



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

Canada

Rapport de surveillance des communications

octobre 2015

CRTC.GC.CA

Rapport de surveillance des communications

CRTC

octobre 2015

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^o de catalogue BC9-9F/2015-PDF
ISSN 2290-7874

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 ; Numeris (anciennement connu sous le nom de Sondages BBM) pour les cotes d'écoute ; NLogic (anciennement connu sous le nom de BBM Analytique) pour l'observateur de technologies médias (OTM) ; 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

J'ai le plaisir de vous présenter le *Rapport de surveillance des communications*, édition 2015, qui offre une vue d'ensemble du secteur canadien des services de communication et des technologies sur lesquelles il repose pour participer à l'économie numérique.

L'édition de cette année révèle des tendances importantes dans la façon dont les Canadiens utilisent leurs services de communication. Le portrait du foyer branché de demain commence à se dessiner alors que la majorité des ménages sont désormais abonnés à des forfaits Internet offrant des vitesses égales ou supérieures à 10 mégabits par seconde, les forfaits aux basses vitesses perdant de leur popularité. S'il est vrai que les Canadiens utilisent divers moyens pour communiquer, il reste qu'ils délaissent de plus en plus les services téléphoniques classiques au profit des services sans-fil.

Le rapport contient également de nouvelles données, dont des renseignements supplémentaires sur les stations de radio à caractère ethnique et l'utilisation mensuelle moyenne de données sur mobile.

Nous avons redoublé d'efforts pour présenter des renseignements généraux clairs et faciles à comprendre dans la section intitulée « Système de communication du Canada : Un aperçu à l'intention des citoyens, des consommateurs et des créateurs ». La plupart des familles consacrent une part importante de leur budget mensuel aux services de communication. Grâce à la concurrence qui existe dans le marché d'aujourd'hui, les Canadiens peuvent choisir parmi différentes options. Nous les invitons donc à consulter les renseignements se trouvant dans les pages qui suivent pour prendre des décisions éclairées quant à leurs services.

Le CRTC veut s'assurer que les Canadiens sont au cœur de leur système de communication. Il importe donc qu'ils participent à ses consultations publiques et à ses audiences publiques. Les renseignements que renferme le présent rapport peuvent éclairer leurs observations et leurs idées, voire leur fournir des éléments de preuve pour appuyer leurs opinions.

Nous attendons avec impatience les interventions de tous les participants au secteur canadien des communications alors que nous poursuivons nos travaux pour garantir que les Canadiens ont accès à un système de calibre mondial.

Jean-Pierre Blais
Président et premier dirigeant

Table des matières

	Résumé.....	1
1.0	Introduction.....	5
1.1	Le CRTC.....	7
2.0	Système de communication du Canada : Aperçu à l'intention des citoyens, des consommateurs et des créateurs.....	9
a)	Portrait de l'industrie et concurrence.....	11
b)	Dépenses et prix dans le secteur des communications.....	13
c)	Accès et disponibilité des services.....	17
2.1	Pleins feux sur l'accès pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire	24
3.0	L'industrie des communications.....	29
a)	Revenus.....	31
b)	Caractéristiques de l'industrie.....	33
c)	Rendement financier.....	35
d)	Communications avec les Canadiens.....	35
4.0	Secteur de la radiodiffusion.....	41
a)	Revenus.....	43
b)	Caractéristiques de l'industrie.....	44
c)	Rendement financier.....	47
4.1	Secteur de la radio.....	49
a)	Revenus.....	51
b)	Rendement financier.....	57
c)	Disponibilité des services de radio et des services sonores.....	61
d)	Mesure de l'auditoire.....	66
e)	Contributions et dépenses en matière de programmation.....	73
f)	Avantages tangibles.....	80
g)	Programmation de grande qualité.....	81
h)	Groupes de propriété.....	84
4.2	Secteur de la télévision.....	87
a)	Revenus.....	88
b)	Rendement financier.....	98
c)	Disponibilité des services de télévision et de vidéo.....	101
d)	Mesures de l'auditoire.....	105
e)	Dépenses en programmation.....	114
f)	Avantages tangibles.....	131
g)	Programmation de grande qualité.....	133
h)	Groupes de propriété.....	137
4.3	Secteur de la distribution de radiodiffusion.....	143
a)	Revenus.....	144
b)	Données relatives aux abonnés.....	145
c)	Rendement financier.....	147
d)	Indicateurs de rendement.....	148
e)	Prix.....	148
f)	Environnement concurrentiel.....	151

g)	Communications avec les Canadiens.....	152
h)	Services de télévision en ligne.....	153
i)	Contribution à la programmation canadienne.....	156
j)	Paievements d'affiliation.....	158
5.0	Aperçu du secteur des services de télécommunication.....	161
a)	Revenus.....	162
b)	Abstention de la réglementation.....	163
c)	Propriété canadienne.....	163
d)	Nombre, taille et type d'entreprises.....	164
e)	Rendement financier.....	167
f)	Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements.....	168
5.1	Secteurs des services de télécommunication de détail.....	171
a)	Revenus.....	173
b)	Indicateurs technologiques.....	175
c)	Environnement concurrentiel.....	177
d)	Contribution.....	180
e)	Communications avec les Canadiens.....	181
5.2	Secteur des services de communication vocale filaire de détail.....	183
a)	Revenus.....	185
b)	Données relatives à la demande.....	188
c)	Indicateurs de rendement.....	193
d)	Prix.....	195
e)	Type d'installations locales.....	198
f)	Environnement concurrentiel.....	199
g)	Service de téléphone payant.....	201
5.3	Secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande.....	203
a)	Revenus.....	205
b)	Données relatives aux abonnés.....	208
c)	Indicateurs de rendement.....	211
d)	Prix.....	213
e)	Tendances de consommation.....	216
f)	Environnement concurrentiel.....	217
g)	Exigences relatives à la capacité.....	220
h)	Principaux indicateurs.....	225
i)	Disponibilité de la large bande.....	228
5.4	Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail.....	233
a)	Revenus.....	234
b)	Environnement concurrentiel.....	236
5.5	Secteur des services sans fil de détail.....	241
a)	Revenus.....	243
b)	Données relatives aux abonnés.....	246
c)	Environnement concurrentiel.....	248
d)	Indicateurs technologiques.....	252
e)	Indicateurs de rendement.....	259
f)	Prix.....	260
g)	Détails sur la couverture et l'accessibilité.....	269
5.6	Secteur des services de télécommunication de gros.....	275

a)	Revenus	276
b)	Données relatives aux abonnés	284
c)	Environnement concurrentiel	285
d)	Abstention de la réglementation	286
e)	Dépenses entre fournisseurs	288

Annexe 1	Méthodologie
Annexe 2	Collecte et analyse des données
Annexe 3	Glossaire
Annexe 4	Liste des acronymes utilisés dans le rapport
Annexe 5	Circulaire, décisions, avis publics, ordonnances, avis de consultation, politiques réglementaires et codes cités dans le rapport
Annexe 6	Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport
Annexe 7	Description du secteur du marché des télécommunications
Annexe 8	Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication
Annexe 9	Communautés rurales utilisées pour l'évaluation des prix des services
Annexe 10	Évaluation de la large bande au Centre des ressources en technologie

Liste des tableaux et graphiques

Section 1.0 Introduction

aucune

Section 2.0 Système de communication du Canada : Aperçu à l'intention des citoyens, des consommateurs et des créateurs

a) Portrait de l'industrie et concurrence

Tableau 2.0.1	Aperçu de l'industrie des services de communication	11
Graphique 2.0.1	Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété en radiodiffusion et en télécommunication	12
Tableau 2.0.2	Nombre d'abonnements comprenant des services groupés (millions)	13

b) Dépenses et prix dans le secteur des communications

Tableau 2.0.3	Aperçu des dépenses en services en communication des ménages, par quintile, 2013	14
Tableau 2.0.4	Dépenses mensuelles des ménages en communications, par service et quintile (\$/mois/ménage)	15
Graphique 2.0.2	Indices de prix pour les services téléphoniques, d'EDR (câble, SRD, IPTV et télévision payante) et Internet, par rapport à l'IPC	17

c) Accès et disponibilité des services

Graphique 2.0.3	Connexions résidentielles, par pourcentage de ménages	18
Graphique 2.0.4	Possession de téléphones, par nombre de téléphones et type de service	19
Tableau 2.0.5	Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages	20
Tableau 2.0.6	Abonnements aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par province, 2013	20
Tableau 2.0.7	Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par quintile de revenu	21
Tableau 2.0.8	Ordinateurs à domicile et utilisation d'Internet par ménage, par 100 ménages, par quintile de revenu	22
Graphique 2.0.5	Disponibilité de la large bande résidentielle (5 Mbps ou plus en téléchargement), par province	23
Tableau 2.0.9	Abonnements aux services Internet de résidence par vitesse de téléchargement par 100 ménages	23

2.1 Services Pleins feux sur l'accès pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire

Tableau 2.1.1	Proportion de la population de langue officielle en situation minoritaire par rapport à la population totale, par province ou territoire, 2012	24
Carte 2.1.1	Emplacements des communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada	25
Tableau 2.1.2	Pourcentage des ménages faisant partie d'une CLOSM qui ont accès à des services de communication dans leur langue officielle, par type de service, par province ou territoire et pour l'ensemble du pays, 2013	26

Section 3 L'industrie des communications

Aperçu 3.0.0	Principaux indicateurs de l'industrie des communications	29
--------------	--	----

a) Revenus

Tableau 3.0.1	Revenus des services de communication (milliards \$)	31
Graphique 3.0.1	Taux de croissance annuel des services de communication	31
Tableau 3.0.2	Revenus des services de communication par type de fournisseur (milliards \$)	32

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 3.0.3	Convergence dans l'industrie : câblodistribution c. télécommunications	33
Tableau 3.0.4	Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs	34

c) Rendement financier

Graphique 3.0.2	Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication	35
Graphique 3.0.3	Revenus des services de communication, par type de fournisseur, 2014	35
Graphique 3.0.4	Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus)	36
Graphique 3.0.5	Revenus des fournisseurs de services par câble, par type de services	36
Graphique 3.0.6	Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises	37
Graphique 3.0.7	Marges des BAIIDA atteintes par les EDR par câble, les compagnies de téléphone traditionnelles et d'autres fournisseurs de services	38

d) Communications avec les Canadiens

Tableau 3.0.5	Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet	39
---------------	---	----

Section 4.0 Secteur de la radiodiffusion

Aperçu 4.0.0	Principaux indicateurs du secteur de la radiodiffusion	41
--------------	--	----

a) Revenus

Tableau 4.0.1	Revenus de radiodiffusion (millions \$)	43
---------------	---	----

b) Caractéristiques de l'industrie

Tableau 4.0.2	Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples	44
Graphique 4.0.1	Pourcentage du total des revenus de radiodiffusion, par groupes d'entreprises	44
Graphique 4.0.2	Pourcentage des revenus totaux de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2014	45
Graphique 4.0.3	Pourcentage des revenus de la télévision commerciale, par télédiffuseur, 2014	46

c) Rendement financier

Graphique 4.0.4	Revenus totaux de la radiodiffusion par type de service et marges des BAI et des BAIIDA	47
-----------------	---	----

Section 4.1 Secteur de la radio

Aperçu 4.1.0	Principaux indicateurs du secteur de la radio	49
--------------	---	----

a) Revenus

Tableau 4.1.1	Revenus des stations de radio commerciale privées et nombre de stations ayant déclaré leurs résultats financiers, par langue de diffusion et bande de fréquences	51
Tableau 4.1.2	Revenus des stations de radio commerciale privées, par taille du marché	52
Tableau 4.1.3	Revenus des stations de radio commerciale à caractère ethnique, par province	52
Tableau 4.1.4	Revenus des stations de radio de la SRC, par type de revenus	53
Graphique 4.1.1	Revenus des stations de radio commerciale privées	54
Graphique 4.1.2	Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise	54
Graphique 4.1.3	Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française	55
Graphique 4.1.4	Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique	55
Tableau 4.1.5	Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus	56

b) Rendement financier

Graphique 4.1.5	Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées	57
Graphique 4.1.6	BAI et marge de BAI des stations de radio commerciale privées	57
Graphique 4.1.7	Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées de langue anglaise	58
Graphique 4.1.8	BAI et marge de BAI des stations de radio commerciale privées de langue anglaise	58
Graphique 4.1.9	Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées de langue française	59
Graphique 4.1.10	BAI et marge de BAI des stations de radio commerciale privées de langue française	59
Graphique 4.1.11	Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique	60
Graphique 4.1.12	BAI et marge de BAI des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique	60

c) Disponibilité des services de radio et des services sonores

Tableau 4.1.6	Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion	61
Tableau 4.1.7	Nombre de services de radio publics et communautaires et de services de radio privés autorisés à diffuser en direct, par province et par langue de diffusion, 2014	62
Graphique 4.1.13	Types de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada, exprimés en pourcentage de tous les services du même type, 2014	63
Tableau 4.1.8	Nombre de nouvelles stations de radio en direct ayant reçu une licence	64
Graphique 4.1.14	Pourcentage des Canadiens qui ont écouté des services sonores en continu au cours du mois précédent, par groupe linguistique	65
Graphique 4.1.15	Abonnements à la radio satellite par groupe linguistique	65

d) Mesure de l'auditoire

Tableau 4.1.9	Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant selon la tranche d'âge pour l'ensemble du Canada	67
Tableau 4.1.10	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	68
Tableau 4.1.11	Part d'écoute hebdomadaire des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada	69
Graphique 4.1.16	Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d'écoute, 2014	70
Tableau 4.1.12	Parts d'écoute – Formules des stations de radio de langue anglaise par cahiers d'écoute, 2014	71
Tableau 4.1.13	Parts d'écoute – Formules des stations de radio de langue française par cahiers d'écoute, 2014	71

Tableau 4.1.14	Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue anglaise dans les marchés PPM, 2014	72
Tableau 4.1.15	Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue française dans les marchés PPM, 2014	72

e) Contributions et dépenses en matière de programmation

Diagramme 4.1.1	Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2013-2014)	74
Graphique 4.1.17	Contributions au DCC, par mesure réglementaire (millions \$)	75
Graphique 4.1.18	Contributions au DCC, par mesure réglementaire (pourcentage)	75
Tableau 4.1.16	Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (milliers \$)	76
Tableau 4.1.17	Contributions annuelles au DCC des nouvelles stations au cours de leur période de licence initiale (milliers \$)	77
Tableau 4.1.18	Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement de licence (milliers \$)	78
Tableau 4.1.19	Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans un contexte de modifications à la propriété ou au contrôle (milliers \$)	79

f) Avantages tangibles

Tableau 4.1.20	Nombre de transactions relatives à la radio, valeur de ces transactions et des avantages tangibles correspondants du 1er janvier 2010 au 31 décembre 2014 (millions \$)	80
----------------	---	----

g) Programmation de grande qualité

Tableau 4.1.21	Nombre de communications au sujet de la radio, par type de sujet	81
Tableau 4.1.22	Nombre de plaintes concernant la radio, par sujet	82
Tableau 4.1.23	Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR	83
Tableau 4.1.24	Plaintes traitées par les NCP	83

h) Groupes de propriété

Tableau 4.1.25	Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises qui ont fait un rapport - Principaux exploitants de la radio au Canada	84
----------------	--	----

Section 4.2 Secteur de la télévision

Aperçu 4.2.0	Principaux indicateurs du secteur de la télévision	87
--------------	--	----

a) Revenus

Tableau 4.2.1	Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$)	88
Graphique 4.2.1	Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$)	89
Graphique 4.2.2	Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée, 2014	89
Graphique 4.2.3	Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	90
Tableau 4.2.2	Revenus de publicité et autres des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	90
Tableau 4.2.3	Revenus de publicité et autres revenus des stations privées de télévision traditionnelle selon la langue de diffusion	91
Tableau 4.2.4	Revenus des services facultatifs selon la langue de diffusion	92
Graphique 4.2.4	Classement par revenus des services facultatifs en ordre décroissant, 2014	93

Graphique 4.2.5	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	94
Graphique 4.2.6	Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	95
Graphique 4.2.7	Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	95
Graphique 4.2.8	Revenus collectifs des trois plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise	96
Graphique 4.2.9	Revenus collectifs des deux plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française	97

b) Rendement financier

Graphique 4.2.10	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés des catégories A, B et C	98
Graphique 4.2.11	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise	99
Graphique 4.2.12	Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	99
Graphique 4.2.13	Marges de BAII des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langues tierces	100

c) Disponibilité des services de télévision et de vidéo

Diagramme 4.2.1	Sources de programmation et plateformes	101
Graphique 4.2.14	Pourcentage des Canadiens qui ont visionné des vidéos sur Internet et à la télévision et écouté de la programmation au cours du mois dernier, selon la langue et la plateforme	102
Tableau 4.2.5	Type et nombre de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada, par langue de diffusion	103
Tableau 4.2.6	Nombre de services canadiens publics, communautaires, éducatifs et traditionnels privés dont la diffusion est autorisée, par province et langue de diffusion, 2014	104

d) Mesures de l'auditoire

Graphique 4.2.15	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens (années de radiodiffusion 2010-2011 à 2013-2014) et de la télévision par Internet (de 2008 à 2015)	105
Tableau 4.2.7	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens, par groupe d'âge	106
Tableau 4.2.8	Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans l'ensemble du Canada, excluant le marché du Québec francophone	107
Tableau 4.2.9	Part d'écoute des services canadiens et non canadiens, par langue et type de services dans le marché francophone du Québec	108
Tableau 4.2.10	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	109
Tableau 4.2.11	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	110
Tableau 4.2.12	Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la SRC, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	111
Tableau 4.2.13	Écoute moyenne hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission	112
Tableau 4.2.14	Part d'écoute des services canadiens, par groupe de propriété et marché linguistique	113

e) Dépenses en programmation

Diagramme 4.2.2	Écosystème du financement au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2013-2014)	115
Tableau 4.2.15	Versements du FAPL et nombre de bénéficiaires	116
Graphique 4.2.16	Versements du FAPL selon les régions	116
Graphique 4.2.17	Versements du FAPL selon les groupes de propriété	117
Graphique 4.2.18	DÉC de télévision selon le type de service (2014) (millions \$)	117
Graphique 4.2.19	Dépenses en émissions de télévision (4,2 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes, 2014	118
Graphique 4.2.20	Dépenses en émissions par dollar de revenu, 2014	118
Tableau 4.2.16	Dépenses au titre des ÉIN par type de service et par genre d'émission (millions \$)	119
Tableau 4.2.17	Dépenses au titre des ÉIN par la SRC et les grands groupes privés de propriété (millions \$)	120
Tableau 4.2.18	DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la SRC, par genre d'émission (milliers \$)	121
Tableau 4.2.19	DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers \$)	122
Graphique 4.2.21	Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, selon le genre d'émission, 2014	123
Tableau 4.2.20	Dépenses en émissions non canadiennes – Services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers \$)	124
Tableau 4.2.21	Dépenses en émissions non canadiennes par les services privés de télévision traditionnelle et la SRC, par genre d'émission et marché linguistique (milliers \$)	125
Tableau 4.2.22	DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, selon la langue et le genre d'émission (milliers \$)	126-127
Tableau 4.2.23	DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers \$)	128
Tableau 4.2.24	Données statistiques rapportées par certains services de VSD autorisés	129

f) Avantages tangibles

Tableau 4.2.25	Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2010 au 31 décembre 2014 (millions \$)	131
----------------	--	-----

g) Programmation de grande qualité

Tableau 4.2.26	Nombre de communications relatives à la télévision reçues par le CRTC, par sujet	133
Tableau 4.2.27	Plaintes relatives à la programmation de la télévision reçues par le CRTC et référées au CCNR, par secteur et par sujet	134
Tableau 4.2.28	Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et par origine de programmation (2013-2014)	136
Tableau 4.2.29	Plaintes relatives aux annonces à la télévision et numériques traitées par les NCP	136

h) Groupes de propriété

Tableau 4.2.30	BCE – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	138
Tableau 4.2.31	SRC – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	139
Tableau 4.2.32	Cogeco – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	139
Tableau 4.2.33	Corus – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	140
Tableau 4.2.34	Québecor – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	141
Tableau 4.2.35	Rogers – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	141
Tableau 4.2.36	Shaw – Participation importante dans des services facultatifs, 2014	142

Section 4.3 Secteur de la distribution de radiodiffusion

Aperçu 4.3.0	Principaux indicateurs du secteur de la distribution de radiodiffusion	143
a) Revenus		
Tableau 4.3.1	Revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs	144
b) Données relatives aux abonnés		
Tableau 4.3.2	Abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs	145
Tableau 4.3.3	Nombre d'abonnés aux cinq plus grandes EDR canadiennes (milliers)	146
Tableau 4.3.4	Pourcentage des ménages abonnés aux EDR	146
c) Rendement financier		
Graphique 4.3.1	Marges de BAIIDA générées par les EDR – Services de programmation de base et facultatifs	147
d) Indicateurs de rendement		
Tableau 4.3.5	Revenus mensuels par abonné, par type d'EDR	148
e) Prix		
Graphique 4.3.2	Prix du service de base des EDR par grand centre urbain, 2014	149
Graphique 4.3.3	Prix du service de base en zones urbaines et rurales par province, 2014	150
f) Environnement concurrentiel		
Graphique 4.3.4	Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution, 2014	151
g) Communications avec les Canadiens		
Tableau 4.3.6	Nombre de communications relatives aux EDR reçues par le CRTC	152
h) Services de télévision en ligne		
Graphique 4.3.5	Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision uniquement en ligne, à l'échelle nationale et par langue	153
Graphique 4.3.6	Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par région	153
Graphique 4.3.7	Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par groupe d'âge	154
Graphique 4.3.8	Probabilité des Canadiens qui « couperaient le cordon » de leur abonnement à des services de télévision traditionnels dans les 12 prochains mois (pourcentage)	155
Tableau 4.3.7	Taux d'adoption et de croissance des diverses technologies vidéo au Canada	155
i) Contribution à la programmation canadienne		
Graphique 4.3.9	Contributions au FMC, au FAPL et à d'autres fonds indépendants de production et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires), telles que déclarées par les EDR (millions \$)	156
Graphique 4.3.10	Part des divers bénéficiaires des contributions des EDR à la création et à la production de la programmation canadienne, et contributions totales des EDR (millions \$)	157

j) Paiements d'affiliation

Tableau 4.3.8	Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR	158-159
---------------	--	---------

Section 5.0 Aperçu du secteur des services de télécommunication

Aperçu 5.0.0	Principaux indicateurs du secteur des services de télécommunication	161
--------------	---	-----

a) Revenus

Tableau 5.0.1	Revenus des services de télécommunication (détail et gros) [milliards \$]	162
---------------	---	-----

b) Abstention de la réglementation

Tableau 5.0.2	Pourcentage des revenus des services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	163
---------------	--	-----

c) Propriété canadienne

Aucune

d) Nombre, taille et type d'entreprises

Graphique 5.0.1	Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST, 2014	164
Graphique 5.0.2	Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication réalisés par les groupes de propriété	165
Tableau 5.0.3	Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions \$)	166

e) Rendement financier

Graphique 5.0.3	Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA	167
Graphique 5.0.4	Pourcentage des revenus et marges de BAIIDA selon la taille de l'entreprise, 2014	168

f) Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements

Tableau 5.0.4	Immobilisations des services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards \$)	169
Graphique 5.0.5	Dépenses en immobilisations des services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST	170

Section 5.1 Secteurs des services de télécommunication de détail

Aperçu 5.1.0	Principaux indicateurs des secteurs des services de télécommunication de détail	171
--------------	---	-----

a) Revenus

Tableau 5.1.1	Revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché (milliards \$)	173
Graphique 5.1.1	Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil de détail	174
Graphique 5.1.2	Répartition des revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché	174

b) Indicateurs technologiques

Graphique 5.1.3	Revenus des nouveaux services et des services traditionnels de télécommunication, par technologie	175
Graphique 5.1.4	Revenus des services de résidence offerts par protocole Internet	176
Graphique 5.1.5	Habitations desservies par câble de fibre optique, 2014	176
Graphique 5.1.6	Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique, 2014	177

c) Environnement concurrentiel

Graphique 5.1.7	Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication, par type de FST, 2014	178
Tableau 5.1.2	Différents nombres et pourcentage des revenus des services de télécommunication de détail générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché	178
Tableau 5.1.3	Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST, 2014	179

d) Contribution

Graphique 5.1.8	Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus	180
-----------------	--	-----

e) Communications avec les Canadiens

Tableau 5.1.4	Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2014	181
Tableau 5.1.5	Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les télécommunications traitées par le CPRST (2013-2014)	182

Section 5.2 Secteur des services de communication vocale filaire de détail

Aperçu 5.2.0	Principaux indicateurs du secteur des services de communication vocale filaire de détail	183
--------------	--	-----

a) Revenus

Tableau 5.2.1	Revenus des services locaux et interurbains de détail (millions \$)	185
Tableau 5.2.2	Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence de détail par type de FST (millions \$)	186
Tableau 5.2.3	Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires par type de FST (millions \$)	187
Tableau 5.2.4	Revenus des services interurbains de détail par type de fournisseur et par niveau de revenus (millions \$)	188

b) Données relatives aux abonnés

Tableau 5.2.5	Nombre de lignes téléphoniques locales de détail gérées et non gérées (milliers)	189
Tableau 5.2.6	Lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires par type de FST (milliers)	190
Graphique 5.2.1	Lignes locales VoIP de détail indépendantes et dépendantes de l'accès, par marché, 2014	192

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.2.7	Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail par ligne (\$)	193
Tableau 5.2.8	Revenus mensuels des services interurbains de détail par ligne (\$)	193
Tableau 5.2.9	Revenus mensuels des services téléphoniques locaux (\$) par ligne et par type de FST	194

Tableau 5.2.10	Revenus des services interurbains de détail (\$) par minute, par type de FST	195
----------------	--	-----

d) Prix

Graphique 5.2.2	Prix du service téléphonique local de base (\$/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les principaux centres urbains	196
Graphique 5.2.3	Prix du service téléphonique local de base (\$/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les communautés rurales, par province et territoire	197

e) Type d'installations locales

Graphique 5.2.4	Lignes locales de détail exploitées par les autres FST et les entreprises de câblodistribution, par type d'installations	198
Graphique 5.2.5	Lignes locales de résidence et d'affaires de détail exploitées par les autres FST et les entreprises de câblodistribution, selon le type d'installations, 2014	198

f) Environnement concurrentiel

Tableau 5.2.11	Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans le marché des services téléphoniques locaux de détail, selon la province et par ligne (%)	199
Tableau 5.2.12	Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans les marchés des services téléphoniques locaux de résidence et d'affaires, par ligne (%) et par région	200
Tableau 5.2.13	Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région	201

g) Service de téléphone payant

Graphique 5.2.6	Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires	201
Graphique 5.2.7	Nombre de téléphones payants par 1000 ménages	202

Section 5.3 Secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande

Aperçu 5.3.0	Principaux indicateurs du secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande	203
--------------	--	-----

a) Revenus

Tableau 5.3.1	Revenus des services Internet de détail (millions \$)	205
Tableau 5.3.2	Revenus des services Internet de résidence, par type de service (millions \$)	206
Tableau 5.3.3	Revenus des services Internet d'affaires, par type de service (millions \$)	207

b) Données relatives aux données

Tableau 5.3.4	Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur (milliers)	208
Tableau 5.3.5	Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur (milliers)	209
Graphique 5.3.1	Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence par gigaoctet de capacité de téléchargement	210

c) Indicateurs de rendement

Tableau 5.3.6	Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par vitesse de téléchargement (\$)	211
Tableau 5.3.7	Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse en aval	212

Tableau 5.3.8	Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps) par vitesse en aval et par vitesse en aval moyenne	213
d) Prix		
Graphique 5.3.2	Prix d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains, 2014	214
Graphique 5.3.3	Comparaison du prix du service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et du nombre de fournisseurs dans les centres urbains et ruraux, 2014	215
e) Tendances de consommation		
Tableau 5.3.9	Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval	216
Tableau 5.3.10	Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval	217
f) Environnement concurrentiel		
Graphique 5.3.4	Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution	217
Graphique 5.3.5	Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et par type de fournisseur, 2014	218
Graphique 5.3.6	Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès en 2010 et en 2014	218
Graphique 5.3.7	Abonnés aux services d'accès Internet de résidence par technologie d'accès en 2010 et en 2014	219
g) Exigences relatives à la capacité		
Graphique 5.3.8	Bande passante requise pour diverses applications Internet	221
Graphique 5.3.9	Débits de données moyens (vitesses) de certains services fournis par une connexion Internet sur la large bande filaire, 2014	222
Graphique 5.3.10	Débits de données moyens de certains services fournis par une connexion Internet sur large bande sans fil, 2014	222
Graphique 5.3.11	Nombre d'heures d'utilisation de la large bande filaire mensuel avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service	223
Graphique 5.3.12	Nombre d'heures d'utilisation de la large bande sans fil mensuel avant d'atteindre divers seuils de capacité, par service	224
h) Principaux indicateurs		
Tableau 5.3.11	Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications	225
Graphique 5.3.13	Disponibilité de la large bande (% des ménages)	226
Graphique 5.3.14	Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire, 2014	226
Graphique 5.3.15	Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages), 2014	227
i) Disponibilité de la large bande		
Graphique 5.3.16	Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des ménages)	228
Tableau 5.3.12	Disponibilité de la large bande à l'échelle nationale, par vitesse et nombre de plateformes (% des ménages), 2014	228
Tableau 5.3.13	Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire (% des ménages), 2014	229
Graphique 5.3.17	Disponibilité de la large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages), 2014	230

Tableau 5.3.14	Adoption des diverses technologies vidéo au Canada	231
----------------	--	-----

Section 5.4 Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail

Aperçu 5.4.0	Principaux indicateurs du secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail	233
--------------	---	-----

a) Revenus

Tableau 5.4.1	Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions \$)	234
Tableau 5.4.2	Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions \$)	235
Tableau 5.4.3	Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions \$)	235

b) Environnement concurrentiel

Graphique 5.4.1	Part de marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail, par type de FST (%)	236
Graphique 5.4.2	Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par type de FST (%)	237
Tableau 5.4.4	Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par FST et par type de protocole utilisé (%)	238
Tableau 5.4.5	Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%)	239

Section 5.5 Secteur des services sans fil de détail

Aperçu 5.5.0	Principaux indicateurs du secteur des services sans fil de détail	241
--------------	---	-----

a) Revenus

Graphique 5.5.1	Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des services sans fil (excluant les services de téléappel)	243
Tableau 5.5.1	Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$)	244
Tableau 5.5.2	Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$)	244
Tableau 5.5.3	Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) (millions \$)	245
Graphique 5.5.2	Revenus d'itinérance par type et par destination, 2014	245

b) Données relatives aux abonnés

Tableau 5.5.4	Nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel	246
Tableau 5.5.5	Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil	246
Graphique 5.5.3	Nombre de contrats de services sans fil par durée	246
Graphique 5.5.4	Nombre total de messages SMM et SMS	247
Tableau 5.5.6	Utilisation moyenne des données mobiles par mois (Mo/mois)	247

c) Environnement concurrentiel

Graphique 5.5.5	Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST	248
Graphique 5.5.6	Part de marché des revenus des services sans fil des FST	249
Graphique 5.5.7	Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refactureurs, 2014	250
Tableau 5.5.7	Revenu moyen par utilisateur (\$/mois)	251
Tableau 5.5.8	Taux de roulement mensuel moyen	251

d) Indicateurs technologiques

Graphique 5.5.8	Pénétration des appareils mobiles	252
Tableau 5.5.9	Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)	252
Graphique 5.5.9	Pénétration des appareils mobiles, par région	253
Tableau 5.5.10	Nombre et pourcentage d'appareils portatifs évolués, par province et territoire	254
Graphique 5.5.10	Revenus et abonnés des forfaits de données mobiles uniquement, par capacité des forfaits de données, 2014	255
Graphique 5.5.11	Pourcentage des revenus des services mobiles, services téléphoniques c. à large bande standard c. à large bande spécialisés, 2014	255
Tableau 5.5.11	Abonnements à la large bande mobile	256
Graphique 5.5.12	Pourcentage des abonnés des services mobiles par type de forfait, 2014	256
Graphique 5.5.13	Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents	257
Graphique 5.5.14	Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs tablettes	258

e) Indicateurs de rendement

Tableau 5.5.12	Revenu moyen des services sans fil par abonné	259
Tableau 5.5.13	Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel)	259

f) Prix

Graphique 5.5.15	Prix d'un service sans fil de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées	262
Graphique 5.5.16	Prix d'un service sans fil de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées	263
Graphique 5.5.17	Prix d'un service sans fil de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées	263
Graphique 5.5.18	Prix d'un service sans fil de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées	263
Graphique 5.5.19	Prix d'un service sans fil de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales	265
Graphique 5.5.20	Prix d'un service sans fil de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales	265
Graphique 5.5.21	Prix d'un service sans fil de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales	266
Graphique 5.5.22	Prix d'un service sans fil de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales	266

g) Détails sur la couverture et l'accessibilité

Graphique 5.5.23	Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire, 2014	267
------------------	--	-----

Graphique 5.5.24	Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination, 2014	267
Tableau 5.5.14	Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire, 2014	268
Tableau 5.5.15	Nombre de réseaux sans fil distincts, exprimé en pourcentage de la population couverte, par province et territoire, 2014	268
Graphique 5.5.25	Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs	269
Graphique 5.5.26	Nombre de points d'accès Wi-Fi et pénétration des appareils portatifs évolués par province et par territoire, 2014	270
Graphique 5.5.27	Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits et payants au Canada, 2014	271
Carte 5.5.1	Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations, 2014	272
Carte 5.5.2	Accessibilité des services sans fil HSPA+, par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations, 2014	273

Section 5.6 Secteur des services de télécommunication de gros

Aperçu 5.6.0	Principaux indicateurs du secteur des services de télécommunication de gros	275
a) Revenus		
Tableau 5.6.1	Revenus des services de télécommunication de gros (milliards \$)	276
Tableau 5.6.2	Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions \$)	277
Graphique 5.6.1	Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché	278
Graphique 5.6.2	Répartition des pourcentages de revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (2010 c. 2014)	278
Graphique 5.6.3	Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros par rapport à l'ensemble des revenus de télécommunication, par secteur de marché	279
Tableau 5.6.3	Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions \$)	279
Tableau 5.6.4	Revenus des services de télécommunication locaux de gros, par province (millions \$)	280
Tableau 5.6.5	Revenus reliés aux services Internet de gros, par type de service (millions \$)	280
Tableau 5.6.6	Revenus des services d'accès Internet haute vitesse de gros, par type de service (millions \$)	281
Tableau 5.6.7	Abonnements dotés d'un accès Internet de gros LAN et par câble, par type de service (milliers)	281
Graphique 5.6.4	Abonnements dotés d'un accès haute vitesse de gros, par vitesse de service en Mb/s (milliers)	282
Tableau 5.6.8	Revenus des services de protocoles de données de gros, par type de services (millions \$)	283
Tableau 5.6.9	Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions \$)	284
b) Données relatives aux abonnés		
Tableau 5.6.10	Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)	284
c) Environnement concurrentiel		
Tableau 5.6.11	Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires de gros, par type de FST (pourcentage)	285
Tableau 5.6.12	Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions \$)	285
Tableau 5.6.13	Revenus des services interurbains, par type de FST (millions \$)	286
d) Abstention de la réglementation		
Graphique 5.6.5	Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification, 2014	286

Graphique 5.6.6	Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services, 2014	287
Tableau 5.6.14	Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros générés par les services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	287

e) Dépenses entre fournisseurs

Graphique 5.6.7	Dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu	288
-----------------	--	-----

Résumé

Le *Rapport de surveillance des communications* présente une vue d'ensemble des marchés des communications au Canada. Plus précisément, il offre à l'industrie, aux intervenants et au public canadien un outil utile qui les aidera à mieux comprendre le secteur des communications et à participer aux instances du CRTC.

Principales tendances du marché des communications en 2014

- **L'industrie des communications a enregistré des revenus totaux de 63,2 milliards de dollars en 2014, une hausse par rapport aux 61,9 milliards de dollars générés en 2013.** Malgré cette hausse des revenus, le taux de croissance de 2,1 % obtenu en 2014 est légèrement inférieur au taux de croissance moyen des cinq dernières années, établi à 2,4 %. Les hausses des revenus attribuables aux services mobiles, aux services Internet, aux services de distribution de radiodiffusion et aux services de télévision facultatifs ont été contrebalancées par les baisses de revenus qu'ont essuyées les services traditionnels de télévision, de radio et de téléphonie de résidence.
- **De l'ensemble des revenus des communications, la part du lion est allée aux télécommunications.** En 2014, les revenus des services de télécommunication ont totalisé 45,9 milliards de dollars et ont crû de 2,4 % alors que ceux des services de radiodiffusion se sont chiffrés à 17,3 milliards de dollars et ont augmenté de 1,4 % par rapport à l'an dernier. Ces résultats suivent les tendances des années antérieures.
- **Les cinq principales entreprises ont généré à elles seules 84 % des revenus des services de communication en 2014.** Il s'agit d'une augmentation de 1 % par rapport à 2013.
- **Les dépenses mensuelles moyennes que les ménages consacrent aux services de communication ont augmenté, passant de 191 \$ en 2013 à 203 \$ en 2014.** La principale augmentation des dépenses a touché les services mobiles, passant de 69 \$ à 79 \$. Les Canadiens ont surtout dépensé pour les services sans fil mobiles (39 %), suivi par les services de télévision de résidence (27 %), Internet (19 %) et les services téléphoniques de résidence (15 %).
- **Le prix des services de communication a dépassé l'ensemble des prix à la consommation.** Entre 2013 et 2014, l'ensemble des prix à la consommation a augmenté de 2,0 %, tandis que les prix des services de communication ont subi les hausses suivantes : 3,4 % dans le cas de la téléphonie de résidence; 2,3 % dans le cas du câble, du satellite de radiodiffusion directe et de la télévision par protocole Internet (TVIP); et 8,0 % dans le cas du service Internet.

Les nouvelles technologies façonnent les modes de communication des Canadiens

- **Pour la première fois, on compte plus de ménages canadiens abonnés uniquement au service sans-fil mobile (20,4 %) qu’au service filaire – ligne terrestre (14,4 %).** En 2013, les ménages canadiens étaient également plus nombreux à privilégier les services téléphoniques mobiles (84,9 %) plutôt que les services téléphoniques filaires (78,9 %).
- **Les Canadiens continuent de se tourner vers les services mobiles à large bande.** Les abonnements aux services mobiles à large bande ont continué de croître considérablement, s’établissant à plus de 19 millions d’abonnés canadiens en 2014, contre 17,6 millions en 2013 et 13,2 millions en 2011.
- **Le nombre d’abonnés au service sans-fil a augmenté en 2014, mais à un rythme inférieur à celui des dernières années.** En 2014, la croissance était de 1,5 %, contre 2,3 % en 2013 et 7,9 % en 2010.
- **Moins d’utilisateurs au service sans-fil ont opté pour des forfaits de plus de deux ans.** En 2014, les contrats de plus de deux ans représentaient 33 % de l’ensemble des contrats, toutes durées confondues, contre 56 % en 2013.
- **Les deux tiers des Canadiens possèdent un téléphone intelligent.** En 2014, 66 % des Canadiens âgés de 18 ans ou plus possédaient un téléphone intelligent, contre 62 % en 2013 et 24 % en 2010.
- **Plus de 90 % de la population est maintenant desservie par la technologie LTE.** Le réseau LTE a été étendu à 93 % de la population, alors que le réseau HSPA+ est offert à 99 % de la population.
- **Le nombre de personnes ayant une tablette a continué d’augmenter rapidement au cours de la dernière année – près de la moitié des Canadiens en possèdent une.** En 2014, 49 % des Canadiens âgés de 18 ans ou plus ont déclaré avoir une tablette, contre 39 % en 2013 et 3 % en 2010.
- **Au pays, 96 % des ménages peuvent s’abonner à des vitesses de téléchargement de 5 Mbps.** Ce pourcentage n’a pas vraiment changé depuis 2013, mais il est passablement supérieur aux 87 % de 2011. À titre comparatif, 77 % des ménages canadiens sont effectivement abonnés à des services Internet offrant cette vitesse cible de téléchargement.

- **En 2014, 87 % des abonnés des services Internet haute vitesse avaient accès à des capacités de téléchargement de 40 gigaoctets.** Il s'agit là d'une augmentation appréciable par rapport à 76 % en 2013 et à 72 % en 2011.

Les Canadiens modifient leur façon de consommer le contenu

- **L'écoute de la télévision sur Internet a continué de prendre de l'ampleur.** Au printemps 2015, les Canadiens âgés de 18 ans ou plus regardaient 7 heures de télévision sur Internet par semaine, comparativement à 5,1 heures en 2013 et à 1,5 heure en 2008.
- **L'écoute de la télévision traditionnelle diminue sans cesse.** Durant l'année de radiodiffusion 2013-2014, les Canadiens ont regardé 29 heures de télévision traditionnelle par semaine, contre 29,3 heures en 2012-2013 et 29,8 heures en 2010-2011.
- **Les jeunes Canadiens regardent beaucoup moins de télévision traditionnelle que les Canadiens plus âgés.** En moyenne, les Canadiens âgés de 18 à 34 ans ont regardé deux fois moins de télévision traditionnelle (20,6 heures) que les 65 ans et plus (41,8 heures).
- **Pour la première fois depuis son entrée sur le marché canadien, la IPTV a affiché des revenus dépassant le milliard de dollars.** En 2014, la IPTV a généré près de 1,3 milliard de dollars en revenus, une hausse par rapport à 925 millions de dollars en 2013.

Autres services audio en expansion

- **Les Canadiens utilisent de plus en plus les services en continu.** En 2014, 52 % des Canadiens écoutaient des vidéos de musique sur YouTube, 22 % écoutaient la radio AM/FM en ligne, 18 % écoutaient de la musique personnalisée en continu et 21 % écoutaient des balados.
- **Dix-neuf pour cent des Canadiens âgés de 18 ans ou plus étaient abonnés à des services de radio par satellite.** Il s'agit d'une hausse de 2 % par rapport à 2013 et de 8 % par rapport à 2009.
- **En revanche, les stations de radio commerciale privées ont connu une perte de revenus et de rentabilité en 2014.** Les stations de radio commerciales ont déclaré une légère baisse de revenus, lesquels sont passés de 1,62 milliard de dollars en 2013 à 1,61 milliard de dollars en 2014. Les stations de radio, tant AM que FM, ont déclaré des marges bénéficiaires plus faibles en 2014.

1.0 Introduction

But du *Rapport de surveillance des communications*

Au cours des dernières décennies, la technologie des communications a connu des transformations profondes. Aujourd'hui, les Canadiens ont accès en temps réel à un monde d'information et de divertissement sur une multitude de plateformes. Ils comptent sur leur système de communication pour créer du contenu significatif, contribuer à l'économie et à la démocratie du pays et communiquer avec leurs amis, leurs familles et leurs communautés. Alors que les Canadiens s'adaptent au changement technologique, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) continuera de superviser et de réglementer de façon responsable, mesurée et intelligente dans l'intérêt public.

Le *Rapport de surveillance des communications* du CRTC se veut un outil destiné à analyser l'évolution du système de communication du Canada. Il est conçu de manière à permettre d'appuyer sur des éléments de preuve l'élaboration de politiques, la prise de décisions de même que la tenue de discussions publiques ouvertes sur des politiques réglementaires et des enjeux touchant la radiodiffusion et les télécommunications. Le Conseil invite les parties à s'inspirer des données que contient le rapport pour participer plus activement au processus de réglementation.

Portée et structure du rapport de cette année

L'édition 2015 du *Rapport de surveillance des communications* présente un large éventail de données portant sur de nombreux aspects du secteur des communications, notamment le rendement financier, les caractéristiques de l'industrie, les dépenses au titre des émissions canadiennes ainsi que les prix et la disponibilité des services à l'échelle du pays.

À l'instar des efforts que le Conseil a déployés l'an dernier pour donner un aperçu concis, la section 2.0 présente les tendances et les renseignements clés qui touchent directement les Canadiens en tant que citoyens, consommateurs et créateurs. Cette section résume ces principales tendances et brosse un tableau du rendement du marché, de l'état de la concurrence, des prix et de l'accès pour tous les services. Les sections qui suivent offrent une foule de renseignements précis propres au secteur.

La section 3.0 passe en revue l'ensemble de l'industrie des communications au Canada tout en mettant l'accent sur certaines caractéristiques, comme les acteurs sur le marché et le nombre d'entreprises en exploitation dans les divers secteurs de cette industrie. Dans le secteur de la radiodiffusion, il s'agit des stations de radio, des services de télévision (stations en direct, services facultatifs [c.-à-d. télévision spécialisée et payante], services de vidéo sur demande et services à la carte) et des entreprises de distribution de radiodiffusion. Dans le secteur des télécommunications, il s'agit des services locaux de voix et d'accès, de l'interurbain, d'Internet, du sans-fil, de la transmission des données et des liaisons spécialisées.

Les autres sections portent sur des marchés précis et présentent des renseignements détaillés pour ceux qui veulent de telles données. Les sections 4.0 à 4.3 sont consacrées aux marchés de la radio, de la télévision et de la distribution de la radiodiffusion. On y présente diverses

données qui portent sur la mesure de l'audience, les contributions et les dépenses au titre de la programmation, et l'accès aux services. Les sections 5.0 à 5.6 portent sur le secteur des télécommunications au Canada et abordent les services Internet de détail et de gros, les services téléphoniques filaires (c.-à-d. les lignes terrestres), le sans-fil, la transmission de données et les liaisons spécialisées.

Changements dans l'édition 2015

Le *Rapport de surveillance des communications* 2015 tient compte de nouvelles données qui reflètent les développements dans la réglementation et le marché. Ces réalités comprennent l'avènement de nouvelles technologies, le lancement de services nouveaux ou de services en évolution, les changements survenus dans la structure du marché ainsi que dans la réglementation et les ententes nationales.

Le CRTC a adapté le rapport pour prendre en compte les nouvelles technologies et donner des précisions supplémentaires sur les services existants. Voici les changements qui ont été apportés à l'édition 2015 du *Rapport de surveillance des communications*.

- Chaque section comporte désormais une page de présentation donnant des indicateurs clés.
- Dans le cadre du projet pilote sur l'ouverture des données, le CRTC versera des données relatives à la propriété des services de télévision et à l'écoute télévisuelle sur le [portail du Gouvernement ouvert](#).
- Les données concernant les revenus, les lignes et les vitesses d'accès haute vitesse de gros (principalement Internet à large bande) sont maintenant présentées.
- La section 5.5 inclut désormais des données sur l'offre des points d'accès sans fil dans des lieux publics intérieurs et extérieurs et sur leurs prix.
- Le rapport présente désormais le taux d'adoption de divers forfaits d'utilisation de données sans fil chez les abonnés canadiens.
- Le rapport contient de nouveaux renseignements concernant le nombre de titres figurant dans les répertoires des services de vidéo sur demande.
- La section Perspective internationale qui figurait dans l'édition de l'an dernier n'est pas reprise dans le rapport de 2015 pour garantir que le CRTC se concentre sur l'analyse des données qu'il collecte directement. Les personnes qui désirent des données supplémentaires dans une perspective de comparaison à l'échelle internationale peuvent visiter le [portail Innovation et Technologies](#) ou le [portail sur le haut débit](#) de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Grâce à ces changements, les Canadiens disposeront de meilleures données sur l'aspect financier, les prix ainsi que d'autres indicateurs clés et grandes tendances pour mieux saisir l'industrie de communication.

1.1 Le CRTC

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est un tribunal administratif chargé de réglementer et de surveiller les systèmes de radiodiffusion et de télécommunications canadiens dans l'intérêt du public, en plus de protéger la vie privée et d'assurer la sécurité des Canadiens.

Les principales responsabilités du CRTC comprennent notamment ce qui suit :

Politiques réglementaires, mise en œuvre des lois et réglementation

- Élaborer des politiques réglementaires pour le système de communication canadien;
- Approuver les fusions, les acquisitions et les changements de propriété des entreprises de radiodiffusion;
- Approuver les tarifs et les ententes concernant certains services de télécommunication;
- Attribuer, renouveler et modifier les licences des entreprises de radiodiffusion, de distribution et de programmation;
- Régler les différends liés à la concurrence.

Sensibilisation et engagement auprès des intervenants et des Canadiens

- Consulter et informer les Canadiens;
- Répondre aux demandes de renseignements et aux plaintes des intervenants et Canadiens;
- Collaborer avec les partenaires canadiens et internationaux dans les dossiers;
- Favoriser la coréglementation et l'autoréglementation de l'industrie au moyen de consultations, de comités et de groupes de travail.

Surveillance, conformité et application de la loi

- Surveiller le système canadien de communication et produire des rapports à son sujet;
- Promouvoir le respect des lois, des règlements et des règles, dont les *Règles sur les télécommunications non sollicitées*, la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP) et le Registre de communication avec les électeurs, et garantir la conformité.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le mandat, la mission et les activités du CRTC, veuillez consulter son site Web à l'adresse <http://www.crtc.gc.ca/fra/acrtc/acrtc.htm>.

2.0 Système de communication du Canada : Aperçu à l'intention des citoyens, des consommateurs et des créateurs

Depuis quelques années, le CRTC ne ménage aucun effort pour placer les Canadiens au centre du système de communication, que ce soit à titre de consommateurs de produits et de services de communication, de créateurs et de distributeurs de contenus ou de citoyens qui ont besoin d'information pour participer pleinement à une société démocratique. À cette fin, voici un aperçu des sujets d'une importance particulière pour les Canadiens et des principales tendances relatives au secteur de l'industrie des communications, à la concurrence, aux dépenses des ménages et à l'accès aux services de communication.

Pour la première fois, plus de ménages canadiens s'abonnent exclusivement aux services sans fil mobiles (20,4 %) qu'exclusivement aux services téléphoniques filaires (c.-à-d. une ligne terrestre) (14,4 %).

La majorité des Canadiens continuent d'avoir et d'utiliser une ligne terrestre, mais les données démontrent un déplacement graduel des consommateurs à partir de cette technologie vers les services sans fil. De fait, plus de ménages canadiens ont des téléphones mobiles (84,9 %) que des lignes terrestres (78,9 %). Cela représente un changement important : il y a à peine 10 ans, un peu plus de la moitié (53,9 %) des ménages canadiens utilisaient un téléphone mobile et presque tous utilisaient une ligne terrestre (96,3 %).

Par contre, alors que les Canadiens adoptent les services sans fil mobiles, un portrait plus précis se présente lorsque nous examinons cette tendance par quintile de revenu. Par exemple, les ménages exclusivement sans fil sont plus communs dans les deux quintiles de revenus inférieurs (voir le tableau 2.0.7). Cela indique que la croissance du nombre de ménages qui utilisent uniquement des services mobiles peut être motivée non seulement par l'évolution des préférences, mais aussi par des facteurs économiques.

Les heures d'écoute globale n'ont pas grandement diminué, mais les jeunes Canadiens regardent beaucoup moins de télévision traditionnelle que leurs aînés.

Depuis l'introduction en 2009 de meilleurs outils de mesure de l'auditoire (p. ex. audimètres portables), le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens de 18 ans et plus est demeuré relativement stable, passant de 29,8 (année de radiodiffusion 2010-2011) à 29,0 (2013-2014). Par contre, les habitudes d'écoute des jeunes Canadiens et de leurs aînés sont fort différentes. De 2009-2010 à 2013-2014, le nombre d'heures d'écoute de la télévision traditionnelle des Canadiens de 65 ans et plus a augmenté de 3,5 % alors que celui des Canadiens de 18 à 34 ans a diminué de 12,3 %.

Les données de 2013-2014 indiquent que, en moyenne, les Canadiens de 18 à 34 ans regardent moins de la moitié du nombre d'heures de télévision traditionnelle (20,6) que ceux de 65 ans et plus (41,8). On observe la même tendance pour les enfants (2 à 11 ans) et les adolescents (12 à 17 ans). Ces données démontrent clairement l'écart entre les Canadiens de plus et de moins de 50 ans : contrairement aux jeunes, les auditeurs plus âgés continuent de regarder un grand nombre d'heures de télévision traditionnelle.

Les données de l'Observateur des technologies médias démontrent une tendance semblable en ce qui concerne les médias numériques : 58 % des anglophones de 18 à 34 ans souscrivent à Netflix, par rapport à 14 % pour ceux de 65 ans et plus. L'écart est encore plus prononcé parmi les francophones : 24 % et 1 % respectivement.

En 2014, les ménages canadiens ont payé en moyenne 203,04 \$ par mois pour leurs services de communication, soit une hausse de 11,92 \$ par rapport à 2013 (environ 6 %).

Les ménages canadiens dépensent en ce moment plus en services sans fil (79,08 \$) et de distribution de radiodiffusion (53,95 \$) qu'en services Internet (38,91 \$) ou en services téléphoniques filaires (31,10 \$).

Par contre, il y a des différences marquées selon le quintile de revenu. Les ménages dans les deux quintiles supérieurs dépensent plus du double en services sans fil mobiles que ceux du quintile inférieur – il s'agit plus ou moins de la même tendance que pour la télévision par câble ou par SRD et les services Internet. Les dépenses demeurent relativement égales dans les divers quintiles de revenu que pour les services filaires.

Que sont les entreprises de distribution de radiodiffusion?

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) offrent aux Canadiens des services de télévision par abonnement. Elles distribuent les émissions des stations de télévision et de radio en direct traditionnelles. Elles distribuent aussi des services audio et vidéo payants et facultatifs (p. ex. services spécialisés, à la carte, sur demande). La majorité des EDR sont des fournisseurs de services par câblodistribution, par satellite de radiodiffusion nationale en direct ou par télévision sur protocole Internet (IPTV).

Presque tous les Canadiens ont accès à des vitesses de téléchargement à large bande d'au moins 5 Mbps, mais les abonnements ne suivent pas le rythme.

Au cours des cinq dernières années, le pourcentage des Canadiens qui ont accès à la vitesse de téléchargement de 5 Mbps est passé de 86 % à 96 %, dont 77 % des ménages canadiens s'y abonnent.

En avril 2015, le CRTC a lancé un examen des services de télécommunication de base portant sur diverses questions : vitesses de téléchargement et de téléversement requises à l'ère numérique, rôle des acteurs économiques et réglementaires des secteurs public et privé, mécanismes de financement éventuels pour appuyer les services de télécommunication ainsi que divers sujets connexes.

Un Canada branché

En 2014, le gouvernement a engagé 305 millions \$ sur cinq ans (2014-2019) pour étendre et améliorer l'accès à l'Internet à large bande aux Canadiens des collectivités rurales et éloignées qui ne disposent pas actuellement du service à 5 mégabits par seconde (Mbps). Industrie Canada a lancé le programme résultant, Un Canada branché, en juillet 2014. Au moyen d'Un Canada branché, le gouvernement soutient les investissements du secteur privé dans la construction de nouvelles infrastructures d'Internet à large bande, avec l'objectif initial d'élargir l'accès de 280 000 foyers à travers le pays. Le programme constitue un engagement clé sous Canada numérique 150, le plan du gouvernement pour aider les Canadiens à tirer pleinement profit des occasions de l'ère numérique.

a) *Portrait de l'industrie et concurrence*

Le système de communication du Canada se divise en deux grandes catégories : radiodiffusion et télécommunication. En 2014, les revenus des communications ont augmenté de 2 %. Par contre, cette croissance globale cache des différences importantes entre les divers secteurs. Les autres sections du présent rapport donnent des renseignements financiers détaillés alors que la présente section donne un aperçu général des revenus et du paysage concurrentiel en radiodiffusion et en télécommunication.

Tableau 2.0.1 Aperçu de l'industrie des services de communication

Revenus (milliards \$)	2013	2014	Croissance (%)
Communication	61,9	63,2	2,1
Radiodiffusion	17,0	17,3	1,4
Radio	1,6	1,6	-0,5
Télévision	6,5	6,6	1,9
EDR	8,9	9,1	1,4
Télécommunication (de détail et de gros)	44,8	45,9	2,4
Téléphonie filaire (local et interurbain)	10,6	10,1	-4,7
Internet	8,2	8,9	8,8
Données et liaison spécialisée	4,8	4,8	0,0
Sans fil (local et interurbain)	21,2	22,0	3,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de télécommunication dominent toujours

En 2014, les services de télécommunication continuent de capturer environ 73 % des revenus de communication totaux, alors que la radiodiffusion obtient les autres 27 %. Cela correspond en partie à la portée des services sans fil, qui représentaient presque la moitié des revenus de télécommunication. En fait, les seuls services sans fil mobiles génèrent des revenus supérieurs à ceux de l'ensemble du secteur de la radiodiffusion.

Comme il est mentionné plus haut, plus de Canadiens s'abonnent exclusivement aux services sans fil mobiles qu'aux services téléphoniques filaires. Cela correspond aux données financières qui démontrent une croissance relativement continue des revenus des services mobiles.

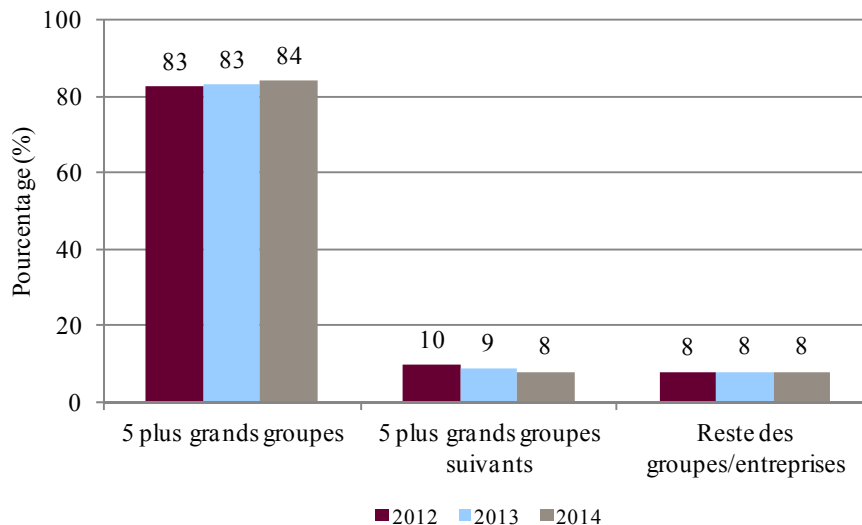
On observe une tendance semblable au sein du système de communication, où certains secteurs contribuent à la croissance globale et d'autres stagnent ou sont à la baisse. De nombreux Canadiens continuent d'utiliser les services introduits plus tôt au 20^e siècle, y compris les services téléphoniques filaires ainsi que la télévision et la radio traditionnelles. Par contre, la croissance des revenus de ces services ne suit pas celle des nouveaux services et, dans certains cas, ces revenus sont même à la baisse.

Un marché concentré

Dans l'ensemble, le paysage concurrentiel du système de communication a peu changé depuis l'an dernier. Les grandes entités intégrées verticalement et horizontalement maintiennent une position dominante dans le marché. Comme le montre le graphique 2.0.1, les cinq principaux groupes ou entités de radiodiffusion et de télécommunication (Bell Canada, Québecor, Rogers, TELUS et Shaw)

reçoivent collectivement quelque 84 % du total des revenus de l'industrie, une hausse de 1 % par rapport à 2013. Les cinq prochains groupes (Bragg, Cogeco, MTS, SaskTel et TéléSAT) recueillent collectivement 8 % des revenus.

Graphique 2.0.1 Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété en radiodiffusion et en télécommunication



Source : Données recueillies par le CRTC

Les 10 principales entités offrent généralement une vaste gamme de services (p. ex. sans-fil, filaire, Internet, distribution de radiodiffusion). Les autres entreprises sont plus spécialisées, mettant l'accent, par exemple, sur la fourniture de services Internet haute vitesse de détail à titre de revendeur ou sur l'exploitation d'un petit groupe de stations de radio régionales. D'autres parties du présent rapport, en particulier les sections 5.3 (Services Internet) et 5.5 (Services sans fil), présentent des renseignements sur la croissance des revenus et du nombre d'abonnés des revendeurs et des nouveaux venus.

Nomenclature : Conventions d'appellation des entités mentionnées dans le présent rapport

La présente section nomme les principales entités de radiodiffusion et de télécommunication au moyen de noms courts plutôt que de leur dénomination sociale (p. ex. Rogers plutôt que Rogers Communications Inc.). Il y a deux raisons pour ce faire. Premièrement, il s'agit de noms que les Canadiens, en tant que consommateurs, peuvent facilement reconnaître. Secondement, cela permet d'utiliser des noms courts et cohérents. L'annexe 6 dresse la liste des entreprises qui figurent dans le présent *Rapport de surveillance des communications*, et précise leur dénomination sociale.

Les offres groupées

La concentration du marché joue un rôle dans la croissance des offres groupées, puisque les grandes entités sont en mesure d'offrir des rabais à leurs clients qui s'abonnent à une gamme de services. Au cours des cinq dernières années (2010 à 2014), le nombre d'abonnements comprenant des services regroupés est passé de 8,8 à 10,4 millions. Le nombre d'abonnements comprenant des services groupés demeure inchangé en 2014 et la croissance a ralenti depuis quelques années : il se peut que les fournisseurs aient atteint une limite quant au nombre de clients disposés à regrouper leurs services.

Tableau 2.0.2 Nombre d'abonnements comprenant des services groupés (millions)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Nombre d'abonnements comprenant des forfaits	8,8	9,4	10,0	10,4	10,4	4,3
<i>Croissance (%)</i>	<i>17,1</i>	<i>6,4</i>	<i>6,3</i>	<i>4,1</i>	<i>0,0</i>	

Source : Données recueillies par le CRTC

b) Dépenses et prix dans le secteur des communications

L'examen des données sur les dépenses des ménages canadiens en services de communication aide à comprendre les incidences des services de communication sur les budgets des ménages et indique, dans une certaine mesure, une évolution à l'échelle nationale de la demande et du paysage concurrentiel.

Il faut reconnaître les limites des données sur les dépenses. En premier lieu, ces données peuvent masquer le fait que certains services, comme la télévision et la radio en direct (disponible sans frais), ont toujours une grande valeur pour les Canadiens. Ensuite, le montant moyen de dépenses tient compte de tous les ménages, y compris ceux qui ne souscrivent pas à un ou à plusieurs services. Par conséquent, les dépenses pour les ménages qui achètent des services peuvent être sous-estimées.

Les dépenses en services de communication continuent de croître

En 2014, un ménage canadien moyen a dépensé environ 203 \$ par mois en services de communication, une hausse de 11,92 \$ (6,2 %) par rapport à l'an dernier. Le tableau 2.0.4 suggère que, comme pour une bonne partie des revenus de l'industrie, certains secteurs de services reçoivent une part plus importante de ces dépenses.

La croissance provient en grande partie des dépenses en services sans fil et Internet, qui ont connu une croissance de 14,1 % et de 10,0 %, respectivement. La croissance des services Internet peut provenir d'un groupe de Canadiens qui ont mis à niveau leur vitesse.

Les Canadiens continuent d'attribuer une part plus faible de leurs dépenses de ménage au service téléphonique filaire, qui est passé de 32,85 \$ à 31,10 \$ par mois, une réduction de 5,3 %. En plus du déplacement vers les services sans fil, il y a aussi le fait que les ménages qui avaient un deuxième ou troisième abonnement téléphonique filaire semblent éliminer cet abonnement et souscrire plutôt à des services sans fil supplémentaires, comme le démontre le graphique 2.0.4. En 2014, les services téléphoniques filaires ne représentaient que 15,3 % des dépenses des ménages en services de communication, par rapport à 38,9 % pour les services sans fil.

Le montant moyen dépensé par les Canadiens de chaque quintile de revenu varie considérablement, mais dans l'ensemble, les ménages consacraient une partie plus importante de leur budget de communication aux services sans fil mobiles ou aux services de câblodistribution ou de satellite de radiodiffusion directe (SRD). En 2014, les dépenses les plus importantes étaient liées aux services sans fil mobiles, et ce, pour tous les quintiles de revenu.

Comme l'indique le tableau 2.0.3, même si les ménages à faible revenu dépensent moins en services de communication que les ménages à revenu élevé, les communications représentent un pourcentage plus important de leurs dépenses totales.

Tableau 2.0.3 Aperçu des dépenses en services en communication des ménages, par quintile, 2013

Caractéristique	Quintile 1 (revenu du ménage inférieur à 30 668 \$)	Quintile 2 (revenu du ménage de 30 669 \$ à 51 804 \$)	Quintile 3 (revenu du ménage de 51 805 \$ à 79 722 \$)	Quintile 4 (revenu du ménage de 79 723 \$ à 121 291 \$)	Quintile 5 (revenu du ménage supérieur à 121 292 \$)	Moyenne globale
Revenu annuel moyen	18 582 \$	41 105 \$	64 854 \$	98 634 \$	199 702 \$	84 575 \$
Membres par ménage	1,49	2,11	2,49	2,95	3,34	2,48
Dépenses en communications, en pourcentage du revenu annuel	8,3 %	4,9 %	3,8 %	2,8 %	1,7 %	2,9 %

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

Quelles sont les caractéristiques d'un ménage canadien moyen?

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2014 de Statistique Canada (données de 2013), le revenu annuel moyen par ménage canadien était de 84 575 \$. Le revenu moyen annuel avant impôts d'un ménage moyen allait de 68 898 \$ à 79 674 \$ pour les ménages à l'est de l'Ontario, et de 77 640 \$ à 118 750 \$ pour les ménages de l'Ontario et ceux à l'ouest de cette province. On retrouve le revenu annuel moyen avant impôts le plus élevé en Alberta (118 750 \$), suivi de l'Ontario (87 696 \$). Quant aux quintiles de revenu des ménages (représentant chacun 20 % des ménages par revenu annuel moyen), le revenu annuel moyen du premier quintile était de 18 582 \$. Un ménage de ce quintile comptait en moyenne 1,49 membre. Le revenu maximal de ce quintile était de 30 668 \$. Le revenu annuel moyen du troisième quintile était de 64 854 \$. Un ménage de ce quintile comptait en moyenne 2,49 membres. Le revenu maximal de ce quintile était de 79 722 \$. Le revenu des ménages du quintile supérieur était de plus de 121 291 \$, avec un revenu annuel moyen de 199 702 \$. Un ménage de ce quintile comptait en moyenne 3,34 membres.

Tableau 2.0.4 Dépenses mensuelles des ménages en communications, par service et quintile (\$/mois/ménage)

Service	Année	Quintile 1	Quintile 2	Quintile 3	Quintile 4	Quintile 5	Moyenne globale
Téléphone filaire	2011	33,91	33,51	37,01	42,56	42,39	37,66
	2012	29,06	33,05	34,28	37,18	40,73	34,86
	<i>Croissance (%)</i>	<i>-14,3</i>	<i>-1,4</i>	<i>-7,4</i>	<i>-12,6</i>	<i>-3,9</i>	<i>-7,4</i>
	2013	27,92	30,72	31,38	34,55	39,78	32,85
	<i>Croissance (%)</i>	<i>-3,9</i>	<i>-7,0</i>	<i>-8,5</i>	<i>-7,1</i>	<i>-2,3</i>	<i>-5,8</i>
	2014	25,24	29,41	31,61	33,51	35,78	31,10
<i>Croissance (%)</i>	<i>-9,6</i>	<i>-4,2</i>	<i>0,7</i>	<i>-3,0</i>	<i>-10,1</i>	<i>-5,3</i>	
Sans fil mobile	2011	31,58	43,33	58,25	73,00	98,50	60,92
	2012	32,92	48,58	67,92	80,42	107,08	67,42
	<i>Croissance (%)</i>	<i>4,2</i>	<i>12,1</i>	<i>16,6</i>	<i>10,2</i>	<i>8,7</i>	<i>10,7</i>
	2013	34,92	50,33	68,67	83,33	109,50	69,33
	<i>Croissance (%)</i>	<i>6,1</i>	<i>3,6</i>	<i>1,1</i>	<i>3,6</i>	<i>2,3</i>	<i>2,8</i>
	2014	43,17	56,17	77,58	91,75	126,50	79,08
<i>Croissance (%)</i>	<i>23,6</i>	<i>11,6</i>	<i>13,0</i>	<i>10,1</i>	<i>15,5</i>	<i>14,1</i>	
Internet	2011	18,45	25,47	31,80	34,65	39,28	29,95
	2012	21,42	26,49	33,03	35,64	40,32	30,95
	<i>Croissance (%)</i>	<i>16,1</i>	<i>4,0</i>	<i>3,9</i>	<i>2,9</i>	<i>2,6</i>	<i>3,3</i>
	2013	21,48	30,53	39,33	40,95	44,74	35,41
	<i>Croissance (%)</i>	<i>0,3</i>	<i>15,3</i>	<i>19,1</i>	<i>14,9</i>	<i>11,0</i>	<i>14,3</i>
	2014	24,74	33,82	40,34	45,75	50,05	38,91
<i>Croissance (%)</i>	<i>15,2</i>	<i>10,8</i>	<i>2,6</i>	<i>11,7</i>	<i>11,9</i>	<i>10,0</i>	
Câble et SRD	2011	37,99	45,76	52,09	59,35	67,11	52,42
	2012	35,55	46,93	51,79	55,95	70,00	52,02
	<i>Croissance (%)</i>	<i>-6,4</i>	<i>2,6</i>	<i>-0,6</i>	<i>-5,7</i>	<i>4,3</i>	<i>-0,8</i>
	2013	37,45	46,77	51,98#	60,20	71,58	53,56
	<i>Croissance (%)</i>	<i>5,3</i>	<i>-0,3</i>	<i>0,4</i>	<i>7,6</i>	<i>2,3</i>	<i>3,0</i>
	2014	35,20	46,88	55,14	61,66	70,79	53,95
<i>Croissance (%)</i>	<i>-6,0</i>	<i>0,2</i>	<i>6,1</i>	<i>2,4</i>	<i>-1,1</i>	<i>0,7</i>	
Total	2011	121,75	148,03	179,26	209,60	247,34	180,95
	2012	118,94	155,04	187,02	209,18	258,14	185,25
	<i>Croissance (%)</i>	<i>-2,3</i>	<i>4,7</i>	<i>4,3</i>	<i>-0,2</i>	<i>4,4</i>	<i>2,4</i>
	2013	121,76	158,35	191,36#	219,03	265,60	191,12
	<i>Croissance (%)</i>	<i>2,4</i>	<i>2,1</i>	<i>21,7</i>	<i>4,7</i>	<i>2,9</i>	<i>3,2</i>
	2014	128,35	166,27	204,67	232,67	283,12	203,04
<i>Croissance (%)</i>	<i>5,4</i>	<i>5,0</i>	<i>7,0</i>	<i>6,2</i>	<i>6,6</i>	<i>6,2</i>	

Sources : Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, données recueillies par le CRTC et analyse réalisée par le personnel

Les résultats de l'Enquête sur les dépenses des ménages (Enquête) menée par Statistique Canada sont publiés environ deux ans après la collecte de données. Les données les plus récentes sont donc celles de l'année 2013. Par conséquent, les données du tableau sont calculées en divisant les revenus résidentiels de chaque secteur (filaire, à l'exclusion de la vente d'équipement, sans fil mobile, Internet, câble et SRD) par le nombre moyen de ménages. Les revenus sont ensuite assortis selon la distribution des dépenses de l'Enquête. Les dépenses ne comprennent pas les taxes de vente.

Prix des services de communication

Les indices de prix donnent une indication de l'évolution des prix d'un ensemble de biens et de services. Le graphique 2.0.2 compare l'évolution à long terme des prix de trois ensembles principaux : téléphone (IPST); Internet; services par câble, SRD et la télévision IP.

Le graphique 2.0.2 montre l'évolution des prix d'ensembles de services de télécommunication (téléphone filaire; Internet; câble, SRD et IPTV) ainsi que l'évolution globale des prix mesurée par l'indice des prix à la consommation (IPC). L'utilisation d'ensembles uniformes de biens et des services et la comparaison des prix de l'année actuelle à la période de référence de l'indice (2002) permettent de mesurer l'évolution réelle des prix. Par exemple, l'indice des services par câble, par SRD et par IPTV indique qu'un ensemble de services qui coûtait 50 \$ en 2002 coûterait environ 83,30 \$ en 2014.

Selon l'IPC, en 2014, le taux d'inflation annuel moyen au Canada était de 2,0 %. En comparaison, les prix des principaux services de communication ont augmenté, de 2013 à 2014, de 3,4 % (téléphone), 2,3 % (câble, SRD et IPTV) et 8,0 % (Internet).

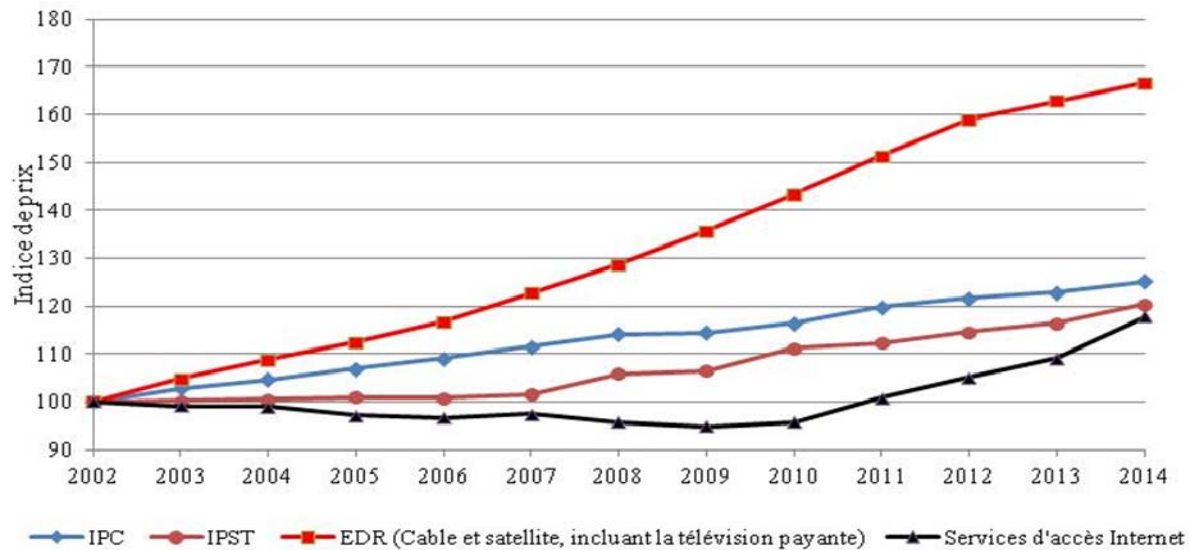
Qu'est-ce qu'un ensemble?

Ensemble de services téléphoniques

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

Ensemble de services par câble, par SRD et par IPTV

L'indice de prix des services par câble, par SDR et par IPTV 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 de câblodistribution. 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 liés aux forfaits.

Graphique 2.0.2 Indices de prix pour les services téléphoniques, d'EDR (câble, SRD, IPTV et télévision payante) et Internet, par rapport à l'IPC

Source : Statistique Canada

Pour en savoir plus sur les indices de prix, voir le [Document de référence de l'Indice des prix à la consommation canadien](#) de Statistique Canada.

Les prix pour les services offerts par les EDR ont augmenté au cours des dix dernières années (de 4,4 % par année, en moyenne). Les prix des services Internet ont commencé à croître en 2011. Dans l'ensemble, les abonnements à la télévision par câble et par SRD ont diminué légèrement au cours des cinq dernières années alors que les abonnements aux services Internet et d'IPTV sont en croissance constante.

c) Accès et disponibilité des services

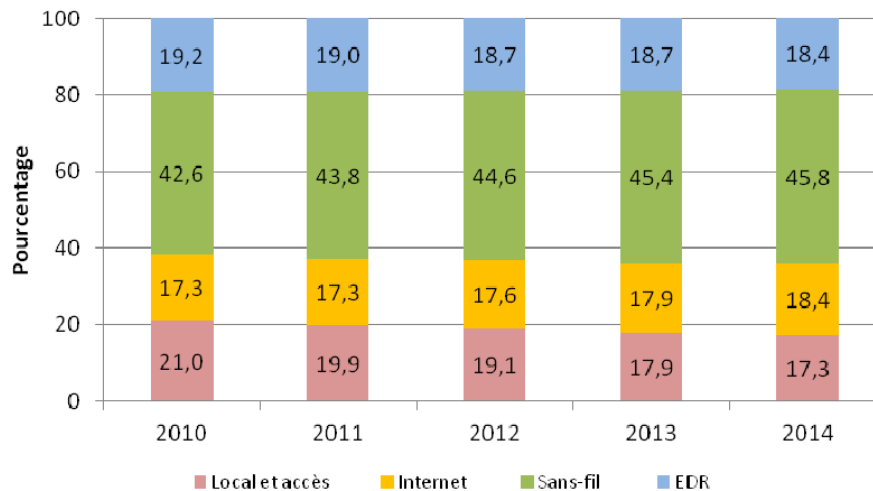
L'un des objectifs principaux du CRTC est de s'assurer que les Canadiens ont accès à un système de communication de classe mondiale. La réalisation de cet objectif exige des renseignements de grande qualité sur les divers défis auxquels les collectivités du pays sont confrontées. Pour nous aider à comprendre comment l'évolution du système de communication aide les Canadiens à créer des liens entre eux et avec le reste du monde, la suite de la présente section aborde la disponibilité des services de communication au Canada, en particulier en ce qui concerne les communautés de langue officielle en situation minoritaire et l'accès aux services de communication dans la langue officielle minoritaire.

Les Canadiens communiquent au moyen de diverses plateformes

Comme le montre le graphique 2.0.3, les services sans fil mobiles représentent près de la moitié des connexions des ménages et le nombre de connexions Internet continue de s'accroître. Les connexions terrestres (p. ex. téléphone filaire) et d'EDR (p. ex. câble, SRD, IPTV), malgré leur déclin relatif, représentent encore plus d'un tiers des connexions par abonnement. Dans l'ensemble, un ménage

moyen compte 4,5 connexions. Les connexions sans fil mobiles sont les plus courantes, mais il est évident que les Canadiens utilisent divers modes de communication.

Graphique 2.0.3 Connexions résidentielles, par pourcentage de ménages



Source : Données recueillies par le CRTC

Les connexions sans fil mobiles comprennent les connexions résidentielles et d'affaires ainsi que les abonnements aux services sans fil mobiles avec forfaits de données.

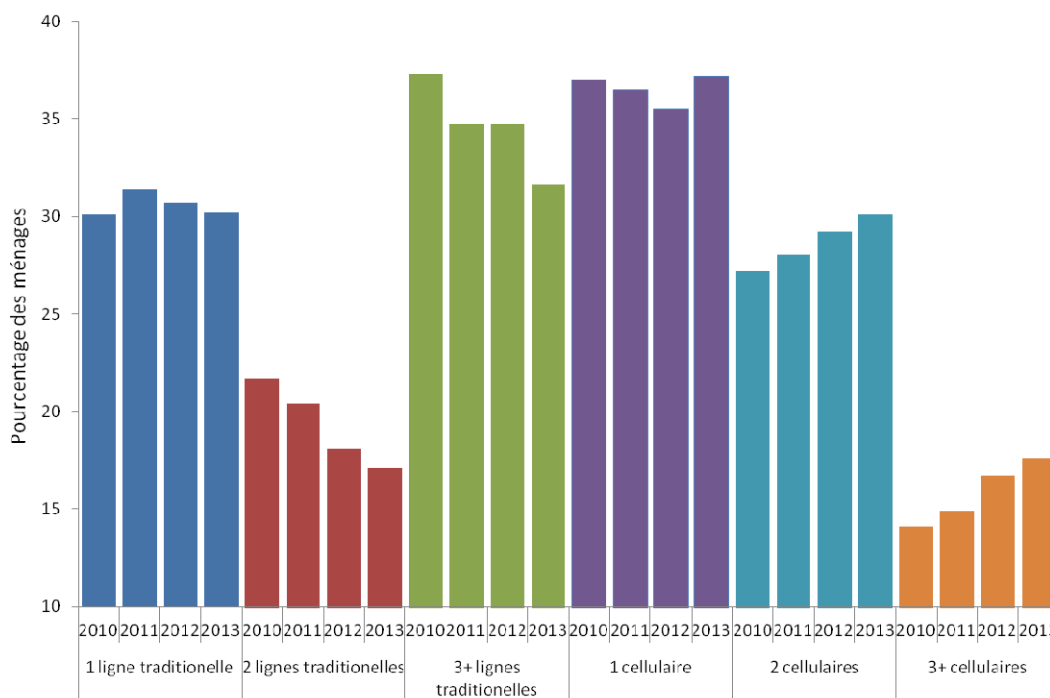
Les ménages avec plus d'un téléphone cellulaire alimentent la croissance du sans-fil

En matière de disponibilité, on peut aussi examiner le taux d'abonnement des ménages canadiens aux principaux services de communication. Le tableau 2.0.5 montre que presque tous les Canadiens (99,3 %) sont abonnés à des services sans fil mobiles ou de téléphone filaire. Mais plutôt que de cumuler les services téléphoniques (s'abonner et au service terrestre et au sans-fil mobile), certains Canadiens choisissent un seul service, et le plus souvent, il s'agit du sans-fil mobile. Comme il est indiqué ci-dessus, le pourcentage de ménages qui utilisent exclusivement des téléphones cellulaires (20,4 %) dépasse maintenant le pourcentage de ménages qui utilisent seulement la téléphonie filaire (14,4 %). Il s'agit d'un changement important : il y a 10 ans, ces pourcentages étaient respectivement de 2,5 % et de 44,9 %.

En triant les données par province (tableau 2.0.6) et par quintile de revenu (tableau 2.0.7), on voit quels groupes de Canadiens ont contribué à cette évolution. Par exemple, les quatre provinces de l'Ouest (Alberta, Saskatchewan, Manitoba et Colombie-Britannique) et l'Ontario ont joué un rôle important dans la croissance du nombre de ménages qui utilisent exclusivement la téléphonie cellulaire. Par contre, on retrouve encore au Québec et dans les provinces de l'Est (bien que de façon moins marquée en Nouvelle-Écosse) un pourcentage supérieur de ménages qui utilisent exclusivement la téléphonie filaire. Il faut toutefois signaler que le pourcentage de ménages utilisant exclusivement les services sans fil mobiles a augmenté dans toutes les provinces de 2012 à 2013.

Le graphique 2.0.4 suggère que les ménages qui avaient plus d'une ligne téléphonique réduisent le nombre de leurs connexions filaires. Un nombre important et croissant de ménages canadiens ont plus de deux téléphones cellulaires.

Graphique 2.0.4 Possession de téléphones, par nombre de téléphones et type de service



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Le graphique présente le pourcentage de ménages canadiens selon le nombre de téléphones et le type de service, de 2010 à 2013, d'après les données les plus récentes de l'Enquête sur les dépenses des ménages. Nota : Les lignes terrestres comprennent les téléphones filaires d'affaires.

La transition vers une utilisation répandue des services sans fil mobiles, en partie au dépens des services de téléphonie filaire, est un processus à long terme, mais les données historiques du tableau 2.0.5 démontrent que les Canadiens ont rapidement adopté la nouvelle technologie : il y a à peine 10 ans, les ménages avec seulement un service filaire (40 %) étaient beaucoup plus nombreux que ceux avec seulement le service sans fil (2,7 %).

Lien entre le revenu et les abonnements téléphoniques

Les données sur les taux de possession de téléphones par quintile de revenu (tableau 2.0.7) démontrent aussi la transition vers les téléphones mobiles. Notamment, plus de ménages canadiens à faible revenu (quintiles 1 et 2) utilisent seulement le service sans fil que seulement le service filaire. Cette transition s'était déjà produite pour les ménages des quintiles supérieurs. La baisse constante des abonnements aux services filaires, de 74,6 % à 65,2 %, suggère que de nombreux ménages du premier quintile choisissent d'abandonner ces services en faveur de la technologie mobile. Il semble que les ressources financières sont un facteur déterminant de l'abonnement des ménages à la fois aux services sans fil et filaires ou simplement à l'un d'entre eux. Seulement 16,1 % des ménages du

quintile supérieur s'abonnent seulement à l'un de ces services, par rapport à 63,0 % des ménages du quintile inférieur. Les données indiquent, en fait, que le taux d'abonnement aux deux types de services téléphoniques augmente selon le quintile.

Tableau 2.0.5 Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages

Année	Filaire	Sans fil mobile	Filaire et/ou sans fil mobile	Filaire seulement	Sans fil mobile seulement	Filaire ou sans fil seulement
2002	97,0	51,6	98,7	47,1	1,7	48,8
2003	96,3	53,9	98,8	44,9	2,5	47,4
2004	96,2	58,9	98,9	40,0	2,7	42,7
2005	94,0	62,9	98,8	36,0	4,8	40,8
2006	93,6	66,8	98,6	31,8	5,0	36,8
2007	92,5	71,9	98,8	26,9	6,3	33,2
2008	91,1	74,3	99,1	24,8	8,0	32,8
2009	89,3	77,2	99,3	22,1	10,0	32,1
2010	89,1	78,2	99,3	21,1	10,2	31,3
2011	86,5	79,4	99,3	19,9	12,8	32,7
2012	83,5	81,4	99,2	17,8	15,7	33,5
2013	78,9	84,9	99,3	14,4	20,4	34,8

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Tableau 2.0.6 Abonnements aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par province, 2013

Province	Filaire	Sans fil mobile	Filaire et/ou sans fil mobile	Filaire seulement	Sans fil mobile seulement	Filaire ou sans fil seulement
Colombie-Britannique	76,0	87,1	99,1	12,0	23,1	35,1
Alberta	78,3	90,1	99,5	9,4	21,2	30,6
Saskatchewan	78,4	86,1	99,3	13,2	20,9	34,1
Manitoba	80,9	82,9	99,4	16,5	18,5	35,0
Ontario	77,3	87,4	99,3	11,9	22,0	33,9
Québec	81,5	78,4	99,2	20,8	17,7	38,5
Nouveau-Brunswick	86,0	80,5	99,0	18,5	13,0	31,5
Nouvelle-Écosse	82,0	82,9	99,2	16,3	17,2	33,5
Île-du-Prince-Édouard	85,8	78,5	99,3	20,8	13,5	34,3
Terre-Neuve-et-Labrador	87,1	85,9	99,1	13,2	12,0	25,2
Canada	78,9	84,9	99,3	14,4	20,4	34,8

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Tableau 2.0.7 Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par quintile de revenu

Quintile de revenu	Année	Filaire	Sans fil mobile	Filaire et/ou sans fil mobile	Filaire seulement	Sans fil mobile seulement
1	2010	82,2	54,9	97,3	42,4	15,1
	2011	76,0	57,3	97,3	40,0	21,3
	<i>Croissance (%)</i>	-7,5	4,4	0,0	-5,7	41,1
	2012	74,6	61,7	97,4	35,7	22,8
	<i>Croissance (%)</i>	-1,8	7,7	0,1	-10,8	7,0
	2013	65,2	66,8	97,5	30,7	32,3
	<i>Croissance (%)</i>	-12,6	8,3	0,1	-14,0	41,7
2	2010	85,7	71,1	99,7	28,6	14,0
	2011	86,0	72,3	99,8	27,5	13,8
	<i>Croissance (%)</i>	0,4	1,7	0,1	-3,8	-1,4
	2012	80,3	75,1	99,5	24,4	19,2
	<i>Croissance (%)</i>	-6,6	3,9	-0,3	-11,3	39,1
	2013	75,0	79,7	99,7	20,0	24,7
	<i>Croissance (%)</i>	-6,6	6,1	0,2	-18,0	28,6
3	2010	89,3	82,0	99,8	17,8	10,5
	2011	85,1	85,3	99,7	14,4	14,6
	<i>Croissance (%)</i>	-4,7	4,0	-0,1	-19,1	39,0
	2012	82,8	85,9	99,7	13,8	16,9
	<i>Croissance (%)</i>	-2,7	0,7	0,0	-4,2	15,8
	2013	82,2	88,5	99,7	11,2	17,5
	<i>Croissance (%)</i>	-0,7	3,0	0,0	-18,8	3,6
4	2010	93,1	89,7	99,9	10,2	6,8
	2011	91,3	89,8	99,9	10,1	8,6
	<i>Croissance (%)</i>	-1,9	0,1	0,0	-1,0	26,5
	2012	87,4	91,0	99,8	8,8	12,4
	<i>Croissance (%)</i>	-4,3	1,3	-0,1	-12,9	44,2
	2013	84,7	92,9	99,6	6,7	14,9
	<i>Croissance (%)</i>	-3,1	2,1	-0,2	-23,9	20,2
5	2010	95,3	93,5	100,0	6,5	4,7
	2011	94,1	92,0	100,0	8,0	5,9
	<i>Croissance (%)</i>	-1,3	-1,6	0,0	23,1	25,5
	2012	92,4	93,4	99,7	6,3	7,3
	<i>Croissance (%)</i>	-1,8	1,5	-0,3	-21,3	23,7
	2013	87,5	96,4	100,0	3,6	12,5
	<i>Croissance (%)</i>	-5,3	3,2	0,3	-42,9	71,2

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Les résultats de l'Enquête sur les dépenses des ménages menée par Statistique Canada sont publiés environ deux ans après la collecte de données. Les données les plus récentes sont donc celles de l'année 2013.

Lien entre le revenu et les abonnements aux services Internet

Les appareils (téléphones intelligents, tablettes) et les technologies (HSPA et LTE) sans fil mobiles permettent à de nombreux Canadiens d'accéder à Internet de presque n'importe où, cependant, les ordinateurs à domicile jouent encore un rôle important. Le tableau 2.0.8 montre que la majorité des ménages canadiens ont un ordinateur à domicile. Dans le quintile inférieur, plus de ménages canadiens ont un téléphone cellulaire (66,8 %) (Tableau 2.0.7) qu'un ordinateur à domicile (64,4 %) ou un accès Internet à la maison (59,7 %).

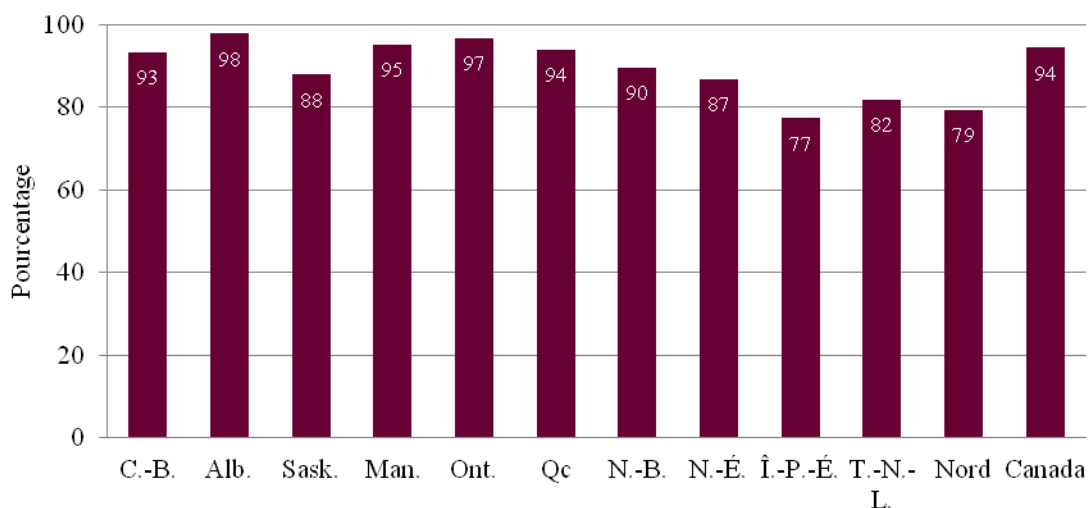
Il peut y avoir diverses raisons pour cela, mais un facteur important demeure le fait que ces ménages choisissent de consacrer leurs ressources à une technologie qui fournit de multiples services de communication (voix, Internet) plutôt qu'à des services individuels. Notons néanmoins que l'utilisation d'Internet à la maison a augmenté dans tous les quintiles, sauf pour le quintile supérieur qui a connu une baisse de 0,1 %.

Tableau 2.0.8 Ordinateurs à domicile et utilisation d'Internet par ménage, par 100 ménages, par quintile de revenu

	Année	Quintile 1	Quintile 2	Quintile 3	Quintile 4	Quintile 5	Moyenne globale
Ordinateur à domicile	2012	62,1	76,3	90,5	93,9	97,4	84,0
	2013	64,4	80,6	89,8	95,4	97,9	85,6
	<i>Croissance (%)</i>	3,7	5,6	-0,8	1,6	0,5	1,9
Utilisation d'Internet à domicile	2012	55,9	72,4	87,6	93,1	98,5	81,5
	2013	59,7	77,6	89,0	94,9	98,4	83,9
	<i>Croissance (%)</i>	6,8	7,2	1,6	1,9	-0,1	2,9

Source : Statistique Canada

L'utilisation à la hausse d'Internet dans les divers quintiles de revenu correspond à la disponibilité globale des services Internet de résidence et aux taux d'abonnement. Le pourcentage de ménages qui ont accès à la large bande à une vitesse de téléchargement d'au moins 5 Mbps demeure inchangé à 94 % (96 % avec le service par satellite) (Graphique 2.0.5). De même, bien que la cible du CRTC est liée à la *disponibilité* de vitesses de 5 Mbps en téléchargement et de 1 Mbps en téléversement et non aux abonnements, les données indiquent que les Canadiens adoptent les connexions rapides au fur et à mesure qu'elles sont offertes : la majorité des ménages s'abonnent maintenant à des vitesses de 10 Mbps et plus, alors que les abonnements aux vitesses moins rapides ont baissé en popularité.

Graphique 2.0.5 Disponibilité de la large bande résidentielle (5 Mbps ou plus en téléchargement), par province


Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Les services de distribution par satellite directe sont exclus. Étant donné que les services par satellite sont des services de couverture nationale, ils sont exclus de ce graphique; ils n'augmenteraient que d'environ 1,5 % à la disponibilité des services à large bande de 5 Mbps.

Tableau 2.0.9 Abonnements aux services Internet de résidence par vitesse de téléchargement par 100 ménages

Plateforme	2010	2011	2012	2013	2014
Haute vitesse (256 kbps ou plus)	73	76	78	79	81
Large bande					
1,5 Mbps ou plus	69	72	75	77	80
5 Mbps ou plus	51	54	62	71#	77
10 Mbps ou plus	18	19	29	45	55
16 Mbps ou plus	1	7	21	25	34
50 Mbps ou plus	0	0	3	4	8
Toutes vitesses (incluant l'accès par ligne commutée)	76	78	79#	80#	82

Source : Données recueillies par le CRTC

2.1 Pleins feux sur l'accès pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire

À titre d'institution désignée en vertu de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*, le CRTC s'engage à favoriser l'épanouissement des minorités francophones et anglophones du Canada, à appuyer leur développement, à répondre à leurs besoins dans le cadre de son mandat et à promouvoir la pleine reconnaissance et l'usage des deux langues dans la société canadienne. À cette fin, le CRTC met l'accent sur des mesures pour s'assurer que les communautés de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) ont accès à un nombre approprié et équitable de services de qualité et que ces communautés sont représentées de manière adéquate dans la programmation de ces services.

Les objectifs stratégiques dont le Conseil est chargé reflètent ce but. À cet égard, la *Loi sur la radiodiffusion* précise que le système de radiodiffusion canadien doit refléter la dualité linguistique du Canada grâce à des possibilités de programmation et d'emploi; qu'une gamme de services de radiodiffusion en français et en anglais doit être offerte à tous les Canadiens, au fur et à mesure de la disponibilité des moyens, et que la Société Radio-Canada doit fournir une programmation en français et en anglais et refléter la situation et les besoins particuliers des deux minorités de l'une ou l'autre langue.

