



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

Canada

Rapport de surveillance des communications | 2016

[CRTC.GC.CA](http://CRTC.gc.ca)

ISBN : 2290-7866

No de cat. : BC9-9E-PDF

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

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
(CRTC)

Ottawa (Ontario)

Canada

K1A 0N2

Tél. : 819-997-0313

Ligne sans frais : 1-877-249-2782 (au Canada seulement)

<https://applications.crtc.gc.ca/contact/fra/librairie>

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, 2016. Tous droits réservés.

Also available in English

Rapport de surveillance des communications (RSC)
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications
canadiennes (CRTC)

2016

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 Innovation, Sciences et Développement économique Canada pour l'analyse de la mise en œuvre de la bande passante ; Statistique Canada pour les diverses données supplémentaires utilisées dans ce rapport ; Numeris pour les cotes d'écoute ; NLogic 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– RSC 2016

Je suis heureux de présenter le Rapport de surveillance des communications 2016, qui dresse un portrait exhaustif du secteur canadien des communications.

Il est clair que les Canadiens se tournent vers les plateformes numériques et les technologies mobiles. En 2015, la consommation de données Internet s’est accrue de presque 40 %, alors que le trafic de données sur les réseaux sans fil mobiles a augmenté de 44 %.

Les abonnements aux téléphones filaires continuent à diminuer au fur et à mesure qu’augmente la propriété de téléphones mobiles. Les Canadiens à l’échelle du pays dépendent de plus en plus des technologies sans fil dans leur vie quotidienne, et les services sans fil comptent désormais pour 51 % des revenus de télécommunication de détail.

Pour mieux refléter l’évolution des technologies et la transformation des habitudes de consommation, des indicateurs améliorés ont été ajoutés au rapport de cette année. Par exemple, les données relatives à la mesure des services à large bande comprennent maintenant l’utilisation des données pour les applications d’appels vidéo et de diffusion en direct. En outre, pour mieux analyser les tendances sur le plan géographique, des répartitions par province et région ont été ajoutées dans les différentes parties du rapport.

Les secteurs de la radiodiffusion et des télécommunications sont tous deux à des croisées de chemins importantes qui détermineront leur avenir. Ces dernières années, le CRTC a amorcé de nombreuses instances importantes et il a pris des mesures pour s’assurer que notre système de communication s’adapte à l’ère numérique et que les Canadiens peuvent prendre part à l’économie numérique qui est train de se déployer.

Le présent rapport est un important outil pour évaluer le chemin que nous avons parcouru et éclairer nos choix pour l’avenir. Nous poursuivons nos efforts soutenus pour consulter les Canadiens au sujet des importants sujets qui influenceront grandement sur leurs vies au quotidien. Nous sommes fiers d’œuvrer en faveur de l’intérêt public et de faire en sorte que les Canadiens soient au centre de leur système de communication de calibre mondial.

Jean-Pierre Blais, président et premier dirigeant

Table des matières

Liste des tableaux et graphiques.....	13
Sommaire exécutif	31
i Principales tendances de l'industrie des communications.....	31
ii La propriété d'appareils et l'utilisation de données gagnent progressivement en popularité chez les Canadiens.....	32
iii Les canadiens continuent d'écouter la télévision.....	32
iv L'utilisation des services de musique en continu poursuit sa croissance.....	33
1.0 Introduction.....	35
i But du Rapport de surveillance des communications	36
ii Portée et structure du rapport de cette année	36
iii Changements dans l'édition 2016	37
1.1 Le CRTC.....	39
i Qui nous sommes et ce que nous faisons	40
2.0 Système de communication du Canada : aperçu à l'intention des Canadiens	41
i Portrait de l'industrie et concurrence	43
ii Dépenses et prix dans le secteur des communications.....	45
iii Accès et disponibilité des services.....	56
2.1 Pleins feux sur l'accès pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire.....	65
3.0 L'industrie des communications	71
i Revenus	73
ii Caractéristiques de l'industrie	75
iii Rendement financier	76
iv Communications avec les consommateurs	81
4.0 Secteur de la radiodiffusion.....	83
i Revenus	85
ii Caractéristiques de l'industrie	87
iii Rendement financier	91

4.1	Secteur de la radio	93
i	Revenus	95
ii	Rendement financier	102
iii	Disponibilité des services de radio et des services sonores	107
iv	Mesure de l'auditoire	113
v	Contributions et dépenses en matière de programmation	120
vi	Avantages tangibles	125
vii	Programmation de grande qualité	126
viii	Groupes de propriété	129
4.2	Secteur de la télévision	131
i	Revenus	133
ii	Rendement financier	144
iii	Disponibilité des services de télévision et de vidéo	147
iv	Mesures de l'auditoire	151
v	Dépenses en programmation	161
vi	Avantages tangibles	177
vii	Programmation de grande qualité	178
viii	Groupes de propriété	182
4.3	Secteur de la distribution de radiodiffusion	189
i	Revenus	191
ii	Données relatives aux abonnés	192
iii	Rendement financier	194
iv	Indicateurs de rendement	195
v	Prix	195
vi	Environnement concurrentiel	198
vii	Communications avec les consommateurs	199
viii	Services de télévision en ligne	199
ix	Contribution à la programmation canadienne	202
x	Paiements d'affiliation	204
xi	Règlement de différends en matière de radiodiffusion	205

5.0	Aperçu du secteur des services de télécommunication	207
i	Revenus	209
ii	Abstention de la réglementation.....	210
iii	Propriété canadienne	210
iv	Nombre, taille et type d'entreprises	211
v	Rendement financier	214
vi	Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements	216
5.1	Secteurs des services de télécommunication de détail.....	219
i	Revenus	221
ii	Indicateurs technologiques	224
iii	Environnement concurrentiel.....	227
iv	Contribution.....	230
v	La voix des consommateurs.....	231
5.2	Secteur des services de communication vocale filaire de détail	233
i	Revenus	235
ii	Données relatives aux abonnés	239
iii	Indicateurs de rendement	242
iv	Prix	244
v	Type d'installations locales	247
vi	Environnement concurrentiel.....	248
vii	Service de téléphone payant	249
5.3	Secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande.....	251
i	Revenus	254
ii	Données relatives aux abonnés	255
iii	Indicateurs de rendement	258
iv	Prix	260
v	Tendances de consommation.....	264
vi	Environnement concurrentiel.....	266
vii	Exigences relatives à la capacité.....	269
viii	Principaux indicateurs	273
ix	Disponibilité des services à large bande.....	276

