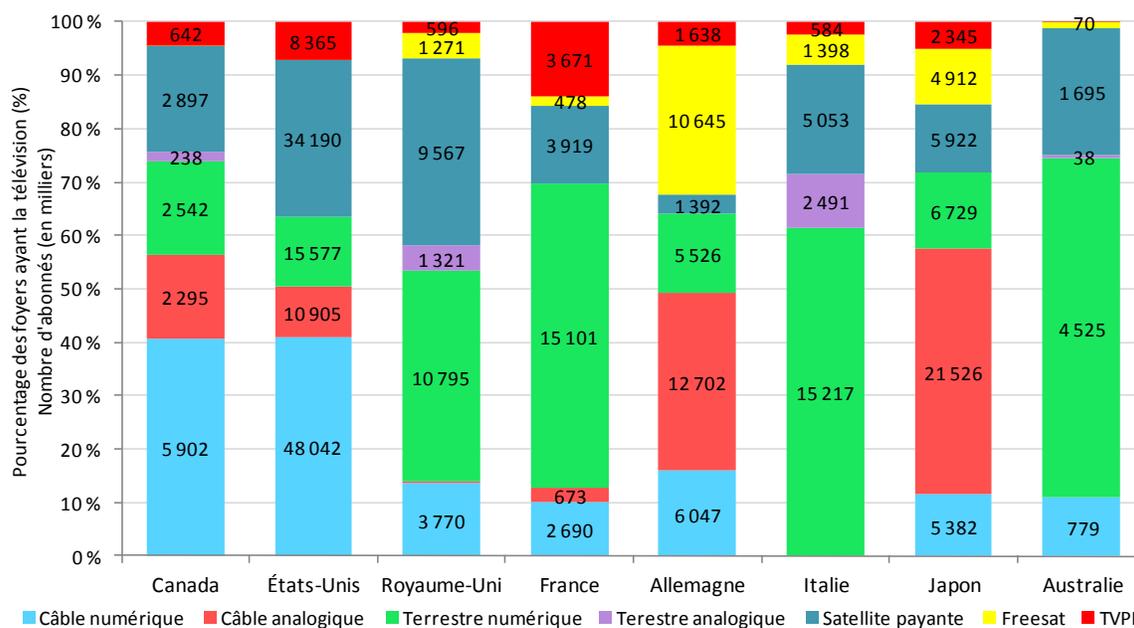
Source : Informa Telecoms & Media

Graphique 6.1.13 Nombres d’abonnés à la TVPI à l’échelle mondiale, par région, 2011



Source : Informa Telecoms & Media

Graphique 6.1.14 La répartition des foyers ayant la télévision, par plateforme de transmission, 2011



Source : Informa Telecoms & Media

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 et au CRTC de surveiller le rendement des industries de la radiodiffusion et des télécommunications et le respect de la réglementation.

Radiodiffusion

Les résultats de la collecte de données permettent de mesurer le rendement financier des radiodiffuseurs et la contribution de ce secteur de l'industrie à l'économie canadienne. Le processus englobe tous les fournisseurs de services de radiodiffusion autorisés par le CRTC à exploiter des services privés, publics ou sans but lucratif de radio, de télévision et de distribution de radiodiffusion, ou encore des services payants, de TVC, de VSD ou spécialisés. Les titulaires de radiodiffusion déposent des rapports financiers annuels comportant des renseignements financiers et statistiques sur chaque année de radiodiffusion. Les résultats clés de cette collecte servent à préparer les relevés statistiques et financiers annuels sur les revenus et les dépenses, y compris 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 des fournisseurs de services de radiodiffusion qu'ils remplissent des sondages annuels. À l'exception de quelques petits fournisseurs de services de radio, les fournisseurs de services de radiodiffusion se procurent et retournent 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 fournisseurs qui n'ont pas accès au SCD. Les renseignements visent la période de douze mois se terminant le 31 août de l'année en question. Tous les fournisseurs de services de radiodiffusion ont jusqu'au 30 novembre pour remplir et retourner leurs rapports financiers annuels respectifs.