Tableau 2.1.1 Proportion de la population de langue officielle en situation minoritaire par rapport à la population totale, par province ou territoire, 2012

Province ou territoire	Population de langue officielle en situation minoritaire (% de la population totale)
Colombie-Britannique	1,4
Alberta	2,0
Saskatchewan	1,7
Manitoba	3,6
Ontario	4,0
Québec	8,0
Nouveau-Brunswick	31,6
Nouvelle-Écosse	3,5
Île-du-Prince-Édouard	3,8
Terre-Neuve-et-Labrador	0,5
Le Nord	2,8
Canada	4,8

On peut utiliser divers critères pour déterminer la langue des particuliers : première langue apprise à la maison, langue parlée à la maison, langue de scolarisation, etc.

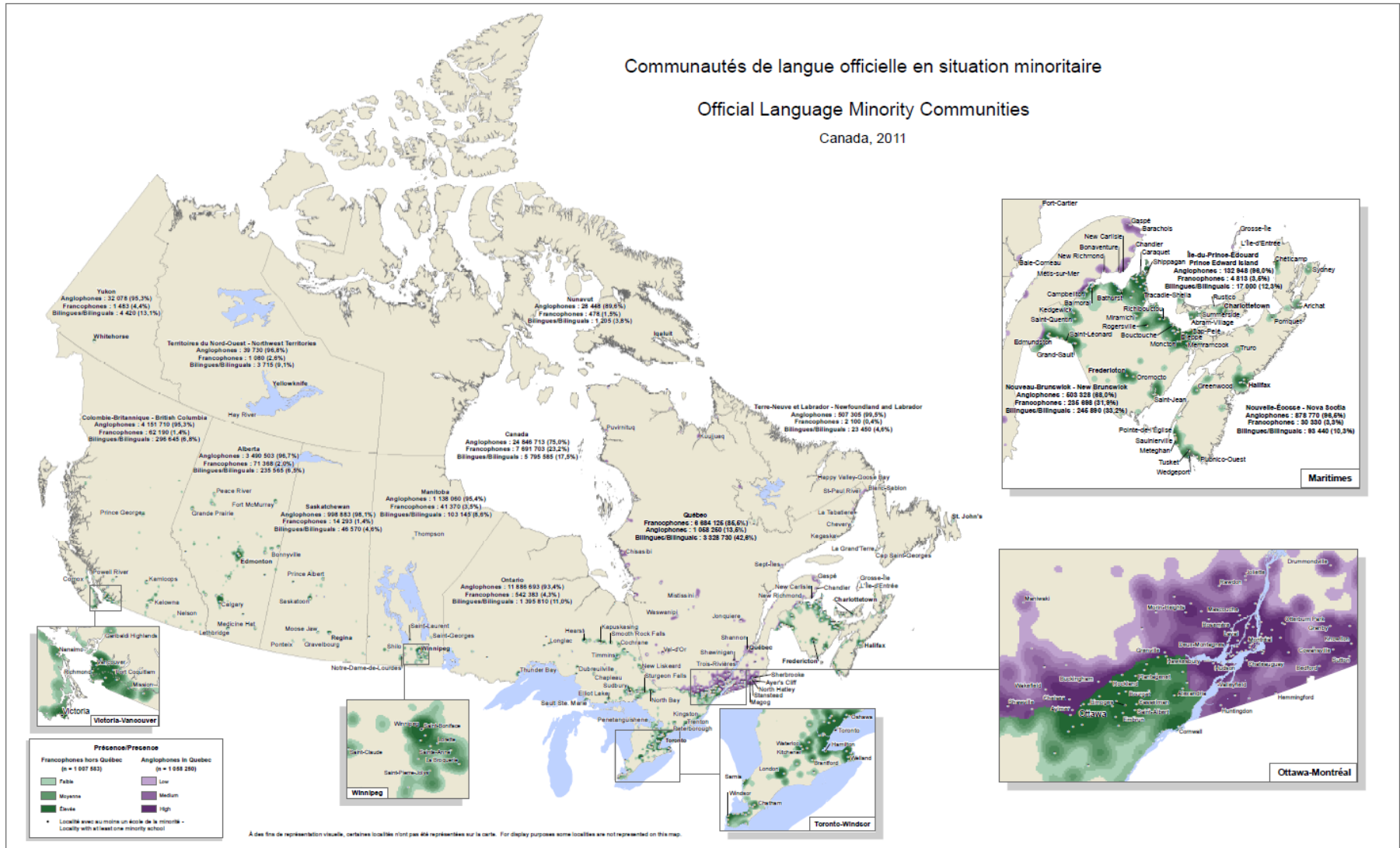
Aux fins du présent rapport, on définit la population de langue officielle en situation minoritaire selon la première langue apprise à la maison dans l'enfance (langue maternelle) et encore comprise au moment du recensement de 2011.

Les données excluent les résidents d'établissements institutionnels.

Source : Recensement de 2011, Statistique Canada

Le tableau présente le pourcentage de la population dont la langue maternelle est la langue officielle en situation minoritaire dans chaque province ou territoire de résidence, et dans l'ensemble du pays. La langue officielle en situation minoritaire est le français dans chaque province et territoire sauf le Québec. On retrouve le taux de population de langue officielle en situation minoritaire le plus important au Nouveau-Brunswick (32,0 %), suivi du Québec (8,0 %).

Carte 2.1.1 Emplacements des communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada



Source : Patrimoine canadien, Direction générale des langues officielles

La capacité d'une CLOSM d'accéder à du contenu dans sa langue maternelle varie de province en province. Plus de 72 % des ménages faisant partie d'une CLOSM ont accès à un service de radio en direct dans leur langue première. Ce pourcentage baisse à 62 % pour les services de télévision. Dans les deux cas, il s'agit principalement de services de la Société Radio-Canada. Les ménages dans ces communautés ont aussi accès aux services de câblodistribution et Internet à large bande, y compris d'accès sans fil mobile à large bande. Ces services leur permettent d'accéder à du contenu et de communiquer dans leur première langue officielle.

Un défi important pour les CLOSM est la capacité d'accéder à du contenu local dans la langue officielle. Le présent rapport ne mesure pas la programmation locale, mais un indicateur des services offerts aux ménages faisant partie d'une CLOSM dans leur langue officielle est l'accès aux services locaux de radio et de télévision (voir le tableau suivant).

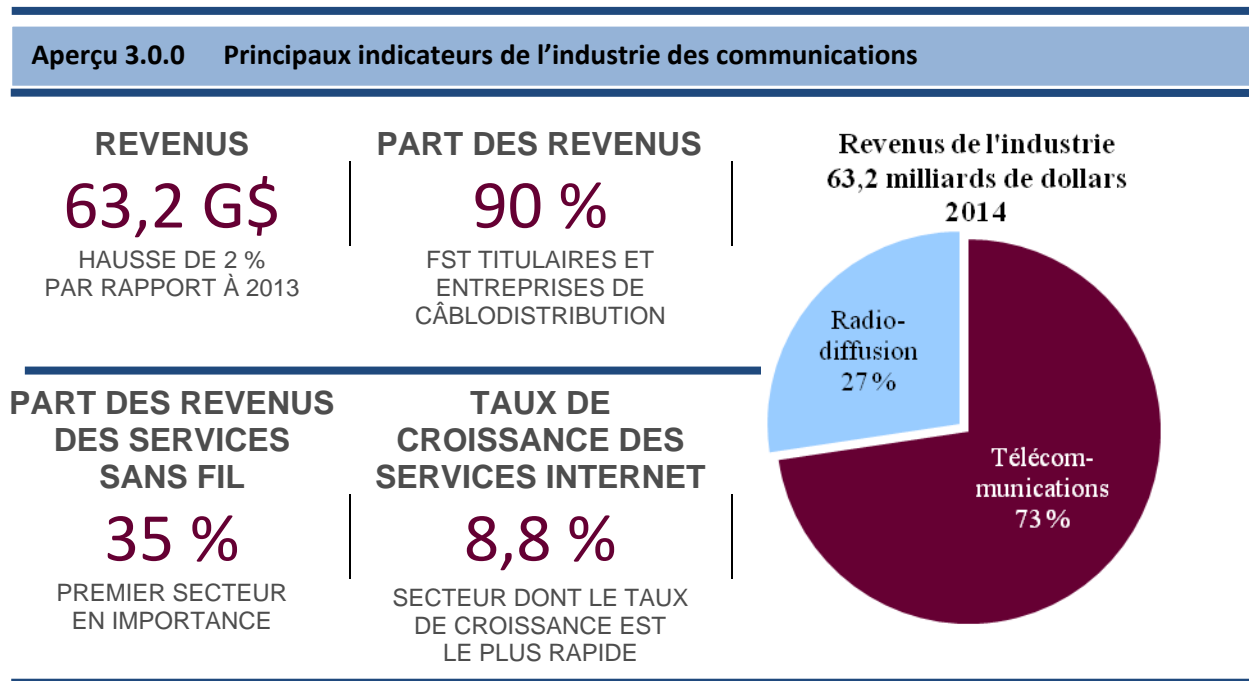
Tableau 2.1.2 Pourcentage des ménages faisant partie d'une CLOSM qui ont accès à des services de communication dans leur langue officielle, par type de service, par province ou territoire et pour l'ensemble du pays, 2013

Province ou territoire	Proportion (%) de la population de CLOSM par rapport à la population totale	Radio	Télévision en direct	Câblodistribution (sauf SRD)	Internet à large bande	Sans fil mobile à large bande
Colombie-Britannique	1,4	71	49	94	96	98
Alberta	2,0	77	33	90	99	99
Saskatchewan	1,7	55	17	74	99	99
Manitoba	3,6	78	62	75	99	99
Ontario	4,0	71	34	88	97	99
Québec	8,0	83	87	93	96	99
Nouveau-Brunswick	31,6	94	46	93	99	99
Nouvelle-Écosse	3,5	75	1	76	99	99
Île-du-Prince-Édouard	3,8	64	0	60	86	99
Terre-Neuve-et-Labrador	0,5	56	0	82	85	95
Le Nord	2,8	51	0	75	97	84
Canada	4,8	72	62	91	97	99

Source : Recensement de 2011 de Statistique Canada; données recueillies par le CRTC; analyse du personnel du CRTC

Le tableau présente le pourcentage de ménages faisant partie de CLOSM, par province et territoire, qui ont accès à des services de radio, de télévision, de câblodistribution (sauf le SRD qui est généralement disponible à tous les ménages), Internet à large bande et sans fil mobiles à large bande qui leur donnent accès à des services dans leur première langue officielle.

3.0 L'industrie des communications



L'industrie des communications englobe les secteurs de marché que sont la radiodiffusion et les télécommunications. En 2014, les revenus de télécommunication représentaient 73 % des revenus de communication comparativement à 27 % pour la radiodiffusion. Cette industrie dessert plus de 14 millions de ménages et plus d'un million d'entreprises au Canada au moyen d'installations de lignes terrestres et d'installations sans fil.

Cette section examine les principales caractéristiques de l'industrie des communications dans son ensemble, y compris la croissance des revenus et le rendement financier. Les sections 4 et 5 présentent de plus amples renseignements sur le marché, notamment le rendement financier, un portrait sur la propriété et la mesure dans laquelle les acteurs de l'industrie offrent des services de communication à l'extérieur de leurs marchés essentiels traditionnels et de leur territoire de desserte.

Les technologies se développant, les entreprises de radiodiffusion et de télécommunication traditionnelles ont commencé à pénétrer le marché traditionnel de l'autre secteur en utilisant différentes plateformes et en offrant des services évolués. Aujourd'hui, 70 % des revenus totaux des entreprises de câblodistribution proviennent des services de télécommunication et 9 % des revenus des fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires proviennent des services traditionnels des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Les revenus des services de télécommunication et des services de distribution de radiodiffusion de ces deux groupes, soit les entreprises de câblodistribution et les FST titulaires, comptent pour 82 % des 63,2 milliards de dollars de revenus générés en 2014. Les 18 % des revenus restants ont été encaissés par

d'autres fournisseurs de services dotés d'installations, des revendeurs et des entités de radiodiffusion.

Au cours des 15 dernières années, le marché des services sans fil s'est imposé comme plus important secteur des communications, récoltant 35 % des 63,2 milliards de dollars de revenus des services de communication en 2014. Le marché des EDR s'est taillé la deuxième place, représentant 14 % des revenus des services de communication. Les services de distribution de radiodiffusion et les services Internet sont demeurés particulièrement dépendants des abonnements de résidence, lesquels ont représenté 88 % de leurs revenus.

Les revenus des services récoltés par les cinq grands groupes de propriété atteignaient environ 84 % des revenus des services de communication totaux en 2014. De ces groupes, deux sont des compagnies de téléphone traditionnelles (Bell et TELUS) et trois sont les entreprises de distribution de radiodiffusion traditionnelles (Rogers, Shaw et Québecor).

Au cours des cinq dernières années, les revenus des entreprises de câblodistribution et des FST titulaires, en tant que pourcentage du total des revenus des services de communication, sont demeurés plus ou moins stables à environ 32 % et 50 % respectivement. Au cours de cette période, les revenus de télécommunication des entreprises de câblodistribution ont augmenté de 3,8 % par année, passant de 12,2 à 14,2 milliards de dollars. Les compagnies de téléphone traditionnelles, toutefois, ont augmenté leurs revenus d'EDR de 11,9 % par année, lesquels sont passés de 1,9 milliard de dollars en 2010 à 3,0 milliards de dollars en 2014.

a) **Revenus**

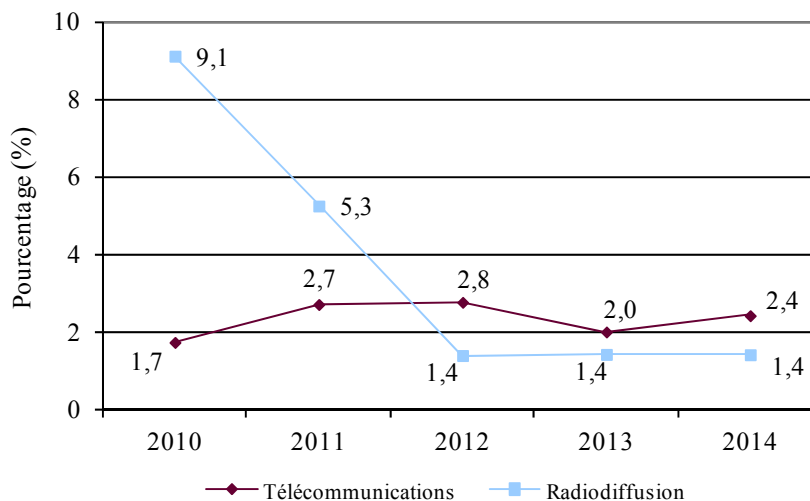
Tableau 3.0.1 Revenus des services de communication (milliards \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Télécommunications	41,6	42,8	43,9	44,8	45,9	2,5
<i>Croissance annuelle</i>	1,7	2,7	2,8	2,0	2,4	
Radiodiffusion	15,7	16,6	16,8	17,0	17,3	2,4
<i>Croissance annuelle</i>	9,1	5,3	1,4	1,4	1,4	
Total des revenus	57,4	59,3	60,7	61,9	63,2	2,4
<i>Croissance annuelle</i>	3,7	3,4	2,4	1,9	2,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus constituent le principal outil pour mesurer le rendement de l'industrie des communications. Ce tableau indique les revenus, le taux de croissance des revenus ainsi que le taux de croissance annuel composé (TCAC) de 2010 à 2014 des fournisseurs de services de télécommunication (FST) et des radiodiffuseurs (y compris les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)).

Graphique 3.0.1 Taux de croissance annuel des services de communication



Source : Données recueillies par le CRTC

Le taux de croissance annuel est un indicateur des grandes tendances de l'industrie des communications. Ce graphique illustre le taux de croissance annuel des revenus des industries des services de télécommunication et de radiodiffusion de 2010 à 2014.

Tableau 3.0.2 Revenus des services de communication par type de fournisseur (milliards \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires						
Télécommunications	27,2	27,7	28,0	28,3	28,9	1,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,1	1,8	1,0	1,1	2,1	
Revenus des entreprises de câblodistribution	1,9	2,1	2,4	2,7	3,0	11,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,2	12,6	10,3	15,1	9,7	
Sous-total	29,1	30,8	30,3	31,0	31,8	2,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,7	5,8	1,7	2,2	2,8	
Autres fournisseurs dotés d'installations	0,7	0,9	1,2	1,2	1,2	14,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,3	21,0	34,0	5,6	1,7	
Revendeurs	1,5	1,5	1,5	1,5	1,6	1,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,5	-0,8	2,3	0,9	2,8	
Entreprises de câblodistribution						
Télécommunications	12,2	12,7	13,3	13,8	14,2	3,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,1	4,0	4,2	4,0	3,0	
Revenus des entreprises de câblodistribution	6,2 #	6,5 #	6,3 #	6,3 #	6,1	-0,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,8	3,7	-1,8	-1,7	-2,2	
Sous-total	18,5	19,2	19,6	20,0	20,3	2,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	3,7	2,2	2,1	1,4	
Radiodiffusion – Autres entités	7,6 #	8,0 #	8,1 #	8,1 #	8,2	2,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	5,1	1,6	-0,1	1,4	
Total des revenus	57,4	59,3	60,7	61,9	63,2	2,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,7	3,4	2,4	1,9	2,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Divers fournisseurs utilisent toute une gamme de technologies pour fournir aux Canadiens des services de télécommunication et de radiodiffusion. Ce tableau énumère les différents types de fournisseur de services de télécommunication et de radiodiffusion ainsi que les variations du revenu annuel total de chaque industrie de 2010 à 2014.

b) Caractéristiques de l'industrie**Tableau 3.0.3 Convergence dans l'industrie – câblodistribution c. télécommunications**

Année	Pourcentage des revenus des entreprises de câblodistribution tirés des services de télécommunication	Pourcentage des revenus des FST titulaires tirés des services de télévision
2014	70,0	9,3
2013	68,7	8,8
2012	67,7	7,8
2011	66,3	7,2
2010	66,2	6,5
2009	66,4	5,8
2008	66,1	5,3
2007	64,7	4,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne le pourcentage des revenus que les entreprises de câblodistribution perçoivent des services de télécommunication et celui que les FST titulaires (compagnies de téléphone traditionnelles) perçoivent des services de télévision. Il reflète une mesure de l'état de la convergence dans l'industrie entre 2007 et 2014. Les services de télécommunication incluent la téléphonie locale et l'interurbain, Internet, la transmission de données, la liaison spécialisée et les services sans fil.

Tableau 3.0.4 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs

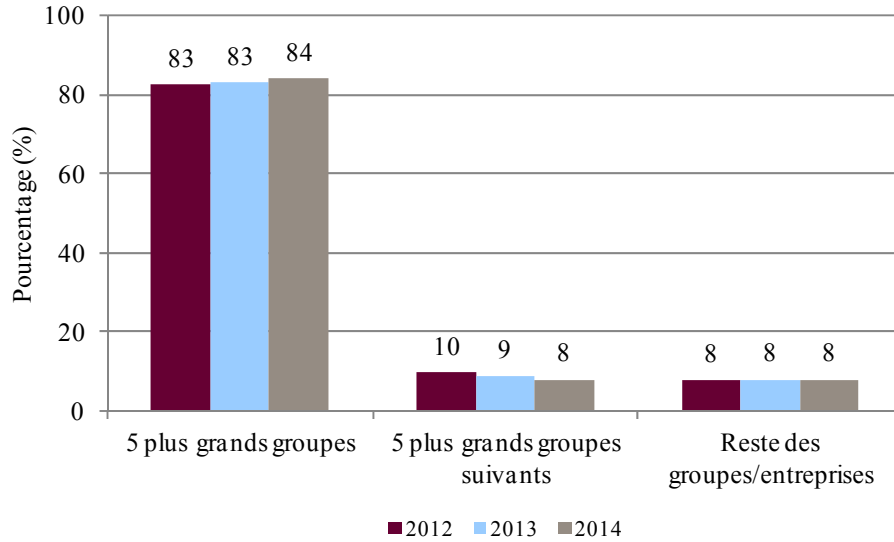
Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre des groupes ou entreprises ayant fait un rapport et exploitées dans ces secteurs				% des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés dans ces secteurs				
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	
11	3	3	3	3	62	61	61	#	61
10	0	0	0	0	0	0	0		0
9	1	1	1	1	5	5	5		5
8	4	5	6	5	23	24	25		26
7	1	1	0	0	1	1	0		0
6	6	3	2	2	0	0	0		0
5	11	14	15	#	12	0	1	#	0
4	22	24	31	#	28	3	2		2
3	35	39	40	#	43	1	2	#	2
2	44	36	41	#	40	2	1		1
1	217	233	217	#	211	2	3	#	3

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données indiquent que les trois fournisseurs qui offrent des services dans les 11 secteurs du marché canadien (radio, télévision, EDR, services spécialisés, vidéo sur demande, services payants, services à la carte de l'industrie de radiodiffusion, ainsi que téléphonie locale et interurbain, Internet, services sans fil, transmission de données et liaison spécialisée de l'industrie des télécommunications) génèrent plus de 61 % du total des revenus des services de communication. Par contre, plus de 211 fournisseurs qui n'offrent qu'un seul service génèrent 3 % des revenus des services de communication.

c) *Rendement financier*

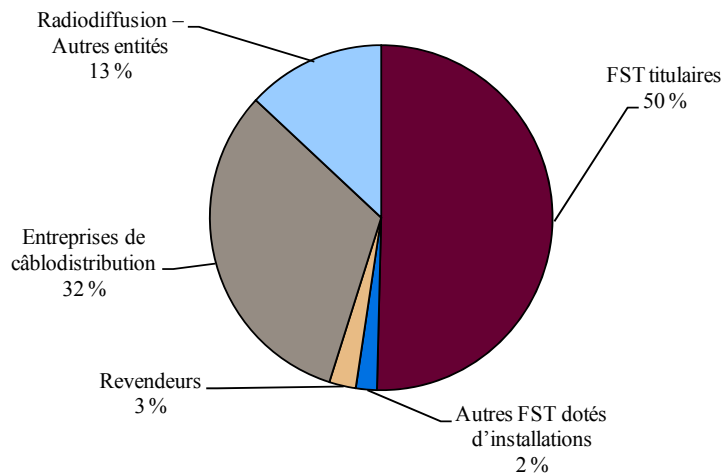
Graphique 3.0.2 Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication



Source : Données recueillies par le CRTC

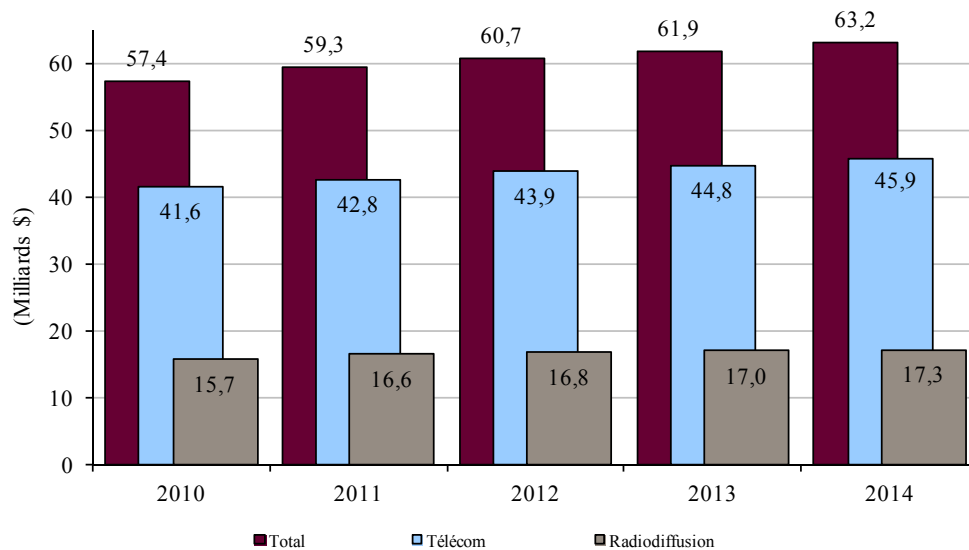
Un petit nombre de grands groupes de propriété domine le marché canadien des services de communication. Les cinq plus grands groupes/entreprises, Bell, Québecor, Rogers, TELUS et Shaw, perçoivent environ 84 % du total des revenus. Les cinq groupes/entreprises suivants en importance, Astral, Bragg, Cogeco Câble Inc., MTS Allstream et Saskatchewan Telecommunications ainsi que TêléSAT Canada, réunissent 8 % des revenus et les autres groupes/entreprises se partagent le dernier 8 %. Les revenus des entreprises incluent ceux de leurs affiliées.

Graphique 3.0.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur, 2014



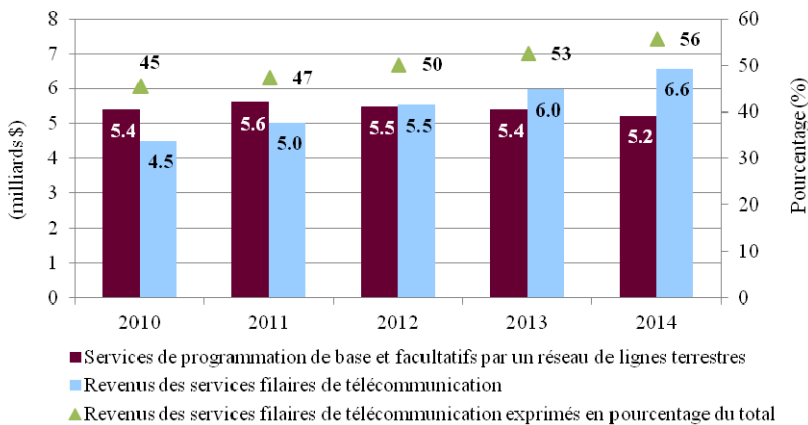
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.0.4 Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 3.0.5 Revenus des fournisseurs de services par câble, par type de services

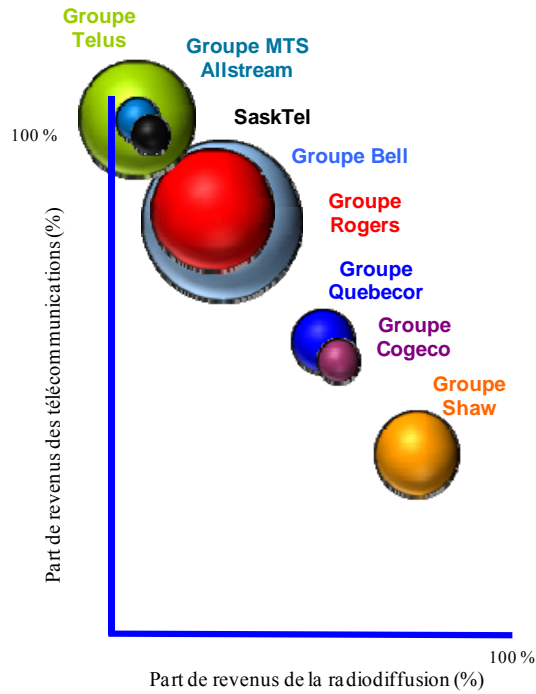


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce diagramme à barres compare les deux sources principales de revenus des entreprises de câblodistribution: les services de base et facultatifs (les revenus des services de distribution de télévision) et les revenus provenant des services filaires de télécommunication (téléphonie locale, interurbain, transmission de données, liaisons spécialisées et Internet) entre 2010 et 2014.

Ce diagramme exclut les revenus des services par satellite des EDR et des services mobiles sans fil.

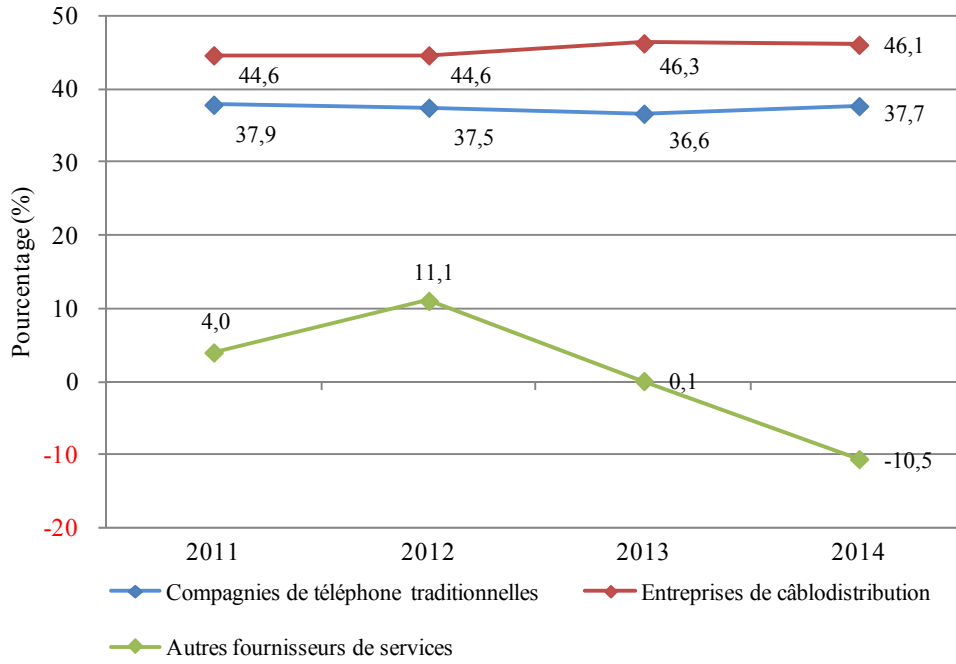
Graphique 3.0.6 Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Nombre des plus grandes entreprises canadiennes de services de communication offrent des services de télécommunication et de radiodiffusion. Ce graphique illustre les revenus totaux des huit plus grandes entreprises de communication du Canada selon leur taille (la grandeur du cercle est proportionnelle aux revenus) et selon l'industrie (la proximité d'un axe indique la proportion du revenu tiré de ce secteur).

Graphique 3.0.7 Marges des BAIIDA atteintes par les EDR par câble, les compagnies de téléphone traditionnelles et d’autres fournisseurs de services



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique montre les marges de bénéfice avant intérêt, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) pour ce qui est des EDR par câble, des compagnies de téléphone traditionnelles et d’autres fournisseurs (incluant les revendeurs) pour les services des EDR et de télécommunication pour les années 2010 à 2014. Seules les entreprises ayant des revenus de communication canadiens supérieurs à 80 % de leurs revenus totaux ont été incluses dans le calcul du BAIIDA.

La marge de BAIIDA est une mesure de rentabilité; plus la marge de BAIIDA est élevée, plus la rentabilité est forte.

d) Communications avec les Canadiens

Tableau 3.0.5 Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet

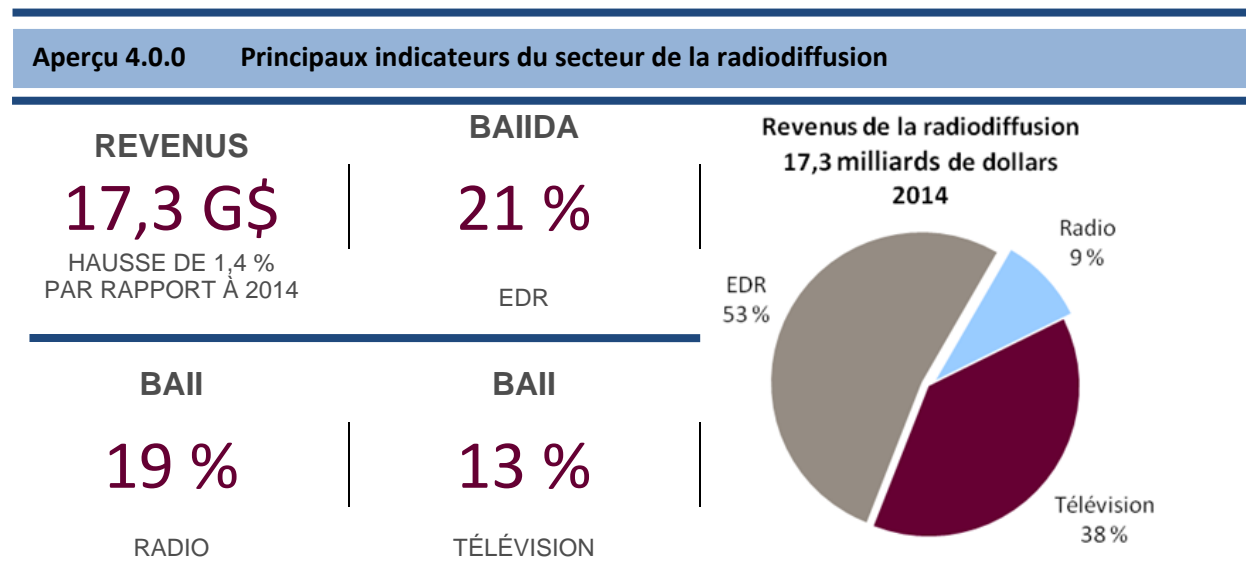
	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Demandes de renseignements sur la radiodiffusion ¹	5 747	6 261	5 829	6 358	4 802	4 938
Plaintes liées à la radiodiffusion ¹	12 740	10 813	12 419	11 507	11 055	10 115
Plaintes liées aux télécommunications ²	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	25 153	27 077

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

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

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC (Le système de suivi Rapids enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.)

4.0 Secteur de la radiodiffusion



Le secteur canadien de la radiodiffusion consiste en des stations de radio et de télévision, des services facultatifs (comme les services payants, les services de télévision à la carte (TVC), les services de vidéo sur demande (VSD) et les services spécialisés) et des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), y compris les entreprises par câble, par satellite et de télévision sur protocole Internet (IPTV).

En 2014, les revenus du secteur canadien de la radiodiffusion sont demeurés stables à 17,3 milliards de dollars, un montant représentant 27 % de l'ensemble des revenus des communications canadiennes. Au cours des trois dernières années, le pourcentage des revenus de l'ensemble du secteur des communications qu'ont représenté les revenus de radiodiffusion est demeuré relativement inchangé.

Cette année, les secteurs de la radio et de la télévision traditionnelle ont connu de légères baisses de revenus et une faible croissance de la rentabilité. Les radiodiffuseurs ont déclaré des revenus de 1,6 milliard de dollars et des marges de BAII de 19 % tandis que les télédiffuseurs ont déclaré des revenus de 6,6 milliards de dollars et des marges de BAII plus faibles que celles des radiodiffuseurs.

Les revenus des diffuseurs traditionnels sont directement liés aux conditions économiques parce qu'ils dépendent principalement des recettes publicitaires. Dans un contexte d'incertitude économique, les annonceurs ont tendance à réduire leurs budgets. Toutefois, ce n'est pas le cas pour les services facultatifs, qui eux reposent surtout sur les revenus tirés des abonnements. En 2014, environ 91 % des revenus des diffuseurs traditionnels privés provenaient de la publicité comparativement à 30 % pour les services facultatifs.

En 2014, cinq grandes entreprises intégrées verticalement (BCE, Cogeco, Québecor, Rogers et Shaw) ont généré 13,7 milliards de dollars en revenus de radiodiffusion et comptaient pour plus de 87 % des revenus totaux de radiodiffusion. Les revenus combinés des entités restantes s'élevaient à 3,6 milliards de dollars, soit 13 % des revenus totaux de radiodiffusion.

Cette année, les entreprises qui exercent leurs activités dans l'ensemble des cinq marchés du secteur de la radiodiffusion (c.-à-d. services de radio, services de télévision, services d'EDR, services spécialisés et services de VSD, services payants et de TVC) ont généré environ 70 % des revenus totaux de radiodiffusion au Canada. Par comparaison, les entreprises qui exercent leurs activités dans un seul marché ont produit 7 % des revenus totaux de radiodiffusion au Canada.

a) Revenus

Tableau 4.0.1 Revenus de radiodiffusion (millions \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Radio	AM	307	311	306	295	291	-1,4
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,4	1,2	-1,6	-3,7	-1,3	
	FM	1 245	1 302	1 314	1 328	1 323	1,5
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,6	4,6	0,9	1,1	-0,4	
	Total	1 552	1 613	1 620	1 623	1 614	1,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,9	3,9	0,4	0,2	-0,5		
Télévision	Télévision traditionnelle						
	SRC	450	500	508	464	602	7,6
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,8	11,1	1,6	-8,7	29,7	
	Privée	2 142	2 144	2 038	1 944	1 804	-4,2
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,7	0,1	-5,0	-4,6	-7,2	
	Total – Télévision traditionnelle	2 592	2 644	2 546	2 408	2 406	-1,8
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,7	2,0	-3,7	-5,4	-0,1	
Services facultatifs	3 475	3 748	3 968	4 091	4 216	5,0	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,3	7,9	5,9	3,1	3,1		
Total	6 067	6 392	6 513	6 499	6 622	2,2	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,6	5,4	1,9	-0,2	1,9		
EDR	Câble et IPTV	5 610	5 927	6 068	6 322 #	6 509	3,8
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,5	5,7	2,4	4,2	3,0	
	Entreprises de SRD et SDM	2 385	2 532	2 492	2 472	2 414	0,3
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,6	6,2	-1,6	-0,8	-2,4	
	EDR qui ne déposent pas de rapport	135 #	112 #	113 #	132 #	132	-0,5
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,6	-16,9	0,1	16,6	0,0	
Total	8 130	8 571 #	8 674 #	8 926 #	9 054	2,7	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,3	5,4	1,2	2,9	1,4		
Total – Radiodiffusion	15 749	16 576	16 808	17 048	17 290	2,4	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,1	5,3	1,4	1,4	1,4		

Source : Données recueillies par le CRTC

Dans ce tableau, les revenus de radiodiffusion sont d'abord répartis par type de service et ensuite par composante de chacun afin d'illustrer les profils de croissance entre 2010 et 2014. Il donne également un taux de croissance annuelle composé (TCAC) pour chaque composante. Bien que certaines composantes comme la radio AM et la télévision traditionnelle privée aient enregistré des pertes de revenus au cours de la période examinée, d'autres, comme les services facultatifs ainsi que la télévision par câble et l'IPTV ont fait des gains.

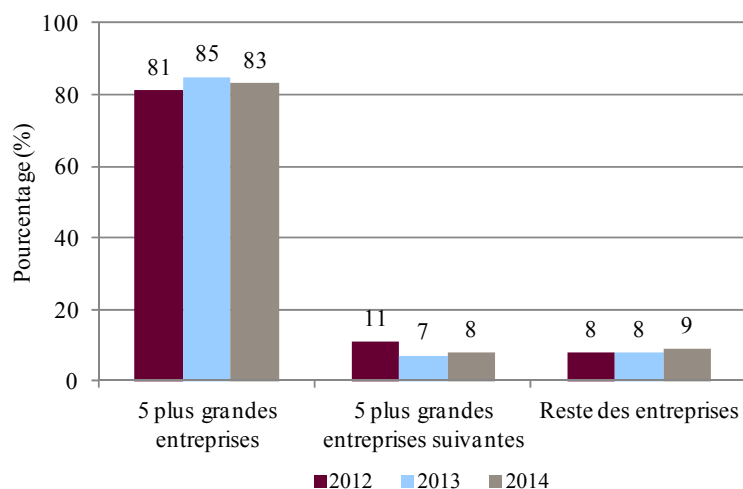
Les revenus de la Société Radio-Canada (SRC) incluent les recettes publicitaires et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.

b) Caractéristiques de l'industrie
Tableau 4.0.2 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples

Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre des groupes ou entreprises déclarantes exploitées dans ces secteurs				% de revenus de radiodiffusion générés dans ces secteurs			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
5	3	3	3	3	68	66	71	70
4	2	2	1	1	15	15	9	9
3	3	2	2	3	5	5	5	5
2	15	16	19	17	7	8	9	9
1	170	171	164	166	6	7	6	7

Source : Données recueillies par le CRTC

L'industrie de la radiodiffusion englobe cinq secteurs : la radio, la télévision, les EDR, les services spécialisés et de VSD et les services payants et de TVC. Si la plupart des entreprises n'exploitent qu'un seul secteur, quelques-unes sont présentes dans les cinq secteurs. Ce tableau donne le nombre d'entreprises en fonction des secteurs qu'elles exploitent et le pourcentage du revenu total qu'elles génèrent. Ensemble, les données démontrent que quelques entreprises actives dans plusieurs secteurs accaparent environ les deux-tiers du total des revenus de l'industrie. Les sociétés mères comprennent leurs filiales.

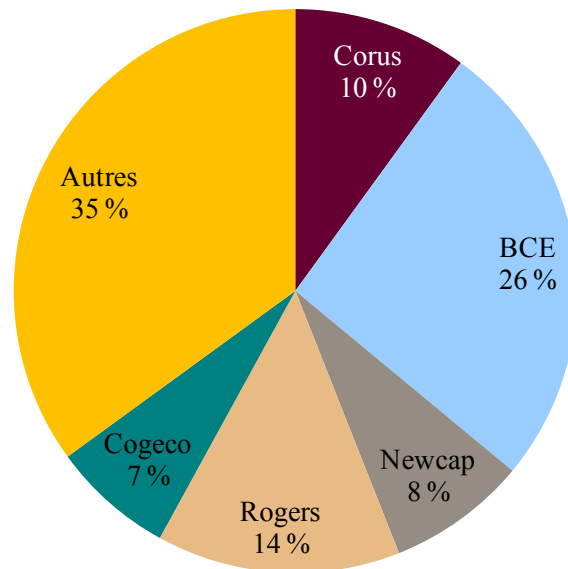
Graphique 4.0.1 Pourcentage du total des revenus de radiodiffusion, par groupes d'entreprises


Ce graphique illustre le pourcentage combiné des revenus des cinq plus grands groupes de radiodiffuseurs canadiens (BCE, Shaw (y compris Corus), Rogers, Québec et Cogeco), des cinq groupes/entreprises suivants en importance (TELUS, Bragg, SRC, Saskatchewan Telecommunications, Newcap) ainsi que le reste des 180 groupes/entreprises de l'industrie.

Les revenus des groupes comprennent ceux de leurs affiliées.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.0.2 Pourcentage des revenus totaux de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2014

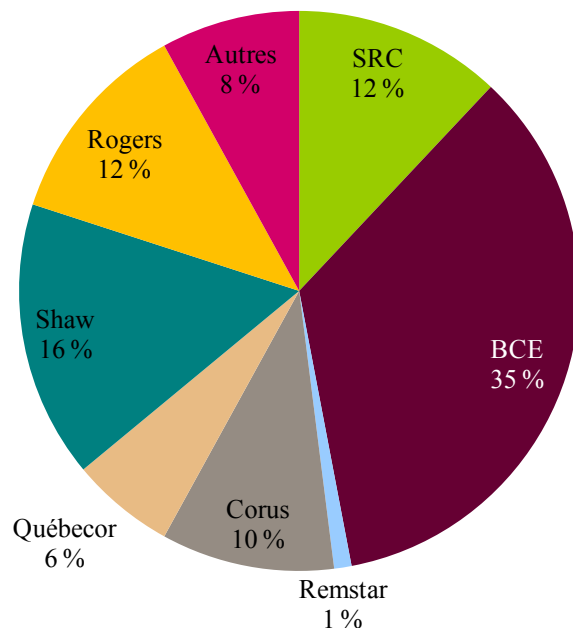


Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des cinq plus grands radiodiffuseurs du secteur de la radio représentaient plus de 65 % du total des revenus de l'industrie en 2014.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service dans lequel le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 août 2014.

Graphique 4.0.3 Pourcentage des revenus de la télévision commerciale, par télédiffuseur, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

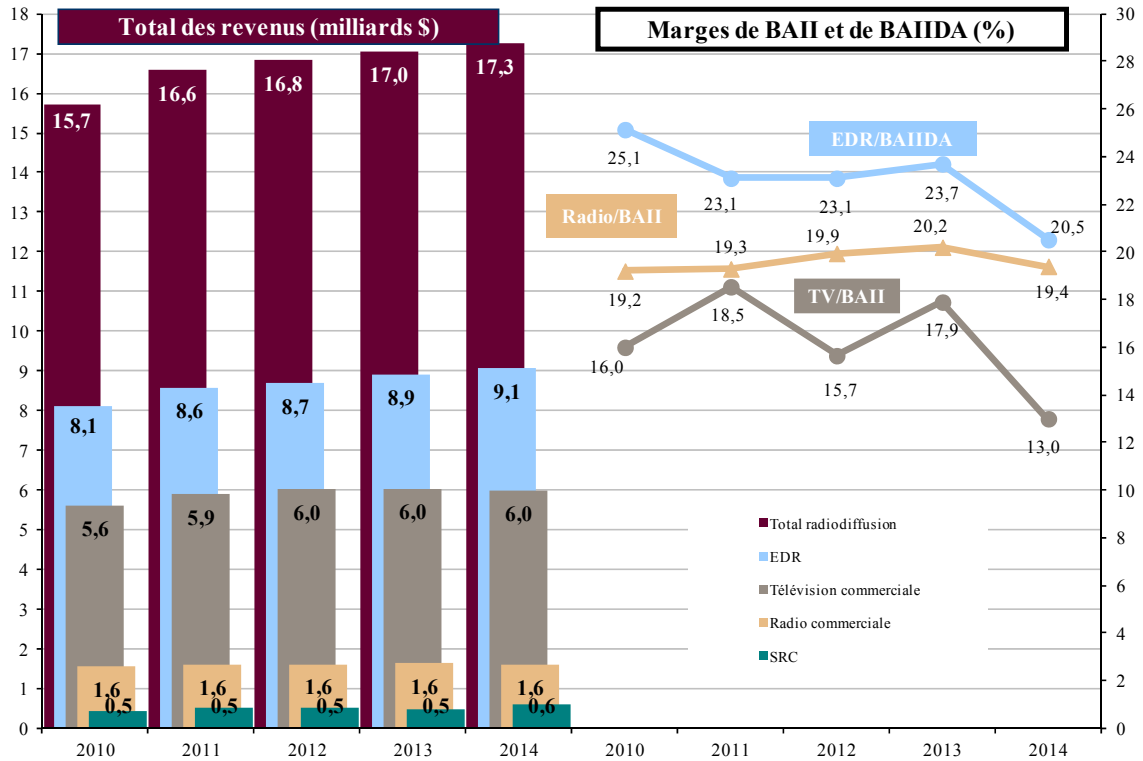
Les cinq plus grands télédiffuseurs commerciaux représentaient 91 % des revenus totaux de l'industrie en 2014. Lors du classement des cinq plus grandes entreprises, les résultats de Shaw et de Corus ont été combinés.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service dans lequel le télédiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 août 2014.

Les revenus de la SRC incluent les recettes publicitaires, les abonnements et autres revenus commerciaux, mais excluent les crédits parlementaires.

c) *Rendement financier*

Graphique 4.0.4 Revenus totaux de la radiodiffusion par type de service et marges des BAI et des BAIIDA

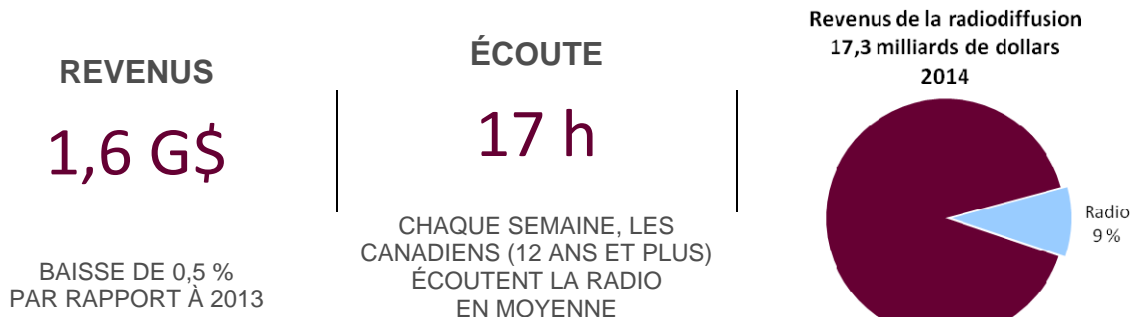


Source : Données recueillies par le CRTC

Les barres situées à gauche indiquent des revenus totaux de l'industrie de la radiodiffusion et le total des revenus de chacun des sous-secteurs (EDR, télévision commerciale, radio commerciale et la SRC). Sur la droite du graphique, les lignes indiquent les marges de BAI des services de radio et de télévision et les marges de BAIIDA des EDR, qui sont des mesures de rentabilité.

4.1 Secteur de la radio

Aperçu 4.1.0 Principaux indicateurs du secteur de la radio



Avec plus de 1 100 services sonores et de radio qui diffusent sur nos ondes, les Canadiens ont accès à une grande variété de choix musicaux ainsi qu'à diverses plateformes d'information à l'échelle locale, régionale et nationale. Plus de 60 % des stations de radio en exploitation au Canada sont établies en Ontario, au Québec ou en Colombie-Britannique.

La Société Radio-Canada (SRC), diffuseur public national, exploite plus de 80 stations de radio en anglais et en français à la grandeur du pays. Les revenus du secteur radiophonique de la SRC ne cessent de fléchir. Ils sont passés de 358 millions de dollars en 2010 à 288 millions de dollars en 2014.

On compte près de 720 stations de radio commerciale privées au Canada. Elles évoluent dans des centaines de marchés différents partout au pays et représentent plus des trois-quarts du nombre total de stations de radio. Et ce chiffre ne cesse de croître. Au cours des cinq dernières années, les stations de radio commerciale ont connu une hausse de revenus de 4 %, pour s'établir à 1,614 million de dollars, et des marges bénéficiaires de 19 %. Au cours des cinq dernières années, les revenus des stations de radio AM ont chuté pour se chiffrer à 291 millions de dollars en 2014. Cela est en partie attribuable à la baisse du nombre de stations de radio AM en exploitation. Par contre, les stations de radio FM ont déclaré une légère hausse des revenus pour la même période.

Ensemble, les formules de musique country et contemporaine ont obtenu la plus importante part de l'écoute nationale. Depuis quelques années, ces genres gagnent continuellement en popularité sur la radio canadienne.

Les stations de radio à caractère religieux, communautaires, de campus et autochtones jouent un rôle important dans les collectivités qu'elles desservent et dans l'ensemble du secteur de la radiodiffusion. En 2014, ces stations étaient 175 et ont déclaré des revenus de 53 millions de dollars.

Les Canadiens font de plus en plus appel à divers services de contenu sonore autres que la radio en direct. Selon l'Observateur des technologies médias (OTM), 22 % des Canadiens (18 ans et plus) écoutent la radio AM/FM en ligne et 52 % des Canadiens (18 ans et plus) regardent des vidéos de musique en continu sur YouTube. Pour sa part, la radio par satellite a fait des progrès depuis son arrivée dans le marché canadien en 2005. Cette année, l'OTM évalue à 16 % le nombre de Canadiens (18 ans et plus) qui s'abonneront à la radio par satellite comparativement à 9 % en 2009.

a) Revenus

Tableau 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées et nombre de stations ayant déclaré leurs résultats financiers, par langue de diffusion et bande de fréquences

	2010	2011	2012	2013	2013	Croissance (%) 2013-2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenus (millions \$)							
Stations de radio AM							
Langue anglaise	272,1	274,9	274,9	264,6	262,0	-1.0	-1.0
Langue française	11,2	11,7	6,1	4,7	4,3	-12.0	-21.4
Langue tierce	24,0	24,4	25,2	25,3	24,6	-1.9	0.7
Total – AM	307,3	311,1	306,2	294,6	290,9	-1.3	-1.4
Stations de radio FM							
Langue anglaise	987,3	1 035,3	1 042,1	1 053,8	1 042,7	-1.1	1.4
Langue française	239,9	246,7	251,8	253,2	259,2	2.4	2.0
Langue tierce	17,9	19,8	20,2	21,1	21,3	1.3	4.6
Total – FM	1 244,7	1 301,6	1 314,1	1 328,0	1 323,3	-0.4	1.5
Total des revenus	1 552,4	1 613,8	1 620,3	1 622,7	1 614,2	-0.5	1.0
Nombre de stations ayant fait des rapports financiers							
Stations de radio AM							
Langue anglaise	120	115	111	109	109		
Langue française	9	7	6	8	6		
Langue tierce	12	12	12	13	12		
Total – AM	141	134	129	129	127		
Stations de radio FM							
Langue anglaise	419	435	444	454	466		
Langue française	87	89	90	89	90		
Langue tierce	10	11	12	13	12		
Total – FM	516	535	546	556	568		
Nombre total de stations ayant fait un rapport	657	669	675	685	695		

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique l'évolution des revenus des stations de radio commerciale privées AM et FM, selon la langue de programmation anglaise, française ou tierce, entre 2010 et 2014 ainsi que la croissance annuelle pour 2013-2014 et pour l'ensemble de la période d'étude.

Les résultats des réseaux sont inclus; cependant, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement sont exclus.

Tableau 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées, par taille du marché

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenus (millions \$)						
Petits marchés	553	566	565	579	583	1,3
<i>Pourcentage du total %</i>	35,6	35,1	34,9	35,7	36,1	
Marchés moyens	124	126	124	122	117	-1,4
<i>Pourcentage du total %</i>	8,0	7,8	7,7	7,5	7,2	
Grands marchés	353	371	373	373	372	1,3
<i>Pourcentage du total %</i>	22,7	23,0	23,0	23,0	23,0	
Marchés majeurs	522	550	556	549	541	0,9
<i>Pourcentage du total %</i>	33,6	34,1	34,3	33,8	33,5	
Revenus totaux	1 552	1 614	1 620	1 623	1 614	0,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Voici comment se définit la taille du marché radiophonique. Petit marché : population comptant moins de 250 000 habitants; marché moyen : population comptant entre 250 000 et 500 000 habitants; grand marché : population comptant plus de 500 000 habitants; et marché majeur : Montréal, Toronto et Vancouver. Les marchés majeurs et les petits marchés génèrent chacun à peu près les mêmes revenus. Ensemble, ils génèrent environ 70 % de l'ensemble des revenus que déclarent les stations de radio commerciale.

Tableau 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale à caractère ethnique, par province

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenus (millions \$)						
Colombie-Britannique	13,6	14,2	15,2	15,3	14,7	2,0
Alberta/Manitoba	3,0	3,4	3,2	3,7	5,0	13,6
Ontario	22,2	23,3	23,7	23,7	23,1	1,0
Québec	3,1	3,3	3,5	3,5	3,2	0,8
Revenus totaux	41,9	44,2	45,4	46,2	46,0	2,4

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus déclarés par les stations de radio à caractère ethnique, par province, de 2010 à 2014. La Saskatchewan, les provinces de l'Atlantique et le Nord ne comptaient aucune station commerciale à caractère ethnique.

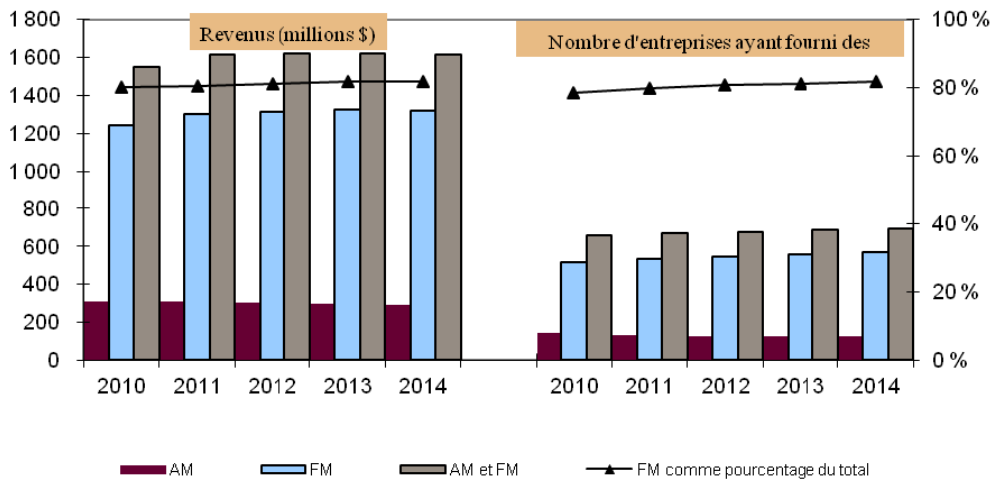
Tableau 4.1.4 Revenus des stations de radio de la SRC, par type de revenus

Revenus (milliers \$)	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%) 2010-2014</i>
Revenus de publicité	0	0	0	0	1 074	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-	-	
Crédits parlementaires	346 548	327 267	316 508	295 523	277 310	-5,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-5,6	-3,3	-6,6	-6,2	
Vente/souscription d'émissions	893	859	952	1 087	1 328	10,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-3,9	10,9	14,2	22,1	
Divers	10 856	8 803	8 432	8 145	7 924	-61,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-18,9	-4,2	-3,4	-2,7	
Revenus totaux	358 298	336 928	325 892	304 756	287 636	-5,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-6,0	-3,3	-6,5	-5,6	
Nombre de stations	82	78	78	81	82	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données des graphiques qui suivent donnent une analyse détaillée des stations de radio commerciale privées AM et FM de langues anglaise et française. Les données sur les revenus annuels moyens sont comparées aux bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) pour donner une indication de la santé financière des groupes de stations de radio. Les données sur les stations AM et FM ainsi que sur la langue de diffusion sont réparties de façon à montrer les variations en fonction de chacune de ces caractéristiques. Les données présentées dans les graphiques 4.1.1 à 4.1.3 incluent les résultats des réseaux, mais excluent les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement.

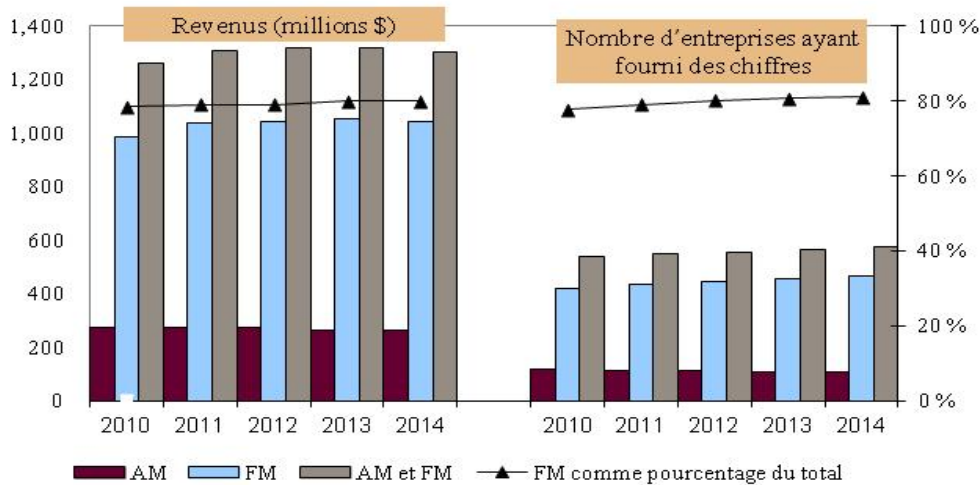
Graphique 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

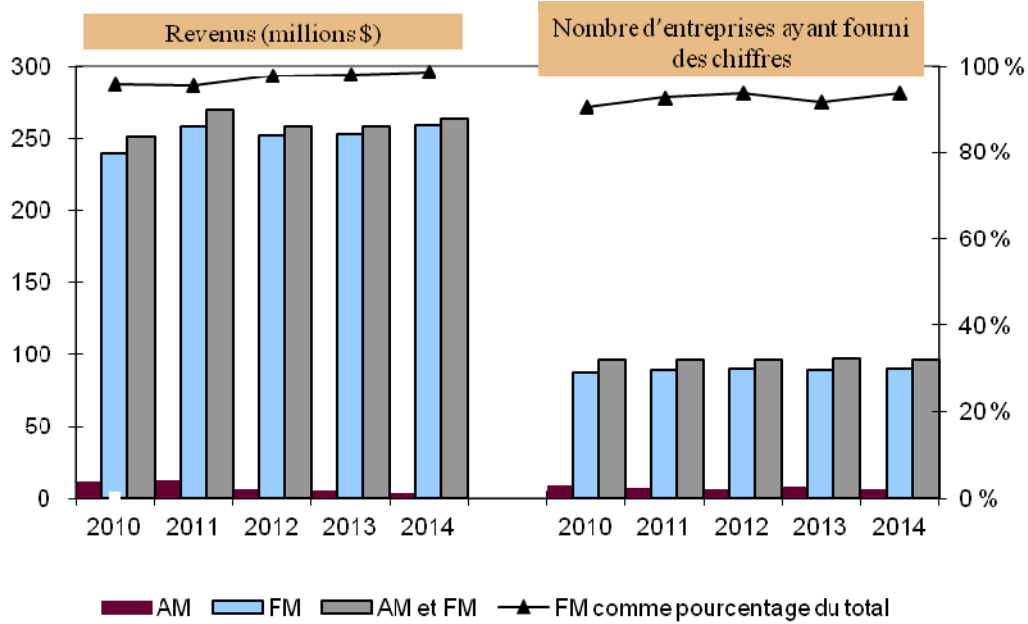
Bien que les revenus de la radio AM aient diminué, ceux de la radio FM sont restés relativement constants.

Graphique 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise



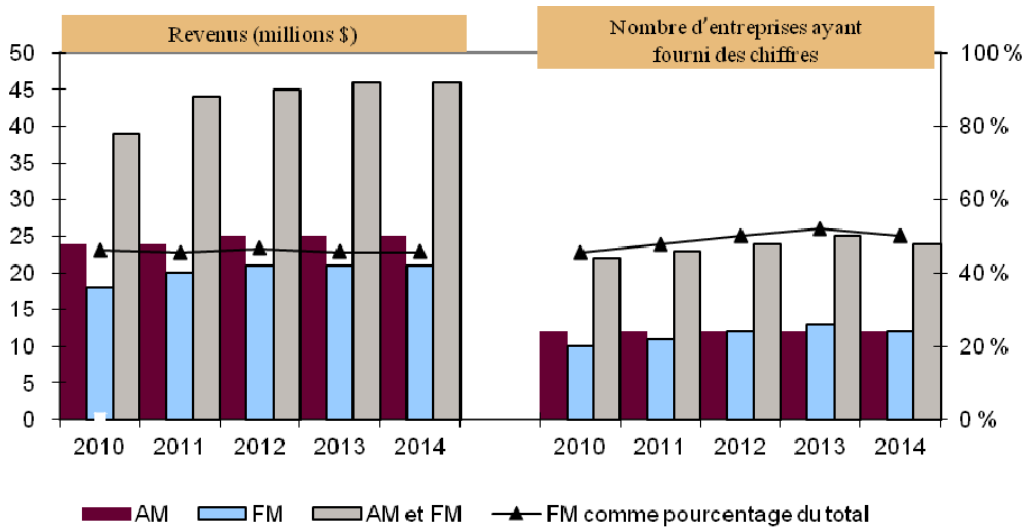
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.4 Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des stations de radio commerciale privées exploitées dans le cadre de la Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique ont montré une tendance à la hausse de 2010 à 2013, mais une baisse légère en 2014. Les fluctuations des revenus coïncident avec le nombre d'entreprises faisant un rapport.

Tableau 4.1.5 Revenus des stations de radio autochtones de type B, communautaires et de campus

	2010	2011	2012	2013	2014
Stations de radio autochtones de type B					
Nombre de stations de radio faisant un rapport	31	32	33	34	24
Revenus (milliers \$)					
Publicité	5 825	5 593	5 397	4 429	3 996
Autre	11 525	12 314	10 772	10 859	7 766
Total des revenus	17 349	17 907	16 168	15 289	11 762
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	66,4	68,8	66,6	71,0	66,0
Marge de BAII (%)	9,7	0,4	-4,7	-16,1	6,3
Stations de radio communautaires					
Nombre de stations de radio faisant un rapport	97	106	108	112	105
Revenus (milliers \$)					
Publicité	13 871	15 272	15 518	15 257	14 899
Autre	13 443	14 883	15 017	17 156	16 276
Total des revenus	27 314	30 155	30 535	32 412	31 174
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	49,2	49,4	49,2	52,9	52,2
Marge de BAII (%)	8,1	10,6	3,9	7,6	6,4
Stations de radio de campus					
Nombre de stations de radio faisant un rapport	44	48	49	46	46
Revenus (milliers \$)					
Publicité	1 196	1 082	1 007	874	1 311
Autre	6 907	7 401	7 809	8 290	8 391
Total des revenus	8 103	8 483	8 816	9 165	9 702
Autre, en pourcentage des revenus totaux (%)	85,2	87,2	88,6	90,5	86,5
Marge de BAII (%)	10,6	20,7	10,9	8,6	7,4

Source : Données recueillies par le CRTC

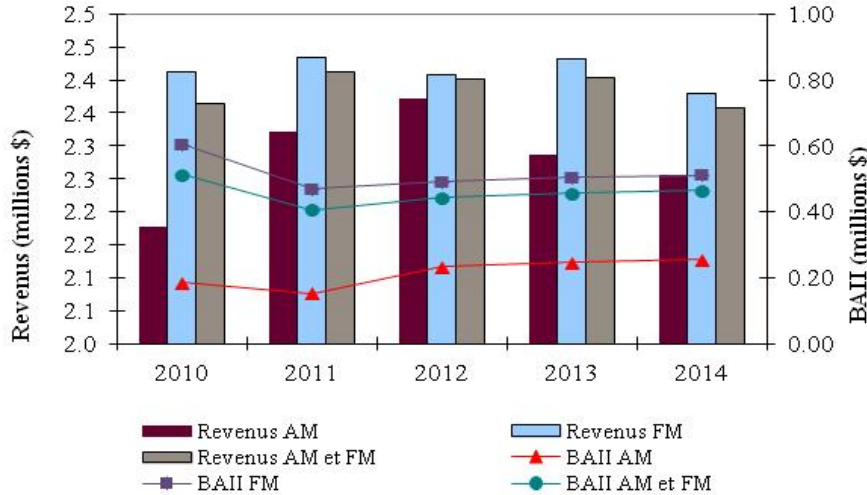
Ce tableau montre le nombre de stations ayant déclaré des revenus et les marges de BAII (BAII divisé par les revenus totaux) pour les stations de radio exploitées dans le cadre de la Politique en matière de radiotélédiffusion autochtone ainsi que les stations de radio communautaires et de campus pour la période s'étendant de 2010 à 2014.

Pour les trois types de stations de radio, « Autre » comprend des levées de fonds et des contributions d'autres sources. Dans le cas des stations de radio autochtone de type B seulement, « Autre » comprend des subventions et des contributions gouvernementales et des conseils de bande.

b) Rendement financier

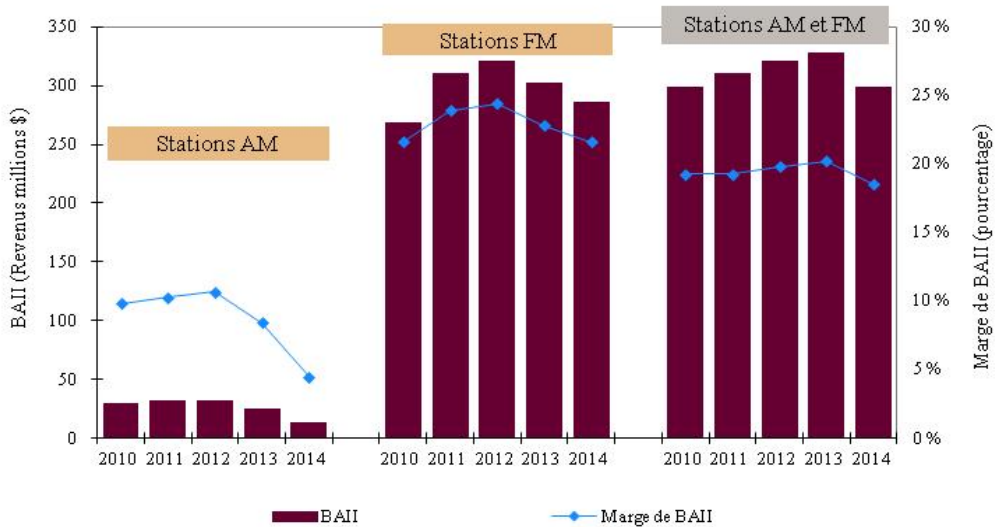
Note : Les données présentées dans les graphiques 4.1.5 à 4.1.12 incluent les résultats des réseaux mais excluent ceux des services sonores payants et spécialisés ainsi que des services multicanaux par abonnement.

Graphique 4.1.5 Revenus annuels moyens et BAII par station – Stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

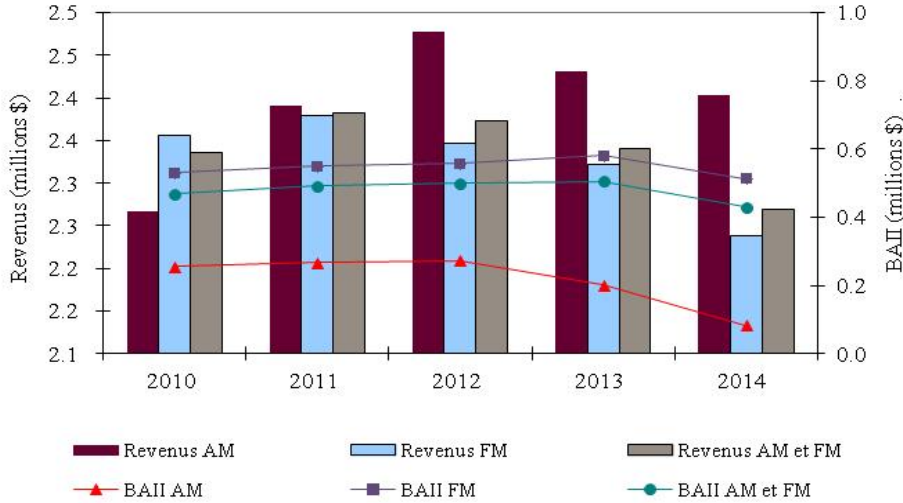
Graphique 4.1.6 BAII et marges de BAII des stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAII et les marges de BAII de l'ensemble des stations de radio ont augmenté de manière générale entre 2010 et 2013, mais ont légèrement diminué en 2014. Les marges de rentabilité des stations de radio AM ont continué leur baisse.

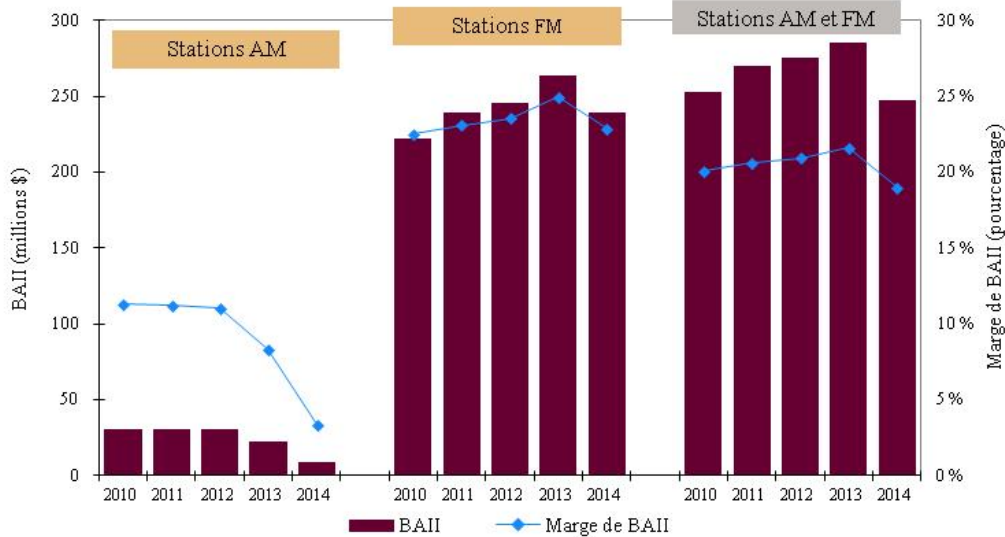
Graphique 4.1.7 Revenus annuels moyens et BAII par station – Stations de radio commerciale privées de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

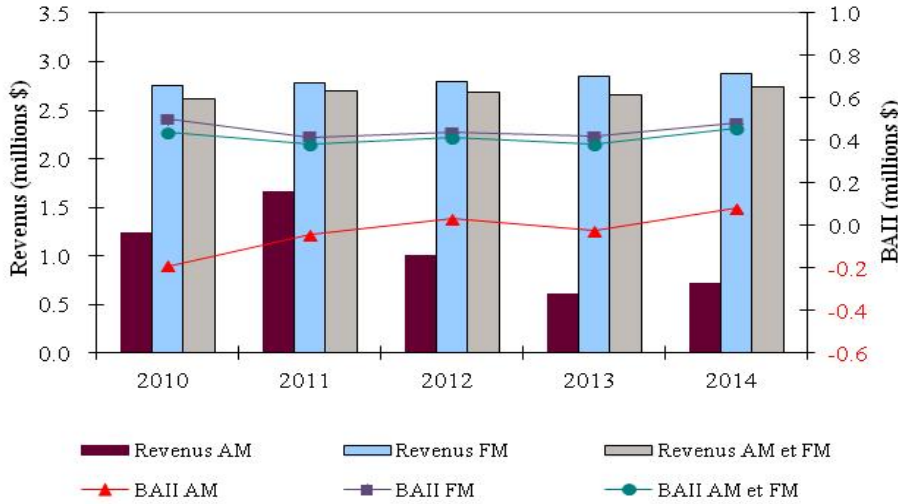
Les revenus moyens par station des stations de radio AM et FM commerciale privées de langue anglaise ont diminué en 2014. Les marges de BAII des stations de radio AM ont continué leur baisse.

Graphique 4.1.8 BAII et marges de BAII des stations de radio commerciale privées de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

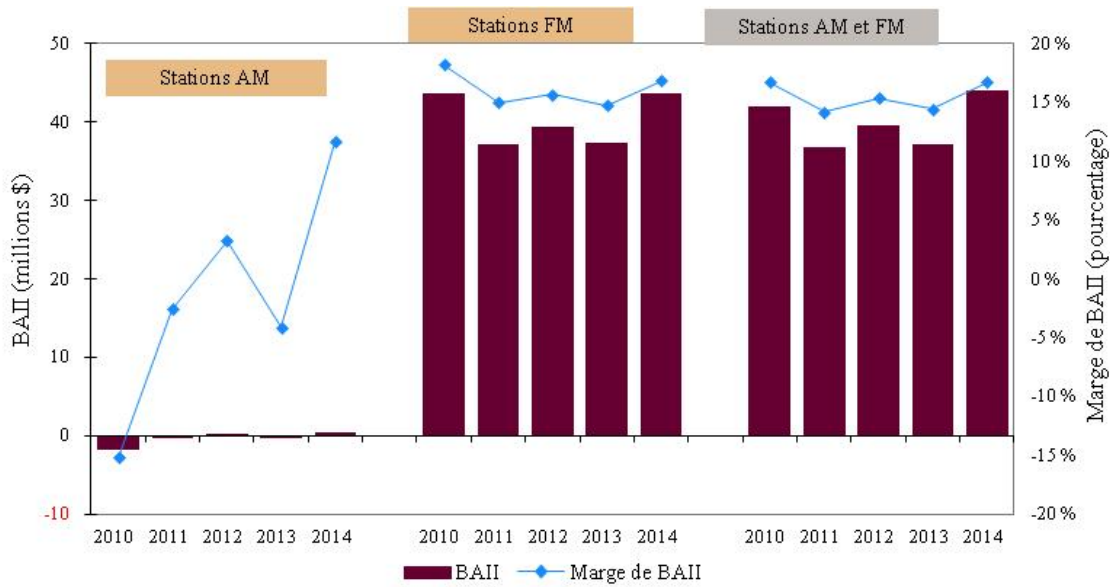
Graphique 4.1.9 Revenus annuels moyens et BAII par station – Stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

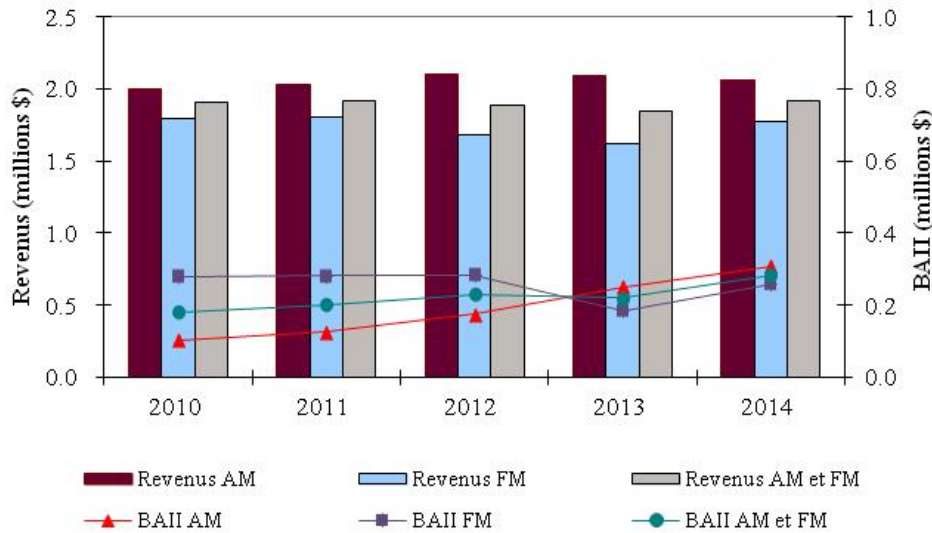
Les revenus annuels moyens par station des stations de radio commerciale privées de langue française sont demeurés pratiquement constants de 2010 à 2014. C'est surtout en raison de la hausse des revenus des stations FM. Les revenus des stations AM de langue française ont considérablement varié.

Graphique 4.1.10 BAII et marges de BAII des stations de radio commerciale privées de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

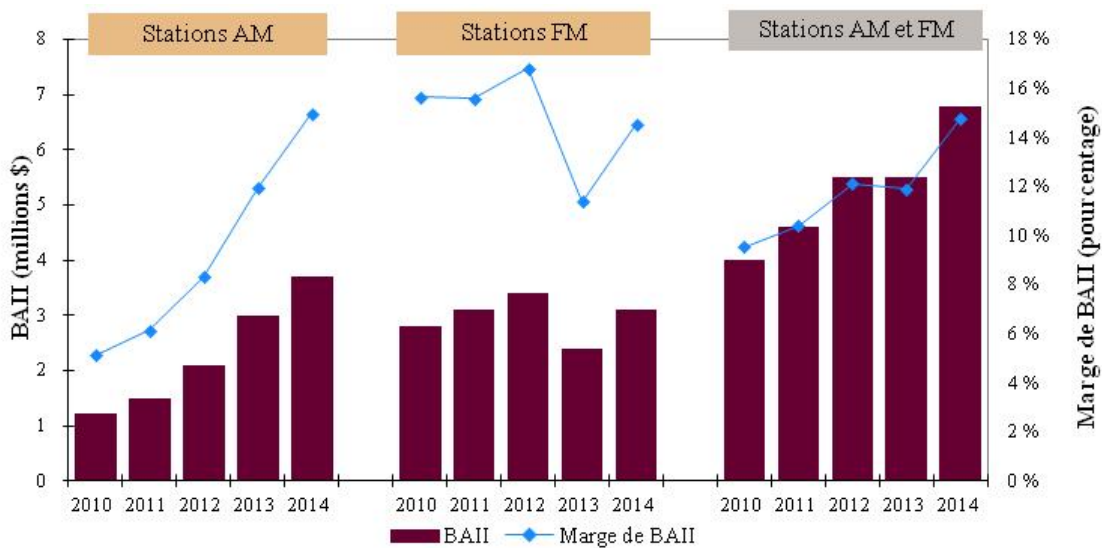
Graphique 4.1.11 Revenus annuels moyens et BAII par station – Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus annuels moyens par station de radio commerciale privée ont varié autour des deux millions de dollars au cours des cinq dernières années. De 2010 à 2014, les revenus des stations AM ont dépassé ceux des stations FM.

Graphique 4.1.12 BAII et marge de BAII des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAII et la marge de BAII des stations AM de radio commerciale privées à caractère ethnique ont augmenté chaque année.

c) *Disponibilité des services de radio et des services sonores***Tableau 4.1.6 Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion**

	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Services de radio en direct								
Société Radio-Canada								
CBC Radio One/ICI Radio-Canada Première	38	39	21	21	0	0	59	60
CBC Radio 2/ICI Musique	14	14	14	14	0	0	28	28
Licences de réseaux de la radio de la SRC	2	2	2	2	0	0	4	4
Commerciale privée								
Stations AM	110	107	9	9	13	12	132	128
Stations FM	470	482	92	92	17	16	579	590
Licences de réseaux AM et FM	0	0	1	1	0	0	1	1
Religieux (musique et création orale)	49	39	25	5	1	1	75	45
Communautaire								
Communautaire	53	51	65	65	3	1	121	117
Stations en développement	4	6	1	1	0	0	5	7
Campus								
Stations axées sur la communauté	36	42	6	6	0	0	42	48
Stations d'enseignement	8	8	0	0	0	0	8	8
Services autochtones	45	41	5	5	4	3	54	49
Autres (tourisme/circulation, etc.)	50	9	3	1	0	0	53	10
Nombre total de services de radio canadiens en direct	879	840	244	222	38	33	1 161	1 095
Services de radio multicanaux par abonnement et services sonores transmis par les EDR								
Services de radio par satellite	2	2	0	0	0	0	2	2
Services sonores spécialisés (commercial/sans but lucratif, régional/national)	4	4	0	0	5	5	9	9
Services sonores payants	0	0	0	0	2	1	2	1
Nombre total de services de radio et de services sonores canadiens	885	846	244	222	45	39	1 174	1 107

Source : Base de données interne du CRTC

Ce tableau montre le nombre de services de radio approuvés par le CRTC mais ce ne sont pas nécessairement tous les services qui sont en ondes. Les services de radio en direct excluent les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio exemptés des exigences relatives à l'attribution de licence. Il s'agit ici des informations en date du 31 décembre 2014.

Les ordonnances d'exemption rendues récemment à l'égard des stations de radio de faible puissance qui diffusent de l'information touristique ou une programmation provenant de lieux de culte se sont fait ressentir sur les données de cette année. En fait, elles ont fait baisser les chiffres. Pour obtenir plus de renseignements au sujet de ces ordonnances d'exemption, veuillez consulter respectivement l'Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2013-620 du 21 novembre 2013 intitulée *Ordonnance d'exemption visant les stations de radio d'information touristique de faible puissance*, et l'Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2013-621 du 21 novembre 2013 intitulée *Ordonnance d'exemption visant les stations de radio de faible puissance qui diffusent une programmation provenant de lieux de culte*.

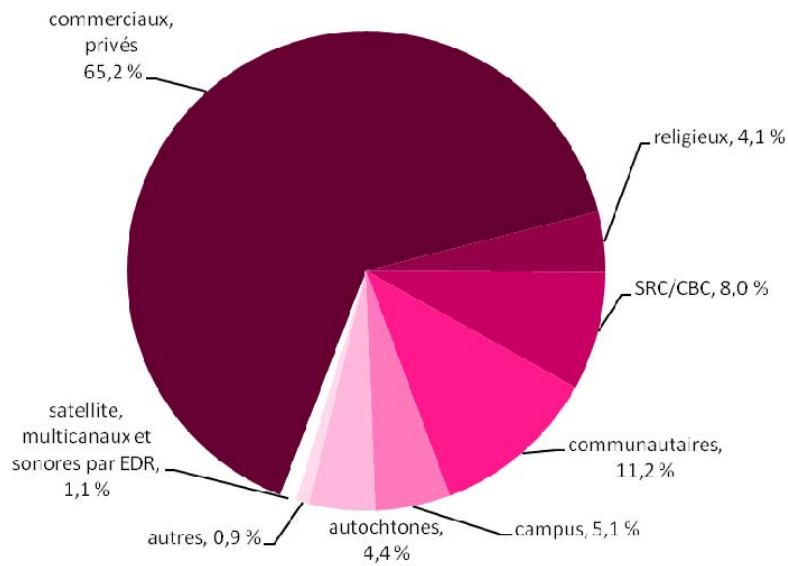
Tableau 4.1.7 Nombre de services de radio publics et communautaires et de services de radio privés autorisés à diffuser en direct, par province et par langue de diffusion, 2014

Province/territoire	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Total	
	Public et commun.	Privé	Public et commun.	Privé	Public et commun.	Privé	Public et commun.	Privé
Colombie-Britannique	35	111	3	0	0	6	38	117
Alberta	8	115	4	0	0	3	12	118
Saskatchewan	8	51	2	0	0	1	10	52
Manitoba	7	39	3	0	0	1	10	40
Ontario	51	237	14	5	1	13	66	255
Québec	10	17	58	102	0	7	68	126
Nouveau-Brunswick	7	32	13	4	0	0	20	36
Nouvelle-Écosse	13	36	6	0	0	0	19	36
Île-du-Prince-Édouard	1	6	1	0	0	0	2	6
Terre-Neuve-et-Labrador	12	18	1	0	0	0	13	18
Le Nord	8	7	2	0	0	0	10	7
Canada	160	669	107	111	1	31	268	811

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services radiophoniques non commerciaux, d'information touristique et d'urgence, ainsi que les réémetteurs sont exclus. La langue tierce inclut la langue maternelle. Ce tableau montre le nombre de services de radio approuvés par le CRTC mais ce ne sont pas nécessairement tous les services qui sont en ondes.

Graphique 4.1.13 Types de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada, exprimés en pourcentage de tous les services du même type, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2014, les stations de radio commerciale privées représentaient plus des trois-quarts du nombre total de stations autorisées à diffuser au Canada. D'autres services, comme ceux des stations communautaires, ne constituaient qu'un petit nombre.

Tableau 4.1.8 Nombre de nouvelles stations de radio en direct ayant reçu une licence

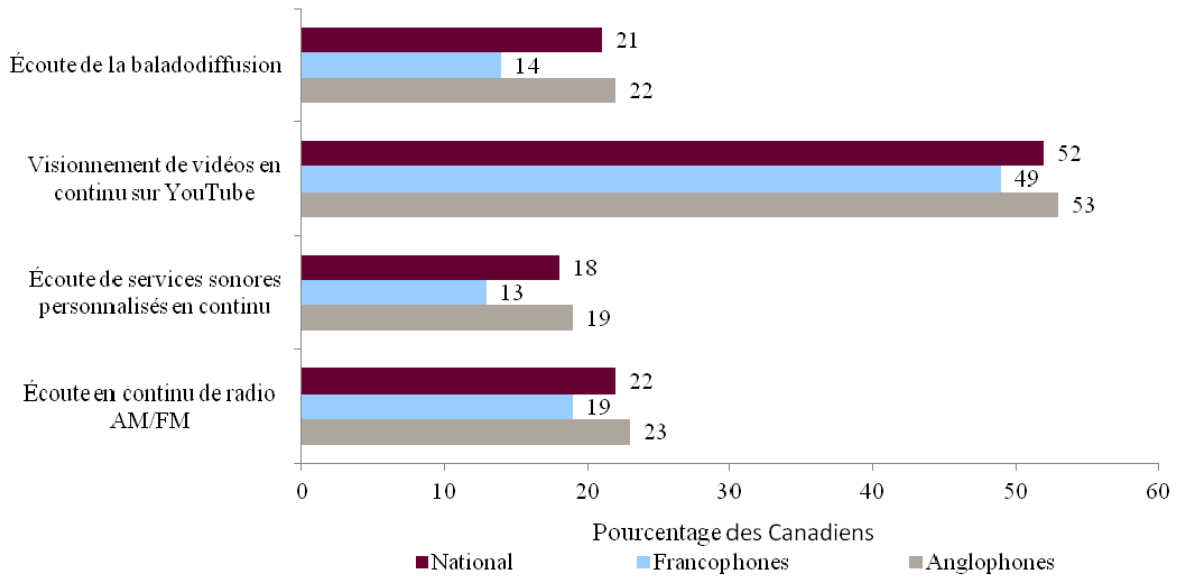
		2010	2011	2012	2013	2014	Total
<i>Nombre de nouvelles stations de radio en direct approuvées</i>		16	30	28	25	29	128
<i>Nombre de stations approuvées par</i>							
<i>Langue</i>	de langue anglaise	16	27	26	20	24	113
	de langue française	0	2	1	5	2	10
	de langue tierce	0	1	1	0	3	5
<i>Catégorie de licence</i>	commerciale	11	11	18	12	20	72
	communautaire	2	9	5	7	6	29
	campus	-	-	-	0	1	1
	autochtone	1	7	3	0	2	13
	autre	2	3	2	6	0	13
<i>Type</i>	numérique autonome	-	-	-	0	0	0
	radio numérique	-	-	-	0	0	0
	fréquences AM	-	2	-	0	2	4
	fréquences FM	16	28	28	25	27	124
	<i>conversions AM à FM (incluses sous FM)</i>	4	1	2	5	0	12
<i>Processus</i>	concurrentiel	1	1	7	0	5	14
	non concurrentiel	15	29	21	25	24	114

Source : Décisions du CRTC publiées du 1^{er} janvier 2010 au 31 décembre 2014

Le nombre de nouvelles stations de radio ayant reçu une licence du CRTC peut être un indicateur de la santé de l'industrie de la radio au Canada. Les données de ce tableau montrent le nombre de stations approuvées ainsi que la langue de diffusion, la catégorie de licence, le type de service et le processus d'attribution de licence.

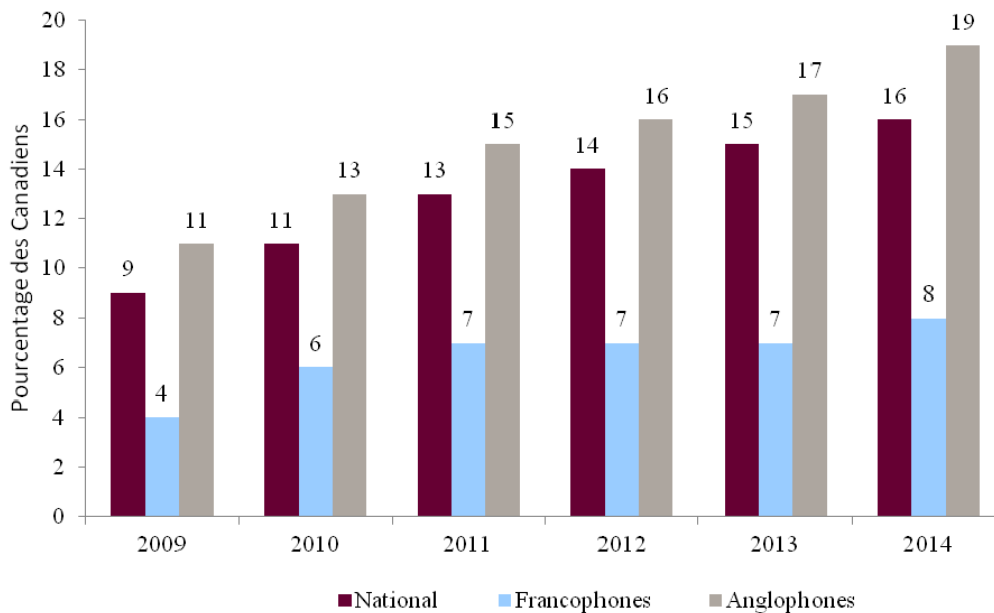
Les services de radio suivants sont exclus de ces données : les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement. La rubrique « Autre catégorie de licence » inclut les stations sans but lucratif comme celles exploitées par la CBC/SRC et Environnement Canada.

Graphique 4.1.14 Pourcentage des Canadiens qui ont écouté des services sonores en continu au cours du mois précédent, par groupe linguistique



Source : OTM 2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.1.15 Abonnements à la radio satellite par groupe linguistique



Source : OTM 2009-2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

d) Mesure de l'auditoire**Pourquoi mesurer l'auditoire?**

Non seulement ces informations sont importantes pour les membres de l'industrie qui les utilisent pour vendre du temps d'antenne aux publicistes, mais elles sont tout aussi importantes pour le CRTC; en effet, grâce à ces données sur la portée de la programmation dans l'ensemble du pays et parmi différents groupes de la population, le CRTC peut évaluer la pertinence et l'incidence de ses politiques.

À noter que dans cette sous-section :

- Les mesures d'auditoire de Numeris (anciennement Sondages BBM) utilisent la technologie des audimètres portatifs sans fil (sondages électroniques) et les cahiers d'écoute (registres). Les données pour l'ensemble du Canada sont basées sur les deux jeux de données.
- Les données, reportées par Numeris sur une base individuelle, n'incluent que les stations avec le service audiométrique PPM dans les marchés PPM. Toutes les autres stations, y compris les stations de débordement, sont incluses dans les données des cahiers d'écoute.
- Les saisons radiophoniques utilisées par Numeris pour son enquête étaient les suivantes :
 - 2014, PPM, semaines 1 à 13 (1^{er} septembre au 30 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2014 (1^{er} septembre au 26 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
 - 2013, PPM, semaines 1 à 13 (26 août au 24 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2013 (2 septembre au 27 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
 - 2012, PPM, semaines 1 à 13 (27 août au 25 novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 2 h à 2 h (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2012 (3 septembre au 28 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
 - 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 (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2011 (5 septembre au 30 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
 - 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 (total d'écoute au Canada), et cahiers d'écoute, données de sondages de la radio d'automne 2010 (6 septembre au 31 octobre inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, du lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada).

Tableau 4.1.9 Nombre moyen d’heures d’écoute hebdomadaire par habitant selon la tranche d’âge pour l’ensemble du Canada

	2010	2011		2012		2013		2014	
Heures d’écoute hebdomadaire		Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Tous auditeurs de 12 ans+	17,6	17,7	8,3	17,5	7,1	17,0	7,1	16,5	7,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-0,6</i>	-	-	<i>-1,1</i>	<i>-14,5</i>	<i>-2,9</i>	<i>0</i>	<i>-2,9</i>	<i>-1,4</i>
Adolescents 12 – 17	7,0	7,3	4,0	6,9	3,7	6,5	3,7	6,0	3,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>3,0</i>	-	-	<i>-5,5</i>	<i>-7,5</i>	<i>-5,8</i>	<i>0</i>	<i>-7,7</i>	<i>0</i>
Adultes 18 – 24	11,9	12,5	5,8	12,5	5,0	11,5	4,4	11,4	4,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-1,0</i>	-	-	<i>0,0</i>	<i>-13,8</i>	<i>-8,0</i>	<i>-12,0</i>	<i>-0,9</i>	<i>4,5</i>
25 – 34	15,8	16,8	6,5	16,6	5,8	16,0	5,7	15,4	5,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-4,6</i>	-	-	<i>-1,2</i>	<i>-10,8</i>	<i>-3,6</i>	<i>-1,7</i>	<i>-3,8</i>	<i>1,8</i>
35 – 49	19,1	19,8	8,2	19,3	7,8	18,7	7,4	18,0	7,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-0,4</i>	-	-	<i>-2,5</i>	<i>-4,9</i>	<i>-3,1</i>	<i>-5,1</i>	<i>-3,7</i>	<i>0</i>
50 – 54	21,0	21,3	9,5	20,9	8,8	21,1	8,5	19,8	7,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>1,6</i>	-	-	<i>-1,9</i>	<i>-7,4</i>	<i>-1,0</i>	<i>-3,4</i>	<i>-6,2</i>	<i>-10,6</i>
55 – 64	20,8	20,0	9,5	19,9	7,6	19,4	8,2	18,9	8,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>0,4</i>	-	-	<i>-0,5</i>	<i>-20,0</i>	<i>-2,5</i>	<i>7,9</i>	<i>-2,6</i>	<i>-2,4</i>
65 +	20,7	19,4	12,0	19,1	9,1	18,8	9,3	18,4	9,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-1,1</i>	-	-	<i>-1,5</i>	<i>-24,2</i>	<i>-1,6</i>	<i>2,2</i>	<i>-2,1</i>	<i>-2,2</i>

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

La moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire par habitant est obtenue en divisant le nombre total d’heures d’écoute par le nombre d’habitants.