5.4	Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail	281
i	Revenus	283
ii	Environnement concurrentiel.....	285
5.5	Secteur des services sans fil de détail	289
i	Revenus	292
ii	Données relatives aux abonnés	295
iii	Environnement concurrentiel.....	297
iv	Indicateurs technologiques	301
v	Indicateurs de rendement	309
vi	Prix	310
vii	Détails sur la couverture et l'accessibilité	321
5.6	Secteur des services de télécommunication de gros	331
i	Revenus	333
ii	Données relatives aux abonnés	341
iii	Environnement concurrentiel.....	341
iv	Abstention de la réglementation.....	343
v	Dépenses entre fournisseurs.....	345
A.1	Méthodologie	347
A.2	Collecte et analyse de données	349
A.3	Glossaire	353
A.4	Liste des acronymes utilisés dans le rapport	361
A.5	Circulaire, décisions, avis publics, ordonnances, avis de consultation, politiques réglementaires et codes cités dans le rapport	363
A.6	Liste des entreprises canadiennes mentionnées dans le rapport.....	365
A.7	Description du secteur du marché des télécommunications	367
A.8	Classification des fournisseurs canadiens de services de télécommunication	371
A.9	Communautés rurales utilisées pour l'évaluation des prix des services.....	373
A.10	À propos de l'évaluation de la large bande	377

Liste des tableaux et graphiques

2.0	Système de communication du Canada : aperçu à l'intention des Canadiens	41
i	Portrait de l'industrie et concurrence	43
	Tableau 2.0.1 Revenus annuels du secteur des services de communication (milliards \$)	43
	Graphique 2.0.1 Pourcentage des revenus combinés totaux des groupes de propriété en radiodiffusion et en télécommunication	44
	Tableau 2.0.2 Nombre d'abonnements comprenant des services groupés (millions)	45
ii	Dépenses et prix dans le secteur des communications.....	45
	Tableau 2.0.3 Dépenses mensuelles des ménages en services de communication, par service et par quintile de revenu (\$/mois/ménage).....	47
	Tableau 2.0.4 Dépenses des ménages en services de communication, par quintile de revenu, 2014... 48	
	Graphique 2.0.2 Dépenses mensuelles des ménages, par service et par âge des personnes déclarantes (\$/mois/ménage), 2014	49
	Graphique 2.0.3 Indices de prix pour les services téléphoniques, d'EDR et Internet par rapport à l'IPC	51
	Graphique 2.0.4 Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés rurales, par province ou territoire, 2015	52
	Graphique 2.0.5 Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés urbaines, par province ou territoire, 2015	54
iii	Accès et disponibilité des services.....	56
	Graphique 2.0.6 Distribution des connexions résidentielles par type de service (%)	56
	Graphique 2.0.7 Taux de possession de téléphones cellulaires et de téléphones filaires	58
	Tableau 2.0.5 Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages	59
	Tableau 2.0.6 Abonnements aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par province, 2014	60
	Tableau 2.0.7 Abonnements canadiens aux services filaires et sans fil mobiles par 100 ménages, par quintile de revenu	61
	Tableau 2.0.8 Ordinateurs à domicile et utilisation d'Internet à la maison, par 100 ménages, par quintile de revenu	62
	Graphique 2.0.8 Disponibilité du service à large bande de résidence (vitesse de téléchargement de 5 Mbps ou plus), par province ou territoire (% des ménages)	63
	Tableau 2.0.9 Abonnements aux services Internet de résidence par vitesse de téléchargement annoncée, par 100 ménages.....	63

2.1	Pleins feux sur l'accès pour les communautés de langue officielle en situation minoritaire.....	65
	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	66
	Carte 2.1.1 Emplacements des communautés de langue officielle en situation minoritaire au Canada	68
	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	69
3.0	L'industrie des communications	71
i	Revenus	73
	Tableau 3.0.1 Revenus des services de communication (milliards \$).....	73
	Graphique 3.0.1 Taux de croissance annuel des services de communication.....	73
	Tableau 3.0.2 Répartition des revenus de services de communication par région (milliards \$).....	74
	Tableau 3.0.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur (milliards \$).....	74
ii	Caractéristiques de l'industrie.....	75
	Tableau 3.0.4 Convergence dans l'industrie – câblodistribution c. télécommunications	75
	Tableau 3.0.5 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs.....	75
iii	Rendement financier	76
	Graphique 3.0.2 Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication	76
	Graphique 3.0.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur, 2015.....	77
	Graphique 3.0.4 Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus).....	77
	Graphique 3.0.5 Revenus des entreprises de câblodistribution, par type de services.....	78
	Graphique 3.0.6 Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises, 2015	79
	Graphique 3.0.7 Marges de BAIIDA atteintes par les EDR par câble, les compagnies de téléphone traditionnelles et d'autres fournisseurs de services Source : Données recueillies par le CRTC	80
iv	Communications avec les consommateurs	81
	Tableau 3.0.6 Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet.....	81
4.0	Secteur de la radiodiffusion.....	83
i	Revenus	85

Tableau 4.0.1 Revenus de radiodiffusion (millions \$).....	85
Tableau 4.0.2 Répartition des revenus de services de radiodiffusion par région (milliards \$)	86
ii Caractéristiques de l'industrie	87
Tableau 4.0.3 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples	87
Graphique 4.0.1 Pourcentage du total des revenus de radiodiffusion, par groupes d'entreprises	88
Graphique 4.0.2 Pourcentage des revenus totaux de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2015	89
Graphique 4.0.3 Pourcentage des revenus de la télévision par télédiffuseur, 2015.....	90
iii Rendement financier	91
Graphique 4.0.4 Revenus totaux de la radiodiffusion par type de service (milliards \$).....	91
Graphique 4.0.5 Marges de BAII et BAIIA par type de service (%)	92
4.1 Secteur de la radio	93
i Revenus	95
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.....	95
Tableau 4.1.2 Nombre de stations ayant fait des rapports financiers, par langue et bande de fréquence	96
Tableau 4.1.3 Revenus des stations de radio de la SRC, par type de revenus (milliers \$).....	97
Tableau 4.1.4 Revenus des stations de radio commerciale, par taille du marché (millions \$).....	97
Tableau 4.1.5 Revenus des stations de radio commerciale à caractère ethnique, par province (millions \$)	97
Graphique 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées et nombre d'entreprises ayant fait un rapport.....	98
Graphique 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise et nombre d'entreprises ayant fait un rapport.....	99
Graphique 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française et nombre d'entreprises ayant fait un rapport.....	99
Graphique 4.1.4 Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique et nombre d'entreprises ayant fait un rapport.....	100
Tableau 4.1.6 Revenus des stations de radio autochtones, communautaires et de campus (milliers \$)	101
ii Rendement financier	102
Graphique 4.1.5 Revenus annuels moyens et BAII par station – Stations de radio commerciale privées	102