Le processus annuel de rapport financier comprend aussi l'obligation des radiodiffuseurs de radio commerciale de fournir un rapport 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 réglementaires liées aux contributions au DCC et à ce que les titulaires de distribution de radiodiffusion remplissent leurs obligations à l'égard de la création et de la production de programmation canadienne, y compris envers le FCT, 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 et (iv) l'industrie des services de télécommunication dans le cadre des activités de surveillance du CRTC⁹.

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

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

Analyse des données

Radiodiffusion

Le CRTC effectue une analyse de conformité en se basant sur les données des rapports financiers annuels de tous les fournisseurs de services de radiodiffusion. Les objectifs de cette analyse sont les suivants :

- s'assurer que le sommaire des données financières d'exploitation du titulaire de licence, inclus dans le rapport financier annuel, correspond aux données présentées dans les états financiers requis des titulaires de licence, conformément

⁹ *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*

- à la circulaire n° 404 du CRTC;
- concilier les dépenses réelles au titre des émissions canadiennes des titulaires de licence de radiodiffusion avec les dépenses exigées par les conditions de licence des titulaires;
 - concilier les contributions effectivement versées au DCC par les titulaires avec les contributions exigées par les conditions de licence des titulaires;
 - procéder ensuite à une analyse par pourcentage ou indiciaire des tendances des grandes catégories de revenus et de dépenses présentées dans le formulaire annuel 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.

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

Télécommunications

Le CRTC analyse les déclarations des FST afin de s'assurer que les données fournies par les FST correspondent à ce qui a été prévu et que les FST ont fourni des réponses 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 compagnies visées, les définitions utilisées et le niveau de détail exigé sont parfois différents. La source des données de chaque tableau et graphique est indiquée.

Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication

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. NorthernTel et TBayTel 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 et Allstream Inc., une affiliée de MTS Inc. exerçant des activités à l'échelle canadienne. 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 30 juin 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	17	16	90	84
Victoria	4	3	3	75	75
Autres circonscriptions	259	45	49	17	19
Total provincial	282	65	68	23	24
Alberta					
Calgary	8	3	3	38	38
Edmonton	27	10	12	37	44
Autres circonscriptions	303	24	26	8	9
Total provincial	338	37	41	11	12
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	5	0	2	0
Total provincial	244	6	1	3	0
Ontario					
Toronto	50	45	20	90	40
Ottawa-Gatineau	28	19	3	68	11
Hamilton	12	9	5	75	42
London	16	9	1	56	6
Kitchener	8	8	2	100	25
St. Catharines-Niagara	13	7	2	54	15
Windsor	11	2	2	18	18
Oshawa	8	7	2	88	25
Autres circonscriptions	531	84	27	16	5
Total provincial	677	190	64	28	10
Québec					
Montréal	40	39	11	98	28
Québec	17	10	2	59	12
Autres circonscriptions	518	113	31	22	6
Total provincial	575	162	44	28	8
Nouveau-Brunswick					
Fredericton	2	2	1	100	50
Autres circonscriptions	86	22	20	26	23
Total provincial	88	24	21	27	24
Nouvelle-Écosse					
Halifax	16	7	7	44	44
Autres circonscriptions	131	44	44	34	34
Total provincial	147	51	51	35	35
Île-du-Prince-Édouard					
Charlottetown	4	1	1	25	25
Autres circonscriptions	22	10	9	46	41
Total provincial	26	11	10	42	39
Terre-Neuve-et-Labrador					
St. John's	6	1	1	17	17
Autres circonscriptions	206	0	0	0	0
Total provincial	212	1	1	1	1
Toutes les provinces	2 818	557	305	20	11