Ce tableau montre que pour la troisième année consécutive, tous les groupes d’âge ont connu un taux de croissance négatif dans les marchés mesurés par cahiers d’écoute.

Tableau 4.1.10 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

	2010	2011		2012		2013		2014	
		Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Pourcentage d'heures d'écoute (%)									
Langue anglaise – AM	17,4	15,7	21,8	14,7	21,2	14,2	20,9	13,6	22,6
Langue anglaise – FM	55,3	57,0	55,0	57,5	54,3	58,4	55,4	59,1	56,5
<i>Sous-total</i>	72,6	72,7	76,8	72,2	75,5	72,6	76,2	72,7	79,0
<i>Croissance annuelle</i>	0,0	-	-	-0,7	-1,7	0,6	1,0	0,0	3,7
Langue française – AM	0,8	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
Langue française – FM	20,0	20,3	22,8	21,3	24,1	20,9	23,2	21,0	20,6
<i>Sous-total</i>	20,8	20,5	22,9	21,4	24,2	20,9	23,4	21,1	20,7
<i>Croissance annuelle</i>	0,5	-	-	4,4	5,7	-2,2	-3,5	1,0	-11,5
Autre	6,6	6,9	0,2	6,4	0,3	6,5	0,4	6,2	0,3
<i>Croissance annuelle</i>	-1,5	-	-	-7,2	50,0	1,1	45,1	-4,6	-25,0
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur	19,4	19,9	9,9	19,6	9,8	19,3	9,7	18,8	9,5
<i>Croissance annuelle</i>	-0,5	-	-	-1,5	-1,0	-1,5	-1,0	-2,6	-2,1
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire nationales (millions)	515,7	303,8	164,5	303,9	166,5	299,0	167,7	289,0	167,6
<i>Croissance annuelle</i>	-1,8	-	-	0,0	1,2	-1,6	0,7	-3,3	-0,1

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Ce tableau retrace l'écoute de la radio par langue et par bande au cours des cinq dernières années.

« Autre » se compose surtout de l'écoute en direct des stations frontalières américaines (cahiers d'écoute). « Autre » inclut aussi l'écoute sur Internet de la radio autre que des stations canadiennes en direct, les services multicanaux par abonnement (radio par satellite), les services sonores payants et spécialisés, les services vidéo et en direct distribués par câble ou autrement.

Le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire est calculé en divisant le nombre total d'heures par le nombre d'auditeurs, c'est-à-dire le nombre de personnes différentes qui ont syntonisé une station pour au moins un quart d'heure au cours d'une période, selon l'estimation de Numeris.

Tableau 4.1.11 Part d'écoute hebdomadaire moyenne des principaux exploitants de langue anglaise et de langue française de la radio commerciale privée au Canada

Heures d'écoute (milliers)	2012		2013		2014	
	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Exploitants de radio de langue anglaise						
Astral	18,8	27,5	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
<i>Part</i>	8,6	26,0	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
BCE	14,2	12,4	40,5	38,1	34,2	32,4
<i>Part</i>	6,5	11,6	18,6	36,3	16,3	29,3
<i>Pierre-Boivin (BCE en fidéicomis)</i>	s.o.	s.o.	5,4	7,6	s.o.	s.o.
<i>Part</i>	s.o.	s.o.	2,5	0,1	s.o.	s.o.
Cogeco	-	-	-	-	-	-
<i>Part</i>	-	-	-	-	-	-
Corus	16,1	20,9	21,5	21,0	19,0	18,7
<i>Part</i>	7,4	19,7	9,8	20,0	9,0	16,9
Newcap	19,5	3,2	18,8	2,6	19,2	10,5
<i>Part</i>	8,9	3,0	8,6	2,5	9,1	9,5
Rogers	20,2	21,5	22,5	23,5	21,8	17,3
<i>Part</i>	9,2	20,2	10,3	22,4	10,4	15,6
Total de la radio commerciale privée de langue anglaise	219,3	106,1	218,2	104,8	210,4	110,6
<i>Part</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Exploitants de radio de langue française						
Astral	17,3	8,8	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
<i>Part</i>	26,5	26,8	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
BCE	s.o.	s.o.	19,9	8,6	17,4	6,9
<i>Part</i>	s.o.	s.o.	31,7	26,9	28,8	24,1
Cogeco	7,7	21,4	12,6	21,3	12,7	18,7
<i>Part</i>	11,8	65,2	20,1	66,7	20,9	65,4
Total de la radio commerciale privée de langue française	65,2	32,9	62,7	31,9	60,9	28,6
<i>Part</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>
Total	286,8	139,0	281,3	136,7	289,0	139,2

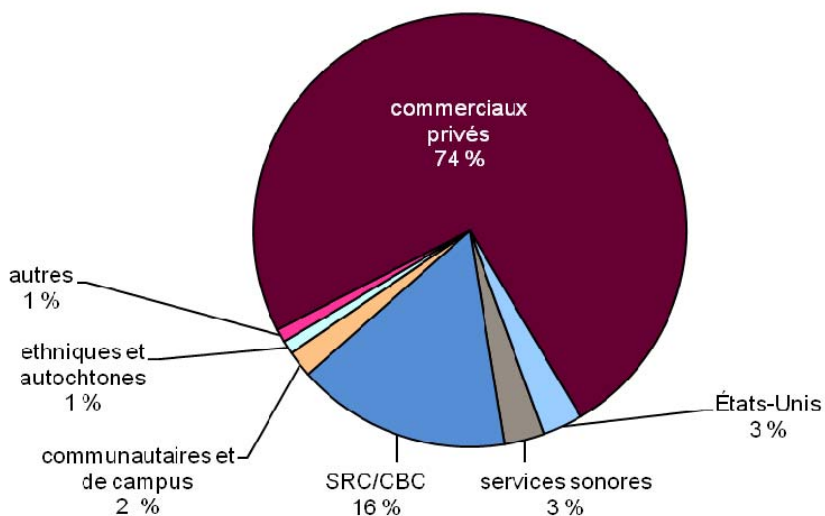
Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Ce tableau illustre l'écoute des grands groupes de propriété de radio, par langue, de 2012 à 2014.

À noter que :

- Dans la décision de radiodiffusion 2013-310, le CRTC a approuvé le changement de contrôle effectif de 63 stations de radio de langue anglaise et de 21 stations de radio de langue française d'Astral en faveur de BCE, à la condition que BCE se départisse de 10 stations de radio de langue anglaise (7 d'Astral et 3 de BCE) et transfère leur gestion et leur contrôle à un fiduciaire (Pierre Boivin), en attendant leur vente à des tiers ;
- Les services détenus en fiducie par Pierre Boivin sont indiqués séparément mais sont inclus dans les données de BCE (2013) ;
- D'autres grands exploitants de radio commerciale privée ont depuis acheté plusieurs des stations cédées par Pierre Boivin, ce qui explique la variation dans les heures d'écoute par exploitant (2013-2014).

Graphique 4.1.16 Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d’écoute, 2014



Sources : Numeris (anciennement Sondages BBM), 2014 et données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les différents types de stations de radio écoutées qui ont fait l’objet de sondages par cahiers d’écoute en 2014.

Les services audio incluent l’écoute des services multicanaux par abonnement (radio par satellite), des services sonores spécialisés et payants, des stations en direct, des services de vidéo par câble et sur Internet.

Tableau 4.1.12 **Parts d'écoute – Formules des stations de radio de langue anglaise par cahiers d'écoute, 2014**

FORMULES POPULAIRES	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Country	17 %	100
CBC Radio One	14 %	32
Contemporain adulte	11 %	102
Contemporain adulte hot	10 %	80
Succès classiques	8 %	69
Album genre rock/rock grand public	8 %	52
Nouvelles/causeries	7 %	40
40 plus grands succès/grands succès contemporains	7 %	43
Rock classique	5 %	26
CBC Radio Two	3 %	17
<i>Autres formules complétant la totalité de l'écoute : rock moderne (12 stations, 2 %), communautaire/campus/tourisme (79 stations, 1 %), disques d'or/vieux succès (10 stations, 1 %), standards adultes (1 station, 1 %), musique alternative pour adultes (12 stations, 2 %), musique classique/beaux-arts (3 stations, 1 %), jazz (1 station, 0 %).</i>		

Sources : Numeris (anciennement Sondages BBM), automne 2014 et données recueillies par le CRTC

Tableau 4.1.13 **Parts d'écoute – Formules des stations de radio de langue française par cahiers d'écoute, 2014**

FORMULES POPULAIRES	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Contemporain adulte	27 %	41
Nouvelles/causeries	17 %	9
Contemporain adulte hot	13 %	19
40 plus grands succès/grands succès contemporains	12 %	15
Ici Radio-Canada Première	12 %	21
Communautaire	6 %	53
Ici Musique	4 %	14
Succès classiques	2 %	3
Musique classique/beaux-arts	2 %	2
Rock moderne et alternatif	1 %	1
<i>Autres formules complétant la totalité de l'écoute : musique alternative pour adultes (1 station, 1 %), disques d'or/vieux succès (1 station, 1 %).</i>		

Sources : Numeris (anciennement Sondages BBM), automne 2014 et données recueillies par le CRTC

D'après les cahiers d'écoute, chez les auditeurs des stations de langue anglaise, plus de 50 % des heures d'écoute étaient consacrées à CBC Radio One ainsi qu'à des formules de musique country, contemporain adulte et contemporain adulte hot. Chez les auditeurs des stations de langue française, la formule de musique contemporain adulte récoltait plus du quart des heures d'écoute.

Tableau 4.1.14 **Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue anglaise dans les marchés PPM, 2014**

FORMULES POPULAIRES	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Nouvelles/causeries	17 %	11
Contemporain adulte	15 %	9
CBC Radio One	12 %	5
40 plus grands succès/grands succès contemporains	10 %	10
Contemporain adulte hot	9 %	4
Rock moderne et alternatif	8 %	9
Rock classique	7 %	5
Succès classiques	7 %	7
Country	4 %	4
Sports/causeries	3 %	7
<i>Autres formules complétant la totalité de l'écoute : CBC Radio 2 (6 stations, 3 %), standards adultes (1 station, 2 %), musique alternative pour adultes (1 station, 0,1 %), musique classique /beaux-arts (1 station, 2 %), jazz (1 station, 1 %).</i>		

Sources : Numeris (anciennement Sondages BBM), automne 2014 et données recueillies par le CRTC

Tableau 4.1.15 **Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue française dans les marchés PPM, 2014**

FORMULES POPULAIRES	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Contemporain adulte	32 %	2
Nouvelles/causeries	30 %	2
Grands succès contemporains	16 %	2
ICI Radio-Canada Première	13 %	4
Musique classique	4 %	1
ICI Musique	3 %	4
<i>Autres formules complétant la totalité de l'écoute : circulation (1 station, 0 %).</i>		

Sources : Numeris (anciennement Sondages BBM), automne 2014 et données recueillies par le CRTC

e) *Contributions et dépenses en matière de programmation*

Le CRTC met à profit plusieurs moyens afin de réaliser les objectifs culturels, sociaux et économiques établis dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Parmi ceux-ci, on compte les différents régimes de contributions et de dépenses.

Au cours de l'année de radiodiffusion 2013-2014, les exploitants de radio commerciale ont consacré 4 cents par dollar de revenu en soutien au développement du contenu canadien (DCC). Collectivement, ils ont versé presque 60 millions de dollars à ce titre, soit une hausse de 14 % par rapport à l'année précédente. Environ 65 % des sommes ont été versées en vertu des conditions de licence imposées aux nouvelles stations de radio ou lors de modifications à la propriété ou au contrôle effectif de stations existantes.

Le diagramme suivant illustre l'étendue du soutien des stations de radio commerciale au développement du contenu canadien.

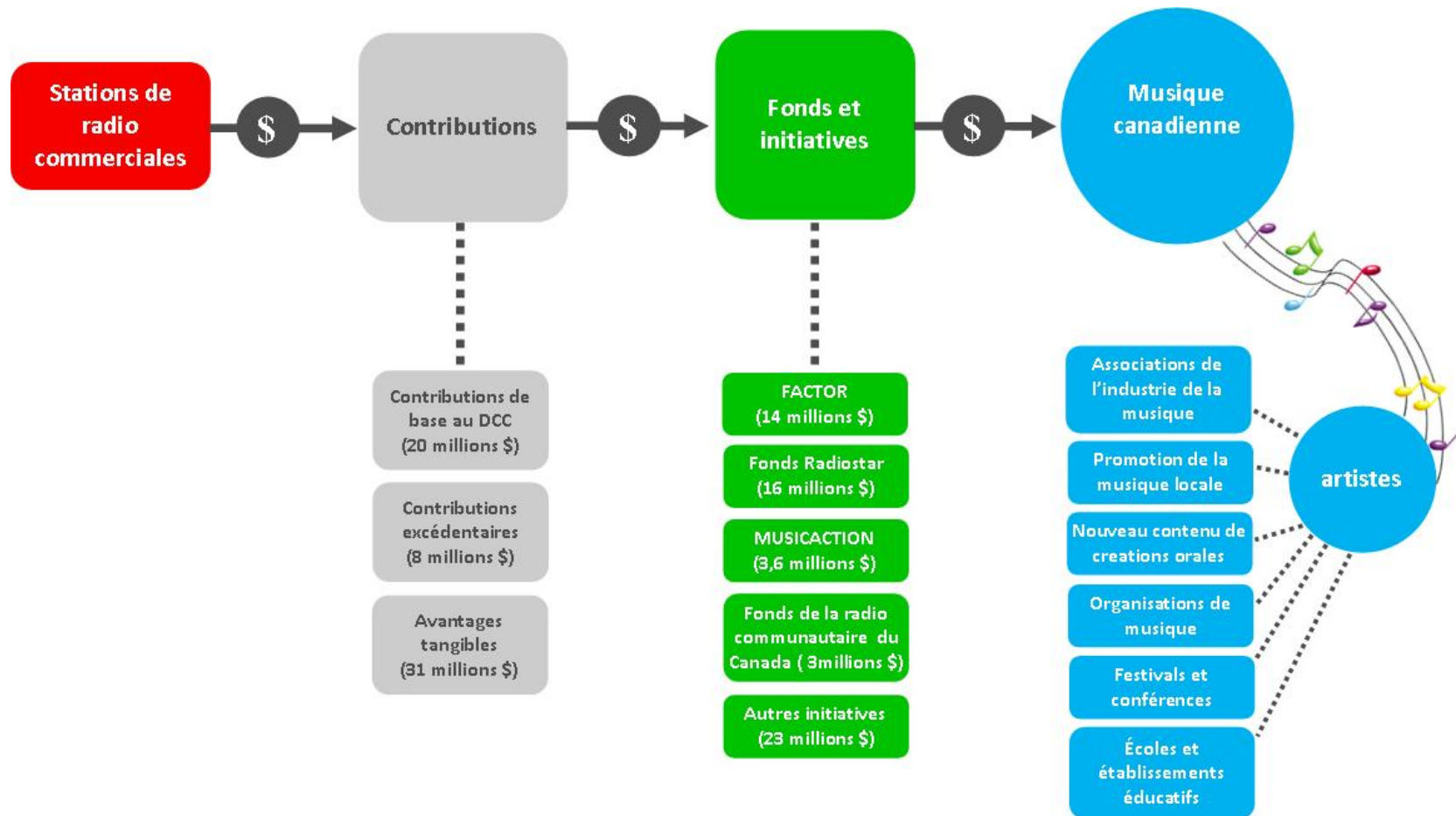
Que sont les avantages tangibles et les contributions au DCC?

En l'absence d'un processus concurrentiel d'attribution de licence lors d'un transfert de propriété ou de contrôle d'un service de radio ou de télévision, des avantages tangibles, qui sont des contributions financières proportionnelles à la valeur de la transaction (minimum de 6 % pour la radio et minimum de 10 % pour la télévision) faites au système de radiodiffusion, sont exigés de la part de l'acheteur d'un service de radio ou de télévision. Ces avantages sont généralement payables sur cinq ou sept années de radiodiffusion consécutives. Ils donnent lieu à des améliorations mesurables au système de radiodiffusion en général, ainsi qu'aux communautés desservies par le service en question. Ils sont excédentaires aux coûts normaux des affaires.

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

Les contributions financières des radiodiffuseurs favorisent notamment le développement du contenu canadien et l'avancement des carrières des artistes canadiens émergents; de plus, elles augmentent l'offre d'une musique canadienne de qualité dans toutes sortes de genres.

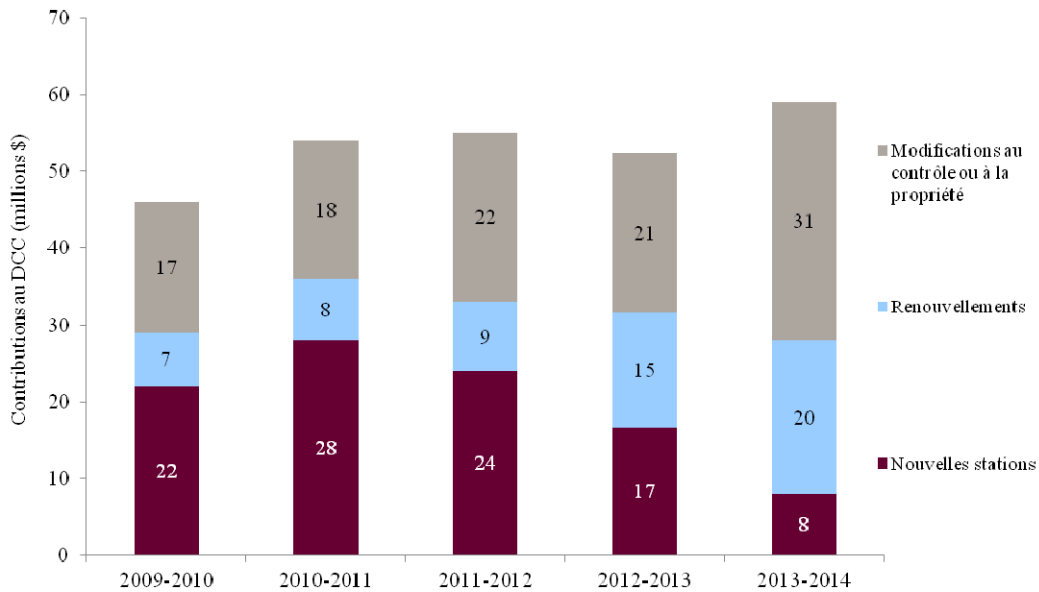
Diagramme 4.1.1 Contributions au DCC par les stations de radio commerciale (année de radiodiffusion 2013-2014)



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

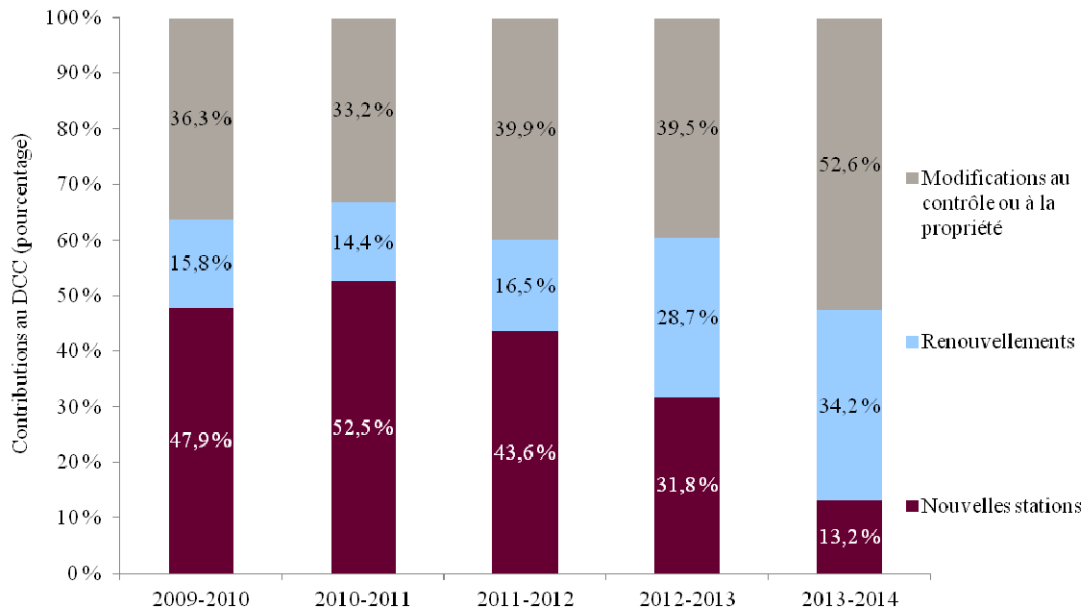
- Une contribution annuelle de base;
- Des contributions additionnelles qui excèdent la contribution de base (habituellement associées aux demandes de nouvelles licences);
- Des contributions en relation avec les demandes de transfert de propriété ou de contrôle d'entreprises de radio (avantages tangibles).

Graphique 4.1.17 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.18 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (pourcentage)



Source : Données recueillies par le CRTC

À noter que dans les tableaux 4.1.22 à 4.1.25 :

- Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour l'année de radiodiffusion (1^{er} septembre au 31 août);
- Les données englobent les contributions versées aussi bien en vertu de l'ancien régime de développement des talents canadiens que de DCC;
- Les chiffres de 2012-2013 incluent les contributions par les services de radio payants;
- Les contributions des services de radio par satellite sont partagées selon qu'elles sont effectuées au cours de la période de licence initiale ou lors du renouvellement de licence (respectivement 25 % et 75 %), calculées en fonction d'un renouvellement de licence au 1^{er} décembre.

Tableau 4.1.16 Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de la radio (milliers \$)

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCAC (%) 2009-10 - 2013-14
FACTOR	9 196	10 755	10 545	12 023	13 982	11,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	17	-2	14	16	
MUSICACTION	2 220	1 930	2 538	2 426	3 596	12,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	13	31	-4	48	
Fonds canadien de la radio communautaire	-	346	1 509	1 721	2 922	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	337	14	70	
Associations de l'industrie de la musique	3 237	4 360	3 754	4 335	3 168	-0,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	35	-14	15	-27	
Projets de musique locale	10 634	10 833	13 777	10 538	10 731	0,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	2	27	-24	2	
Nouveau contenu de créations orales	608	1 340	943	253	292	-16,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	121	-30	-73	16	
Projets de contenu sonore	-	135	135	531	968	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	0	293	82	
Écoles et institutions scolaires	1 875	2 700	2 383	1 431	1 818	-0,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	44	-12	-40	27	
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	9 244	10 783	11 783	10 984	15 902	14,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	17	-9	-7	45	
Autres projets de DCC admissibles	9 039	10 815	7 713	8 114	6 190	-9,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	20	-29	5	-24	
Total	46 053	53 996	55 080	52 537	59 567	6,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	17	2	-5	14	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.1.17 Contributions annuelles au DCC des nouvelles stations au cours de leur période de licence initiale (milliers \$)

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCAC (%) 2009-10 - 2013-14
FACTOR	2 014	2 719	2 615	2 818	1 753	-3,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	27	35	-4	8	-38	
MUSICACTION	552	791	563	242	1	-79,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-21	43	-29	-57	-100	
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-	165	17	21	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-90	22	
Associations de l'industrie de la musique	2 150	2 493	2 221	2 342	1 732	-5,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	16	-11	5	-26	
Projets de musique locale	7 120	7 485	9 106	5 524	2 754	-21,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	5	22	-39	-50	
Nouveau contenu de créations orales	420	1 139	545	192	155	-22,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	171	-52	-65	-19	
Projets de contenu sonore	-	0	0	172	585	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-	240,1	
Écoles et institutions scolaires	1 179	2 020	1 553	886	516	-18,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	31	71	-23	-43	-42	
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	1 077	1 982	1 038	466	0	-100,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	389	84	-48	-55	-100	
Autres projets de DCC admissibles	7 550	9 714	6 195	3 986	352	-53,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	279	29	-36	-36	-91	
Total	22 061	28 342	24 001	16 644	7 868	-22,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13	28	-15	-31	-53	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.1.18 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement de licence (milliers \$)

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCAC (%) 2009-10 - 2013-14
FACTOR	2 003	2 629	1 971	3 152	4 411	21,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-33	31	-25	60	40	
MUSICACTION	1 324	808	727	1 414	1 935	9,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5	-39	-10	95	37	
Fonds canadien de la radio communautaire	-	-	617	1 020	1 305	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	65	28	
Associations de l'industrie de la musique	647	823	966	1 607	954	10,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	27	17	66	-41	
Projets de musique locale	1 809	1 947	2 381	3 352	4 938	28,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	8	22	41	47	
Nouveau contenu de créations orales	188	201	398	192	137	-7,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	7	98	-85	125	
Projets de contenu sonore	-	0	0	0	0	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-	-	
Écoles et institutions scolaires	422	473	614	342	948	22,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	342	-32	12	30	177	
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	0	0	246	35	52	-
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-86	45	
Autres projets de DCC admissibles	876	873	1 194	4 026	5 716	59,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-21	0	37	237	42	
Total	7 269	7 754	9 114	15 010	20 396	29,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-34	7	18	65	36	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.1.19 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans un contexte de modifications à la propriété ou au contrôle (milliers \$)

	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	TCAC (%) 2009-10 - 2013-14
FACTOR	5 179	5 407	5 959	6 053	7 818	10,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-9	4	10	2	29	
MUSICACTION	344	331	1 248	770	1 660	48,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-65	-4	277	-38	115	
Fonds canadien de la radio communautaire	-	346	727	684	1 596	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	110	-6	133	
Associations de l'industrie de la musique	440	1 044	567	386	482	2,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	137	-46	-32	25	
Projets de musique locale	1 705	1 401	2 290	1 662	3 038	15,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-18	63	-27	83	
Nouveau contenu de créations orales	0	0	0	309	0	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	-	-	-	
Projets de contenu sonore	-	135	135	50	383	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-	-	0	-63	7	
Écoles et institutions scolaires	274	207	216	203	354	6,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-28	-24	4	-6	75	
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	8 167	8 801	10 499	10 483	15 580	18,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-22	8	19	0	51	
Autres projets de DCC admissibles	613	228	324	102	122	-33,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	55	-63	42	-68	20	
Total	16 722	17 900	21 965	20 703	31 303	17,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-18	7	23	-6	51	

Source : Données recueillies par le CRTC

f) *Avantages tangibles*
Tableau 4.1.20 Nombre de transactions relatives à la radio, valeur de ces transactions et des avantages tangibles correspondants du 1^{er} janvier 2010 au 31 décembre 2014 (millions \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	Total
Services de langue anglaise							
#	Transactions	7	9	5	4	9	34
\$	Valeur (M\$)	67,2	316,2	80,4	#756,7	257,7	1 478,9
+	Avantages (M\$)	4,0	19,0	4,8	#52,0	15,5	95,3
Services de langue française							
#	Transactions	2	3	2	1	-	8
\$	Valeur (M\$)	97,7	-	1,5	357,7	-	456,9
+	Avantages (M\$)	8,8	-	0,1	25,0	-	33,9

Sources : Décisions et approbations administratives du CRTC

À noter que :

- La transaction de propriété Cogeco/Corus, conclue en 2010 (voir la décision de radiodiffusion 2010-942), a donné lieu à des avantages tangibles de 8,8 millions de dollars à l'endroit des projets de radio de langue française;
- La transaction de propriété BCE/CTVglobemedia Inc., conclue en 2011 (voir la décision de radiodiffusion 2011-163), a donné lieu à des avantages tangibles de 17,5 millions de dollars;
- La transaction de propriété BCE/Astral, conclue en 2013 (voir la décision de radiodiffusion 2013-310), a donné lieu à des avantages tangibles de 71,5 millions de dollars. Environ 46,5 millions de dollars de cette somme ont été consacrés à des projets de langue anglaise et 25 millions de dollars à des projets de langue française. Dans sa décision, le CRTC a ordonné à BCE de se départir de 10 services de radio. L'achat de ces stations devrait représenter des avantages tangibles additionnels d'au moins 11 millions de dollars. En décembre 2013, le CRTC a approuvé l'achat de trois stations (CFQX-FM Selkirk et CHIQ-FM Winnipeg [Manitoba] et CKCE-FM Calgary [Alberta]) par Jim Pattison Broadcast Group Limited Partnership (Pattison) et cette dernière a souscrit à des avantages tangibles de 1,8 million de dollars.

g) Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de distribution de radiodiffusion doit être de grande qualité. Le CRTC traite des plaintes à l'égard de la programmation diffusée par les radiodiffuseurs publics et communautaires, de même que par les entités qui ne sont pas membres du Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR). Il s'occupe aussi des enjeux dépassant le cadre des codes administrés par le CCNR. Environ 58 % des plaintes en matière de radio reçues par le CRTC ont été référées au CCNR.

Qu'est-ce que le CCNR?

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) est un organisme indépendant créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) afin d'administrer les normes établies par les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du CCNR comprennent plus de 790 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés, des services payants et des réseaux de partout au Canada, de la programmation de langues française, anglaise et tierces.

Plus de renseignements au sujet du CCNR sont disponibles sur le site Web www.ccnr.ca.

Tableau 4.1.21 Nombre de communications au sujet de la radio reçues par le CRTC, par type de sujet

Période	Décisions / politiques du CRTC	Facturation	Qualité du service/ prestation	Modalités	Questions touchant l'accessibilité	Program-mation	Intensité sonore	Autre
2013-2014	1 042	4	24	2	0	1 299	10	285
2014-2015	847	3	41	3	0	802	9	227

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Tableau 4.1.22 Nombre de plaintes concernant la radio, par sujet

Type de plainte	2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014		2014-2015	
	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR
Radio										
Propos haineux	35	5	38	3	64	32	32	8	46	16
Contenu pour adulte	13	5	14	6	9	3	5	1	4	1
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	1	-	4	-	3	-	2	0
Stéréotypes sexuels	-	-	5	4	1	-	2	1	2	1
Insultes ou injures	220	100	258	95	283	135	702	582	317	203
Langage vulgaire	296	266	22	9	50	14	31	13	41	16
Radio par abonnement (satellite)										
Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent différentes plaintes relatives aux services de radio et de radio par abonnement. Ce tableau présente le nombre de plaintes reçues par le CRTC — et référées au CCNR — concernant différents enjeux dans divers marchés radiophoniques entre 2010-2011 et 2014-2015.

Le système de suivi de la correspondance du CRTC enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.

« Propos haineux » : la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes identifiés dans le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* ou le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*.

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

« Langage vulgaire » : la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

Tableau 4.1.23 Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR

	Radio	Radio par abonnement (satellite)	Total
Langue de diffusion de l'émission			
Anglais	439	3	442
Français	213	0	213
Langue tierce	5	0	5
Autre	7	0	7
Total	664	3	667
Origine nationale de l'émission			
Canadienne	633	0	633
Étrangère	16	0	16
Autre	15	3	18
Total	664	3	667

Ce tableau indique le nombre de plaintes traitées par le CCNR, réparties selon la langue de programmation et la source (canadienne ou étrangère).

« Autre » dans les sections sur la langue de programmation et la source de programmation se rapporte aux plaintes qui ne comportaient pas suffisamment d'information pour permettre au CCNR de déterminer la langue de programmation, pas plus que l'origine nationale de la programmation.

Source : Rapport annuel du CCNR (2013-2014)

Que sont les NCP?

Les Normes canadiennes de la publicité (NCP) sont l'organisme national d'autoréglementation à but non-lucratif en matière de publicité. Le *Code canadien des normes de la publicité* est mis à jour régulièrement afin de veiller à ce qu'il demeure actuel et contemporain tout en suivant le rythme des consommateurs et des attentes sociétales.

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

Pour plus d'information sur les NCP, veuillez consulter le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 4.1.24 Plaintes traitées par les NCP

	2010	2011	2012	2013	2014
Plaintes reçues par les NCP	1 200	1 809	1 310	1 310	1 274
Plaintes relatives aux publicités à la radio	67	85	55	84	64
<i>Pourcentage du total des plaintes reçues</i>	5 %	5 %	4 %	6 %	5 %

Source : Rapports des NCP sur les plaintes

Ce tableau présente le nombre de plaintes reçues par les NCP concernant la radio et le pourcentage du total des plaintes qu'elles représentent. En 2014, 5 % des plaintes concernaient des publicités à la radio.

h) *Groupes de propriété*
Tableau 4.1.25 Revenus de la radio de langue anglaise et de langue française et nombre d'entreprises qui ont fait un rapport – Principaux exploitants de la radio commerciale au Canada

Exploitants de radio	Revenus (milliers \$)			Nombre d'entreprises de radio ayant fait un rapport			Part du revenu total (%)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Principaux exploitants de radio commerciale									
BCE	157 219	474 226	414 116	33	117	107	10	29	26
<i>Pierre Boivin (BCE en fidéicommiss)</i>	s.o.	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	3	s.o.
Astral	330 488	s.o.	s.o.	84	s.o.	s.o.	20	s.o.	s.o.
Rogers	225 084	224 520	228 485	55	55	55	14	14	14
Corus	181 518	173 909	164 525	37	37	39	11	11	10
Harold R. Steele (Newcap)	116 689	122 365	156 289	60	62	68	7	8	10
Cogeco	106 533	106 613	109 943	13	13	13	7	7	6
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale	1 117 531	1 101 633	1 073 357	282#	284	282	69	68	66
Total pour les exploitants de radio commerciale	1 620 316	1 622 658	1 614 158	675	685	695	100	100	100
Principaux exploitants de radio commerciale de langue anglaise									
BCE	157 219	365 516	306 288	33	96	86	12	28	23
<i>Pierre Boivin (BCE en fidéicommiss)</i>	s.o.	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	4	s.o.
Astral	221 826	s.o.	s.o.	63#	s.o.	s.o.	17	s.o.	s.o.
Rogers	225 084	224 520	228 485	55	55	55	17	17	18
Corus	181 518	173 909	164 525	37	37	39	14	13	13
Newcap	116 689	122 365	156 289	60	62	68	9	9	12
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale de langue anglaise	902 336	886 310	855,587	248#	250	244	69	67	66
Total pour les exploitants de radio commerciale de langue anglaise	1 316 992	1 318 387	1 304 651	555	594	575	100	100	100
Principaux exploitants de radio commerciale de langue française									
BCE	s.o.	108 710	107 828	s.o.	21	21	s.o.	42	41
Astral	108 662	s.o.	s.o.	21	s.o.	s.o.	42	s.o.	s.o.
Cogeco	s.o.	s.o.	s.o.	12#	12	12	s.o.	s.o.	s.o.
Total pour les principaux exploitants de radio commerciale de langue française	108 662	108 710	107 828	33#	33	33	42	42	41
Total pour les exploitants de radio commerciale de langue française	257 940	257 884	263 513	96	97	96	100	100	100

Source : Données recueillies par le CRTC

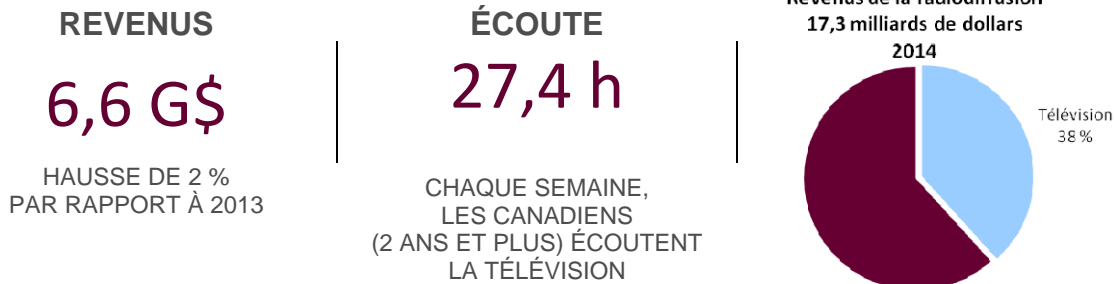
Ce tableau illustre que, collectivement, les six principaux exploitants de radio commerciale au Canada ont réalisé près de 70 % des revenus de l'industrie de la radio commerciale entre 2012 et 2014. De plus, ils englobent environ 40 % des entreprises de radio au pays.

À noter que :

- Le nombre total des exploitants de radio privée (et le nombre total des exploitants de langue anglaise et de langue française) comprend les réseaux commerciaux et les stations de radio commerciale à caractère ethnique. De plus, le transfert de propriété ou de contrôle d'un service de radio appartenant à un groupe de propriété ou vers un tel groupe est réputé avoir eu lieu l'année de radiodiffusion pendant laquelle le transfert a été autorisé par le CRTC et non à la date de clôture de la transaction. La totalité des revenus annuels du service de radio est alors attribuée à la société réputée en être la propriétaire;
- Les revenus de Cogeco ont été retirés de la catégorie « Principaux exploitants de radio commerciale de langue française » en raison de questions demeures en suspens à la suite de la clôture;
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-310, le CRTC a approuvé la modification du contrôle effectif des 21 stations de radio de langue française et des 63 stations de radio de langue anglaise appartenant à Astral en faveur de BCE, sous réserve que BCE se départisse de 10 stations de langue anglaise (7 d'Astral et 3 de BCE) et qu'elle en transfère la direction et le contrôle à un fiduciaire (Pierre Boivin) jusqu'à ce qu'elles soient vendues à un tiers;
- Les services détenus en fiducie par Pierre Boivin sont présentés séparément, mais sont inclus dans les données sur BCE pour l'année 2013.

4.2 Secteur de la télévision

Aperçu 4.2.0 Principaux indicateurs du secteur de la télévision



Les Canadiens ont accès à plus de 600 services de télévision, canadiens et non canadiens. La plupart des gens regardent encore la télévision par l'intermédiaire des services traditionnels, qu'il s'agisse de la télévision en direct, par câble ou par satellite. Par contre, ils se tournent aussi vers les nouvelles plateformes et les appareils connectés à Internet pour combler leurs besoins en matière de visionnement.

D'après les données de mesure de l'auditoire de 2013-2014, les Canadiens de 2 ans et plus regardent en moyenne plus de 27 heures de télévision par semaine. Néanmoins, les groupes plus jeunes passent moins de temps devant le téléviseur. Par exemple, durant cette période, les 18-34 ans ont regardé 20,6 heures de télévision par semaine, soit trois heures de moins qu'il y a cinq ans.

En 2014, le secteur de la télévision traditionnelle privée a enregistré des revenus avoisinant les 1,8 milliard de dollars, comparativement à plus de 4,2 milliards de dollars dans le cas des services facultatifs. Les cinq grands groupes de propriété de l'industrie de la télévision ont généré plus de 90 % des revenus du secteur.

Dans le marché de langue anglaise, le secteur de la télévision traditionnelle privée compte trois groupes de propriété principaux : BCE (CTV et CTV Two), qui détient une part des revenus de 49 %; Shaw (Global), qui détient une part des revenus de 27 %; et Rogers (City et OMNI) qui en détient une de 15 %. Dans le marché de langue française, le secteur de la télévision traditionnelle privée compte deux grands acteurs : Québecor (TVA) et Remstar (V), dont la part des revenus s'établit à 70 % et à 20 %, respectivement.

En 2014, le diffuseur public national, la CBC/SRC, a généré des revenus de 1,3 milliard de dollars, dont 55 % proviennent de crédits parlementaires.

Ensemble, les radiodiffuseurs ont consacré près de 3 milliards de dollars en dépenses au titre des émissions canadiennes (DÉC), dont 15 % à l'égard d'émissions d'intérêt national (ÉIN) en 2014.

Durant l'année de radiodiffusion 2013-2014, pour chaque dollar de revenu, les services de télévision ont versé 43 cents au soutien de la programmation canadienne.

a) Revenus

Cette sous-section présente les revenus des services de télévision traditionnelle et des services facultatifs (dont les services spécialisés, payants, de TVC et de VSD). Les revenus des médias numériques sont exclus.

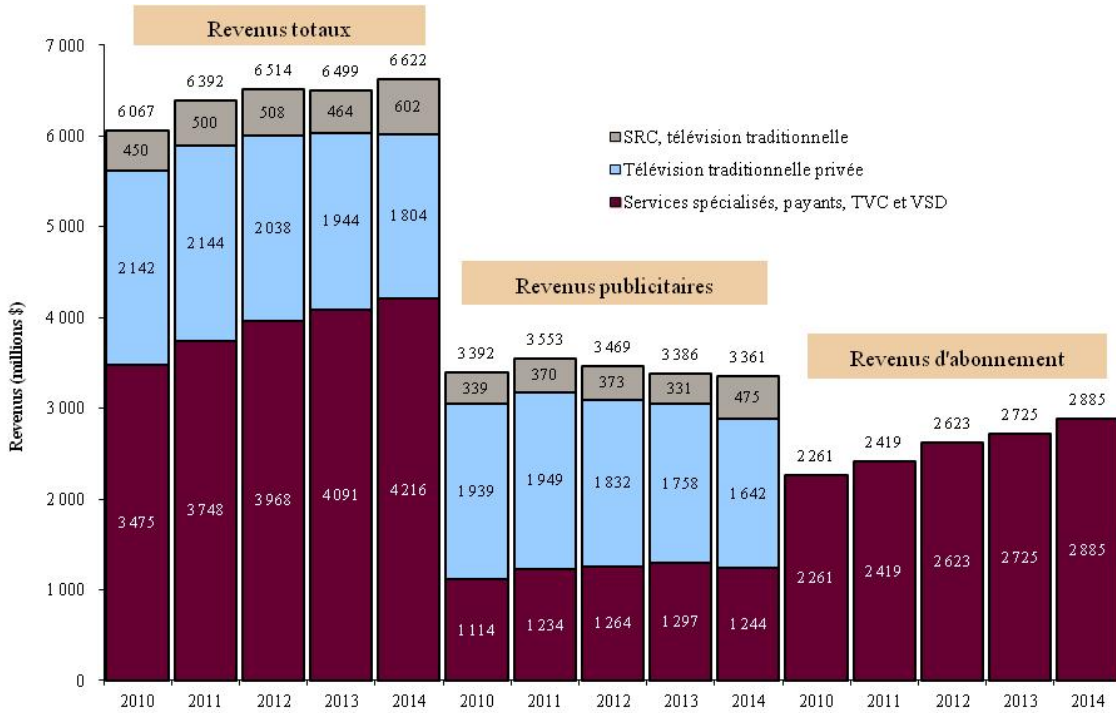
Tableau 4.2.1 Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$)

	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2011-2014
Services de télévision traditionnelle					
Privée	2 144	2 038	1 944	1 804	-5,6
SRC (langues anglaise et française)	500	508	464	602	6,4
Sous-total	2 644	2 546	2 408	2 406	-3,1
Services facultatifs					
Payants, TVC et VSD	856	837	799	788	-2,7
Spécialisés	2 892	3 130	3 292	3 428	5,8
Sous-total	3 748	3 968	4 091	4 216	4,0
Total	6 392	6 513	6 499	6 622	1,2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre les changements dans les revenus de la télévision, par type de service, de 2011 à 2014. Le tableau exclut les crédits parlementaires de la SRC.

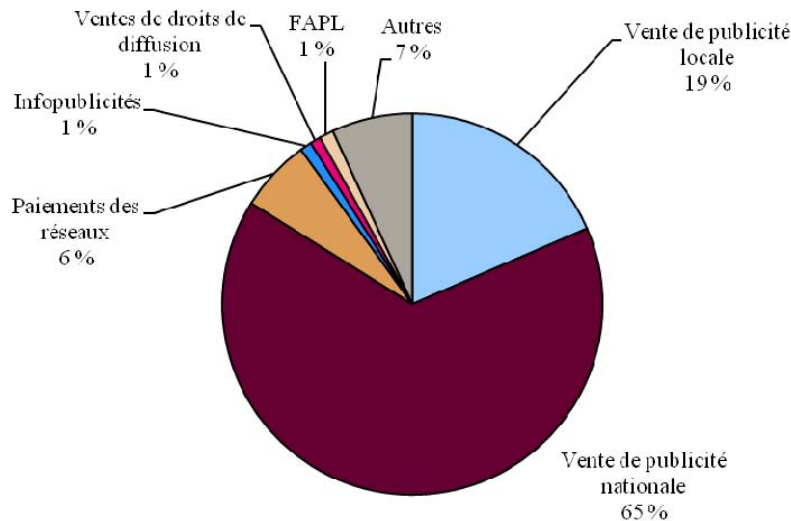
Graphique 4.2.1 Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$)



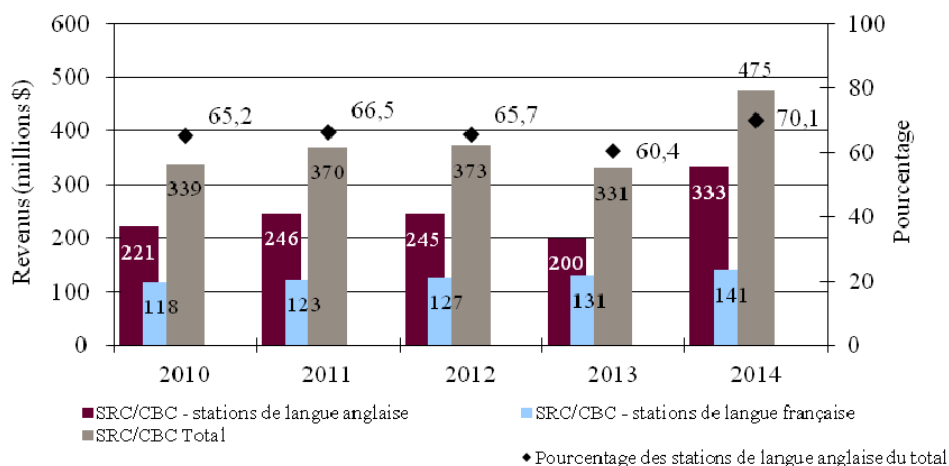
Source : Données recueillies par le CRTC

Le total des revenus inclut d'autres revenus (revenus associés à une licence de radiodiffusion mais ne provenant pas d'activités de radiodiffusion comme des levées de fonds) et le financement du Fonds d'amélioration de la programmation locale (FAPL). Les revenus publicitaires incluent les infopublicités. Les revenus de la SRC n'incluent pas les crédits parlementaires.

Graphique 4.2.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.3 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC


Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.2 Revenus de publicité et autres revenus des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC

Revenus (millions \$)	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenus publicitaires						
Stations de langue anglaise	221	246	245	200	333	10,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,1	11,3	-0,3	-18,3	66,5	
Stations de langue française	118	123	127	131	141	4,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	12,4	4,2	3,1	3,1	7,6	
Total des revenus de publicité	339	370	373	331	475	8,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,1	9,1	0,8	-11,2	43,5	
Autres revenus	111	130	135	133	127	3,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	16,8	17,1	3,9	-1,8	-4,5	
Total	450	500	508	464	602	7,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,8	11,1	1,6	-8,7	29,7	
Crédits parlementaires	794	839	861	783	726	-2,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	5,7	2,7	-9,0	-7,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

« Autres revenus » incluent les ventes de droits de diffusion et le financement du FAPL.

Tableau 4.2.3 Revenus de publicité et autres revenus des stations privées de télévision traditionnelle selon la langue de diffusion

Revenus (millions \$)	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Stations de langue anglaise						
Publicité	1 659	1 659	1 540	1 468	1 357	-4,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,2	0,0	-7,2	-4,7	-7,6	
<i>% du sous-total</i>	92,0	93,0	92,0	92,7	92,0	
Autre	135	129	131	115	118	-3,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	33,1	-4,5	2,0	-11,8	2,6	
<i>% du sous-total</i>	8,0	7,0	8,0	7,3	8,0	
Sous-total	1 794	1 788	1 672	1 583	1 475	-4,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,7	-0,3	-6,5	-5,3	-6,8	
Stations de langue française						
Publicité	280	290	291	290	267	-1,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,9	3,6	0,3	-0,2	-7,9	
<i>% du sous-total</i>	80,0	81,0	79,0	80,5	81,2	
Autre	68	66	75	70	62	-2,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,5	-2,2	13,5	-6,1	-11,4	
<i>% du sous-total</i>	20,0	19,0	21,0	19,5	18,8	
Sous-total	348	357	367	361	329	-1,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,5	2,5	2,8	-1,7	-8,9	
Total						
Publicité	1 939	1 949	1 832	1 758	1 624	-4,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,4	0,5	-6,0	-4,0	-7,6	
<i>% du total</i>	91,0	91,0	90,0	90,4	90,0	
Autre	202	195	206	186	179	-3,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	22,4	-3,6	5,9	-9,8	-3,8	
<i>% du total</i>	9,0	9,0	10,0	9,6	10,0	
Total	2 142	2 144	2 038	1 944	1 804	-4,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,9	0,1	-5,0	-4,6	-7,2	

Source : Données recueillies par le CRTC

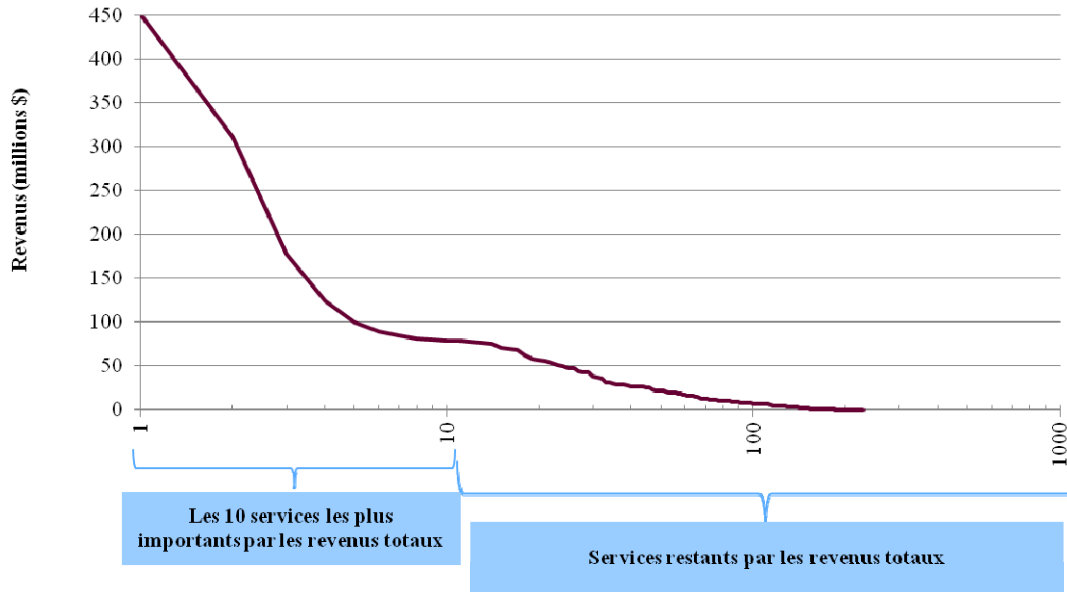
Les revenus des stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise incluent ceux des stations à caractère ethnique parce qu'une part importante de leurs revenus provenait de la programmation de langue anglaise. La catégorie « Autre » inclut le financement du FAPL.

Tableau 4.2.4 Revenus des services facultatifs selon la langue de diffusion

Services	Revenus (milliers \$)			BAII (milliers \$)			Marge de BAII (%)		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Services spécialisés									
<i>Langue anglaise</i>									
Catégorie A	1 347 720	1 376 935	1 409 549	489 928	495 284	469 288	36,4	36,0	33,3
Catégorie B	332 660	373 721	375 938	92 747	111 385	112 605	27,9	29,8	29,7
Catégorie C	794 906	850 891	968 017	116 585	218 905	211 780	14,7	25,7	21,9
Sous-total	2 475 285	2 601 547	2 753 504	699 260	825 574	793 673	28,2	31,7	28,8
<i>Langue française</i>									
Catégorie A	276 529	296 800	268 732	78 789	91 640	74 712	28,5	30,9	27,8
Catégorie B	29 027	37 418	42 983	-4 206	-2 876	-4 533	-14,5	-7,7	-10,5
Catégorie C	265 686	269 679	282 522	25 089	49 354	34 815	9,4	18,3	12,3
Sous-total	571 243	603 897	594 237	99 672	138 118	104 994	17,4	22,9	17,7
<i>Services ethniques et de langue tierce</i>									
Catégorie A	67 856	60 429	57 392	18 080	15 268	9 935	26,6	25,3	17,3
Catégorie B	15 746	26 151	23 246	2 717	2 841	3 851	17,3	10,9	16,6
Sous-total	83 601	86 580	80 638	20 797	18 109	13 786	24,9	20,9	17,1
<i>Total des services spécialisés</i>									
Catégorie A	1 692 105	1 734 163	1 735 672	586 797	602 191	553 935	34,7	34,7	31,9
Catégorie B	377 433	437 291	442 168	91 258	111 350	111 923	24,2	25,5	25,3
Catégorie C	1 060 592	1 120 570	1 250 539	141 674	268 259	246 594	13,4	23,9	19,7
Sous-total	3 130 129	3 292 024	3 428 379	819 729	981 800	912 452	26,2	29,8	26,6
Services payants	457 798	444 785	435 350	101 719	99 297	110 667	22,2	22,3	25,4
TVC	115 739	99 652	101 326	8 358	10 543	8 336	7,2	10,6	8,2
VSD	263 921	254 532	251 336	-16 597	-8 862	-31 603	-6,3	-3,5	-12,6
Sous-total	837 458	798 969	788 012	93 480	100 978	87 400	11,2	12,6	11,1
Total	3 967 587	4 090 994	4 216 392	913 209	1 082 778	999 852	23,0	26,5	23,7

Source : Données recueillies par le CRTC

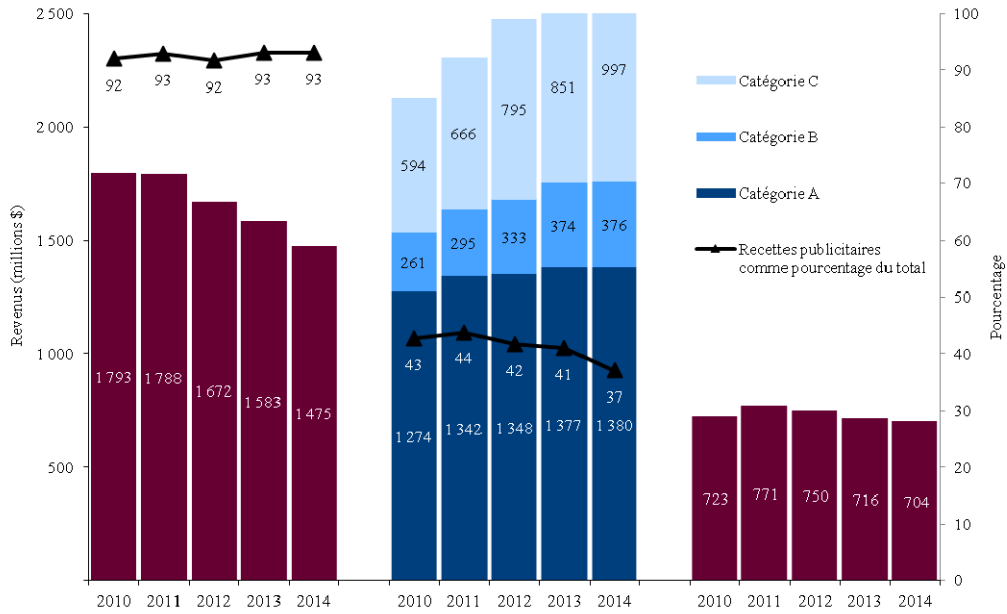
Graphique 4.2.4 Classement par revenus des services facultatifs en ordre décroissant, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus totaux des services facultatifs en 2014, en ordre décroissant. Chacun des cinq services les plus importants a récolté au moins 100 millions de dollars de revenus alors que les cinq services suivants en importance ont récolté entre 80 millions et 90 millions de dollars. Les 74 services suivants ont récolté des revenus qui dépassaient 10 millions de dollars et les 83 suivants des revenus qui dépassaient 1 million de dollars; les revenus des services restants n'atteignaient pas 1 million de dollars. Parmi les 10 services les plus importants, trois services étaient des réseaux de sports et les sept autres étaient de différents genres.

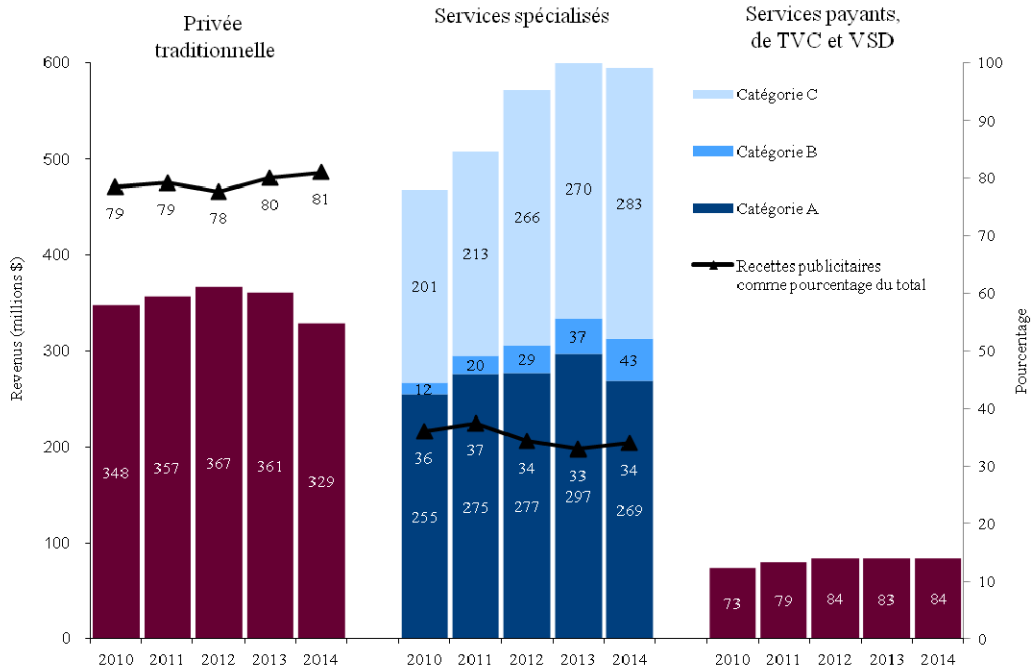
Graphique 4.2.5 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise



Source : Données recueillies par le CRTC

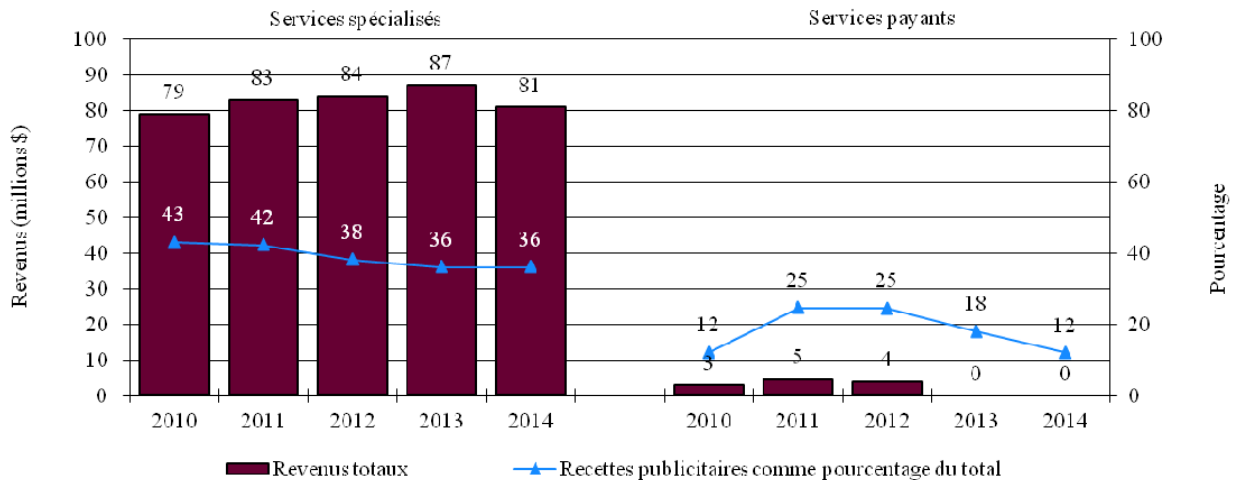
Les stations privées de télévision traditionnelle de langue anglaise englobent les stations traditionnelles à caractère ethnique puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise. Les services facultatifs de langue anglaise comprennent les services bilingues.

Graphique 4.2.6 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



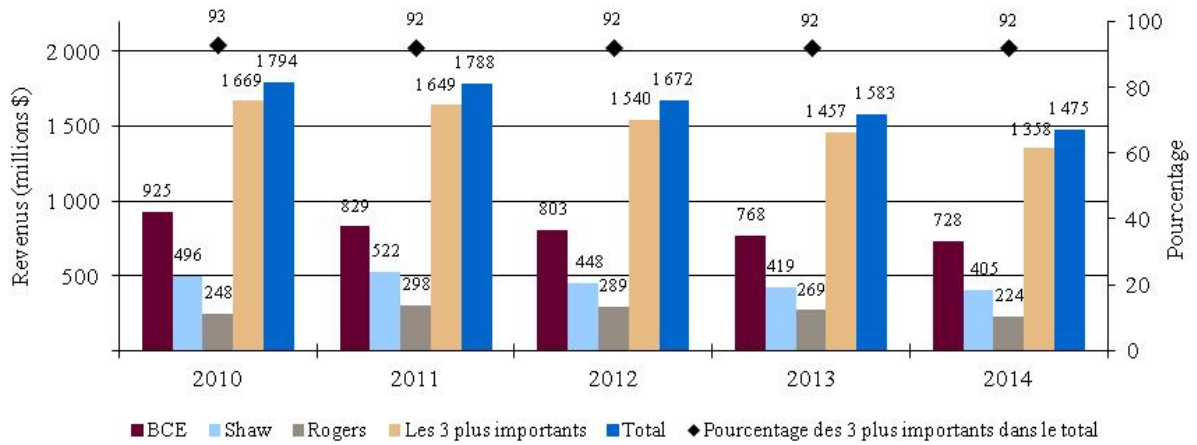
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.7 Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langue tierce



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.8 Revenus collectifs des trois plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise

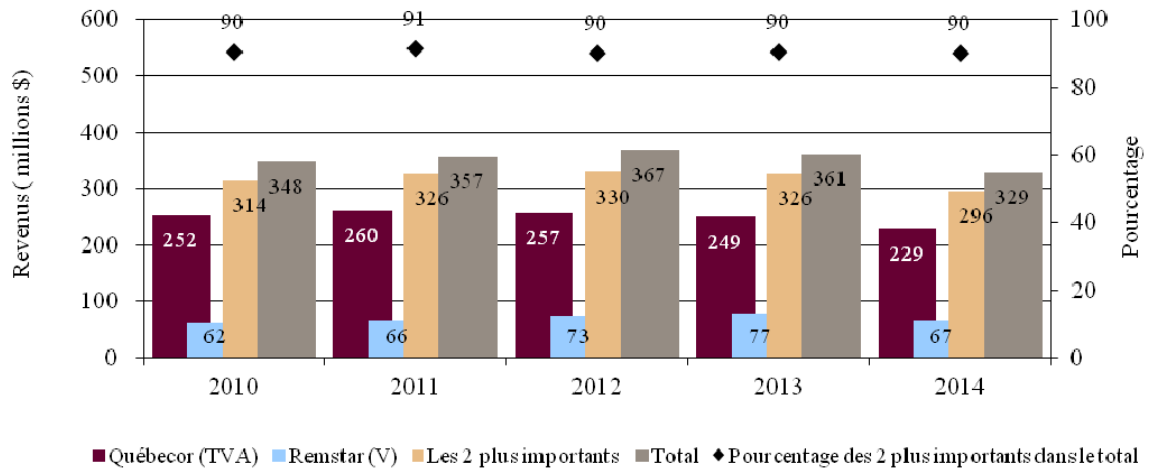


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus de chacun des trois plus grands groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise, ainsi que leurs revenus totaux de la télévision traditionnelle pour chacune des années de 2010 à 2014. L'axe vertical de droite donne le pourcentage des revenus totaux des trois plus grands groupes par rapport au total des revenus de la télévision traditionnelle privée pour toutes les années indiquées. La télévision traditionnelle privée de langue anglaise inclut les stations traditionnelles à caractère ethnique puisqu'une part importante de leurs revenus provient de la programmation de langue anglaise.

Les revenus annuels complets de chaque station sont attribués au groupe de propriété qui en était officiellement propriétaire en date du 31 août. Les revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL.

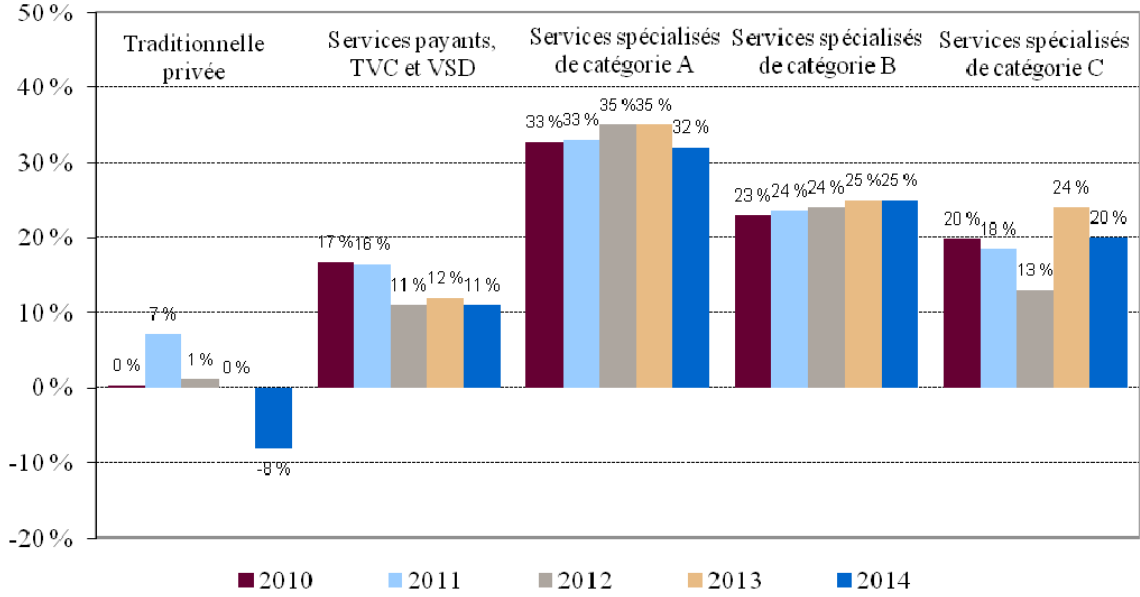
Graphique 4.2.9 Revenus collectifs des deux plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

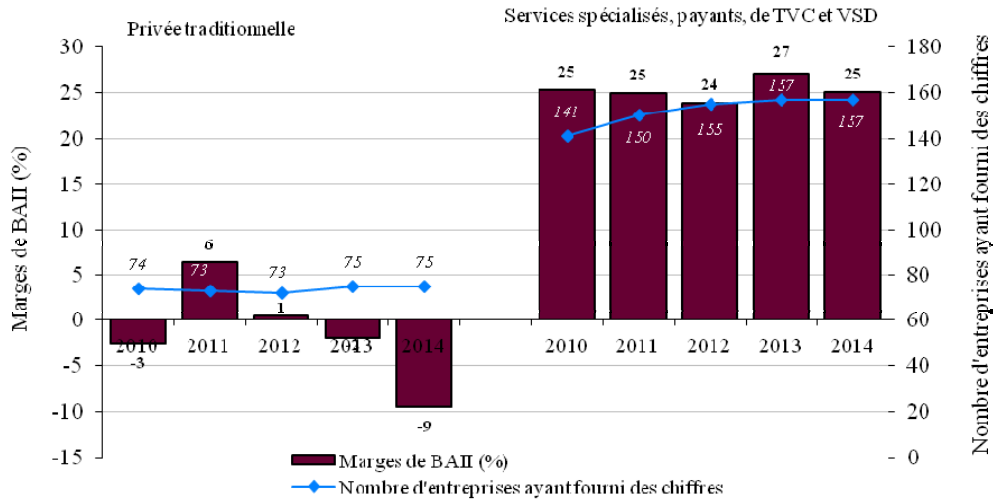
b) *Rendement financier*

Graphique 4.2.10 Marges de BAI combinées des services privés de télévision traditionnelle, payants, de TVC, de VSD et spécialisés des catégories A, B et C



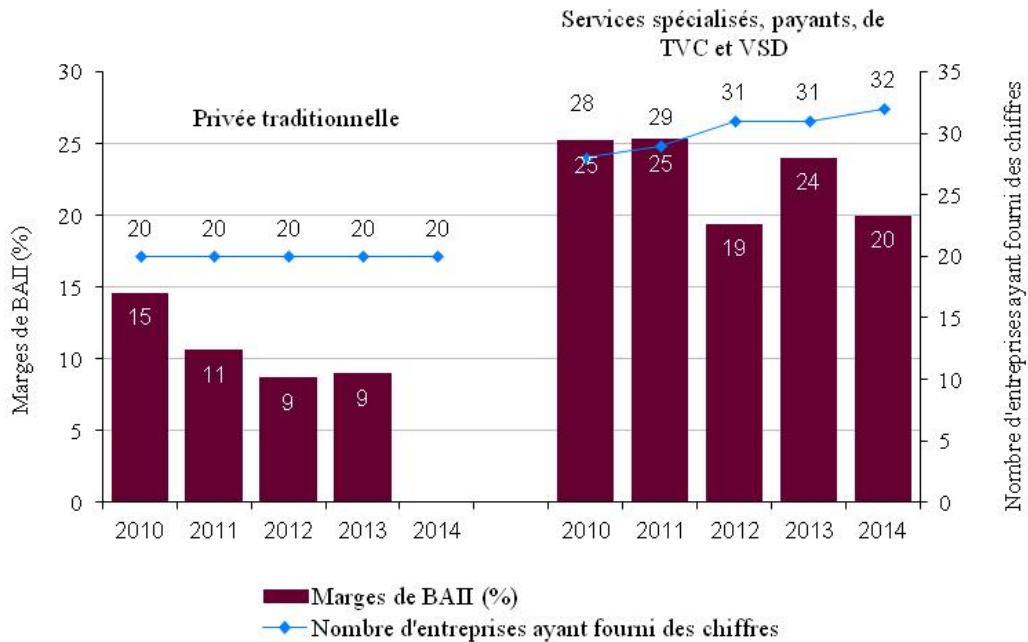
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.11 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue anglaise



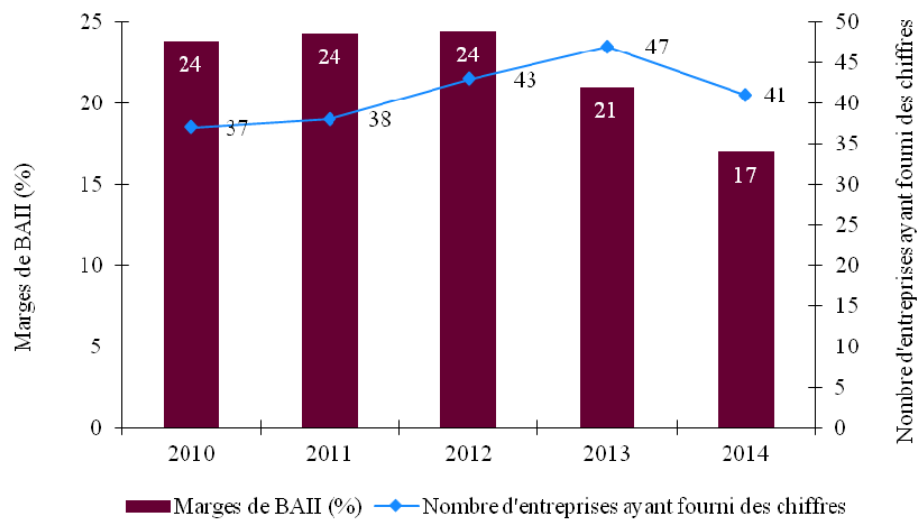
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.12 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

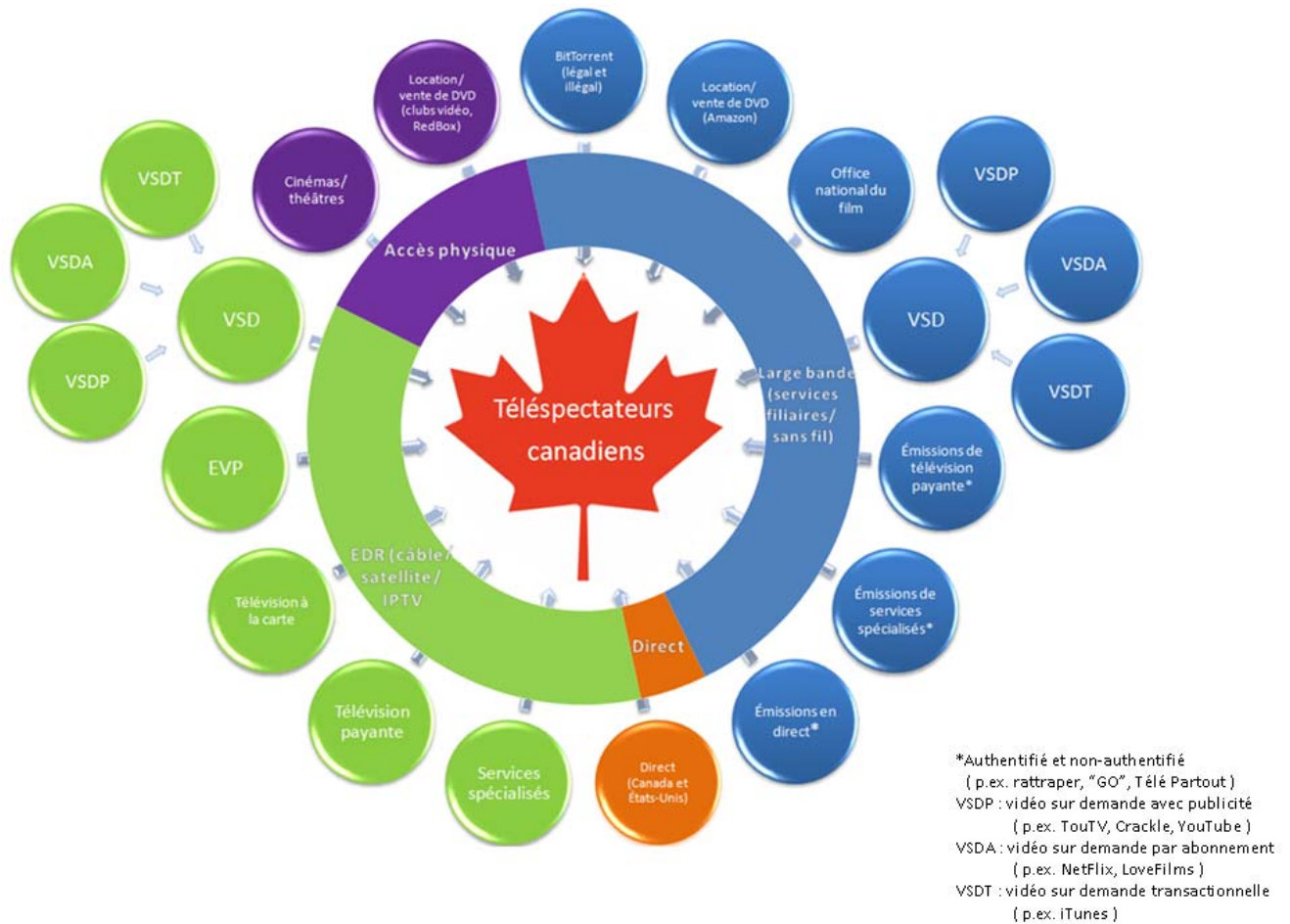
Graphique 4.2.13 Marges de BAII combinées des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langue tierce



Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Disponibilité des services de télévision et de vidéo*

Diagramme 4.2.1 Sources de programmation et plateformes

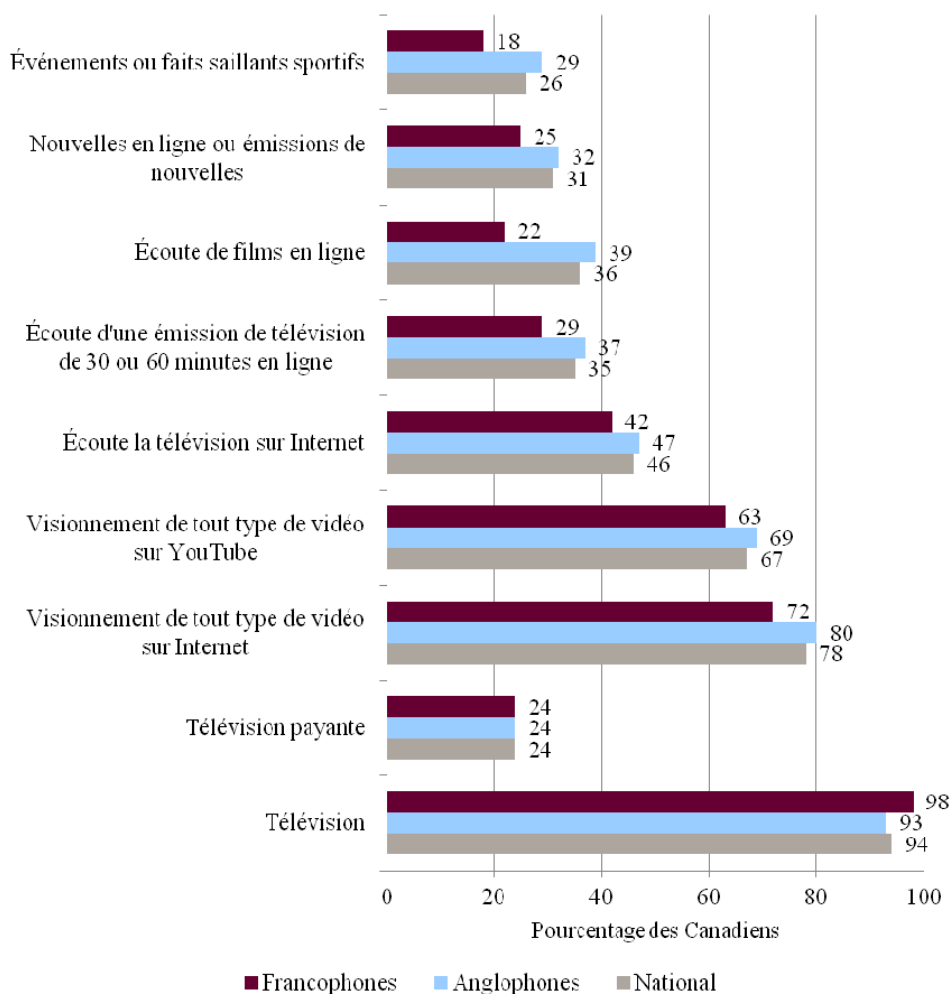


Les Canadiens profitent de diverses sources et moyens leur permettant d'accéder à du contenu, de la radiodiffusion traditionnelle linéaire en direct jusqu'aux médias numériques sur Internet. Ce diagramme illustre les diverses catégories et les différents types de programmation et de plateformes.

Selon l'Observateur des technologies médias (OTM) dont sont tirés ces tableaux et graphiques :

- « Vidéo sur Internet » est défini comme le visionnement ou l'écoute en continu de vidéos disponibles sur Internet (vidéoclip sur YouTube, émissions de télévision, sports, films, etc.);
- « Télé sur Internet » est le visionnement ou l'écoute en continu d'émissions de télévision ou de clips disponibles sur Internet.

Graphique 4.2.14 Pourcentage des Canadiens qui ont visionné des vidéos sur Internet et à la télévision et écouté de la programmation au cours du mois dernier, selon la langue et la plateforme



Source : OTM 2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Tableau 4.2.5 Type et nombre de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada, par langue de diffusion

	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Services canadiens de télévision traditionnelle								
CBC/SRC (services détenus et exploités)	14	14	13	13	0	0	27	27
Privés commerciaux	64	64	#20	20	6	6	#90	90
Religieux	8	8	0	0	0	0	8	8
Éducatifs	#4	4	#3	3	0	0	#7	7
Autochtones	2	1	0	0	1	0	3	1
Services canadiens facultatifs								
Services spécialisés de catégorie A	42	44	15	16	5	5	62	65
Services spécialisés de catégorie B	74	77	9	10	44	35	127	122
Services spécialisés de catégorie C	8	8	5	5	0	0	13	3
Services payants	7	7	2	2	0	0	9	9
Services de TVC (par SRD et terrestres)	13	10	1	0	0	0	14	10
Services de VSD	23	23	1	1	2	0	26	24
Autres services canadiens								
Canaux communautaires	11	11	2	2	0	0	13	13
Chambre des Communes (CPAC)	1	1	1	1	0	0	2	2
Services non canadiens autorisés pour distribution au Canada								
	104	120	10	11	128	141	242	272
Total	374	392	84	84	186	187	644	663

Source : Base de données interne du CRTC

Ce tableau indique le nombre et les types de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada et qui sont : les services de télévision traditionnelle, divers services facultatifs (spécialisés, payants, de TVC, de VSD), les canaux communautaires, la Chaîne d'affaires publiques par câble (CPAC) et les services non canadiens dont la distribution est autorisée au Canada.

Veillez noter que :

- les données ne tiennent pas compte des entreprises de distribution de radiocommunication, des réémetteurs, des services de télévision exemptés et des services spécialisés dont l'autorisation est expirée. Quelques licences de réseau sont également exclues ;
- les stations privées commerciales excluent les stations de télévision privées commerciales à caractère religieux ;
- les services spécialisés de catégorie B englobent uniquement les services en ondes qui ont déposé un rapport annuel au CRTC ;
- les services payants englobent uniquement les services payants en ondes en date du 31 décembre 2012 ;
- les services de VSD englobent les services approuvés, mais pas nécessairement exploités. Le nombre de services a diminué à la suite de l'Ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60 du 31 janvier 2011 intitulée *Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande* ;
- la distribution des services non canadiens autorisés est à la discrétion de l'EDR. Voir l'annexe 2 de la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2015-27 du 30 janvier 2015 intitulée *Liste de services de programmation non canadiens approuvés pour distribution – Compilation annuelle des modifications*, pour obtenir la liste complète des services admissibles en date du 31 décembre 2014 ;
- les services bilingues sont regroupés sous la rubrique « langue anglaise » (anglais/français et anglais/autochtone). Les autres services canadiens n'englobent pas les canaux communautaires déclarés par les EDR titulaires.

Tableau 4.2.6 Nombre de services canadiens publics, communautaires, éducatifs et traditionnels privés dont la diffusion est autorisée, par province et langue de diffusion, 2014

Province/territoire	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Total	
	Publics, communautaires et éducatifs	Trad. privés	Publics, communautaires et éducatifs	Trad. privés	Publics, communautaires et éducatifs	Trad. privés	Public, communautaires et éducatifs	Trad. privés
Colombie-Britannique	6	12	1	0	0	1	7	13
Alberta	3	16	1	0	0	2	4	18
Saskatchewan	2	6	1	0	0	0	3	6
Manitoba	2	4	1	0	0	0	3	4
Ontario	5	24	3	0	0	2	8	26
Québec	1	3	10	20	0	1	11	24
Nouveau-Brunswick	2	3	1	0	0	0	3	3
Nouvelle-Écosse	3	3	0	0	0	0	3	3
Île-du-Prince-Édouard	1	0	0	0	0	0	1	0
Terre-Neuve-et-Labrador	1	1	0	0	0	0	1	1
Le Nord	1	1	0	0	0	0	1	1
Canada	27	73	18	20	0	6	45	99

Source : Base de données interne du CRTC

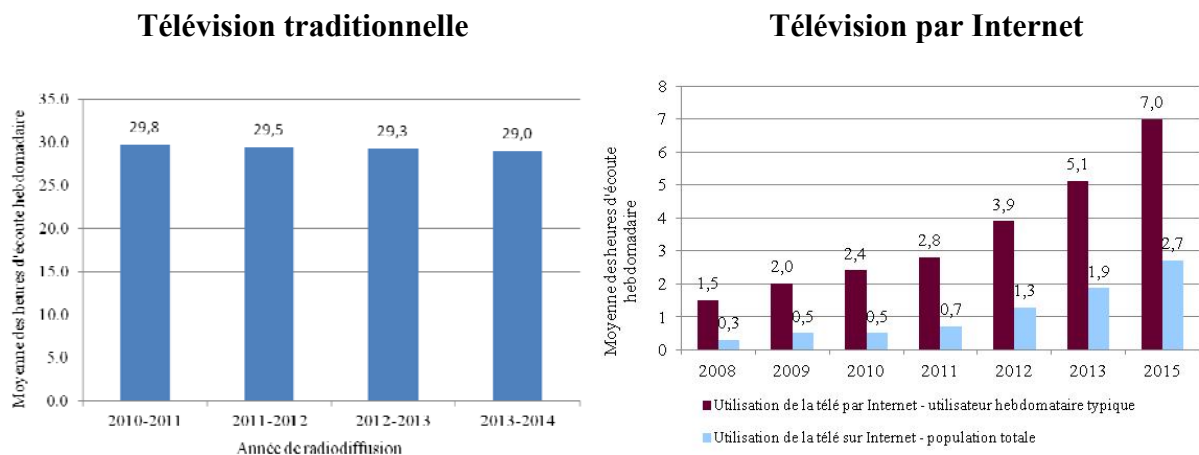
À l'échelle du pays, les Canadiens ont accès à 99 services de télévision traditionnelle privés et à 45 services de télévision publics, communautaires ou éducatifs. Le Québec est en tête des provinces pour ce qui est du nombre de stations publiques, communautaires et éducatives (11); et l'Ontario occupe le premier rang au chapitre des stations privées de télévision traditionnelle (26).

d) *Mesures de l'auditoire*

Dans cette sous-section, veuillez noter que :

- Sauf avis contraire, toutes les mesures d'auditoire fournies par Numeris (anciennement Sondages BBM) ont été recueillies par des audimètres portatifs sans fil (PPM) et non pas par des cahiers d'écoute;
- Les données de Numeris présentées par marché linguistique divisent le Canada en deux parties : 1) l'ensemble du Canada moins les répondants francophones au Québec et 2) les répondants francophones du Québec uniquement;
- Numeris a choisi les saisons de télévision suivantes :
 - 31 août 2009 au 29 août 2010, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 30 août 2010 au 28 août 2011, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 29 août 2011 au 26 août 2012, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 27 août 2012 au 25 août 2013, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h ;
 - 26 août 2013 au 31 août 2014, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.

Graphique 4.2.15 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens (années de radiodiffusion 2010-2011 à 2013-2014) et de la télévision par Internet (de 2008 à 2015)



Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Source : OTM (répondants canadiens de 18 ans et +)

Les graphiques illustrent la moyenne nationale des heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens âgés de 18 ans et plus pour la télévision traditionnelle (excluant les médias numériques) et la télévision par Internet. Le graphique sur la télévision par Internet compare la moyenne d'écoute hebdomadaire des personnes qui regardent la télévision par Internet chaque semaine avec celle de l'écoute nationale de la télévision par Internet. Les données sur la télévision par Internet ne sont pas disponibles pour l'année 2014 et les données de 2015 sont basées sur le sondage du printemps de l'OTM.

Alors que l'écoute de la télévision traditionnelle a diminué au cours des quatre dernières années, l'écoute de la télévision par Internet s'est considérablement étendue.

Tableau 4.2.7 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens, par groupe d'âge

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Tous auditeurs 2 ans et +	28,0	28,5	28,2	27,9	27,4
<i>Croissance annuelle</i>		1,8 %	-1,1 %	-1,1 %	-1,8 %
Enfants 2 à 11 ans	22,4	22,7	22,2	21,6	20,6
<i>Croissance annuelle</i>		1,3 %	-2,2 %	-2,7 %	-4,6 %
Adolescents 12 à 17 ans	23,0	22,4	22,7	21,0	19,9
<i>Croissance annuelle</i>		-2,6 %	1,3 %	-7,5 %	-5,2 %
18 à 34 ans	23,5	23,0	22,8	21,9	20,6
<i>Croissance annuelle</i>		-2,1 %	-0,9 %	-3,9 %	-5,9 %
35 à 49 ans	25,1	25,3	24,8	24,7	24,0
<i>Croissance annuelle</i>		0,8 %	-2,0 %	-0,4 %	-2,8 %
50 à 64 ans	32,5	33,6	33,1	33,2	33,4
<i>Croissance annuelle</i>		3,4 %	-1,5 %	0,3 %	0,6 %
65+	40,4	42,2	41,9	41,5	41,8
<i>Croissance annuelle</i>		4,5 %	-0,7 %	-1,0 %	0,7 %

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Ce tableau indique le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par tranche d'âge pour l'ensemble du Canada et n'inclut pas les médias numériques. Pour la troisième année consécutive, l'écoute hebdomadaire moyenne a reculé chez tous les groupes d'âge, sauf les 65 ans et plus, pour qui les résultats ont peu varié durant la même période.