Graphique 4.1.6 BAI et marges de BAI des stations de radio commerciale privées.....	103
Graphique 4.1.7 Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées de langue anglaise	103
Graphique 4.1.8 BAI et marges de BAI des stations de radio commerciale privées de langue anglaise	104
Graphique 4.1.9 Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées de langue française	104
Graphique 4.1.10 BAI et marges de BAI des stations de radio commerciale privées de langue française.....	105
Graphique 4.1.11 Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique.....	105
Graphique 4.1.12 BAI et marge de BAI des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique.....	106
iii Disponibilité des services de radio et des services sonores	107
Tableau 4.1.7 Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion	107
Tableau 4.1.8 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, 2015.....	108
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, 2015.....	109
Tableau 4.1.9 Nombre de nouvelles stations de radio en direct ayant reçu une licence.....	110
Graphique 4.1.14 Pourcentage des Canadiens qui ont écouté des services sonores en continu au cours du mois précédent, par groupe linguistique.....	111
Graphique 4.1.15 Abonnements à la radio par satellite, par groupe linguistique	112
iv Mesure de l’auditoire	113
Tableau 4.1.10 Nombre moyen d’heures d’écoute hebdomadaire par habitant selon la tranche d’âge pour l’ensemble du Canada	114
Tableau 4.1.11 Part d’écoute de la radio au cours d’une semaine moyenne des stations de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM.....	114
Tableau 4.1.12 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire par auditeur des stations de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM.....	115
Tableau 4.1.13 Écoute (million d’heures) et part d’écoute (%) lors d’une semaine moyenne des principaux exploitants de radio commerciale privée de langue anglaise au Canada	115

Tableau 4.1.14 Écoute (million d’heures) et part d’écoute (%) lors d’une semaine moyenne des principaux exploitants de radio commerciale privée de langue française au Canada.....	116
Graphique 4.1.16 Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d’écoute, 2015	117
Tableau 4.1.15 Parts d’écoute – Formules des stations de radio de langue anglaise par cahiers d’écoute, 2015	117
Tableau 4.1.16 Parts d’écoute – Formules des stations de radio de langue française par cahiers d’écoute, 2015	118
Tableau 4.1.17 Parts d’écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue anglaise dans les marchés PPM, 2015	118
Tableau 4.1.18 Parts d’écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue française dans les marchés PPM, 2015	119
v Contributions et dépenses en matière de programmation.....	120
Diagramme 4.1.1 Structure de contributions de la radio au DCC.....	121
Graphique 4.1.17 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (millions \$).....	122
Graphique 4.1.18 Contributions au DCC, par mesure réglementaire (pourcentage).....	122
Tableau 4.1.19 Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de stations de radio (milliers \$).....	123
Tableau 4.1.20 Contributions annuelles au DCC par les titulaires de nouvelles stations au cours de la période de licence initiale (milliers \$).....	123
Tableau 4.1.21 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans le contexte d’un renouvellement de licence (milliers \$)	124
Tableau 4.1.22 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans un contexte de modifications à la propriété ou au contrôle (milliers \$).....	124
vi Avantages tangibles.....	125
Tableau 4.1.23 Nombre de transactions relatives à la radio, valeur de ces transactions et des avantages tangibles correspondants du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015 (millions \$)	125
vii Programmation de grande qualité	126
Tableau 4.1.24 Nombre de communications au sujet de la radio reçues par le CRTC, par type de sujet	127
Tableau 4.1.25 Nombre de plaintes concernant la radio, par sujet	127
Tableau 4.1.26 Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR en 2015 par langue et origine nationale	128
Tableau 4.1.27 Plaintes traitées par les NCP	128
viii Groupes de propriété	129

Tableau 4.1.28 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	129
4.2 Secteur de la télévision	131
i Revenus	133
Tableau 4.2.1 Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$)	133
Graphique 4.2.1 Revenus des services de télévision, par type de service (millions \$).....	134
Graphique 4.2.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (%), 2015	134
Graphique 4.2.3 Revenus de publicité des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	135
Tableau 4.2.2 Revenus (millions \$) des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC	135
Tableau 4.2.3 Revenus de publicité et autres revenus des stations privées de télévision traditionnelle, par langue de diffusion	136
Tableau 4.2.4 Revenus des services facultatifs, par langue de diffusion.....	137
Graphique 4.2.4 Classement par revenus des services facultatifs en ordre décroissant, 2015	138
Graphique 4.2.5 Revenus des services privés de télévision traditionnelle et des services facultatifs de langue anglaise	139
Graphique 4.2.6 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française	140
Graphique 4.2.7 Revenus des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langue tierce	141
Graphique 4.2.8 Revenus collectifs des trois plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue anglaise.....	142
Graphique 4.2.9 Revenus collectifs des deux plus importants groupes de propriété de télévision traditionnelle privée de langue française	143
ii Rendement financier	144
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.....	144
Graphique 4.2.11 Marges BAI combinées des services privés de télévision traditionnelle et des services discrétionnaires de langue anglaise	145
Graphique 4.2.12 Marges de BAI combinées des services privés de télévision traditionnelle et des services discrétionnaires de langue française	145
Graphique 4.2.13 Marges de BAI combinées des services spécialisés et payants à caractère ethnique et en langue tierce	146