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			
Appels au pays	33	60	100
Appels internationaux	-	22,5	32
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 2012 et ont été ajustés pour tenir compte de la parité des pouvoirs d'achat selon les données de l'OCDE de janvier 2012 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 un forfait de base de télévision numérique); groupe 3 (filaire, sans-fil mobile, Internet à large bande et télévision numérique de base). L'utilisation 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			
Appels au Canada	10 % du total 9	10 % du total 21	15 % du total 90
Appels aux États-Unis	-	6	18
Autres	-	-	-
Total	9	27	108
Appels à services mobiles			
Même réseau 2/3	50 % du total 30	50 % du total 90	50 % du total 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	-	250	250
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. Ces services sont soit dépendants de l'accès, soit indépendants de l'accès. Les services téléphoniques dépendants de l'accès comprennent un accès filaire géré depuis le fournisseur de services de télécommunication (FST) au client, un raccordement au RTPC et un numéro de téléphone. Les services téléphoniques indépendants de l'accès ne comprennent pas l'accès filaire géré. 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) Les 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 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 fournisseur de services Internet (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 certains clients de grandes entreprises. 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) Les 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 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 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
BAII	bénéfice avant intérêts et impôt
BAIIDA	bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement
CCNR	Conseil canadien des normes de la radiotélévision
CPAC	La Chaîne d'affaires publiques par câble
CPRST	Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunication
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
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	fibre 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	kilobits 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	mégabits par seconde
MTA	mode de transfert asynchrone
MTM	Media Technology Monitor
NCP	Normes canadiennes de la publicité
n.d.	non disponible
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
PBX	autocommutateur privé
PDPV	point de présence virtuel
PIB	produit intérieur brut
PPA	parité des pouvoirs d'achat
PPM	audimètre portatif portable
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
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
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

Liste des décisions, avis publics, ordonnances, circulaires 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, modifiée par la 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, modifiée par la 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, modifiée 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, décision de radiodiffusion CRTC 2008-128, 26 juin 2008,</i>

	<i>modifiée par CHRC Québec – acquisition d’actif – correction à une condition de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2008-128-1, 3 juillet 2008, et CHRC Québec – acquisition d’actif – ajout d’une condition de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2008-128-2, 29 septembre 2008</i>
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, décision de radiodiffusion CRTC 2008-129, 26 juin 2008</i>
Décision de radiodiffusion 2008-130	<i>Société Radio-Canada – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion CRTC 2008-130, 26 juin 2008</i>
Décision de radiodiffusion 2008-138	<i>Changement de contrôle effectif, décision de radiodiffusion CRTC 2008-138, 7 juillet 2008</i>
Décision de radiodiffusion 2008-206	<i>Modification du contrôle effectif, décision de radiodiffusion CRTC 2008-206, 22 août 2008</i>
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, décision de radiodiffusion CRTC 2009-279, 15 mai 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-536	<i>CJNT-TV Montréal – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion du CRTC 2009-536, 28 août 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-537	<i>CHCH-TV Hamilton et ses émetteurs, ainsi que CHCH-DT – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion CRTC 2009-537, 28 août 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-699	<i>CHEK-TV Victoria et ses émetteurs – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion CRTC 2009-699, 9 novembre 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-706	<i>SexTV: The Channel et Drive-In Classics Channel – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion CRTC 2009-706, 19 novembre 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-746	<i>CKTG-FM et CJUK-FM Thunder Bay – acquisition d’actif, décision de radiodiffusion CRTC 2009-746, 2 décembre 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2009-810	<i>Renouvellements administratifs, décision de radiodiffusion CRTC 2009-810, 23 décembre 2009</i>
Décision de radiodiffusion 2010-782	<i>Changement du contrôle effectif des filiales de radiodiffusion autorisées de Canwest Global Communications Corp., décision de radiodiffusion CRTC 2010-782, 22 octobre 2010</i>
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, avis public de radiodiffusion CRTC 2008-77, 3 septembre 2008</i> <i>Avis de consultation de radiodiffusion 2010-783 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, avis de consultation de radiodiffusion CRTC 2010-783-2, 8 février 2011</i>
Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60	<i>Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande, Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, le 31 janvier 2011</i>

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, le 10 février 2012

Radiodiffusion et télécom

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
--	--

Télécommunications

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, 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	<i>Décret donnant au CRTC des instructions relativement à la mise en œuvre de la politique canadienne de télécommunication</i> , 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.