Tableau 4.2.8 Part d'écoute des services de télévision canadiens et non canadiens, par langue et type de service dans l'ensemble du Canada, excluant le marché du Québec francophone

Part d'écoute (%)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Services canadiens					
Langue anglaise					
CBC	6,3	6,4	5,5	5,1	6,9
Traditionnels privés	26,6	25,0	25,6	24,9	25,3
Spécialisés	36,9	36,0	35,7	36,3	35,6
Payants	6,5	6,3	6,2	5,7	5,3
Numériques payants et spécialisés	5,9	7,0	7,7	9,1	9,4
Autres services	2,3	2,3	2,2	2,3	2,0
Total – Langue anglaise	84,5	83,0	82,8	83,4	84,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>-1,7</i>	<i>-0,3</i>	<i>0,7</i>	<i>1,3</i>
Langue française					
SRC	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1
Traditionnels privés	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Télé-Québec	0	0	0	0	0
Spécialisés	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Payants	0	0	0	0	0
Numériques payants et spécialisés	0	0	0	0	0
Total – Langue française	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>4,2</i>	<i>-0,3</i>	<i>-10,4</i>	<i>14,3</i>
Autres langues					
Traditionnels privés	1,3	1,3	1,1	0,9	0,6
Spécialisés	1,0	1,2	1,0	0,9	1,0
Numériques	0	0	0	0	0
APTN	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2
Total – Autres langues	2,4	2,6	2,3	2,0	1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>6,1</i>	<i>-12,5</i>	<i>-10,0</i>	<i>-10,0</i>
Services communautaires	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
VSD/TVC	0	0	0	0	0
Total des services canadiens	87,9	86,7	86,1	86,4	87,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>-1,4</i>	<i>-0,7</i>	<i>0,3</i>	<i>1,2</i>
Services non canadiens					
Américains traditionnels	4,7	5,3	5,4	5,0	4,5
Américains spécialisés	7,3	8,0	8,5	8,8	8,0
Internationaux	0	0	0	0	0
Total des services non canadiens	12,1	13,3	13,9	13,7	12,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>9,9</i>	<i>4,5</i>	<i>-1,1</i>	<i>-8,8</i>
Total des heures (millions)	709,3	713,2	720,0	712,0	710,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>		<i>0,6</i>	<i>1,0</i>	<i>-1,1</i>	<i>-0,2</i>

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Tableau 4.2.9 Part d'écoute des services de télévision canadiens et non canadiens, par langue et type de service, dans le marché francophone du Québec

Part d'écoute (%)	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Services canadiens					
Langue française					
SRC	12,5	12,9	11,8	12,8	13,4
Traditionnels privés	32,9	32,3	32,0	32,4	30,8
Télé-Québec	3,2	3,0	2,9	3,0	3,0
TFO	0	0,1	0,1	0,1	0,3
Spécialisés	36,1	35,1	36,4	34,3	33,6
Payants	4,1	3,6	3,0	2,9	2,7
Numériques payants et spécialisés	3,2	5,1	6,4	7,5	8,7
Total – Langue française	92,0	92,2	92,7	93,0	92,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>		0,2	0,5	0,3	-0,1
Langue anglaise					
CBC	0,6	0,5	0,6	0,4	0,8
Traditionnels privés	1,9	1,9	1,7	1,7	1,7
Spécialisés	2,4	2,3	2,1	1,9	2,0
Payants	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5
Numériques payants et spécialisés	0,6	0,8	0,6	0,7	0,7
Autres services	0	0	0,1	0	0
Total – Langue anglaise	6,0	6,0	5,5	5,2	5,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>		-0,1	-8,9	-4,3	9,6
Autres langues					
Traditionnels privés	0,1	0,1	0,1	0,2	0
Spécialisés	0	0	0	0	0
Numériques	0	0	0	0	0
APTN	0,1	0	0	0,1	0
Total – Autres langues	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>		-21,8	46,6	42,9	-66,7
Services communautaires	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
VSD/TVC	0	0	0	0	0
Total des services canadiens	98,4	98,5	98,6	98,8	98,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>		0,1	0,1	0,2	-0,1
Services non canadiens					
Américains traditionnels	1,0	1,0	0,8	0,8	1,0
Américains spécialisés	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
Internationaux	0	0	0,1	0,1	0,1
Total des services non canadiens	1,6	1,5	1,5	1,4	1,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>		-4,2	-2,3	-2,7	14,3
Total des heures (millions)	217,9	219,5	211,3	216,5	220,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>		0,7	-3,8	2,5	1,8

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Tableau 4.2.10 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Nouvelles (catégorie 1)	76,5	76,7	84,7	84,8	32,0	29,8	30,7	26,4
<i>% canadien</i>	100	100	100	100	99,0	98,8	98,8	98,7
<i>% du total</i>	13,4	13,3	14,6	14,2	15,6	15,0	15,0	13,2
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	34,7	22,5	21,6	11,2	12,4	11,4	10,9	10,4
<i>% canadien</i>	40,5	43,8	46,9	48,2	50,5	44,6	42,9	47,0
<i>% du total</i>	6,1	3,9	3,7	3,9	6,1	5,7	5,4	5,2
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	57,0	52,7	52,2	50,2	34,1	32,6	32,7	28,7
<i>% canadien</i>	51,1	55,6	56,9	59,1	91,3	91,1	91,1	91,3
<i>% du total</i>	10,0	9,1	9,0	8,4	16,6	16,4	16,0	14,4
Sports (catégorie 6)	75,2	84,5	70,9	95,5	12,7	13,4	10,7	17,7
<i>% canadien</i>	71,4	72,0	65,9	72,9	82,0	82,1	67,8	75,0
<i>% du total</i>	13,2	14,6	12,2	16,0	6,2	6,8	5,3	8,9
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	235,8	236,5	237,4	227,5	78,3	75,3	79,8	76,0
<i>% canadien</i>	19,7	20,1	20,0	19,4	30,2	29,3	29,1	28,8
<i>% du total</i>	41,3	40,9	40,9	38,1	38,2	38,0	39,1	38,1
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	10,7	9,7	10,5	9,0	4,4	3,5	3,8	3,1
<i>% canadien</i>	41,8	27,4	23,8	34,6	80,8	80,8	81,5	85,4
<i>% du total</i>	1,9	1,7	1,8	1,5	2,2	1,8	1,8	1,6
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	8,1	4,9	8,1	9,1	8,9	8,9	9,1	9,0
<i>% canadien</i>	15,1	28,8	26,7	23,6	89,9	92,5	94,1	95,4
<i>% du total</i>	1,4	0,8	1,4	1,5	4,3	4,5	4,5	4,5
Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	72,3	91,0	94,6	97,6	21,4	23,0	25,9	28,1
<i>% canadien</i>	28,2	27,7	29,7	31,7	73,9	71,9	68,9	68,2
<i>% du total</i>	12,7	15,7	16,3	16,3	10,4	11,6	12,7	14,1
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0,1	4,1	0,8	0,4	0,4	18,6
<i>% canadien</i>	100	98,0	96,4	61,5	98,5	98,2	91,6	67,8
<i>% du total</i>	0	0	0	0	0,4	0,2	0,2	0,0
Total	570,4	578,6	580,1	596,8	205,0	198,2	204,1	199,5
<i>% canadien</i>	43,1	43,8	43,4	46,1	64,0	63,2	61,4	61,5

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Ces chiffres, ainsi que les chiffres des trois tableaux suivants, proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Tableau 4.2.11 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, selon le marché linguistique, l'origine et le genre d'émission

Heures d'écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Nouvelles (catégorie 1)	34,3	35,4	36,7	37,3	11,0	9,4	10,3	9,2
% canadien	100	100	100	100	100	100	100	100
% du total	20,0	20,2	21,6	22,0	15,6	14,1	14,8	13,6
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	2,4	1,0	1,5	1,8	0,9	0,3	0,3	0,2
% canadien	57,8	91,9	95,2	89,2	95,2	76,4	90,5	79,9
% du total	1,4	0,6	0,9	1,1	1,2	0,4	0,4	0,4
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	12,0	11,0	10,4	10,5	15,9	15,1	14,5	12,3
% canadien	53,8	58,3	62,2	65,8	99,6	99,6	100	99,8
% du total	7,0	6,3	6,1	6,2	22,6	22,5	20,8	18,3
Sports (catégorie 6)	3,8	11,6	4,6	3,8	0,2	1,3	0	0,7
% canadien	4,6	66,0	6,5	7,4	100	96,9	85,9	60,9
% du total	2,2	6,6	2,7	2,3	0,2	2,0	0,0	0,1
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	70,8	67,1	64,9	65,3	25,2	23,7	26,9	28,4
% canadien	10,8	10,5	10,3	10,0	24,3	23,9	22,7	22,5
% du total	41,4	38,3	38,1	38,6	35,8	35,3	38,7	42,2
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	6,2	6,3	7,3	5,4	1,9	1,0	0,9	0,3
% canadien	9,6	3,4	2,0	3,5	74,7	67,5	59,7	71,1
% du total	3,6	3,6	4,3	3,2	2,6	1,5	1,3	0,4
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	3,1	1,8	5,0	6,0	5,8	6,2	6,6	6,9
% canadien	0,2	0	3,7	2,9	97,6	97,6	99,5	99,5
% du total	1,8	1,0	2,9	3,5	8,3	9,3	9,6	10,2
Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	38,7	40,9	40,0	39,1	8,9	9,7	9,7	9,9
% canadien	22,1	23,7	22,9	29,0	69,4	80,2	81,5	85,9
% du total	22,6	23,4	23,5	23,1	12,6	14,5	14,0	14,8
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0	0,7	0,4	0,3	0
% canadien	0	0	0	0	100	100	100	0
% du total	0	0	0	0	1,0	0,6	0,5	0
Total	171,1	175,0	170,1	169,2	70,3	67,1	69,4	67,2
% canadien	34,5	38,5	35,9	38,0	68,1	69,3	66,9	64,9

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Tableau 4.2.12 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la SRC, selon le marché linguistique, l’origine et le genre d’émission

Heures d’écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Nouvelles (catégorie 1)	6,8	6,6	7,1	7,2	4,1	3,8	4,4	4,1
<i>% canadien</i>	100	100	100	100	100	100	100	100
<i>% du total</i>	15,2	17,2	20,4	14,9	14,6	15,4	15,9	13,9
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	1,7	1,5	1,6	1,3	0,3	0,3	0,3	0,3
<i>% canadien</i>	97,7	96,1	96,6	98,4	97,2	98,8	93,0	98,7
<i>% du total</i>	3,9	3,8	4,7	2,8	1,2	1,2	1,1	1,0
Autres émissions d’information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	2,4	2,2	2,9	2,1	4,6	4,0	3,6	2,8
<i>% canadien</i>	100	100	99,9	100	100	100	99,9	99,9
<i>% du total</i>	5,3	5,6	8,3	4,3	16,1	16,0	12,9	9,6
Sports (catégorie 6)	15,4	11,5	9,9	25,4	0,4	0,2	0,3	2,9
<i>% canadien</i>	98,7	99,9	100	100	100	99,6	100	99,9
<i>% du total</i>	34,4	29,6	28,3	52,6	1,4	1,0	1,0	9,7
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	11,1	11,5	9,4	8,6	8,3	7,4	9,0	8,4
<i>% canadien</i>	46,4	42,6	54,1	56,0	72,8	73,1	70,0	70,0
<i>% du total</i>	24,9	29,6	26,9	17,8	29,1	29,7	32,4	28,6
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	0,1	0,2	0,1	0,1	0,8	1,1	1,4	1,5
<i>% canadien</i>	78,8	36,2	100	100	99,5	99,4	100	100
<i>% du total</i>	0,2	0,5	0,2	0,2	3,0	4,4	5,1	5,1
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	4,4	2,5	0,2	0	2,2	1,8	1,7	1,5
<i>% canadien</i>	0	0	0	0	100	100	100	100
<i>% du total</i>	10,0	6,6	0,5	0	7,9	7,3	6,2	5,1
Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	2,8	2,8	3,7	3,6	7,6	6,2	7,0	7,9
<i>% canadien</i>	99,2	99,6	99,5	99,6	99,8	100	100	100
<i>% du total</i>	6,2	7,2	10,6	7,4	26,7	25,0	25,3	26,9
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	2,2	0	0	0,0	0,3
<i>% canadien</i>	0	0	0	100	95,8	100	100	100
<i>% du total</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	44,7	38,8	35,0	48,3	28,3	24,8	27,6	29,5
<i>% canadien</i>	76,1	75,9	86,9	92,1	92,0	92,0	90,2	91,4

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Tableau 4.2.13 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par les services canadiens payants et spécialisés, selon le marché linguistique, l’origine et le genre d’émission

Heures d’écoute (millions)	Services de langue anglaise et à caractère ethnique Ensemble du Canada (sauf le marché de langue française du Québec)				Services de langue française Marché de langue française du Québec			
	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
	Nouvelles (catégorie 1)	35,8	35,1	41,2	40,3	16,9	16,5	16,0
<i>% canadien</i>	100	100	100	99,9	98,0	97,8	97,7	97,5
<i>% du total</i>	10,2	9,8	11,2	10,6	16,9	16,5	15,9	12,8
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	28,4	17,6	16,0	20,0	10,6	10,3	9,8	9,9
<i>% canadien</i>	36,3	39,0	41,0	41,1	45,8	43,1	41,2	44,6
<i>% du total</i>	8,1	4,9	4,3	5,3	10,6	10,3	9,7	9,6
Autres émissions d’information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	40,4	37,1	36,6	37,6	12,4	12,4	13,5	13,6
<i>% canadien</i>	46,6	51,4	51,2	55,0	77,8	78,5	79,4	81,7
<i>% du total</i>	11,5	10,3	9,9	9,9	12,5	12,4	13,4	13,3
Sports (catégorie 6)	56,1	61,5	56,5	66,3	12,2	11,9	10,4	14,8
<i>% canadien</i>	68,4	67,9	64,7	66,3	81,2	80,1	66,9	70,2
<i>% du total</i>	16,0	17,1	15,3	17,5	12,2	11,8	10,4	14,4
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	151,9	154,9	159,1	153,6	40,8	40,5	40,2	39,2
<i>% canadien</i>	21,0	22,1	21,7	21,3	23,5	22,9	23,5	24,5
<i>% du total</i>	43,3	43,0	43,2	40,5	40,9	40,4	40,0	38,1
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	4,4	3,2	3,1	3,5	1,4	1,1	1,3	1,3
<i>% canadien</i>	85,7	74,1	73,6	81,3	74,0	69,6	72,8	71,8
<i>% du total</i>	1,3	0,9	0,8	0,9	1,5	1,1	1,3	1,3
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	2,5	2,0	3,2	3,1	0,8	0,8	0,6	0,6
<i>% canadien</i>	48,0	69,9	62,4	63,0	8,4	32,1	15,9	35,8
<i>% du total</i>	0,7	0,6	0,9	0,8	0,8	0,8	0,6	0,6
Divertissement général/ intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	31,6	48,7	53,1	54,8	4,5	6,8	8,7	10,2
<i>% canadien</i>	28,6	26,1	28,7	29,1	36,9	32,9	28,0	26,4
<i>% du total</i>	9,0	13,5	14,4	14,5	4,5	6,7	8,7	9,9
Autres (catégories 12 à 15)	0	0	0	0,2	0,1	0	0	0,2
<i>% canadien</i>	0	0	0	16,7	78,7	56,6	33,3	62,0
<i>% du total</i>	0	0	0	0	0,1	0	0	0
Total	351,2	360,1	368,8	379,3	99,8	100,2	100,5	102,8
<i>% canadien</i>	42,5	42,6	42,6	43,9	53,5	52,2	50,0	50,8

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Tableau 4.2.14 Part d'écoute des services canadiens de langue anglaise et de langue française, par groupe de propriété et marché linguistique

Part d'écoute (%)	2011-2012			2012-2013			2013-2014		
	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total	Traditionnels	Facultatifs	Total
L'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec									
BCE	16,7	18,5	35,2	15,4	22,9	38,3	15,6	19,9	35,5
<i>Services de langue anglaise</i>	16,7	18,4	35,1	15,4	22,7	38,1	15,6	19,7	35,2
<i>Services de langue française</i>	-	0,1	0,1	-	0,2	0,2	-	0,3	0,3
Shaw	8,8	14,3	23,1	8,5	15,0	23,5	8,3	14,3	22,6
<i>Services de langue anglaise</i>	8,8	14,3	23,1	8,5	15,0	23,5	8,3	14,3	22,6
<i>Services de langue française</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corus	0,2	9,6	9,8	0,3	12,8	13,1	1,7	11,7	13,3
<i>Services de langue anglaise</i>	0,2	9,6	9,8	0,3	12,8	13,1	1,7	11,6	13,2
<i>Services de langue française</i>	-	-	-	-	0	0	-	0,1	0,1
Rogers	4,7	4,2	8,8	4,6	4,7	9,3	4,5	5,2	9,7
<i>Services de langue anglaise</i>	4,7	4,2	8,8	4,6	4,7	9,3	4,5	5,2	9,7
<i>Services de langue française</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CBC/SRC	6,4	1,7	8,1	5,6	1,8	7,5	8,3	1,9	10,2
<i>Services de langue anglaise</i>	6,2	1,6	7,8	5,5	1,8	7,3	8,2	1,8	10,0
<i>Services de langue française</i>	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2
Total des heures (millions)	249,7	361,0	610,7	237,5	368,3	605,8	238,1	362,5	600,7
Marché de langue française du Québec									
Québecor	24,0	8,3	32,3	24,4	8,6	32,9	23,4	8,7	32,1
<i>Services de langue française</i>	24,0	8,3	32,3	24,4	8,6	32,9	23,4	8,7	32,1
<i>Services de langue anglaise</i>	-	0	0	0	0	0	0	0	0
BCE	1,0	7,1	8,1	0,9	21,9	22,8	0,8	21,3	22,1
<i>Services de langue française</i>	-	5,5	5,5	-	20,3	20,3	-	19,8	19,8
<i>Services de langue anglaise</i>	1,0	1,5	2,5	0,9	1,6	2,5	0,8	1,5	2,3
SRC/CBC	12,3	5,1	17,4	13,0	5,1	18,2	14,5	4,9	19,4
<i>Services de langue française</i>	11,7	5,0	16,7	12,6	5,1	17,7	13,7	4,9	18,6
<i>Services de langue anglaise</i>	0,6	0,1	0,7	0,4	0,1	0,5	0,8	0,1	0,8
Remstar	8,6	-	8,6	8,6	-	8,6	8,0	0,9	9,0
<i>Services de langue française</i>	8,6	-	8,6	8,6	-	8,6	8,0	0,9	9,0
<i>Services de langue anglaise</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corus	-	-	-	-	-	-	-	8,0	8,0
<i>Services de langue française</i>	-	-	-	-	-	-	0,0	0,3	0,3
<i>Services de langue anglaise</i>	-	-	-	-	-	-	-	7,7	7,7
Total des heures (millions)	104,1	103,6	207,6	109,3	103,6	212,8	109,7	106,1	215,7

Source : Numeris (anciennement Sondages BBM)

Ce tableau présente les parts d'écoute par groupe de propriété. À noter que :

- 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 de toutes les stations canadiennes de télévision traditionnelle (y compris les stations à caractère ethnique) et celle des services canadiens facultatifs (seulement la télévision spécialisée et payante, excluant les services de TVC et de VSD) ;
- 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 décembre de chaque année ;
- L'écoute des stations traditionnelles de Rogers englobe les stations OMNI ;
- Depuis 2014, l'écoute des stations de Corus englobe Historia, Séries +, Teletoon, Teletoon Retro, Télétoon, Télétoon Rétro, mais n'englobe pas celle de Teletatino.

e) *Dépenses en programmation*

Les objectifs de politique de la *Loi sur la radiodiffusion* favorisent l'épanouissement de l'expression canadienne et font en sorte que chaque élément du système canadien de radiodiffusion contribue de la manière qui convient à la création et à la présentation de programmation canadienne. C'est ainsi que les radiodiffuseurs canadiens doivent consacrer une certaine partie de leurs revenus annuels de radiodiffusion à des dépenses au titre d'émissions canadiennes. Ces dépenses servent à créer des émissions canadiennes et à garantir une diversité de voix et d'intérêts dans notre système national de radiodiffusion.

Les fournisseurs de services de télévision ont versé 43 cents par dollar de revenu au soutien de la programmation canadienne au cours de l'année de radiodiffusion 2013-2014. Les dépenses en émissions canadiennes (DÉC) ont atteint 3 milliards de dollars, dont 15 % ont été consacrés aux émissions d'intérêt national (ÉIN).

Le diagramme 4.2.2 illustre le flot des fonds utilisés pour financer la programmation canadienne. Un pourcentage des revenus d'abonnements des EDR est utilisé pour financer les services de programmation canadienne facultatifs (services de TVC et de VSD, services payants et spécialisés), aussi bien que l'expression locale (télévision communautaire), le Fonds des médias du Canada (FMC), le FAPL et divers fonds indépendants. Les services de programmation de télévision commerciale (services spécialisés, payants et privés de télévision en direct) et la SRC comptent sur les revenus provenant de la publicité. Le gouvernement accorde également de l'aide financière au FMC, à la SRC (par l'entremise des crédits parlementaires) et à divers fournisseurs de contenu indépendants.

Que sont les ÉIN?

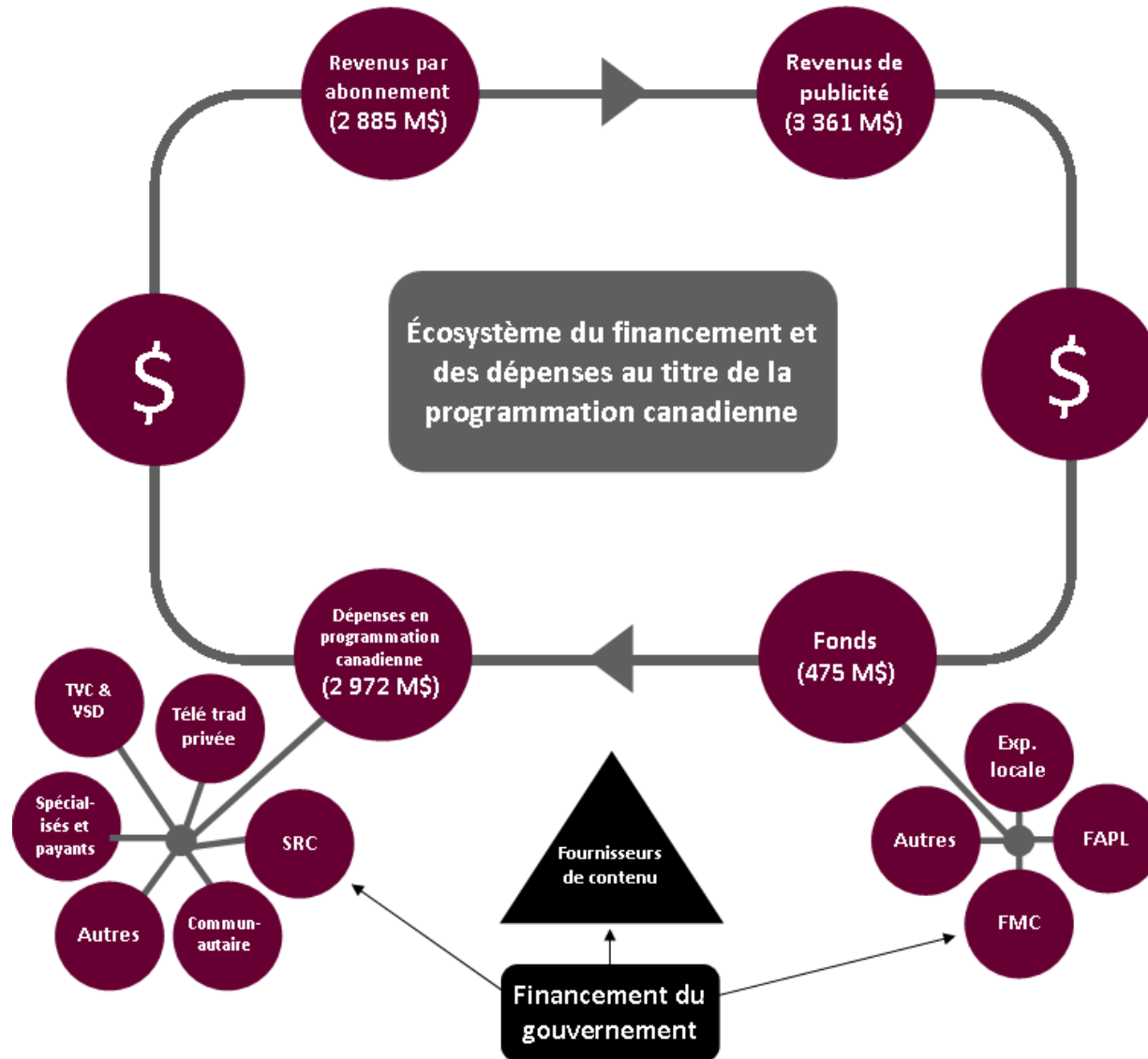
Les émissions d'intérêt national (ÉIN), telles que définies par le CRTC, englobent les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée et les émissions canadiennes de remise de prix spécifiques qui rendent hommage à des créateurs et artistes canadiens. Pour les radiodiffuseurs de langue française, les ÉIN englobent aussi les vidéoclips et les émissions de variétés.

Aux fins du présent rapport, les dépenses au titre des ÉIN comprennent les dépenses au soutien de l'un ou l'autre de ces genres d'émissions :

- documentaires de longue durée (catégorie 2b);
- émissions dramatiques et comiques (catégorie 7);
- émissions de musique, danse et variétés de langue française (catégories 8 et 9);
- émissions de remise de prix de langue anglaise (sous-catégorie de la catégorie 11).

Les chiffres des graphiques 4.2.20 et 4.2.21, et des tableaux 4.2.16 et 4.2.17 tiennent compte des entreprises de radiodiffusion qui n'ont pas, au moment de la publication de ce rapport, de condition de licence relative aux ÉIN ou à la présentation d'émissions canadiennes.

Diagramme 4.2.2 Écosystème du financement au titre de la programmation canadienne (année de radiodiffusion 2013-2014)



Ce diagramme donne un aperçu des principales sources de financement des émissions au Canada.

À même les revenus d'abonnements des EDR, environ 475 millions de dollars ont servi à remplir différents engagements envers la programmation canadienne et quasiment 3 milliards de dollars ont été versés à des services de programmation.

Les revenus publicitaires de la télévision traditionnelle et des services payants et spécialisés ont atteint 3,4 milliards de dollars, lesquels ont été consacrés aux services de programmation. À noter que la catégorie « Autres » comprend les entreprises de programmation communautaire de faible puissance sans but lucratif ainsi que les entreprises de programmation de télévision éducative.

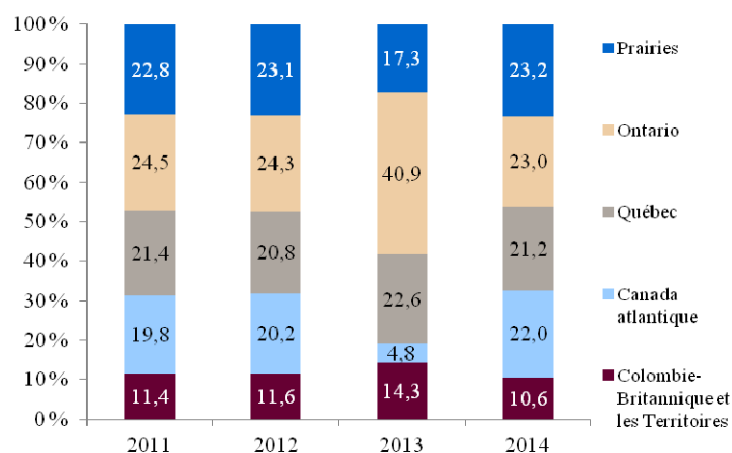
Le financement gouvernemental est versé, entre autres, à la SRC, au FMC et à certains fournisseurs de contenu.

Tableau 4.2.15 Versements du FAPL et nombre de bénéficiaires

Année de radiodiffusion	Versements du FAPL (millions \$)	Nombre de bénéficiaires		Pourcentage des revenus des bénéficiaires provenant du FAPL (sauf la SRC)
		Titulaires	Stations	
2009-2010	100,7	16	79	10,8 %
2010-2011	106,7	16	80	10,8 %
2011-2012	112,1	16	80	11,1 %
2012-2013	74,7	16	74	7,3 %
2013-2014	39,3	16	74	7,7 %

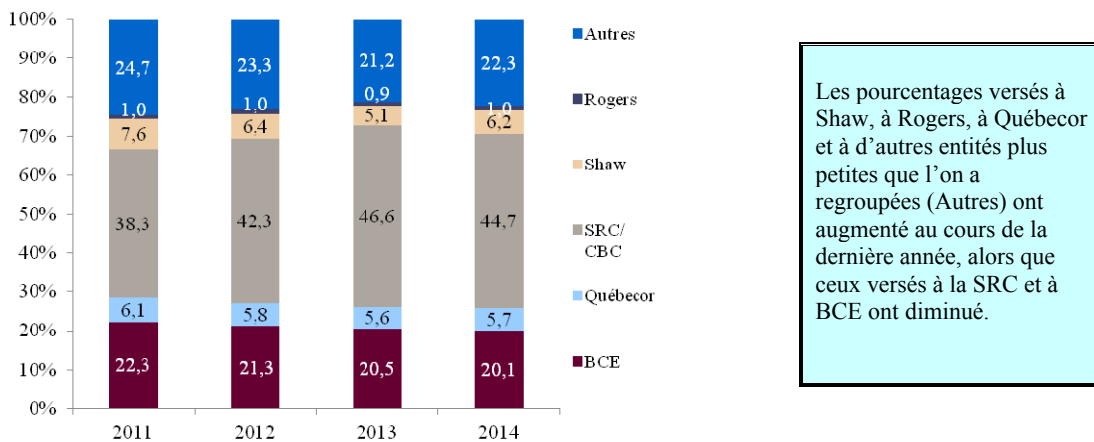
Source : Données recueillies par le CRTC

Le CRTC a conclu que le FAPL a permis d'atteindre l'objectif fixé et a été éliminé le 31 août 2014.

Graphique 4.2.16 Versements du FAPL selon les régions


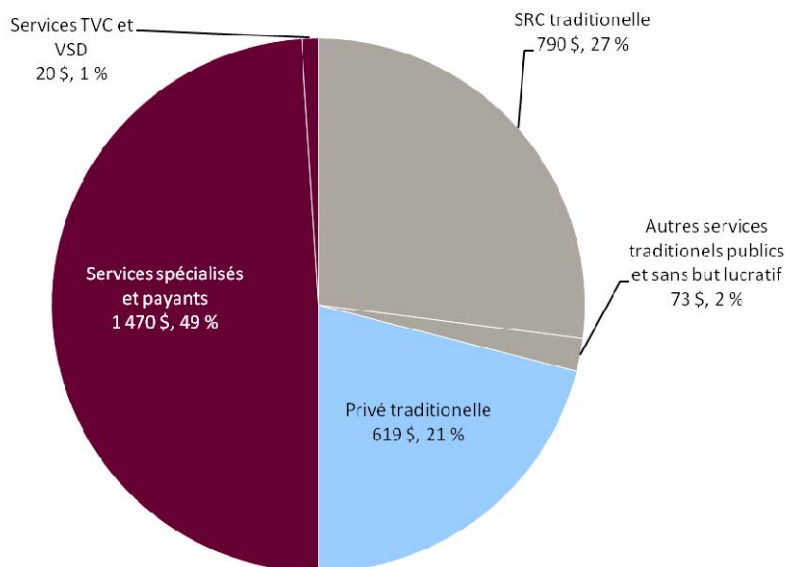
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.17 Versements du FAPL selon les groupes de propriété



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.18 DÉC de télévision selon le type de service (2014) (millions \$)

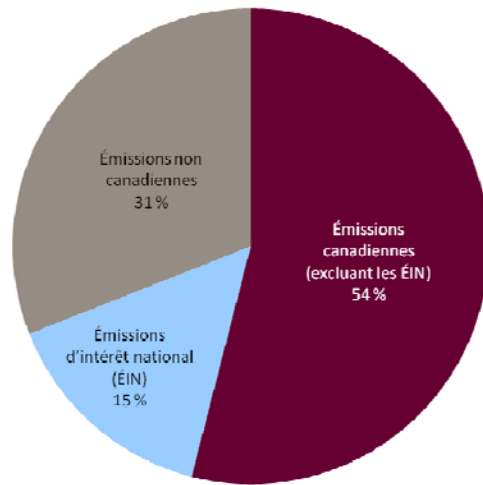


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à secteurs présente les sommes et les pourcentages de la totalité que les radiodiffuseurs ont consacrés à la programmation canadienne, par type de service. Environ la moitié de ces dépenses ont été consacrées aux services payants et spécialisés.

À noter que ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision canadiennes, à de la dépréciation dans le catalogue canadien, à la scénarisation et à la conceptualisation, aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les dépenses relatives aux avantages liés aux transferts de propriété (avantages tangibles) et aux engagements pris lors de l'attribution de licence. Ils excluent cependant les investissements complémentaires du FMC rapportés par les services traditionnels privés, les services spécialisés et payants et les services de TVC et de VSD. Les dépenses de la télévision traditionnelle de la SRC excluent les allocations indirectes et le coût des installations.

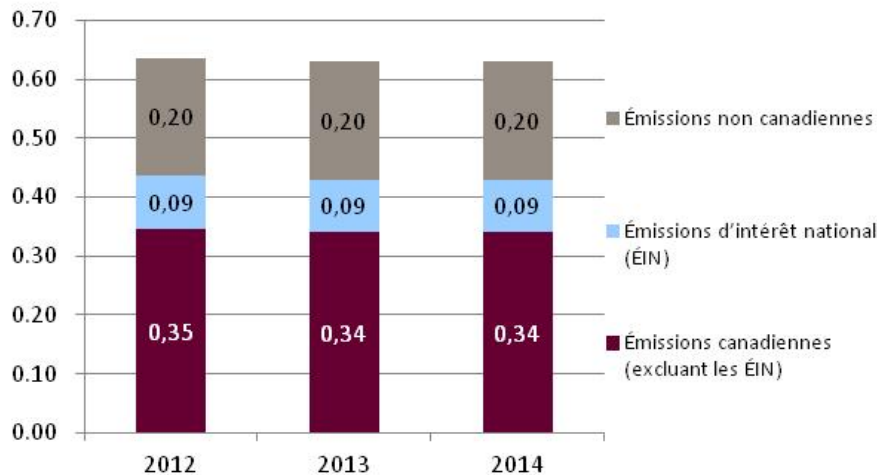
Graphique 4.2.19 Dépenses en émissions de télévision (4,2 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes, 2014



Ce graphique à secteurs présente les pourcentages des dépenses que les radiodiffuseurs ont consacré aux émissions canadiennes (sauf les ÉIN), aux ÉIN et aux émissions non canadiennes. Environ 70 % des dépenses ont été consacrées aux émissions canadiennes (y compris les ÉIN). Le graphique ne tient pas compte des services de TVC et de VSD ni des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.20 Dépenses en émissions par dollar de revenu, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à barres présente les montants que les radiodiffuseurs ont consacré aux émissions canadiennes (sauf les ÉIN), aux ÉIN et aux émissions non canadiennes, par dollar de revenu. Par exemple, on y voit que, pour chaque dollar de revenu réalisé par les radiodiffuseurs en 2014, ils ont dépensé 34 cents au titre des émissions canadiennes (sauf les ÉIN), 9 cents au titre des ÉIN et 20 cents au titre des émissions non canadiennes. Ce graphique ne tient pas compte des services de TVC et de VSD ni des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif.

Tableau 4.2.16 Dépenses au titre des ÉIN par type de service et par genre d'émission (millions \$)

Genre d'émission		2012	2013	2014
Télévision traditionnelle privée	Documentaires de longue durée	16,6	7,9	6,3
	Émissions dramatiques	59,2	66,0	65,8
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	13,4	21,0	19,0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	2,6	2,3
	Total pour les ÉIN de la télévision traditionnelle privée	89,2	97,5	93,4
<i>% du total</i>		<i>14,6</i>	<i>15,4</i>	<i>14,8</i>
SRC	Documentaires de longue durée	43,8	38,8	30,3
	Émissions dramatiques	160,3	154,9	138,1
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,6	16,3	21,5
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,6	3,1	3,1
	Total des dépenses en ÉIN de la SRC	223,4	213,0	192,8
<i>% du total</i>		<i>36,4</i>	<i>33,7</i>	<i>30,6</i>
Services facultatifs	Documentaires de longue durée	94,8	105,8	106,1
	Émissions dramatiques	193,5	199,2	220,1
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	9,1	12,0	11,3
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	2,9	4,7	6,3
	Total pour les ÉIN des services facultatifs	300,3	321,6	343,8
<i>% du total</i>		<i>49,0</i>	<i>50,9</i>	<i>54,6</i>
Total	Documentaires de longue durée	155,2	152,5	142,7
	Émissions dramatiques	413,0	420,0	424,0
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	38,1	49,3	51,6
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	6,5	10,4	11,7
	Total pour les ÉIN	612,8	632,1	630,0
<i>% du total</i>		<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Sources : Divulgence publique des données regroupées des rapports annuels des grands groupes de propriété et données recueillies par le CRTC

Ce tableau résume les dépenses au titre des ÉIN faites par la SRC, la télévision traditionnelle privée et les services facultatifs. La section sur la SRC comprend les services facultatifs qu'elle offre.

Tableau 4.2.17 Dépenses au titre des ÉIN par la SRC et les grands groupes privés de propriété (millions \$)

Genre d'émission		2012	2013	2014
SRC	Documentaires de longue durée	43,8	38,8	30,3
	Émissions dramatiques	160,3	154,9	138,1
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,6	16,3	21,5
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,6	3,1	3,1
	Total des dépenses en ÉIN de la SRC	223,4	213,0	192,8
	<i>% du total</i>	<i>36,5</i>	<i>33,7</i>	<i>30,6</i>
BCE	Documentaires de longue durée	29,5	43,2	47,0
	Émissions dramatiques	39,4	99,1	96,2
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	2,9	7,3	8,3
	Total des dépenses en ÉIN de BCE	71,8	149,7	151,5
	<i>% du total</i>	<i>11,7</i>	<i>23,7</i>	<i>24,0</i>
Astral	Documentaires de longue durée	17,8	-	-
	Émissions dramatiques	64,9	-	-
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	7,3	-	-
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	-	-
	Total des dépenses en ÉIN d'Astral	90,1	-	-
	<i>% du total</i>	<i>14,7</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
Shaw	Documentaires de longue durée	29,1	34,5	27,3
	Émissions dramatiques	30,0	33,7	25,9
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0
	Total des dépenses en ÉIN de Shaw	59,1	68,3	53,3
	<i>% du total</i>	<i>9,6</i>	<i>10,8</i>	<i>8,5</i>
Corus	Documentaires de longue durée	4,5	5,0	5,8
	Émissions dramatiques	36,3	36,8	71,7
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0
	Total des dépenses en ÉIN de Corus	40,8	41,8	77,5
	<i>% du total</i>	<i>6,7</i>	<i>6,6</i>	<i>12,3</i>
Rogers	Documentaires de longue durée	3,3#	4,6#	2,8
	Émissions dramatiques	4,4#	5,8#	7,2
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0
	Total des dépenses en ÉIN de Rogers	7,7#	10,4#	10,0
	<i>% du total</i>	<i>1,3</i>	<i>1,6</i>	<i>1,6</i>
TOTAL	Documentaires de longue durée	155,2	152,5	142,7
	Émissions dramatiques	413,0	420,0	424,0
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	38,1	49,3	51,6
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	6,5	10,4	11,7
	Total des dépenses en ÉIN	612,8	632,1	630,0
	<i>% du total</i>	<i>100</i>	<i>100</i>	<i>100</i>

Source : Divulgence publique des données regroupées des rapports annuels des grands groupes de propriété

Tableau 4.2.18 DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la SRC, par genre d'émission (milliers \$)

Genre d'émission	2010	2011	2012	2013	2014
Nouvelles (catégorie 1)	203 223	191 924	196 688	212 876	207 331
<i>Croissance annuelle (%)</i>	22,6	-5,6	2,5	8,2	-2,6
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	#27 052	#39 242	#36 042	30 870	22 337
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	45,1	-8,2	-14,4	-27,6
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	#49 282	#59 292	67 446	63 744	62 792
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-55,0	20,3	13,8	-5,5	-1,5
Sports (catégorie 6)	#159 521	157 190	158 698	127 730	258 029
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,4	-1,5	1,0	-19,5	102,0
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	#148 868	141 049	158 420	153 529	136 895
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13,1	-5,3	12,3	-3,1	-10,8
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	#14 159	12 912	26 120	27 635	27 278
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-37,8	-8,8	102,3	5,8	-1,3
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	#12 234	11 900	16 217	12 933	9 300
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,4	-2,7	36,3	-20,3	-28,1
Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	#81 875	94 059	73 474	70 337	64 807
<i>Croissance annuelle (%)</i>	29,4	14,9	-22,3	-3,7	-7,9
<i>Intérêt général</i>	s.o.	s.o.	s.o.	58 411	49 545
<i>Remises de prix</i>	s.o.	s.o.	s.o.	7 467	7 725
<i>Télé-réalité</i>	s.o.	s.o.	s.o.	4 460	7 537
Autres (catégories 12 à 15)	0	2 203	#941	1 139	1 011
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0	0	-57,3	21,0	-11,2
Total (catégories 1 à 15)	#696 215	709 769	733 635	700 793	789 782
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,8	1,9	3,4	-4,5	12,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les DÉC des services de télévision traditionnelle de langue anglaise et de langue française de la CBC/SRC, par genre d'émission, de 2010 à 2014. Les dépenses ne tiennent pas compte des allocations indirectes et du coût des installations. Certaines dépenses liées à la programmation sont comprises à titre de coût de programmation, conformément aux directives du CRTC. Le classement « Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013.

Tableau 4.2.19 DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers \$)

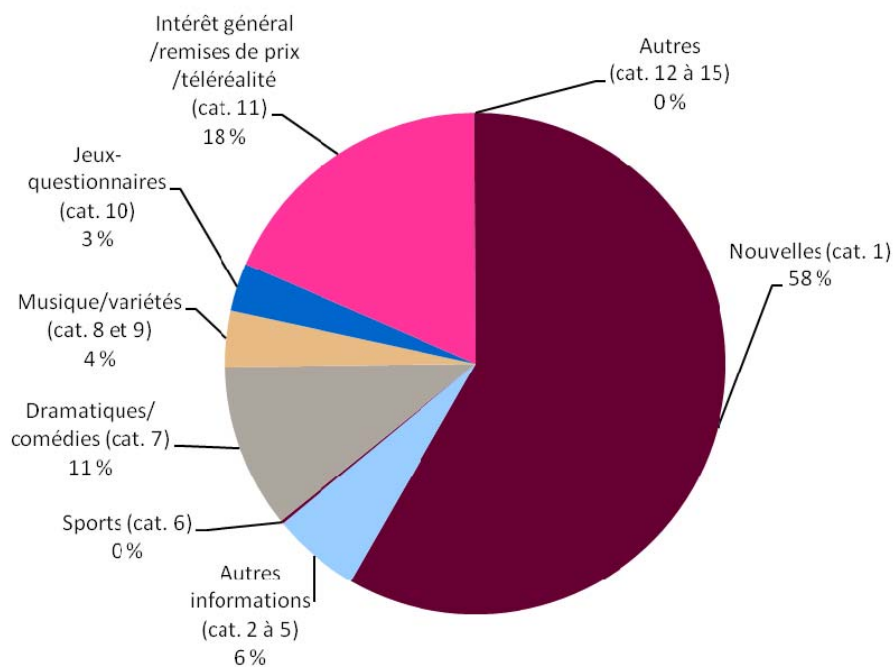
Genre d'émission	2010	2011	2012	2013	2014
Nouvelles (catégorie 1)	304 358	316 922	353 646	355 287	361 050
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-250,0	4,1	11,6	0,5	1,6
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	s.o.	s.o.	16 600	7 894	6 261
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	s.o.	s.o.	-52,4	-20,7
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	50 474	55 033	32 150	31 128	29 339
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-30,7	9,0	-11,3	-3,2	-5,7
Sports (catégorie 6)	141 011	848	68 485	6 490	1 123
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3 607,9	-99,4	7 974,0	-90,5	-82,7
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	71 365	58 322	59 169	65 959	65 759
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,8	-18,3	1,0	11,5	-0,3
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	21 678	33 006	30 241	24 476	22 317
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-43,2	52,3	-10,8	-19,1	-8,8
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	22 933	22 033	17 546	19 394	19 042
<i>Croissance annuelle (%)</i>	83,3	-3,9	-20,4	10,5	-1,8
Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	68 256	75 577	83 017	92 345	113 897
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-17,1	10,7	10,9	11,2	23,3
<i>Intérêt général</i>	s.o.	s.o.	s.o.	72 953	84 669
<i>Remises de prix</i>	s.o.	s.o.	s.o.	4 071	3 695
<i>Télé-réalité</i>	s.o.	s.o.	s.o.	15 321	25 533
Autres (catégories 12 à 15)	1 173	1 173	905	2 444	516
<i>Croissance annuelle (%)</i>	325,0	0	-8,7	170,0	-78,9
Total (catégories 1 à 15)	681 248	562 914	661 759	605 415	619 305
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13,7	-17,4	17,6	-8,5	2,3
% du revenu total	31,7	26,2	32,5	31,1	34,3

Source : Données recueillies par le CRTC

À noter que 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, aux pertes liées à des investissements dans des émissions canadiennes ainsi que les dépenses relatives aux avantages liés aux transferts de propriété (avantages tangibles) et aux engagements pris lors de l'attribution de licence. Ils excluent cependant les investissements complémentaires du FCT rapportés par les services privés de télévision traditionnelle.

Le classement « Divertissement général/intérêt général/télé-réalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013.

Graphique 4.2.21 Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, selon le genre d'émission, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre la répartition, selon le genre d'émission, des DÉC faites par les services privés de télévision traditionnelle en 2014.

Plus de la moitié des sommes a été consacrée aux émissions de nouvelles. Des sommes importantes ont aussi été dépensées pour des émissions de divertissement général (dont les émissions d'intérêt général et les remises de prix) et des émissions dramatiques et comiques.

Tableau 4.2.20 Dépenses en émissions non canadiennes – Services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission (milliers \$)

Genre d'émission	2010	2011	2012	2013	2014
Nouvelles (catégorie 1)	145	90	57	4 631	594
<i>Croissance annuelle (%)</i>	625,0	-38,0	-36,7	8 081,6	-87,2
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	s.o.	s.o.	298	454	603
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	s.o.	s.o.	52,3	32,8
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	5 270	16 522	15 034	9 750	10 975
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-57,5	213,5	-7,2	-35,1	12,6
Sports (catégorie 6)	14 823	17 916	17 877	20 269	19 953
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,8	20,9	-0,2	13,4	-1,6
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	553 796	480 114	488 652	483 024	516 266
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,1	-13,3	1,8	-1,2	6,9
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	32 968	31 878	47 333	57 128	28 736
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,0	-3,0	48,5	20,7	-49,7
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	6 078	11 460	5 278	5 625	8 360
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-53,3	88,5	-53,9	6,6	48,6
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	164 091	169 059	151 234	151,044	131 529
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,6	3,0	-10,5	-0,1	-12,9
<i>Intérêt général</i>	s.o.	s.o.	s.o.	90 375	72 813
<i>Remises de prix</i>	s.o.	s.o.	s.o.	14 173	16 152
<i>Téléréalité</i>	s.o.	s.o.	s.o.	46 496	42 564
Autres (catégories 12 à 15)	6	1 994	51	52	2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-98,8	33 133,0	-43,7	2,4	-96,2
Total (catégories 1 à 15)	777 176	729 033	725 813	731 978	717 018
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,2	-6,2	-0,4	0,8	-2,0
% du revenu total	36,2	33,9	35,6	37,6	39,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Pour 2012 à 2014, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b)) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2(b)) ». Le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013.

Tableau 4.2.21 Dépenses en émissions non canadiennes par les services privés de télévision traditionnelle et la SRC, par genre d'émission et marché linguistique (milliers \$)

Genre d'émission	2014	
	Langue anglaise	Langue française
Nouvelles (catégorie 1)	594	-
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	725	44
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	10 975	13
Sports (catégorie 6)	19 953	-
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	506 430	30 584
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	28 700	36
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	8 360	-
Divertissement général/intérêt général/télé réalité (catégorie 11)	129 789	1 786
<i>Intérêt général</i>	71 101	1 757
<i>Remises de prix</i>	16 152	-
<i>Télé réalité</i>	42 535	29
Autres (catégories 12 à 15)	2	58
Total	705 526	32 520

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des stations de télévision traditionnelles privées de langue anglaise incluent ceux des stations traditionnelles à caractère ethnique car une part importante de leurs revenus provenait de la programmation de langue anglaise.

Tableau 4.2.22 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, selon la langue de diffusion et le genre d'émission (milliers \$) (Partie 1 de 2)

Genre d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2013	2014	Croissance (%)	2013	2014	Croissance (%)
Services de langue anglaise						
<i>Nombre de services ayant rapporté des dépenses</i>	124	126		124	126	
Nouvelles (catégorie 1)	148 658	152 516	2,6	1 138	829	-27,2
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	83 182	74 625	-10,3	28 365	31 725	11,8
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	85 931	102 077	18,8	15 643	5 368	-65,7
Sports (catégorie 6)	337 251	452 314	34,1	71 572	88 377	23,5
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	113 715	134 423	18,2	119 209	129 624	8,7
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	20 019	15 070	-24,7	836	1 414	69,1
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	8 192	10 705	30,7	935	1 154	23,4
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	110 147	109 227	0,8	45 967	68 762	49,6
<i>Intérêt général</i>	66 375	45 617	-31,3	30 715	43 666	42,2
<i>Remises de prix</i>	4 657	6 291	35,0	20	174	770,0
<i>Téléréalité</i>	39 115	57 319	46,5	15 232	24 921	63,6
Autres (catégories 12 à 15)	21 920	21 488	-2,0	1 325	1 203	-9,2
Total (catégories 1 à 15)	929 015	1 072 445	15,4	284 990	328 457	15,3
Services de langue française						
<i>Nombre de services ayant rapporté des dépenses</i>	27	28		27	28	
Nouvelles (catégorie 1)	71 331	80 750	13,2	213	0	-100,0
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	25 765	27 010	4,8	4 650	7 040	51,4
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	54 205	43 970	-18,9	1 697	2 686	58,3
Sports (catégorie 6)	74 369	90 508	21,7	9 167	10 631	16,0
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	24 138	22 904	-5,1	19 332	16 671	-13,8
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	11 985	11 276	-5,9	539	897	66,4
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	1 173	3 540	201,8	0	0	-
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	8 676	13 767	58,7	3 639	5 728	57,4
<i>Intérêt général</i>	7 916	11 227	41,8	1 282	1 176	-8,3
<i>Remises de prix</i>	500	494	-1,2	3	10	233,3
<i>Téléréalité</i>	260	2 046	686,9	2 354	4 542	92,9
Autres (catégories 12 à 15)	4 527	6 036	33,3	447	453	1,3
Total (catégories 1 à 15)	276 170	299 761	8,5	39 683	44 105	11,1

Tableau 4.2.22 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, selon la langue de diffusion et le genre d'émission (milliers \$) (Partie 2 de 2)

Genre d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
	2013	2014	Croissance (%)	2013	2014	Croissance (%)
Services en langue tierce						
<i>Nombre de services ayant rapporté des dépenses</i>	45	40		45	40	
Nouvelles (catégorie 1)	3 734	3,922	5,0	1 412	1 575	11,5
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	1 371	1,518	10,7	0	0	-
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	2 796	2,671	-4,5	712	554	-22,2
Sports (catégorie 6)	431	1,250	190,0	963	1 266	31,5
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	2 624	3,256	24,1	6 380	6 089	-4,6
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	10 565	6,559	-37,9	1 037	1 302	25,6
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	470	710	51,1	561	2 702	381,6
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	2 482	4,502	81,4	3 969	2 034	-48,8
<i>Intérêt général</i>	2 234	4,238	89,7	3 967	2 034	-48,8
<i>Remises de prix</i>	248	264	6,5	2	0	-100,0
<i>Téléréalité</i>	0	0	-	0	0	-
Autres (catégories 12 à 15)	1 820	2,085	14,6	698	1 123	60,9
Total (catégories 1 à 15)	26 393	26 473	0,3	15 731	16 645	5,8
Total pour les services spécialisés						
<i>Nombre de services ayant rapporté des dépenses</i>	196	194		196	194	
Nouvelles (catégorie 1)	223 723	237 187	6,0	2 764	2,405	-13,0
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	110 317	103 153	-6,5	33 015	38 764	17,4
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	143 022	148 718	4,0	18 051	8 607	-52,3
Sports (catégorie 6)	412 051	544 072	32,0	81 702	100 273	22,7
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	140 478	160 582	14,3	144 921	152 384	5,1
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	42 570	32 905	-22,7	2 411	3 613	49,9
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	9 835	14 956	52,1	1 496	3 857	157,8
Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11)	121 315	127 496	5,1	53 575	76 524	42,8
<i>Intérêt général</i>	76 535	61 082	-20,2	35 964	46 876	30,3
<i>Remises de prix</i>	5 405	7 050	30,4	25	185	640,0
<i>Téléréalité</i>	39 375	59 364	50,8	17 586	29 463	67,5
Autres (catégories 12 à 15)	28 268	29 609	4,7	2 470	2 779	12,5
Total (catégories 1 à 15)	1 231 578	1 398 679	13,6	340 405	389 206	14,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau (Parties 1 et 2) illustre le total des DÉC et des dépenses en émissions non canadiennes faites par les services de langue anglaise, de langue française et de langue tierce, selon le genre d'émission. Il indique aussi les taux de croissance annuelle entre les deux années examinées et le nombre de services de chaque groupe linguistique qui ont rapporté des dépenses à cet égard.

Les chiffres relatifs aux services de langue anglaise comprennent les dépenses en émissions bilingues et celles faites au titre d'avantages liés à des transferts de propriété (avantages tangibles) et d'engagements pris lors de l'attribution de licence, mais ne

tiennent pas compte des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services payants et spécialisés.
 Pour 2012 à 2014, les chiffres correspondant à « Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b)) » ne comprennent pas les dépenses au titre des « Documentaires de longue durée (catégorie 2(b)) ». Le classement « Divertissement général/intérêt général/téléréalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013.

Tableau 4.2.23 DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers \$)

	2011	2012	2013	2014	<i>Croissance 2011-2014 (%)</i>
Total pour les services de TVC et de VSD	16 838	16 280	17 317	19 905	18,2
<i>Nombre de services ayant rapporté des dépenses</i>	30	26	23	24	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les DÉC totales faites par les services de TVC et de VSD entre 2011 et 2014, ainsi que le nombre de services qui ont rapporté des dépenses à ce titre et le taux de croissance annuelle.







Les dépenses des services de TVC et de VSD selon le genre d'émission ne sont pas disponibles. Les montants ne tiennent pas compte des investissements complémentaires du FCT rapportés par les services de TVC et de VSD, mais comprennent celles faites au titre d'avantages liés à des transferts de propriété (avantages tangibles) et d'engagements pris lors de l'attribution de licence.

Table 4.2.24 Données statistiques rapportées par certains services de VSD autorisés

	2013	2014
Nombre de titres sur les serveurs		
Titres canadiens (anglais)	14 123	29 893
Titres canadiens (français)	9 772	16 667
Titres canadiens (langue tierce)	6	42
Total – Titres canadiens	23 901	46 602
<i>Pourcentages de tous les titres</i>	27 %	28 %
Titres non canadiens (anglais)	51 088	94 855
Titres non canadiens (français)	11 899	21 834
Titres non canadiens (langue tierce)	679	670
Total – Titres non canadiens	73 %	117 359
<i>Pourcentages de tous les titres</i>	63 666	72 %
Total (tous les titres)	87 567	163 961
Nombre de longs métrages sur les serveurs		
Titres canadiens (anglais)	2 370	4 934
Titres canadiens (français)	1 347	1 645
Total – Longs métrages (titres canadiens)	3 717	6 579
<i>Pourcentages de tous les longs métrages</i>	10 %	10 %
Titres non canadiens (anglais)	27 029	46 108
Titres non canadiens (français)	6 078	13 623
Total – Longs métrages (titres non canadiens)	33 107	59 731
<i>Pourcentages de tous les longs métrages</i>	90 %	90 %
Total (tous les longs métrages)	36 824	66 310
Nombre de commandes (gratuites et payantes)		
Titres canadiens (gratuites)	73 308 236	84 440 016
Titres canadiens (payantes)	1 745 300	9 282 531
Total – Commandes (titres canadiens)	75 053 536	93 722 547
<i>Pourcentages de toutes les commandes</i>	32 %	27 %
Titres non canadiens (gratuites)	118 558 564	164 669 690
Titres non canadiens (payantes)	41 471 066	86 545 739
Total – Commandes (titres non canadiens)	160 029 630	251 215 429
<i>Pourcentages de toutes les commandes</i>	68 %	73 %
Total (commandes gratuites) – Canadiens et non canadiens	191 866 800	249 109 706
Total (commandes payantes) – Canadiens et non canadiens	43 216 366	95 828 270
Total (commandes)	235 083 166	344 937 976
Montant remis (millions \$)	4,5	5,8

Les données de 2013 rendent compte des chiffres provenant de 8 services de VSD autorisés et celles de 2014, des chiffres provenant de 11 services de VSD autorisés. Les données relatives aux titres et aux longs métrages sont tirées des données disponibles sur les serveurs le 31 août de l'année précisée. Les commandes correspondent à celles de l'année de radiodiffusion complète se terminant le 31 août. Le montant versé aux détenteurs des droits des longs métrages canadiens est fondé sur l'année de radiodiffusion complète se terminant le 31 août.

f) *Avantages tangibles*
Tableau 4.2.25 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1^{er} janvier 2010 au 31 décembre 2014 (millions \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	Total
Services en langue anglaise							
	Transactions	3	5	4	4	2	18
	Valeur (M\$)	2 086,4	2 254,0	106,0	#944,4	174,3	5 565,2
	Avantages (M\$)	183,4	224,2	18,6	#94,4	17,4	538,0
Services en langue française							
	Transactions	-	-	-	3	1	4
	Valeur (M\$)	-	-	-	1 512,8	22,9	1 535,7
	Avantages (M\$)	-	-	-	151,3	2,3	153,6

- En 2010, la transaction de propriété de Shaw/Canwest (décision de radiodiffusion 2010-782) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 180,2 millions de dollars.
- En 2011, la transaction de propriété de BCE/CTVglobemedia Inc. (décision de radiodiffusion 2011-163) a donné lieu à des avantages tangibles 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.
- En 2013, la transaction de propriété BCE/Astral (décisions de radiodiffusion 2013-310 et 2014-62) a donné lieu à des avantages tangibles de l'ordre de 188,0 millions de dollars. Sur ce total, environ 130 millions de dollars étaient réservés à des projets de langue française et 58,3 millions de dollars à des projets de langue anglaise.
- Dans la décision de radiodiffusion 2013-310, le CRTC a ordonné à BCE de se départir de 11 services de télévision spécialisés. La cession de ces services a rapporté des contributions en avantages tangibles de 60,1 millions de dollars de la part des acheteurs. Environ 36,2 millions de dollars étaient réservés à des projets de langue anglaise et 23,9 millions de dollars à des projets de langue française. Le CRTC a aussi précisé que BCE devait combler tout écart entre le montant total d'avantages tangibles généré lors de la vente ultérieure des 11 services de télévision spécialisés d'Astral et le montant d'avantages tangibles de 72,7 millions de dollars qui lui était attribué lors de la transaction de propriété BCE/Astral. Les chiffres de 2013 ont été redressés, et les avantages tangibles résultant de la transaction de propriété BCE/Astral sont passés de 175,4 millions de dollars à 188 millions de dollars.
- Dans les décisions de radiodiffusion 2013-737 et 2013-738, le CRTC a approuvé la cession de six de ces services (Historia, Séries+, TÉLÉTOON Rétro, TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro et Cartoon Network) à Corus Entertainment Inc. Corus s'est engagée à investir un total de 40,5 millions de dollars en avantages tangibles dont environ 21,6 millions de dollars pour des projets de langue française et 18,9 millions de dollars pour des projets de langue anglaise.

- Dans la décision de radiodiffusion 2014-388, le CRTC a approuvé la cession de trois des cinq services restants (Disney Junior, Disney XD et Family Channel) à DHX Media Ltd. (DHX). DHX s'est engagée à verser environ 17,3 millions de dollars en avantages tangibles à des projets de langue anglaise.
- Dans la décision de radiodiffusion 2014-465, le CRTC a approuvé la cession des deux services restants (MusiquePlus et MusiMax) à Groupe V Média inc. (Groupe V). Groupe V s'est engagé à verser environ 2,3 millions de dollars en avantages tangibles à des projets de langue anglaise.

g) Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité.

Le CRTC traite les plaintes en matière de programmation reliées aux radiodiffuseurs publics et communautaires, ainsi qu'aux entités qui ne sont pas membres du CCNR. Il s'occupe aussi des enjeux dépassant le cadre des codes administrés par le CCNR.

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

- Code de déontologie de l'ACR;
- Code de l'ACR concernant la violence;
- Code sur la représentation équitable de l'ACR;
- Code de déontologie journalistique de l'Association des services de nouvelles numériques et radiotélévisées du Canada (ASNNR).

Qu'est-ce que le CCNR?

Le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) est un organisme indépendant créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) afin d'administrer les normes établies par les radiodiffuseurs privés du Canada. Les membres du CCNR comprennent plus de 790 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés, des services payants et des réseaux de partout au Canada, de la programmation de langues française, anglaise et tierces.

Plus de renseignements au sujet du CCNR sont disponibles sur le site Web www.ccnr.ca.

Tableau 4.2.26 Nombre de communications relatives à la télévision reçues par le CRTC, par sujet

	Politique et décisions du CRTC	Facturation	Qualité du service /prestation	Modalités	Questions touchant l'accessibilité	Programmation	Intensité sonore	Autre
2013-2014	728	0	148	1	115	1 687	749	189
2014-2015	1 182	0	132	4	132	2 437	595	337

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Le tableau ci-dessous résume les communications reçues par le CRTC, lesquelles incluent des questions, des commentaires, des plaintes et autres types de communication, réparties par sujet.

Tableau 4.2.27 Plaintes relatives à la programmation de la télévision reçues par le CRTC et référées au CCNR, par secteur et par sujet

Secteur de marché	Type de plainte	2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014		2014-2015	
		Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR
Télévision traditionnelle	Propos haineux	26	-	30	2	30	6	15	5	24	6
	Contenu pour adultes	52	8	56	11	71	12	73	13	77	13
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	4	-	8	-	18	3	9	2	14	1
	Stéréotypes sexuels	2	-	9	-	5	1	6	-	3	-
	Insultes ou injures	135	22	217	43	233	62	164	63	171	25
	Langage vulgaire	41	19	29	3	32	8	45	7	67	15
	Violence à la télévision	84	14	76	14	54	8	61	11	68	9
Services spécialisés	Propos haineux	-	-	1	-	5	2	2	-	10	6
	Contenu pour adultes	31	10	23	12	16	9	19	10	19	7
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	2	1	3	1	-	-
	Stéréotypes sexuels	-	-	1	-	1	1	-	-	2	1
	Insultes ou injures	19	5	161	87	44	23	46	25	51	24
	Langage vulgaire	13	6	7	5	11	7	15	8	8	4
	Violence à la télévision	21	5	18	10	13	3	12	6	19	6
Services payants et de TVC	Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Contenu pour adultes	32	-	3	-	2	1	1	-	6	1
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Insultes ou injures	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
	Langage vulgaire	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
	Violence à la télévision	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent une gamme de plaintes concernant les services de télévision traditionnelle, spécialisés, payants et de TVC. Ce tableau indique le nombre de plaintes reçues par le CRTC — et le nombre de celles qu'il a référées au CCNR — sur diverses questions et dans divers secteurs de marché, des années financières 2010–2011 à 2014–2015 (1^{er} avril au 31 mars). Entre avril 2014 et mars 2015, environ 22 % de toutes les plaintes reçues par le CRTC concernant la télévision ont été référées au CCNR.

Le système de suivi de la correspondance du CRTC enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.

« Propos haineux » : la plainte allègue qu'on incitait à l'antenne à la haine ou au mépris à l'endroit d'un des groupes identifiés dans le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* ou le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*.

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

« Langage vulgaire » : la plainte allègue que l'on diffusait de la musique ou des créations orales aux paroles offensantes.

Tableau 4.2.28 Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et par origine de programmation (2013-2014)

	Télé traditionnelle et spécialisée	Télé payante	Total
Langue de diffusion			
Langue anglaise	599	7	606
Langue française	140	3	143
Langue tierce	6	0	6
Autre	5	0	5
Total	750	10	760
Origine de programmation			
Canadienne	461	1	462
Étrangère	232	7	239
Autre	57	2	59
Total	750	10	760

La catégorie « Autre » dans les sections sur la langue de programmation et la source de programmation se rapporte aux plaintes qui ne comportaient pas suffisamment d'informations pour permettre au CCNR de déterminer la langue de programmation, pas plus que l'origine nationale de la programmation.

Source : Rapports annuels du CCNR

Que sont les NCP?

Les Normes canadiennes de la publicité (NCP) sont l'organisme national d'autoréglementation à but non-lucratif en matière de publicité. Le *Code canadien des normes de la publicité* est mis à jour régulièrement afin de veiller à ce qu'il demeure actuel et contemporain tout en suivant le rythme des consommateurs et des attentes sociétales.

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

Davantage de renseignements sur les NCP sont disponibles sur le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 4.2.29 Plaintes relatives aux annonces à la télévision et numériques traitées par les NCP

	2010	2011	2012	2013	2014
Total des plaintes	1 200	1 809	1 310	1 310	1 274
Plaintes portant sur des annonces à la télévision	526	686	559	528	500
<i>% du total des plaintes reçues</i>	44	38	43	40	40
Plaintes sur des annonces numériques	s.o.	s.o.	280	240	289
<i>% du total des plaintes reçues</i>			21	18	23

Source : Rapports de plaintes sur la publicité, NCP

h) Groupes de propriété

Les tableaux suivants donnent un aperçu des différents groupes de propriété en radiodiffusion qui ont un contrôle sur divers types de services facultatifs en 2014. L'aperçu traite des types de service qu'ils offrent, dans quelle langue et précise leur nombre d'abonnés, les revenus, les BAI et les marges de BAI.

À noter :

- Dans la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2011-601 du 21 septembre 2011 intitulée *Cadre réglementaire relatif à l'intégration verticale*, le CRTC a décidé de publier les données financières complètes des services de catégorie A spécialisés et des services de catégorie B spécialisés détenus ou contrôlés par une entreprise verticalement intégrée. Le CRTC a aussi décidé de ne publier qu'en partie les données financières de tous les services de catégorie B spécialisés indépendants individuels y compris celles relatives au revenu total, aux dépenses totales au titre de la programmation et aux dépenses totales au titre des émissions canadiennes. Le CRTC a également décidé de publier les données financières complètes des services de catégorie B spécialisés indépendants pris dans leur ensemble.
- Shaw est affiliée à Corus Entertainment Inc. (Corus) et J.R. Shaw a le contrôle des votes des deux sociétés.
- La propriété est basée sur le pourcentage de droits de vote directs et indirects détenus au 31 décembre 2013. En cas de changement de propriété, l'information est basée sur la date de la décision d'approbation et non pas sur la date de signature de la transaction.
- Les pourcentages de droits de propriété et les résultats financiers sont présentés dans les tableaux pour chaque service spécialisé, payant, de TVC et de VSD. Le pourcentage de la propriété ne se reflète pas dans les résultats financiers. Pour cette raison, les totaux par groupe de propriété ne sont pas indiqués.
- Seuls les services lancés avant le 31 décembre 2014 sont inclus.

Liste des abréviations utilisées dans les tableaux qui suivent :

Sp. A = Service spécialisé de catégorie A
 Sp. B = Service spécialisé de catégorie B
 Sp. C = Service spécialisé de catégorie C
 Pay B = Service payant de catégorie B
 TVC** = Détient à la fois une licence de TVC terrestre et par satellite (SRD)
 VSD = Vidéo sur demande

Tableau 4.2.30 BCE – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Langue anglaise					
Animal Planet	Sp. B	2 428	9 143	3 544	38,8
Bell TV On Demand and Vu!	VSD	s.o.	3 225	994	30,8
Bell TV On Demand and Vu!	TVC**	s.o.	36 555	2 181	6,0
Book Television	Sp. A	823	4 607	2 975	64,6
Bravo!	Sp. A	6 602	53 302	26 653	50,0
Business News Network	Sp. A	6 205	31 851	12 236	38,4
CablePulse 24	Sp. A	3 583	26 776	4 226	15,8
Comedy Gold	Sp. B	839	4 729	2 965	62,7
CTV News Channel	Sp. C	8 218	26 587	8 551	32,2
Discovery Channel	Sp. A	7 560	99 823	27 207	27,3
Discovery Science	Sp. B	1 617	5 606	1 829	32,6
Discovery Velocity (anciennement Discovery World)	Sp. B	1 229	25 357	14 301	56,4
E!	Sp. A	7 136	29 349	6 029	20,5
ESPN Classic Canada	Sp. B	956	3 035	1 059	34,9
Fashion Television Channel	Sp. A	729	4 687	1 550	33,1
Investigation Discovery	Sp. B	1 458	9 696	5 562	57,4
Juicebox	Sp. B	253	618	517	83,7
M3	Sp. A	6 043	19 831	2 711	13,7
MTV Canada	Sp. A	6 073	20 768	-4 721	-22,7
MTV2 Canada	Sp. A	1 021	5 078	1 838	36,2
MuchLoud	Sp. B	120	357	239	66,9
MuchMusic	Sp. A	9 240	37 363	-643	-1,7
MuchMoreRetro	Sp. B	252	745	560	75,1
MuchVibe	Sp. B	351	670	502	74,9
Northwestel VOD	VSD	s.o.	850	-158	-18,6
Space	Sp. A	6 355	51 086	17 398	34,1
The Comedy Network	Sp. A	5 692	58 631	29 085	49,6
The Movie Network	Pay A	1 153	124 480	26 671	21,4
The Movie Network Encore	Pay A	1 316	21 824	12 134	55,6
The Sports Network (TSN)	Sp. C	9 050	452 188	125 996	27,9
Viewer's Choice Canada	TVC**	2 521	10 107	-700	-6,9
Langue française					
Câblevision du Nord de Québec inc.	VSD	s.o.	509	38	7,5
Canal D	Sp. A	2 512	44 279	22 191	50,1
Canal D Investigation	Sp. B	260	605	-5 476	-905,2
Canal Vie	Sp. A	2 332	47 541	19 225	40,4
CINÉPOP	Pay B	1 180	10 302	5 571	54,1
Le Réseau des Sports (RDS)	Sp. C	3 241	177 592	44 997	25,3
RDS Info	Sp. A	1 181	7 532	-4 144	55,0
Super Écran	Pay A	624	63 198	21 718	34,4
VRAK.TV	Sp. A	2 052	26 696	6 593	24,8
Ztélé	Sp. A	2 332	25 982	8 526	32,8

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

Tableau 4.2.31 SRC – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Langue anglaise					
CBC News Network	Sp. C	11 376	89 952	13 729	15,3
Documentary	Sp. A	2 693	6 552	846	12,9
Langue française					
ARTV	Sp. A	2 026	15 834	117	0,7
EXPLORA	Sp. B	532	3 830	s.o.	s.o.
RDI	Sp. C	11 187	56 741	872	0,2

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

Tableau 4.2.32 Cogeco – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Cogeco On Demand/Cogeco Sur Demande	VSD	s.o.	17 647	4 723	26,8

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

Tableau 4.2.33 Corus – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAll (\$) (000)	Marge de BAll (%)
Langue anglaise					
ABC Spark	Sp. B	s.o.	10 747	s.o.	s.o.
Cartoon Network	Sp. B	s.o.	3 992	s.o.	s.o.
CMT Canada	Sp. A	10 221	19 624	2 654	13,5
Cosmopolitan TV	Sp. B	s.o.	9 670	s.o.	s.o.
Encore Avenue	Pay A	2 139	20 258	11 185	55,2
EuroWorld SPORT	Sp. B	s.o.	54	s.o.	s.o.
Movie Central	Pay A	927	85 037	6 413	7,5
Nickelodeon	Sp. B	s.o.	6 460	s.o.	s.o.
OWN	Sp. A	6 059	28 502	3 830	13,7
Sundance Channel	Sp. B	s.o.	4 937	s.o.	s.o.
TELETOON Retro	Sp. B	s.o.	7 073	s.o.	s.o.
TELETOON/TÉLÉTOON	Sp. A	8 689	79 332	19 629	24,7
TreeHouse TV	Sp. A	8 365	13 342	4 955	37,1
W Movies	Sp. B	s.o.	7 650	s.o.	s.o.
W Network	Sp. A	7 928	81 407	37 094	45,6
YTV	Sp. A	11 155	80 225	32 582	40,6
Langue française					
Historia	Sp. A	1 479	22 347	12 569	56,2
Séries+	Sp. A	1 479	33 406	19 294	57,8
TÉLÉTOON Rétro	Sp. B	s.o.	1 693	s.o.	s.o.
Langue tierce					
Mediaset Italia	Sp. B	s.o.	987	s.o.	s.o.
Sky TG24 Canada	Sp. B	s.o.	363	s.o.	s.o.
Telelatino	Sp. A	4 327	16 297	7 329	45,0
Teleniños	Sp. B	s.o.	33	s.o.	s.o.
Univision Canada	Sp. B	s.o.	1 485	s.o.	s.o.

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

Tableau 4.2.34 Québecor – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Langue française					
addikTV	Sp. A	1 253	11 191	1 483	13,3
ARGENT	Sp. A	552	2 354	-534	-22,7
Canal Indigo	TVC**	1 610	10 171	4 012	39,4
Casa	Sp. B	1 069	9 359	1 182	12,6
Illico sur demande	VSD	s.o.	56 336	-2 904	-5,2
Le Canal Nouvelles (LCN)	Sp. C	2 662	31 628	7 734	24,5
Moi&cie	Sp. B	692	4 561	-3 220	-70,6
Prise 2	Sp. B	1 065	8 486	2 370	27,9
TVA Sports	Sp. C	1 669	16 560	-18 789	-113,5
YOOPA	Sp. B	798	3 724	-500	-13,4
Langue anglaise					
Sun News Network	Sp. C	5 013	8 499	-14 801	-174,2

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

Tableau 4.2.35 Rogers – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Langue anglaise					
FX Canada	Sp. B	4 035	10 128	-94	-0,9
FXX	Sp. B	353	216	-3 818	-1 769,9
G4	Sp. A	2 257	9 329	4 265	45,7
OLN	Sp. A	5 194	19 947	4 009	20,1
Rogers on Demand	VSD	s.o.	49 905	-379	-0,8
Sportsnet	Sp. C	8 290	311 939	48 560	15,6
Sportsnet 360	Sp. A	5 869	29 311	3 653	12,5
Sportsnet One	Sp. C	6 127	78 852	34 107	43,3
Sportsnet PPV	TVC**	28	12 622	2 555	20,2
Sportsnet World	Sp. B	93	11 526	3 172	27,5
The Biography Channel	Sp. A	1 986	7 355	2 056	28,0

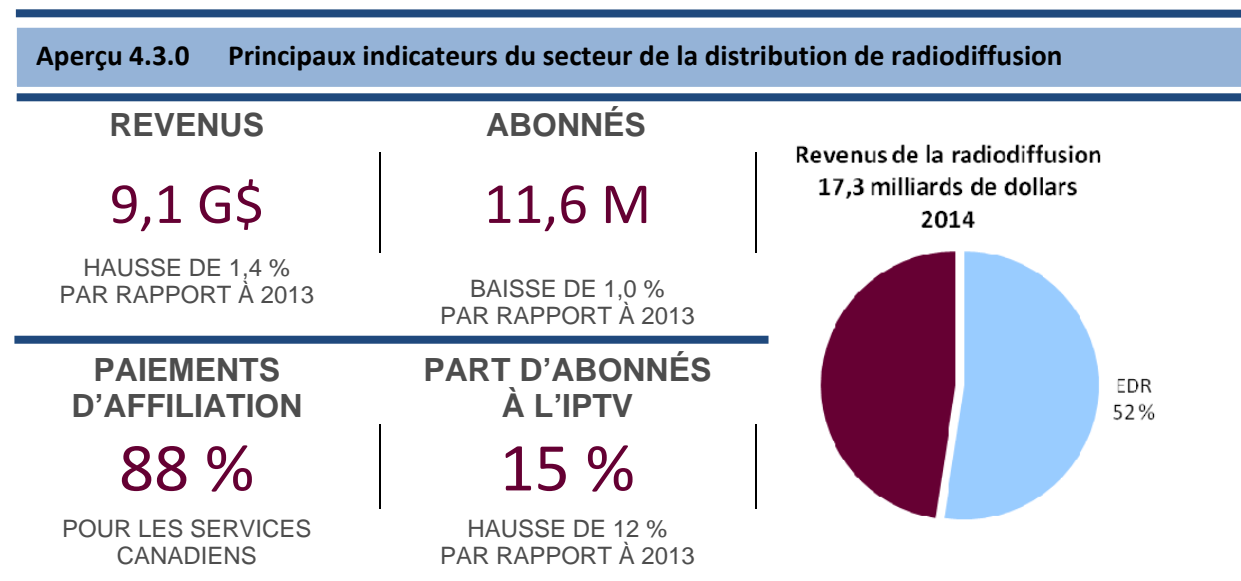
Sources : Registres de propriété du CRTC et données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.36 Shaw – Participation importante dans des services facultatifs, 2014

	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Langue anglaise					
Action	Sp. B	4 493	22 364	14 286	63,9
BBC Canada	Sp. B	2 681	10 816	6 310	58,3
BC News 1	Sp. B	924	1 508	-4 755	-315,3
D.I.Y. Network	Sp. B	3 256	12 093	8 406	69,5
DejaView	Sp. B	1 533	7 983	4 282	53,6
DTOUR	Sp. A	5 336	27 035	13 874	51,3
Food Network Canada	Sp. A	6 201	69 107	37 184	53,8
FYI (anciennement Twist TV)	Sp. A	2 094	7 003	2 924	41,8
H2	Sp. A	2 954	8 094	3 253	40,2
HGTV Canada	Sp. A	7 250	76 620	43 744	57,1
History Television	Sp. A	7 083	77 705	46 609	60,0
Independent Film Channel Canada	Sp. A	1 410	10 344	5 200	50,3
Lifetime	Sp. B	4 025	21 747	8 143	37,4
MovieTime	Sp. B	4 439	15 071	9 284	61,6
Crime + Investigation (anciennement Mystery)	Sp. A	3 202	17 778	9 103	51,2
NatGeo Wild	Sp. B	2 906	6 409	1 247	19,5
National Geographic Channel Canada	Sp. B	5 615	27 368	18 363	67,1
Shaw on Demand	VSD	s.o.	69 248	3 419	49,4
Shaw Pay-Per-View	TVC**	s.o.	14 374	-806	-4,6
Showcase	Sp. A	7 128	75 690	43 222	57,1
Slice	Sp. A	5 230	43 389	8 388	1,9

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

4.3 Secteur de la distribution de radiodiffusion



Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) fournissent aux Canadiens un service de télévision par abonnement. Les EDR redistribuent surtout la programmation des stations de télévision en direct traditionnelles ainsi que des services de télévision facultatifs (spécialisés, payants, à la carte [TVC] et de vidéo sur demande [VSD]).

La présente section porte sur trois types d’EDR : les entreprises de câblodistribution, les fournisseurs de service de télévision par protocole Internet (IPTV) et les fournisseurs de services par satellite de radiodiffusion directe (SRD). Les entreprises de câblodistribution et les distributeurs par SRD dominent le marché, bien que les fournisseurs d’IPTV aient récemment étendu leurs réseaux de distribution et augmenté leur bassin de clientèle. Ensemble, les cinq plus grandes EDR accaparent 87 % des revenus de la distribution de programmation.

Les Canadiens ont de plus en plus utilisé des sources accessibles sur Internet. Les services de vidéo en ligne leur fournissent un choix accru d’émissions à consommer où, quand et comment ils le veulent. Ces services comprennent des services indépendants non affiliés comme Netflix et YouTube.

Depuis 2010, les ménages canadiens abonnés à des EDR ont toujours dépassé 80 % du total des ménages. Les Canadiens des centres urbains peuvent choisir entre trois et quatre fournisseurs ou types de service, alors que dans le Nord et les collectivités rurales, le choix est limité à moins de trois fournisseurs.

Pour pouvoir redistribuer les services de programmation facultatifs, les EDR paient un tarif d’affiliation à des entreprises affiliées (canadiennes et non canadiennes). Cette rémunération est appelée paiement d’affiliation et est basée sur le nombre d’abonnés de l’EDR recevant le service. En 2014, les EDR ont rapporté avoir versé 3,3 M \$ en

paiements d'affiliation.

a) Revenus

Tableau 4.3.1 Revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenus (millions \$)						
Câble	5 402,2	5 604,7	5 482,9 #	5 397,1 #	5 224,4	-0,8
<i>Pourcentage du total</i>	66,5	65,1	62,6	60,5	57,7	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,7	3,7	-2,2	-1,6	-3,2	
IPTV	207,8	322,3	585,4	924,7 #	1 284,2	57,7
<i>Pourcentage du total</i>	2,6	3,8	6,7	10,4	14,2	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	37,2	55,1	81,6	57,9	38,9	
SRD et SDM	2 385,3	2 532,1	2 492,4	2 472,2	2 413,8	0,3
<i>Pourcentage du total</i>	29,3	29,5	28,5	27,7	26,7	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,6	6,2	-1,6	-0,8	-2,4	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	7 995,4	8 459,1	8 560,8	8 793,9	8 922,4	2,8
<i>Pourcentage du total</i>	98,3	98,5	98,7	98,5	98,5	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,3	5,8	1,2	2,7	1,5	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	134,5 #	111,8 #	113,2 #	132,0 #	132,0	-0,5
<i>Pourcentage du total</i>	1,7	1,5	1,3	1,5	1,5	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,7	-16,9	1,2	16,6	0,0	
Total des revenus	8 129,5 #	8 570,8 #	8 673,9 #	8 925,9 #	9 054,4	2,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,3	5,4	1,2	2,9	1,4	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus annuels des EDR par câble, des services d'IPTV et de SRD de 2010 à 2014 ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour toutes ces années. Les chiffres des EDR qui ne soumettent pas des rapports sont des estimations calculées avec la collaboration de Statistique Canada sur la méthode. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année.

L'IPTV a eu une croissance remarquable comparativement aux autres services de distribution.

Services de base et services facultatifs : le service de télévision de base est le plus petit forfait de programmation ou de chaînes auquel un consommateur peut s'abonner. Les services facultatifs sont les chaînes supplémentaires qui peuvent être ajoutées au service de base.

Système de distribution multipoint (SDM) : depuis le 1^{er} septembre 2011, le Conseil n'attribue plus de licence de radiodiffusion de SDM. Dans le cadre de la vente aux enchères du spectre de la bande de fréquence de 2596 à 2686 MHz qui était utilisée par les titulaires de licence de SDM, Industrie Canada a converti plusieurs certificats de radiodiffusion émis à des entreprises de SDM en licences pour services radio à large bande (SRLB). Depuis le 1^{er} septembre 2013, il n'y a plus d'entreprise de SDM en activité.

b) Données relatives aux abonnés
Tableau 4.3.2 Abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Abonnés (en milliers)						
Câble	7 874,4	7 862,3 #	7 700,6 #	7 434,1 #	7 049,5	-2,7
<i>Pourcentage du total</i>	68,3	66,9	65,6	63,2	60,5	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,2	-0,2	-2,1	-3,5	-5,2	
IPTV	419,6	657,3	1 002,5	1 381,5 #	1 784,0	43,6
<i>Pourcentage du total</i>	3,6	5,6	8,4	11,7	15,3	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	34,7	56,6	52,5	37,8	29,1	
SRD et SDM	2 862,1	2 877,4	2 825,7	2 691,2	2 559,0	-2,8
<i>Pourcentage du total</i>	24,8	24,4	23,7	22,6	22,0	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,7	0,5	-1,8	-4,8	-4,9	
Sous-total – EDR ayant présenté un rapport	11 156,0	11 397,0	11 528,9 #	11 506,8	11 392,4	0,5
<i>Pourcentage du total</i>	96,8	96,5	98,3	96,5	97,8	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,8	2,2	1,2	-0,1	-1,0	
EDR n'ayant pas présenté de rapport	363,7 #	351,8 #	204,0 #	253,7 #	253,7	-8,6
<i>Pourcentage du total</i>	3,2	3,0	1,7	2,2	2,2	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,4	-3,3	-42,0	24,4	0,0	
Total des abonnés	11 519,8 #	11 748,8 #	11 732,9 #	11 760,6 #	11 646,1	0,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,9	2,0	-0,1	0,2	-1,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre d'abonnés à des EDR pour des services de câble, d'IPTV et de SRD de 2010 à 2014 ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour cette même période. Les chiffres des EDR qui ne soumettent pas de rapport sont des estimations calculées avec la collaboration de Statistique Canada sur la méthode. Il s'agit du nombre d'abonnés en date du 31 août de chaque année.

Tableau 4.3.3 Nombre d'abonnés aux cinq plus grandes EDR canadiennes (milliers)

Entreprises	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%)
						2010-2014
Rogers	2 303	2 276	2 189	2 107	1 983	-3,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,3	-1,2	-3,8	-3,7	-5,9	
Shaw	2 219	3 168	3 044	2 883	2 760	-3,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,4	-1,6	-3,9	-5,3	-4,2	
Vidéotron	1 809	1 854	1 849	1 811	1 771	-0,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,3	2,5	-0,3	-2,1	-2,2	
Cogeco	881	873	853	816	780	-3,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,8	-0,8	-2,4	-4,3	-4,3	
BCE	2 043	2 112	2 170	2 307	2 658	6,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,8	3,3	2,8	6,3	15,2	
Total	10 255	10 283	10 105	9 924	9 953	-0,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,0	0,3	-1,7	-1,8	0,3	
<i>% de tous les abonnés</i>	88,1 #	87,6 #	86,0 #	84,8	s.o.	

Source : Rapports trimestriels des sociétés

Les données de ce tableau indiquent le nombre d'abonnés à chacun des cinq plus grandes EDR canadiennes (en termes de revenus) dans leurs propres secteurs de marché.

Les données datent du 31 mars de chaque année, sauf pour Shaw et Cogeco dont les données sont colligées au 28 février. Les données incluent la distribution par câble, par IPTV et par SRD. Les données relatives à Shaw incluent Shaw Direct et celles de BCE incluent les activités de distribution de radiodiffusion de Bell Canada et de Norouestel (les données de Norouestel sont incluses depuis 2011). En raison de l'acquisition de Bell Aliant par BCE, les données relatives à BCE pour 2015 incluent les activités de distribution de radiodiffusion de Bell Aliant.

Tableau 4.3.4 Pourcentage des ménages abonnés aux EDR

	2010	2011	2012	2013	2014
Taux d'abonnement des ménages (%)	84,5	83,5 #	84,2 #	83,7 #	82,0

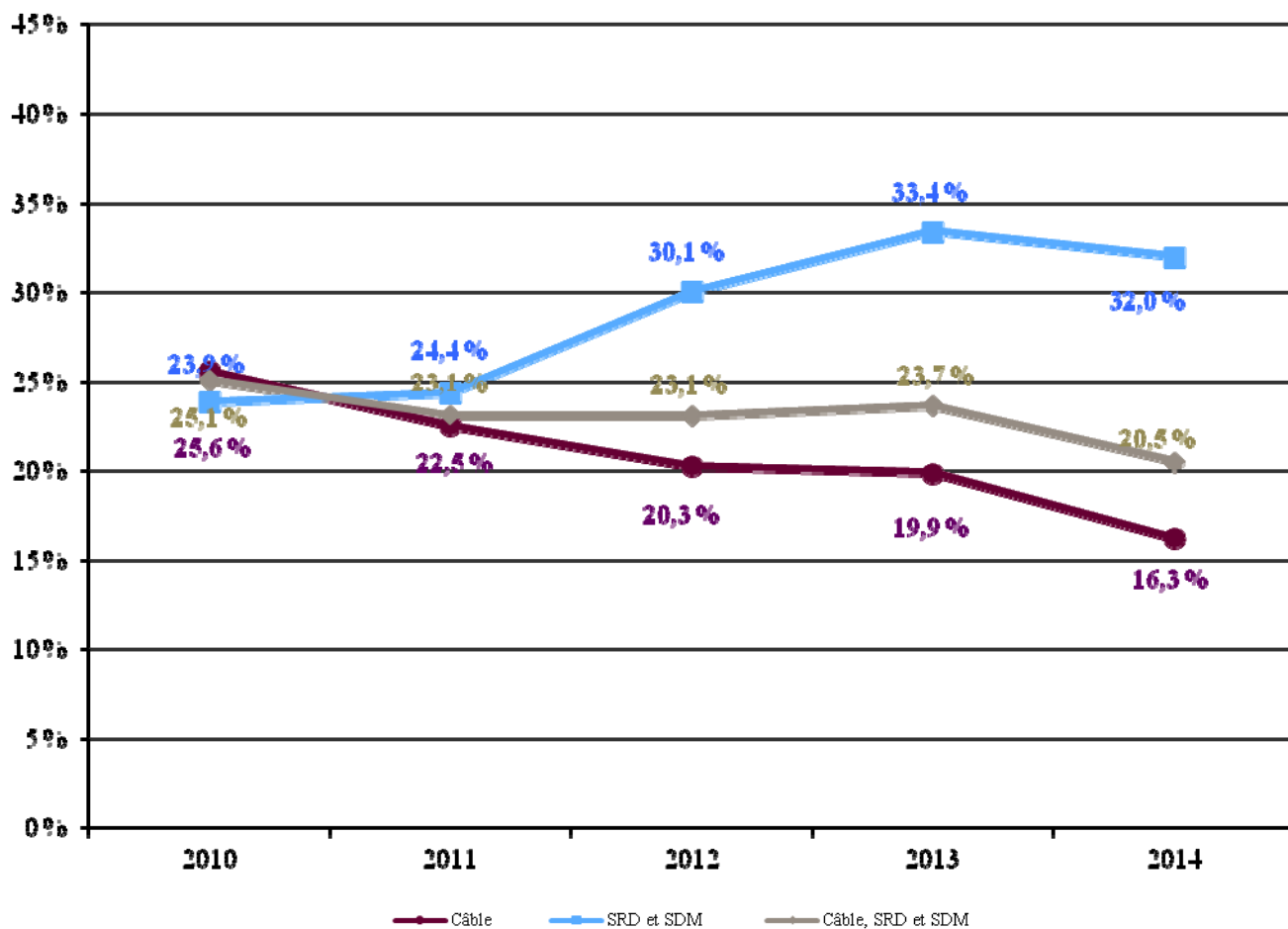
Source : Données recueillies par le CRTC

Taux d'abonnement des ménages

Le taux d'abonnement est calculé en divisant le nombre d'abonnements aux EDR à la fin d'une période de 12 mois par le nombre total de ménages au Canada.

c) *Rendement financier*

Graphique 4.3.1 Marges de BAIIDA générées par les EDR – Services de programmation de base et facultatifs



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique compare les marges de BAIIDA de 2010 à 2014 des fournisseurs de câble et d’IPTV avec celles des fournisseurs par SRD et SDM. Les marges des services de câble et d’IPTV ont baissé au cours de la période étudiée alors que celles des services par SRD et SDM ont augmenté. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année.

Qu’est-ce qu’une marge de BAIIDA?

La marge de BAIIDA, un outil de mesure de la rentabilité, représente les bénéfices avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement exprimés en pourcentage des revenus totaux.

d) *Indicateurs de rendement***Tableau 4.3.5 Revenus mensuels par abonné, par type d'EDR**

Revenus mensuels/abonné	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%)</i> <i>2010-2014</i>
Câble	57,51	59,36	58,72 #	59,43 #	60,12	1,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,4	3,2	-1,1	1,2	1,2	
IPTV	47,38	49,88	58,78	64,64	67,61	9,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,7	5,3	17,8	10,0	4,6	
SRD et SDM	70,70	73,53	72,84	74,69	76,63	2,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,5	4,0	-0,9	2,5	2,6	
Toutes les EDR ayant présenté un rapport	60,54	62,51	62,24 #	63,63 #	64,94	1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,6	3,3	-0,4	2,2	2,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Revenus mensuels par abonné

Les revenus mensuels par abonné sont calculés en divisant les revenus annuels d'une EDR provenant des services de base et facultatifs, par le nombre moyen d'abonnés dans l'année. Le résultat est divisé par 12 pour obtenir le montant mensuel. Le nombre moyen d'abonnés est obtenu en divisant par deux le total des abonnés au début et à la fin de l'année.

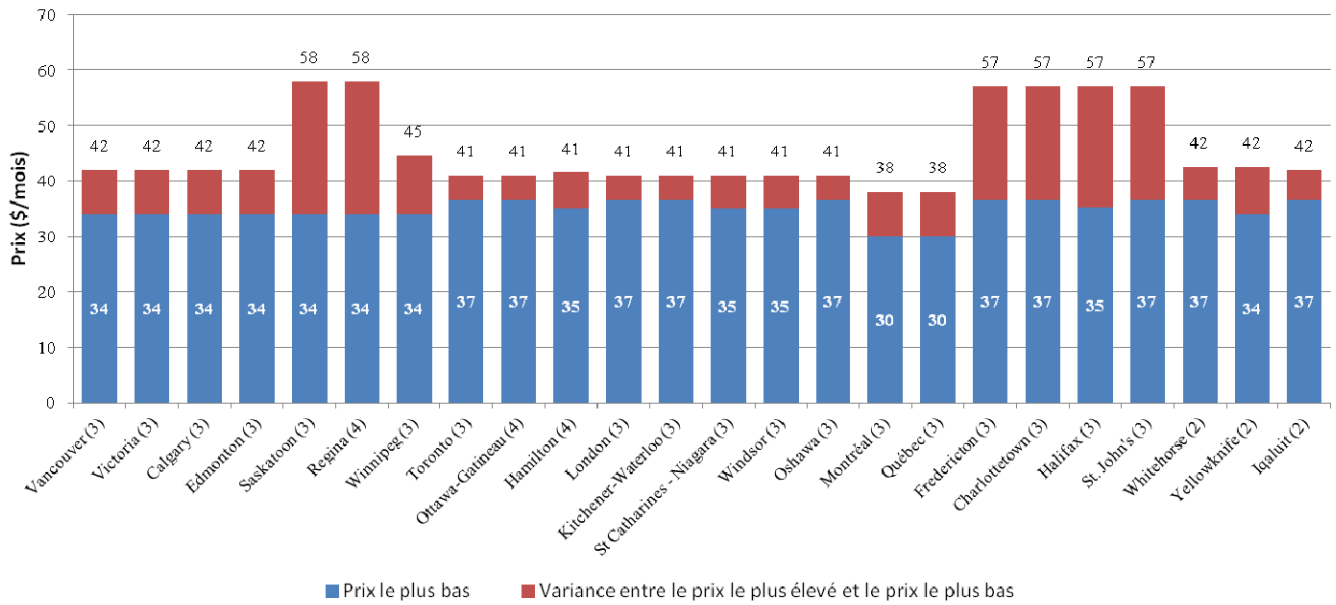
e) *Prix*

Chaque année, le Conseil fait une enquête sur le prix du service de télévision de base dans divers centres urbains et diverses collectivités rurales. L'annexe 9 présente les collectivités choisies pour 2014. En 2014, les résultats de l'enquête, qui portent sur 24 grands centres urbains et un nombre précis de collectivités rurales, montrent que le prix du service de télévision de base et le nombre de chaînes comprises dans celui-ci, varient beaucoup d'un fournisseur à l'autre et selon le lieu, tant dans les centres urbains que dans les collectivités rurales.

Centres urbains

Le graphique 4.3.2 indique le prix du service de base des EDR pour les Canadiens habitant 21 grands centres urbains. Généralement, ces Canadiens avaient le choix entre trois types de fournisseurs : câble, IPTV et SRD. Le prix mensuel du service de télévision de base varie de 30 \$ à 37 \$ pour les moins chers et de 38 \$ à 58 \$ pour les plus chers.

Graphique 4.3.2 Prix du service de base des EDR par grand centre urbain, 2014



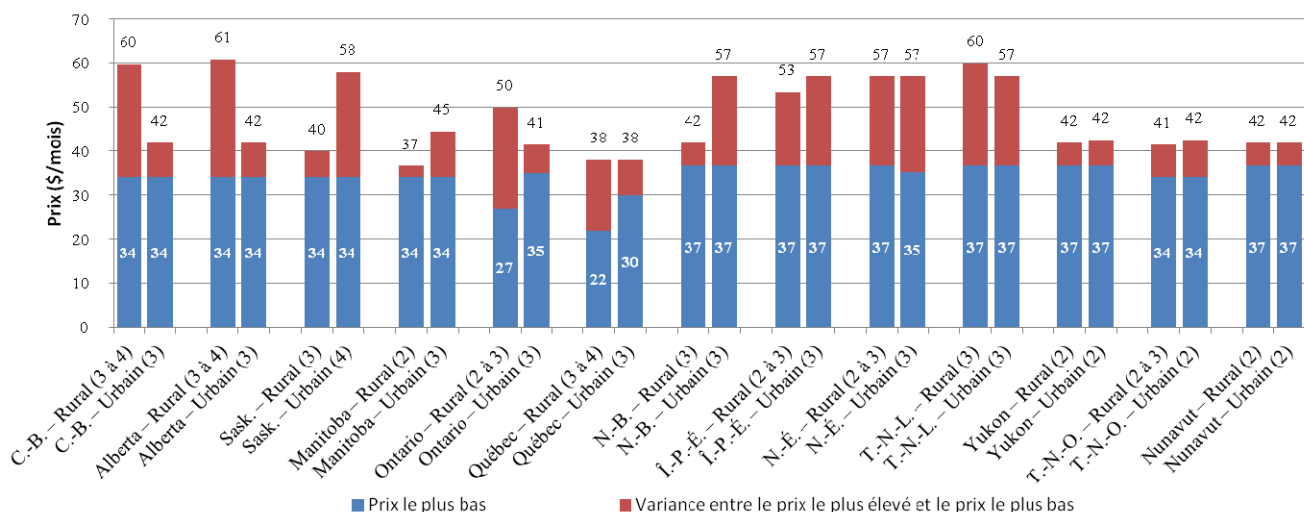
Source : Données recueillies par le CRTC

Dans le graphique, la barre bleue représente le prix le plus bas alors que la barre rouge indique le prix le plus élevé. Pour chaque centre urbain, le nombre de fournisseurs de service est indiqué entre parenthèses. Par exemple, à Vancouver trois EDR fournissent les services; le prix le plus bas est 34 \$ et le plus élevé 42 \$.

La composition d'un forfait de base pour des services de télévision varie de 27 à 170 chaînes selon l'endroit et le fournisseur. Généralement, les services sont disponibles en format numérique et en haute définition et la programmation inclut les chaînes de télévision, de radio et de musique.

Centres ruraux

Graphique 4.3.3 Prix du service de base des EDR en zones urbaines et rurales par province, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Dans ce graphique, les bandes bleues indiquent les prix les plus bas offerts dans chaque province (zones urbaines et rurales sondées) et les bandes rouges, les prix les plus élevés. Pour chaque province (zones urbaines et rurales sondées), le nombre de fournisseurs de service est indiqué entre parenthèses. À titre d'exemple, en Colombie-Britannique, de trois à quatre fournisseurs de zones rurales et trois fournisseurs de zones urbaines ont été sondés. Les prix les plus bas offerts par ces fournisseurs pour les services de base des EDR varient entre 34 \$ et 60 \$ par mois dans les collectivités rurales, et entre 34 \$ et 42 \$ dans les centres urbains.

Le prix mensuel du service de télévision de base varie au sein des zones urbaines et rurales sondées, allant de prix bas compris entre 22 \$ et 37 \$ par mois à des prix élevés compris entre 37 \$ et 60 \$ par mois.

Quelles collectivités ont été choisies?

Cinquante-quatre collectivités rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix du service de base des EDR dans les collectivités rurales répondant aux critères suivants:

- Ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres ;
- Avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre de moins de 1 000 personnes ;
- Le nombre de collectivités dans chaque province doit être proportionnel à la population provinciale ; et
- Les collectivités ne doivent pas être regroupées.

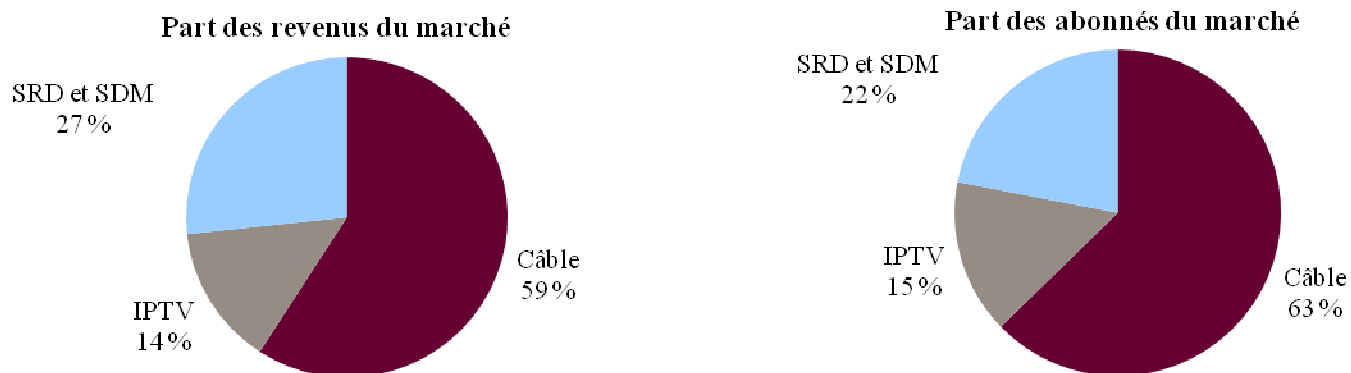
Consulter l'annexe 9 pour plus de détails.

f) Environnement concurrentiel

Les entreprises de câblodistribution ont été les premières EDR au Canada. C’est au milieu des années 1990 que les services de distribution par satellite ont fait leur apparition sur le marché canadien, et plus récemment que l’IPTV est devenue disponible.