iii	Disponibilité des services de télévision et de vidéo	147
	Diagramme 4.2.1 Sources de programmation et plateformes	147
	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, par langue et plateforme.....	148
	Tableau 4.2.5 Type et nombre de services de télévision dont la diffusion est autorisée au Canada, par langue de diffusion	149
	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, 2015	150
iv	Mesures de l’auditoire.....	151
	Graphique 4.2.15 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens (années de radiodiffusion 2010-2011 à 2014-2015) et de la télévision par Internet (de 2009 à 2015)	152
	152
	Tableau 4.2.7 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens, par groupe d’âge	152
	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 de langue française du Québec.....	153
	Tableau 4.2.9 Part d’écoute des services de télévision canadiens et non canadiens, par langue et type de service, dans le marché de langue française du Québec.....	154
	Tableau 4.2.10 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation	155
	Tableau 4.2.11 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation.....	156
	Tableau 4.2.12 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la SRC, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation	157
	Tableau 4.2.13 Moyenne d’heures d’écoute hebdomadaire d’émissions canadiennes distribuées par les services canadiens facultatifs, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation .	158
	Tableau 4.2.14 Part d’écoute des services canadiens de langue anglaise et de langue française, par groupe de propriété l’ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec.....	159
	Tableau 4.2.15 Part d’écoute des services canadiens de langue anglaise et de langue française, par groupe de propriété en marché de langue française du Québec.....	159

Tableau 4.2.16 Total des heures d'écoute (millions) par marché.....	160
v Dépenses en programmation	161
Diagramme 4.2.2 Écosystème du financement au titre de la programmation canadienne.....	162
Graphique 4.2.16 DÉC de télévision, par type de service, 2015 (millions \$)	163
Graphique 4.2.17 Dépenses en émissions de télévision (4,2 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes, 2015.....	164
Graphique 4.2.18 Dépenses en émissions par dollar de revenu	165
Tableau 4.2.17 Dépenses au titre des ÉIN, par type de service et par catégorie d'émission (millions \$)	166
Tableau 4.2.18 Dépenses au titre des ÉIN par la SRC et les grands groupes privés de propriété (millions \$)	167
Tableau 4.2.19 DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la SRC, par catégorie d'émission (milliers \$)	168
Tableau 4.2.20 DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par catégorie d'émission (milliers \$)	169
Graphique 4.2.19 Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission, 2015	170
Tableau 4.2.21 Dépenses en émissions non canadiennes – Services privés de télévision traditionnelle, par catégorie d'émission (milliers \$).....	171
Tableau 4.2.22 Dépenses en émissions non canadiennes par les services privés de télévision traditionnelle et la SRC, par catégorie d'émission et marché linguistique (milliers \$).....	172
Tableau 4.2.23 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, par langue de diffusion et par catégorie d'émission (milliers \$) [Partie 1 de 2].....	173
Tableau 4.2.24 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, par langue de diffusion et par catégorie d'émission (milliers \$) [Partie 2 de 2].....	174
Tableau 4.2.25 DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers \$)	175
Tableau 4.2.26 Données statistiques rapportées par certains services de VSD autorisés	176
vi Avantages tangibles.....	177
Tableau 4.2.27 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015.....	177
vii Programmation de grande qualité	178
Tableau 4.2.28 Nombre de communications relatives à la télévision reçues par le CRTC, par sujet ...	179
Tableau 4.2.29 Plaintes relatives à la programmation de la télévision reçues par le CRTC et référées au CCNR, par secteur et sujet	180

Tableau 4.2.30	Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et origine de programmation (2014-2015)	181
Tableau 4.2.31	Plaintes relatives aux annonces à la télévision et numériques traitées par les NCP ..	181
viii	Groupes de propriété	182
Tableau 4.2.32	BCE – Participation importante dans des services facultatifs, 2015	183
Tableau 4.2.34	Cogeco – Participation importante dans des services facultatifs, 2015	184
Tableau 4.2.35	Corus – Participation importante dans des services facultatifs, 2015	185
Tableau 4.2.36	Québecor – Participation importante dans des services facultatifs, 2015	186
Tableau 4.2.37	Rogers – Participation importante dans des services facultatifs, 2015	186
Tableau 4.2.38	Shaw – Participation importante dans des services facultatifs, 2015.....	187
4.3	Secteur de la distribution de radiodiffusion	189
i	Revenus	191
Tableau 4.3.1	Revenus (millions \$) des entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs	191
Tableau 4.3.2	Pourcentage des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (%) – Services de base et facultatifs.....	191
ii	Données relatives aux abonnés	192
Tableau 4.3.3	Nombre (en milliers) d’abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs.....	192
Tableau 4.3.4	Pourcentage du nombre d’abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs.....	192
Tableau 4.3.5	Nombre d’abonnés aux plus grandes EDR canadiennes (milliers)	193
Tableau 4.3.6	Pourcentage des ménages abonnés aux EDR	193
iii	Rendement financier	194
Graphique 4.3.1	Marges de BAIIDA générées par les EDR – Services de programmation de base et facultatifs	194
iv	Indicateurs de rendement	195
Tableau 4.3.7	Revenus mensuels par abonné, par type d’EDR	195
v	Prix	195
Graphique 4.3.2	Prix du service de base des EDR par grand centre urbain, 2015.....	196
Graphique 4.3.3	Prix du service de base des EDR en zones urbaines et rurales par province, 2015 ...	197
vi	Environnement concurrentiel.....	198
Graphique 4.3.4	Pourcentage des revenus et des abonnés par type de plateforme de distribution, 2015	198

vii	Communications avec les consommateurs	199
	Tableau 4.3.8 Nombre de communications relatives aux EDR reçues par le CRTC	199
viii	Services de télévision en ligne	199
	Graphique 4.3.5 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision uniquement en ligne, à l'échelle nationale et par langue.....	199
	Graphique 4.3.6 Pourcentage des canadiens abonnés à Netflix, par région.....	200
	Graphique 4.3.7 Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par groupe d'âge.....	200
	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).....	201
	Tableau 4.3.9 Taux d'adoption et de croissance des diverses technologies vidéo au Canada.....	201
ix	Contribution à la programmation canadienne	202
	Graphique 4.3.9 Contributions à la programmation canadienne par type (millions).....	202
	Graphique 4.3.10 Contributions des EDR à la programmation canadienne par bénéficiaires	203
x	Paiements d'affiliation.....	204
	Tableau 4.3.10 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (millions \$)	204
	Tableau 4.3.11 Paiements d'affiliation reçus par des services canadiens et par des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (millions \$).....	204
xi	Règlement de différends en matière de radiodiffusion	205
	Tableau 4.3.12 Nombre de dossiers relatifs à un différend en 2015-2016	205
5.0	Aperçu du secteur des services de télécommunication	207
i	Revenus	209
	Tableau 5.0.1 Revenus des services de télécommunication (de détail et de gros) (milliards \$)	209
	Tableau 5.0.2 Répartition des revenus de services de télécommunications par région (milliards \$) ..	209
ii	Abstention de la réglementation.....	210
	Tableau 5.0.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	210
iii	Propriété canadienne	210
iv	Nombre, taille et type d'entreprises	211
	Graphique 5.0.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST, 2015	211
	Graphique 5.0.2 Pourcentage des revenus totaux des services de télécommunication réalisés par groupes de propriété (%)	212
	Tableau 5.0.4 Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions \$)	213

v	Rendement financier	214
	Graphique 5.0.3 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIA	214
	Graphique 5.0.4 Pourcentage des revenus totaux selon la taille de l'entreprise et leur marge BAII respective, 2015.....	215
vi	Dépenses en immobilisations annuelles dans les installations et les équipements	216
	Tableau 5.0.5 Immobilisations relatives aux services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards \$)	216
	Graphique 5.0.5 Dépenses en immobilisations relatives aux services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST.....	217
5.1	Secteurs des services de télécommunication de détail.....	219
i	Revenus	221
	Tableau 5.1.1 Revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché (milliards \$)	221
	Graphique 5.1.1 Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil de détail ...	222
	Graphique 5.1.2 Répartition des revenus des services de télécommunication de détail, par secteur de marché	223
ii	Indicateurs technologiques	224
	Graphique 5.1.3 Changements annuels des revenus des services récents et des services traditionnels de télécommunication, par technologie.....	224
	Graphique 5.1.4 Revenus des services de résidence offerts par protocole	225
	Graphique 5.1.5 Habitations desservies par câble de fibre optique, 2015	225
	Graphique 5.1.6 Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique, 2015	226
iii	Environnement concurrentiel.....	227
	Graphique 5.1.7 Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication de détail, par type de FST, 2015	227
	Tableau 5.1.2 Nombre et pourcentage des revenus des services de télécommunication de détail générés par des entreprises actives dans plusieurs secteurs de marché.....	228
	Tableau 5.1.3 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST, 2015.....	229
iv	Contribution.....	230
	Graphique 5.1.8 Subvention versée aux entreprises de services locaux (ESL) et frais en pourcentage des revenus.....	230

v	La voix des consommateurs.....	231
	Tableau 5.1.4 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2015	231
	Tableau 5.1.5 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les services de télécommunication traitées par le CPRST (2014-2015)	232
5.2	Secteur des services de communication vocale filaire de détail	233
i	Revenus	235
	Tableau 5.2.1 Revenus des services locaux et interurbains de détail (millions \$).....	235
	Tableau 5.2.2 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence de détail, par type de FST (millions \$).....	236
	Tableau 5.2.3 Revenus des services téléphoniques locaux et interurbains d'affaires de détail, par type de FST (millions \$).....	237
	Tableau 5.2.4 Revenus des services interurbains de détail, par type de fournisseur et par niveau de revenus (millions \$).....	238
ii	Données relatives aux abonnés	239
	Tableau 5.2.5 Nombre de lignes téléphoniques locales de détail gérées et non gérées (milliers)	239
	Tableau 5.2.6 Lignes téléphoniques locales de résidence et d'affaires, par type de FST (milliers)	240
	Graphique 5.2.1 Lignes locales VoIP de détail dépendantes et indépendantes de l'accès, par marché	241
iii	Indicateurs de rendement	242
	Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail, par ligne (\$)	242
	Tableau 5.2.8 Revenus mensuels des services interurbains de détail, par ligne (\$).....	242
	Tableau 5.2.9 Revenus mensuels des services téléphoniques locaux (\$) de détail, par ligne et par type de FST.....	243
	Tableau 5.2.10 Revenus des services interurbains de détail (\$) par minute, par type de FST	244
iv	Prix	244
	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, 2015.....	245
	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, 2015	246
v	Type d'installations locales.....	247
	Graphique 5.2.4 Lignes locales de détail exploitées par les autres FST et les entreprises de câblodistribution, par type d'installations.....	247
	Graphique 5.2.5 Pourcentage des lignes locales, selon le type of ligne, 2015	248

vi	Environnement concurrentiel.....	248
	Tableau 5.2.11 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région.....	248
vii	Service de téléphone payant.....	249
	Tableau 5.2.12 Revenus de téléphones payants des grands FST titulaires.....	249
	Tableau 5.2.13 Nombre de téléphones payants des grands FST titulaires.....	249
5.3	Secteur des services Internet de détail et disponibilité de la large bande.....	251
i	Revenus.....	254
	Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet de détail (millions \$).....	254
	Tableau 5.3.2 Revenus des services d'accès Internet de résidence, par type de service (millions \$) ..	254
	Tableau 5.3.3 Revenus des services d'accès et de transport Internet d'affaires, par type de service (millions \$)	254
ii	Données relatives aux abonnés.....	255
	Tableau 5.3.4 Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur.....	255
	Graphique 5.3.1 Part de marché des abonnés aux services Internet de résidence, par type de fournisseur (%).....	256
	Tableau 5.3.5 Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur.....	256
	Graphique 5.3.2 Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence, par capacité de transfert de données (téléversement/téléchargement) en gigaoctet comprise dans les abonnements,.....	257
	Tableau 5.3.6 Utilisation moyenne pondérée de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet à large bande de résidence.....	257
iii	Indicateurs de rendement.....	258
	Tableau 5.3.7 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par abonné (RMPU), (\$)..	258
	Tableau 5.3.8 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence, par vitesse de téléchargement promise (\$)	258
	Tableau 5.3.9 Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse de téléchargement promise	259
	Tableau 5.3.10 Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps), par vitesse de téléchargement promise et par vitesse de téléchargement moyenne promise	259
iv	Prix.....	260
	Graphique 5.3.3 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, 2015	261
	Graphique 5.3.4 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, 2015	263