En 2014, les Canadiens des centres urbains avaient accès à trois types d’EDR : les entreprises de câblodistribution, les services d’IPTV et par SRD. Dans les régions rurales, environ la moitié des ménages dépendaient généralement du service par SRD. Un peu moins de la moitié des ménages des régions rurales avaient accès à la fois à un fournisseur de services par câble et à un fournisseur de services par SRD.

Graphique 4.3.4 Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

g) Communications avec les Canadiens

Tableau 4.3.6 Nombre de communications relatives aux EDR reçues par le CRTC

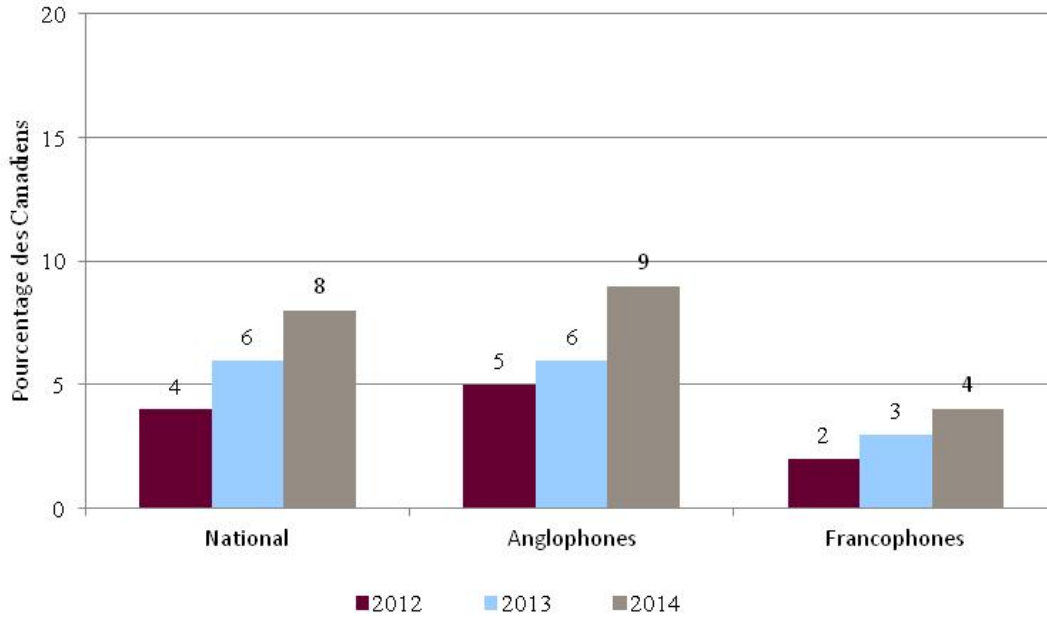
Sujet	Politiques/ décisions du CRTC	Factu- ration	Prix/ tarifs	Modalités	Enjeux liés aux handicaps	Qualité du service/ prestation	Concurrence	Autre*	Total
2013-2014	699	1 562	342	336	61	2 062	116	654	5 832
2014-2015	755	1 298	223	313	62	480	110	2 300	5 541

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

*Autres raisons, par catégorie : Parlons télé (447), droits de la LNH et blocages (133), substitution de signaux (105), diffuseurs de l'étranger (102), services de base (57), placement des canaux (52) et questions traitant d'événements survenus durant la période 2014-2015.

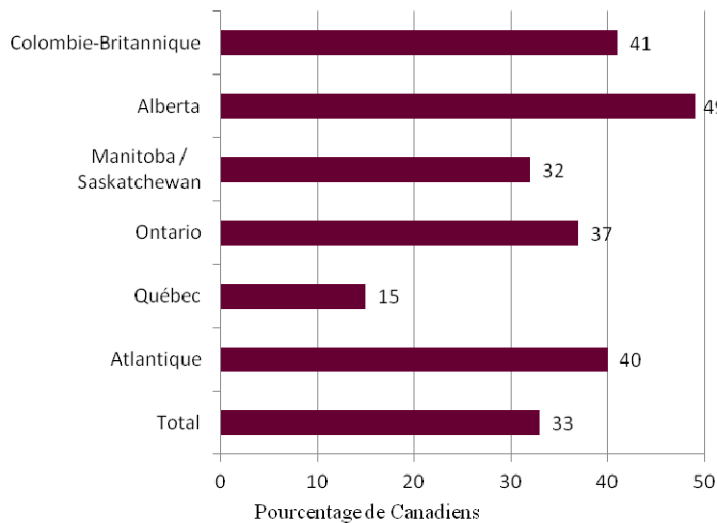
h) Services de télévision en ligne

Graphique 4.3.5 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision uniquement en ligne, à l'échelle nationale et par langue



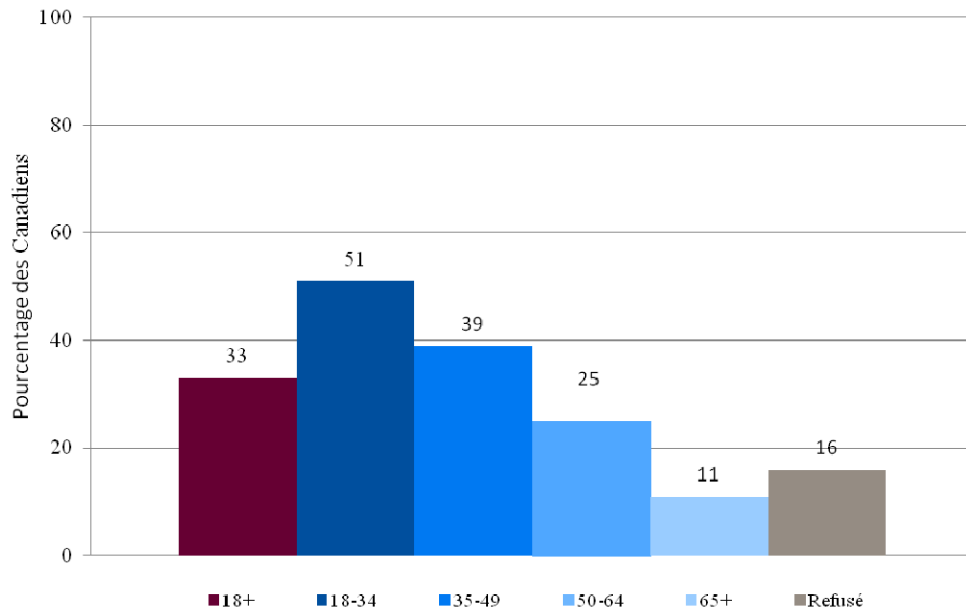
Source : OTM 2012-2014 (répondants canadiens 18 ans et +)

Graphique 4.3.6 Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par région



Source : OTM 2014 (répondants canadiens 18 ans et +)

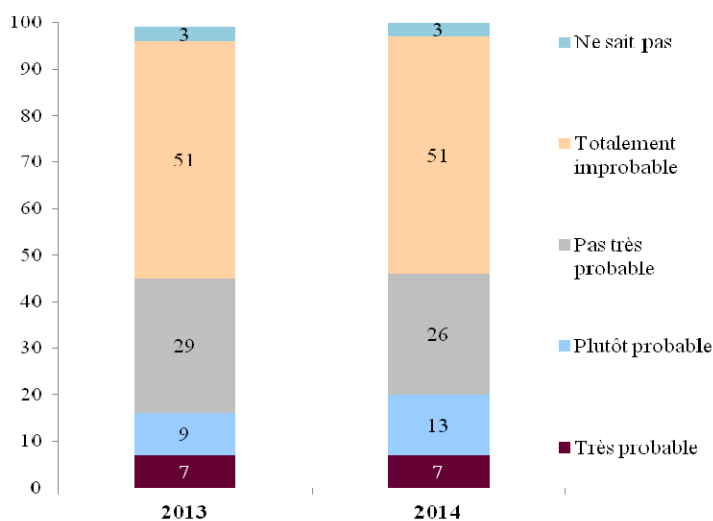
Graphique 4.3.7 Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par groupe d'âge



Source : OTM 2014 (répondants canadiens 18 ans et +)

Les groupes d'âge plus jeunes sont plus susceptibles de s'abonner à Netflix.

Graphique 4.3.8 Probabilité des Canadiens qui « couperaient le cordon » de leur abonnement à des services de télévision traditionnels dans les 12 prochains mois (pourcentage)



Source : OTM 2014 (répondants canadiens 18 ans et +)

Tableau 4.3.7 Taux d'adoption et de croissance des diverses technologies vidéo au Canada

	Adoption (%)					Croissance 2010-2014 (%)
	2010	2011	2012	2013	2014	
Propriétaire d'un EVP						
Anglophones	23	35	43	46	50	117
Francophones	16	23	39	42	52	225
Télé sur Internet						
Anglophones	31	34	38	42	47	52
Francophones	26	33	34	39	42	62
Abonné à Netflix						
Anglophones	s.o.	10	21	29	39	290
Francophones	s.o.	5	5	7	12	140

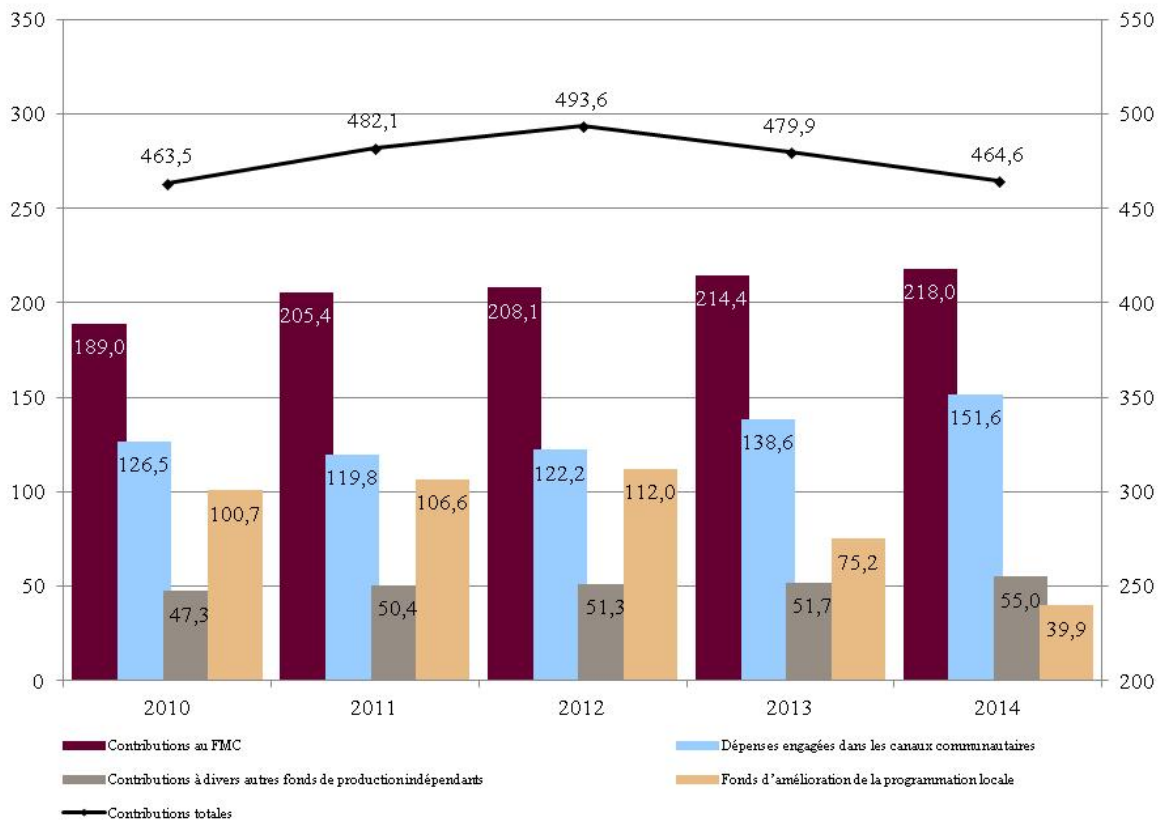
Source : OTM 2010-2014 (répondants canadiens de 18 ans et + et qui ont utilisé ces technologies au cours du mois précédent)

Ce tableau indique le taux d'adoption ainsi que la croissance, d'une année à l'autre (dans le cas de Netflix, de 2011 à 2014), des diverses technologies de vidéo et services chez les consommateurs canadiens âgés de 18 ans et plus de 2010 à 2014. L'OTM décrit « Télé sur Internet » comme le visionnement ou l'écoute en continu d'émissions de télévision ou de clips disponibles sur Internet.

i) Contribution à la programmation canadienne

Au cours de l'année de radiodiffusion 2013-2014, environ 5 % des revenus des EDR ont été alloués à divers fonds pour la production de programmation canadienne, comme le Fonds des médias du Canada ou à l'expression locale (c.-à-d. canaux communautaires).

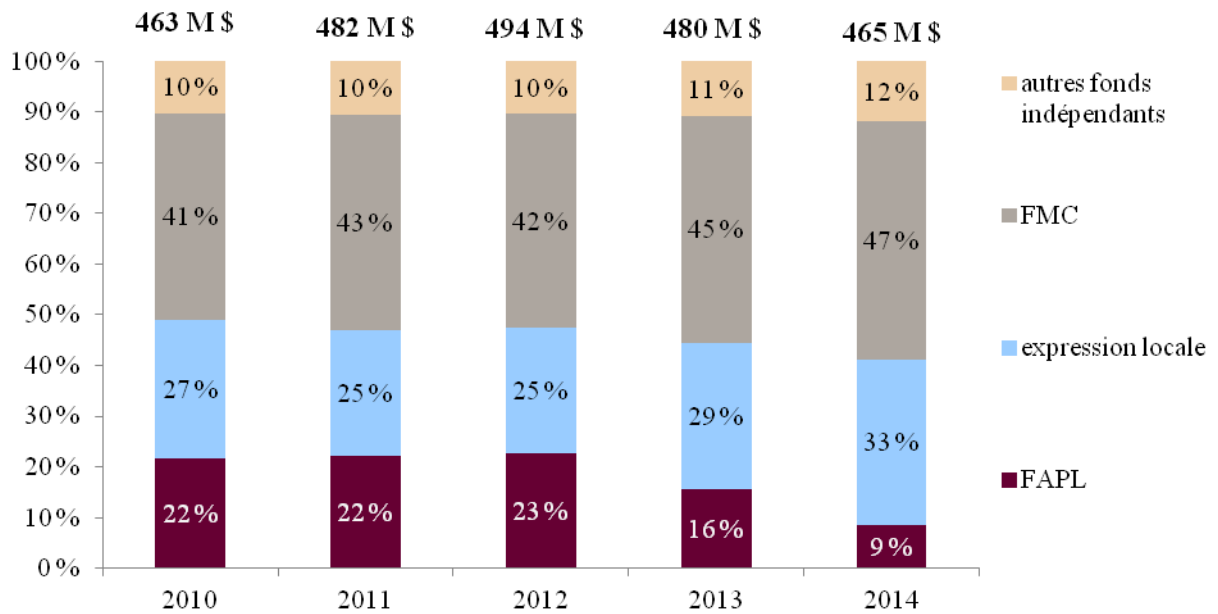
Graphique 4.3.9 Contributions au FMC, au FAPL et à d'autres fonds indépendants de production et dépenses au titre de l'expression locale (canaux communautaires), telles que déclarées par les EDR (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

Le graphique montre les contributions faites par les EDR au FMC, au FAPL et à d'autres fonds de production indépendants ainsi que des dépenses pour l'expression locale (canaux communautaires) au cours de la période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année montrée. Les contributions des EDR comprennent les contributions déclarées pour les services par câble, par SRD et par SDM et les entreprises de distribution par relais satellite (EDRS).

Graphique 4.3.10 Part des divers bénéficiaires des contributions des EDR à la création et à la production de la programmation canadienne, et contributions totales des EDR (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

j) Paiements d'affiliation

Tableau 4.3.8 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (volet 1 de 2)

Paiements aux services canadiens affiliés		2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%) 2010-2014</i>
Paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	1 633	1 809	1 930	2 024	2 195	7,7
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	11	11	7	5	8	
	SRD et MDS	819	735	726	700	717	-3,3
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	11	-10	-1	-4	2	
	Total	2 452	2 544	2 656	2 724	2 911	4,4
Paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	647	682	671	670	666	0,7
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	9	5	-2	0	-1	
	Spécialisés	1 805	1 862	1 986	2 054	2 245	5,6
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	12	3	4	3		
	Total	2 452	2 544	2 656	2 724	2 911	4,4
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	11	4	4	3	7	
Paiements aux services affiliés non canadiens							
Paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	243	263	265	285	296	5,0
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	18	8	1	8	4	
	SRD et MDS	75	81	86	94	93	5,4
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	8	8	5	9	-1	
	Total	318	344	351	379	389	5,1
Paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	46	48	34	37	37	-5,7
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	21	3	-29	8	-1	
	Spécialisés	272	296	317	342	352	6,7
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	14	9	7	8	3	
	Total	318	344	351	379	389	5,1
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	15	8	2	8	3	

Tableau 4.3.8 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (volet 2 de 2)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Total des paiements aux services affiliés							
Total des paiements d'affiliation versés	Câble et IPTV	1 877	2 072	2 195	2 310 #	2 491	7,3
	<i>Pourcentage de services canadiens</i>	87	87	88	88	88	
	<i>Pourcentage du total</i>	68	72	73	74	75	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	12	10	6	5	8	
	SRD et SDM	894	816	812	794	809	-2,4
	<i>Pourcentage de services canadiens</i>	92	90	89	88	89	
	<i>Pourcentage du total</i>	32	28	27	26	25	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	11	-9	0	-2	2	
	Total	2 770	2 888	3 007	3 104	3 300	4,5
	Total des paiements d'affiliation reçus	Payants, TVC et VSD	693	730	705	707	702
<i>Pourcentage de services canadiens</i>		93	93	95	95	95	
<i>Pourcentage du total</i>		25	25	23	23	21	
<i>Croissance annuelle (%)</i>		9	5	-3	0	-1	
Spécialisés		2 077	2 158	2 303	2 396	2 598	5,7
<i>Pourcentage de services canadiens</i>		87	86	86	86	86	
<i>Pourcentage du total</i>		75	75	77	77	79	
<i>Croissance annuelle (%)</i>		12	4	7	4	8	
Total		2 770	2 888	3 007	3 104	3 300	4,5
<i>Pourcentage de services canadiens</i>		89	88	88	88	88	
<i>Croissance annuelle</i>	11	4	4	3	6		

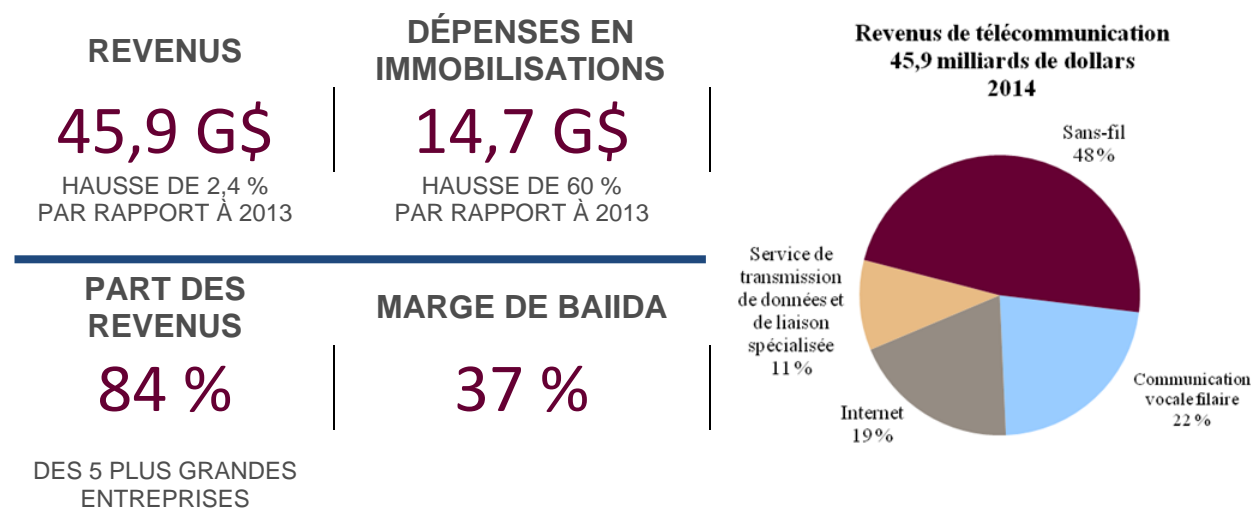
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne une répartition détaillée de la valeur des paiements d'affiliation versés par les EDR (fournisseurs de services par câble et par IPTV et ceux par SRD et par MDS) pour des services facultatifs et celle des paiements d'affiliation reçus pour des services facultatifs (services spécialisés, payants, de TVC et de VSD) fournis par des affiliés canadiens et non canadiens, et ce, pour les années 2010 à 2014.

Les paiements aux affiliés canadiens ont augmenté de 4,4 % par an depuis 2010, alors que les paiements aux affiliés non canadiens ont augmenté de 5,1 %. Les données portent une période de 12 mois se terminant le 31 août.

5.0 Aperçu du secteur des services de télécommunication

Aperçu 5.0.0 Principaux indicateurs du secteur des services de télécommunication



L'industrie des télécommunications du Canada consiste en six secteurs : services locaux, services interurbains, services Internet, services sans fil, services de transmission de données et services de liaison spécialisée. Environ 94 % des revenus proviennent de services dont les prix ne sont plus réglementés. Le marché des télécommunications du Canada a été relativement résilient aux conditions économiques extérieures comparativement à d'autres services de communication. En pleine reprise économique, les revenus tirés des services de télécommunication ont augmenté au cours de chacune des cinq dernières années à un taux annuel moyen de 2,5 %.

En 2014, les revenus des télécommunications canadiennes ont atteint les 45,9 milliards de dollars, la grande majorité (92 %) provenant des services de détail et une plus faible part (8 %) provenant des services de gros. Les fournisseurs de services ont fourni des services de détail à plus de 12 millions de ménages et à un million d'entreprises, et des services de gros à 800 autres entités de télécommunication.

Les revenus des services de télécommunication ne comprennent pas les revenus tirés de la vente ou de la location d'appareils téléphoniques filaires. Les investissements annuels en installations et en équipement ne comprennent que les investissements faits par des entreprises dont les revenus annuels sont supérieurs à 100 millions de dollars.

Les grands fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires compte pour plus de 62 % des revenus de l'industrie. Leur principal groupe de concurrents, les entreprises de câblodistribution, compte pour 31 % des revenus et pour 8 % de l'ensemble des fournisseurs de services. Les revendeurs représentent près de 68 % de l'ensemble des fournisseurs de services, mais comptent seulement pour 3 % des revenus. Ces entreprises acquièrent généralement des services de gros auprès de FST titulaires ou d'entreprises de câblodistribution pour offrir des services de télécommunication à leur propre clientèle.

a) Revenus

Tableau 5.0.1 Revenus des services de télécommunication (détail et gros) [milliards \$]

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Services filaire	Détail	20,6	20,6	20,7	20,9	21,2	0,7
	<i>Croissance annuelle %</i>	-1,9	0,3	0,2	1,2	1,3	
	Gros	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7	-2,6
	<i>Croissance annuelle %</i>	-0,3	-1,4	-3,6	-5,1	-0,3	
	Total – Services filaires	23,6	23,6	23,6	23,7	23,9	0,3
	<i>Croissance annuelle %</i>	-1,7	0,0	-0,3	0,4	1,1	
Services sans fil	Détail	17,5	18,4	19,5	20,2	20,9	4,6
	<i>Croissance annuelle %</i>	7,2	5,0	6,1	3,4	3,7	
	Gros	0,5	0,7	0,8	1,0	1,0	21,6
	<i>Croissance annuelle %</i>	-12,9	51,3	17,1	13,5	9,0	
	Total – Services sans fil	18,0	19,1	20,4	21,2	22,0	5,1
	<i>Croissance annuelle %</i>	6,6	6,2	6,5	3,8	3,9	
Total – Détail		38,1	39,0	40,2	41,1	42,1	2,5
	<i>Croissance annuelle %</i>	2,1	2,5	3,0	2,3	2,5	
Total – Gros		3,5	3,7	3,7	3,7	3,8	1,8
	<i>Croissance annuelle %</i>	-2,2	5,6	0,4	-1,0	2,1	
Total		41,6	42,8	43,9	44,8	45,9	2,5
	<i>Croissance annuelle %</i>	1,7	2,7	2,8	2,0	2,4	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des services de télécommunication proviennent des ventes réalisées auprès des clients particuliers et d'affaires (revenus des services de détail) et des autres fournisseurs (revenus des services de gros). Le tableau illustre les revenus des services filaires et sans fil de détail et de gros de 2010 à 2014.

On a estimé les revenus des fournisseurs qui n'ont pas fourni de données. En 2014, ces estimés représentaient moins de 1 % de l'ensemble des revenus des services de télécommunication. Les revenus de la vente et de la location d'équipement local ou d'accès au terminal de même que les revenus autres que des services de télécommunication ont été exclus des revenus des services filaires de détail.

b) Abstention de la réglementation

En 2014, environ 94 % des revenus des services de télécommunication ont découlé de services qui, selon le Conseil, faisaient l'objet de suffisamment de concurrence pour ne plus exiger le dépôt des tarifs.

Tableau 5.0.2 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

(Pourcentage)	2010	2011	2012	2013	2014
Local et accès	73	76	77	78	79
Interurbain	96	95	99	99	97
Internet	98	98	98	97	96
Données et liaison spécialisée	81	83	84	84	89
Sans-fil	100	100	100	100	100
Total	92	93	93	94	94

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre le pourcentage des revenus des services de télécommunication par secteur de marché non réglementé par le CRTC entre 2010 et 2014. Dans le secteur des services locaux et d'accès, les services d'accès comprennent les services filaires qui donnent accès à l'abonné ou au réseau de télécommunication.

Abstention de la réglementation

Le Conseil s'abstient de réglementer un service lorsqu'il juge qu'il fait l'objet de suffisamment de concurrence ou lorsqu'il estime qu'une telle abstention est conforme aux objectifs de la politique canadienne sur les télécommunications. Il s'agit de l'abstention de la réglementation. Un service faisant l'objet d'une abstention de la réglementation est généralement relevé de l'obligation d'être offert à un tarif approuvé par le Conseil. Il peut continuer à être assujéti à une réglementation à d'autres égards.

c) Propriété canadienne

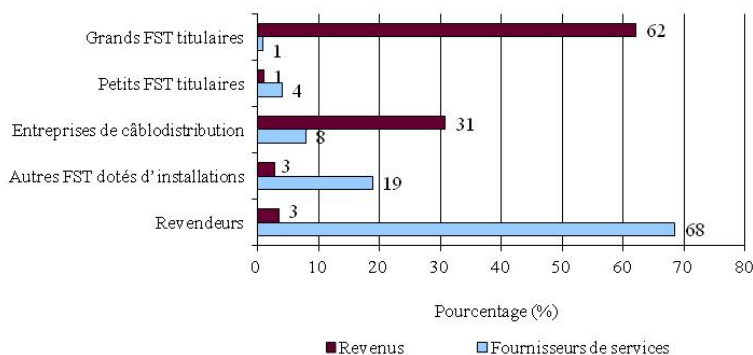
L'article 16 de la *Loi sur les télécommunications* traite de l'admissibilité des entreprises canadiennes à agir comme entreprises de services de télécommunication. Aux fins de l'application de l'article 16, le Conseil a déterminé que, pour ce qui est de la période entre la date de publication du *Rapport de surveillance des communications 2015* et celle du *Rapport de surveillance des communications 2016*, le total des revenus de prestation de services de télécommunication au Canada s'élèvera à 45,9 milliards de dollars.

Quelles sont les exigences de l'article 16 de la *Loi sur les télécommunications*?

Sauf certaines exceptions, l'article 16 exige que les entreprises de services de télécommunication qui possèdent ou exploitent une installation de transmission et réalisent des revenus de services de télécommunication canadiens de plus de 4,6 milliards \$ (10 % du total des revenus des services de télécommunication canadiens) soient possédées et contrôlées par des Canadiens.

d) *Nombre, taille et type d'entreprises*

Graphique 5.0.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

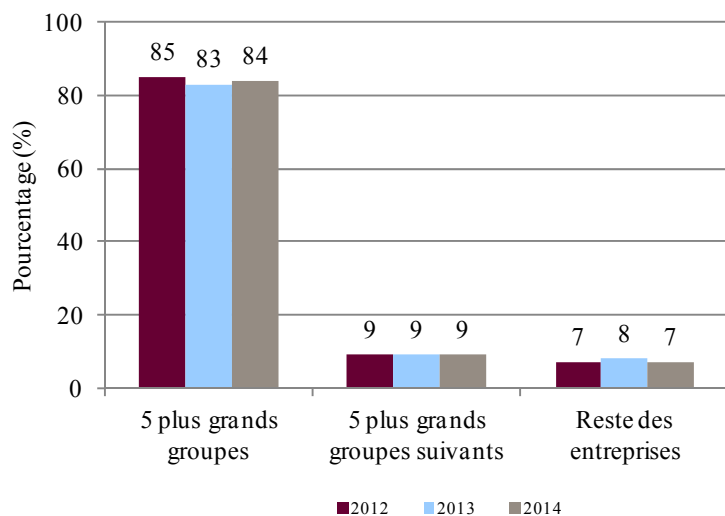
Ce graphique présente le pourcentage de l'ensemble des revenus réalisés selon le type de FST et le pourcentage de fournisseurs qui offrent le service.

Les données des FST titulaires indiquées ci-dessus comprennent les revenus de toutes leurs activités de télécommunication au Canada tant dans leur territoire que hors territoire.

Les FST offrent différents services de technologie de l'information et de la communication (TIC), par exemple des services de télécommunication vocaux et de données, l'hébergement de données, des services informatiques en nuage et d'autres services comprenant tant des activités canadiennes que non canadiennes. En 2014, 59 % des revenus des FST provenaient de services fournis aux Canadiens, alors que 41 % provenaient d'autres services TIC, de services de radiodiffusion et de services autres que de télécommunication comme ceux tirés de la location de locaux ou du parc de l'entreprise.

L'industrie est dominée par 10 grandes entreprises qui, collectivement, compte tenu de leurs affiliées, ont réalisé 93 % des revenus des services de télécommunication canadiens en 2014. Les autres entreprises ont réalisé moins de 3,3 milliards de dollars de l'ensemble des revenus.

Graphique 5.0.2 Part de l'ensemble des revenus des services de télécommunication réalisés par groupes de propriété



Source : Données recueillies par le CRTC

Bell Canada, MTS Inc. et Allstream Inc., Rogers Communications Inc., Shaw Communications Inc. et la Société TELUS Communications (TELUS) sont les cinq premiers FST au Canada. Ensemble et compte tenu de leurs affiliés, ils réalisent plus de 84 % des revenus totaux du marché. Les cinq grands groupes/entreprises suivants — Bragg Communications Inc., Cogeco Câble inc., Québecor Média inc., Saskatchewan Telecommunications et Telesat Canada — réalisent moins de 9 % des revenus totaux du marché. Les autres groupes/entreprises réalisent 7%.

Les dix premiers groupes/entreprises sont pourvus d'installations, c'est-à-dire qu'ils possèdent et exploitent les installations de transmission nécessaires à la fourniture de services de télécommunication. Les revendeurs forment la majorité du reste des entreprises.

Les FST sont classés en FST titulaires ou en autres FST. Les autres FST comprennent les revendeurs, les autres fournisseurs de services pourvus d'installations, y compris les entreprises de câblodistribution.

Les FST titulaires sont les entreprises traditionnelles de téléphone. En vue de surveiller les différents secteurs du marché des services de télécommunication, ce groupe de FST est ensuite subdivisé de façon à identifier comme suit leurs activités hors de leur territoire traditionnel ou titulaire : les FST titulaires (activités hors territoire exclues) et les FST titulaires (hors territoire). On trouve d'autres informations sur le classement des FST à l'annexe 8.

Les revenus des services des FST titulaires, à l'exclusion de ceux provenant des activités hors territoire, ont augmenté annuellement de 1,3 % de 2010 à 2014, alors que ceux des autres FST (incluant les FST titulaires hors territoire) ont augmenté annuellement de 3,9 %. Dans l'ensemble, ce sont les entreprises de câblodistribution qui ont connu la plus forte croissance de leurs revenus des services de télécommunication. Leurs revenus ont augmenté de 3,8 %, passant de 12,2 milliards de dollars en 2010 à 14,2 milliards de dollars en 2014.

Tableau 5.0.3 Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC % 2010- 2014	
FST titulaires	Grands FST titulaires	26 755,2	27 205,0	27 478,5	27 818,4	28 424,3	1,5	
	Petits FST titulaires	417,5	469,9	474,4	450,5	448,1	1,8	
	Total partiel	27 172,7	27 674,9	27 953,0	28 268,8	28 872,3	1,5	
	Moins : hors territoire	4 326,1	4 463,5	4 934,6	5 023,3	4 816,1	2,7	
	Titulaires (act. hors territoire exclus)	22 846,6	23 211,3	23 018,4	23 245,4	24 056,2	1,3	
	Pourcentage du total (%)	55	54	52	52	52		
Autres FST	FST dotés d'installations	Titulaires (hors territoire)	4 326,1	4 463,5	4 934,6	5 023,3	4 816,1	2,7
		Entreprises de câblodistribution	12 233,7	12 722,1	13 260,2	13 785,5	14 204,1	3,8
		Autres entreprises	716,3	866,8	1 161,5	1 226,0	1 247,3	14,9
		Autres FST – Total partiel	17 276,1	18 052,5	19 356,2	20 034,9	20 267,5	4,1
	Revendeurs	1 504,7	1 493,4	1 527,7	1 542,0	1 585,5	1,3	
	Autres FST – Total	18 780,8	19 545,9	20 883,9	21 576,8	21 853,0	3,9	
	Pourcentage du total (%)	45	46	48	48	48		
Total	41 627,3	42 757,2	43 902,3	44 822,3	45 909,2	2,5		

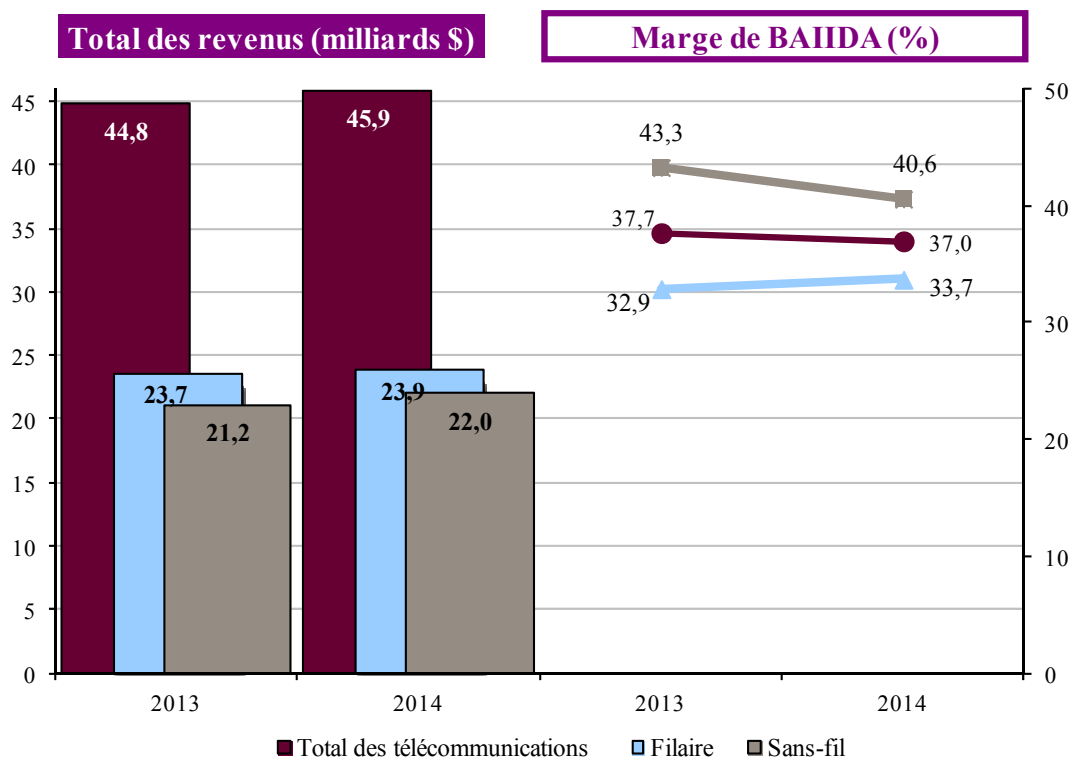
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les revenus des services de télécommunication par type de FST de 2010 à 2014. Il indique les totaux partiels des FST titulaires, à l'exclusion de leurs activités hors territoire. Les revenus des activités hors territoire font partie de la section du tableau consacrée aux autres FST. Cette disposition tient compte du fait que les FST titulaires sont considérés comme « autres FST » lorsqu'ils exercent des activités hors de leur territoire.

e) **Rendement financier**

On doit tenir compte d'un certain nombre d'éléments pour évaluer le rendement financier ou la rentabilité d'une entreprise, dont le pourcentage du revenu total que représentent les BAIIDA (marge de BAIIDA).

Graphique 5.0.3 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA



Source : Données recueillies par le CRTC

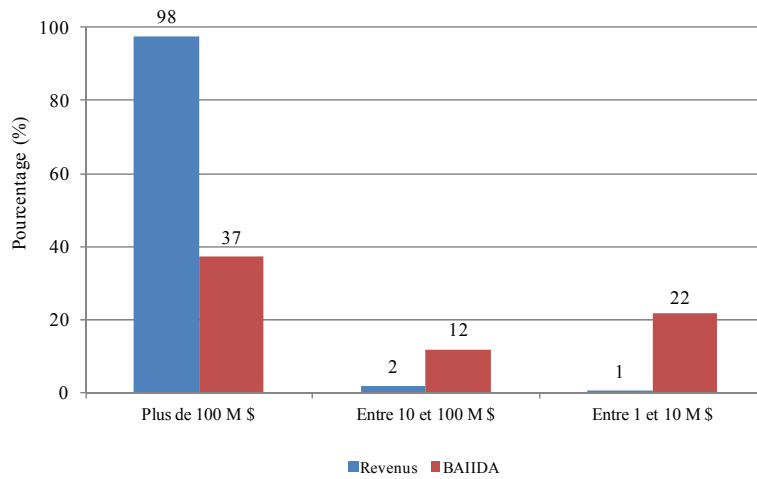
Les marges de BAIIDA et les revenus ont été calculés pour les FST dont les revenus des services de télécommunication ont représenté plus de 80 % de l'ensemble de leurs revenus.

Ce tableau illustre la croissance de l'ensemble des revenus des services filaires et des services sans fil entre 2013 et 2014. Il indique aussi les marges de BAIIDA des FST de services filaires et sans fil.

Les fournisseurs non dotés d'installations de transmission (p. ex. les revendeurs) ont généralement eu des marges de BAIIDA moins élevées. En moyenne, ces marges ont représenté environ un septième de celles des fournisseurs dotés d'installations.

Les grands FST ayant eu des revenus des services de télécommunication canadiens supérieurs à 100 millions de dollars ont été plus rentables que les FST plus petits.

Graphique 5.0.4 Pourcentage des revenus et marges de BAIIDA selon la taille de l'entreprise, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Le pourcentage des revenus et la rentabilité ont été calculés pour les FST dont les revenus des services de télécommunication canadiens ont été supérieurs à 80 % de l'ensemble de leurs revenus.

Ces entreprises ont été classées selon trois fourchettes de revenus de services de télécommunication : 1 à 10 millions de dollars, 10 à 100 millions de dollars et plus de 100 millions de dollars.

La marge de BAIIDA des entreprises dont les revenus des services de télécommunication canadiens ont été supérieurs à 80 % de l'ensemble de leurs revenus a été de 37,0 %. Comme il est indiqué ci-dessus, les entreprises dont les revenus ont dépassé 100 millions de dollars ont obtenu la marge de BAIIDA la plus élevée, soit 37,3%. Celles dont les revenus des services de télécommunication ont atteint entre 10 et 100 millions de dollars ont eu collectivement une marge de BAIIDA de 12,0 % et celles dont les revenus se sont établis entre 1 et 10 millions de dollars ont eu une marge de BAIIDA de 21,8 %.

f) Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements

Les « dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements » font référence à celles consacrées au renouvellement et à la mise à niveau du réseau d'un FST. En 2014, ces fournisseurs ont consacré 14,7 milliards de dollars à des dépenses en immobilisations dont 30 % visaient les services d'accès et 19 % concernaient le réseau. Les autres 52 % ont été consacrés au spectre et à des activités autres que de réseau, comme la facturation ou le parc de l'entreprise.

Que signifient les expressions « services d'accès » et « dépenses en immobilisations associées au réseau »?

Les « services d'accès » sont les installations nécessaires pour brancher un abonné à un réseau, par exemple des lignes de téléphone locales ou une voie d'accès à la large bande.

Des « dépenses en immobilisations associées au réseau » sont celles consacrées aux installations qui relient les installations des services d'accès.

Tableau 5.0.4 Immobilisations des services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC % 2010-2014	
Services filaire	FST titulaires	4,4	4,6	4,7	4,9	4,8	-2,3	
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,1	5,4	2,0	4,2	-2,3	
	Autres FST	Autres FST pourvus d'installations (y compris les entreprises de câblodistribution)	2,1	2,4	2,3	1,9	2,3	1,7
			<i>Croissance annuelle (%)</i>	40,2	13,7	-4,6	-17,0	18,7
		Revendeurs	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,9
			<i>Croissance annuelle (%)</i>	-35,5	33,6	48,8	1,4	-35,2
		Total partiel	2,2	2,5	2,4	2,0	2,3	1,8
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	38,7	13,9	-4,0	-16,7	17,6	
		Total du secteur des services filaires	6,6	7,1	7,1	6,9	7,1	2,1
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,2	8,2	0,0	-2,8	3,4	
	Services sans fil	1,8	2,5	2,6	2,3	7,5	42,6	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-18,9	35,2	4,9	-11,4	228,8		
	Total des secteurs des services filaires et sans fil	8,4	9,6	9,7	9,2	14,7	15,0	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,9	14,1	1,2	-5,1	59,7		

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en immobilisations faites selon le type de FST entre 2010 et 2014.

Les données pour les FST titulaires comprennent leurs activités hors territoire. Le tableau ne comprend pas les FST qui ont réalisé des revenus de moins de 100 millions de dollars puisqu'ils n'étaient pas tenus de fournir leurs données.

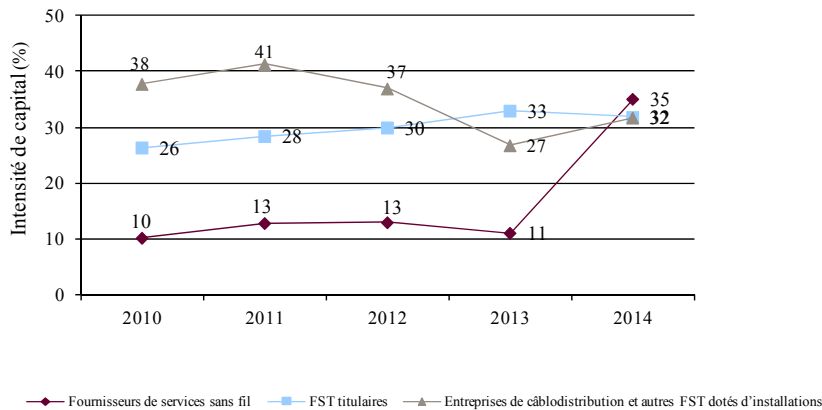
Les données ci-dessus comprennent les dépenses effectuées pour acheter du spectre. En 2014, les dépenses en immobilisations des services sans fil ont augmenté de manière importante en raison de la vente aux enchères de la bande 700 MHz menée par Industrie Canada.

Depuis 2010, les FST titulaires ont consenti environ 50 % des dépenses en immobilisations dans le secteur. Ce sont les revendeurs qui ont dépensé le moins parce qu'ils utilisent les installations de transmission des autres.

Un bon outil pour comparer les dépenses en immobilisations d'une année à l'autre est « l'intensité de capital ». Selon cet outil, les entreprises de câblodistribution et les autres FST dotés d'installations ont consacré à des installations filaires en moyenne 31 cents de chaque dollar gagné au cours des deux dernières années, alors que les FST titulaires y ont consacré 32 cents.

Entre 2010 et 2014, les fournisseurs de services sans fil ont affiché l'intensité de capital la plus faible : elle a été relativement constante à 12 cents, soit environ le tiers des sommes consacrées aux installations filaires par les entreprises de câblodistribution et les autres FST dotés d'installations. En 2014, les dépenses en immobilisations des services sans fil ont augmenté de façon importante en raison de la vente aux enchères de la bande 700 MHz menée par Industrie Canada.

Graphique 5.0.5 Dépenses en immobilisations des services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST



L'intensité de capital est un outil de calcul du niveau ou du pourcentage des dépenses qu'une entreprise consacre à ses installations et à ses équipements. Elle s'obtient en divisant les dépenses annuelles consacrées en immobilisations par les revenus annuels et s'exprime en pourcentage.

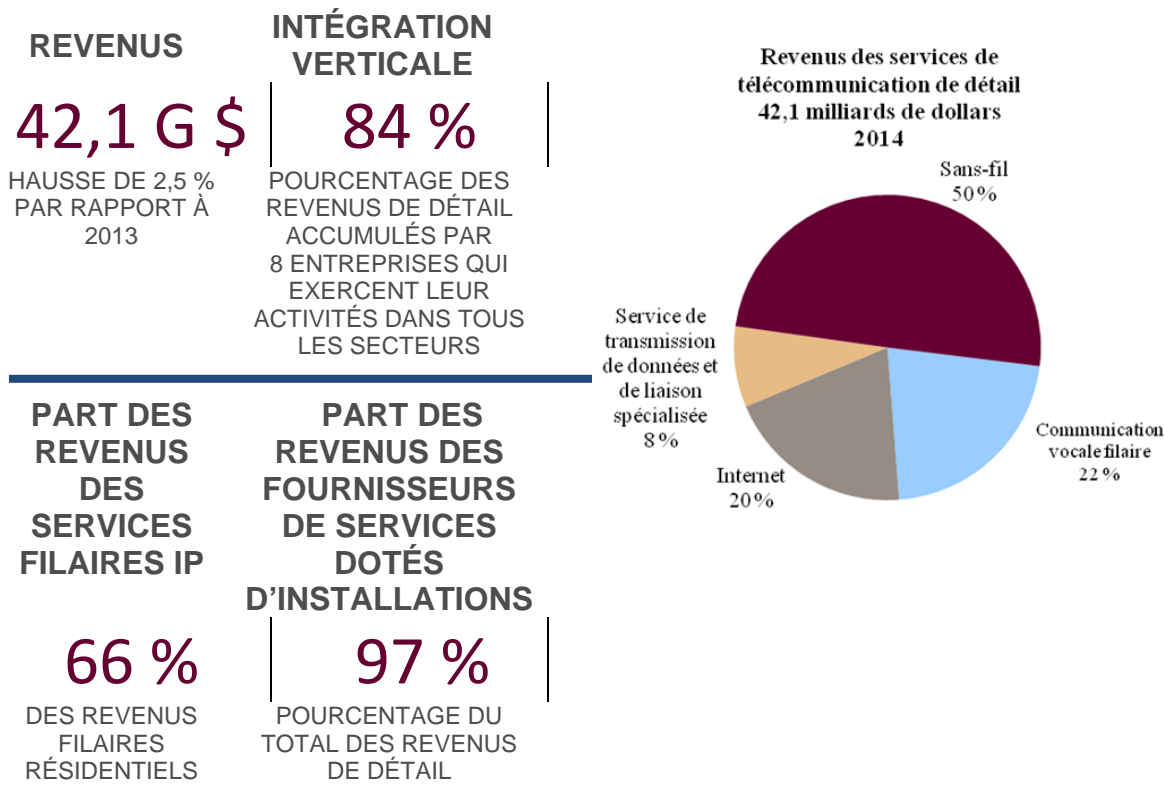
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en immobilisations selon le type de FST entre 2010 et 2014.

Les données des FST titulaires comprennent leurs activités hors territoire, alors que celles des autres FST excluent les activités hors territoire des titulaires. Les FST dont les revenus ont été inférieurs à 100 millions de dollars sont exclus parce qu'ils n'étaient pas tenus de fournir ces données.

5.1 Secteurs des services de télécommunication de détail

Aperçu 5.1.0 Principaux indicateurs des secteurs des services de télécommunication de détail



Comme il est indiqué dans la section précédente, l'industrie des télécommunications du Canada consiste en six secteurs : services locaux, services interurbains, services Internet, services sans fil, services de transmission de données et services de liaison spécialisée.

En 2014, les revenus des services de télécommunication de détail au Canada s'élevaient à 42,1 milliards de dollars, dont 50 % provenaient des services filaires. Les revenus des services filaires provenaient des services de résidence (57 %) et des services d'affaires (43 %). Les cinq premiers FST titulaires et les cinq premières entreprises de câblodistribution ont respectivement touché 62 % et 32 % des revenus de télécommunication de détail. Collectivement, ces 10 entreprises ont compté pour 93 % de tous les revenus de détail. Les 7 % restants des revenus ont été récoltés par un grand nombre de revendeurs et d'autres fournisseurs de services dotés d'installations. Comme l'indiquent les données, les entreprises qui exerçaient des activités diversifiées (dans de multiples secteurs) ont montré un avantage clair sur le plan de la concurrence relativement à celles qui étaient moins intégrées.

En 2010, les revenus tirés des services sans fil s'établissaient à 17,5 milliards de dollars ou à 46 % des revenus totaux de détail. En 2014, les revenus des services sans fil mobiles avaient

augmenté à 20,9 milliards de dollars, soit à 50 % des revenus totaux de détail. Cette croissance était en partie attribuable à une augmentation du nombre d'abonnements et à une hausse de la demande pour des services de données sans fil. Les revenus tirés des services de données, excluant les services d'itinérance et les autres services (p. ex. l'interconnexion), ont affiché un taux de croissance annuelle moyen de 22,4 % de 2010 à 2014.

D'autre part, les revenus des services filaires ont augmenté à un rythme plus lent depuis 2010. Les revenus des services filaires ont augmenté, passant de 20,6 milliards de dollars en 2010, ou 54 % des revenus des services de télécommunication de détail, à 21,2 milliards de dollars ou 50 %, en 2014. Cette petite hausse masque le fait que les revenus des services téléphoniques filaires ont connu une baisse de près de 1,7 \$ milliards ou 16 % depuis 2010. Le nombre de lignes locales a aussi diminué, passant de 18,5 millions de lignes en 2010 à 16,4 millions de lignes en 2014. Par contre, on a observé une forte croissance des revenus tirés des services de données filaires comme Internet, les nouveaux protocoles de données et les services de transmission de données et de liaison spécialisée.

Dans les zones urbaines de partout au Canada, avec l'exception des territoires du Nord, il y avait généralement de 2 à 3 fournisseurs de services locaux, de 3 à 9 fournisseurs de services Internet et de 3 à 5 fournisseurs de services sans fil. Dans les zones rurales, il y avait généralement de 1 à 2 fournisseurs de service locaux, de 2 à 5 fournisseurs de services Internet et de 3 à 5 fournisseurs de services sans fil.

En moyenne, les Canadiens pouvaient s'attendre à payer mensuellement entre 23 \$ et 75 \$ par service en zone urbaine et de 23 \$ à 82 \$ en zone rurale, selon le service. Les entreprises exerçant leurs activités dans de multiples secteurs offraient généralement des remises aux clients pour l'achat de services groupés.

Les revenus des services de télécommunication ne comprennent pas les revenus provenant de la vente et de la location d'appareils téléphoniques filaires. Les investissements annuels dans des installations et de l'équipement comprennent seulement les investissements faits par des entreprises dont le revenu annuel est supérieur à 100 millions de dollars.

a) Revenus

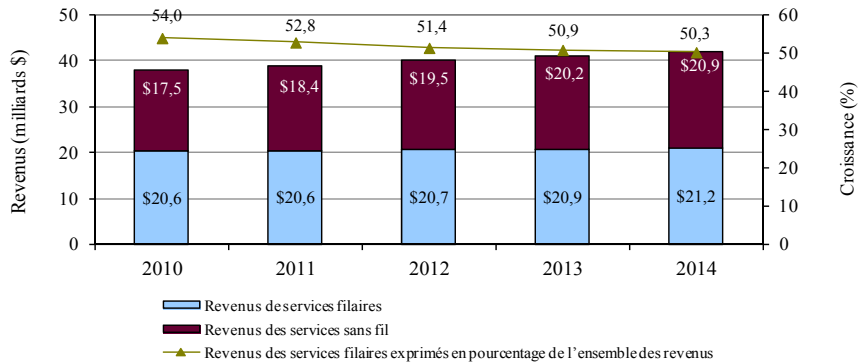
Tableau 5.1.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché (milliards \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014	
Services filaire	Communication vocale filaire	Local	8,3	8,1	7,8	7,7	7,4	-2,7
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,6	-2,4	-3,5	-2,0	-2,8	
		Interurbain	2,6	2,4	2,1	1,9	1,8	-9,7
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-14,4	-8,6	-11,4	-8,7	-10,0		
	Total partiel	10,9	10,5	10,0	9,6	9,2	-4,2	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,7	-3,9	-5,3	-3,5	-4,3		
	Sauf communication vocale	Internet	6,4	6,8	7,2	7,7	8,4	6,9
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,6	5,7	6,0	7,3	8,6	
		Nouveaux protocoles de données	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	5,2
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,9	10,4	5,6	2,3	2,8	
		Protocoles de données traditionnels, liaison spécialisée et autres	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7	0,6
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,5	-2,9	4,3	3,6	-2,4	
		Protocoles de données, liaison spécialisée et autres – Total partiel	3,2	3,3	3,5	3,6	3,6	2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,2	3,6	5,0	2,9	0,3			
Autres que vocal – Total partiel	9,6	10,1	10,7	11,3	12,0	5,6		
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,0	5,0	5,6	5,9	6,0			
Total – Services filaires	20,6	20,6	20,6	20,9	21,2	0,7		
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,9	0,3	0,1	1,4	1,3			
Services sans fil	17,5	18,4	19,5	20,2	20,9	4,6		
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,2	5,0	6,1	3,4	3,7			
Total	38,1	39,0	40,2	41,1	42,1	2,5		
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,1	2,4	2,9	2,4	2,5			

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus des services de télécommunication proviennent de différentes sources. Ceux des services de communication vocale filaire proviennent des services téléphoniques locaux et interurbains, alors que ceux des services autres que de communication vocale proviennent des services Internet, des nouveaux protocoles de données (p.ex. Ethernet et les services de données par réseau privé virtuel de protocole Internet) et des services de protocoles de données traditionnels (p. ex. le mode de transfert asynchrone et X.25). Les revenus des services sans fil mobiles proviennent des services mobiles de voix et de données ainsi que de la vente et de la location d'appareils mobiles. Le tableau présente la ventilation détaillée des revenus des services de détail et de la croissance annuelle des services filaires et des services sans fil par secteur du marché de 2010 à 2014. Le taux de croissance annuel composé (TCAC) de chaque secteur du marché, pour la même période, y est également illustré.

Graphique 5.1.1 Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil de détail



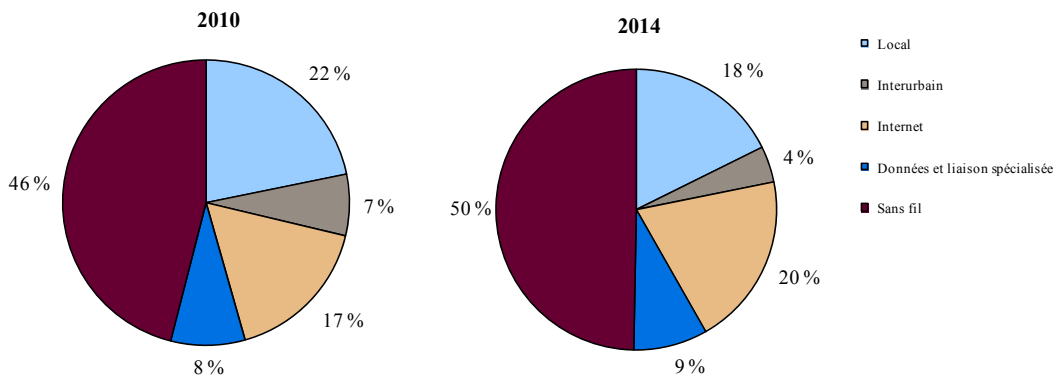
Les services filaires sont généralement des services de résidence ou d'affaires, alors que les services sans fil mobiles sont plutôt de type individuel ou personnel.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services filaires et des services sans fil mobiles de détail de 2010 à 2014. Au cours de cette période, l'ensemble des revenus des services filaires a augmenté de manière constante. La ligne qui traverse le graphique représente les revenus des services filaires de détail exprimés en pourcentage de l'ensemble des revenus des services de télécommunication de détail.

En 2013, la dernière période pour laquelle les données sur la pénétration du téléphone recueillies par l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada sont disponibles, 78,9 % des ménages avaient un service filaire, 84,9 % avaient un service sans fil, 14,4 % n'avaient qu'un service filaire et 20,4 % n'avaient qu'un service sans fil.

Graphique 5.1.2 Répartition des revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché



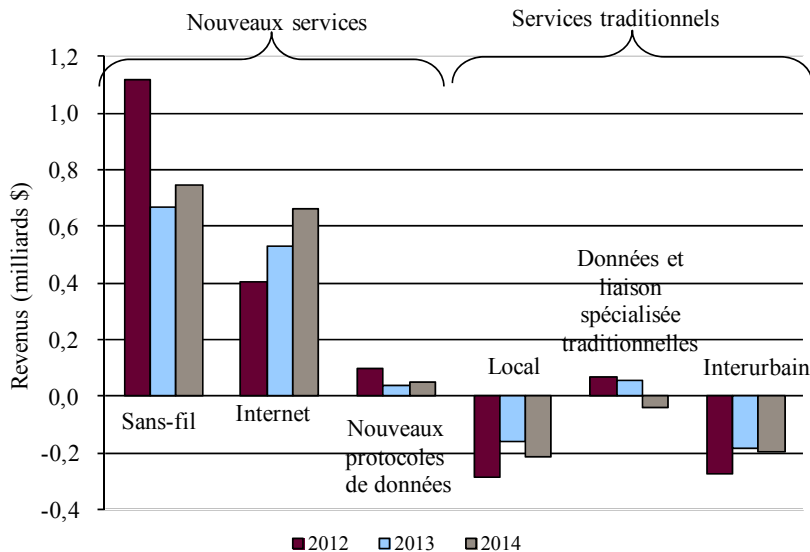
Source : Données recueillies par le CRTC

Ces deux graphiques illustrent la répartition des revenus des services de télécommunication de détail par secteur de marché pour les années 2010 et 2014. Les services de données sans fil sont compris dans le secteur du marché des services sans fil. Les services sans fil ont occupé une part grandissante du marché, alors que les services téléphoniques locaux et interurbains ont vu leur part du marché diminuer.

b) Indicateurs technologiques

La technologie a été le moteur principal de la croissance de l'industrie des télécommunications. Elle a favorisé l'efficacité des réseaux, l'innovation dans les services et les produits et elle a encouragé la concurrence. Les revenus des services traditionnels diminuent au fur et à mesure que les consommateurs choisissent d'autres services plus fonctionnels et plus flexibles.

Graphique 5.1.3 Revenus des nouveaux services et des services traditionnels de télécommunication, par technologie



Comment définit-on les nouveaux services et les nouvelles technologies?

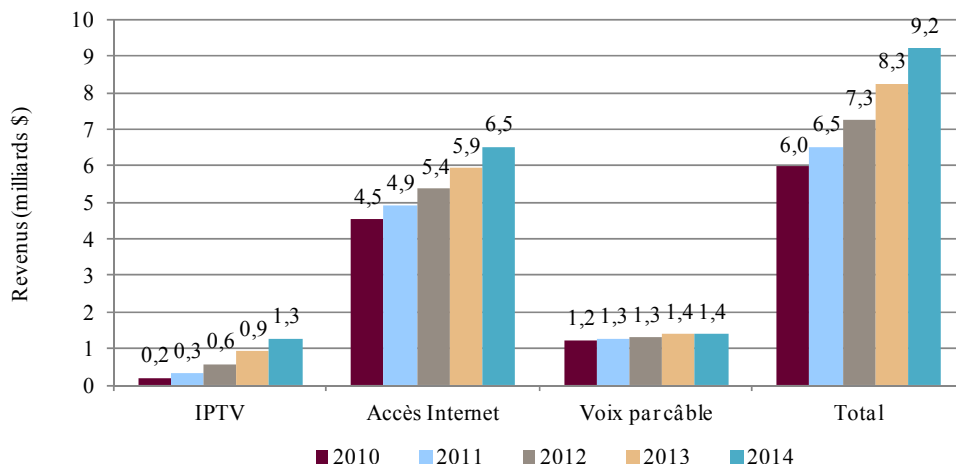
Les nouveaux services et les nouvelles technologies sont les services et les technologies qui supplantent les services traditionnels de téléphonie ou qui réduisent la dépendance à leur égard.

Source : Données recueillies par le CRTC

La technologie change la façon dont les Canadiens accèdent aux services de télécommunication. Ce graphique indique les changements annuels survenus au cours des trois dernières années à l'égard des revenus des nouvelles technologies comme le sans-fil, Internet ou d'autres services de protocoles de données. Il offre aussi une comparaison entre les changements des revenus annuels des nouveaux services et ceux des services traditionnels comme les services locaux, interurbains ou les services de données et de liaison spécialisée traditionnels.

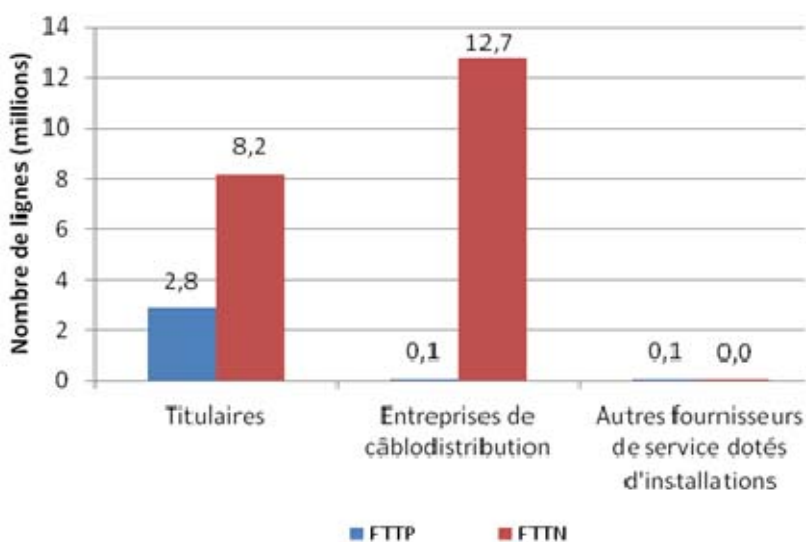
Les nouveaux protocoles de données renvoient aux services qui utilisent des protocoles comme Ethernet et IP. Les services de données traditionnels sont ceux qui utilisent des protocoles comme X.25 ou le relais de trames.

Graphique 5.1.4 Revenus des services de résidence offerts par protocole Internet



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.5 Habitations desservies par câble de fibre optique, 2014



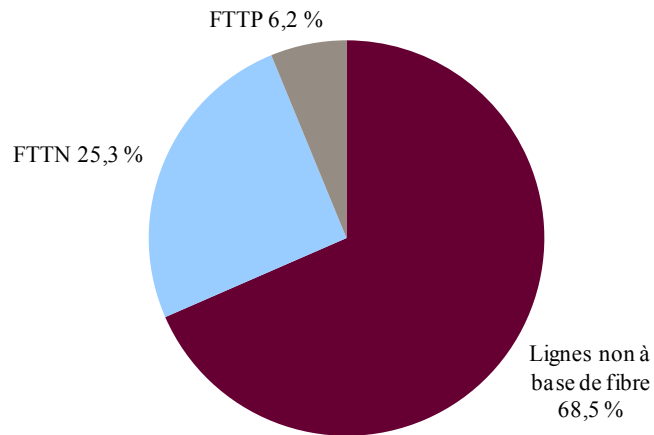
Un **câble de fibre optique** est celui qui contient un ou plusieurs fils ayant la propriété de conduire la lumière. Cette lumière sert à la transmission de données. Un câble de fibre optique est excellent pour la transmission sur de grandes distances et sur des largeurs de bandes supérieures et de meilleure capacité qu'un câble en acier.

Le nombre d'habitations desservies fait référence au nombre de celles qui peuvent obtenir des services de télécommunication qui utilisent cette technologie.

Source : Données recueillies par le CRTC

Les FST adoptent les systèmes qui utilisent la fibre, c.-à-d. les fibres optiques jusqu'au nœud (FTTN) et les fibres optiques jusqu'aux locaux (FTTP). Ce graphique illustre le nombre d'habitations qui ont été dotées soit de lignes de fibre optique, soit de lignes de cuivre branchées à un nœud muni d'un câble de fibre optique. Le nœud branché par câble de fibre optique est celui le plus près des locaux à desservir. Un nœud est un socle qui reçoit les branchements.

Graphique 5.1.6 Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique, 2014



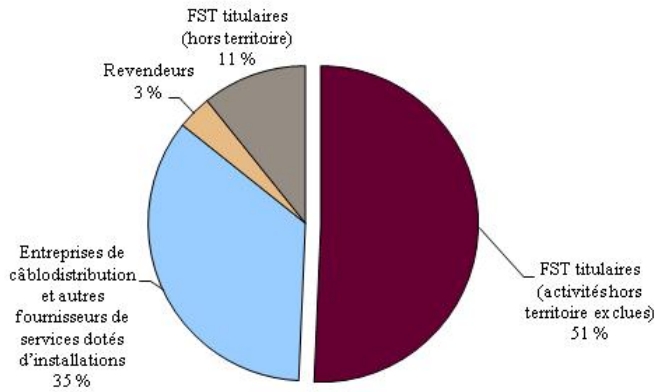
Source : Données recueillies par le CRTC

Les FST adoptent les systèmes qui utilisent la fibre (les fibres optiques jusqu'au nœud [FTTN] et les fibres optiques jusqu'aux locaux [FTTP]). Ce tableau illustre le pourcentage de lignes utilisant la fibre dans l'ensemble des lignes de résidence au pays en 2014.

c) Environnement concurrentiel

Les FST dotés d'installations ont réalisé 97 % des revenus des services de télécommunication de détail en 2014. Les entreprises de câblodistribution et les autres FST dotés d'installations sont les concurrents les plus sérieux des FST titulaires.

Graphique 5.1.7 Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication de détail, par type de FST, 2014



Le total des revenus des services de télécommunication de détail s'est élevé à 42,1 milliards de dollars en 2014. Ce graphique illustre le pourcentage des revenus selon le type de FST. Par exemple, les FST titulaires ont réalisé la plus grande part des revenus du marché, à l'exclusion de leurs activités hors de leur territoire d'exploitation traditionnel. Viennent ensuite les entreprises de câblodistribution et les autres fournisseurs de services dotés d'installations, suivis des FST titulaires pour leurs activités hors territoire et enfin les revendeurs.

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.2 Différents nombres et pourcentage des revenus des services de télécommunication de détail générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché

Nombre de secteurs de marché	Nombre des groupes ou entreprises ayant fait un rapport et exploités dans ces marchés				Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés dans ces marchés			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
6	9	9	9	8	85	83	84	# 84
5	13	16	12	# 11	9	9	10	10
4	17	20	29	# 25	2	2	3	2
3	31	42	33	# 42	1	1	1	1
2	22	22	26	# 22	2	2	1	1
1	34	49	44	# 43	1	2	1	2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau démontre la position dominante des grandes entreprises dans les différents secteurs de marché des services de télécommunication. Par exemple, même si seul un petit nombre d'entreprises exercent des activités dans les six secteurs de marché des services de télécommunication (local, interurbain, Internet, données et liaison spécialisée et sans-fil), ce sont elles qui réalisent près de 84 % de l'ensemble des revenus du marché.

Caractéristiques des entreprises

Les entreprises qui offrent des services dans cinq secteurs de marché ou plus sont généralement de grandes entreprises dotées d'installations et dont les revenus dépassent 100 millions de dollars. Celles qui offrent des services dans deux secteurs ou moins sont plutôt des revendeurs dont les revenus sont inférieurs à 10 millions de dollars.

Les sociétés mères comprennent leurs affiliées.

Pour ce qui est des secteurs de marché des services de télécommunication filaires, les autres FST ont fait davantage de gains de revenus dans le marché des services de résidence que dans le marché des services d'affaires. Les artisans de cette croissance ont été les entreprises de câblodistribution qui ont mis leurs réseaux de câble à niveau afin d'offrir des services téléphoniques à leurs abonnés résidentiels aux services de télévision.

Tableau 5.1.3 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST, 2014

		Résidence	Affaires	Total
FST titulaires (activités hors territoire exclues)		48,4	64,1	55,2
Autres FST	FST titulaires (hors territoire)	0,1	11,7	5,1
	Entreprises de câblodistribution et autres FST dotés d'installations	45,7	16,1	32,9
	Revendeurs	5,8	8,1	6,8
	Total partiel	51,6	35,9	44,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Les secteurs de marché des services filaires comprennent les suivants :

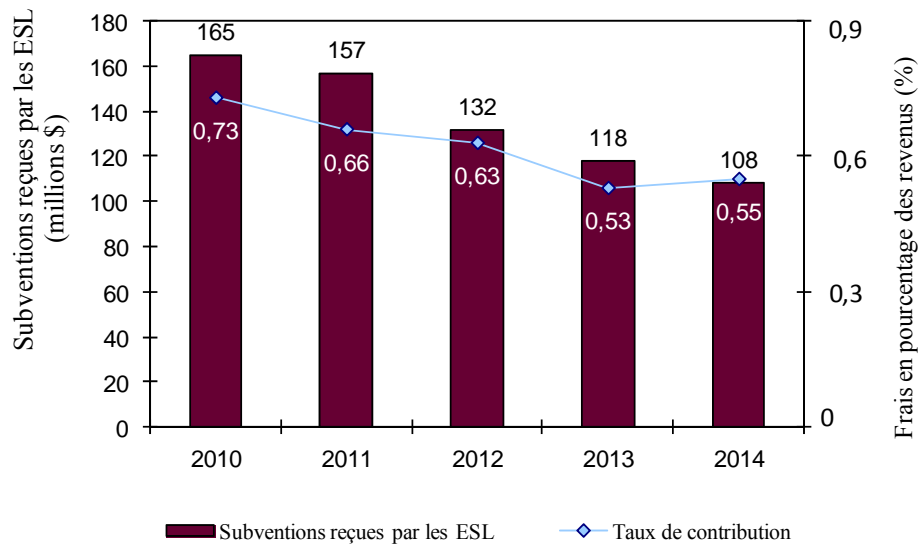
- le service téléphonique local;
- l'interurbain;
- Internet;
- les données et la liaison spécialisée.

Dans ce tableau, les parts de revenus des services de télécommunication filaires sont divisées par source, soit les services de résidence soit les services d'affaires, tant pour les FST titulaires (à l'exclusion des activités hors territoire) que pour les autres FST comme les revendeurs, les entreprises de câblodistribution et autres FST dotés d'installations et les FST titulaires pour leurs activités hors territoire.

d) Contribution

En 2014, environ 10 % des lignes téléphoniques de résidence se trouvaient dans les zones de desserte à coût élevé. Afin de remplir leur engagement visant l’atteinte des objectifs sociaux et économiques de la *Loi sur les télécommunications*, les FST, ou des groupes de FST affiliés, avec au moins 10 millions de dollars de revenus provenant de services de télécommunication au Canada, ont versé 108 millions de dollars pour atteindre les objectifs du service de base en ce qui a trait au service téléphonique de résidence dans les zones de desserte à coût élevé.

Graphique 5.1.8 Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus



Source : Données recueillies par le CRTC

Qu’est-ce que l’objectif du service de base ?

Le Conseil a établi l’objectif du service de base en 1999, lequel reflétait le niveau de service disponible à cette époque pour la plupart des Canadiens. L’objectif du service de base assure que les Canadiens dans toutes les régions ont accès à des services de télécommunication abordables et de grande qualité. À l’heure actuelle, l’objectif du service de base se compose des éléments suivants :

- Un service local de ligne individuelle avec capacité Touch-Tone;
- La capacité d’être raccordé à Internet au moyen d’une transmission de données à faible vitesse aux tarifs locaux;
- L’accès au réseau interurbain, aux services de téléphonistes et d’assistance-annuaire, aux services téléphoniques évolués et de protection de la vie privée, aux services d’urgence, ainsi qu’au service de relais de message vocal;
- Sur demande, une copie imprimée de l’annuaire téléphonique local le plus récent.

e) *Communications avec les Canadiens*

En 2014, le CRTC et le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications Inc. (CPRST) ont reçu 44 000 communications de Canadiens au sujet des services de télécommunication. De ces communications, 62% ont été traitées par le CRTC et 38 % l'ont été par le CPRST. Les communications relatives aux services sans fil étaient les plus fréquentes (40 %), suivies par les sujets relatifs à Internet (21 %) et ceux au télémarketing (16 %).

Les sujets sous-jacents de ces plaintes étaient des erreurs de facturation (33 %), des différends reliés à des contrats ou modalités (15 %) et la prestation du service (12 %).

Qu'est-ce que le CPRST?

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

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

Tableau 5.1.4 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2014

Sujet	Politiques/décisions du CRTC	Facturation /tarifs	Qualité du service	Prestation du service	Modalités de service	Autre	Total	Communications par 10 000 lignes de résidence, abonnés ou téléphone payant
Télémarketing	6 841	-	-	-	-	80	6 921	6,3
Compagnies de téléphone titulaires	358	1 789	502	397	263	412	3 721	6,2
Services sans fil	1 113	3 504	461	496	1 210	552	7 336	2,5
Services Internet	3 402	590	528	499	150	693	5 862	5,0
Services de télécommunication	858	439	75	177	62	276	1 887	1,7
Entreprises de services locaux concurrentes	68	286	124	106	67	81	732	1,5
Autres fournisseurs de services interurbains	30	118	37	26	38	24	273	0,2
Services VoIP	102	156	121	97	23	22	521	0,5
Services de téléphone payant	20	23	3	4	1	11	62	7,3
Total	12 792	6 905	1 851	1 802	1 814	2 151	27 315	

Source : Données recueillies par le CRTC

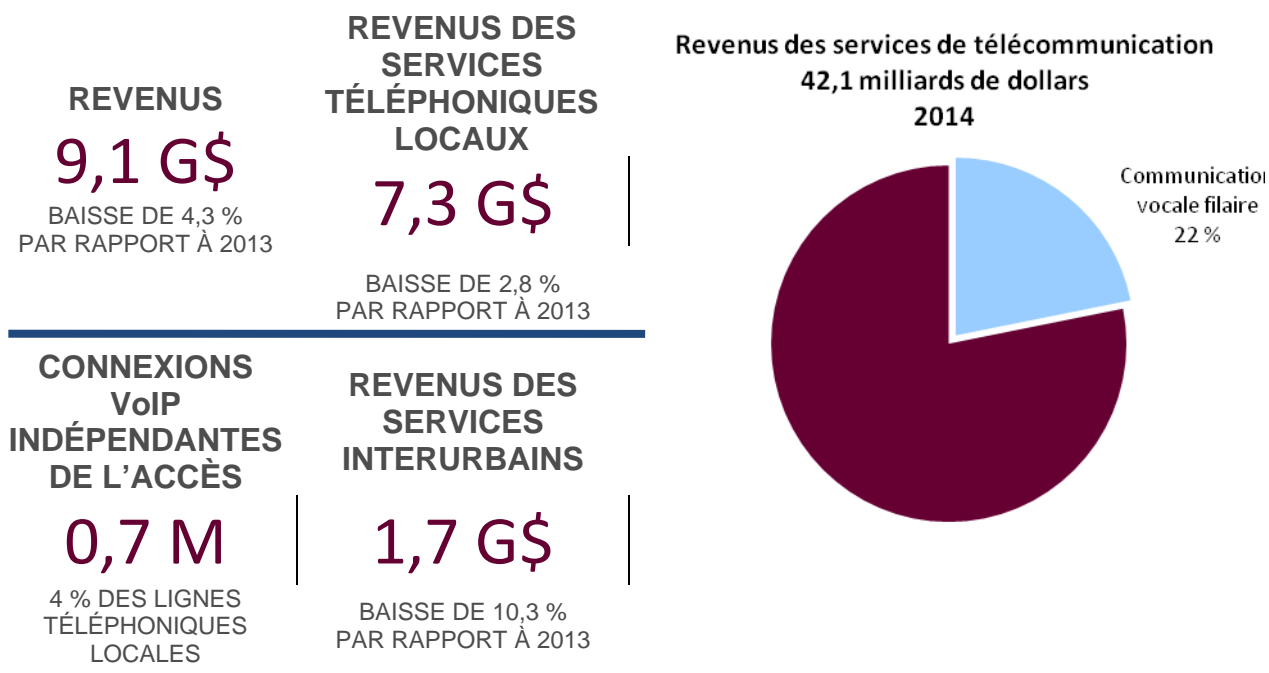
Tableau 5.1.5 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les télécommunications traitées par le CPRST (2013-2014)

Sujet	Erreur de facturation	Différend au sujet du contrat	Prestation du service	Gestion du crédit	Total
Service sans fil	4 676	3 379	1 673	439	10 167
Accès à Internet	1 440	723	1 048	104	3 315
Service téléphonique local	1 158	680	834	90	2 762
Interurbains	278	88	78	15	459
Assistance-annuaire	5	–	–	–	5
Services de téléphoniste	5	–	–	–	5
Annuaire des pages blanches	–	1	3	–	4
Total	7 562	4 871	3 636	648	16 717

Source : Rapports annuels du CPRST

5.2 Secteur des services de communication vocale filaire de détail

Aperçu 5.2.0 Principaux indicateurs du secteur des services de communication vocale filaire de détail



Le secteur des services téléphoniques filaires de détail comprend le service local et le service interurbain offerts par plus de 150 compagnies. Les revenus provenant des services téléphoniques filaires et le nombre de lignes téléphoniques locales ne cessent de chuter alors que les Canadiens utilisent d'autres services pour répondre à leurs besoins en matière de communication. En 2014, les revenus tirés des services téléphoniques filaires ont connu une baisse de 400 millions de dollars, ou 4,3 %, par rapport aux 9,5 milliards de dollars enregistrés en 2013; 51 % de cette perte de revenus était attribuable au service local et 49 % à l'interurbain.

Deux raisons expliquent pourquoi les Canadiens comptent moins qu'avant sur les services téléphoniques filaires traditionnels. Premièrement, certains abandonnent le filaire au profit du sans-fil. Comme il est mentionné à la section 2, le pourcentage de ménages canadiens abonnés uniquement à un service sans fil était, en 2013, huit fois plus grand qu'en 2003, passant, en dix ans, de 2,5 % à plus de 20 %. En outre, plus de 67 % des abonnés du sans-fil se servent de téléphones intelligents, ce qui leur donne beaucoup plus d'options quant à leur façon de communiquer et au choix du moment.

Deuxièmement, la communication vocale par protocole Internet (VoIP) indépendante de l'accès offre un service téléphonique local semblable au service téléphonique traditionnel

à une fraction du prix. Pour utiliser ce service, il suffit généralement d’avoir un accès Internet à large bande. Le nombre de Canadiens abonnés au service VoIP indépendant de l’accès représente environ 4 % de l’ensemble des lignes téléphoniques locales de détail.

En 2014, le secteur des services téléphoniques filaires de détail, qui comprend les revenus des services téléphoniques locaux et ceux des services interurbains, a généré des revenus de 9,1 milliards de dollars, dont 81 % provenant des services téléphoniques locaux et 19 % des services interurbains.

Le service téléphonique local inclut des appels locaux illimités dans une zone géographique précise, le service d’appel d’urgence (9-1-1), le service de relais par télécopieur, les appels interurbains et l’accès Internet commuté. Les services optionnels, ou fonctions, comprennent l’afficheur, le renvoi d’appel et la téléconférence. Grâce à l’arrivée de la téléphonie IP, le marché des services téléphoniques filaires a attiré de nouveaux FST.

Le service interurbain assure les communications téléphoniques entre deux zones d’appel local. Le service local est un abonnement mensuel, tandis que le service interurbain est normalement facturé à l’utilisation, à un tarif à la minute.

a) **Revenus****Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et interurbains de détail (millions \$)**

	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC 2010- 2014</i>
Revenus totaux des services locaux de détail	8 308	8 106	7 821	7 661	7 441	-2,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-2,6</i>	<i>-2,4</i>	<i>-3,5</i>	<i>-2,0</i>	<i>-2,9</i>	
Moins : Revenus de contribution	165	157	132	118	108	-10,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-18,7</i>	<i>-4,8</i>	<i>-16,2</i>	<i>-10,6</i>	<i>-8,2</i>	
Revenus nets des services locaux	8 143	7 949	7 690	7 544	7 333	-2,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-2,2</i>	<i>-2,4</i>	<i>-3,3</i>	<i>-1,9</i>	<i>-2,8</i>	
<i>Pourcentage du total</i>	<i>75,6</i>	<i>76,8</i>	<i>78,3</i>	<i>79,5</i>	<i>80,8</i>	
Revenus des services interurbains de détail	2 634	2 408	2 134	1 949	1 755	-9,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-14,4</i>	<i>-8,6</i>	<i>-11,4</i>	<i>-8,7</i>	<i>-10,0</i>	
Revenus de services locaux et interurbains de détail	10 777	10 357	9 824	9 493	9 088	-4,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-5,5</i>	<i>-3,9</i>	<i>-5,1</i>	<i>-3,4</i>	<i>-4,3</i>	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus totaux des services locaux de détail comprennent les revenus tirés du service téléphonique local fourni à la clientèle de résidence et à la clientèle d'affaires. Ils comprennent les revenus tirés des fonctions d'appel comme l'afficheur, le renvoi d'appels, ainsi que ceux tirés de l'installation et de la réparation, mais ne comprennent pas les revenus tirés de la vente ou de la location d'appareils téléphoniques.

Le service téléphonique local de base assorti de l'accès au service interurbain fait partie de l'objectif du service de base. L'obligation d'offrir le service et l'objectif du service de base sont des mesures réglementaires imposées aux entreprises de services téléphoniques locaux titulaires. À cette fin, ces entreprises reçoivent une subvention d'un fonds de contribution national auquel tous les fournisseurs de services téléphoniques sont tenus de participer. Ces subventions ne figurent pas dans les autres tableaux et figures de cette section.

Tableau 5.2.2 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence par type de FST (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
FST titulaires (activités hors territoire exclus)						
Services locaux	3 349	3 129	2 906	2 679#	2 545	-6,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,6	-6,6	-7,1	-7,8	-5,0	
<i>Pourcentage du total</i>	74,7	74,9	75,7	76,9	78,8	
Services interurbains	1 136	1 051	931	801	687	-11,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,8	-7,5	-11,4	-14,0	-14,2	
Total	4 485	4 180	3 837	3 480	3 231	-7,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,2	-6,8	-8,2	-9,5	-6,9	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Services locaux	9	12	16	17#	14	13,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,8	31,7	34,2	6,6	-13,1	
<i>Pourcentage du total</i>	81,8	92,3	100,0	100,0	93,3	
Services interurbains	2	1	1	1	0	-28,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-16,4	-21,8	-38,1	-18,3	-34,9	
Total	11	13	16	17	15	9,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,5	23,0	26,7	5,3	-14,0	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Services locaux	137	174	188	164	216	12,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-9,2	27,5	7,8	-12,7	31,3	
<i>Pourcentage du total</i>	27,7	34,5	40,1	43,7	55,0	
Services interurbains	357	330	281	211	178	15,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-24,7	-7,6	-14,9	-25,1	-15,7	
Total	494	505	469	375	393	-5,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-21,0	2,1	-7,0	-20,1	4,9	
Entreprises de câblodistribution						
Services locaux	1 252	1 285	1 307	1 388	1 399	2,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13,9	2,6	1,7	6,2	0,8	
<i>Pourcentage du total</i>	84,4	85,2	86,2	87,4	88,5	
Services interurbains	232	223	210	201	180	-6,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,0	-3,9	-5,9	-4,3	88,5	
Total	1 484	1 508	1 517	1 589	1 580	1,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	11,3	1,6	0,6	4,8	-0,6	
Total des services de résidence						
Services locaux	4 746	4 600	4 417	4 248	4,174	-3,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,2	-3,1	-4,0	-3,8	-1,8	
<i>Pourcentage du total</i>	73,3	74,1	75,6	77,8	80,0	
Services interurbains	1 728	1 606	1 424	1 213	1,045	-11,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-13,6	-7,0	-11,4	-14,8	-13,9	
Total	6 474	6 206	5 840	5 462	5 219	-5,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,8	-4,1	-5,9	-6,5	-4,4	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre les revenus et les taux de croissance annuelle des revenus tirés des services locaux de résidence et des services interurbains, par type de fournisseur pour les années 2010 à 2014. Les taux de croissance annuelle indiquent que les revenus tirés des services de résidence tant des services locaux et que des services interurbains sont en baisse pour tous les types de fournisseurs de services, sauf pour les entreprises de câblodistribution et, dans une moins grande mesure, pour les autres fournisseurs de services. Les entreprises de câblodistribution ont augmenté les revenus tirés du service téléphonique local et ont enregistré la plus faible baisse observée dans les revenus tirés des services interurbains. On remarquera que les revenus tirés des services téléphoniques locaux dépassent de plus en plus ceux tirés des services interurbains.

Tableau 5.2.3 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires par type de FST (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
FST titulaires (activités hors territoire exclus)						
Services locaux	2 934	2 813	2 664	2 597#	2 488	-4,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,7	-4,1	-5,3	-2,5	-4,2	
<i>Pourcentage du total</i>	83,9	85,1	85,6	85,1	83,9	
Services interurbains	565	491	449	454	479	-4,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-15,6	-13,1	-8,5	1,2	5,3	
Total	3 499	3 304	3 113	3 052	2 967	-4,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,1	-5,6	-5,8	-2,0	-2,8	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Services locaux	270	259	306	312	293	2,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-12,6	-4,0	18,1	1,9	-5,4	
<i>Pourcentage du total</i>	70,1	68,5	77,5	79,8	80,5	
Services interurbains	115	119	89	79	71	-11,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-28,2	2,7	-25,0	-10,8	-11,1	
Total	385	378	395	391	364	-1,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-18,0	-2,0	4,6	-1,0	-6,6	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclus)						
Services locaux	49	90	93	141	119	25,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-17,0	83,7	3,0	52,7	-15,5	
<i>Pourcentage du total</i>	26,2	43,5	46,5	49,8	52,2	
Services interurbains	138	117	108	142	109	-5,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,6	-15,1	-8,3	31,8	-23,3	
Total	187	207	200	283	228	5,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,9	10,7	-3,4	41,5	-19,4	
Entreprises de câblodistribution						
Services locaux	144	187	210	247	258	15,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,9	29,9	12,3	17,5	4,5	
<i>Pourcentage du total</i>	62,1	71,1	76,1	80,5	81,6	
Services interurbains	88	76	66	60	52	-12,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-12,2	-14,2	-13,2	-8,2	-13,9	
Total	232	263	276	307	310	7,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,9	13,2	5,0	11,4	0,9	
Total des services d'affaires						
Services locaux	3 397	3 350	3 273	3 295	3 159	-1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,6	-1,4	-2,3	0,7	-4,0	
<i>Pourcentage du total</i>	62,1	71,1	76,1	80,5	81,6	
Services interurbains	907	802	711	736	710	-5,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-15,8	-11,5	-11,3	3,5	-3,5	
Total	4 303	4 151	3 984	4 031	3 869	-2,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,4	-3,5	-4,0	1,2	-4,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre les revenus et les taux de croissance annuelle des revenus tirés des services locaux et des services interurbains d'affaires, par type de fournisseur pour les années 2010 à 2014. Comme le marché des services de résidence, le marché des services d'affaires connaît un déclin, mais à un rythme plus lent.

Tableau 5.2.4 Revenus des services interurbains de détail par type de fournisseur et par niveau de revenus (millions \$)

Fournisseur de services	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010-2014
Revenus de télécom supérieurs à 100 millions \$						
FST titulaires	1 768	1 598	1 444	1 311	1 216	-8,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-9,6	-9,7	-9,2	-7,2	
<i>Pourcentage du total</i>	67,1	66,4	67,7	67,3	69,6	
FST par câble	367	345	272	257	228	-11,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-6,0	-21,3	-5,3	-11,5	
<i>Pourcentage du total</i>	13,9	14,3	12,7	13,2	13,0	
Autres FST	102	78	68	56	45	-18,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-23,2	-13,1	-17,0	-20,9	
<i>Pourcentage du total</i>	3,9	3,2	3,2	2,9	2,5	
Total partiel	2 237	2 021	1 783	1 624	1 488	-9,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-9,6	-11,8	-8,9	-8,4	
<i>Pourcentage du total</i>	84,9	83,9	83,6	83,3	85,1	
Revenus de télécom entre 100 et 10 millions \$	300	292	268	251	197	-10,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-2,4	-8,4	-6,3	-21,6	
<i>Pourcentage du total</i>	11,4	12,1	12,5	12,9	11,2	
Revenus de télécom inférieurs à 10 millions \$	99	95	83	74	64	-10,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-3,6	-12,6	-10,9	-13,9	
<i>Pourcentage du total</i>	3,7	3,9	3,9	3,8	3,6	
Total	2 634	2 408	2 134	1 949	1 749	-9,7
<i>% de croissance annuelle</i>	-5,5	-8,6	-11,4	-8,7	-10,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus tirés de l'interurbain et la croissance annuelle des revenus par type de fournisseur de services et par niveau de revenus, d'après les revenus totaux de télécommunication des fournisseurs au Canada. Comme groupe, les FST ayant des revenus de télécommunication inférieurs à 100 millions \$ ont récolté moins de 15 % des revenus tirés des services interurbains. Ces plus petits fournisseurs de service exercent généralement leurs activités dans des marchés de créneaux relativement plus petits répondant aux besoins de consommateurs particuliers.

b) Données relatives aux abonnés

Pour ce qui est de l'abonné d'un service téléphonique local, par « données relatives à la demande », on entend le nombre de lignes téléphoniques pour lesquelles les minutes sont utilisées pour des appels interurbains.

Cette section classe les lignes téléphoniques locales en deux catégories : lignes gérées et lignes non gérées. Une ligne gérée consiste en un service téléphonique qui utilise le réseau d'un fournisseur de services locaux, le fournisseur ayant un contrôle sur la qualité des appels. Une ligne non gérée consiste en un service téléphonique fourni au moyen de l'Internet public, faisant perdre au fournisseur de services locaux un certain contrôle sur

la qualité du service. Ce type de services locaux est appelé un service VoIP indépendant de l'accès.

Tableau 5.2.5 Nombre de lignes téléphoniques locales de détail gérées et non gérées (milliers)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
Lignes téléphoniques gérées						
Lignes téléphoniques locales	18 210	17 869	16 866	16 251#	15 710	-3,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,9	-1,9	-5,6	-3,6	-3,3	
<i>Pourcentage du total</i>	98,6	97,8	95,1	93,9	95,8	
Lignes téléphoniques non gérées						
Lignes indépendantes de l'accès	255	404	861	670#	694	28,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	28,2	58,4	112,8	20,1	3,5	
<i>Pourcentage du total</i>	1,4	2,2	4,9	6,1	4,2	
Lignes téléphoniques gérées et non gérées						
Total	18 466	18 274	17 726	16 921#	16 403	-2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,6	-1,0	-3,0	-4,6	-3,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Le nombre de lignes téléphoniques locales est en baisse. Cette baisse est en partie compensée par l'augmentation du nombre de lignes non gérées. Une hausse du nombre de connexions filaires des services VoIP indépendants de l'accès (comme magicJack, Ooma et autres) a été observée; le nombre de ces connexions est passé de 1,4 % en 2010 à 6 % en 2014 (principalement dans le marché des services de résidence), les consommateurs optant pour des services IP de moindre coût.

Le symbole # indique un changement dans les données publiées dans l'édition précédente du *Rapport de surveillance des communications* (consulter l'annexe 1 pour plus de détails).

Le nombre de lignes téléphoniques locales gérées a diminué de 13,7 %, passant de 18,2 millions de lignes en 2010 à 15,7 millions de lignes en 2014, tandis que le nombre de lignes locales non gérées a augmenté de 172 %, passant de 255 milliers en 2010 à 694 milliers en 2014. Toutefois, le nombre total de lignes téléphoniques a continué à baisser.

Comme l'indique la section 2 du présent rapport, l'Enquête sur les dépenses des ménages menée par Statistique Canada a montré que le pourcentage des ménages qui s'abonnent à un service téléphonique filaire a diminué, passant de 89,1 % en 2010 à 79,9 % en 2013, ce qui correspond à une réduction d'environ 380 000 ménages. De plus, l'Enquête a indiqué que le nombre de ménages ayant deux lignes ou plus a également diminué.

Tableau 5.2.6 Lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires par type de FST (milliers)

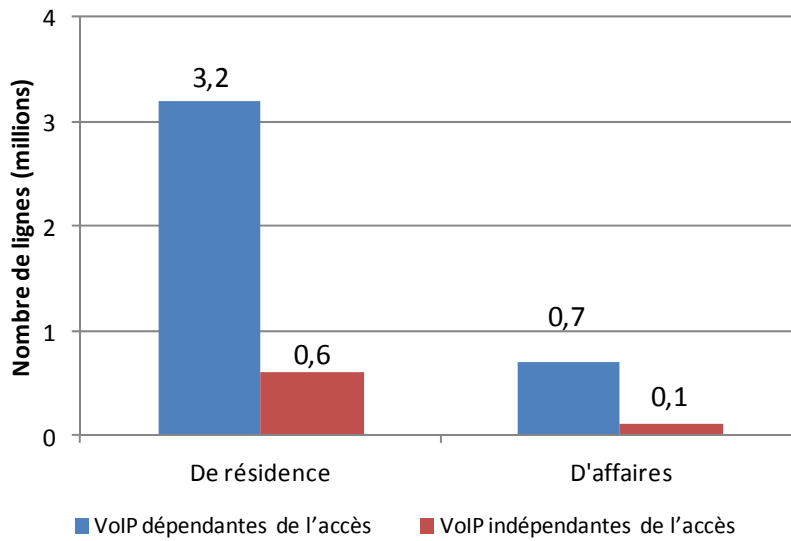
	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
FST titulaires (activités hors territoire exclus)						
Lignes de résidence	8 142	7 543	6 942	6 389	5 943	-7,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-7,7	-7,4	-8,0	-8,0	-7,0	
Lignes d'affaires	4 721	4 598	4 445	4 255	4 065	-3,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,0	-2,6	-3,3	-4,3	-4,5	
Total	12 863	12 141	11 387	10 644	10 008	-6,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,7	-5,6	-6,2	-6,5	-6,0	
FST titulaires (activités hors territoire)						
Lignes de résidence	27	34	33	53	38	9,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,1	26,7	-3,5	62,8	-28,4	
Lignes d'affaires	638	752	639	635	605	-1,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,3	17,9	-15,0	-0,6	-4,8	
Total	665	786	672	688	642	-0,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,9	18,2	-14,5	2,5	-6,6	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Lignes de résidence	510	646	723	482	711	8,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	12,9	26,6	11,9	-33,3	47,4	
Lignes d'affaires	178	225	264	261	224	5,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,1	26,1	17,4	-1,2	-14,0	
Total	689	871	987	743	935	7,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	9,6	26,5	13,3	-24,7	25,8	
Entreprises de câblodistribution						
Lignes de résidence	3 947	4 061	4 258	4 314	4 247	1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,2	2,9	4,8	1,3	-1,6	
Lignes d'affaires	303	414	422	531	571	17,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,9	36,9	1,9	25,8	7,4	
Total	4 250	4 476	4 681	4 846	4 818	3,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,8	5,3	4,6	3,5	-0,6	
Lignes de détail						
Lignes de résidence	12 626	12 284	11 956	11 238	10 939	-3,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,8	-2,7	-2,7	-6,0	-2,7	
Lignes d'affaires	5 840	5 989	5 770	5 683	5 465	-1,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,3	2,6	-3,7	-1,5	-3,8	
Total	18 466	18 274	17 726	16 921	16 403	-2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,6	-1,0	-3,0	-4,5	-3,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le nombre de lignes téléphoniques de résidence et d'affaires, par type de fournisseur de services, ainsi que leur taux de croissance annuelle respectif. Le nombre total de lignes téléphoniques a diminué dans les marchés des services de résidence et d'affaires. Cependant, le nombre de lignes téléphoniques de résidence a diminué plus rapidement que le nombre de lignes téléphoniques d'affaires.