v	Tendances de consommation.....	264
	Tableau 5.3.11 Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse de téléchargement promise.....	264
	Tableau 5.3.12 Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse de téléchargement promise.....	265
vi	Environnement concurrentiel.....	266
	Graphique 5.3.5 Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution.....	266
	Graphique 5.3.6 Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et type de fournisseur, 2015 (%).....	267
	Graphique 5.3.7 Revenus des services d'accès Internet d'affaires, par technologie d'accès, en 2011 et en 2015 (%).....	267
	Graphique 5.3.8 Abonnés aux services d'accès Internet de résidence, par technologie d'accès, en 2011 et en 2015.....	268
vii	Exigences relatives à la capacité.....	269
	Tableau 5.3.13 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications.....	271
	Graphique 5.3.9 Utilisation des données (gigaoctets) par heure de diffusion en continu, par plage de débits binaires.....	272
viii	Principaux indicateurs.....	273
	Tableau 5.3.14 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications.....	273
	Graphique 5.3.10 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire, 2015.....	274
	Graphique 5.3.11 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages).....	275
ix	Disponibilité des services à large bande.....	276
	Graphique 5.3.12 Disponibilité des services à large bande, par vitesse (% des ménages).....	276
	Tableau 5.3.15 Disponibilité des services à large bande dans les communautés rurales, par vitesse de téléchargement et nombre de plateformes (% des ménages), 2015.....	276
	Tableau 5.3.16 Disponibilité des services à large bande, par vitesse et province/territoire (% des ménages), 2015.....	277
	Graphique 5.3.13 Disponibilité des services à large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages), 2015.....	278
	Tableau 5.3.17 Adoption des diverses technologies vidéo au Canada.....	279
	Graphique 5.3.14 FSI par province recensés par l'outil de recherche en ligne « Vous avez des choix! » du CRTC.....	279

5.4	Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail	281
i	Revenus	283
	Tableau 5.4.1 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions \$)	283
	Tableau 5.4.2 Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions \$)	284
	Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions \$)	284
ii	Environnement concurrentiel.....	285
	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 (%).....	285
	Graphique 5.4.2 Part de marché des revenus des services de transmission de données de détail, par type de FST (%)	286
	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 (%)	287
	Tableau 5.4.5 Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%).....	287
5.5	Secteur des services sans fil de détail	289
i	Revenus	292
	Graphique 5.5.1 Taux de croissance des revenus et du nombre d'abonnés des services sans fil (excluant les services de téléappel)	292
	Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$).....	293
	Tableau 5.5.2 Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$) ..	293
	Tableau 5.5.3 Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) (millions \$)	294
	Graphique 5.5.2 Revenus d'itinérance par type et par destination, 2015	294
ii	Données relatives aux abonnés	295
	Tableau 5.5.4 Nombre d'abonnements aux services sans fil et de téléappel (milliers)	295
	Tableau 5.5.5 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services sans fil postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil (%).....	295
	Graphique 5.5.3 Pourcentage des contrats de services sans fil par durée.....	295
	Graphique 5.5.4 Nombre total et nombre quotidien de messages SMM et SMC.....	296
	Tableau 5.5.6 Utilisation mensuelle moyenne des SMS/MMS (messages/mois) et des données (MB/mois).....	296
	Tableau 5.5.7 Revenus moyens par 1 GB de données/mois (\$)	297

iii	Environnement concurrentiel.....	297
	Graphique 5.5.5 Part de marché des abonnés aux services sans fil des FST	297
	Graphique 5.5.6 Part de marché des revenus des services sans fil des FST	298
	Graphique 5.5.7 Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refactureurs.....	299
	Tableau 5.5.8 Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province et territoire, 2015 (%).....	300
	Tableau 5.5.9 Taux de roulement mensuel moyen (%)	300
iv	Indicateurs technologiques	301
	Graphique 5.5.8 Pénétration des appareils mobiles	301
	Tableau 5.5.10 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)	301
	Graphique 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles, par région, 2015	302
	Tableau 5.5.11 Nombre et pourcentage d'abonnés avec un forfait de données, par province et territoire.....	303
	Graphique 5.5.10 Revenus et abonnés des forfaits mobiles ayant seulement des données, par capacité du forfait de données, 2015	304
	Graphique 5.5.11 Pourcentage des revenus de services mobiles que représentent les forfaits voix seulement contre voix et données contre données seulement, 2015	305
	Tableau 5.5.12 Abonnements à la large bande mobile par type de forfait	306
	Graphique 5.5.12 Pourcentage des abonnés aux services mobiles par type de forfait, 2015	306
	Graphique 5.5.13 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents, 2015	307
	Graphique 5.5.14 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs tablettes, 2015.....	308
v	Indicateurs de rendement	309
	Tableau 5.5.13 Revenu moyen des services sans fil par abonné.....	309
	Tableau 5.5.14 Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel) (\$).....	309
vi	Prix	310
	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, 2015	312
	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, 2015	313
	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, 2015	314

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, 2015	315
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, 2015.....	316
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, 2015.....	318
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, 2015.....	319
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, 2015.....	319
vii Détails sur la couverture et l'accessibilité	321
Graphique 5.5.23 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire, 2015.....	321
Graphique 5.5.24 Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination, 2015	322
Tableau 5.5.15 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire, 2015.....	322
Tableau 5.5.16 Pourcentage de la population couverte par nombre de réseaux sans fil distincts, par province et territoire, (%), 2015	323
Graphique 5.5.25 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs (% de la population), 2015.....	324
Graphique 5.5.26 Nombre de points d'accès Wi-Fi et pénétration de la large bande mobile par province et par territoire, 2015	325
Graphique 5.5.27 Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits et payants au Canada, 2015.....	326
Carte 5.5.1 Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations, 2015	327
Carte 5.5.2 Accessibilité des services sans fil HSPA+, par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations, 2015.....	328
Carte 5.5.3 Accessibilité des services sans fil LTE, entre 2013 et 2015	329
5.6 Secteur des services de télécommunication de gros	331
i Revenus	333
Tableau 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros (milliards \$).....	333
Tableau 5.6.2 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions \$)	333
Graphique 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché	334