L'utilisation de services VoIP varie significativement dans les marchés des services de résidence et des services d'affaires. D'autre part, les entreprises de câblodistribution fournissent des services téléphoniques locaux (surtout à leurs clients des services de résidence) sur leurs réseaux gérés, en utilisant la technologie VoIP dépendante de l'accès. Elles ont mis à niveau l'infrastructure de câble existante pour fournir à leurs consommateurs des services téléphoniques locaux sur leurs réseaux de câble. Par conséquent, ces entreprises sont le plus grand concurrent des compagnies de téléphone traditionnelles sur le marché résidentiel. Plus de 39 % des ménages s'abonnent aux services téléphoniques locaux d'une entreprise de câblodistribution.

Graphique 5.2.1 Lignes locales VoIP de détail dépendantes et indépendantes de l'accès, par marché, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2014, on comptait 3,9 million de connexions VoIP dépendantes de l'accès comparativement à 0,7 million de connexions VoIP indépendantes de l'accès.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
Services de résidence	42,56	41,52	40,16	39,25	39,22	-2,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,4	-2,5	-3,3	-2,3	-0,1	
Services d'affaires	60,37	58,49	56,46	58,66	57,84	-1,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,9	-3,1	-3,5	3,9	-1,4	

Source : Données recueillies par le CRTC

Revenus mensuels par ligne

Le revenu mensuel par ligne est calculé i) en divisant les revenus annuels du service par le nombre moyen de lignes locales d'une année et ii) en divisant le résultat par 12. Le nombre moyen de lignes est calculé en divisant par 2 le total des lignes en service au début de l'année et à la fin de l'année.

Tableau 5.2.8 Revenus mensuels des services interurbains de détail par ligne (\$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
Services de résidence	11,36	10,74	9,79	8,72	7,85	-8,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-5,4	-8,9	-10,9	-9,9	
Services d'affaires	12,72	11,30	10,08	10,71	10,63	-4,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-11,2	-10,8	6,3	-0,7	

Source: Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.9 Revenus mensuels des services téléphoniques locaux (\$) par ligne et par type de FST

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
Services locaux de résidence						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	32,91	33,25	33,44	33,41	34,39	1,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,2	1,0	0,6	-0,1	2,7	
FST titulaires (activités hors territoire)	26,75	32,09	39,22	46,20	26,48	-0,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,9	20,0	22,2	17,8	-18,2	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	23,70	25,14	22,90	22,72	30,12	6,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,7	6,1	-8,9	-0,8	32,6	
Entreprises de câblodistribution	28,31	26,74	26,18	26,99	27,24	-1,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,0	-5,5	-2,1	3,1	0,9	
Total des services de résidence	31,21	30,78	30,37	30,53	31,37	0,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,3	-1,4	-1,3	0,5	2,8	
Services locaux d'affaires						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	50,47	50,32	49,10	49,72	49,84	-0,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,8	-0,3	-2,4	1,3	0,2	
FST titulaires (activités hors territoire)	35,82	31,06	36,66	40,76	39,40	2,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-14,3	-13,3	18,0	11,2	-2,8	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	22,97	37,13	31,54	44,86	41,02	15,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-29,4	61,6	-15,1	42,2	-8,6	
Entreprises de câblodistribution	41,33	43,48	41,86	43,16	39,04	-1,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,0	5,2	-3,7	3,1	-9,6	
Total des services d'affaires	47,65	47,19	46,38	47,96	47,23	-0,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	-1,0	-1,7	3,4	-1,5	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus mensuels moyens par ligne ont affiché une certaine stabilité entre 2010 et 2014 pour les services de résidence et les services d'affaires. Cependant, on a noté de grands écarts de revenus entre les différents types de FST.

Tableau 5.2.10 Revenus des services interurbains de détail (\$) par minute, par type de FST

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC 2010- 2014
Services interurbains de résidence						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,092	0,089	0,088	0,087	0,084	-2,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,4	-2,3	-2,0	-1,5	-2,7	
FST titulaires (activités hors territoire)	0,082	0,084	0,072	0,081	0,071	-3,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,1	2,9	-13,8	12,0	-12,0	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,058	0,049	0,051	0,047	0,043	-6,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,2	-16,3	4,0	-6,9	-7,1	
Entreprises de câblodistribution	0,044	0,043	0,042	0,043	0,043	-0,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,9	-3,1	-2,4	2,4	-0,3	
Total des services de résidence	0,072	0,068	0,067	0,066	0,067	-1,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,8	-6,6	-0,8	-1,6	1,1	
Services interurbains d'affaires						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	0,059	0,061	0,049	0,050	0,050	-4,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,7	2,6	-18,8	1,5	0,1	
FST titulaires (activités hors territoire)	0,043	0,062	0,032	0,026	0,023	-14,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-24,0	12,1	-14,7	-18,7	-8,7	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,051	0,036	0,038	0,044#	0,040	-5,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,7	-20,2	3,6	15,8	-8,8	
Entreprises de câblodistribution	0,028	0,027	0,025	0,024	0,025	-2,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,7	-20,2	3,6	-2,5	2,9	
Total des services d'affaires	0,046	0,044	0,040	0,043	0,041	-2,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,0	-4,7	-10,0	8,6	-4,7	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre le revenu moyen par minute tiré des services interurbains pour les marchés des services de résidence et d'affaires par type de fournisseur de services. En moyenne, la clientèle des services de résidence paie plus cher pour son service interurbain que la clientèle des services d'affaires. Dans les deux cas, le prix des services interurbains affichait une tendance à la baisse. En 2014, les particuliers canadiens ont payé 6,7 cents par minute comparativement à 4,1 cents pour les clients d'affaires.

Les entreprises de câblodistribution avaient généralement les plus bas prix par minute tant dans le marché des services de résidence que dans celui des services d'affaires.

d) Prix

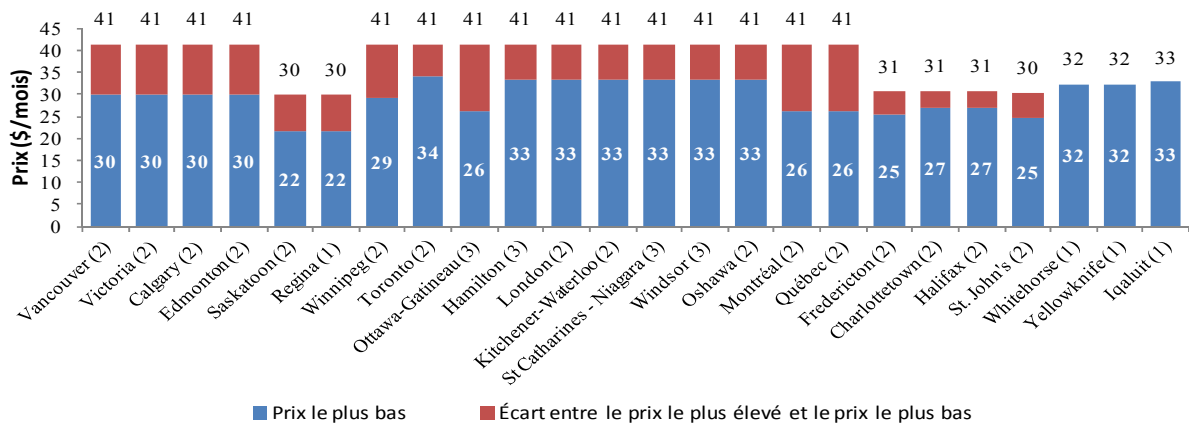
Le service téléphonique local de base inclut les appels illimités dans une zone géographique, les services 9-1-1, le service de relais de messages ainsi que l'accès aux services interurbains. Environ 13 % des ménages abonnés aux services téléphoniques filaires locaux choisissent le service téléphonique local de base; les autres 87 % des ménages ajoutent des services supplémentaires locaux qui peuvent être regroupés avec d'autres services comme Internet, la télévision ou les services sans fil. Les chiffres

indiqués ci-dessous indiquent le prix du service téléphonique local de base seul, dans un certain nombre de centres urbains et ruraux.

Centres urbains

Le diagramme à barres ci-dessous illustre la gamme de prix mensuels du service téléphonique local de base dans 24 grands centres urbains au Canada. Dans chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique la différence entre le prix le plus bas et le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses après le nom de chaque centre urbain représente le nombre de fournisseurs de service téléphonique local de base.

Graphique 5.2.2 Prix du service téléphonique local de base (\$/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les principaux centres urbains



Source : Données recueillies par le CRTC

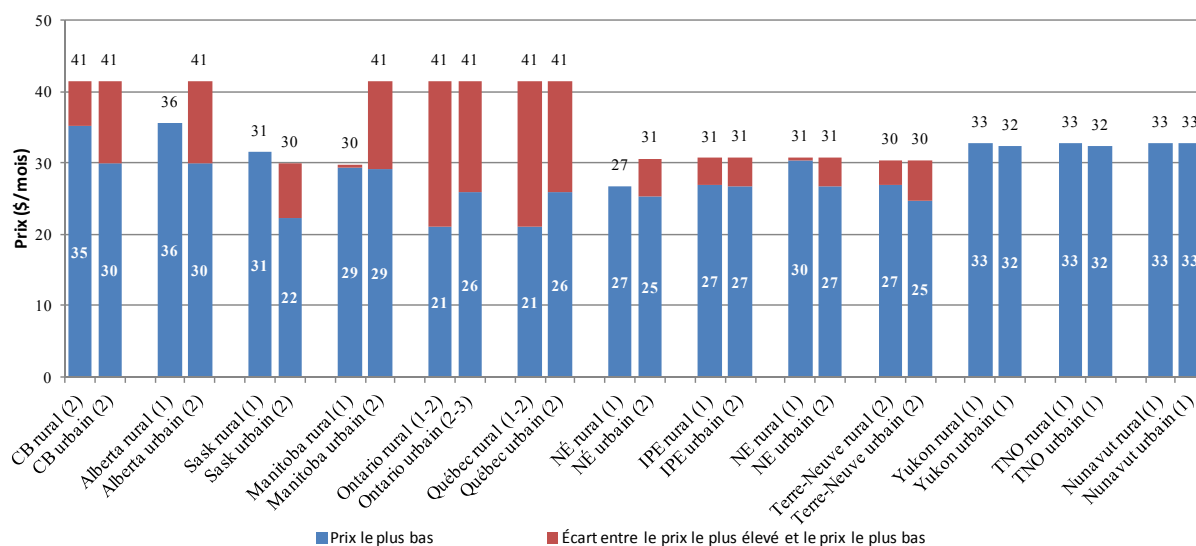
Le prix du service téléphonique local de base varie d'un centre urbain à l'autre; il passe de 22 \$ par mois à Saskatoon et Regina à 32 \$ à Whitehorse et Yellowknife et à 34 \$ à Toronto.

Dans certains cas, des fournisseurs de services n'offraient pas le service téléphonique local de base. Ces entreprises ont indiqué le prix du service qui s'approchait le plus de la définition.

Les services VoIP indépendants de l'accès ne figurent pas dans le graphique ci-haut mais ils sont disponibles dans plusieurs des principaux centres urbains.

Communautés rurales

Graphique 5.2.3 Prix du service téléphonique local de base (\$/mois) et nombre d'entreprises qui offrent ce service dans les communautés rurales, par province et territoire



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre la gamme des prix mensuels du service téléphonique local de base dans 54 communautés rurales du Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique la différence entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué en parenthèses après le nom de chaque province et territoire représente le nombre de fournisseurs du service téléphonique local de base ayant participé à l'enquête dans chaque centre urbain et chaque communauté rurale.

Le prix mensuel du service téléphonique local de base varie dans les différentes communautés rurales répertoriées, de 21 \$ à 36 \$ pour les prix les plus bas et de 27 \$ à 41 \$ pour les plus élevés.

Dans certains cas, des fournisseurs de services n'offraient pas le service téléphonique local de base. Ces entreprises ont indiqué le prix du service qui s'approchait le plus de la définition du service téléphonique local de base tel que défini dans l'enquête.

Les communautés choisies pour l'enquête

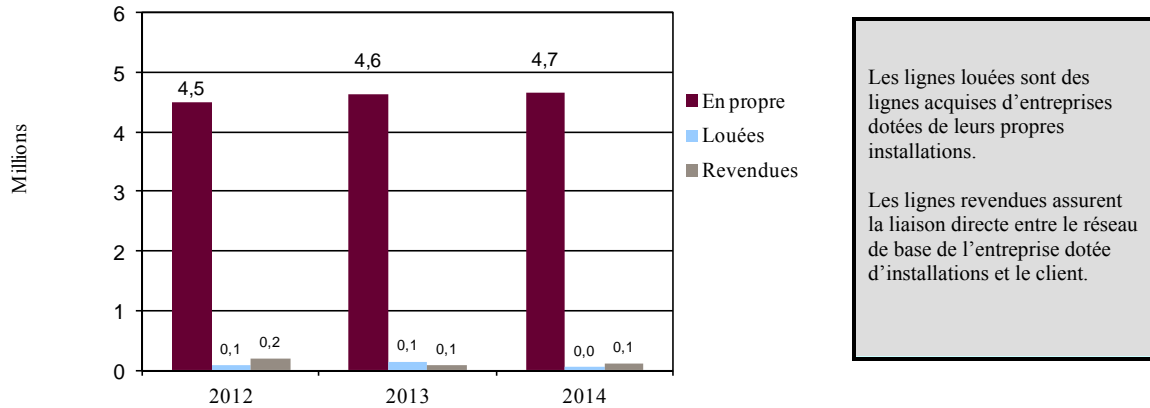
Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix du service téléphonique local de base dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre-ville de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population provinciale/territoriale;
- les communautés ne doivent pas être regroupées.

L'annexe 9 donne la liste des communautés rurales.

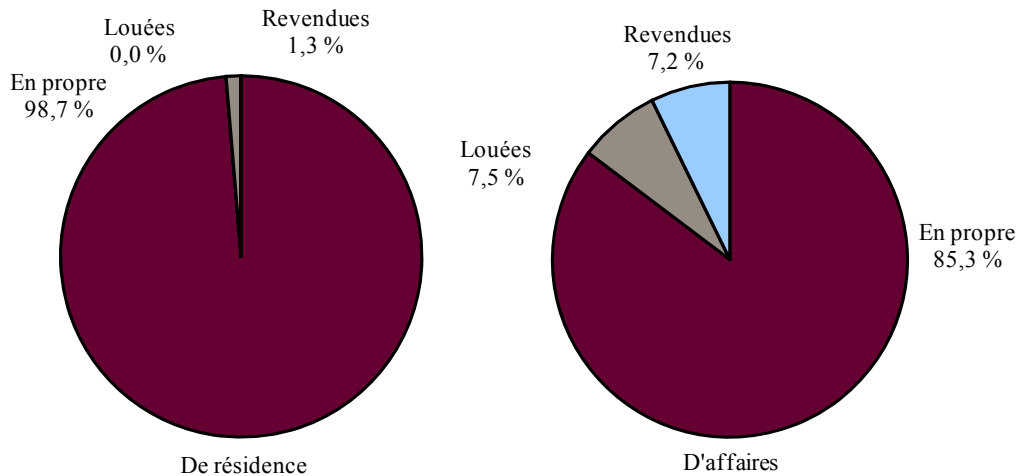
e) *Type d'installations locales*

Graphique 5.2.4 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST et les entreprises de câblodistribution, par type d'installations



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.2.5 Lignes locales de résidence et d'affaires de détail exploitées par les autres FST et les entreprises de câblodistribution, selon le type d'installations, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces deux graphiques comparent les pourcentages des lignes de détail détenues en propre par les autres FST pour les marchés des services de résidence et d'affaires. La plus forte proportion des lignes détenues en propre dans le marché des services de résidence par rapport au marché des services d'affaires peut être attribuée aux entreprises de câblodistribution.

f) *Environnement concurrentiel***Tableau 5.2.11 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans le marché des services téléphonique locaux de détail, selon la province et par ligne (%)**

Province	2010	2011	2012	2013	2014
Colombie-Britannique	67,3	65,2	60,9	61,4	59,7
Alberta	68,2	66,8	64,6	63,6	63,4
Saskatchewan	93,0	92,5	90,9	89,7	89,0
Manitoba	83,7	80,2	77,4	76,1	77,4
Ontario	70,2	67,6	66,4	64,8	65,1
Québec	62,8	58,0	55,5	53,9	52,5
Nouveau-Brunswick	85,1	83,1	81,6	72,5	74,3
Nouvelle-Écosse	67,8	65,1	65,8	65,6	65,9
Île-du-Prince-Édouard	74,7	71,7	71,3	71,5	70,8
Terre-Neuve-et-Labrador	89,4	90,9	81,2	83,8	76,8
Yukon	s.o.	s.o.	s.o.	99,8	99,0
Territoires du Nord-Ouest	s.o.	s.o.	s.o.	99,9	97,7
Nunavut	s.o.	s.o.	s.o.	100,0	99,7
Canada	69,8	66,9	64,8	63,6	63,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Traditionnellement, quelques grands FST titulaires dominaient le marché canadien des services de télécommunication. Avec le temps, les marchés autrefois fermés se sont ouverts à la concurrence, surtout des entreprises de câblodistribution. Ce tableau montre le pourcentage de lignes locales de détail en service offertes par les FST titulaires, de 2010 à 2014.

Depuis 2010, la part du marché des services téléphonique locaux de détail exercée par les FST titulaires est en déclin dans chaque province.

Tableau 5.2.12 Part des FST titulaires (excluant les activités hors territoire) dans les marchés des services téléphoniques locaux de résidence et d'affaires de détail, par ligne (%) et par région

Province	Principaux centres ou régions	Lignes de résidence		Lignes d'affaires	
		2013	2014	2013	2014
Colombie-Britannique	Vancouver	56,2	53,6	60,6	61,0
	Victoria	44,6	43,1	61,9	57,9
	Autres régions	65,9	63,4	75,3	73,7
Alberta	Calgary	48,8	46,8	59,0	56,6
	Edmonton	54,6	53,1	63,5	61,6
	Autres régions	77,4	78,4	87,6	89,5
Saskatchewan	Saskatoon	71,6	69,8	91,9	89,9
	Regina	81,4	79,1	97,0	95,1
	Autres régions	95,6	95,0	98,9	99,0
Manitoba	Winnipeg	53,3	54,2	87,4	88,3
	Autres régions	91,9	95,2	92,7	98,8
Ontario	Toronto	53,6	50,3	70,5	75,4
	Ottawa – Gatineau	56,7	49,5	86,8	87,1
	Hamilton	54,5	47,6	68,8	76,9
	London	53,5	50,2	71,4	75,8
	Kitchener – Waterloo	50,8	48,5	73,3	73,6
	St. Catharines – Niagara	57,9	56,1	70,7	79,1
	Windsor	59,8	53,2	61,5	67,3
	Oshawa	50,8	49,9	82,9	87,6
	Autres régions	73,8	72,7	79,7	84,7
Québec	Montréal	43,1	41,9	68,9	68,2
	Québec	36,8	34,1	60,9	67,6
	Autres régions	60,0	55,5	66,6	67,5
Nouveau-Brunswick	Fredericton	67,5	65,6	98,3	98,4
	Autres régions	60,0	62,4	98,5	97,4
Nouvelle-Écosse	Halifax	50,9	52,7	74,0	74,4
	Autres régions	67,5	66,2	82,4	83,9
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown	54,7	56,1	78,8	75,7
	Autres régions	80,1	78,3	78,0	76,5
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's	65,8	64,3	98,2	96,8
	Autres régions	86,7	71,4	94,4	94,1
Yukon	Whitehorse	100,0	99,5	99,7	98,3
	Autres régions	100,0	99,8	99,5	99,3
Territoires du Nord-Ouest	Yellowknife	100,0	99,2	99,9	94,8
	Autres régions	100,0	99,9	99,9	98,6
Nunavut	Iqaluit	100,0	100,0	100,0	100,0
	Autres régions	100,0	99,7	100,0	99,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le pourcentage de lignes locales de résidence et d'affaires de détail en service offertes par les FST titulaires dans les grands centres urbains et dans les autres régions des provinces et territoires canadiens en 2013 et 2014. Les limites des grands centres urbains correspondent aux définitions données par Statistique Canada pour « région métropolitaine de recensement » et « agglomération de recensement ». Dans la plupart des régions, les FST titulaires fournissent un plus faible pourcentage de lignes de résidence que de lignes d'affaires, ce qui reflète, en partie, la concurrence exercée par les entreprises de câblodistribution. On notera que la part des lignes de résidence fournies par les FST titulaires à Victoria, Calgary, Ottawa-Gatineau, Hamilton, Kitchener-Waterloo, Oshawa, Montréal et Québec a diminué sous les 50 %.

Tableau 5.2.13 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région

Région	2010	2011	2012	2013	2014
C.-B., Alberta	68	74	75	74	81
Saskatchewan	83	92	92	92	94
Manitoba	78	84	83	81	83
Ontario, Québec	61	71	70	69	80
Atlantique	81	83	83	86	88
Le Nord	97	97	97	98	99

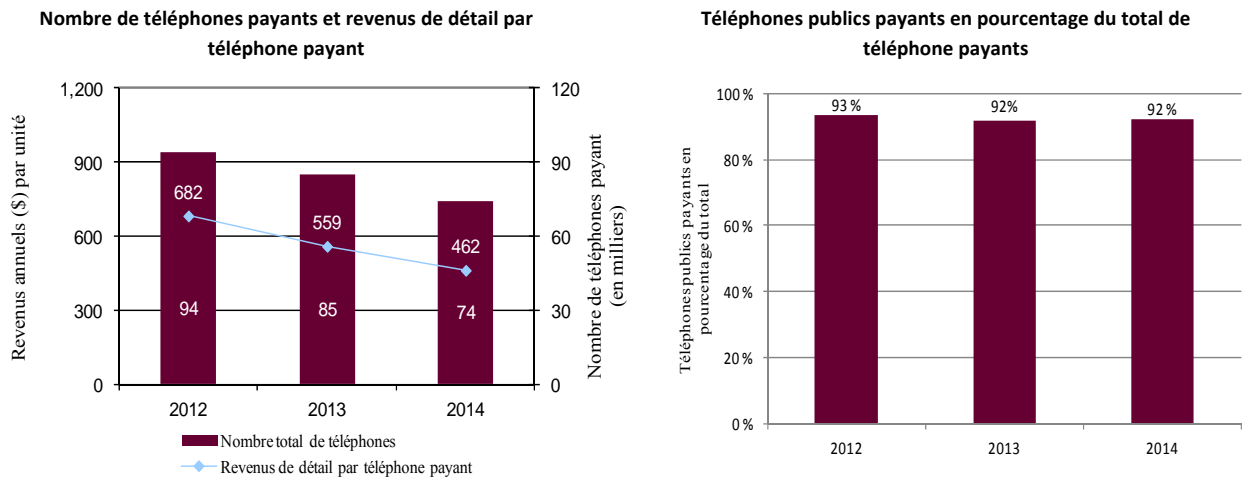
Source : Données recueillies par le CRTC

Traditionnellement, les grands FST détenaient le monopole des services interurbains au Canada. Avec l'arrivée de la concurrence en 1992, d'autres fournisseurs sont entrés sur le marché. Ce tableau montre le pourcentage des revenus des services interurbains de détail accaparés par les grands FST titulaires.

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

g) Service de téléphone payant

Graphique 5.2.6 Revenus et nombre de téléphones payants des grands FST titulaires

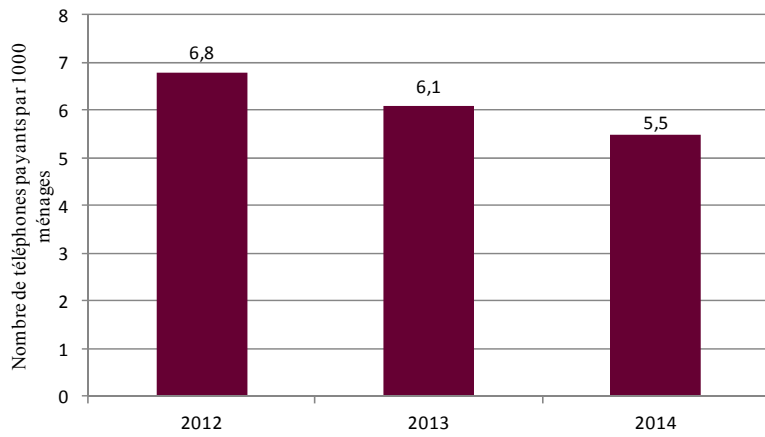


Le nombre de téléphones payants détenus et exploités par les grands FST titulaires a baissé régulièrement entre 2012 et 2014. Les revenus par appareil ont également baissé.

Environ 12 % des téléphones payants sont équipés d'un télécopieur.

En 2014, aucun téléphone payant n'était doté d'une capacité Internet.

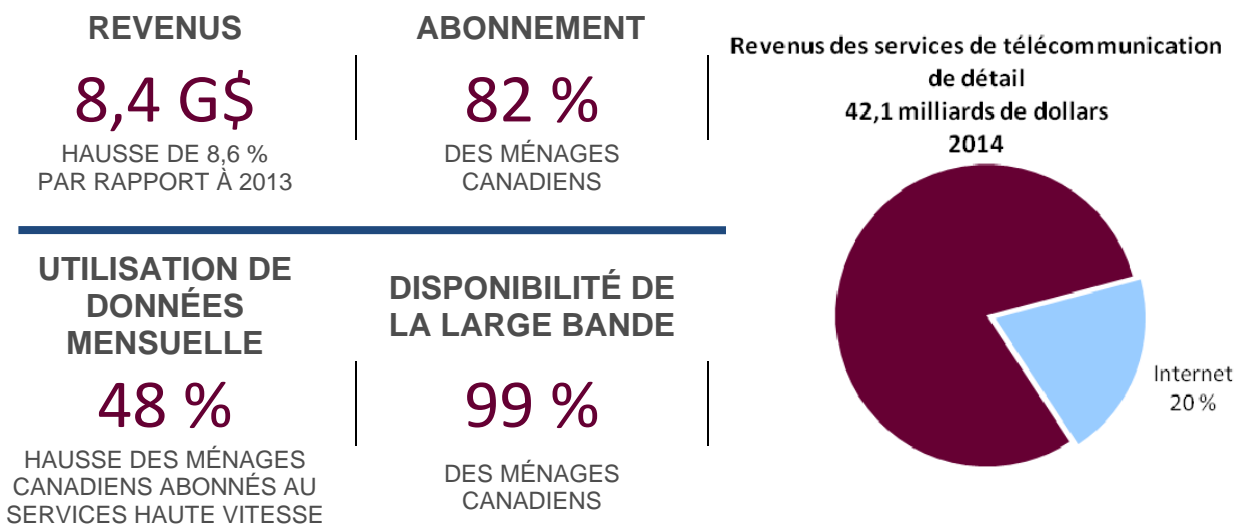
Graphique 5.2.7 Nombre de téléphones payants par 1000 ménages



Source : Données recueillies par le CRTC

5.3 Secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande

Aperçu 5.3.0 Principaux indicateurs du secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande



En 2014, les revenus tirés des services Internet ont augmenté de 8,6%, passant de 7,7 milliards de dollars à 8,4 milliards de dollars, dont 6,7 milliards ou 80 % provenaient des abonnés des services de résidence et 1,7 milliard de dollars ou 20 % provenait des abonnés des services d'affaires.

Ces services ont été fournis par environ 525 fournisseurs de services Internet (FSI). On comptait parmi eux les compagnies de téléphone traditionnelles et les entreprises de câblodistribution, les fournisseurs de services sans fil fixes et les revendeurs. La part des revenus des services d'accès Internet qui revient aux 5 plus grandes entreprises a diminué, passant de 75 % en 2013 à 74 % en 2014. La part des entreprises de câblodistribution a diminué, passant de 51 % en 2013 à 49 % en 2014, tandis que la part des FST titulaires a connu une hausse, passant de 37 % à 38 %.

Comme il est indiqué à la section 2 du rapport, en 2014, les ménages canadiens ont dépensé, en moyenne, 38,91 \$ par mois en services d'accès à Internet. Le revenu mensuel moyen par utilisateur (RMPU) des abonnés aux services Internet de résidence à haute vitesse a augmenté de 6,7 %, passant de 44,87 \$ en 2013 à 47,86 \$ en 2014. Le taux d'augmentation annuel moyen depuis 2010 se chiffre à 6,1 %.

Qu'est-ce que le service sans fil fixe?

On entend par « sans-fil fixe » l'utilisation du spectre radioélectrique pour fournir des services de communication aux abonnés. Une tour située dans les environs du domicile des abonnés permet d'assurer la connexion.

Quatre-vingt-seize pour cent des ménages canadiens peuvent accéder à des vitesses de téléchargement de 5 Mbps, ce qui est suffisant pour du contenu audio et vidéo de qualité. La

grande majorité des Canadiens (94 %) peut accéder à ces vitesses en utilisant des installations de ligne terrestre ou des installations sans fil fixes et 1,5 % des Canadiens comptent sur des installations satellitaires. Soixante-dix-sept des ménages canadiens sont abonnés à ces services.

En même temps, on observe une hausse de la demande des Canadiens auprès de leur fournisseur de services de large bande pour des services nécessitant des vitesses supérieures. Le nombre moyen de gigaoctets (Go) téléchargés par mois par abonné de services de résidence a augmenté de 49 % entre 2013 et 2014 pour arriver à 66,5 Go par mois et d'une moyenne de 46 % annuellement au cours des cinq dernières années. Ceci indique que les Canadiens utilisent vraisemblablement plus de contenu vidéo et autres services de consommation à large bande. Les téléversements ont aussi augmenté en 2014 de 43 % pour atteindre 8,6 Go par mois.

Il y avait environ 283 fournisseurs dotés d'installations, consistant en des fournisseurs titulaires et des entreprises de câblodistribution utilisant une ligne d'abonné numérique (LAN), des installations de modem câble ou de modem fibre, et des fournisseurs de services satellitaires et de services sans fil fixes. Les services sans fil fixes constituent une importante source de connectivité Internet à large bande dans les régions rurales canadiennes, où 31 % ménages ont un accès au moyen de services sans fil fixes, non pas au moyen d'un service par fibre, par câble ou par LAN. Les Canadiens des régions rurales ont accès à des services par satellite, mais des limites de capacité peuvent restreindre la disponibilité à 1,5 % des ménages canadiens.

Il y avait environ 242 entreprises qui offraient des services uniquement en utilisant les installations de revente fournies par les FST titulaires et par les entreprises de câblodistribution. Ces fournisseurs sont devenus une source de plus en plus importante de concurrence au sein de l'industrie. Les abonnements à des services Internet haute vitesse de résidence par l'intermédiaire des services de gros par LAN et par câble ont plus que doublé depuis 2010. Les taux de résiliation variaient en 2014. Pour les abonnements aux services de haute vitesse de résidence, le taux a peu augmenté depuis l'année dernière, passant de 1,75 % à 1,79 %, alors que le taux pour les abonnements aux services d'affaires a diminué de 1,67 % à 1,37 %.

À moins d'avis contraire, les données portant sur la disponibilité de la large bande excluent les services au moyen d'une technologie de télécommunication sans fil mobile. Dans cette section, l'accès aux services par satellite se réfère aux services de distribution par satellite directe et ne se réfère pas à la technologie utilisée pour brancher la communauté à Internet.

Fibre optique jusqu'au domicile (FTTP)

Les FST comptent principalement sur leur réseau téléphonique local de câble de cuivre, mais ont grandement utilisé la fibre optique jusqu'au domicile.

Les entreprises de câblodistribution ont moins utilisé cette technologie.

Ligne d'abonné numérique (LAN) – apporter de nouveaux services à d'anciennes installations

Les FST titulaires comptent principalement sur leur réseau de téléphone local de câble de cuivre utilisant une LAN, ou leurs installations de fibre jusqu'au nœud (une borne abri). Dans le cas de cette dernière installation, des câbles de cuivre complètent la connexion jusqu'à l'abonné.

Le déploiement de la fibre jusqu'à la borne abri réduit la distance que les signaux doivent parcourir dans les câbles de cuivre pour atteindre l'abonné. Cela permet d'offrir un service Internet plus rapide et d'offrir le service de télévision par protocole Internet (TVIP).

Cible pour la large bande

Dans la politique réglementaire de télécom 2011-291, le CRTC a établi des objectifs relatifs aux services d'accès Internet à large bande afin que tous les Canadiens aient accès, par l'entremise de diverses technologies, à des vitesses d'au moins 5 mégabits par seconde (Mb/s) pour le téléchargement et de 1 Mb/s pour le téléversement, d'ici la fin de 2015. Il est estimé qu'au 31 décembre 2014, 96% des ménages canadiens avaient accès à ce service par l'entremise d'une variété de technologies, dont le réseau LTE et les services par satellite.

a) Revenus

Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet de détail (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Services de résidence						
Accès par câble téléphonique	96	69	43	32	22	-30,7
Accès haute vitesse	4 442	4 853	5 325	5 906	6 508	10,0
Total – Services de résidence	4 538	4 923	5 369	5 938	6 530	9,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,9	8,5	9,1	10,6	10,0	
Services d'affaires						
Accès	1 125	1 142	1 138	1 171	1 248	2,6
Transport	77	52	65	71	72	-1,4
Total – Services d'affaires	1 202	1 194	1 202	1 243	1 320	2,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,7	-0,6	0,7	3,4	6,2	
Applications, équipements et autres services Internet associés	686	674	625	544	540	-5,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-11,0	-1,8	-7,3	-13,0	-0,8	
Total	6 426	6 791	7 196	7 724	8 390	6,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,6	5,7	6,0	7,3	8,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu des revenus des services Internet de résidence et d'affaires ainsi que d'autres services. Les revenus des services d'accès à Internet de résidence ont augmenté plus vite que ceux des services d'accès et de transport d'affaires, soit respectivement de 9,5 % contre 2,4 % de 2010 à 2014.

Les revenus des applications, équipements et autres services Internet associés diminuent au fil des ans. Ces services desservent à la fois les clients des services de résidence et d'affaires, mais ne sont pas rapportés séparément dans ce tableau.

En raison des changements dans la manière de rapporter les données des entreprises en 2011, les données sur le transport des services d'affaires ne peuvent pas être comparées à celles des autres années.

Les types de services Internet disponibles varient selon la vitesse de téléchargement de la connexion Internet. La vitesse de connexion la plus lente est celle par câble téléphonique à 64 kilobits par seconde (kbps). La vitesse de téléchargement supérieure à 256 kbps est la haute vitesse. La large bande est définie par un service avec une vitesse de téléchargement égale ou supérieure à 1,5 Mbps

On entend par « **transport des services d'affaires** » le transfert du trafic Internet entre les réseaux; il est généralement utilisé par les grandes entreprises.

Tableau 5.3.2 Revenus des services Internet de résidence, par type de service (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	64	46	30	20	13	-32,8
Haute vitesse	1 588	1 732	1 860	2 136	2 428	11,2
Total	1 652	1 778	1 890	2 155	2 441	10,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,4	7,7	6,3	14,0	13,3	
Entreprises de câblodistribution						
Ligne commutée	1	1	0	0	0	-42,1
Haute vitesse	2 572	2 811	3 065	3 293	3 477	7,8
Total	2 573	2 811	3 065	3 293	3 477	7,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,3	9,2	9,1	7,4	5,6	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
Ligne commutée	31	23	12	12	9	-26,7
Haute vitesse	282	310	400	477	603	20,9
Total	313	332	413	490	612	18,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	17,4	6,3	24,0	18,6	25,0	
Total des éléments ci-dessus						
Ligne commutée	96	69	43	32	22	-30,7
Haute vitesse	4 442	4 853	5 325	5 906	6 508	10,0
Total – Services Internet de résidence	4 538	4 923	5 369	5 938	6 530	9,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,9	8,5	9,1	10,6	10,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.3 Revenus des services Internet d'affaires, par type de service (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Accès Internet						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	478	481	499	501	507	1,5
Entreprises de câblodistribution	284	309	273	306	350	5,4
Total	762	790	772	807	857	3,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13,5	3,7	-2,3	4,5	6,1	
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)						
FST titulaires (activités hors territoire)	81	81	81	79	84	0,8
Reste des autres fournisseurs de services	282	272	285	285	307	2,1
Total	364	353	366	364	391	1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,5	-3,1	3,7	-0,4	7,4	
Total – Accès Internet	1 125	1 142	1 138	1 171	1 248	2,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,4	1,5	-0,4	3,0	6,5	
Transport	77	52	65	71	72	-1,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	15,2	-32,4	25,0	10,4	1,3	
Total – Revenus des services Internet d'affaires	1 202	1 194	1 202	1 243	1 320	2,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,7	0,6	0,7	3,4	6,2	

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2010 à 2014, le marché des services Internet d'affaires a augmenté de 2,4 % par an. Parmi tous les fournisseurs, ce sont les entreprises de câblodistribution qui ont connu la plus forte croissance annuelle, soit 5,4 %.

b) *Données relatives aux abonnés***Tableau 5.3.4 Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur (milliers)**

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires (activités hors territoire exclues)						
Ligne commutée	210	137	97	70	53	-29,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-26,6	-34,9	-28,8	-27,9	-24,3	
<i>Part du total – Ligne commutée (%)</i>	57,3	55,5	53,2	57,1	56,8	
Haute vitesse	3 762	3 874	4 014	4 172	4 375	3,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,4	3,0	3,6	3,9	4,9	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	37,6	37,2	37,1	37,5	37,9	
Total	3 972	4 011	4 111	4 242	4 428	2,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,3	1,0	2,5	3,2	4,4	
<i>Part du total (%)</i>	38,3	37,6	37,4	37,7	38,1	
Entreprises de câblodistribution						
Ligne commutée	10	7	6	2	1	-39,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-23,0	-28,9	-14,6	-69,2	-28,1	
<i>Part du total – Ligne commutée (%)</i>	2,8	3,0	3,5	1,6	1,5	
Haute vitesse	5 642	5 839	5 925	5 931	5 952	1,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,3	3,5	1,5	0,1	0,4	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	56,4	56,0	54,8	53,3	51,6	
Total	5 653	5 846	5 932	5 933	5 954	1,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,2	3,4	1,5	0,0	0,4	
<i>Part du total (%)</i>	54,5	54,8	54,0	52,7	51,2	
Autres fournisseurs de services						
Ligne commutée	146	102	79	51	39	-28,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-21,7	-30,1	-22,3	-36,1	-23,3	
<i>Part du total – Ligne commutée (%)</i>	39,9	41,5	43,4	41,3	41,7	
Haute vitesse	604	712	870	1 025	1 210	19,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	10,8	18,0	22,1	17,8	18,0	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	6,0	6,8	8,1	9,2	10,5	
Total	750	815	950	1 076	1 249	13,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,5	8,6	16,6	13,3	16,1	
<i>Part du total (%)</i>	7,2	7,6	8,6	9,6	10,7	
Total des éléments ci-dessus						
Ligne commutée	366	246	183	123	93	-29,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-24,6	-32,8	-25,7	-32,9	-24,0	
<i>Part du total (%)</i>	3,5	2,3	1,7	1,1	0,8	
Haute vitesse	10 008	10 426	10 809	11 128	11 537	3,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,5	4,2	3,7	2,9	3,7	
<i>Part du total (%)</i>	96,5	97,7	98,3	98,9	99,2	
Total général (ligne commutée et haute vitesse)	10 375	10 672	10 992	11 251	11 631	2,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	3,1	2,9	3,0	2,3	3,4	

Source : Données recueillies par le CRTC

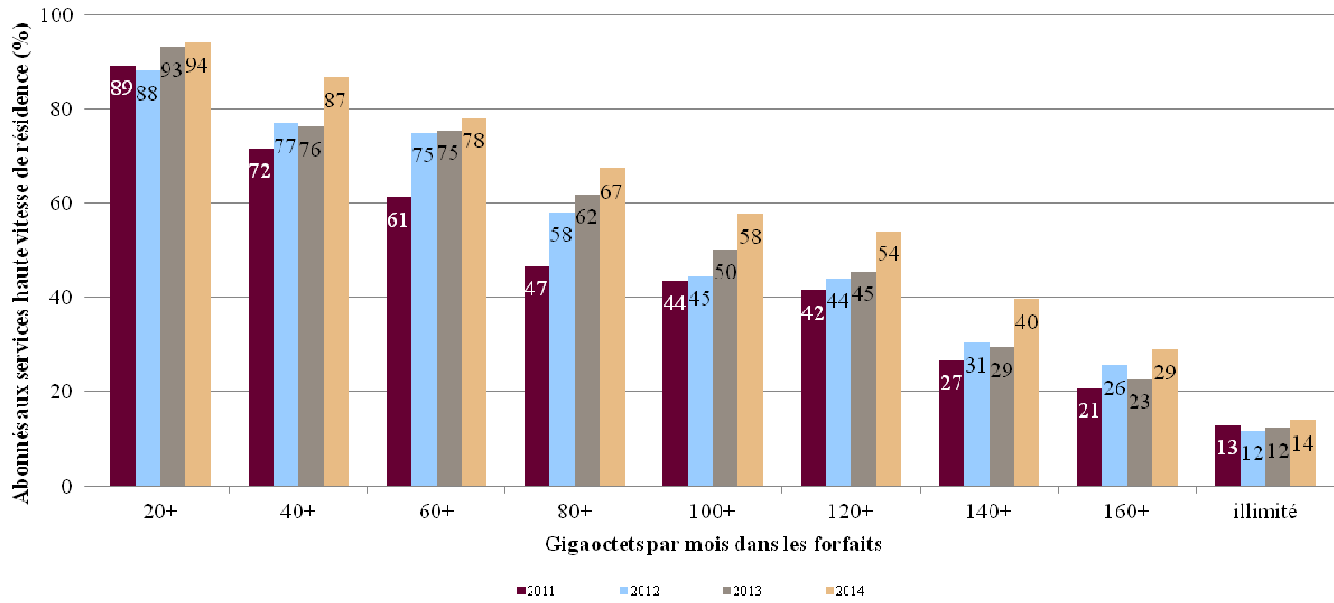
Les abonnés des services Internet de résidence reçoivent les services Internet de divers fournisseurs. Ce tableau indique le nombre d'abonnés à un service Internet et le taux de croissance annuelle par type de fournisseurs de 2010 à 2014. Dans l'ensemble, la croissance annuelle du nombre d'abonnés aux services Internet a resté relativement stable à environ 3 %, c'est-à-dire environ trois fois le taux de croissance annuel de la population canadienne indiqué par les données de Statistique Canada.

Tableau 5.3.5 Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur (milliers)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Ligne commutée	84	72	61	54	47	-13,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-26,0</i>	<i>-13,5</i>	<i>-15,2</i>	<i>-11,8</i>	<i>-13,5</i>	
Haute vitesse						
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	447	452	444	470	487	2,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>3,6</i>	<i>1,3</i>	<i>-1,8</i>	<i>5,8</i>	<i>3,6</i>	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	<i>55,2</i>	<i>52,8</i>	<i>50,4</i>	<i>48,6</i>	<i>0,0</i>	
Entreprises de câblodistribution	199	232	268	310	347	14,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>13,3</i>	<i>16,6</i>	<i>15,1</i>	<i>15,8</i>	<i>12,2</i>	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	<i>24,6</i>	<i>27,1</i>	<i>30,4</i>	<i>32,0</i>	<i>0,0</i>	
FST titulaires (activités hors territoire)	11	19	19	17	18	12,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-8,2</i>	<i>76,5</i>	<i>-3,9</i>	<i>-8,0</i>	<i>3,0</i>	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	<i>1,4</i>	<i>2,3</i>	<i>2,1</i>	<i>1,8</i>	<i>0,0</i>	
Autres fournisseurs de services à l'exclusion des entreprises de câblodistribution et des FST titulaires (activités hors territoire)	152	152	150	170	179	4,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-3,8</i>	<i>-0,2</i>	<i>-1,1</i>	<i>13,1</i>	<i>5,4</i>	
<i>Part du total – Haute vitesse (%)</i>	<i>18,8</i>	<i>17,7</i>	<i>17,1</i>	<i>17,6</i>	<i>0,0</i>	
Total – Haute vitesse	809	856	881	967	1 031	6,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>4,1</i>	<i>5,8</i>	<i>2,8</i>	<i>9,8</i>	<i>6,6</i>	

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.1 Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence par gigaoctet de capacité de téléchargement



Source : Données recueillies par le CRTC

c) *Indicateurs de rendement***Tableau 5.3.6 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par vitesse de téléchargement (\$)**

Vitesse en aval	2010	2011	2012	2013	2014
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	25,18	33,86	35,97	35,36	36,00
Large bande de 300 à 1 400 kbps	28,87	33,03	35,83	35,49	33,80
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	33,57	32,87	41,87	31,45	48,05
5 à 9 Mbps	42,23	40,97	44,05	46,10	46,87
10 à 15 Mbps	39,67	42,11	40,62	48,17	48,52
16 Mbps et plus	53,71	51,63	46,83	59,87	54,06
16 à 49 Mbps	51,66	50,76	44,85	58,69	51,96
50 Mbps et plus	75,80	78,06	59,69	66,05	60,90
Total de l'échantillonnage	38,96	39,80	43,80	49,64	50,06

Source : Données recueillies par le CRTC

En général, le prix moyen des services Internet haute vitesse a augmenté. Bien qu'une baisse ait été observée dans certaines catégories, ces baisses ont été compensées par un déplacement vers des forfaits d'une capacité et d'une vitesse supérieures. L'ensemble des données ne comprend pas les revenus tirés de la location de modems.

Le **revenu mensuel moyen par abonné par vitesse en aval** a été calculé en divisant le revenu moyen total d'un mois pour chaque catégorie de vitesse fournie par les fournisseurs de services par le nombre total d'abonnés à chaque vitesse du service pendant ce mois. Le mois utilisé était celui de décembre ou le mois le plus récent dont les données étaient disponibles.

Tableau 5.3.7 Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse en aval

Vitesse en aval	2010	2011	2012	2013	2014
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	-	-	-	-	-
Large bande de 300 à 1 400 kbps	7,20	14,90	17,89	25,42	27,25
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	24,69	69,06	94,93	68,22	52,20
5 à 9 Mbps	49,07	80,81	76,78	48,46	53,36
10 à 15 Mbps	74,55	74,22	106,74	99,84	101,79
16 Mbps et plus	116,90	179,58	160,23	168,94	183,37
16 à 49 Mbps	112,27	176,98	131,50	142,14	159,15
50 Mbps et plus	165,33	236,54	364,80	362,86	283,10
Total de l'échantillonnage	48,14	81,11	103,48	99,24	118,27

Source : Données recueillies par le CRTC

Mis à part l'année 2013, le nombre de gigaoctets pouvant être téléchargés avec un forfait moyen était en hausse, les Canadiens s'abonnant à des forfaits Internet d'une capacité et d'une vitesse supérieure.

La limite moyenne pondérée de téléversement/téléchargement a été calculée pour chaque catégorie de vitesse en aval d'après le nombre d'abonnés aux forfaits avec limite de téléversement/téléchargement.

Tableau 5.3.8 Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps) par vitesse en aval et par vitesse en aval moyenne

Vitesse en aval	2010	2011	2012	2013	2014
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	209	178	168	136	162
Large bande de 300 à 1 400 kbps	352	314	313	291	283
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	584	666	651	768	746
5 à 9 Mbps	870	855	1 118	809	937
10 à 15 Mbps	797	876	2 519	2 407	2 225
16 Mbps et plus	1 735	2 693	4 291	6 656	6 797
16 à 49 Mbps	1 661	2 662	2 912	4 133	4 676
50 Mbps et plus	2 529	3 667	13 199	19 890	13 701
Total de l'échantillonnage	769	961	2 009	3 031	3 676
Vitesse moyenne pondérée de téléchargement	7 060	8 238	12 610	15 465	21 242

Source : Données recueillies par le CRTC

La vitesse moyenne pondérée de téléversement a été calculée pour chaque tranche de vitesse en aval selon le nombre d'abonnés au forfait. **La vitesse moyenne pondérée de téléchargement** a été calculée pour chaque tranche de vitesse en aval selon le nombre d'abonnés à chaque forfait pour tous les forfaits.

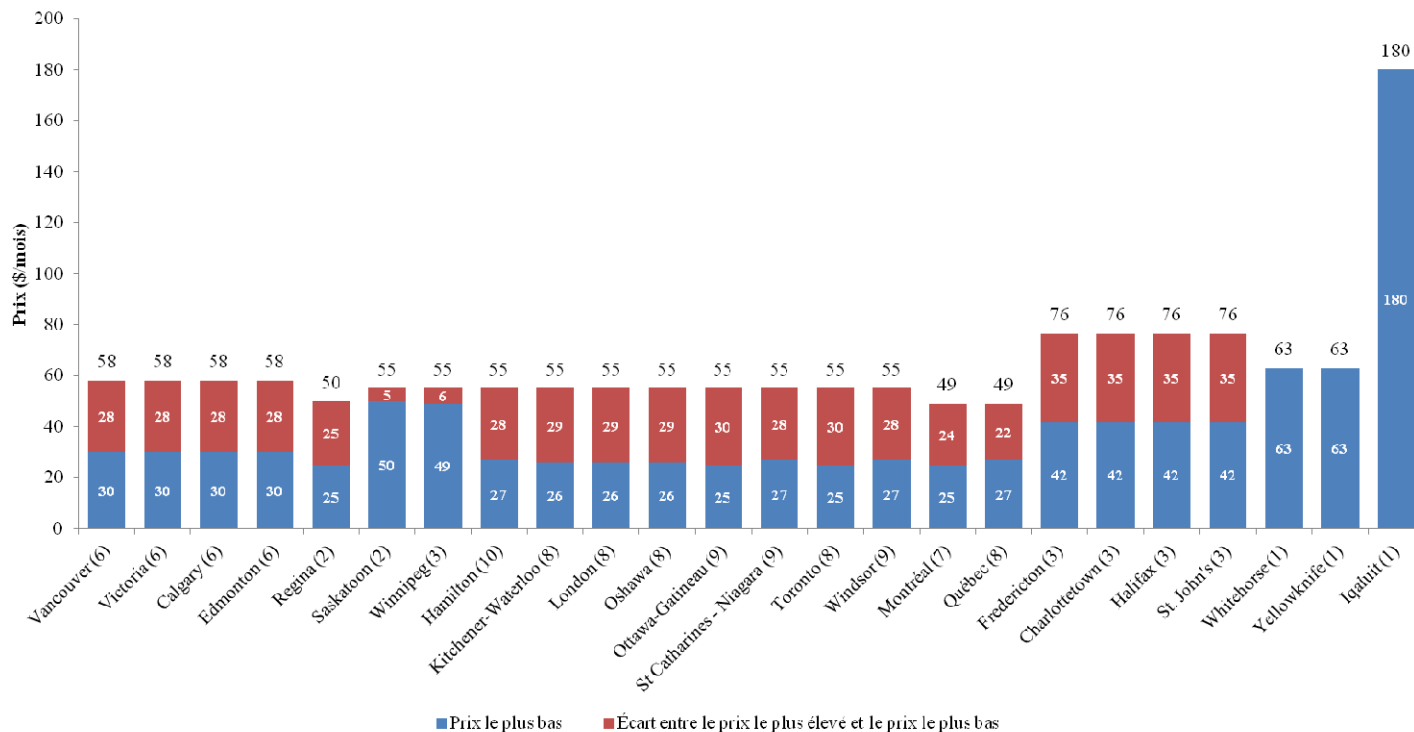
d) Prix

En 2014, environ 77 % des ménages étaient abonnés à un service Internet à large bande de 5 Mbps ou plus de téléchargement, comparativement à 71 % en 2013. Les ménages des centres urbains payaient généralement moins cher et avaient un plus grand choix de FSI que les ménages des communautés rurales.

On a demandé aux fournisseurs de services de déclarer le prix du service le moins cher qu'ils vendent et qui offre une vitesse de téléchargement d'au moins 5 Mbps. Certains fournisseurs de services n'offrent que des options qui ont des vitesses plus rapides que 5 Mbps. Ils ont été inclus dans les tableaux qui suivent.

Centres urbains

Graphique 5.3.2 Prix d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le prix mensuel d'un service Internet de 5 Mbps dans 24 centres urbains au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses dans l'axe horizontal après le nom du centre urbain représente le nombre de FSI dans ce centre. Le service par satellite est exclu du graphique mais il est disponible partout pour 65 \$ par mois.

Les prix mensuels du service Internet de 5 Mbps variaient de 25 \$ à 63 \$ pour les plus bas et de 50 \$ à 76 \$ pour les plus élevés, sauf à Iqaluit où les abonnés payaient 180 \$ par mois pour le service Internet non fournis par satellite.

Dans les provinces, les abonnés des centres urbains avaient généralement le choix entre trois et neuf fournisseurs alors que dans les centres urbains des territoires, le choix de fournisseurs était limité.

Les fournisseurs de services peuvent être différenciés selon les limites imposées de téléchargement de données par mois. Les faibles utilisateurs d'Internet profitent généralement de ces limites d'utilisation, contrairement aux grands utilisateurs. Parmi les 19 fournisseurs de services :

- huit offraient un service illimité;
- dix imposaient des limites d'utilisation de données de 10 Go à 300 Go;

- un imposait des limites de données qui variaient d'un centre urbain à l'autre; aucune limite n'était imposée dans un seul centre urbain.

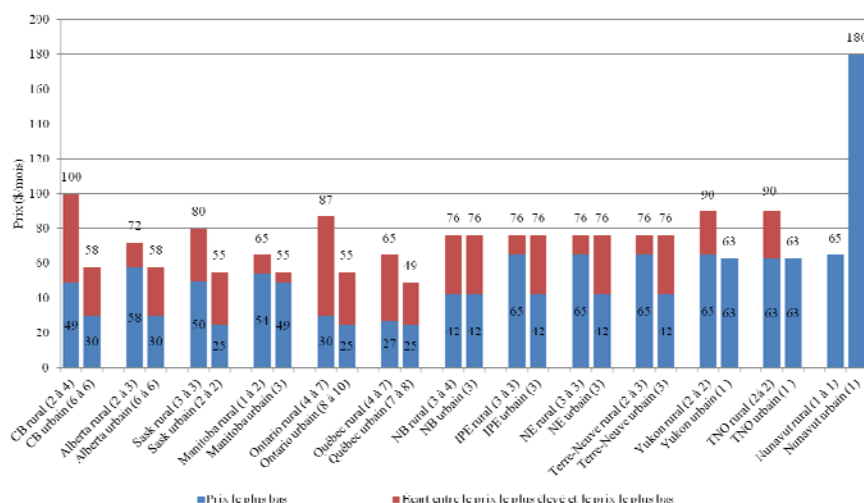
Communautés rurales

Comme l'illustre le graphique 5.3.3, le prix d'un service Internet de 5 Mbps était généralement plus élevé dans les communautés rurales que dans les centres urbains, sauf au Nouveau-Brunswick.

Le prix d'un service Internet de 5 Mbps dans les communautés rurales variait entre 27 \$ et 65 \$ par mois pour les moins chers, et entre 65 \$ et 100 \$ par mois pour les plus chers.

Les abonnés aux services Internet vivant dans des communautés rurales avaient généralement accès à moins de fournisseurs que ceux dans les centres urbains. Les abonnés des régions rurales avaient généralement un choix de deux à quatre fournisseurs de services Internet, sauf pour l'Ontario et le Québec.

Graphique 5.3.3 Comparaison du prix du service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) de résidence et du nombre de fournisseurs dans les centres urbains et ruraux, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre l'échelle de prix mensuels d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps) dans 54 communautés rurales au Canada. Pour chaque barre, le bleu correspond au prix le plus bas et le rouge indique l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre parenthèses dans l'axe horizontal après le nom de chaque province et territoire représente la gamme du nombre de fournisseurs de services parmi les communautés ou les centres. Par exemple, « CB rural 2 à 4 » signifie que le nombre de fournisseurs parmi les communautés rurales en Colombie-Britannique choisies pour cette enquête variait de 2 à 4.

Le service par satellite est exclu des communautés urbaines, mais il est disponible partout pour 65 \$ par mois.

Sur quelles communautés est basée l'enquête?

Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix des services Internet dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des régions métropolitaines de recensement des 24 principaux centres urbains;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre-ville de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population de chaque province/territoire;
- les communautés n'étaient pas rassemblées sur un même territoire.

La liste des communautés rurales se trouve à l'annexe 9.

e) Tendances de consommation

En 2010, 49,1 % des revenus des services d'accès Internet haute vitesse de résidence des FSI provenaient de forfaits avec des vitesses de téléchargement de 5 et 9 Mbps. Les forfaits à vitesse moindre représentaient 25,4 % de leurs revenus et ceux à vitesse supérieure comptaient pour 25,5 %. Quatre ans plus tard, les forfaits de 5 à 9 Mbps ne constituaient plus la part la plus importante des revenus et ont baissé à 25,2 %, alors que les forfaits à plus basse vitesse n'en représentaient plus que 5,1 %, et que les revenus des forfaits à plus haute vitesse augmentaient à 69,7 %.

Tableau 5.3.9 Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval

Vitesse en aval	2010	2011	2012	2013	2014
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	0,2	0,3	0,3	0,2	0,1
Large bande de 300 à 1 400 kbps	4,3	3,6	2,4	2,1	1,3
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	20,9	20,3	17,4	4,6	3,6
5 à 9 Mbps	49,1	47,0	41,6	30,5	25,2
10 à 15 Mbps	22,8	16,5	9,3	24,8	24,8
16 Mbps et plus	2,7	12,3	29,1	37,8	45,0
16 à 49 Mbps	2,4	11,8	24,1	31,1	33,1
50 Mbps et plus	0,3	0,6	5,0	6,7	11,9
Total de l'échantillonnage	350,0	375,7	427,6	494,9	517,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données excluent les revenus de location d'équipement de terminal. Tous les services sont listés quelle que soit leur vitesse de téléversement. 80,0 % des revenus tirés des services haute vitesse proviennent d'un service conforme aux vitesses cibles de 5 Mbps de téléchargement et de 1 Mbps de téléversement établies par le Conseil, comparativement à 94,9 % des revenus tirés des services offrant une vitesse d'au moins 5 Mbps pour le téléchargement et n'importe quelle vitesse pour le téléversement.

En 2014, les Canadiens ont continué à s'abonner à des services Internet à plus haute vitesse qu'en 2010, époque à laquelle les forfaits les plus populaires avaient une vitesse de téléchargement de 5 à 9 Mbps et représentaient 45,3 % de tous les abonnements. Les forfaits Internet à plus basse vitesse ont compté pour 30,3 % et ceux à plus haute vitesse comptaient pour 24,4 % de tous les abonnements. Quatre ans plus tard, les forfaits de 5 à 9 Mbps n'étaient plus les plus populaires. Le pourcentage des abonnés à ces forfaits a baissé à 26,9 %. À noter qu'en 2014, le pourcentage des abonnés aux forfaits Internet à basse vitesse (moins de 5 Mbps) a baissé à 5,8 % alors que celui des abonnés à des forfaits à plus haute vitesse (plus de 9 Mbps) a augmenté à 67,2 % par rapport à 2010.

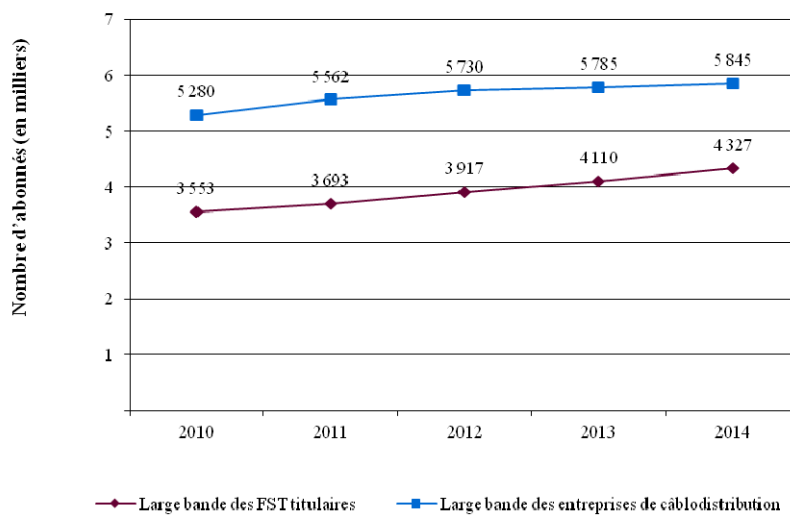
Tableau 5.3.10 Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse en aval

Vitesse en aval	2010	2011	2012	2013	2014
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2
Large bande de 300 à 1 400 kbps	5,8	4,3	2,9	2,7	1,9
Large bande					
1,5 à 4 Mbps	24,2	24,6	18,2	7,3	3,7
5 à 9 Mbps	45,3	45,6	41,3	32,8	26,9
10 à 15 Mbps	22,4	15,6	10,1	25,6	25,6
16 Mbps et plus	2,0	9,5	27,2	31,4	41,6
16 à 49 Mbps	1,8	9,2	23,5	26,3	31,9
50 Mbps et plus	0,2	0,3	3,6	5,0	9,8
Total de l'échantillonnage	8 983,1	9 440,3	9 761,1	9 970,1	10 345,1

Source : Données recueillies par le CRTC

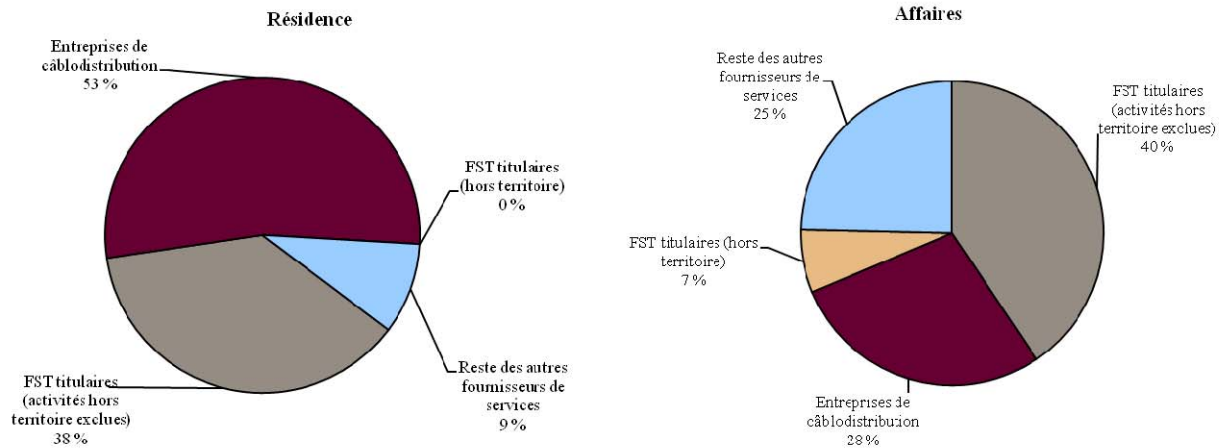
Ce tableau indique qu'au fil du temps, les vitesses plus rapides ont attiré un plus grand nombre d'abonnés. 79,2 % des abonnés d'un service haute vitesse se sont abonnés à un service conforme aux vitesses cibles établies par le Conseil de 5 Mbps pour le téléchargement et de 1 Mbps pour le téléversement, comparativement à 94,2 % des abonnés qui ont opté pour un service offrant une vitesse d'au moins 5 Mbps pour le téléchargement et n'importe quelle vitesse pour le téléversement. 81 % des ménages canadiens se sont abonnés à une forme de service haute vitesse.

f) Environnement concurrentiel

Graphique 5.3.4 Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution


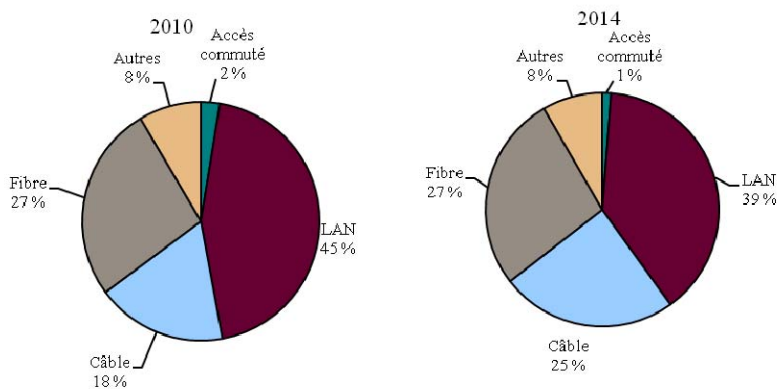
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.5 Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et par type de fournisseur, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.6 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès en 2010 et en 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus tirés des services d'accès Internet d'affaires sont ceux des services offerts au moyen d'un éventail de technologies d'accès. Le segment « Autres » reflète d'autres technologies comme celles des services sans fil fixes et des services par satellite.

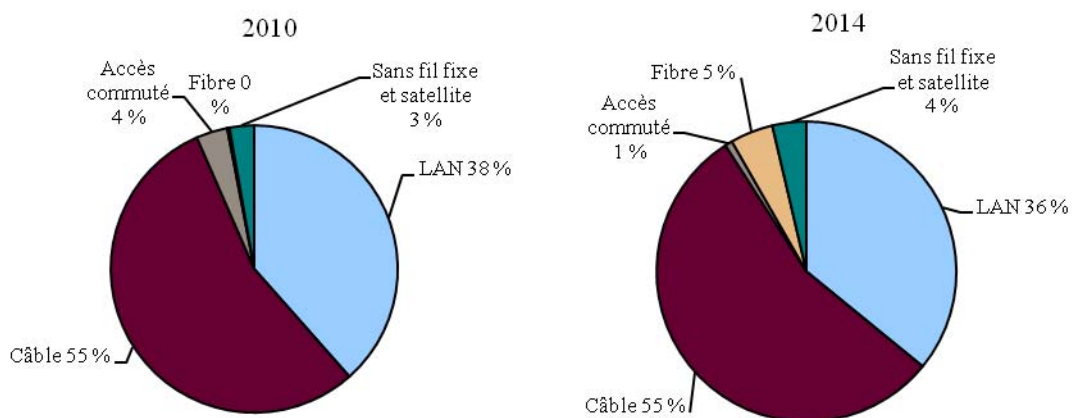
Qu'entend-t-on par satellite?

Les satellites peuvent fournir des services d'accès Internet. Les connexions sont établies entre une station terrestre au sol (avec des équipements comme les soucoupes satellitaires) et un satellite dans l'espace. Les satellites peuvent prendre en charge les diverses bandes de fréquences (C, Ku et Ka).

Les services Internet par satellite fournis qui utilisent la bande C nécessitent une grande soucoupe qui dessert généralement toute une communauté. Les services d'accès Internet par la bande Ka, et dans une moindre mesure par la bande Ku, passent par une petite soucoupe installée chez le client.

Seuls les services de distribution par satellite directe y figurent.

Graphique 5.3.7 Abonnés aux services d'accès Internet de résidence par technologie d'accès en 2010 et en 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

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

Les sections suivantes portent sur la disponibilité des services d'accès Internet à large bande, les exigences de capacité qui doivent être satisfaites pour participer à l'environnement numérique, ainsi que les effets de ces exigences sur le comportement des consommateurs. Elles se penchent aussi sur certaines technologies relatives aux secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications du Canada.

g) Exigences relatives à la capacité

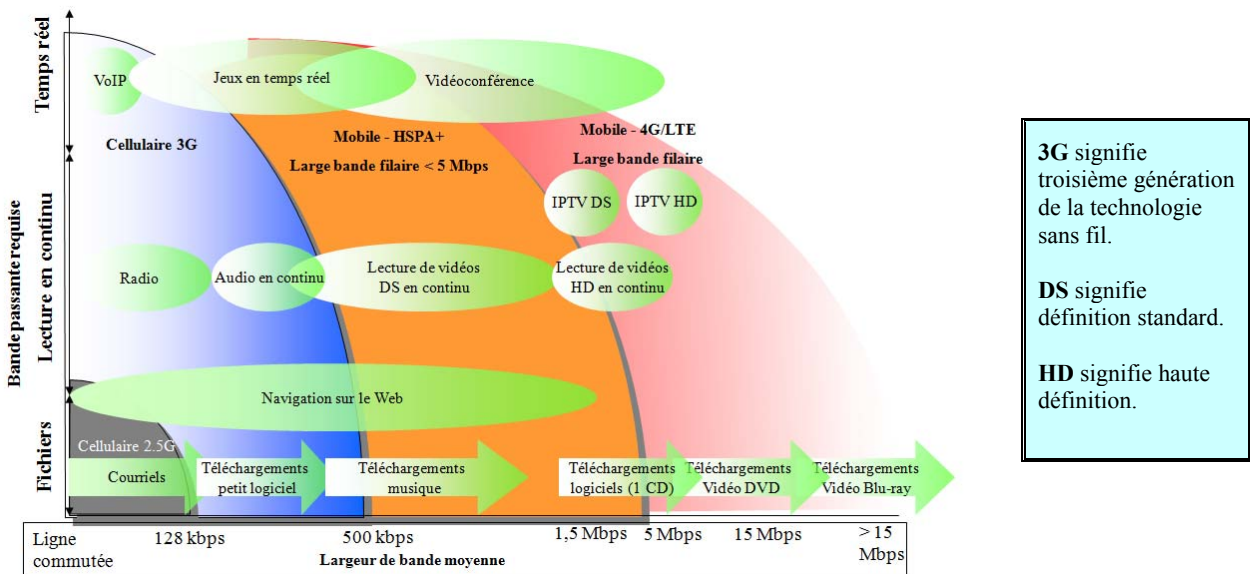
La présente section examine l'état de la situation en ce qui concerne l'accès des Canadiens aux services d'accès Internet à large bande et les exigences relatives à la capacité.

Plus de 99 % des ménages Canadiens sont maintenant en mesure d'accéder à la large bande fixe ainsi qu'à la large bande mobile (c'est-à-dire l'accès par paquets en liaison à haute vitesse évolué [HSPA+] et les réseaux de technologie d'évolution à long terme [LTE]). 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 se répand l'accessibilité des appareils portatifs évolués (p. ex. téléphones intelligents et tablettes).

Environ 525 fournisseurs de services Internet exerçaient leurs activités partout au Canada fournissant un accès à la large bande au moyen d'une combinaison d'installations : ligne d'abonné numérique (LAN), modem câble, fibre optique, satellite et installations fixes sans fil. Ces services sont offerts à 97 % des ménages canadiens en excluant le service par satellite et à 99 % des ménages canadiens avec le service par satellite.

Les fournisseurs de services sans fil offrent également des services à large bande. Comme il est indiqué dans la section de ce rapport intitulée « Secteur des services sans fil de détail », 67 % des abonnés aux services sans fil avaient en 2014 des appareils portatifs évolués capables d'accéder au monde numérique.

Graphique 5.3.8 Bande passante requise pour diverses applications Internet populaires

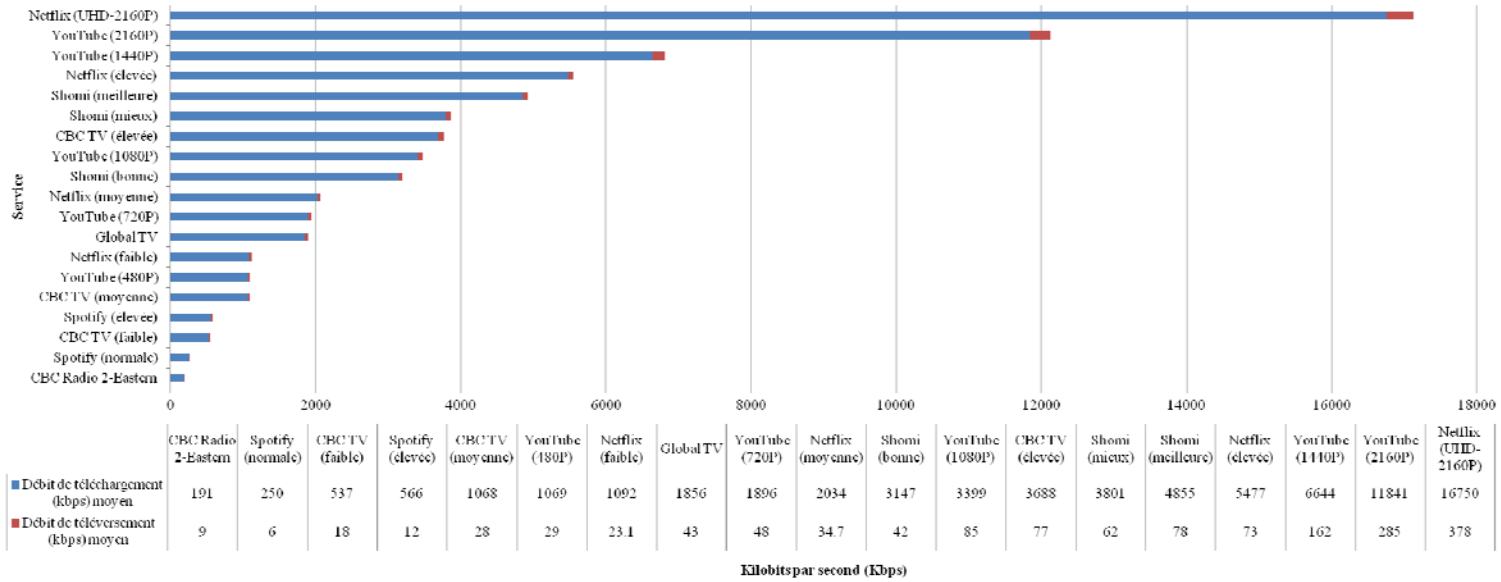


Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Débits binaires

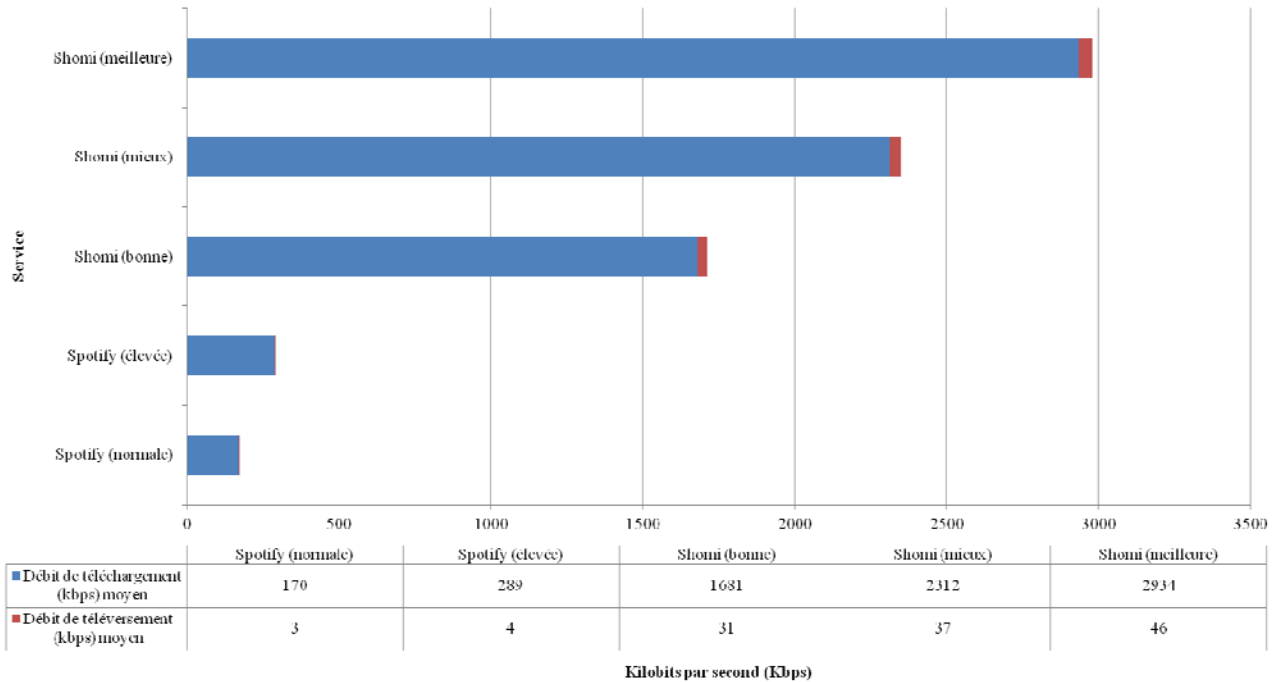
Les graphiques 5.3.9 et 5.3.10 illustrent les exigences relatives aux vitesses d'accès Internet pour un certain nombre de services en ligne courants, que ce soit sur des réseaux filaires ou sans fil. Ils précisent les débits de données moyens de téléchargement et de téléversement requis par chaque service. Certains services ne permettent pas de sélectionner la qualité et/ou la vitesse, mais ajustent plutôt leur qualité de manière automatique. Voir l'annexe 10 pour plus de détails.

Graphique 5.3.9 Débits de données moyens (vitesses) de certains services fournis par une connexion Internet sur la large bande filaire, 2014



Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Graphique 5.3.10 Débits de données moyens de certains services fournis par une connexion Internet sur large bande sans fil, 2014

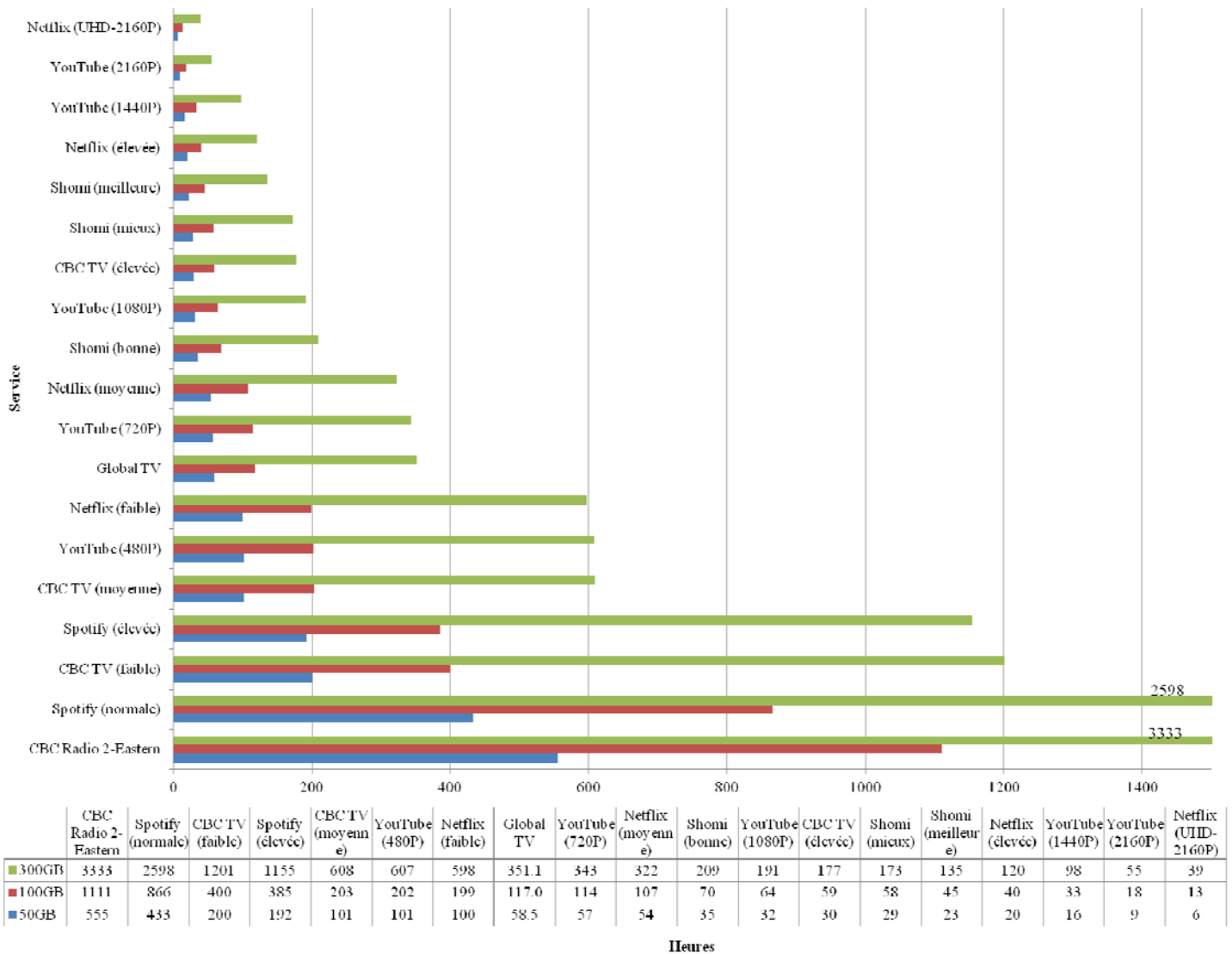


Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Limite de données

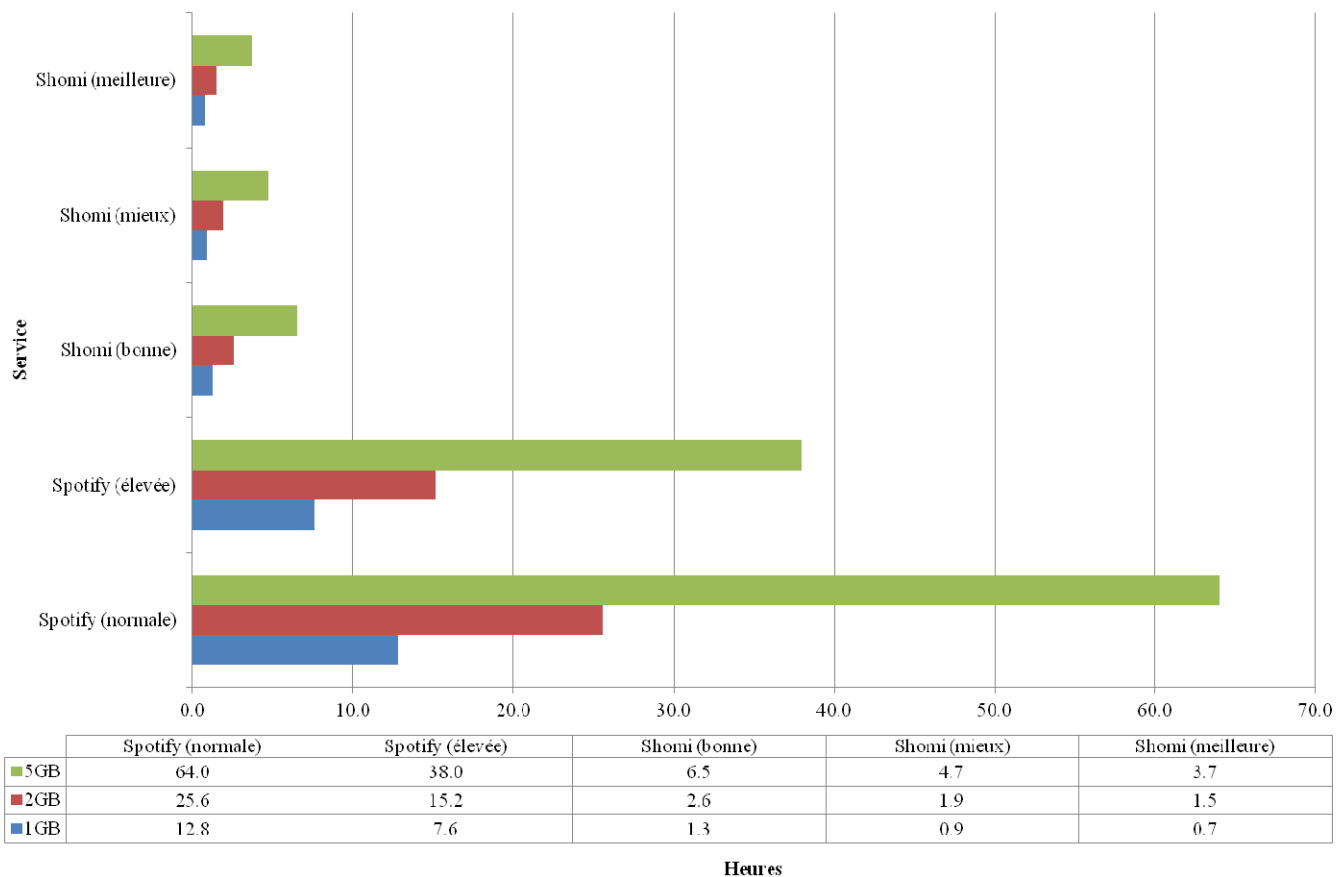
Les graphiques 5.3.11 et 5.3.12 illustrent, d’après l’information des tableaux précédents, le nombre d’heures que l’on peut utiliser pour chaque service avant d’atteindre les différentes limites d’utilisation. Le graphique 5.3.11 indique les limites mensuelles d’utilisation courante sur la large bande filaire et le graphique 5.3.12 indique les limites mensuelles d’utilisation courante sur la large bande sans fil.

Graphique 5.3.11 Nombre d’heures d’utilisation de la large bande filaire mensuel avant d’atteindre divers seuils de capacité, par service



Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Graphique 5.3.12 Nombre d’heures d’utilisation de la large bande sans fil mensuel avant d’atteindre divers seuils de capacité, par service



Source : Centre de ressources en technologie CRTC

Bien que certains services offrent aux consommateurs divers choix de qualité de diffusion (et par là-même un certain contrôle sur leur consommation de données), d’autres services tentent de maintenir automatiquement la plus haute qualité possible, ce qui se traduit généralement par une plus forte consommation de données. Pour connaître sa consommation de données sur une certaine période, l’utilisateur final peut adopter différentes approches, selon le type de réseau. Pour les connexions à large bande filaire et sans fil, les FST fournissent normalement des outils de mesure de consommation et un système d’alerte automatique lorsque l’utilisateur approche de sa limite maximale. Ceux qui n’ont pas accès à de tels outils peuvent utiliser des applications de tiers.

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

h) Principaux indicateurs
Le calcul de large bande

La disponibilité de la large bande est calculée en se servant des données fournies par les FSI. Les points de desserte sont considérés desservis si les îlots de diffusion relèvent de la couverture de la large bande. Les données ne tiennent pas compte des enjeux de capacité ou des enjeux en lien avec la ligne de vise.

Cette information n'a pas pris en compte les vitesses de téléversement. L'exigence des vitesses de téléversement de 1 Mbps dans la catégorie de 5 Mbps aura une incidence sur les résultats.

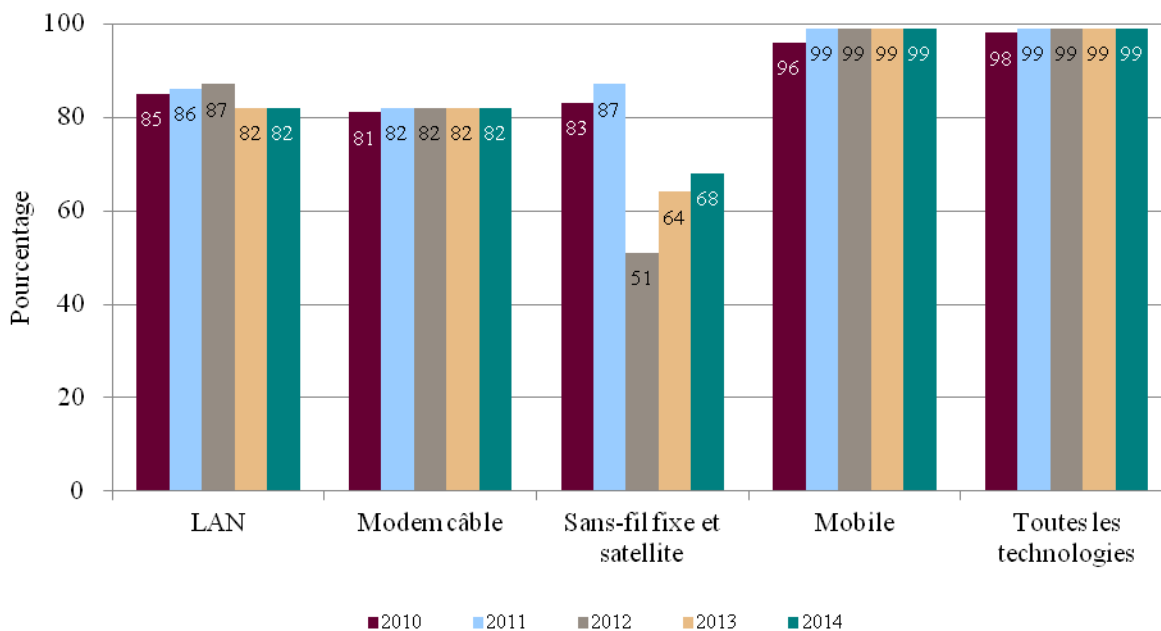
Tableau 5.3.11 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

Plateforme	Disponibilité (% des ménages)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Large bande mobile					
3G/équivalent 3G	98	99	99	99	99
HSPA+	96	99	99	99	99
LTE	n.d.	45	72	81	93
Large bande filaire					
LAN	85	86	87	82	82
Modem câble	81	82	82	82	82
Sans-fil fixe	82	86	50	63	68
IPTV	22	34	45	56	65
Satellite numérique	National	National	National	National	National

Source : Données recueillies par le CRTC

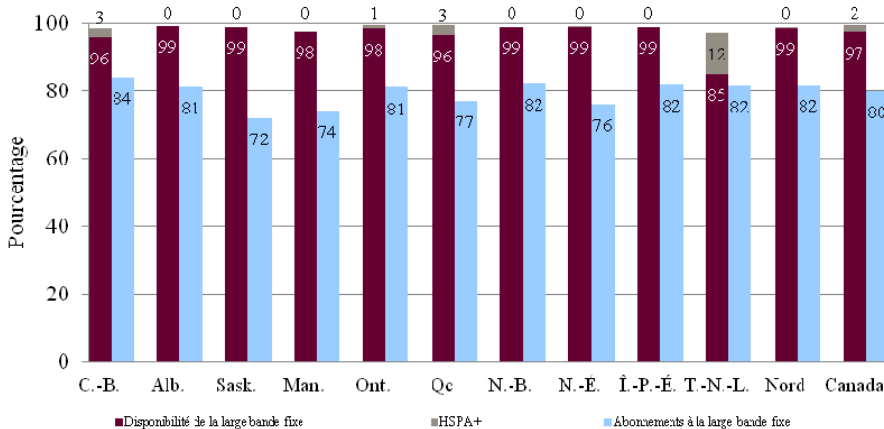
Toutes les technologies à large bande ne sont pas disponibles partout au Canada. Ce tableau énumère les divers types de technologies à large bande filaires et sans fil (ainsi que la télévision par protocole Internet [IPTV] et les technologies numériques par satellite). Il indique aussi le pourcentage de ménages, à l'échelle nationale, qui pouvaient accéder à ces technologies, des années 2010 à 2014. La baisse de disponibilité des services fixes sans fil en 2012 et celle des services LAN en 2013 sont attribuables respectivement à la désactivation du réseau Inukshuk et au déploiement de la technologie des fibres.

Graphique 5.3.13 Disponibilité de la large bande (% des ménages)



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

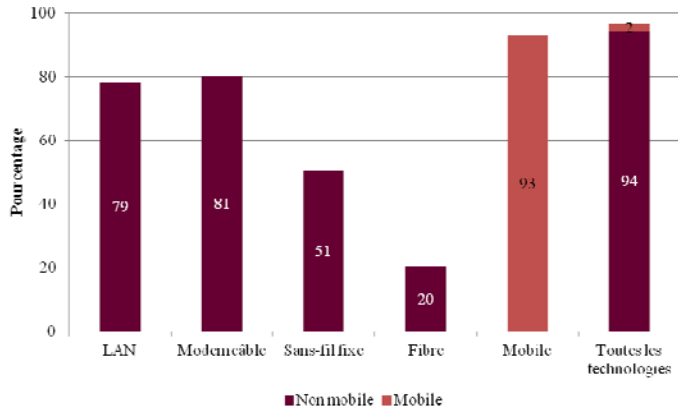
Graphique 5.3.14 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire, 2014



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

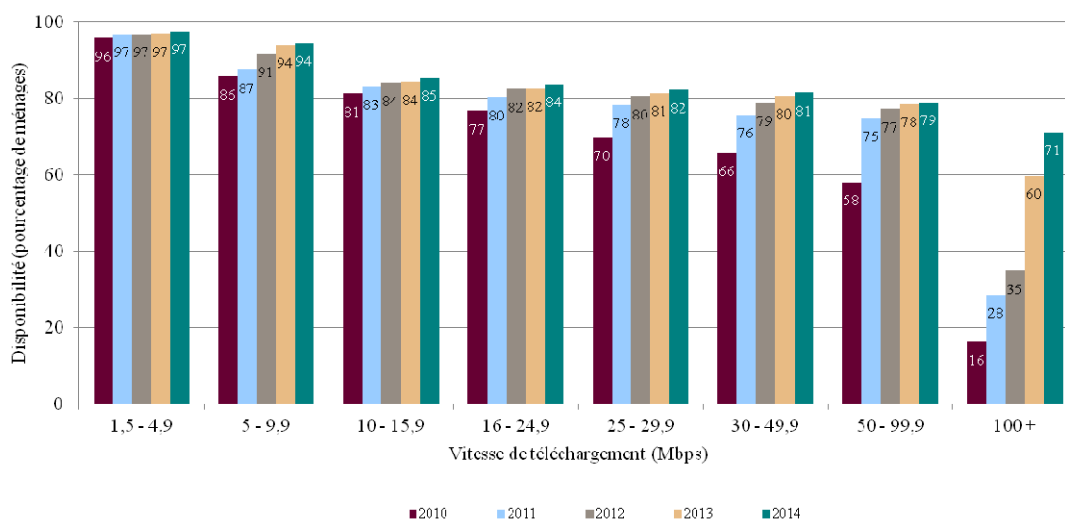
La disponibilité et les taux d'abonnement à la large bande varient d'une province à l'autre. Les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Saskatchewan ont des arrangements pour fournir des services de large bande via satellite selon des modalités similaires aux services filaires. Le service HSPA+ à l'Île-du-Prince-Édouard est disponible aux ménages qui n'ont pas accès à d'autres moyens de connectivité de large bande selon des modalités équivalentes aux services filaires. Ces arrangements sont pris en considération dans les barres illustrant la disponibilité de la large bande fixe dans ce graphique. Les données relatives à la disponibilité excluent les services à large bande par satellite, alors que les données relatives aux abonnements incluent les services par satellite. Le service HSPA+ indiqué dans le graphique démontre l'apport de la technologie HSPA+ dans le calcul des taux de disponibilité.