Graphique 5.6.2 Répartition en pourcentage des revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (2011 c. 2015)	335
Tableau 5.6.3 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions \$).....	335
Tableau 5.6.4 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, par province (millions \$).....	336
Graphique 5.6.3 Abonnements aux services d'accès haute vitesse de gros au Canada, 2015.....	337
Tableau 5.6.5 Revenus reliés aux services Internet de gros, par type de service (millions \$).....	337
Tableau 5.6.6 Revenus des services d'accès Internet haute vitesse de gros, par type de service (millions \$)	338
Tableau 5.6.7 Abonnements dotés d'un accès Internet de gros LAN et par câble, par type de service (milliers)	338
Graphique 5.6.4 Abonnements dotés d'un accès haute vitesse de gros, par vitesse de service en Mb/s (milliers)	339
Tableau 5.6.8 Revenus des services de protocoles de données de gros, par type de services (millions \$)	340
Tableau 5.6.9 Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions \$)	340
ii Données relatives aux abonnés	341
Tableau 5.6.10 Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers).....	341
iii Environnement concurrentiel.....	341
Tableau 5.6.11 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires de gros, par type de FST (%)	341
Tableau 5.6.12 Revenus des services locaux et d'accès, par type de FST (millions \$).....	342
Tableau 5.6.13 Revenus des services interurbains, par type de FST (millions \$)	342
iv Abstention de la réglementation.....	343
Graphique 5.6.5 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification, 2015 (%)	343
Graphique 5.6.6 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services, 2015 (%)	344
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	344
v Dépenses entre fournisseurs	345
Graphique 5.6.7 Dépenses entre fournisseurs par dollar de revenu des services filaires, 2014 et 2015	345

Sommaire exécutif

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

i Principales tendances de l'industrie des communications

- L'industrie des communications a enregistré des revenus totaux de 65,7 milliards de dollars en 2015, une hausse par rapport aux 64,1 milliards de dollars générés en 2014. Le taux de croissance de 2,5 % obtenu entre 2014 et 2015 est légèrement supérieur au taux de croissance moyen des cinq dernières années, établi à 2,1 %. Les hausses des revenus attribuables aux services mobiles et aux services Internet ont été contrebalancées par les baisses de revenus qu'ont essuyés les services traditionnels de télévision et de téléphonie de résidence.
- En 2015, les revenus des services de télécommunication représentaient 73 % de l'ensemble des revenus des services de communication. Les revenus des services de télécommunication ont totalisé 47,8 milliards de dollars et ont crû de 4,1 % par rapport à 2014, alors que ceux des services de radiodiffusion se sont chiffrés à 17,9 milliards de dollars et ont baissé de 1,6 % par rapport à 2014.
- Le secteur des services sans fil représente plus de la moitié (51 %) de tous les revenus des services de télécommunication de détail. Le secteur des services sans fil est le plus grand secteur des services de télécommunication de détail et a augmenté plus que tout autre secteur depuis 2008.
- Les services spécialisés ont déclaré des dépenses en émissions et en production de 2,0 G\$ en 2015, une hausse de 107,6 M\$ (5,7 %) par rapport à 2014. Les dépenses en programmation et en production des services spécialisés étaient réparties comme suit : 54,9 M\$ en dépenses de production; 434,2 M\$ en dépenses en émissions non canadiennes; 1,5 G\$ en dépenses en émissions canadiennes (DÉC).
- Les revenus des entreprises de câble et d'IPTV ont continué à augmenter et s'élevaient à 6,6 G\$ en 2015. Il s'agit d'une hausse de 113,5 M\$ (1,7 %) depuis 2014 et de 702,6 M\$ (11,9 %) depuis 2011. Par contre, les revenus des entreprises de satellite sont en baisse depuis 2012 et ont enregistré les plus importantes pertes au cours des deux dernières années. Ces entreprises ont généré des revenus de 2,2 G\$ en 2015, soit une baisse de 5,2 % comparativement à 2014.
- Les cinq principales entreprises ont généré à elles seules 82 % des revenus totaux des services de communication en 2015. Ce pourcentage est demeuré relativement stable par rapport à 2014.
- Les dépenses mensuelles moyennes que les ménages consacrent aux services de communication ont augmenté, passant de 212 \$ en 2013 à 215 \$ en 2014. La principale augmentation des dépenses a touché les services mobiles, passant de 79 \$ en 2013 à 83 \$ en 2014. Les Canadiens ont surtout dépensé pour les services sans fil mobiles (38 %), suivi par les services de télévision de résidence (26 %), les services Internet (20 %) et les services téléphoniques de résidence (16 %).
- Les jeunes Canadiens dépensent trois fois plus en services sans fil mobiles que les autres Canadiens. Les Canadiens âgés de moins de 30 ans dépensent le plus mensuellement pour des services sans fil mobiles (114,42 \$), tandis que les Canadiens âgés de 65 ans et plus sont au dernier rang avec 33,50 \$ par mois.

ii La propriété d'appareils et l'utilisation de données gagnent progressivement en popularité chez les Canadiens

- La migration vers les services sans fil continue, alors que plus de ménages canadiens sont abonnés uniquement aux services sans fil mobiles (23,7 %) qu'aux services filaires (ligne terrestre) [13,6 %]. De même, les ménages canadiens étaient également plus nombreux à privilégier les services téléphoniques mobiles (85,6 %) plutôt que les services téléphoniques filaires (75,5 %).
- 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 22 millions d'abonnements en 2015, contre 19,3 millions en 2014 et 13,2 millions en 2011.
- Le nombre d'abonnés aux services sans fil a augmenté à environ 30 millions en 2015. La croissance du nombre d'abonnés a augmenté de 3,4 % en 2015, contre 1,5 % en 2014.
- L'utilisation de données des services sans fil et Internet continue de s'accroître. L'utilisation des données des services sans fil a augmenté de 44 % de 2014 à 2015, tandis que l'utilisation des données des services Internet fixes ont connu une hausse de presque 40 % au cours de la même période. Environ 70 % des abonnés ont des services sans fil qui comprennent des forfaits offrant une utilisation de données d'au moins 1 Go par mois.
- En 2015, les contrats de plus de deux ans représentaient seulement 14 % de l'ensemble des contrats, toutes durées confondues, contre 33 % en 2014 et 56 % en 2013.
- Approximativement trois quarts (73 %) des Canadiens âgés de 18 ans et plus possèdent un téléphone intelligent en 2015. Ceci représente une hausse de 7 % par rapport à 2014 et une hausse de 36 % par rapport à 2011.
- Plus de 97 % de la population est maintenant desservie par la technologie LTE, alors que le réseau HSPA+ est offert à plus de 99 % de la population.
- Le nombre de personnes ayant une tablette a continué d'augmenter, alors que plus de la moitié des Canadiens (52 %) en possèdent une en 2015. En 2014, 49 % des Canadiens âgés de 18 ans et plus ont déclaré avoir une tablette, contre 10 % en 2011.
- Plus de 80 % des ménages canadiens peuvent s'abonner à des vitesses de téléchargement d'au moins 50 Mbps.
- L'utilisation des données des abonnés des services Internet haute vitesse de résidence a augmenté de 40 % par rapport à 2014, et de plus de 50 %, en moyenne, de 2010 à 2015.