Graphique 5.3.15 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages), 2014



Sources : Données recueillies par le CRTC

Avec la large bande, les ménages canadiens ont accès à des vitesses de téléchargement d’au moins 5 Mbps sur toute une variété de plateformes. Ce graphique donne les taux de disponibilité des services d’accès à large bande par LAN, modem câble, sans-fil fixe, fibre optique et technologies mobiles, ainsi que le taux de disponibilité de toutes les technologies à cette vitesse. Les services par satellite sont exclus; ils n’augmenteraient que d’environ 1,5 % à la disponibilité des services à large bande de 5 Mbps.

i) *Disponibilité de la large bande*
Graphique 5.3.16 Disponibilité de la large bande, par vitesse (% des ménages)


Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

La disponibilité des services à large bande à des vitesses supérieures a connu une expansion au Canada. Ce graphique exclut les données des technologies sans fil et par satellite.

Tableau 5.3.12 Disponibilité de la large bande à l'échelle nationale, par vitesse et nombre de plateformes (% des ménages), 2014

Nombre de plateformes	1,5 Mbps et plus	5,0 Mbps et plus	10,0 Mbps et plus	16,0 Mbps et plus	25,0 Mbps et plus	30,0 Mbps et plus	50,0 Mbps et plus	100 Mbps et plus
1	3	6	19	20	21	23	50	63
2	10	10	56	59	56	54	29	9
3	34	43	10	5	5	5	0	0
4	53	38	0	0	0	0	0	0
	99	96	85	84	82	81	79	71

Source : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le pourcentage des ménages de l'ensemble du pays qui ont accès aux technologies à large bande à différentes vitesses et sur quatre plateformes : LAN/fibre, modem câble, sans-fil fixe et mobile (HSPA+ et LTE). À une extrémité du spectre de disponibilité, on a quatre plateformes à large bande à des vitesses d'au moins 5 Mbps auxquelles 96 % des ménages canadiens peuvent accéder. À l'autre extrémité, on a deux plateformes à large bande à une vitesse de plus de 100 Mbps accessibles à 9 % des ménages canadiens.

Les effets de liaison de lignes (utilisation de plus qu'une ligne pour fournir un service) sur les LAN ne sont pas inclus dans cette analyse. Ceci affecte principalement les vitesses de 50,0 Mbps et plus.

Le total indiqué au bas de chaque colonne indique le pourcentage de ménages canadiens ayant accès aux vitesses inscrites dans la même colonne. Ce tableau exclut les données des technologies par satellite.

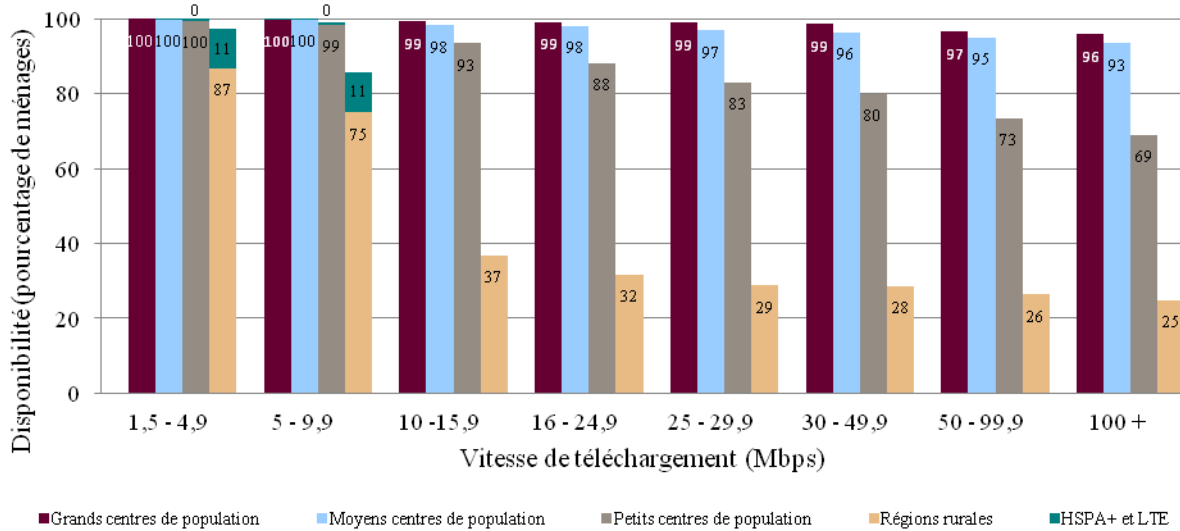
Tableau 5.3.13 Disponibilité de la large bande, par vitesse et par province et territoire (% des ménages), 2014

Province	1,5-4,9 Mbps	1,5-4,9 Mbps avec HSPA+	5-9,9 Mbps	5-9,9 Mbps avec LTE	10-15,9 Mbps	16-24,9 Mbps	25 Mbps ou plus
Colombie-Britannique	96	98	93	96	91	90	88
Alberta	99	99	98	99	86	85	81
Saskatchewan	99	99	88	88	74	60	58
Manitoba	98	99	95	95	77	69	69
Ontario	98	99	97	99	87	86	86
Québec	96	99	94	96	85	83	81
Nouveau-Brunswick	99	99	90	95	83	83	83
Nouvelle-Écosse	99	99	87	95	84	83	81
Île-du-Prince-Édouard	99	99	77	99	62	60	53
Terre-Neuve-et-Labrador	85	97	82	90	71	71	63
Yukon	99	99	96	96	69	62	60
Territoires du Nord-Ouest	97	97	91	91	76	50	42
Nunavut	99	99	33	33	0	0	0

Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

Toutes les régions du pays n'ayant pas le même accès aux technologies à large bande, ce tableau indique leur disponibilité selon les régions, par province et par territoire en 2014. Étant donné que les services par satellite sont des services de couverture nationale, ils sont exclus de ce tableau.

Graphique 5.3.17 Disponibilité de la large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages), 2014



Sources : Industrie Canada et données recueillies par le CRTC

La disponibilité de la large bande est différente dans les centres urbains et dans les communautés rurales du Canada, surtout en ce qui a trait aux technologies offrant des vitesses de téléchargement plus élevées. Ce tableau montre le pourcentage des ménages canadiens ayant accès aux services à large bande dans des grands, des moyens et des petits centres urbains ainsi que dans des communautés rurales.

Les petits centres ont une population de 1 000 à 29 000 habitants. Les centres moyens comptent de 30 000 à 99 999 habitants et les grands centres comptent plus de 100 000 habitants. 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 1 000 personnes.

Les sections intitulées HSPA+ et LTE montrent l'apport de ces technologies sur chaque barre.

Les services par satellite sont exclus.

Table 5.3.14 Adoption des diverses technologies vidéo au Canada

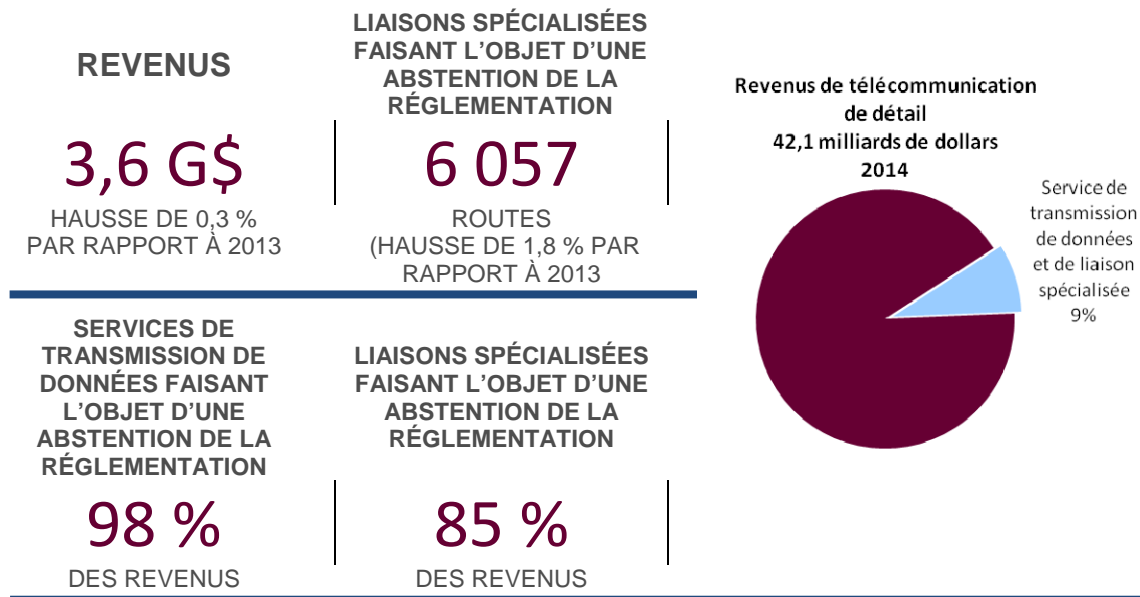
	Adoption (%)				
	2010	2011	2012	2013	2014
Télé sur Internet					
Anglophones	31	34	38	42	47
Francophones	26	33	34	39	42
Vidéo sur Internet avec téléphone cellulaire/intelligent					
Anglophones	9	12	14	23	38
Francophones	4	8	8	16	27
Internet avec tablette					
Anglophones	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	23	33	44
Francophones	<i>s.o.</i>	<i>s.o.</i>	14	25	37
Vidéo sur Internet avec tablette					
Anglophones	<i>s.o.</i>	6	12	20	26
Francophones	<i>s.o.</i>	3	7	16	25

Source : OTM 2010-2014 (Répondants canadiens âgés de 18 ans et plus)

Ce tableau indique le taux d'adoption ainsi que la croissance, d'une année à l'autre, des diverses technologies vidéo chez les consommateurs canadiens. Au cours des dernières années, la popularité de la diffusion de vidéos et d'émissions de télévision sur des appareils portatifs personnels a grandement augmenté.

5.4 Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail

Aperçu 5.4.0 Principaux indicateurs du secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail



Les services de transmission de données et de liaison spécialisée s'entendent des services que les fournisseurs de services de télécommunication (FST) vendent aux clients d'affaires pour la transmission du trafic de données, du trafic vidéo et/ou du trafic voix. Ces voies de transmission assurent des communications privées et très sécurisées entre les endroits.

En 2014, environ 191 entités offraient des services de transmission de données et de liaison spécialisée aux entreprises canadiennes. Les fournisseurs de services de télécommunication titulaires (FST titulaires ou fournisseurs titulaires) représentaient environ 15 % de ces entités; les autres fournisseurs de services, notamment les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs, représentaient le reste, soit 85 %.

Les services de données sont des services de transmission par paquets qui transfèrent de manière intelligente les données sur les réseaux des entreprises. Pour acheminer les données, ces services utilisent a) de nouveaux protocoles de données comme Ethernet et IP ou b) des protocoles traditionnels comme X.25, le mode de transfert asynchrone (MTA) et le relais de trame.

Ces services sont offerts par les FST titulaires dans leur territoire d'exploitation et par les concurrents, ces derniers détenant environ 43 % du marché total, incluant la gestion et

l'équipement du réseau. Il importe de souligner que les entreprises de câblodistribution utilisent de plus en plus les protocoles modernes dans leurs activités.

Dans le secteur des liaisons spécialisées, les FST titulaires dans leur territoire d'exploitation dominant le marché. Parmi les autres fournisseurs de services, les exploitants indépendants constituent la plus grande catégorie de fournisseurs.

a) *Revenus*

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

	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%) 2010-2014</i>
Transmission de données						
Protocoles de données	1 740	1 833	1 893	1 917	1 952	2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,2	5,3	3,3	1,2	1,8	
Autres	654	732	796	832	857	7,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,1	11,9	8,7	4,6	3,0	
Total des protocoles de données et des autres	2 394	2 565	2 689	2 749	2 809	4,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	1,2	7,1	4,9	2,2	2,2	
Liaison spécialisée	807	751	793	834	784	-0,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-4,2	-7,0	5,6	5,2	-6,0	
Total des services de transmission de données et de liaison spécialisée	3 201	3 316	3 482	3 583	3 593	2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,2	3,6	5,0	2,9	0,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée pour 2010 à 2014. Les services de transmission de données sont divisés en deux catégories : a) les services qui utilisent les protocoles de données comme Ethernet, IP, X.25, MTA ou le relais de trames ou b) les autres services comme la gestion et l'équipement du réseau.

Tableau 5.4.2 Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Nouveaux protocoles						
Ethernet	451,4	478,6	482,7	483,0	464,7	0,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-6,4	6,0	0,9	0,1	-3,8	
IP	995,9	1 124,4	1 189,7	1 217,9	1 284,1	6,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	14,4	12,9	5,8	2,4	5,4	
Autres protocoles	118,9	125,9	154,0	167,3	170,9	9,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,9	5,7	22,3	8,6	2,2	
Total – Nouveaux protocoles	1 566,2	1 728,9	1 826,4	1 868,1	1 919,8	5,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	5,9	10,4	5,6	2,3	2,8	
Protocoles traditionnels	173,6	103,6	67,1	48,9	32,4	-34,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-34,3	-40,3	-35,3	-27,1	-22,1	
Total – Protocoles de transmission de données	1 740,0	1 832,5	1 893,4	1 917,0	1 952,1	2,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,2	5,3	3,3	1,2	1,8	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services de transmission de données de détail gagnés par les fournisseurs de services. Ces services sont classés selon qu'ils utilisent a) les nouveaux protocoles de données comme Ethernet ou IP ou b) les protocoles traditionnels comme X.25, MTA ou le relais de trames. Le tableau illustre la croissance des revenus entre 2010 et 2014.

Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions \$)

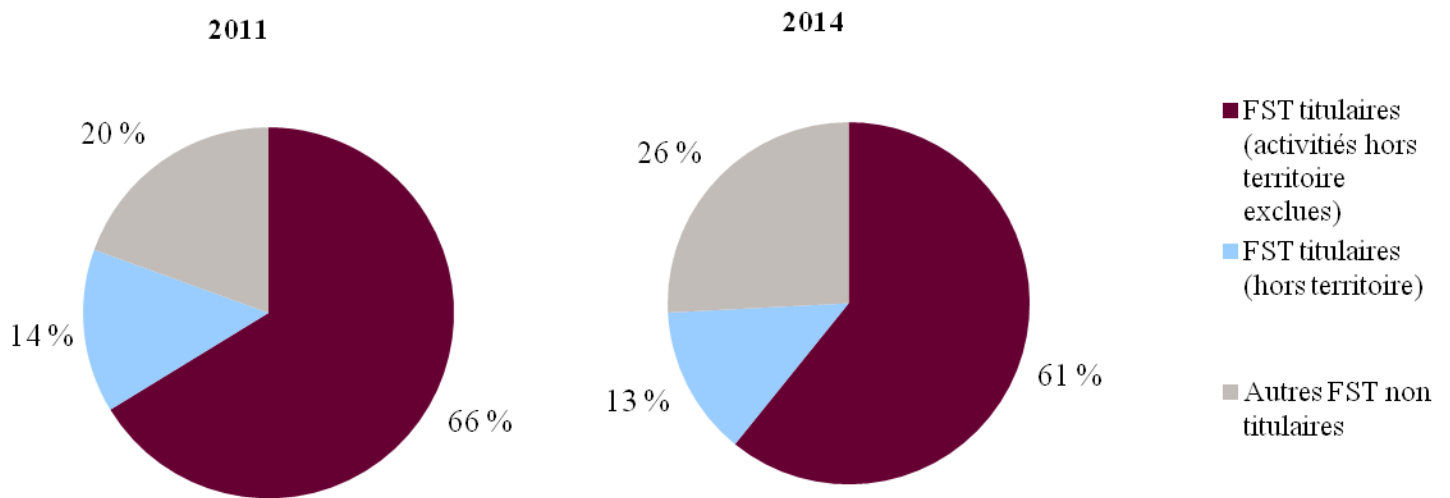
	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	681	625	610	641	593	-3,4
<i>Croissance (%)</i>	4,9	-8,2	-2,4	5,0	-7,5	
Autres FST						
FST titulaires (hors territoire)	53	45	41	42	41	-6,5
<i>Croissance (%)</i>	-52,9	-15,7	-8,0	1,6	-2,9	
Entreprises de câblodistribution	34	48	49	54	61	15,3
<i>Croissance (%)</i>	-25,3	39,7	2,3	9,7	12,9	
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	38	33	92	97	90	23,5
<i>Croissance (%)</i>	12,2	-14,8	183,2	5,4	-7,8	
Total des autres FST	126	125	183	193	191	11,0
<i>Croissance (%)</i>	-34,8	-0,3	45,6	5,7	-1,0	
Total des services de liaison spécialisée	807	751	793	834	784	-0,7
<i>Croissance (%)</i>	-4,2	-7,0	5,6	5,2	-6,0	

Source : Données recueillies par le CRTC

b) Environnement concurrentiel

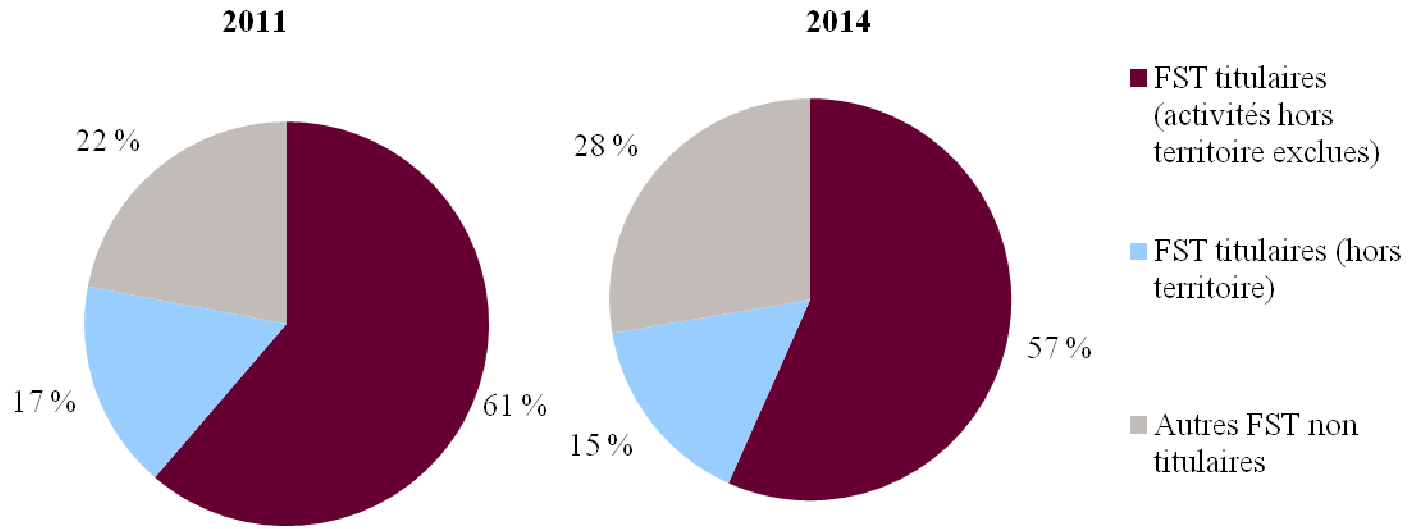
Les FST titulaires comptent pour environ 15 % de l'ensemble des entités qui fournissent des services de transmission de données et de liaison spécialisée, mais ils recueillent 74 % des revenus de détail qui en découlent. Les entreprises de câblodistribution, d'autres entreprises et les revendeurs, qui représentent 85 % des entités, réalisent 26 % des revenus de détail.

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



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.4.2 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par type de FST (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.4.4 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par FST et par type de protocole utilisé (%)

	2010	2011	2012	2013	2014
Nouveaux protocoles de transmission de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	57	52	48	49	48
Autres FST					
FST titulaires (activités hors territoire)	18	20	19	17	18
Entreprises de câblodistribution	4	7	10	12	12
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	21	21	23	22	22
Total – Autres FST	43	48	52	51	52
Protocoles de transmission de données traditionnels					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	56	61	55	53	55
Autres FST	-	-	-	-	-
FST titulaires (activités hors territoire)	-	-	-	-	-
Entreprises de câblodistribution	-	-	-	-	-
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	-	-	-	-	-
Total – Autres FST	44	39	45	47	45
Ensemble des protocoles de transmission de données					
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	57	52	48	49	48
Autres FST	-	-	-	-	-
FST titulaires (activités hors territoire)	-	-	-	-	-
Entreprises de câblodistribution	-	-	-	-	-
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	-	-	-	-	-
Total – Autres FST	43	48	52	51	52

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le pourcentage des revenus tirés des services de détail récoltés par les fournisseurs de services au moyen de protocoles de données nouveaux et traditionnels; d'autres FST ont des revenus supérieurs à ceux des FST titulaires depuis 2012 de façon globale et de façon particulière avec les nouveaux protocoles de données. Les FST titulaires continuent à obtenir la majorité des revenus tirés des services de données traditionnels dans leur territoire de desserte. Lorsqu'on considère l'ensemble des services, y compris la gestion et l'équipement du réseau, les activités des FST titulaires dans leur territoire de desserte continuent à être dominantes comme le montre le graphique 5.4.2.

En raison des changements apportés aux rapports des entreprises en 2010 et en 2011, les résultats des FST titulaires en ce qui concerne leurs activités hors territoire ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes. De plus, avant 2010, ces FST ne distinguaient pas dans leurs rapports les revenus provenant des services de transmission de données utilisant d'autres protocoles. L'incidence sur les résultats de 2010 n'est toutefois que d'au plus 2 %.

Tableau 5.4.5 Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%)

	2010	2011	2012	2013	2014
FST titulaires (activités hors territoire exclus)	84	83	77	77	76
Autres FST					
FST titulaires (activités hors territoire)	7	6	5	5	5
Entreprises de câblodistribution	4	6	6	6	8
Autres FST (à l'exclusion des entreprises de câblodistribution)	5	4	12	12	11
Autres FST	16	17	23	23	24

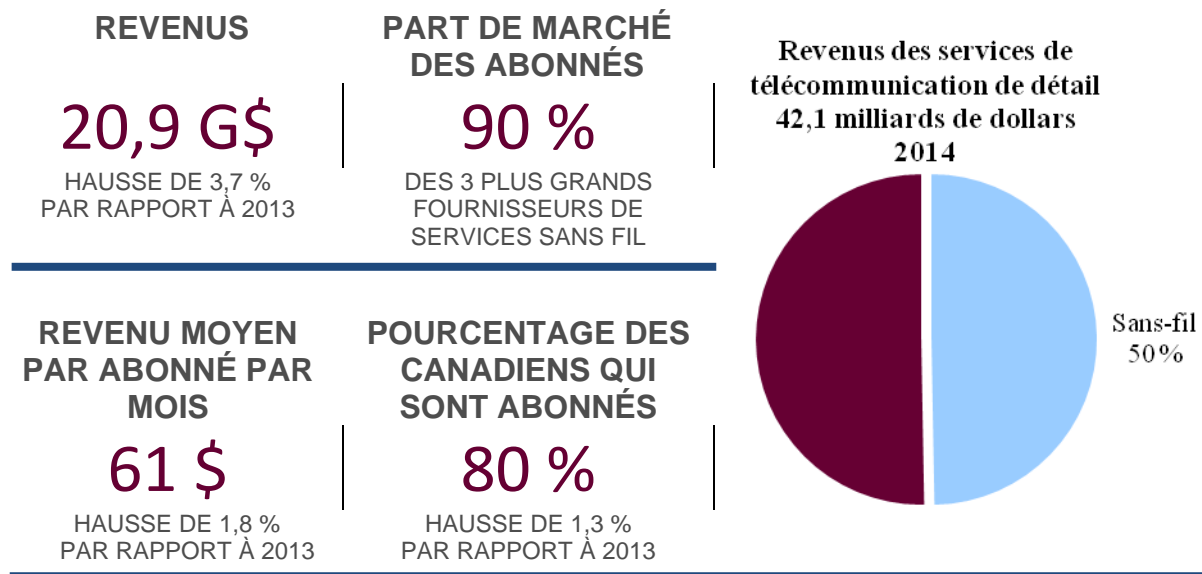
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente la part des revenus des FST titulaires qui fournissent leurs services à leurs clients d'affaires, à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs territoires, et celle des autres FST (c.-à-d. les entreprises de câblodistribution, les compagnies de téléphone de services publics et les revendeurs) de 2010 à 2014. Les FST titulaires continuent de dominer ce type de services.

En raison des changements apportés aux rapports des entreprises en 2010 et en 2011, les résultats des FST titulaires en ce qui concerne leurs activités hors territoire ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes. De plus, compte tenu des nouveaux rapports déposés par les autres FST, les résultats de 2012 ne peuvent être comparés à ceux des années précédentes.

5.5 Secteur des services sans fil de détail

Aperçu 5.5.0 Principaux indicateurs du secteur des services sans fil de détail



Le marché des services sans fil est demeuré le marché des communications le plus grand et celui qui connaît la plus grande croissance, affichant des revenus de 20,9 milliards de dollars et un taux de croissance de 3,7 % en 2014.

Les réseaux sans fil du Canada permettent aux Canadiens d'accéder à des services qui sont comparables à des services filaires. Les fournisseurs de services sans fil (FSSF) fournissent des services de voix, données, Internet et vidéo. La mobilité et le prix sont des facteurs qui tendent à faire la différence pour ces services. D'après des données statistiques de OTM, les trois activités les plus populaires chez les Canadiens propriétaires d'un téléphone intelligent étaient les messages textes, l'accès Internet et le courriel. Actuellement, les services sans fil sont plutôt acquis comme un service individuel que comme un service partagé dans les ménages.

Les réseaux sans fil couvrent approximativement 20 % de l'étendue géographique du Canada et desservent 99 % des Canadiens. Le réseau sans fil évolué qui supporte les appareils comme les téléphones intelligents, les tablettes et les clés turbo est également accessible à 99,3 % des Canadiens. Le réseau d'évolution à long terme (LTE), qui permet des vitesses supérieures à celles des réseaux des générations antérieures, est offert à environ 92,8 % des Canadiens. En 2014, non seulement ces réseaux desservaient plus de 28,8 millions d'abonnés canadiens, mais plus de 2,6 millions de connexions machine-machine (M2M) ont été signalés en 2014.

Outre les réseaux sans fil évolués comme les réseaux LTE, qui fournissent un accès Internet à large bande, les fournisseurs de services sans fil ont mis en place des points d'accès Wi-Fi accessibles au public partout au pays pour atteindre plus de 14 000 points d'accès à la fin de

2014 (nombre de points d'accès Wi-Fi gratuits et payants signalés en 2014). Grâce à ceux-ci, les Canadiens ont eu une méthode additionnelle d'accéder à des services de voix et de données sur leurs appareils portatifs et sur d'autres appareils de communication sans fil. Les points d'accès Wi-Fi donnent aussi aux abonnés des services sans fil un moyen de réduire au minimum les frais d'itinérance potentiels.

Au cours des cinq dernières années, le pourcentage des Canadiens qui se sont abonnés à des services sans fil a légèrement augmenté, passant de 79 % à 80 %; toutefois, le taux de croissance a chuté, passant de 7,9 % à 1,5 %. Notons aussi que les Canadiens ont changé la manière dont ils utilisent leurs appareils mobiles, utilisant davantage des données plutôt que des services de voix. L'intérêt des Canadiens pour l'accès aux applications mobiles, aux services multimédias, au réseautage social, à la navigation sur Internet et à d'autres activités exigeantes en données a fait croître les données des services sans fil à plus de 14,9 % en 2014, et en moyenne, à 22,4 % au cours des cinq dernières années.

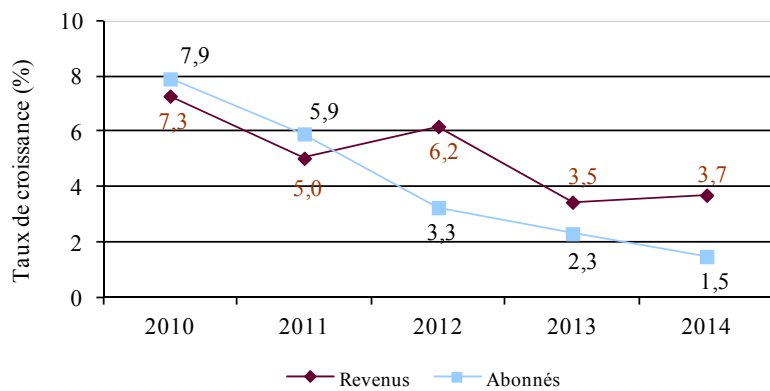
La mise en œuvre du [Code sur les services sans fil](#) en 2013 a fait en sorte que les consommateurs de services sans fil puissent mieux comprendre leurs contrats, a établi des pratiques d'affaires dans l'intérêt des consommateurs et a considérablement limité les frais de résiliation anticipée antérieurement imposés par les fournisseurs de services sans fil de détail; cela a aussi permis aux consommateurs de tirer profit des offres concurrentielles aux moins aux deux ans. Environ 67 % des forfaits postpayés en 2014 faisaient l'objet d'un contrat d'au plus deux ans comparativement à 44 % en 2013. Les Canadiens peuvent s'attendre à ce que ce pourcentage continue d'augmenter au fur et à mesure que les FSST adaptent leurs forfaits pour respecter les règles que prévoit le Code sur les services sans fil.

En matière de choix de fournisseurs, les Canadiens ont été desservis par trois grands FSSF nationaux, qui comptaient ensemble pour 90 % des abonnés des services sans fil. Plusieurs petits FSSF régionaux, dotés d'installations et quelques exploitants de réseaux virtuels mobiles et revendeurs comptaient pour les 10 % restants. Dans les centres urbains et les communautés rurales, les Canadiens pouvaient généralement choisir entre deux à six FSSF. Ces dernières années, le gouvernement du Canada a entrepris bon nombre de mesures pour favoriser la concurrence dans le marché des services sans fil de sorte que les Canadiens puissent bénéficier d'un choix accru, de prix inférieurs et d'un service amélioré.

En 2014, les fournisseurs de services sans fil ont investi 7,5 milliards de dollars dans leur infrastructure de réseaux sans fil. Le montant des dépenses en immobilisations pour les services sans fil a fait un bond en avant suite à la mise aux enchères dans la bande de 700 MHz effectuée par Industrie Canada. Le montant des dépenses en immobilisations, exprimé sous la forme d'un pourcentage des revenus totaux des services sans fil, ou l'intensité de capital, a connu une hausse de 34 % comparativement à 11 % en 2013.

a) *Revenus*

Graphique 5.5.1 Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des services sans fil (excluant les services de téléappel)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des FSSF de 2010 à 2014. La croissance des revenus des services sans fil a été relativement constante entre 2010 et 2012, à 5 à 7 %, même si la croissance des abonnements a ralenti. En 2014, le taux de croissance des revenus des services sans fil a augmenté légèrement à 3,7 % et le taux de croissance des abonnements a descendu à 1,5 %, soit le taux le plus faible en 10 ans.

Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Services sans fil	17 487,4	18 368,6	19 504,8	20 179,3	20 927,9	4,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,3	5,0	6,2	3,5	3,7	
Services de téléappel	41,9	38,2	21,8	18,4	17,3	-19,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-13,0	-9,0	-42,8	-15,6	-6,3	
Revenus – Total	17 529,3	18 406,7	19 526,6	20 197,7	20 945,2	4,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,2	5,0	6,1	3,4	3,7	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre la croissance des revenus des marchés de services sans fil et de téléappel de 2010 à 2014. On observe un déclin des revenus des services de téléappel, lesquels ont fait leur apparition avant les services de communication vocale sans fil.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014	
Téléphonie de base	10 285,0	9 816,5	9 486,8	8 818,7	8 665,5	-4,2	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,1	-4,6	-3,4	-7,0	-1,7		
Interurbain	1 275,9	1 286,2	1 255,6	1 160,3	880,4	-8,9	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,2	0,8	-2,4	-7,6	-24,1		
Téléappel	41,9	38,2	21,8	18,4	17,3	-19,9	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-13,0	-9,0	-42,8	-15,6	-6,3		
Équipement terminal et appareils portatifs	1 159,0	1 401,9	1 532,8	1 501,5	1 673,7	9,6	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	4,8	21,0	9,3	-2,0	11,5		
Données, itinérance et autres	Données	3 866,1	5 046,1	6 233,2	7 546,1	8 672,6	22,4
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	29,0	30,5	23,5	21,1	14,9	
Données, itinérance et autres	Itinérance et autres	901,4	817,8	996,3	1 152,8	1 035,7	3,5
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	25,2	-9,3	21,8	15,7	-10,2	
Total	Données, itinérance et autres – Total	4 767,5	5 863,9	7 229,5	8 698,8	9 708,3	19,5
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	28,3	23,0	23,3	20,3	11,6	
Total	17 529,3	18 406,7	19 526,6	20 197,7	20 945,2	4,6	
<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,2	5,0	6,1	3,4	3,7		

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les diverses composantes des revenus des services sans fil de 2010 à 2014. Ces composantes incluent la communication vocale, l'interurbain, le téléappel, l'équipement, les données, l'itinérance et autres. Les revenus du service de télévision mobile sont inclus dans les revenus des données

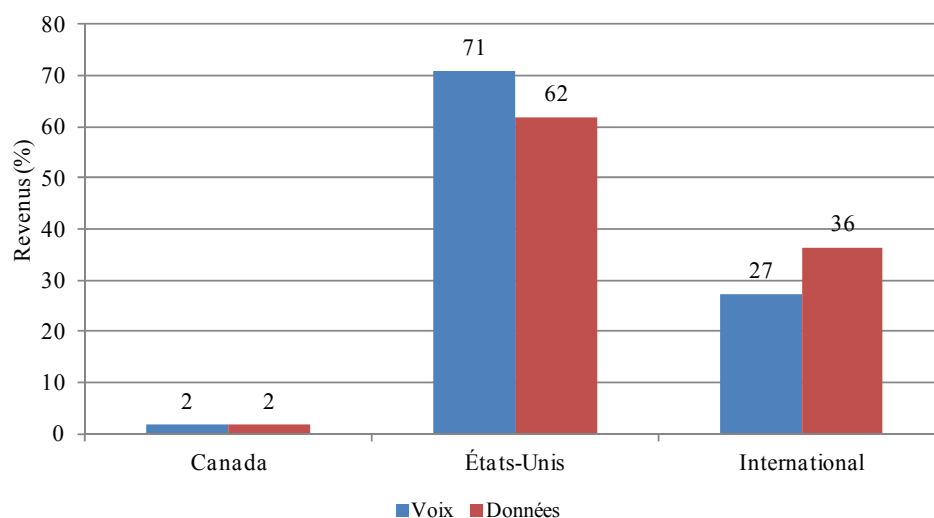
Tableau 5.5.3 Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC(%) 2010- 2014
Services prépayés	1 042,9	978,2	877,3	790,4	877,3	-5,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	-6,2	-10,3	-9,9	11,0	
Services postpayés	14 296,2	14 957,3	15 762,3	16 303,6	17 179,5	6,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	4,6	5,4	3,4	5,4	
Total	15 339,1	15 935,5	16 639,6	17 094,0	18 056,8	5,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>s.o.</i>	3,9	4,4	2,7	5,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens peuvent choisir des services sans fil prépayés ou postpayés. Avec les services prépayés, une part importante des services et de l'utilisation est payée d'avance alors qu'avec les services postpayés, le paiement d'une part importante des services et de l'utilisation se fait après consommation du service.

Ce tableau indique les revenus et la croissance des revenus des services sans fil prépayés et postpayés de 2010 à 2014.

Graphique 5.5.2 Revenus d'itinérance par type et par destination, 2014


Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF ont étendu leur couverture dans des régions où ils ne possèdent pas d'installations en concluant des ententes avec d'autres FSSF qui en possèdent et qui offrent le service à leurs utilisateurs finals. Lorsqu'un abonné utilise les installations d'un autre FSSF, on dit qu'il est en itinérance. Ce graphique illustre les revenus d'itinérance en pourcentage à l'intérieur du Canada, aux États-Unis et dans le reste du monde. Dans ce graphique, les revenus tirés du service de messages textes (SMS) et du service de messagerie multimédia (SMM) ont été exclus de la composante de données relative aux revenus.

b) Données relatives aux abonnés
Tableau 5.5.4 Nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC(%) 2010-2014
Abonnés (milliers)	Services sans fil	25 344,6	26 844,3	27 720,6	28 363,8	28 788,9	3,2
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	7,9	5,9	3,3	2,3	1,5	
	Services de téléappel	240,8	219,0	186,3	161,5	146,7	-11,6
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-5,1	-9,0	-14,9	-13,3	-9,1	
RMPU (\$/mois)	Services sans fil	59,68	58,66	59,58	59,97	61,03	0,6
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,8	-1,7	1,6	0,7	1,8	

Source : Données recueillies par le CRTC

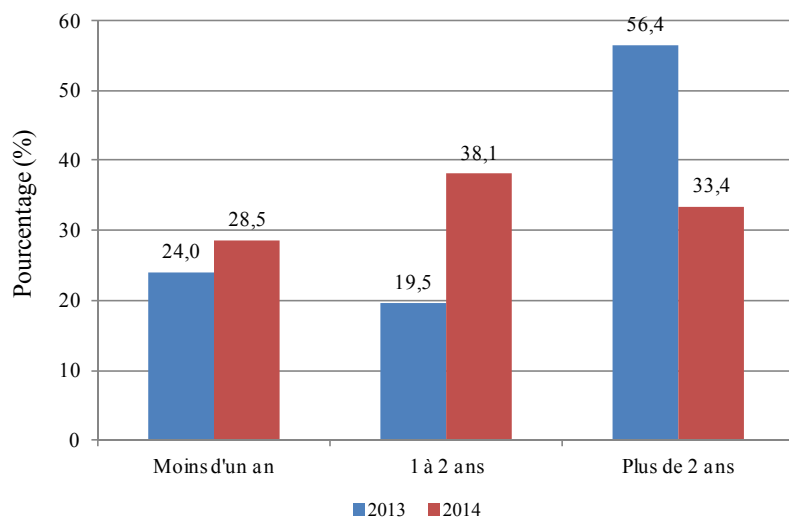
Ce tableau montre la croissance du nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel de 2010 à 2014. De 2010 à 2014, on a observé une baisse du nombre d'abonnés aux services de téléappel, lesquels ont fait leur apparition avant les services de communication vocale sans fil.

Tableau 5.5.5 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil

	2010	2011	2012	2013	2014
Services postpayés	79	78	81	83	86

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2010 à 2014, les Canadiens abonnés aux services sans fil ont préféré les services postpayés.

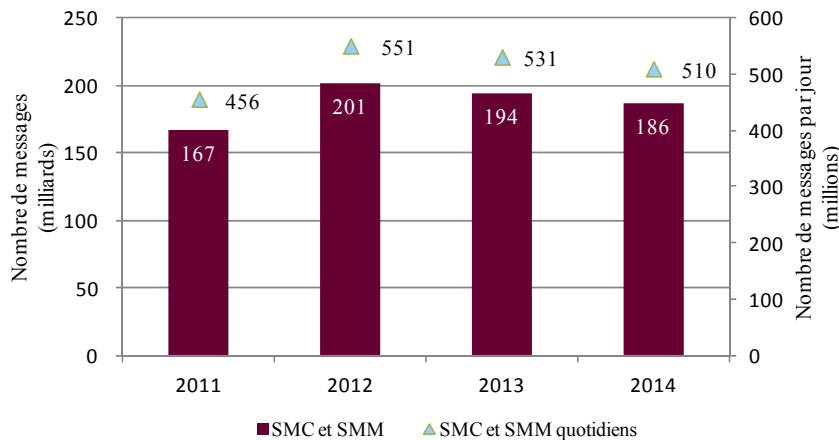
Graphique 5.5.3 Pourcentage des contrats de services sans fil par durée


Ce diagramme montre le pourcentage des forfaits postpayés faisant l'objet d'un contrat de moins d'un an, de un à deux ans et de plus de deux ans.

La mise en œuvre du [Code sur les services sans fil](#) en 2013 a eu pour effet de faire diminuer de façon importante le pourcentage des forfaits postpayés faisant l'objet d'un contrat de plus de deux ans.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.4 Nombre total de messages SMM et SMS



Le service de messages textes (SMS) permet la transmission entre abonnés de textes d'un maximum de 160 caractères.

Le service de messagerie multimédia (SMM) est similaire au SMS mais il permet en plus la transmission de contenu multimédia comme des photos et des vidéos entre les abonnés.

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre la croissance du nombre de messages envoyés et reçus chaque jour et chaque année par les Canadiens via les services de messagerie multimédia (SMM) et les services de messages courts (SMC) de 2010 à 2014. Le nombre total de messages SMS et SMM a été recalculé pour 2010 à 2012 afin d'inclure des estimés pour une entreprise qui n'avait pas été étudiée ces années-là.

Tableau 5.5.6 Utilisation moyenne des données mobiles par mois (Mo/mois)

	2014
Moyenne par abonné	637
Utilisation moyenne par abonné utilisant un appareil portatif évolué	988

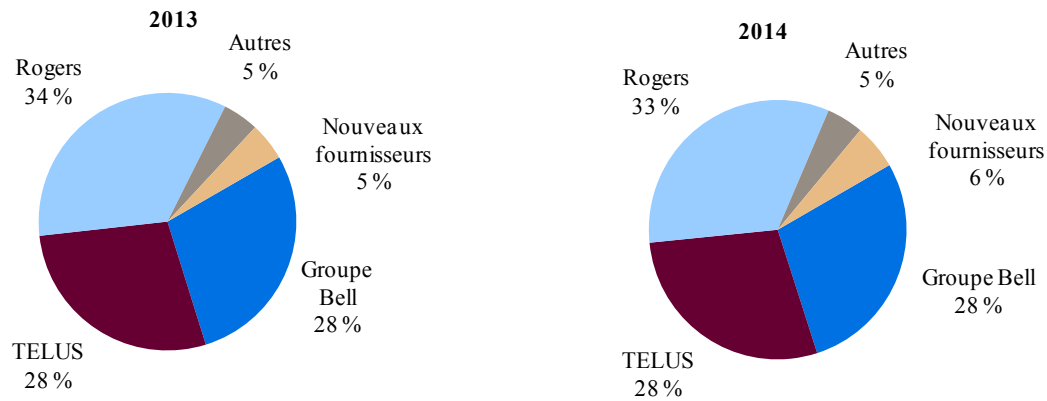
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre l'utilisation moyenne des données mobiles par l'ensemble des abonnés des services de détail et l'utilisation moyenne des données par les abonnés qui possèdent un appareil portatif évolué.

L'utilisation moyenne des données sans fil par abonné et par abonné possédant un appareil portatif évolué a été calculée en divisant l'utilisation totale des données de détail (données de téléversement/données de téléchargement) pour l'année par le nombre moyen d'abonnés au début et à la fin de l'année. Les abonnés à des services de voix et de données et à des forfaits de données seulement ont été classés comme des abonnés possédant des appareils portatifs évolués.

c) *Environnement concurrentiel*

Graphique 5.5.5 Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST



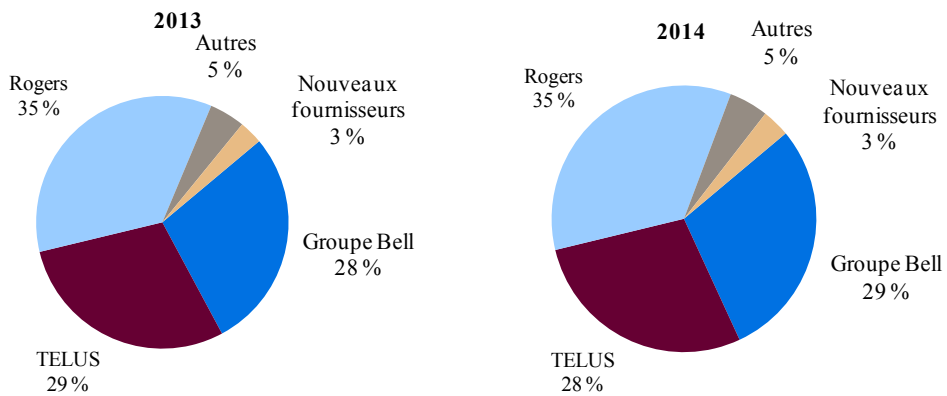
Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent le pourcentage des abonnés aux services sans fil en 2013 et 2014 aux trois principaux fournisseurs de services de télécommunication (FST) canadiens : les compagnies du groupe Bell (groupe Bell), Rogers Communications Partnership (Rogers) et la Société Telus Communications (TELUS). Collectivement, les groupes Bell, Rogers et TELUS représentaient 90 % des abonnés aux services sans fil en 2013 et 2014.

« Autres » incluent des FST comme MTS Allstream, SaskTel et d'autres petits FST. « Nouveaux fournisseurs » 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 et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents de Bell, de TELUS ou de Rogers en 2014. Ces entités incluaient : Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc.; Globalive Wireless Management Corp., exploité sous le nom de WIND Mobile, Vidéotron s.e.n.c. et plus récemment Bragg Communications Inc., exerçant ses activités sous le nom d'EastLink.

Le groupe Bell inclut Bell Canada; Bell Mobilité; Latitude Wireless; NorthernTel, Limited Partnership; Norouestel Mobilité; Télébec, Société en commandite et Virgin Mobile. En 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de TELUS.

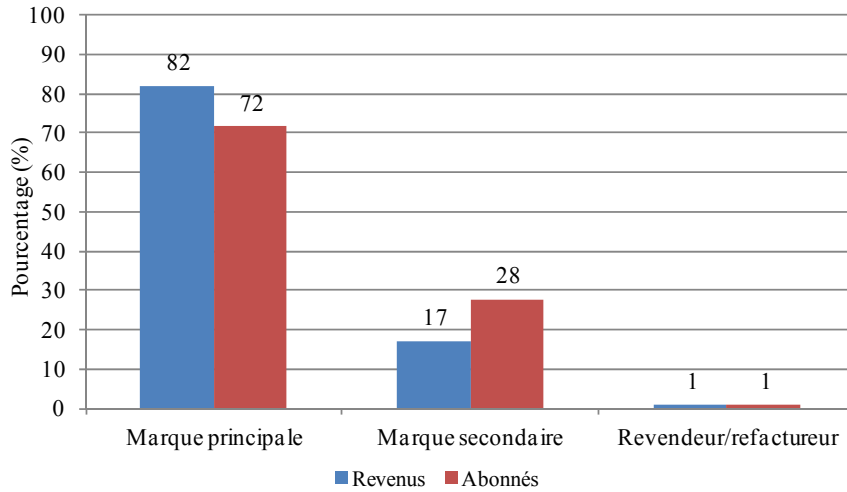
Graphique 5.5.6 Part de marché des revenus des services sans fil des FST



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent le pourcentage des revenus des services sans fil en 2013 et 2014 des trois principaux FST canadiens : les compagnies du groupe Bell (groupe Bell), Rogers Communications (Rogers) et la Société TELUS Communications (TELUS). Collectivement le groupe Bell, Rogers et TELUS représentaient 92 % des revenus des services sans fil en 2013 et 2014.

Graphique 5.5.7 Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refactureurs, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF canadiens mettent en marché leurs services sans fil par l'intermédiaire de marques principales et de marques secondaires. En pénétrant différents segments de marché, les FSSF peuvent différencier leurs offres et éventuellement modifier l'environnement concurrentiel sur les marchés régionaux. Ce graphique illustre les revenus et les abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et à des accords avec des revendeurs/refactureurs.

Les marques secondaires sont des noms de marque créés par des compagnies pour répondre aux besoins spécifiques des consommateurs. Ces noms s'ajoutent à celui de l'entreprise établie ou à la marque principale.

Les marques secondaires sont souvent appelées marques complémentaires. Au Canada, Fido, Solo et Koodo sont des marques complémentaires.

Les revendeurs/refactureurs dépendent largement des grands exploitants dotés d'installations pour l'assemblage, la mise en marché, la facturation et la livraison de leurs services mobiles (ex. PC mobile, Petro-Canada Mobilité et SpeakOut 7-Eleven).

Tableau 5.5.7 Revenu moyen par utilisateur (\$/mois)

	2014
RMPU des trois principaux FSSF	62,0
RMPU des autres FSSF	61,3
RMPU des nouveaux fournisseurs	39,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente le RMPU combiné des trois principaux FSSF comparativement aux nouveaux fournisseurs et aux autres FSSF.

Tableau 5.5.8 Taux de roulement mensuel moyen (%)

	2009	2010	2011	2012	2013
Bell Mobilité	1,9	2,0	1,7	1,6	1,5
Rogers Communications	1,5	1,8	1,8	1,7	1,6
STC	1,6	1,7	1,5	1,4	1,3

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

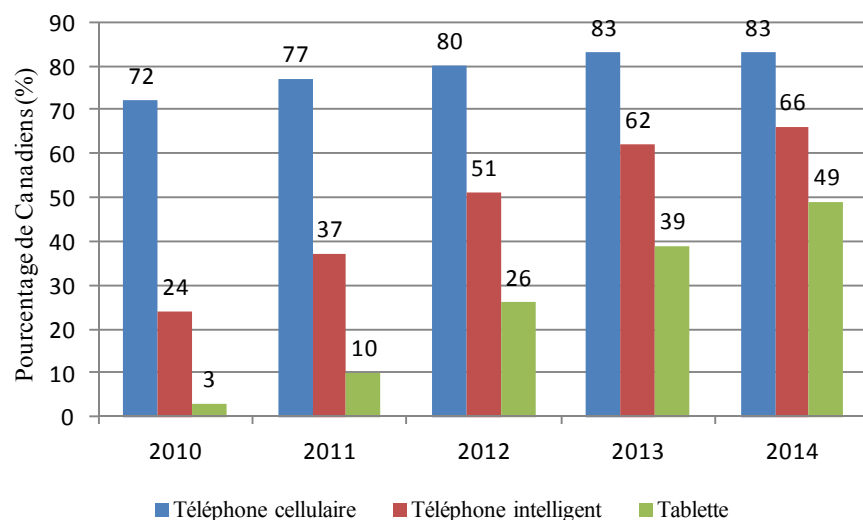
Le taux de roulement moyen est une mesure de la rotation des abonnés. On l'obtient en divisant le nombre d'abonnés qui ont quitté un service sans fil par le nombre total d'abonnés aux services sans fil.

Ce tableau indique le taux de roulement mensuel moyen des trois principaux FSSF de 2010 à 2014. Les clients peuvent quitter leur FSSF pour plusieurs raisons, y compris l'insatisfaction relative au service, les offres de la concurrence et les prix.

d) Indicateurs technologiques

Les tableaux et les graphiques qui suivent illustrent l'adaptation des Canadiens au système de communication numérique. Le nombre d'appareils portatifs évolués, de tablettes et autres appareils sans fil permettant d'accéder à Internet ne cesse d'augmenter et, par là même, d'accroître la demande de capacité pour les services sans fil.

Graphique 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles



Source : OTM 2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique indique le pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes de 2010 à 2014. L'utilisation des téléphones intelligents et des tablettes augmente le volume du trafic de données sur le réseau.

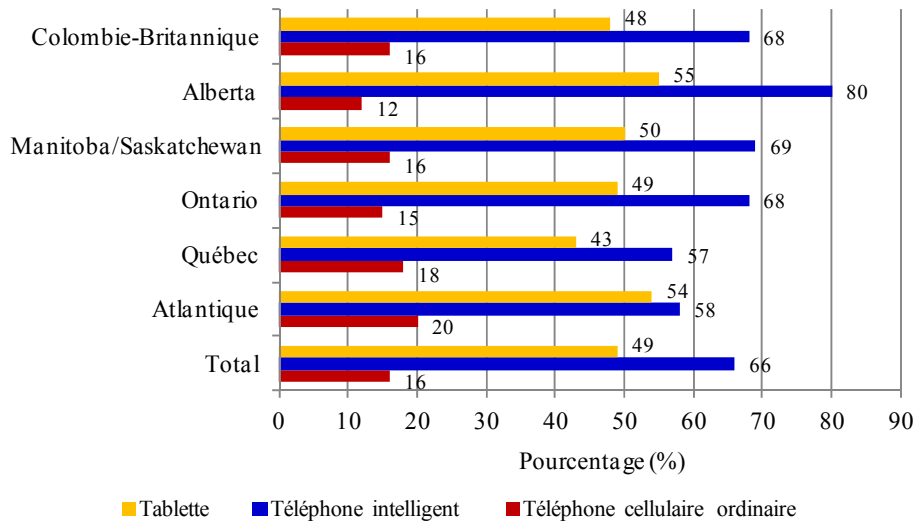
Tableau 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)

Propriété d'appareils mobiles	2010		2011		2012		2013		2014	
	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones
Téléphones cellulaires	74	63	80	67	83	71	86	74	86	75
Téléphones intelligents	27	14	41	26	55	39	66	49	69	54
Tablettes	4	2	12	6	28	17	42	30	51	41

Source : OTM 2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce tableau indique le pourcentage de francophones et d'anglophones au Canada propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes entre 2010 et 2014. Les propriétaires de téléphones cellulaires possèdent un téléphone cellulaire ou intelligent.

Graphique 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles, par région



Source : OTM 2014 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Les Canadiens qui résident dans les provinces de l’Ouest sont généralement plus enclins à acheter des téléphones intelligents et des tablettes que les Canadiens qui résident dans les provinces de l’Est.

Tableau 5.5.10 Nombre et pourcentage d'appareils portatifs évolués, par province et territoire

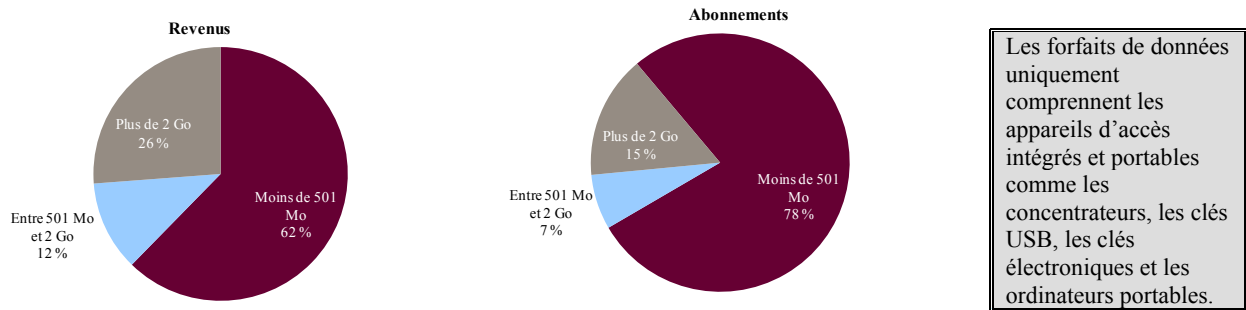
Province/territoire	2013			2014		Croissance annuelle (%)
	Nombre d'appareils portatifs évolués (milliers)	Pourcentage du total des appareils portatifs évolués (%)	#	Nombre d'appareils portatifs évolués (milliers)	Pourcentage du total des appareils portatifs évolués (%)	
Colombie-Britannique	2 388	14	#	2 559	13	7
Alberta	2 477	14	#	2 657	14	7
Saskatchewan	596	3		653	3	10
Manitoba	804	5	#	864	4	8
Ontario	6 938	39	#	7 999	41	15
Québec	3 202	18	#	3 450	18	8
Nouveau-Brunswick	346	2		358	2	3
Nouvelle-Écosse	460	3	#	479	2	4
Île-du-Prince-Édouard	65	0		70	0	7
Terre-Neuve-et-Labrador	269	2	#	289	1	8
Le Nord	53	0		55	0	4

Source : Données recueillies par le CRTC

Les appareils portatifs évolués offrent plus que des fonctions vocales. Ils prennent souvent en charge les SMM, Internet, un programme de courriel et les vidéos. Le nombre d'appareils portatifs évolués donne la mesure de la participation des Canadiens à l'économie numérique.

Ce tableau indique le nombre d'appareils portatifs évolués utilisés dans chaque région du Canada en 2013 et 2014, ainsi que leur nombre en pourcentage de tous les appareils portatifs évolués en utilisation.

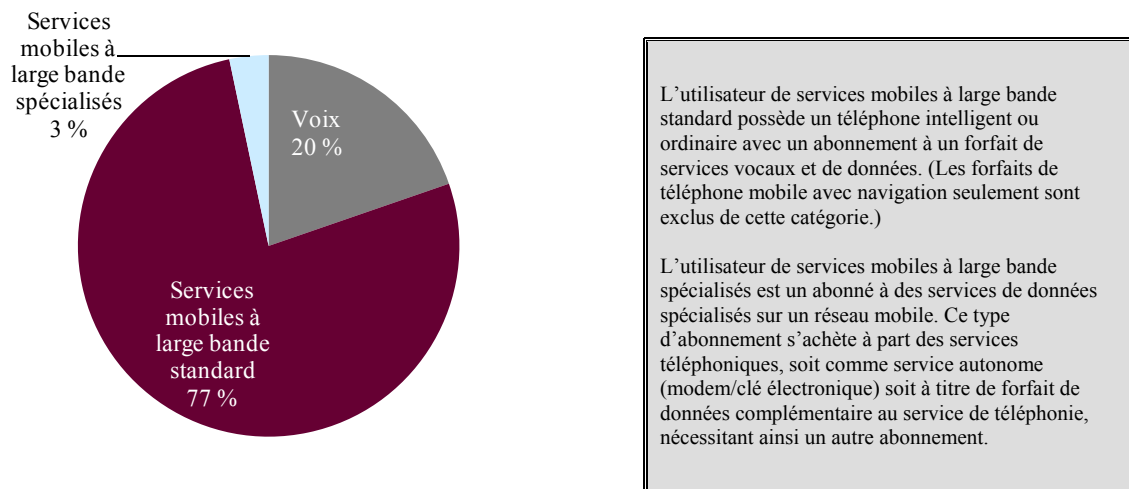
Graphique 5.5.10 Revenus et abonnés des forfaits de données mobiles uniquement, par capacité des forfaits de données, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent, en pourcentage, les revenus et les abonnés par utilisateur correspondant aux diverses capacités des forfaits de données des FSSF en 2014. Parmi le nombre total d'abonnés, 5 % d'entre eux ne sont abonnés qu'aux forfaits de données uniquement.

Graphique 5.5.11 Pourcentage des revenus des services mobiles, services téléphoniques c. à large bande standard c. à large bande spécialisés, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

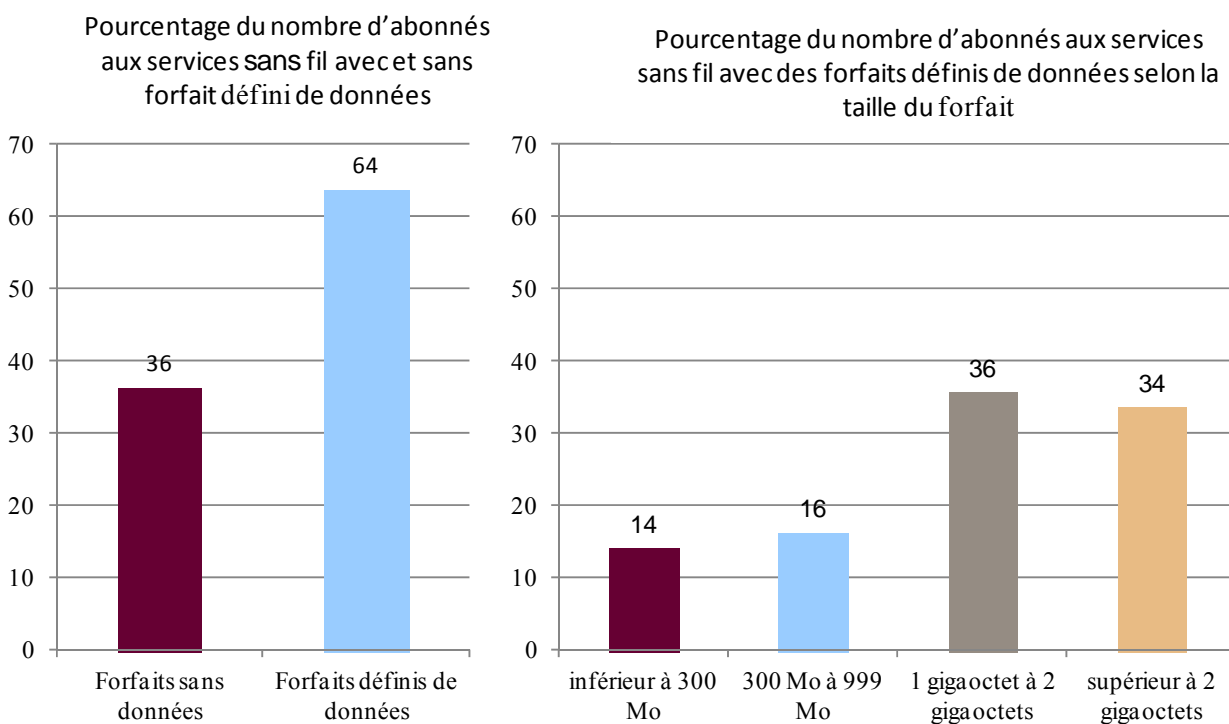
Ce graphique illustre, en pourcentage, les revenus des FSSF qui proviennent des abonnés aux forfaits téléphoniques, aux forfaits à large bande standard et aux forfaits à large bande spécialisés en 2014.

Tableau 5.5.11 Abonnements à la large bande mobile

	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2011-2014
Services mobiles à large bande standard					
Nombre d'abonnés (millions)	12,0	13,0	16,1	17,7	13,7
Pourcentage de tous les abonnés (%)	44	47	57	61	
Croissance annuelle (%)	s.o.	8,0	24,3	9,5	
Services mobiles spécialisés					
Nombre d'abonnés (millions)	1,2	1,3	1,5	1,6	11,1
Pourcentage de tous les abonnés (%)	4	5	5	6	
Croissance annuelle (%)	s.o.	12,3	10,5	10,4	
Total des services mobiles à large bande					
Nombre d'abonnés (millions)	13,2	14,3	17,6	19,3	13,5
Pourcentage de tous les abonnés (%)	48	51	62	67	
Croissance annuelle (%)	s.o.	8,4	# 23,0	# 9,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

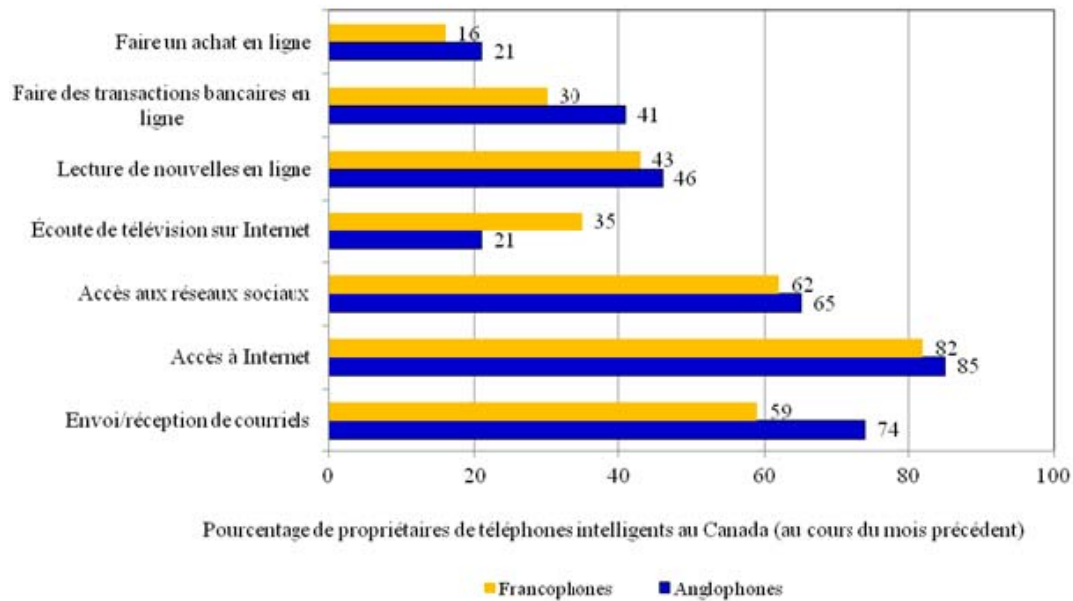
De 2011 à 2014, les Canadiens ont augmenté continuellement leur utilisation de la large bande sur les appareils mobiles.

Graphique 5.5.12 Pourcentage des abonnés des services mobiles par type de forfait, 2014


Source : Données recueillies par le CRTC

Les données qui figurent dans ce diagramme à barres doubles représentent 85 % de l'ensemble des abonnés des services mobiles. Le diagramme à la gauche montre le pourcentage du nombre d'abonnés aux services sans fil avec et sans de forfait défini de données. Le diagramme à la droite montre le pourcentage du nombre d'abonnés aux services sans fil avec des forfaits définis de données selon la taille du forfait. En raison de la difficulté à rapporter les services de voix et de messagerie texte correspondants associés à chaque forfait défini de données, il a été présumé que tous les forfaits de données comprennent des services de voix et de messagerie texte.

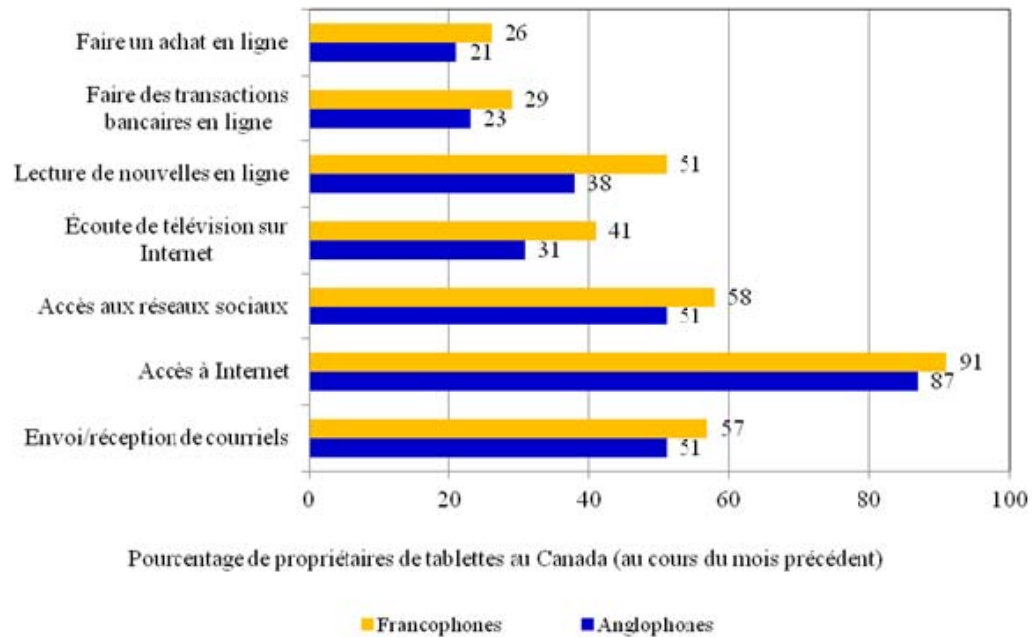
Graphique 5.5.13 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents



Source : OTM 2014, printemps 2015 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Ce graphique illustre les activités des francophones et des anglophones avec leurs téléphones intelligents.

Graphique 5.5.14 Activités populaires liées à l’Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs tablettes



Source : OTM 2014, printemps 2015 (répondants canadiens de 18 ans et +)

e) *Indicateurs de rendement*
Tableau 5.5.12 Revenu moyen des services sans fil par abonné

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Revenu moyen des services sans fil par abonné (\$/mois)	59,7	58,7	59,6	60,0	61,0	0,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,8	-1,7	1,6	0,7	1,8	

Source : Données recueillies par le CRTC

Le revenu moyen des services sans fil par abonné est un indicateur utile des revenus que rapporte aux FSSF chaque abonné des services sans fil. Par contre, sur le plan de la consommation, il s'agit d'un indicateur des dépenses des consommateurs en services sans fil. Ce tableau indique le revenu moyen provenant des services sans fil, par utilisateur, de 2010 à 2014.

Le revenu moyen des services sans fil par abonné a été calculé en divisant le total des revenus annuels des services sans fil par le nombre moyen d'abonnés au cours de l'année. Le résultat a ensuite été divisé par 12 pour obtenir le résultat mensuel. Le nombre moyen d'abonnés a été obtenu en divisant par deux le total des abonnés au début de l'année et à la fin de l'année.

Tableau 5.5.13 Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel)

Province/territoire	2010	2011	2012	2013	2014
Colombie-Britannique	62,59	63,84	62,55	63,42	62,48
Alberta	71,89	75,82	72,82	74,10	75,01
Saskatchewan	63,45	53,51	57,83	58,72	62,16
Manitoba	52,07	53,07	54,99	59,42	60,97
Ontario	62,04	58,18	60,60	58,93	59,50
Québec	52,79	51,08	51,46	53,69	53,58
Nouveau-Brunswick	55,11	53,15	54,62	55,65	55,56
Nouvelle-Écosse	57,76	55,26	57,22	58,15	56,98
Île-du-Prince-Édouard	52,15	52,01	55,47	52,86	51,62
Terre-Neuve-et-Labrador	53,78	53,86	58,70	60,61	61,18
Le Nord	82,02	105,43	94,31	135,44	81,09

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le revenu moyen par abonné à un FSSF dans chaque région du pays de 2010 à 2014 en se basant sur les données déclarées sur les revenus et les abonnés. On a procédé à des estimations pour les entreprises qui n'avaient pas à fournir de données provinciales ou territoriales.

f) Prix

La structure de prix des services sans fil est fondée sur l'utilisation. Pour évaluer le prix des services sans fil dans les centres urbains et dans les communautés rurales, on a examiné quatre ensembles de services, ainsi que la marque défensive et la marque bien connue. Ces ensembles sont tirés du rapport intitulé *Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger* (2014).

- L'ensemble de services mobiles de niveau 1 correspond à un forfait de base ou de faible utilisation avec 150 minutes d'appels par mois, pas de SMC ni de service de données par Internet.
- L'ensemble de services mobiles de niveau 2 correspond à un forfait de services mobiles d'utilisation faible à moyenne avec au moins 450 minutes d'appels, 300 SMC mais pas de service de données par Internet.
- L'ensemble de services mobiles de niveau 3 correspond au forfait de l'utilisateur de téléphone intelligent typique, avec au moins 1 200 minutes d'appels, 300 SMC et une limite d'utilisation des données par Internet de 1 Go par mois.
- L'ensemble de services mobiles de niveau 4 est destiné aux utilisateurs d'un téléphone intelligent qui veulent un accès à des services de voix et de SMC illimités, ainsi que 2 Go de données Internet par mois.

Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger

Ce rapport est la mise à jour 2014 des précédentes études comparatives sur les prix des télécommunications de 2008 à 2014 commandées par le CRTC et Industrie Canada à Wall Communications Inc.

Cette étude couvre les services filaires, les services sans fil mobiles, les services Internet à large bande et les services Internet mobiles.

Pour d'autres informations, veuillez consulter le lien suivant :

<http://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp140714.htm>

Les changements les plus marqués en 2014 par rapport à 2013 sont l'écart étroit entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé de tous les ensembles de services et le changement observé dans le nombre de FSSF pour divers ensembles de services et pour diverses collectivités.

L'augmentation du nombre de fournisseurs s'explique par l'arrivée d'un nouveau fournisseur de services dans le marché des services sans fil, ainsi que par l'expansion des services des fournisseurs existants à des collectivités urbaines et rurales de partout au Canada. La baisse du nombre de fournisseurs dans bon nombre de domaines est principalement due à la consolidation dans le marché du sans-fil.

Centres urbains

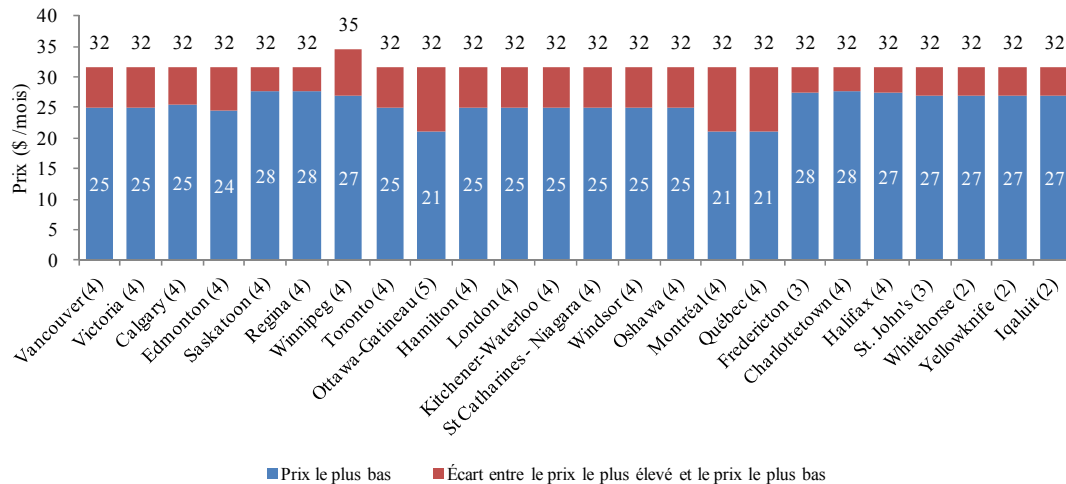
Les centres urbains ayant au moins quatre FSSF présentaient le plus grand écart de prix entre le prix le plus faible et le prix le plus élevé déclarés, ainsi que les prix les plus bas pour les quatre ensembles de services. Quel que soit le centre urbain et pour tous les ensembles de services, l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé était grand, le prix variant d'un minimum de 4 \$ à un maximum de 46 \$. Le prix moyen entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé pour

les ensembles de services de niveau 1, 2, 3 et 4 était respectivement de 6 \$, 10 \$, 18 \$ et 22 \$.

Dans les villes où au moins un des nouveaux fournisseurs offrait des services sans fil, les prix étaient considérablement inférieurs pour tous les quatre ensembles de services. Bien que les résultats de l'enquête sur l'établissement des prix indiquent que la présence d'un plus grand nombre de concurrents mène à des prix plus bas, cette analyse ne tient pas compte de certains facteurs pouvant influencer sur certains aspects de la valeur pour le consommateur, comme la couverture du réseau, la qualité du service et les options d'assemblage.

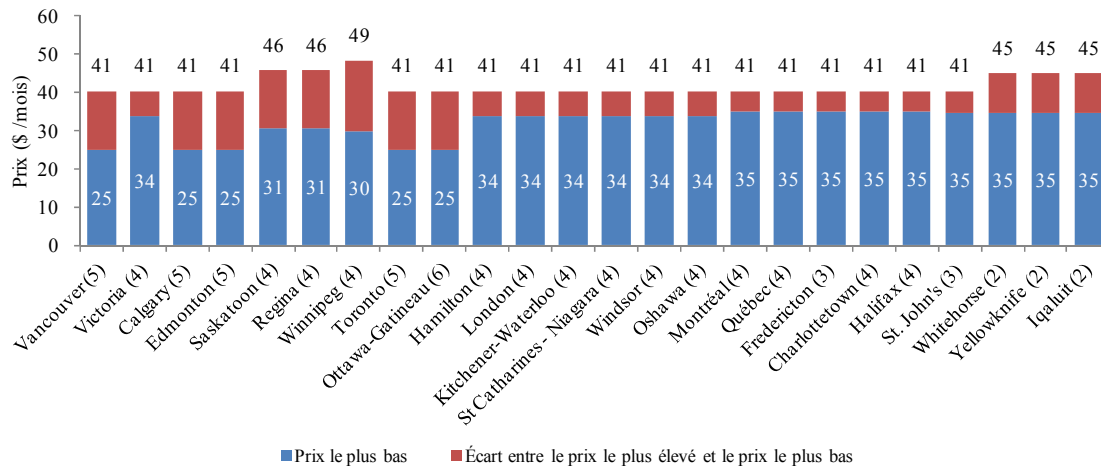
Les quatre diagrammes à barres suivants montrent la fourchette de prix mensuels de niveau 1, niveau 2, niveau 3 et niveau 4 des services sans fil dans 24 centres urbains au Canada. Les barres bleues correspondent au prix le plus bas et les barres rouges, à l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le nombre situé au dessus de chaque barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses le long de l'axe horizontal après le nom de chaque centre urbain est le nombre de FSSF locaux.

Graphique 5.5.15 Prix d'un service sans fil de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



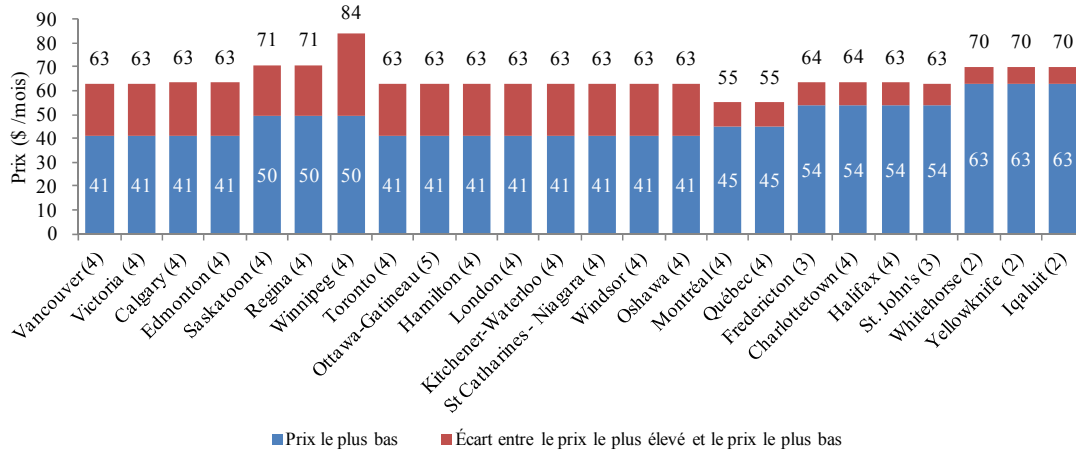
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.16 Prix d'un service sans fil de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



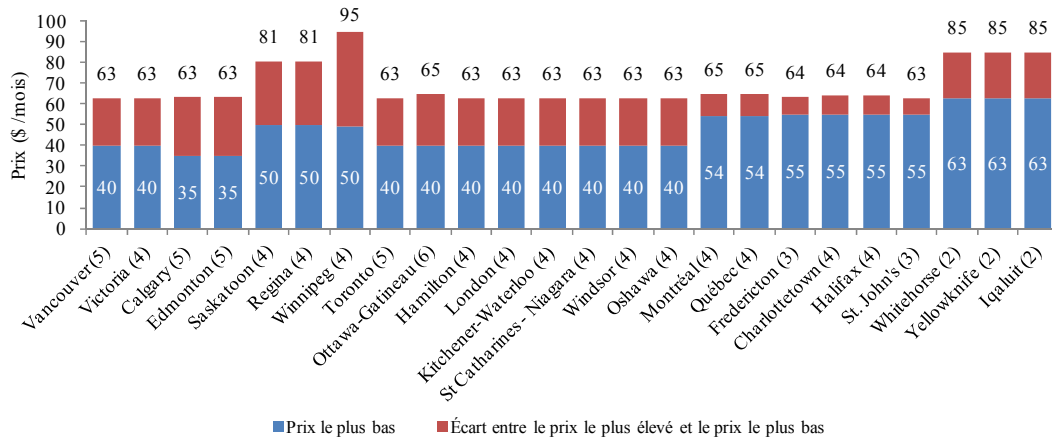
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.17 Prix d'un service sans fil de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.18 Prix d'un service sans fil de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées



Source : Données recueillies par le CRTC

Comparaison des prix des services sans fil dans les zones urbaines et rurales

Afin d'évaluer le prix des services sans fil dans les communautés rurales, on a sélectionné 54 communautés rurales, et le prix des services sans fil de ces communautés a été comparé à celui des centres urbains.

Pour tous les ensembles de services, le prix des services sans fil dans les communautés rurales étaient généralement égaux ou supérieurs à ceux des centres urbains.

L'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé des services sans fil de tous les ensembles de services des communautés rurales, par province et par territoire, était grand, les prix variant de 0 \$ à 46 \$. Cet écart était aussi grand dans les centres urbains.

Dans les communautés rurales, la variance du prix moyen des ensembles de services de niveau 1, 2, 3 et 4 était de 5 \$, 9 \$, 14 \$ et 16 \$ respectivement. Dans les centres urbains, pour les mêmes ensembles de services, la variance des prix était respectivement de 5 \$, 10 \$, 16 \$ et 21 \$.

Sur quelles communautés est basée l'enquête?

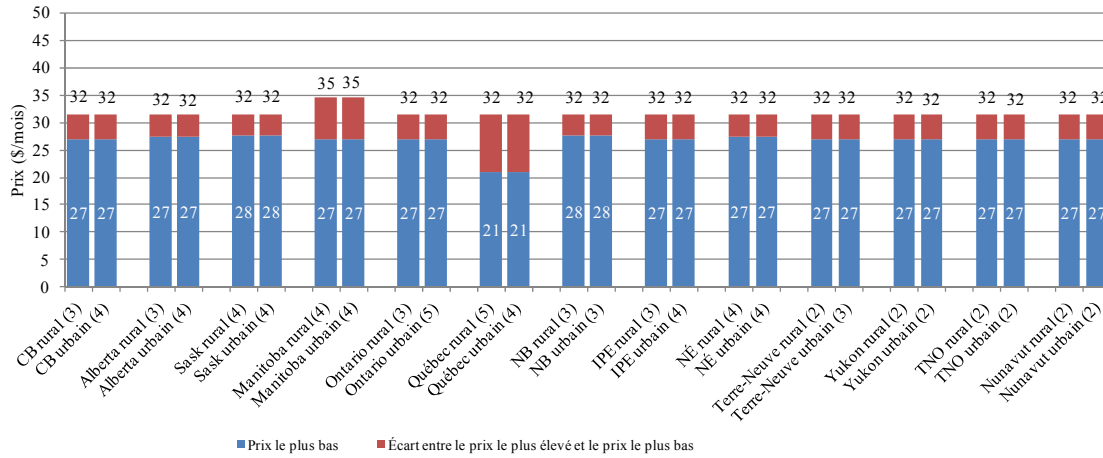
Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix des services sans fil dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre-ville de moins de 1000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population de chaque province/territoire;
- les communautés n'étaient pas rassemblées sur un même territoire.

La liste des communautés rurales se trouve à l'annexe 4.

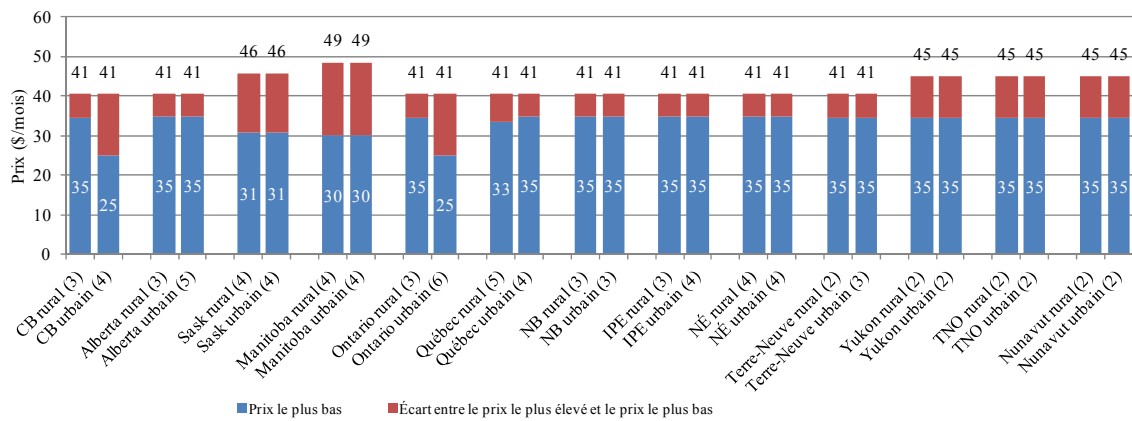
Le diagramme à barres ci-dessous montre la fourchette de prix mensuels des services sans fil dans les centres urbains et les communautés rurales au Canada par province et par territoire. Les barres bleues correspondent au prix le plus bas et les barres rouges, à l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé. Le nombre situé au-dessus de chaque barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses le long de l'axe horizontal après le nom de chaque province ou territoire est le nombre de FSSF locaux.

Graphique 5.5.19 Prix d'un service sans fil de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



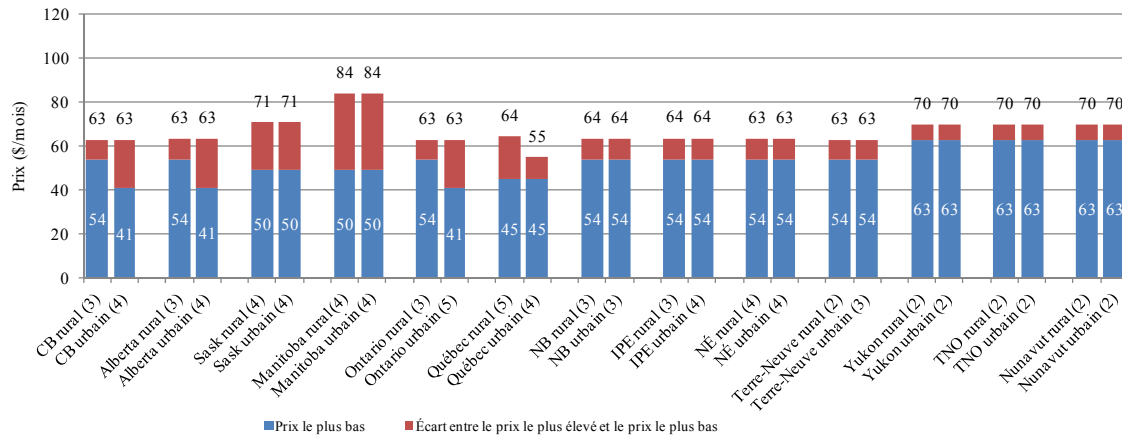
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.20 Prix d'un service sans fil de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



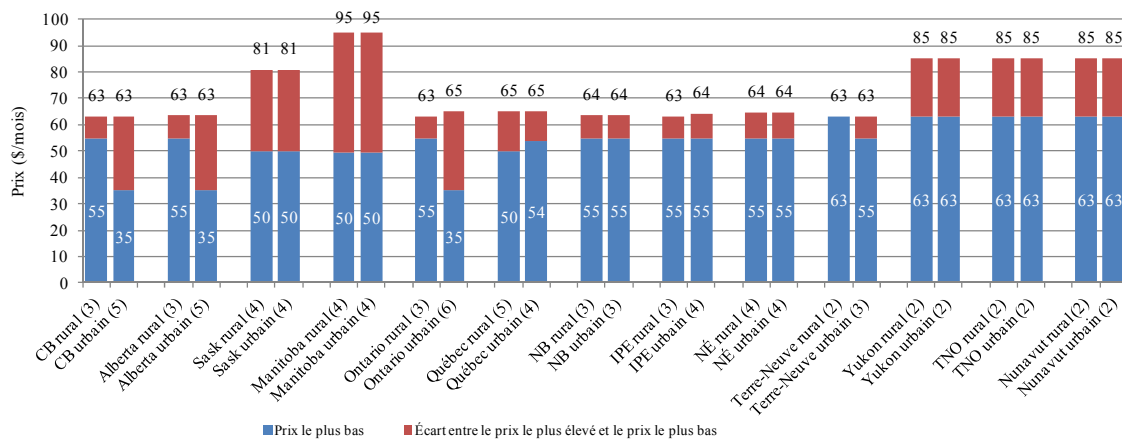
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.5.21 Prix d'un service sans fil de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



Source : Données recueillies par le CRTC

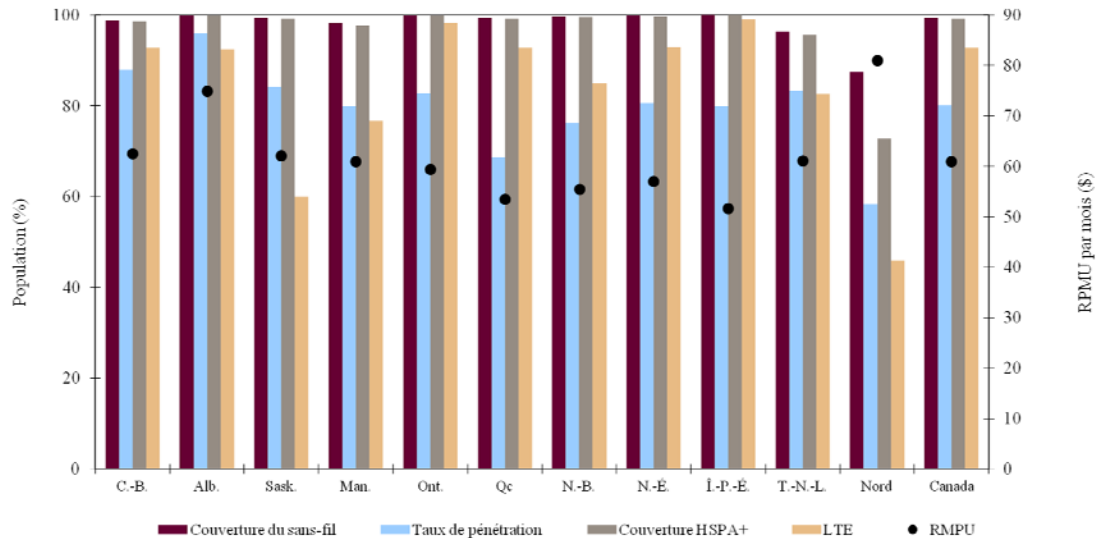
Graphique 5.5.22 Prix d'un service sans fil de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales



Source : Données recueillies par le CRTC

g) *Détails sur la couverture et l'accessibilité*

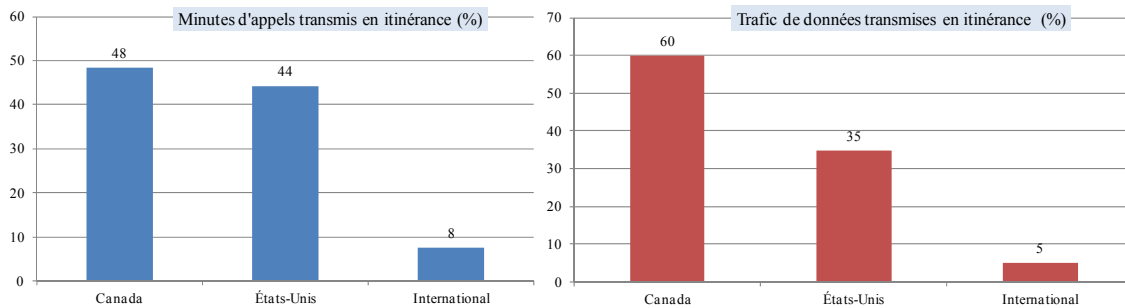
Graphique 5.5.23 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la couverture et le taux de pénétration de diverses technologies sans fil comme la technologie d'évolution à long terme (LTE) et la technologie évoluée d'accès haute vitesse par paquet (HSPA+) en pourcentage de la population de chaque province et territoire. Il indique également le revenu moyen par utilisateur dans chaque région.

Graphique 5.5.24 Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Les FSSF étendent leur couverture dans des régions où ils ne possèdent pas d'installations en concluant des ententes avec d'autres FSSF qui en possèdent et qui offrent le service à leurs utilisateurs finals. Lorsqu'un abonné utilise les installations d'un autre FSSF, on dit qu'il est en itinérance. Ce double graphique illustre les minutes d'appels et le trafic de données (sans SMM ni SMC) transmis en itinérance, à l'intérieur du Canada, aux États-Unis et dans le reste du monde.

Tableau 5.5.14 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire, 2014

Province/territoire	Couverture (%)			Taux de pénétration (%)	RMPU (\$/mois)
	Sans fil	HSPA+	LTE		
Colombie-Britannique	98,7	98,6	92,8	88,0	62,48
Alberta	99,8	99,8	92,4	95,9	75,01
Saskatchewan	99,3	99,3	60,0	84,1	62,16
Manitoba	98,3	97,7	76,6	79,9	60,97
Ontario	99,9	99,8	98,2	82,8	59,50
Québec	99,4	99,2	92,8	68,6	53,58
Nouveau-Brunswick	99,7	99,6	84,9	76,2	55,56
Nouvelle-Écosse	99,8	99,8	92,9	80,5	56,98
Île-du-Prince-Édouard	99,9	99,9	99,0	79,9	51,62
Terre-Neuve-et-Labrador	96,3	95,6	82,6	83,2	61,18
Le Nord	87,5	72,7	45,9	58,4	81,09
Canada	99,4	99,3	92,8	80,1	60,93

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique la couverture et le taux de pénétration de diverses technologies sans fil comme LTE et HSPA+ en pourcentage de la population de chaque province et territoire. Il indique également le revenu moyen par utilisateur dans chaque région.

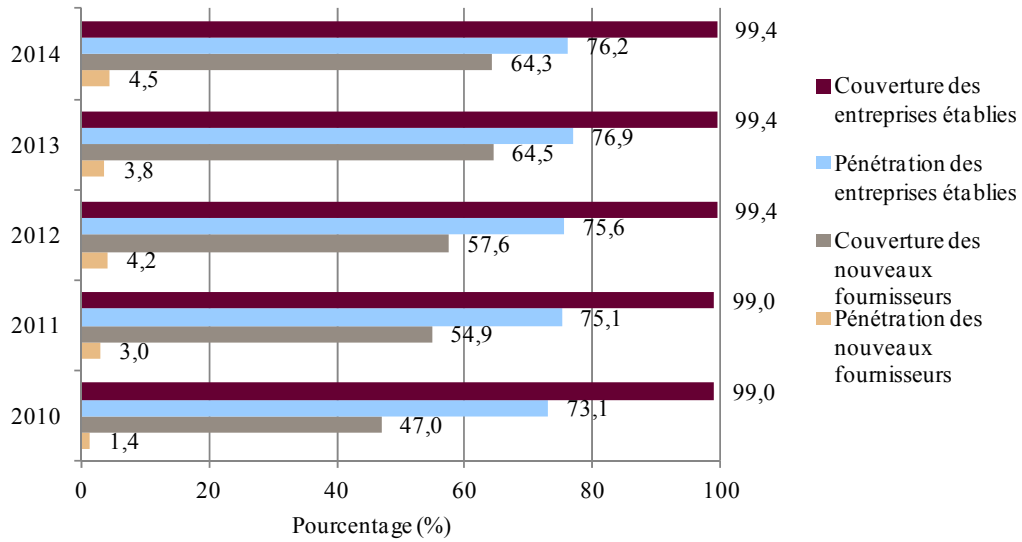
Tableau 5.5.15 Nombre de réseaux sans fil distincts, exprimé en pourcentage de la population couverte, par province et territoire, 2014

Province/territoire	Nombre de réseaux				
	aucun	1 seulement	2 seulement	3 seulement	4 ou plus
Colombie-Britannique	1 %	2 %	33 %	11 %	53 %
Alberta	0 %	0 %	35 %	9 %	56 %
Saskatchewan	1 %	25 %	71 %	3 %	0 %
Manitoba	2 %	2 %	21 %	75 %	0 %
Ontario	0 %	0 %	25 %	33 %	42 %
Québec	1 %	4 %	5 %	18 %	73 %
Nouveau-Brunswick	0 %	4 %	92 %	4 %	0 %
Nouvelle-Écosse	0 %	4 %	14 %	82 %	0 %
Île-du-Prince-Édouard	0 %	1 %	17 %	82 %	0 %
Terre-Neuve-et-Labrador	4 %	49 %	47 %	0 %	0 %
Le Nord	13 %	27 %	60 %	0 %	0 %
Canada	1 %	3 %	25 %	25 %	46 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le nombre de réseaux sans fil distincts, en termes d'installations d'accès radio, dans chaque province et territoire. Dans bon nombre de provinces, les fournisseurs de services sans fil dotés d'installations qui possèdent du spectre partagent les mêmes installations d'accès radio pour offrir des services de télécommunication au public.

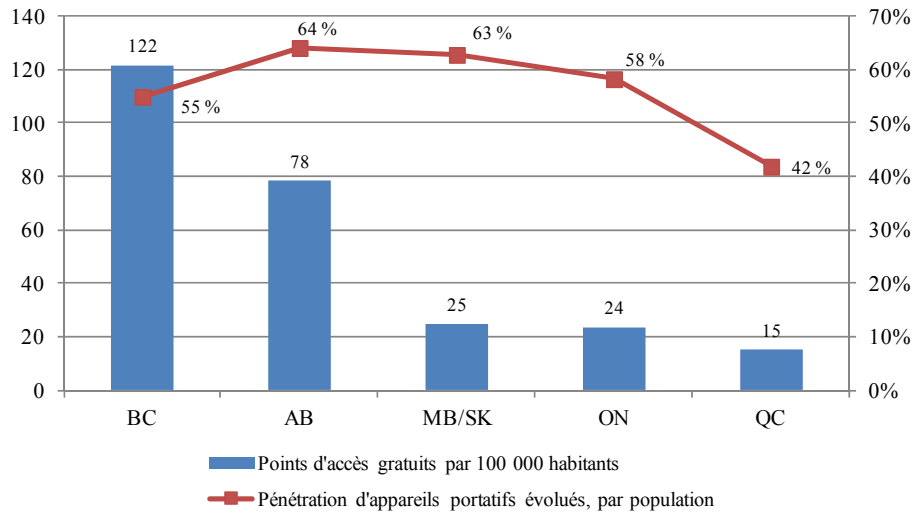
Graphique 5.5.25 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs



Source : Données recueillies par le CRTC

Au Canada, les entreprises établies qui dominent le marché des services sans fil offrent une couverture plus étendue et ont un taux de pénétration plus important que les nouveaux fournisseurs.

Graphique 5.5.26 Nombre de points d'accès Wi-Fi et pénétration des appareils portatifs évolués par province et par territoire, 2014



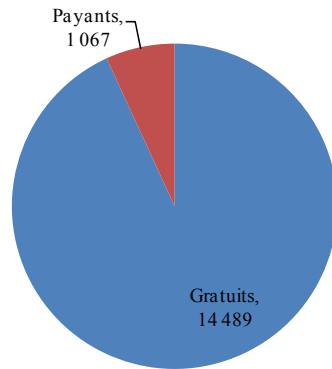
Source : Données recueillies par le CRTC

Les points d'accès Wi-Fi constituent un moyen important par lequel les FST tentent de se démarquer quant à leurs services et un moyen d'étendre l'adoption de leur marque. Les grands fournisseurs de l'Ouest canadien offrent maintenant des points d'accès gratuits comme le montre le graphique ci-dessus.

Seuls les points d'accès offerts par les grands FST sont inclus, ce qui peut exclure les points d'accès gratuits, gérés de façon indépendante par des hôtels, des restaurants et d'autres installations publiques.

Des données pour les provinces de l'Atlantique et le Nord ne sont pas rapportées en raison de la confidentialité des données.

Graphique 5.5.27 Nombre de points d'accès Wi-Fi gratuits et payants au Canada, 2014

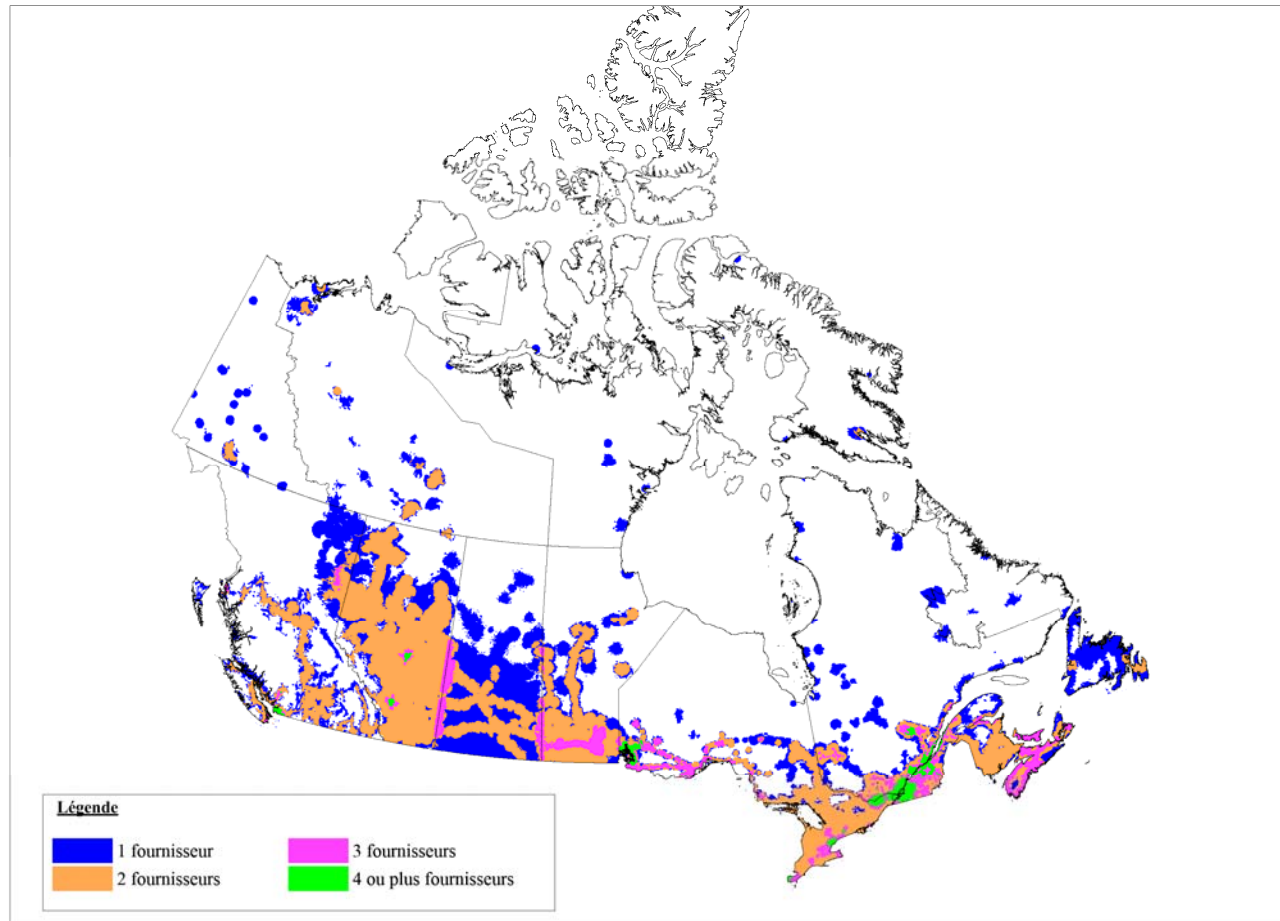


Source : Données recueillies par le CRTC

Le graphique ci-dessus montre le nombre des points d'accès gratuits et payants fournis par les grands FST du Canada. Les points d'accès sont des emplacements où l'accès Internet est offert au public au moyen de la technologie Wi-Fi 802.11. « Gratuit » s'entend de l'absence de frais pour au moins une demi-heure d'accès, même si l'accès exige d'être client des services prépayés du nouveau lieu.

Cela ne comprend pas les points d'accès qui donnent uniquement accès à des clients existants des services de télécommunication.

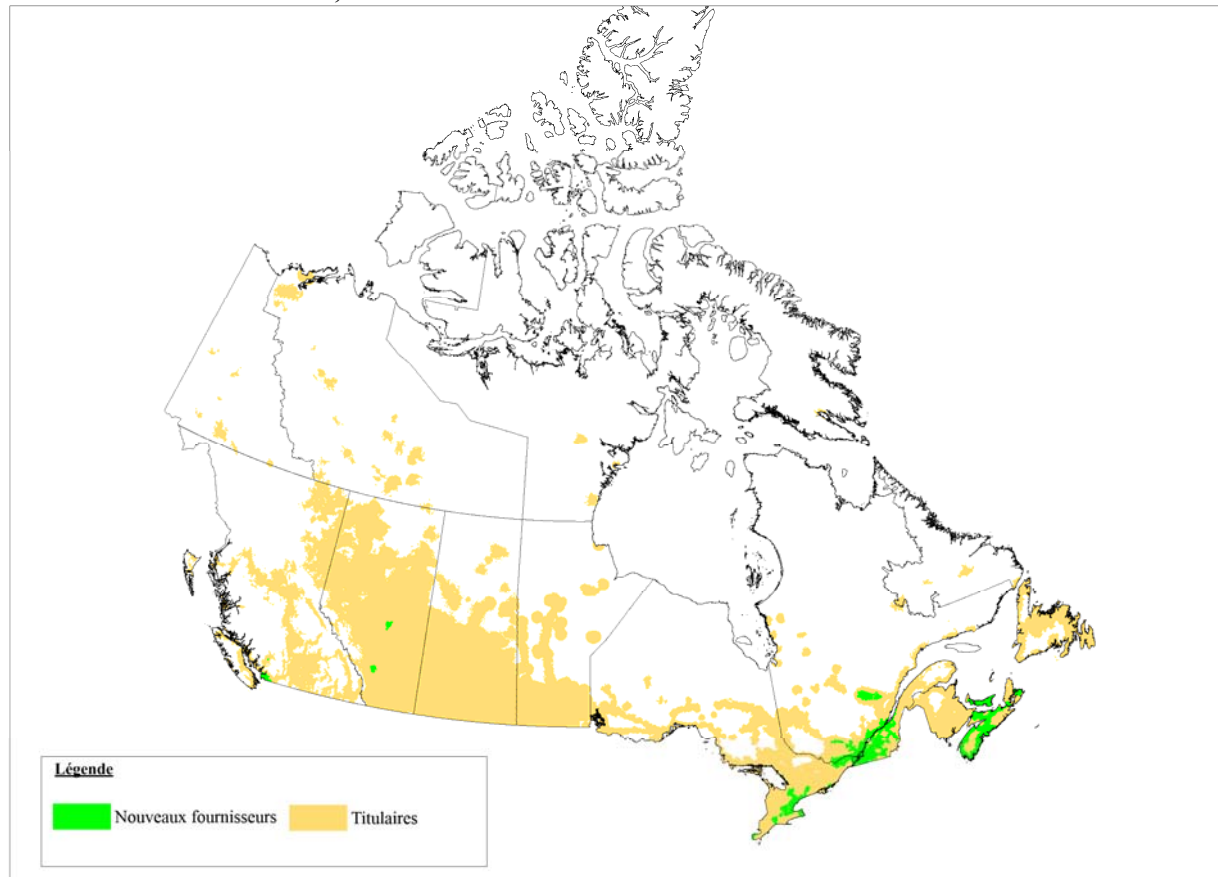
Carte 5.5.1 **Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d’installations, 2014**



Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre la disponibilité des services sans fil fournis par les FSSF dotés d’installations dans l’ensemble du Canada.

Carte 5.5.2 **Accessibilité des services sans fil HSPA+, par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations, 2014**

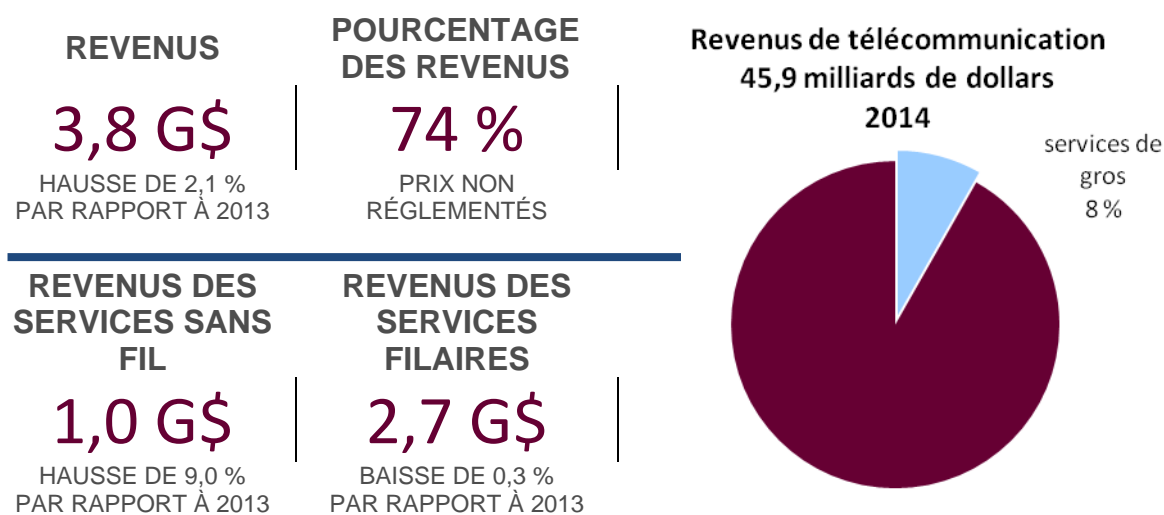


Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre l'accessibilité de la technologie évoluée d'accès haute vitesse par paquet (HSPA+) par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations dans l'ensemble du Canada.

5.6 Secteur des services de télécommunication de gros

Aperçu 5.6.0 Principaux indicateurs du secteur des services de gros



Les services de gros sont des services fournis par un fournisseur de services de télécommunication (FST) à un autre FST pour l'utilisation aux fins de la prestation de services de télécommunication. Tous les FST comptent sur des services de gros à divers degrés. Les revendeurs de services de télécommunication comptent davantage sur les services de gros que les entreprises qui possèdent leurs propres installations. En 2014, les revendeurs ont dépensé 48 cents pour chaque dollar de revenu tiré des services de gros comparativement à moins de 6 cents pour les fournisseurs de services dotés d'installations.

La disponibilité des services de gros est un facteur important qui permet d'offrir un plus grand choix aux Canadiens dans le marché des télécommunications. En 2014, le marché des télécommunications de gros représentait 3,8 milliards de dollars, dont 27 % se rapportait à la fourniture de services sans fil et 73 %, à la fourniture de services filaires.

Les fournisseurs de services Internet (FSI) sont fréquemment dépendants des services d'accès des FST titulaires et des entreprises de câblodistribution pour pouvoir établir la connexion de leur clientèle. Au fil des ans, les ventes des services d'accès par câble, aussi appelés services d'accès Internet de tiers (AIT), à des FSI indépendants ont augmenté; ce service constitue aujourd'hui le plus populaire moyen d'accès pour les abonnés des services de résidence. Cela a amené une concurrence accrue de la part des FSI indépendants.

Les réseaux de gros des services sans fil constituent une part de plus en plus importante du paysage des télécommunications. La mise en place d'un réseau conjoint a permis aux grands réseaux sans fil de voir le jour tout en réduisant au minimum les coûts et les réseaux identiques. Les tarifs d'itinérance ont récemment été réduits, ce qui a permis aux petits réseaux d'offrir une mobilité accrue à leurs clients. Depuis 2010, le partage de réseaux et les revenus d'itinérance ont augmenté d'un taux annuel moyen de 26,4 %.

a) *Revenus***Tableau 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros (milliards \$)**

	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%)</i> <i>2010-2014</i>
Services filaires	3,1	3,0	2,9	2,8	2,7	-2,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,3	-1,4	-3,6	-5,1	-0,3	
Services sans fil	0,5	0,7	0,8	1,0	1,0	21,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-12,9	51,3	17,1	13,4	9,0	
Total	3,5	3,7	3,7	3,7	3,8	1,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,2	5,3	0,7	-1,0	2,1	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne un aperçu des revenus des services filaires et des services sans fil de gros, des taux de croissance annuelle et des taux moyens de croissance annuelle entre 2010 et 2014. Il illustre le fait que les revenus des services filaires de gros ne cessent de diminuer depuis 2010, alors que ceux des services sans fil de gros augmentent. Le marché des services sans fil de gros exclut les services sans fil fixes.

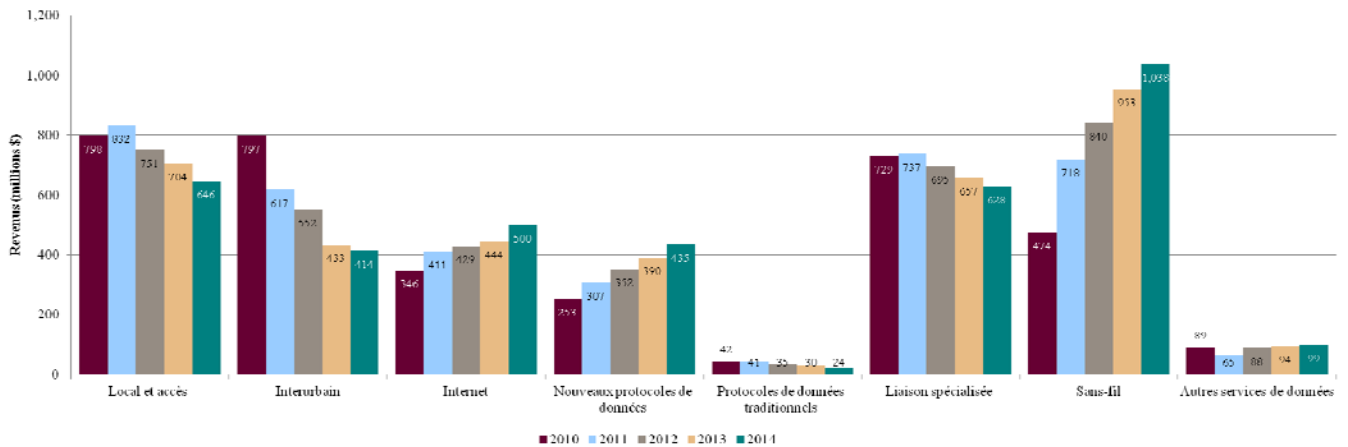
Tableau 5.6.2 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions \$)

		2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014	
Services filaire	Communication vocale	Local et accès	798	832	751	704	646	-5,2
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,1	4,3	-9,8	-6,2	-8,3	
		Interurbain	797	617	552	433	414	-15,1
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,2	-22,6	-10,6	-21,5	-4,5	
		Total partiel – Communication vocale	1 595	1 449	1 303	1 137	1 059	-9,7
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	0,0	-0,1	-0,1	-0,1	-6,8	
	Sauf communication vocale	Internet	346	411	429	444	500	9,6
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,9	18,6	4,4	3,5	12,6	
		Nouveaux protocoles de données	253	307	352	390	435	14,5
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	17,0	21,3	14,6	11,0	11,3	
		Protocoles de données traditionnels	42	41	35	30	24	-13,1
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	-25,4	-2,2	-14,5	-12,5	-22,1	2,7
		Autres services de données	89	65	88	94	99	
		<i>Croissance annuelle (%)</i>	125,8	-26,7	35,2	6,4	5,3	
		Total partiel – Données	384	413	475	515	557	9,8
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	23,2	7,6	15,0	8,4	8,2		
	Liaison spécialisée	729	737	695	657	628	-3,7	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,0	1,1	-5,7	-5,5	-4,4		
	Total partiel – Sauf communication vocale	1 459	1 561	1 599	1 615	1 685	3,7	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,1	7,0	2,4	1,0	4,3		
	Total des services filaires	3 055	3 010	2 901	2 753	2 744	-2,6	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-0,3	-1,4	-3,6	-5,1	-0,3		
Services sans fil	Mobile	474	718	840	953	1 038	21,6	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-12,9	51,3	17,1	13,4	9,0		
Total		3 529	3 728	3 742	3 706	3 783	1,8	
	<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,2	5,6	0,4	-1,0	2,1		

Source : Données recueillies par le CRTC

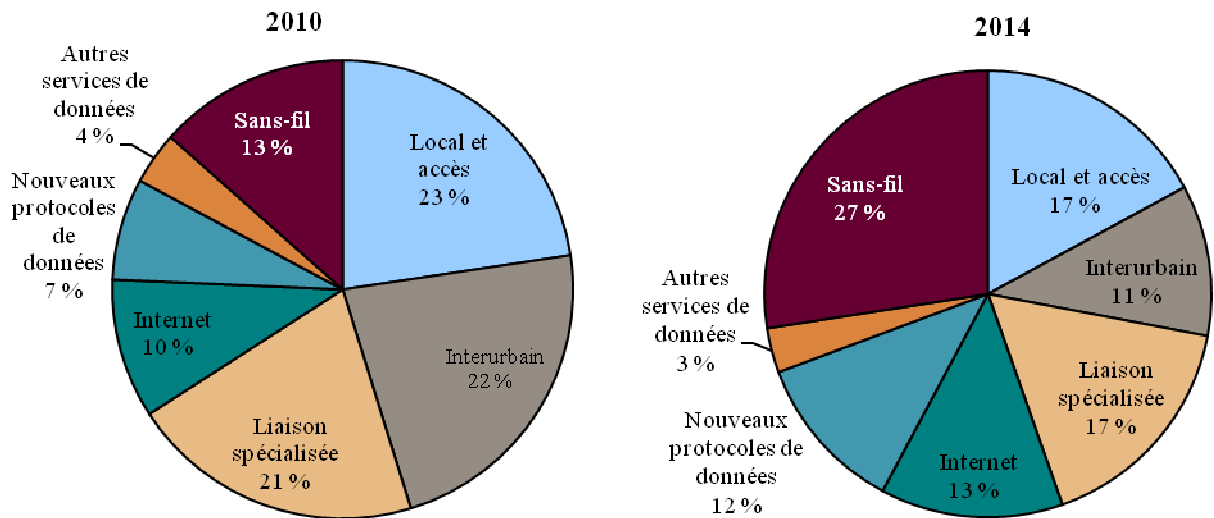
Les revenus des services de communication vocale de gros ont diminué de 9,7 % par année depuis 2010, alors que ceux des services filaires sauf de communication vocale ont augmenté de 3,7 %. La plus forte croissance de revenus a été celle des nouveaux services comme Internet, les services sans fil mobiles et les services de données utilisant de nouveaux protocoles comme Ethernet ou le protocole Internet (IP). Depuis 2010, les revenus de ces services ont connu une hausse annuelle variant entre 9,6 % et 21,6 %.

Graphique 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché



Source : Données recueillies par le CRTC

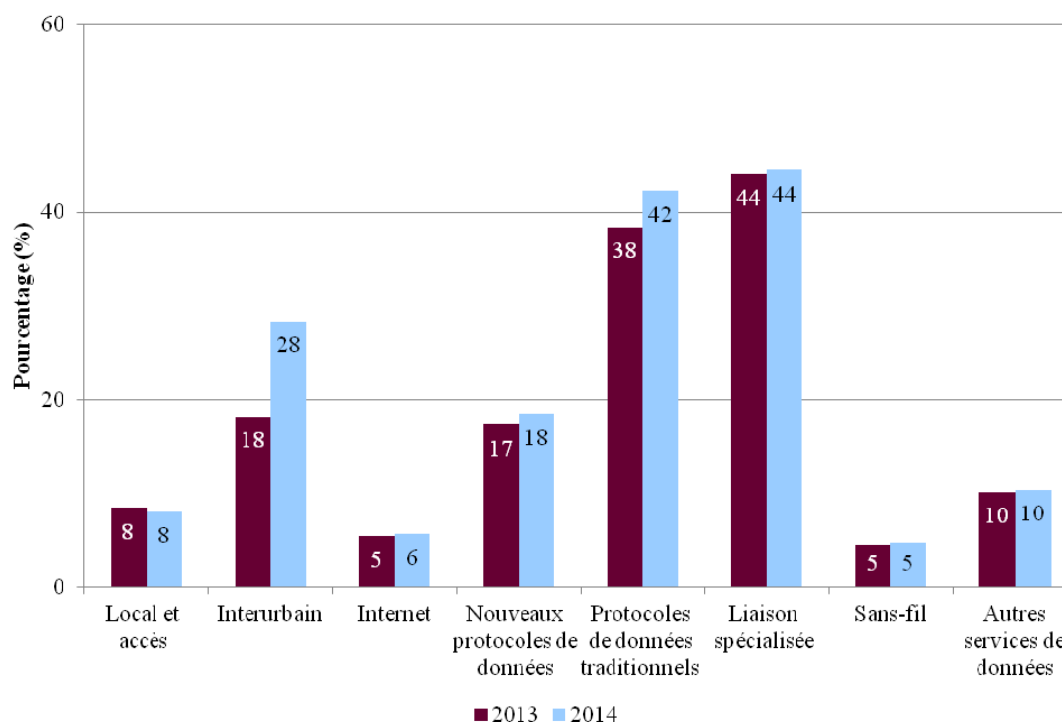
Graphique 5.6.2 Répartition en pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (2010 c. 2014)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques à secteurs comparent la répartition en pourcentage des revenus des services de gros entre 2010 et 2014. Au cours de cette période, le pourcentage des revenus des services sans fil mobiles de gros par rapport à l'ensemble des revenus des services de gros a augmenté de 13 % en 2010 à 27 % en 2014. Ce pourcentage est le plus élevé de l'ensemble des revenus des services de gros; viennent ensuite les services locaux et d'accès et les services de liaison spécialisée.

Graphique 5.6.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros par rapport à l'ensemble des revenus de télécommunication, par secteur de marché



Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.6.3 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Interconnexion	276	254	220	212	198	-7,9
Centrex	89	88	76	64	57	-10,4
Accès au RTPC	288	354	327	304	283	-0,4
Lignes dégroupées	79	60	47	44	40	-15,9
Autres revenus	42	42	44	42	52	5,2
Total	774	798	714	665	629	-5,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services locaux et d'accès de gros, selon la composante principale. Les FST utilisent ces composantes pour fournir des services de télécommunication de détail. Par exemple, les lignes dégroupées peuvent servir à un autre FST pour fournir les services téléphoniques locaux à ses clients des services de détail. De plus, l'interconnexion permet aux clients d'un fournisseur de services de communiquer avec des clients d'un autre fournisseur.

Tableau 5.6.4 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, par province (millions \$)

Province	2010	2011	2012	2013	2014
Colombie-Britannique	67	77	60	44	59
Alberta	69	87	58	58	45
Saskatchewan	9	9	8	9	8
Manitoba	34	32	31	28	19
Ontario	356	357	341	302	274
Québec	197	194	174	176	174
Nouveau-Brunswick	20	17	17	17	16
Nouvelle-Écosse	25	22	22	24	29
Île-du-Prince-Édouard	2	2	2	3	3
Terre-Neuve et Labrador	6	9	9	10	10
Yukon	0	1	1	1	1
Territoires du Nord-Ouest	0	1	1	1	1
Nunavut	0	0	0	0	0
Total	785	809	725	674	638

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.6.5 Revenus reliés aux services Internet de gros, par type de service (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Accès de grande capacité et transport	42	53	45	52	73	15,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-12,2	26,4	-15,7	15,5	42,1	
Accès de faible capacité	218	266	303	336	369	14,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,3	21,7	14,2	10,8	9,7	
Autres services de gros	86	92	81	56	58	-9,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-10,0	6,9	-12,2	-30,5	2,7	
Total – Services de gros	346	411	429	444	500	9,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-2,9	18,6	4,4	3,5	12,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services d'Internet de gros comprennent des services pour l'accès des FSI à l'Internet, permettant aux FST de se connecter directement à leurs abonnés, ou fournissant de l'équipement, des applications ou d'autres services divers reliés à l'Internet. Dans le tableau ci-dessus, ces services sont séparés en trois catégories.

- 1) L'« accès de grande capacité » fait référence aux services d'accès à l'Internet par fibre, alors que le « transport » renvoie au transfert du trafic Internet entre les réseaux.
- 2) L'« accès de faible capacité » comprend les services qui connectent les FST directement à leurs abonnés, généralement dans le but de fournir un accès à l'Internet. Ceux-ci incluent les services de gros LAN et par câble (services d'accès Internet de tiers) offerts en vertu du cadre juridique des services d'accès haute vitesse de gros. Ils incluent également les ventes entre FST de connexion à l'Internet n'utilisant pas la fibre.
- 3) Les « autres services de gros » font référence à la vente et à la location d'équipement, aux applications ainsi qu'aux autres services relatifs à l'Internet fournis entre FST.

Tableau 5.6.6 Revenus des services d'accès Internet haute vitesse de gros, par type de service (millions \$)

	2012	2013	2014	TCAC (%) 2012-2014
Accès	183	200	213	8,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	9,6	6,5	
Capacité	30	54	107	89,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	82,2	96,4	
Interface et autres services	32	33	27	-8,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	3,3	-18,9	
Total – Services d'accès haute vitesse de gros	244	287	347	19,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	s.o.	17,7	20,6	

Source : Données recueillies par le CRTC

Le Conseil exige que les installations LAN et par câble soient disponibles aux fournisseurs tiers en s'outillant du cadre juridique des services d'accès haute vitesse de gros. L'accès haute vitesse de gros a trois éléments importants : les FSI paient un montant mensuel pour chaque utilisateur final utilisant un service d'accès haute vitesse de gros, nommé « accès », qui peut inclure ou non des frais relatifs à la consommation présumée de l'utilisateur; les FSI achètent une capacité en incréments de 100 Mb/s, nommé « capacité »; et finalement, les FSI paient une connexion de base aux titulaires, nommé « interface », ainsi que d'autres frais pour des services tels que l'installation et l'équipement (modem).

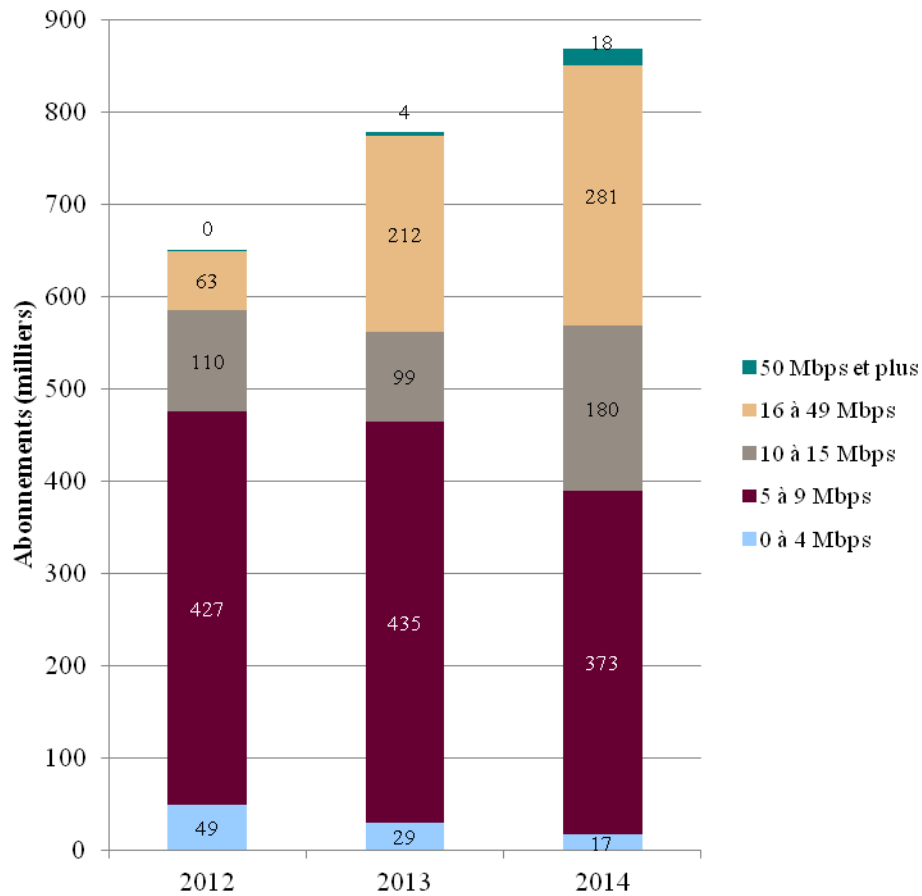
Tableau 5.6.7 Abonnements dotés d'un accès Internet de gros LAN et par câble, par type de service (milliers)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Abonnements dotés de services par câble	28	76	187	305	393	93,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	36,8	169,1	145,7	63,3	28,6	
Abonnements dotés de services par LAN	442	468	458	462	480	2,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	6,7	6,0	-2,1	0,8	3,9	
Total – abonnements dotés de services par câble et par LAN	470	544	645	767	873	16,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,2	15,8	18,6	18,9	13,8	

Source : Données recueillies par le CRTC

La grande majorité des abonnements ci-haut sont conformes au cadre relatif aux services d'accès haute vitesse de gros. Au fil du temps, les FST ont accru leur utilisation des installations par LAN et par câble pour permettre le raccordement à leurs utilisateurs finals.

Graphique 5.6.4 Abonnements dotés d'un accès haute vitesse de gros, par vitesse de service en Mb/s (milliers)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les services d'accès haute vitesse de gros sont disponibles à des vitesses variées pour les utilisateurs finals. Au fil du temps, les FST se sont prévalus de vitesses plus rapides pour permettre le raccordement à leurs utilisateurs finals. Les abonnements ci-haut sont basés sur l'emplacement des utilisateurs de services de résidence et d'affaires. Les totaux pourraient ne pas correspondre aux tableaux précédents en raison des différentes sources de données.

Tableau 5.6.8 Revenus des services de protocoles de données de gros, par type de services (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Nouveaux protocoles						
Ethernet	197	221	225	259	288	10,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	13,7	12,4	1,8	14,7	11,5	
IP	42	69	99	102	118	29,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	253,5	65,0	43,2	3,9	15,0	
Autres	14	17	28	30	29	18,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-53,8	16,8	64,7	6,2	-3,1	
Total – Nouveaux protocoles	253	307	352	390	435	14,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	17,0	21,3	14,6	11,0	11,3	
Protocoles traditionnels	42	41	35	30	24	-13,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-25,4	-2,2	-14,5	-12,5	-22,1	
Total – Protocoles de données	295	348	386	421	458	11,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	8,3	18,0	11,2	8,9	8,9	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de transmission de données sont classés selon qu'ils utilisent a) de nouveaux protocoles comme Ethernet et IP, ou b) des protocoles traditionnels comme X.25, le mode de transfert asynchrone ou le relais de trames. Ce tableau indique les revenus des services de transmission de données de gros selon les protocoles utilisés, de 2010 à 2014.

Tableau 5.6.9 Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
Interconnexion et itinérance	350	607	736	811	892	26,4
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>n/a</i>	<i>73,3</i>	<i>21,3</i>	<i>10,3</i>	<i>10,0</i>	
Autres	124	111	105	142	146	4,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>n/a</i>	<i>-10,6</i>	<i>-1,6</i>	<i>35,3</i>	<i>3,1</i>	
Total – Services de gros	474	718	840	953	1 038	21,6
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-12,9</i>	<i>51,3</i>	<i>17,1</i>	<i>13,4</i>	<i>9,0</i>	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services d'interconnexion et d'itinérance sont vendus à d'autres fournisseurs de services sans fil. Ils permettent aux fournisseurs d'échanger leur trafic et d'agrandir leur zone géographique de couverture. Les « autres » services comprennent notamment les ententes selon lesquelles un fournisseur de services sans fil fournira des services sans fil aux clients d'un autre fournisseur, aussi connues sous le nom de revente ou d'ententes avec un exploitant de réseau mobile virtuel.

b) Données relatives aux abonnés
Tableau 5.6.10 Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires (activités hors territoire excluses)	515	525	495	447	467	-2,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-3,4</i>	<i>1,9</i>	<i>-5,8</i>	<i>-9,6</i>	<i>4,3</i>	
<i>Pourcentage du total</i>	<i>59</i>	<i>53</i>	<i>47</i>	<i>53</i>	<i>64</i>	
FST titulaires (activités hors territoire)	266	322	247	236	191	-7,9
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-11,2</i>	<i>21,0</i>	<i>-23,3</i>	<i>-4,6</i>	<i>-18,8</i>	
<i>Pourcentage du total</i>	<i>31</i>	<i>32</i>	<i>24</i>	<i>28</i>	<i>26</i>	
Reste des autres FST	83	135	267	149	68	-5,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-15,7</i>	<i>61,4</i>	<i>98,4</i>	<i>-44,1</i>	<i>-54,4</i>	
<i>Pourcentage du total</i>	<i>10</i>	<i>13</i>	<i>26</i>	<i>18</i>	<i>9</i>	
Entreprises de câblodistribution	5	16	33	5	4	-0,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-</i>	<i>262,4</i>	<i>100,5</i>	<i>-85,2</i>	<i>-9,6</i>	
<i>Pourcentage du total</i>	<i>0</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	
Total – Lignes des services de gros	870	999	1,042	837	730	-4,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	<i>-6,7</i>	<i>14,8</i>	<i>4,4</i>	<i>-19,7</i>	<i>-12,8</i>	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre le nombre de lignes locales et d'accès des services de gros par type de FST, de même que les taux de croissance et les pourcentages des lignes des services de gros par type de FST, de 2010 à 2014. Au cours de cette période, la part des lignes des services de gros des FST titulaires dans leur territoire a diminué de 59 % en 2010 à 64 % en 2014.

c) *Environnement concurrentiel*
Tableau 5.6.11 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires de gros, par type de FST (pourcentage)

	2010	2011	2012	2013	2014	
FST titulaires (activités hors territoire exclus)	64,8	70,6	72,1	72,3	71,5	
Autres FST	FST titulaires (activités hors territoire)	16,1	15,1	12,7	11,3	10,5
	Autres FST dotés d'installation (y compris les entreprises de câblodistribution)	16,6	11,7	12,1	12,8	14,0
	Revendeurs	2,6	2,7	3,1	3,5	4,0
	Total partiel	35,2	29,4	27,9	27,7	28,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente la part de marché des revenus des services filaires de gros, par type de FST de 2010 à 2014. Depuis 2010, la part des FST titulaires a augmenté. Elle a atteint 72 % et elle était la plus importante du marché des services de gros.

Tableau 5.6.12 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions \$)

	2010	2011	2012	2013	2014	<i>TCAC (%) 2010-2014</i>
FST titulaires (activités hors territoire exclus)	653	682	623	588	570	-3,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	4,5	-8,7	-5,5	-3,1	
<i>Pourcentage du total</i>	82	82	83	84	88	
FST titulaires (activités hors territoire)	105	112	85	69	55	-15,0
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-8,6	6,5	-24,2	-18,5	-20,6	
<i>Pourcentage du total</i>	13	13	11	10	9	
Reste des autres FST	21	22	34	36	12	-12,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-20,8	1,6	56,5	6,5	-65,7	
<i>Pourcentage du total</i>	3	3	5	5	2	
Entreprises de câblodistribution	19	17	10	11	9	-17,8
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-13,9	-11,5	-41,1	10,4	-20,7	
<i>Pourcentage du total</i>	2	2	1	2	1	
Total – Services de gros	798	832	751	704	646	-5,2
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-3,1	4,3	-9,8	-6,2	-8,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services locaux et d'accès de gros, par type de FST, ainsi que les taux de croissance et les pourcentages de revenus des services de gros par type de FST, de 2010 à 2014. Au cours de cette période, les FST titulaires ont conservé plus de 82 % de ces revenus.

Tableau 5.6.13 Revenus des services interurbains, par type de FST (millions \$)

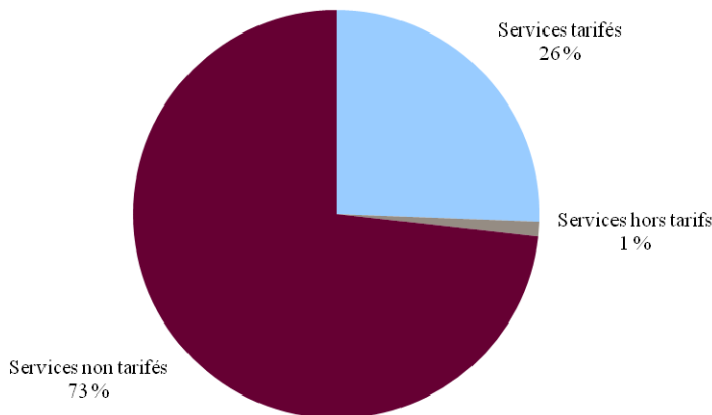
	2010	2011	2012	2013	2014	TCAC (%) 2010-2014
FST titulaires (activités hors territoire exclues)	311	315	323	254	228	-7,5
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-16,6	1,3	2,6	-21,4	-10,5	
<i>Pourcentage du total</i>	39	51	59	59	55	
FST titulaires (activités hors territoire)	229	205	138	106	94	-20,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	-1,1	-10,5	-32,5	-23,5	-11,7	
<i>Pourcentage du total</i>	29	33	25	24	23	
Reste des autres FST	64	55	72	59	81	6,3
<i>Croissance annuelle (%)</i>	57,7	-13,7	30,7	-17,2	36,8	
<i>Pourcentage du total</i>	8	9	13	14	20	
Entreprises de câblodistribution	194	42	18	13	11	-50,7
<i>Croissance annuelle (%)</i>	42,9	-78,2	-56,5	-26,6	-15,2	
<i>Pourcentage du total</i>	24	7	3	3	3	
Total – Services de gros	797	617	552	433	414	-15,1
<i>Croissance annuelle (%)</i>	2,2	-22,6	-10,6	-21,5	-4,5	

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services interurbains de gros, par type de FST, de même que les taux de croissance et les pourcentages des revenus des services de gros par type de FST, de 2010 à 2014. Les services interurbains de gros comprennent la revente des minutes d'interurbain qu'un FST achète d'un autre FST. Les fournisseurs de cartes d'appels interurbains prépayés utilisent ces services. Au cours de cette période, les FST titulaires ont connu des pertes annuelles de 7,5 % de ces revenus, alors que les autres FST ont connu des hausses annuelles de 6,3 %.

d) Abstention de la réglementation

Graphique 5.6.5 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification, 2014



Que sont les services de gros tarifés, non tarifés et hors tarifs?

Les services tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions sont énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.

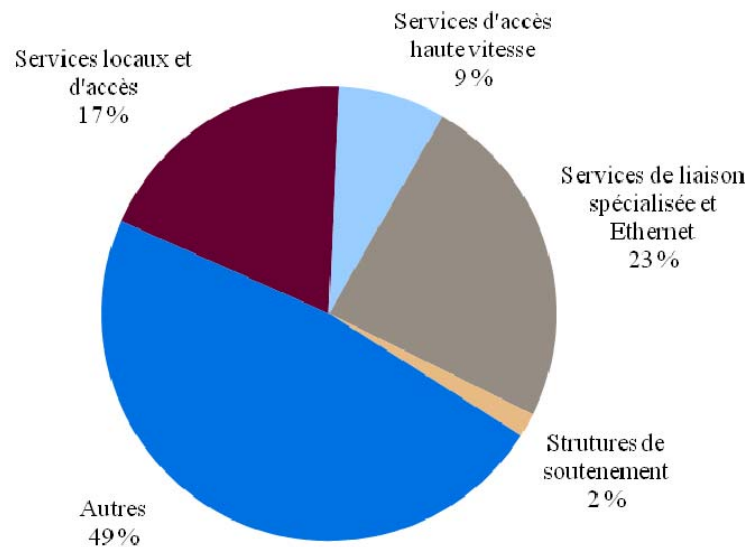
Les services non tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions ne sont pas énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.

Les services hors tarifs sont ceux dont le coût, bien que déposé auprès du Conseil, a été établi autrement à la suite d'une entente entre les parties.

Les revenus des services tarifés excluent les services hors tarifs.

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.6.6 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services, 2014



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le pourcentage des revenus des services de gros par type de services de gros. Aux fins de ce graphique, les revenus liés aux services de structures de soutien ont été inclus dans les revenus de gros.

Environ 74 % des revenus des services de gros provenaient des services non tarifés et des services dont le coût faisait l'objet d'une entente entre les parties.

Tableau 5.6.14 Pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros générés par les services faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

(pourcentage)	2010	2011	2012	2013	2014
Local et accès	58	60	61	61	59
Interurbain	97	96	99	99	97
Internet	54	59	56	41	35
Données	85	86	86	87	86
Liaison spécialisée	53	54	53	53	54
Sans-fil	100	100	100	100	100

Source : Données recueillies par le CRTC

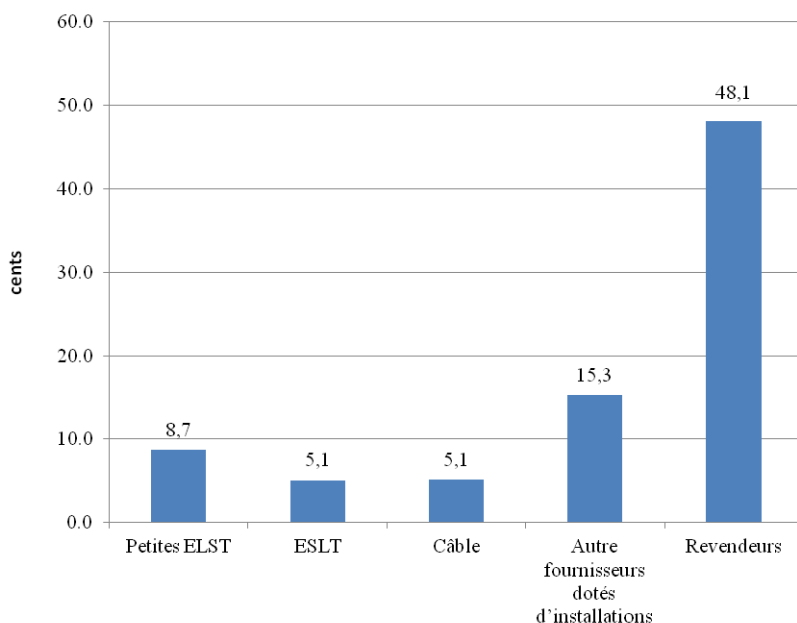
Ce tableau présente le pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros provenant des services qui ne font pas l'objet d'un tarif approuvé par le Conseil.

Des entreprises additionnelles ont fait un rapport en 2012.

e) *Dépenses entre fournisseurs*

Les revenus des services de gros correspondent aux dépenses entre fournisseurs faites par les FST qui acquièrent ce type de services. Toutes les entreprises achètent des services de télécommunication d'autres fournisseurs. Le degré de dépendance d'un fournisseur à l'égard de ces services est étroitement lié à la nature de ses activités.

Graphique 5.6.7 Dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu des services filaires



Source : Données recueillies par le CRTC

Les dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu comparent d'une part, les dépenses engagées par les FST dans l'achat de services de gros pour fournir un service donné, et d'autre part, les revenus provenant de la fourniture de services filaires.

Cette comparaison se calcule en divisant le total des dépenses annuelles entre fournisseurs par les revenus annuels des services de télécommunication. Ce calcul inclut tous les revenus des services de télécommunication, y compris ceux qui dépendent peu ou pas du tout des services de gros.

Ce graphique illustre le degré de dépendance des différents FST à l'égard des services de gros. Au total, les FST dotés d'installations consacrent moins de 6 cents par dollar de revenu à des services de gros, alors que les revendeurs, soit des fournisseurs qui ne possèdent ni n'exploitent d'installations, en sont très dépendants. Ils consacrent 48 cents par dollar de revenu à ces services.

Méthodologie

Le présent rapport est fondé sur : 1) les réponses fournies par les entreprises de radiodiffusion et de télécommunications dans leurs rapports annuels au CRTC, rapports qui sont publiés conjointement par Statistique Canada et par le CRTC (données regroupées ci-après sous le titre « Données recueillies par le CRTC »); 2) les données provenant d'autres sources, comme Statistique Canada, Industrie Canada, les rapports financiers des sociétés, les rapports de Numeris et les comptes rendus de l'Observateur des technologies médias (OTM) et 3) des renseignements déposés antérieurement auprès du CRTC lors d'instances. Sauf indication contraire, toutes les données sur la radiodiffusion contenues dans ce rapport portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année citée, tandis que toutes les données sur les télécommunications, y compris celles sur les services Internet, portent sur la période de 12 mois se terminant le 31 décembre de chaque année citée.

Les données relatives à la radiodiffusion sont rapportées tel que collectées, tandis qu'il est possible que les données relatives aux télécommunications sont ajustées ou estimées.

En ce qui concerne les données relatives à la disponibilité des services à large bande dans le secteur résidentiel, le Conseil et Industrie Canada coordonnent une collecte de données sur la disponibilité des services d'accès Internet à large bande pour les Canadiens. Le Conseil travaille aussi de concert avec les provinces et les territoires, ainsi qu'avec d'autres ministères et organismes gouvernementaux, afin de recenser les communautés qui n'ont pas accès aux services à large bande. Les données recueillies aideront les administrations fédérale, provinciales et territoriales à analyser l'écart dans les services à large bande entre les communautés urbaines et rurales. La combinaison de ces projets de collecte de données permet d'alléger le fardeau de l'industrie sur les plans de la divulgation des données, d'uniformiser les définitions et les méthodologies à appliquer et d'améliorer la qualité des données présentées dans ce rapport.

Certains chiffres ont été repris de rapports de surveillance antérieurs afin d'illustrer l'évolution du marché ou de l'industrie et de permettre l'établissement de comparaisons valables. D'autres chiffres ont pu être modifiés du fait que certains fournisseurs de services ont resoumis des données concernant des années précédentes.

Tous les chiffres révisés sont suivis du symbole dièse (#).

Collecte et analyse de données

La collecte des données est effectuée par Statistique Canada en vertu de la *Loi sur la statistique* et par le CRTC en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* et de la *Loi sur les télécommunications*. Statistique Canada se sert de ces données pour préparer des comptes rendus nationaux. Le CRTC, lui, les utilise pour surveiller le rendement des industries de la radiodiffusion et des télécommunications, pour déterminer si ces dernières se conforment à la réglementation, et pour évaluer l'efficacité de ses cadres réglementaires. Plusieurs acteurs utilisent ces données pour élaborer des politiques et des règlements. Les données recueillies permettent de mesurer le rendement financier des radiodiffuseurs et des fournisseurs de services de télécommunication. En outre, le CRTC s'en sert pour mettre à jour ses données sur les droits de licence de services de radiodiffusion et de télécommunication. Les données sont recueillies à divers degrés auprès de tous les radiodiffuseurs et FST réglementés et supervisés par le CRTC. Ces fournisseurs de services exploitent des services privés ou publics ou des services non commerciaux de radio, de télévision et de distribution de radiodiffusion, ainsi que des services payants, de télévision à la carte, de vidéo sur demande ou spécialisés, de même que des services de télécommunication filaires et sans fil.

Tous les ans, les radiodiffuseurs (ou titulaires de licence de radiodiffusion) et les FST doivent répondre à des questionnaires faisant appel à des renseignements financiers et statistiques correspondant à leur année d'exercice et à l'année civile respectivement. Les principaux résultats de cette collecte de données alimentent les relevés statistiques et financiers annuels sur les revenus et, dans le cas des radiodiffuseurs, sur les dépenses comme celles liées aux programmations canadienne et internationale. Les données sur les titulaires de licence de radiodiffusion sont résumées sur le site Web du CRTC à l'adresse www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm. Les données en question sont aussi publiées sous la forme du *Rapport de surveillance des communications*.

La réglementation du secteur de la radiodiffusion exige que les radiodiffuseurs remplissent un sondage annuel. La *Loi sur les télécommunications*, quant à elle, exige des FST qu'ils fournissent au CRTC certaines données sur demande. Tant en radiodiffusion qu'en télécommunications, les fournisseurs de services accèdent et répondent aux questionnaires en ligne en passant par le Service de collecte des données (SCD) sécurisé en ligne du CRTC.

Le sondage sur la radiodiffusion couvre une période de douze mois se terminant le 31 août. Tous les radiodiffuseurs ont jusqu'au 30 novembre pour remplir et soumettre leurs formulaires de sondage annuel. Le sondage sur les télécommunications couvre une période de douze mois se terminant le 31 décembre. Le questionnaire sur les télécommunications, qui porte sur les installations et la tarification des services, est envoyé en janvier et les répondants ont jusqu'au 28 février pour le soumettre. Les autres questionnaires sur les télécommunications sont envoyés en février et les répondants ont jusqu'au 30 mars pour y répondre.

Dans le cadre du sondage sur la radiodiffusion, les radiodiffuseurs de radio commerciale doivent fournir des renseignements sur leurs contributions au Développement du contenu

canadien (DCC). Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) doivent déposer des renseignements sur leurs contributions à la création et à la production d'émissions canadiennes. Ceux-ci permettent au CRTC de veiller à ce que les radiodiffuseurs respectent leurs conditions de licence et les exigences réglementaires sur ces plans.

Dans le cadre du sondage sur les télécommunications, le CRTC exige des FST qu'ils tiennent à jour leurs listes d'enregistrement et qu'ils fournissent des données en lien avec le régime de contribution fondé sur les revenus et avec l'évaluation des droits de télécommunication. Les revenus annuels consolidés provenant de la fourniture de services de télécommunication au Canada servent à déterminer l'admissibilité des entreprises à exploiter à titre d'entreprises de services de télécommunication en vertu de l'article 16 de la *Loi sur les télécommunications*.

Analyse des données

Le CRTC analyse les données de sondage pour s'assurer que les renseignements fournis sont complets et exacts. Les comparaisons d'une année sur l'autre permettent de repérer les variations importantes ou inexplicables, et le CRTC assure le suivi nécessaire auprès des répondants pour régler les anomalies constatées obtenir des explications à leur sujet. Le CRTC soumet aussi les données à des vérifications à l'aide de règles informatisées afin d'en vérifier l'exactitude et la cohérence interne. Au besoin, le CRTC compare les données déclarées avec les renseignements financiers audités. Les données d'origine ou dérivées (comme les revenus moyens par ligne ou par minute) sont aussi comparées avec les indicateurs établis.

Les objectifs de cette analyse sont les suivants :

- Assurer l'exactitude et la validité des données recueillies afin : a) de fournir aux Canadiens des données de qualité supérieure qui étayent leurs décisions éclairées et une participation constructive aux instances du CRTC; b) d'appuyer le processus décisionnel du CRTC, fondé sur les faits ;
- Permettre d'établir, dans les grandes catégories de revenus et de dépenses apparaissant dans les formulaires annuels, une analyse des tendances sur cinq ans, surtout par rapport à l'année précédente ;
- Permettre au Conseil de rapprocher les dépenses réelles au titre des émissions canadiennes et les dépenses exigées par la réglementation ;
- S'assurer que le sommaire des données financières d'exploitation du titulaire de licence, inclus dans le rapport annuel, correspond aux données présentées dans les états financiers exigés des titulaires de licence, conformément aux dispositions réglementaires évoquées dans la circulaire n^o 404 ;
- Maintenir à jour la liste des FST affichée sur le site Web du CRTC.

Des modifications pourraient être apportées à la suite de la publication des données soumises, ainsi que du présent rapport. Ces modifications sont généralement le résultat de la réception tardive de données, de révisions apportées par les répondants à des données soumises précédemment, ou encore d'erreurs décelées après la publication des données. Enfin, certains chiffres publiés dans le *Rapport de surveillance des communications* des années précédentes peuvent être reformulés par souci de cohérence. Il peut être, par exemple, question de donner suite aux reclassifications effectuées afin de mieux refléter les divers segments de marché ou l'évolution de l'industrie. Il est établi que ces révisions sont généralement sans incidences importantes sur les résultats du processus de collecte de données. Tous ces changements sont indiqués, soit par l'ajout du symbole # à côté du nouveau chiffre, soit par une note dans le texte qui apparaît en-dessous du tableau ou du graphique pertinent.

La plupart des tableaux et graphiques du rapport sont tirés des données recueillies par le SCD, tandis que d'autres ont été créés à partir de données provenant de Statistique Canada, d'Industrie Canada ou de tierces parties. Les données provenant de ces sources ne se recourent pas toujours, étant donné que les entreprises visées, les définitions utilisées et le niveau de précision exigé sont parfois différents. La source des données est indiquée sous chaque tableau et graphique.

Glossaire

Avis de non-responsabilité : les définitions ci-dessous sont fournies à titre informatif uniquement; elles ne sont pas juridiquement contraignantes.

Radiodiffusion

Expression	Définition
Audimètre électronique portable	Système qui mesure le nombre de personnes qui ont accès à des stations de radio et des stations de télévision individuelles ou qui les écoutent. Il est porté à la manière d'un téléavertisseur et détecte les signaux sonores cachés dans le flux audio d'une station ou d'un réseau, et enregistre chaque fois qu'un tel signal est détecté.
Avantages tangibles	<p>En l'absence d'un processus concurrentiel relatif au changement de propriété ou du contrôle effectif de services de programmation de radio ou de télévision, le demandeur est tenu de verser des contributions financières (appelées « avantages tangibles ») qui apporteront des améliorations mesurables et considérables au système de radiodiffusion canadien dans son ensemble, ainsi qu'aux communautés desservies par le(s) service(s) en question.</p> <p>Les avantages tangibles sont proportionnels à la taille et à la nature de la transaction et doivent s'ajouter aux coûts normaux associés à l'exercice des activités d'affaires. Règle générale, on s'attend à ce que les demandeurs versent des contributions au titre des avantages tangibles représentant un pourcentage (6 % pour les services de radio et 10 % pour les services de télévision) de la valeur de la transaction et qui sont habituellement versées sur une période de cinq à sept ans.</p> <p>Les avantages tangibles sont un moyen qu'utilise le Conseil pour s'assurer d'obtenir la meilleure proposition possible du demandeur et pour s'assurer que l'approbation de la proposition est dans l'intérêt du public, conformément aux objectifs généraux de la <i>Loi sur la radiodiffusion</i>.</p>
Commentaires offensants	Commentaire exprimant un humour déplacé offensant ou d'autres commentaires qui ne sont pas visés par la disposition relative aux «propos offensants».
Conseil canadien des normes de la radiodiffusion	<p>Un organisme indépendant non gouvernemental créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) afin d'administrer les normes établies par ses membres, les radiodiffuseurs privés du Canada, lesquels comprennent plus de 790 stations de radio et de télévision du secteur privé, des services spécialisés, des services payants et des réseaux de partout au Canada, qui diffusent en langues française, anglaise et tierces.</p> <p>http://www.cbsc.ca/francais/</p>
Contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC)	Contributions financières faites par les diffuseurs à des projets qui contribuent au développement et à la promotion de contenu musical et de créations orales pour diffusion.
Couper le cordon	Annulation d'un abonnement à des services télévisuels pour passer à la télévision peu couteuse par la diffusion en direct gratuite au moyen d'une antenne ou à un service de vidéo en ligne par Internet.
Dépenses au titre des	Part des revenus annuels bruts de radiodiffusion qu'un titulaire est tenu, par condition de

Émissions canadiennes	licence, de dépenser au titre de la programmation canadienne pour diffusion.
Diffuseur	Entité qui contrôle une entreprise qui diffuse de la programmation.
Émissions d'intérêt national (ÉEIN)	<p>Les émissions d'intérêt national (ÉIN), telles que définies par le CRTC, englobent les émissions dramatiques et comiques, les documentaires de longue durée et les émissions canadiennes de remise de prix spécifiques qui rendent hommage à des créateurs et artistes canadiens. Pour les radiodiffuseurs de langue française, les ÉIN englobent aussi les vidéoclips et les émissions de variétés.</p> <p>Aux fins du présent rapport, les dépenses au titre des ÉIN comprennent les dépenses au soutien de l'une ou l'autre de ces catégories d'émissions :</p> <ul style="list-style-type: none"> • documentaires de longue durée (catégorie 2b); • émissions dramatiques et comiques (catégorie 7); • émissions de musique, danse et variétés de langue française (catégories 8 et 9); • émissions de remise de prix de langue anglaise (sous-catégorie de la catégorie 11).
Enregistreur numérique personnel (ENP)	Appareil ou application qui enregistre des vidéos en format numérique sur une unité de disque, une clé USB, une carte mémoire SD, un disque SSD ou un autre support mémoire de masse local ou en réseau (aussi appelé enregistreur vidéo numérique ou DVR).
Entreprise de distribution de radiodiffusion	<p>Fournisseurs de services de télévision par abonnement aux Canadiens au moyen de la redistribution de la programmation des stations de télévision traditionnelle en direct et des stations de radio. Ces fournisseurs distribuent aussi des services sonores payants, des services de télévision payante, des services à la carte, des services de vidéo sur demande et des services spécialisés.</p> <p>Par exemple, des services par câble (par câbles coaxiaux), des services par satellite et des services de télévision par protocole Internet (IPTV).</p>
Fonds de production indépendants	Fonds établis par des tiers qui appuient les créateurs de diverses émissions et d'autres contenus. Ils aident à garantir que les créateurs ont accès à du soutien financier et autre, y compris du soutien à la promotion nationale et internationale sur toutes les plateformes audiovisuelles. Les fonds de production indépendants sont certifiés par le Conseil selon les critères énoncés dans <i>Contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion aux émissions canadiennes</i> , politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-833, 9 novembre 2010.
Fonds des médias du Canada	<p>Un fond qui favorise, promeut, développe et finance la production de contenus canadiens et d'applications pertinentes pour toutes les plateformes audiovisuelles. Son financement provient de sources gouvernementales et privées.</p> <p>http://www.cmf-fmc.ca/fr/</p>
Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL)	Fond conçu pour améliorer la qualité de la programmation locale dans les marchés de télévision non métropolitains de partout au Canada. Il a été abandonné en août 2014.

Forfait de services	Groupe de services liés qui sont vendus sous la forme d'un forfait et procurent un gain financier.
Langage injurieux	Langage contenant des injures utilisé dans des paroles de chanson ou dans des émissions de créations orales.
Les normes canadiennes de la publicité	<p>Un organisme national sans but lucratif d'autoréglementation en matière de publicité qui répond aux plaintes de consommateurs et de groupes de défense d'intérêts spéciaux à l'égard de la publicité pour tous les médias assujettis au <i>Code canadien des normes de la publicité</i>, l'instrument principal d'autoréglementation en publicité. De plus, les NCP entreprennent des fonctions de préapprobation dans cinq catégories d'industries, en se basant sur les lois, règlements, codes de l'industrie ou lignes directrices applicables.</p> <p>Pour plus d'information sur les NCP, veuillez consulter le site web www.adstandards.com/fr/.</p>
Numeris	Organisme de mesure de l'auditoire canadien; principal fournisseur de statistiques sur l'auditoire pour les télédiffuseurs et les radiodiffuseurs au Canada (anciennement le Bureau of Broadcast Measurement, ou Sondages BBM).
Paiements d'affiliation	Rémunération que les fournisseurs de services de programmation payante et spécialisée reçoivent des entreprises de distribution de radiodiffusion qui distribuent leurs services.
Propos offensant	Un propos offensant qui, pris dans leur son contexte, risquent d'exposer une personne, un groupe ou une classe de personnes à la haine ou au mépris pour des motifs fondés sur la race, l'origine nationale ou ethnique, la couleur, la religion, le sexe ou l'orientation sexuelle, l'âge ou une déficience physique ou mentale.
Secteur de la radiodiffusion	Entreprises de radio, de télévision et de distribution composées d'éléments publics, privés et communautaires.
Service audio par Internet	Signifie l'écoute en différé ou en continu de services sonores disponibles sur Internet.
Service de base	Service distribué dans une zone autorisée par une entreprise de distribution de radiodiffusion sous la forme d'un forfait de services de programmation dont la distribution est exigée par le Conseil.
Service de radio à canaux multiples par abonnement	Dans le contexte du <i>Rapport de surveillance des télécommunications</i> , désigne des services de radio par satellite par abonnement.
Service de radio par Internet	Signifie l'écoute en différé ou en continu de stations de radio AM/FM disponibles sur Internet.
Service de télévision en direct	Service de télévision auquel les Canadiens peuvent avoir accès au moyen d'une antenne qui capte les signaux de télévision en direct.
Service de télévision payante	Désigne généralement un service qui offre des films et des séries télévisées sans messages publicitaires et qui n'est offert que par des entreprises de distribution de radiodiffusion.
Services audio	Comprennent les services multicanaux par abonnement (radio par satellite), des services sonores spécialisés et payants, des stations de radio en direct, et des services en direct et de vidéo par câble et sur Internet.
Services de catégorie A/B/C	Catégorie A – Service axé sur un genre précis (p. ex. : la musique, les émissions pour enfants, la météo, les comédies). Cette catégorie est protégée de la concurrence des services non canadiens et des services de catégorie B. Toutes les entreprises de

	<p>distribution de radiodiffusion doivent offrir ces services.</p> <p>Catégorie B – Service axé sur un genre précis, qui ne livre concurrence à aucun service de catégorie A ou C. Les services de la catégorie B ne font l’objet d’aucun droit de distribution particulier.</p> <p>Catégorie C – Service qui diffuse dans un des genres concurrents des nouvelles nationales ou des sports d’intérêt général. Il n’y a aucun droit de distribution particulier pour les services de sports de la catégorie C. Les services de nouvelles de la catégorie C doivent être offerts dans le cadre du meilleur forfait facultatif possible compatible avec leur genre. Ils doivent aussi être offerts aux abonnés de façon individuelle.</p>
Services facultatifs	Service de programmation non compris dans le service de base et distribué aux abonnés à titre facultatif à un tarif distinct du tarif du service de base et s’ajoutant à ce dernier.
Services sur demande	Système qui permet aux utilisateurs de choisir et de regarder ou d’écouter du contenu vidéo ou audio à loisir, plutôt que d’avoir à le faire à une heure de diffusion précise (par exemple, un service de vidéo sur demande ou un service à la carte).
Télévision par protocole Internet (IPTV)	Système par lequel des services de télévision sont offerts au moyen d’un du protocole Internet sur un réseau privé et géré, au lieu de la télévision en direct, la télévision par câble ou la télévision par satellite traditionnelles.
Vidéo sur demande	Service qui permet aux téléspectateurs de choisir l’émission qu’ils souhaitent suivre et l’heure à laquelle ils souhaitent le faire et pour laquelle des frais sont généralement appliqués. Ce type de services peut être obtenu d’un fournisseur de services, comme une entreprise du câble ou par satellite, et est de plus en plus offert sur Internet.

Télécommunications

Expression	Définition
Abstention de la réglementation	Fait de ne pas réglementer un service, une activité, etc.
Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)	<p>Le CPRST est une organisation indépendante qui s'emploie à résoudre les plaintes des consommateurs, portant sur les services téléphoniques et Internet, de concert avec leur fournisseur de services. La structure et le mandat du CPRST ont été approuvés par le CRTC.</p> <p>Le CPRST traite les plaintes concernant la plupart des services de télécommunication offerts aux particuliers et aux petites entreprises, y compris les services téléphoniques de résidence, les services sans fil, les services Internet et les services VoIP.</p> <p>Le CPRST est aussi responsable de l'administration du Code sur les services sans fil.</p> <p>https://www.ctcs-cprst.ca/fr/</p>
Communications de machine à machine (M2M)	<p>Réseautage d'appareils intelligents éloignés, dotés d'une capacité de communication permettant la collecte ou l'échange automatisé d'information sans intervention humaine.</p> <p>Par exemple, des distributrices qui transmettent des données sur le niveau d'inventaire.</p>
Connexions	Accès à un ou plusieurs services de communication, comme les services téléphoniques locaux, les services d'accès à Internet, les services sans fil et les services de distribution de radiodiffusion. Les services sans fil peuvent être mobiles ou fixes. Les services de distribution de radiodiffusion peuvent consister en des services par câble, des services par satellite, des services par satellite de radiodiffusion directe ou des services de télévision par protocole Internet (IPTV).
Dépenses en immobilisations associées au réseau	Somme d'argent dépensée au titre des réseaux de communication (p. ex. ligne terrestre, câble et sans-fil) pour de l'équipement, de la main-d'œuvre, les logiciels, etc., qui conformément à des méthodes comptables, peut être capitalisée dans les dossiers financiers des entreprises.
HSPA/HSPA+/LTE	<p>Accès haute vitesse par paquets (HSPA) et l'évolution à long terme (LTE) sont les protocoles (ou normes) utilisés pour les communications entre un téléphone mobile et les tours de téléphonie cellulaire sur les réseaux mobiles. Le protocole HSPA est aussi appelé « cellulaire 3G » et le protocole LTE, « cellulaire 4G ». Le protocole LTE est la norme actuelle qui est largement déployée sur la plupart des réseaux mobiles.</p> <p>Le protocole HSPA+ (accès haute vitesse évolué par paquets) est une forme de protocole HSPA qui utilise des mesures techniques pour fournir des vitesses de transmission plus rapides.</p>
Latence	Temps qui s'écoule entre la transmission et la réception d'un signal.
Service de liaison spécialisée	Une installation de transmission qui achemine des communications spécialisées entre deux points ou plus. Une liaison spécialisée n'est pas raccordée au réseau téléphonique public commuté (RTPC), et les communications acheminées sur la liaison spécialisée ne sont pas

	commutées.
Mégabits par seconde (Mbps)	Unité de mesure théorique de la vitesse pour la transmission de données sur un support de transmission (p. ex. câble de cuivre, câble coaxial, fibre optique ou technologie sans fil), qui consiste en 1 000 000 bits par seconde ou 125 000 octets par seconde; un octet étant formé de huit bits.
Point d'accès Wi-Fi	Emplacement qui offre, grâce à une technologie (Wi-Fi) de réseautage informatique sans fil local, un accès Internet sur un réseau local sans fil au moyen d'un routeur relié à un lien vers un fournisseur de services Internet.
Réseau sans fil fixe	Réseau sans fil qui utilise du spectre autorisé ou non pour la prestation de services de communication (voix et/ou données), où les services ont pour but d'être utilisés à un emplacement fixe.
Service de messages courts (SMC) / service de messagerie multimédia (SMM)	<p>Le service de messages courts (SMC) est un service de messagerie texte qui utilise des protocoles de communication normalisés pour permettre aux téléphones (généralement les téléphones mobiles) d'échanger de courts messages. En raison de la méthode employée pour transmettre des messages textes sur des réseaux sans fil mobiles, ces messages sont restreints à une longueur de 140 octets (un octet étant composé de huit bits). Les messages plus longs sont morcelés par l'appareil qui les envoie en SMC de 140 octets qui sont ensuite réassemblés pour former le message complet par l'appareil qui le reçoit.</p> <p>Le service de messagerie multimédia (SMM) élargit la capacité de base des SMC de manière à permettre l'envoi de contenu multimédia comme des images, de courts vidéoclips, des nouvelles et du divertissement ou du matériel de marketing comme des coupons et des images de produits.</p>
Service Internet à large bande	Service Internet haute vitesse comprenant un accès d'au moins 1,5 Mbps.
Services d'accès	Installations requises pour le branchement d'un abonné à un réseau de communication. Les lignes téléphoniques locales et les installations d'accès à la large bande au moyen desquelles les locaux des abonnés sont branchés en sont des exemples.
Services Internet par satellite	<p>Il est possible de faciliter l'accès à Internet en région éloignée en utilisant le transport par satellite, et ce, de deux façons : l'une est un service de diffusion directe nécessitant l'installation d'une petite antenne (généralement dans la bande Ka) au domicile/au local de l'abonné; l'autre consiste en une entente conclue entre un fournisseur de services de télécommunication et un exploitant de satellite concernant des services de transport par satellite (généralement dans la bande C, qui nécessitent une grande antenne) supposant le raccordement à un système de distribution terrestre dans une collectivité.</p> <p>Généralement, l'accès à des services Internet par satellite n'est utilisé que dans les collectivités où il n'y a aucun service de transmission terrestre approprié.</p>
Services tarifés /services non tarifés /services hors tarifs	<p>Les services tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions sont énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.</p> <p>Les services non tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions ne sont pas énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.</p> <p>Les services hors tarifs sont ceux dont le tarif, bien que déposé auprès du Conseil, a été établi autrement à la suite d'une entente entre les parties.</p>

Taux de résiliation	Mesure du nombre de clients qu'un fournisseur de services perd mensuellement par rapport au total des abonnés de ce service. On le calcule en divisant le nombre de clients qui ont annulé leur service par mois par le nombre total d'abonnés du fournisseur de service.
Utilisateur d'un service mobile à large bande spécialisé	L'utilisateur de services mobiles à large bande spécialisés est un abonné uniquement à des services de données sur un réseau mobile. Ce type d'abonnement s'achète à part des services téléphoniques, soit comme service autonome (concentrateur, modem/clé électronique, clé USB ou modem), soit à titre de forfait de données complémentaire au service de téléphonie nécessitant ainsi un autre abonnement.
Utilisateur d'un service mobile à large bande standard	L'utilisateur de services mobiles à large bande standard possède un téléphone intelligent ou un téléphone cellulaire ordinaire avec un abonnement à un forfait de services vocaux et de données. (Les forfaits de téléphone mobile avec navigation seulement sont exclus de cette catégorie.)
Voix sur protocole Internet (VoIP)	Technologie de communication numérique qui utilise des paquets IP transmis sur des réseaux à commutation par paquets. Généralement, deux types de réseaux sont utilisés pour les services de VoIP : le réseau Internet public/ouvert et les réseaux IP gérés ou dédiés exploités par des entreprises comme les câblodistributeurs; ces derniers réseaux sont souvent appelés réseaux VoIP dépendants de l'accès. Lorsque le réseau Internet public est utilisé pour un service VoIP, on parle de service VoIP indépendant de l'accès.

Autres

Expression	Définitions
Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissements (BAIIDA)	Mesure comptable calculée en utilisant les gains nets d'une entreprise avant la déduction des intérêts, des impôts, de la dépréciation et des amortissements. Il s'agit à la fois d'une mesure du rendement des opérations courantes de l'entreprise avec ses actifs à court terme courants, ainsi que d'une mesure de la rentabilité de l'entreprise avant la prise en compte des effets du financement.
Taux de croissance annuel composé (TCAC)	Taux de croissance d'une année à l'autre d'un montant au cours d'une période donnée.

Liste des acronymes utilisés dans le rapport

AHV	accès haute vitesse
BAIL	bénéfice avant intérêts et impôt
BAIIDA	bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement
CCNR	Conseil canadien des normes de la radiotélévision
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
DÉC	dépenses au titre des émissions canadiennes
EDR	entreprise de distribution de radiodiffusion
ÉIN	émissions d'intérêt national
EVP	enregistreur vidéo personnel
FAPL	Fonds pour l'amélioration de la programmation locale
FMC	Fonds des médias du Canada
FSI	fournisseur de services Internet
FSSF	fournisseur de services sans fil
FST	fournisseur de services de télécommunication
FTTH	installations de fibre jusqu'aux domiciles
FTTP	installations de fibre jusqu'aux locaux de l'abonné
FTTN	installations de fibre jusqu'au nœud
Go	gigaoctet
HSPA	accès haute vitesse par paquets
HSPA+	accès haute vitesse par paquets évolué
IP	protocole Internet ou protocole IP
IPC	indice des prix à la consommation
IPST	indice des prix du service téléphonique
IPTV	télévision sur IP
kbps	kilobit par seconde
LAN	ligne d'abonné numérique
LTE	évolution à long terme
Mo	mégaoctet

Mbps	mégabit par seconde
MTA	mode de transfert asynchrone
M2M	machine-à-machine
NCP	Les normes canadiennes de la publicité
ORMV	opérateurs de réseaux mobiles virtuels
OTM	Observateur des technologies médias
PPM	audimètre portatif sans fil
RL	réseau local
RMPU	revenu moyen par utilisateur
RNIS	réseau numérique à intégration de services
RTPC	réseau téléphonique public commuté
s.o.	sans objet
SAIT	services d'accès Internet de tiers
SCD	système de collecte de données
SDM	service de distribution multipoint
SMM	service de messagerie multimédia
SMS	service de messages courts
SNHV	services numériques haute vitesse
SRC	Société Radio-Canada
SRD	satellite de radiodiffusion directe
SRE	services de réseau étendu
SSFE	services sans fil évolués
TCAC	taux de croissance annuel composé
TIC	technologie de l'information et de la communication
TVC	télévision à la carte
VoIP	communication vocale sur protocole Internet
VPN-PI	service de données par réseau privé virtuel de protocole Internet
VSD	vidéo sur demande
3G	troisième génération
4G	quatrième génération

**Circulaire, décisions, avis publics, ordonnances, avis de consultation,
politiques réglementaires et codes cités dans le rapport**

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 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 2010-942	<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>
Décision de radiodiffusion 2012-394	<i>Global News Plus BC – service de catégorie B spécialisé, décision de radiodiffusion CRTC 2012-394, 20 juillet 2012</i>
Décision de radiodiffusion 2013-207	<i>The Score – Modification du contrôle effectif, et renouvellement et modification de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2013-207, 30 avril 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2013-283	<i>TVtropolis – Acquisition d'actif, décision de radiodiffusion CRTC 2013-283, 11 juin 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2013-310	<i>Les entreprises de radiodiffusion d'Astral – Modification du contrôle effectif, décision de radiodiffusion CRTC 2013-310, 27 juin 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2013-530	<i>CityNews Channel (autrefois connu sous le nom de CITY News (Toronto)) – Révocation de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2013-530, 1 octobre 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2013-737	<i>TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro, TÉLÉTOON Rétro et Cartoon Network – Modification de contrôle effectif; TELETOON/TÉLÉTOON, TELETOON Retro et TÉLÉTOON Rétro – Renouvellement et modification de licence, décision de radiodiffusion CRTC 2013-737, 20 décembre 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2013-738	<i>Historia et Séries+ – Acquisition d'actif et modification au contrôle effectif, décision de radiodiffusion CRTC 2013-738, 20 décembre 2013</i>
Décision de radiodiffusion 2014-62	<i>Modification du contrôle effectif – Suivi de la transaction Astral-BCE, décision de radiodiffusion 2014-62, 17 février 2014</i>

Décision de radiodiffusion 2014-388	<i>Modification du contrôle effectif de Disney Junior, Disney XD et Family Channel de Bell Média inc. à DHX Media Ltd. et modifications de licence, décision de radiodiffusion 2014-388, 24 juillet 2014</i>
Décision de radiodiffusion 2014-465	<i>MusiquePlus et MusiMax - Modification au contrôle effectif et modifications de licence, décision de radiodiffusion 2014-465, 11 septembre 2014</i>
Ordonnance de radiodiffusion 2011-60	<i>Ordonnance d'exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande, ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, 31 janvier 2011</i>
Avis public de radiodiffusion 1990-89	<i>Politique en matière de radiotélédiffusion autochtone, avis public CRTC 1990-89, 20 septembre 1990</i>
Avis public de radiodiffusion 1999-117	<i>Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique, Avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999</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>
Politique réglementaire de télécom 2013-271	<i>Le Code sur les services sans fil, Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271, 3 juin 2013</i>

Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport

Access Communications	Access Communications Co-operative Limited
Astral	Astral Média Inc.
Bell Aliant	Bell Aliant Communications régionales, société en commandite
BCE	Bell Canada Enterprises
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 Incorporated
Bragg	Bragg Communications Inc.
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
Cogeco	Cogeco Data Services Inc., Cogeco Canada L.P., Cogeco Câble Québec s.e.n.c. et Cogeco Câble Canada s.e.c
Corus	Corus Entertainment Inc.
Distributel	Distributel Communications Limited
EastLink	EastLink
MTS Allstream	MTS Allstream Inc.
Norouestel	Norouestel Inc.
Norouestel Mobilité	Norouestel Mobilité Inc.
Québecor	Québecor Média inc.
Primus	Primus Telecommunications Canada Inc.
Remstar	Remstar Diffusion inc. (V)
Rogers	Rogers Media Inc., Rogers Broadcasting Limited, Rogers Cable Communications Inc., Rogers Communications Inc. et Rogers Wireless Inc.
SaskTel	Saskatchewan Telecommunications
Shaw	Shaw Communications Inc.
SRC	Société Radio-Canada
TELUS	Société de Communications TELUS
Télé-Québec	Société de télédiffusion du Québec
Vidéotron	Vidéotron ltée, Vidéotron s.e.n.c.
WIND	WIND Mobile Corp.

Xplornet
YAK

Xplornet Broadband Inc., Xplornet Communications Inc.
YAK Communications (Canada) Corp.

Description du secteur du marché des télécommunications

A) Communication vocale filaire

Les services de télécommunication vocale filaire peuvent être divisés en deux grands segments de marché : i) les services locaux et d'accès et ii) les services interurbains.

i) Services locaux et d'accès

Le segment des services locaux et d'accès comprend les services filaires relatifs à l'accès et à la connectivité au réseau téléphonique public commuté (RTPC), y compris les services utilisés à la fois par les clients de détail et de gros.

Le service téléphonique filaire local permet au client d'effectuer un nombre illimité d'appels à l'intérieur d'une zone locale moyennant un tarif mensuel de base. Ce service est soit dépendant de l'accès, soit indépendant de l'accès. Le service téléphonique dépendant de l'accès comprend un accès filaire géré depuis le fournisseur de services de télécommunication au client, un raccordement au RTPC et un numéro de téléphone. Le service téléphonique indépendant de l'accès ne comprend pas l'accès filaire géré. Les clients du service téléphonique indépendant de l'accès doivent être abonnés à un service Internet à large bande, qui sert d'accès.

Le service téléphonique filaire local regroupe aussi les services automatisés de prise d'appels, le service Centrex d'affaires, les services de réseau numérique à intégration de services (RNIS) ainsi que d'autres services auxiliaires, notamment le câblage intérieur, l'installation et la réparation, les téléconférences et divers services locaux.

Les services locaux et d'accès comprennent a) les services locaux de gros fournis aux autres fournisseurs de services de télécommunication et b) les services d'accès fournis aux entreprises et aux autres fournisseurs de services aux fins d'interconnexion, notamment la commutation et le groupement.

ii) Services interurbains

L'interurbain de détail englobe le trafic de communication vocale filaire acheminé à l'extérieur de la zone d'appel local. Ces services sont vendus selon des formules aussi diversifiées que l'imposition de frais standards par minute, des plans à frais mensuels fixes, des cartes d'appel ou des forfaits de services.

Les services interurbains de gros sont offerts : a) dans le cadre d'arrangements de raccordement entre un fournisseur de services de télécommunication doté d'installations et un fournisseur de services interurbains pour assurer le trafic des minutes d'appels interurbains ou b) sur la base de vente de blocs de minutes d'appels interurbains par les fournisseurs de services de télécommunication 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

Le service d'accès Internet se résume à fournir aux utilisateurs finals une connexion par 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 :
 - o des routeurs, afin de pouvoir acheminer le trafic entre les utilisateurs finals du FSI et Internet;
 - o des serveurs, pour les services du FSI fournis à l'interne, tels que le courrier électronique;
 - o des éléments de gestion de réseau;
- c) une connexion du FSI jusqu'à Internet.

Il existe des services d'accès Internet à différentes vitesses. Les services à faible vitesse ou services d'accès sur bande étroite, avec un débit pouvant atteindre jusqu'à 64 kilobits par seconde, sont généralement fournis par ligne commutée. Les services d'accès à haute vitesse, y compris la bande élargie (jusqu'à 1,5 mégabits par seconde [Mbps]) et la large bande (plus de 1,5 Mbps), sont généralement fournis par les technologies par ligne d'abonné numérique (LAN), câble, les technologies terrestres sans fil, le satellite ou les câbles à fibre optique.

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

ii) Applications Internet et autres services liés à Internet

Un nombre croissant de services d'applications Internet, comme le courrier électronique et l'hébergement, se greffent sur les services de connectivité Internet. Les services

d'application Internet sont normalement groupés avec les services d'accès Internet. Toutefois, les fournisseurs de services de télécommunication 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 (RV) 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 réseau privé virtuel-IP (RPV-IP), sans oublier la fourniture et la gestion de réseaux et d'équipement de réseau.

Les services de liaison spécialisée permettent de raccorder deux ou plusieurs points au moyen d'installations réservées aux fins d'acheminement du trafic 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), 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 et les services de liaison spécialisée par satellite sont comprises dans la section intitulée « Secteur du marché des services de transmission de données et de liaison spécialisée », tandis que les services de téléphone mobile font partie de la section sur les services sans fil de ce rapport.

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 à mesure que les fabricants d'équipement terminal lancent de nouveaux appareils de pointe.

Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication

Aux fins de la réglementation et de la déclaration sur l'état de la concurrence dans le marché des services de télécommunication, 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 ou acquisitions au sein de l'industrie. Par exemple, si un FST acquiert ou crée une entreprise qui offre des services mobiles (sans fil), le FST de services sans fil obtient la même classification que la société mère. Les FST sont classés d'après la structure établie ci-dessous.

- 1) **Les FST titulaires** sont les entreprises qui fournissaient des services locaux 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 liaison spécialisée, sans fil et autres services. Les grands FST titulaires sont Bell Aliant Communications régionales, société en commandite; Bell Canada; MTS Inc.; Norouestel Inc.; Saskatchewan Telecommunications; la Société TELUS Communications et Télébec, Société en commandite.
 - 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 liaison spécialisée et sans fil. Lansdowne Rural Telephone Co. Ltd. en Ontario et Sogetel inc. au Québec sont des exemples de petits FST titulaires.
- 2) **Les autres FST** sont : i) les FST qui ne correspondent pas à la définition des FST titulaires énoncée au point 1) ci-dessus; ou ii) les FST titulaires exerçant des activités hors territoire, comme Bell Canada en Alberta et en Colombie-Britannique et Allstream Inc., une affiliée de MTS Inc. qui exerce ses activités partout au Canada. 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 entreprises de câblodistribution, en compagnies de téléphone de services publics et autres entreprises.

- *Les entreprises de câblodistribution* 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 liaison spécialisée et sans fil). Ces FST comprennent des entreprises telles que Bragg Communications Inc.; Cogeco Câble inc.; le Rogers Communications Partnership; Shaw Cablesystems Limited et Vidéotron s.e.n.c.
 - *Les compagnies de téléphone 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 Communications Inc.
- 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 Communications Limited; Primus Telecommunications Canada Inc.; Yak Communications (Canada) Corp. et les FST indépendants en sont des exemples.

Communautés rurales utilisées pour l'évaluation des prix des services

Selon le recensement de 2011, environ 19 % des Canadiens vivaient dans des communautés rurales. Afin d'évaluer le prix des services de communication dans les zones rurales du Canada, 54 communautés représentant 3 % de toute la population canadienne vivant dans les communautés rurales ont été sélectionnées. Le processus de sélection était basé sur les critères suivants :

- la communauté ne devait pas faire partie d'une des régions métropolitaines de recensement des 24 centres urbains énumérés dans le tableau A.9.2 ci-dessous;
- la densité de population de la communauté devait être inférieure à 400 personnes par km² ou le centre-ville devait compter moins de 1 000 personnes;
- le nombre de communautés sélectionnées dans chaque province ou territoire devait être proportionnel à population de la province ou du territoire;
- les communautés ne devaient pas être regroupées sur un même territoire.

Tableau A.9.1 Liste des communautés rurales

Province	Communauté
Colombie-Britannique	Barriere
	Bowser
	Cobble Hill
	Hazelton
	Kaslo
	Keremeos
	Thrusms
Alberta	Cremona
	Evansburg
	Glendon
	Hythe
	Wabasca
Saskatchewan	Broadview
	Gull Lake
	Naicam
	Redvers
	Spiritwood
Manitoba	Ashern
	La Broquerie
	Norway House
	Pine Falls
	Southport
Ontario	Bayfield
	Ripley
	Bancroft
	Echo Bay
	Emsdale
	Ingleside
	Lion's Head

Province	Communauté
Québec	L'Islet
	La Guadeloupe
	Lac-des-Écorces
	New Carlisle
	Laterrière
	Rock Island
	Saint-Honoré (Témiscouata)
Nouveau-Brunswick	Cap-Pelé
	Florenceville
	Lamèque
Île-du-Prince-Édouard	Crapaud
	Hunter River
	Morell-St. Peters
Nouvelle-Écosse	Bear River
	Mahone Bay
	Wedgeport
Terre-Neuve-et-Labrador	Burin
	Harbour Main
	New Harbour

Territoire	Communauté
Yukon	Dawson City
	Mayo
Territoires du Nord-Ouest	Fort Simpson
	Fort Smith
Nunavut	Cape Dorset
	Igloolik

Tableau A.9.2 Liste des centres urbains

Province	Centre urbain
Colombie-Britannique	Vancouver Victoria
Alberta	Calgary Edmonton
Saskatchewan	Saskatoon Regina
Manitoba	Winnipeg
Ontario	Toronto Ottawa – Gatineau Hamilton London Kitchener – Waterloo St. Catharines – Niagara Windsor Oshawa

Province	Centre urbain
Québec	Montréal Québec
Nouveau-Brunswick	Fredericton
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown
Nouvelle-Écosse	Halifax
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's

Territoire	Communauté
Yukon	Whitehorse
Territoires du Nord-Ouest	Yellowknife
Nunavut	Iqaluit

Les limites des principaux centres urbains ont été établies en fonction des définitions de « région métropolitaine de recensement » et d'« agglomération de recensement » de Statistique Canada.

Évaluation de la large bande au Centre des ressources en technologie

Le CRTC a recueilli les données à partir d'un environnement d'essai où il a reproduit l'utilisation la plus courante des services de diffusion en continu en ligne chez les consommateurs. Pour utiliser ces services, le CRTC a accédé à Internet sur le réseau à large bande filaire de résidence et sur le réseau mobile LTE à partir d'appareils courants sur le marché. Pour mesurer la consommation de données sur le réseau filaire, on a utilisé un ordinateur personnel sous Windows et une console de jeux vidéo avec plusieurs joueurs en ligne. Pour la mesurer sur le réseau mobile, on s'est servi de tablettes et de téléphones intelligents Android et iOS. L'ordinateur personnel utilisait un navigateur Web pour accéder aux services alors que les autres appareils utilisaient des applications qui leur étaient propres.

La vitesse de connexion utilisée pour tester les services était considérablement plus élevée que la vitesse maximale requise par les services évalués. De nombreuses données ont été recueillies à l'aide de divers outils et techniques, sur un réseau relativement inoccupé, sans interférence causée par d'autres applications ou services.

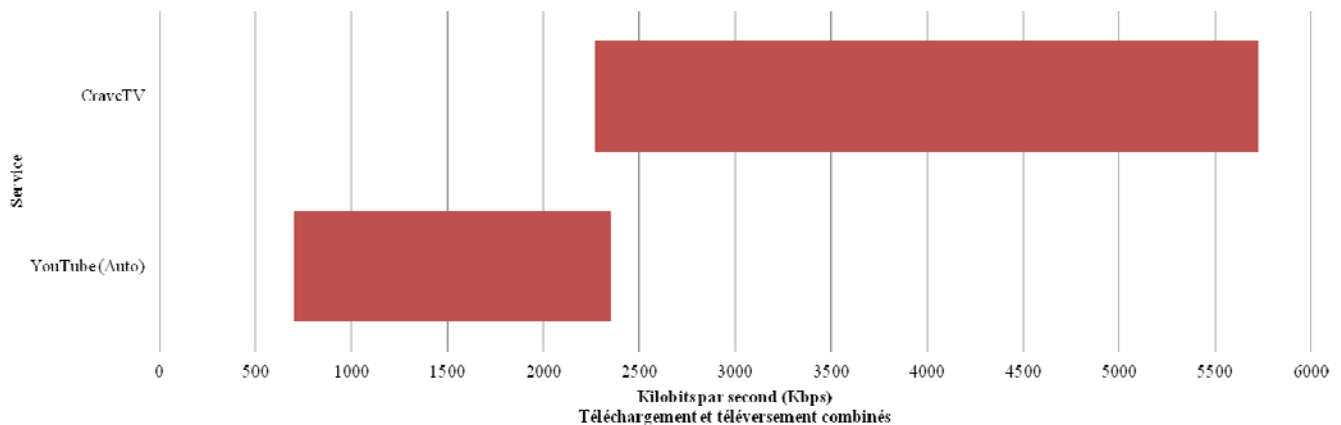
Débits automatiques

Dans le cas du consommateur type, la largeur de bande disponible à un moment donné peut varier pour diverses raisons, y compris l'utilisation de plusieurs appareils sur un même réseau résidentiel ou, dans le cas d'un appareil mobile, le fait de se déplacer d'une zone de couverture à une autre. La connexion Internet de l'utilisateur final constitue un facteur déterminant de la qualité et de la stabilité du flux, nul doute, mais il en existe d'autres comme la congestion du réseau, la charge du serveur, la latence du réseau et du serveur, et la fonctionnalité de l'appareil de l'utilisateur final. De plus en plus, les services peuvent changer de façon automatique la qualité (et donc la quantité de données) livrée, en fonction de plusieurs facteurs qui contribuent à la stabilité du flux audio et vidéo transmis à l'utilisateur final. Les graphiques A.10.1 et A.10.2 illustrent les échelles des débits d'accès Internet observés dans le cas de certains services qui ajustent automatiquement leurs paramètres de qualité sur le réseau filaire et sur le réseau mobile, respectivement.

Qu'est-ce que la latence?

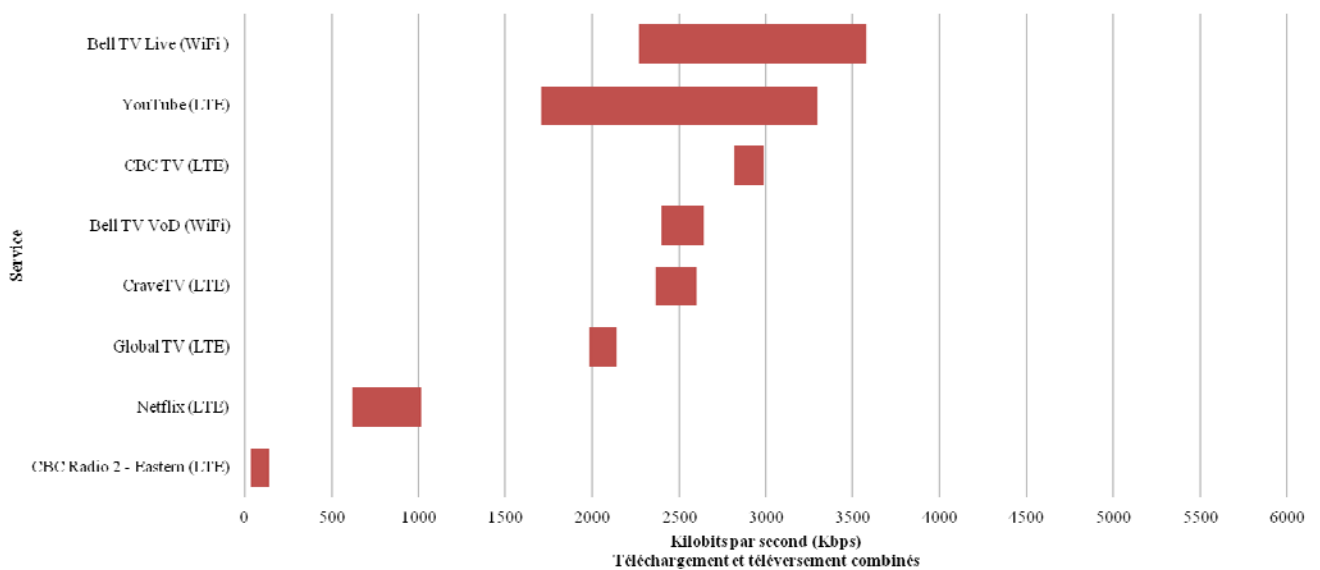
Temps qui s'écoule entre la transmission et la réception d'un signal.

Graphique A.10.1 Échelles des débits automatiques pour les services sur réseau à large bande filaire



Source : Centre des ressources en technologie du CRTC

Graphique A.10.2 Échelles des débits automatiques pour les services sur réseau à large bande mobile



Source : Centre des ressources en technologie du CRTC

Les données des services de diffusion en continu sont livrées selon différents schémas de transmission, dont la transmission en rafales plus ou moins courtes ou bien la transmission continue. On a pris des mesures pendant des périodes suffisamment longues afin d'obtenir des moyennes représentatives. Il importe de signaler que la plupart des services de diffusion en continu peuvent modifier de façon automatique la taille des rafales, si bien que le débit moyen demeure un facteur important dans la détermination des exigences relatives au débit de données pour la plupart des services.