iii Les canadiens continuent d'écouter la télévision

- L'écoute de la télévision sur Internet a continué de prendre de l'ampleur en 2015. Les utilisateurs hebdomadaires canadiens âgés de 18 ans et plus regardaient 5,8 heures de télévision sur Internet par semaine, comparativement à 1,5 heure en 2008.
- L'écoute de la télévision traditionnelle est demeurée relativement stable, diminuant de 0,2 heure de 2014 à 2015. Les Canadiens âgés de 2 ans et plus ont regardé, en moyenne, 27,2 heures de télévision traditionnelle par semaine durant l'année de radiodiffusion 2014-2015, contre 27,4 heures en 2013-2014 et 28,5 heures en 2010-2011.
- Les jeunes Canadiens regardent beaucoup moins la télévision traditionnelle que les autres Canadiens. En moyenne, les Canadiens âgés de 18 à 34 ans ont regardé deux fois moins la télévision traditionnelle (19,7 heures) que les 65 ans et plus (42,0 heures).

- La montée des revenus des services IPTV continue. Les fournisseurs des services IPTV ont généré des revenus d'environ 1,6 milliard de dollars en 2015, une hausse de 273 millions de dollars ou 21% par rapport à 2014.

iv L'utilisation des services de musique en continu poursuit sa croissance

- Les Canadiens utilisent de plus en plus les services de musique en continu. En 2015, 55 % des Canadiens écoutaient des vidéos de musique sur YouTube, 23 % écoutaient la radio AM/FM en ligne, 20 % écoutaient de la musique personnalisée en continu et 22 % écoutaient des balados.
- En 2015, 16 % des Canadiens âgés de 18 ans et plus étaient abonnés à des services de radio par satellite. Ce chiffre est stable comparativement à 2014.
- La radio commerciale privée a continué d'enregistrer de légères pertes. Les stations de radio commerciale ont déclaré une légère baisse de revenus, lesquels sont passés de 1,61 milliard de dollars en 2014 à 1,60 milliard de dollars en 2015.



1.0 Introduction

i 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 aux activités réglementaires et stratégiques.

ii Portée et structure du rapport de cette année

L’édition 2016 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 récents déployés 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. 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 sont axées 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.

iii Changements dans l'édition 2016

Le CRTC cherche à améliorer la pertinence du rapport pour prendre en compte les nouvelles technologies, les habitudes de consommation et les modèles d'affaire en plus de donner des précisions supplémentaires sur les services existants. Voici les changements qui ont été apportés à l'édition 2016 du *Rapport de surveillance des communications*.

- Des données concernant des dépenses mensuelles des ménages par group d'âge sont maintenant présentées à la section 2.0.
- Lors des années antérieures, les données sur les dépenses des ménages étaient basées sur des projections provenant des données de Statistique Canada. À partir de cette année, les données de l'enquête sur les dépenses des ménages sont utilisées au lieu des projections. Par suite de ce changement, les données de dépenses des ménages rapportées cette année diffèrent de celles rapportées dans les rapports antérieurs.
- Les sections 4.1 (secteur de la radio) et 4.2 (secteur de la télévision) incluent désormais les revenus totaux de radiodiffusion tirés par la SRC.
- Des statistiques sur le nombre et de type de règlements de différends en matière de radiodiffusion sont maintenant présentées à la section 4.3. Les dossiers relatifs à un différend varient entre la médiation assistée par le personnel du CRTC, l'arbitrage de l'offre finale et les interventions informelles entre les entreprises de distribution et/ou les services de programmation. Cette section ne contient plus des estimations relatives aux finances et aux abonnés pour les EDR n'ayant pas présenté de rapport.
- La section 5.2 (secteur des services de communication vocale filaire de détail) ne fait plus état des activités hors territoire séparément, étant donné leur petite part de marché.
- La section 5.3 contient des renseignements supplémentaires sur l'utilisation des données pour les applications d'appels vidéo et de diffusion en direct, ainsi que sur l'utilisation des données en gigaoctets par heure de diffusion en continu et par plage de débits binaires.
- La section 5.5 (secteur des services sans fil de détail) inclut désormais des données sur le revenu moyen de téléchargement de données.
- Le rapport présente davantage de ventilation sur les marchés provinciaux et régionaux, ainsi que de ventilation entre les marchés résidentiels et d'affaires.

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 le secteur des communications.

1.1 Le CRTC

i Qui nous sommes et ce que nous faisons

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est un tribunal administratif qui relève du gouvernement du Canada. Il est chargé de réglementer et de superviser le système de communication du Canada dans l'intérêt du public.

Le CRTC exerce ses activités conformément à de nombreuses autorisations législatives et lois du Parlement, dont la Loi sur le CRTC, la Loi sur Bell Canada, la Loi sur la radiodiffusion, la Loi sur les télécommunications, la Loi canadienne anti-pourriel et la Loi électorale du Canada, dans laquelle figurent les dispositions qui ont mené à l'élaboration du Registre de communication avec les électeurs.

Le devoir de servir l'intérêt public est au cœur de notre mandat; c'est pourquoi nous plaçons les Canadiens au centre du système de communication. À cette fin, notre rôle englobe ce qui suit : consulter les Canadiens sur des questions importantes pour eux ayant trait aux communications, traiter les nombreuses demandes que nous recevons en prenant des décisions et en établissant des règles, donner suite aux enquêtes et aux plaintes, ainsi que rendre compte aux Canadiens sur les progrès et sur les résultats de notre travail. Le CRTC s'emploie à promouvoir le respect de ses politiques et décisions réglementaires et faire exécuter celles-ci. Il encourage et facilite la coréglementation et l'autoréglementation de l'industrie par des consultations, des comités et des groupes de travail avec divers intervenants de l'industrie. Le CRTC joue également un rôle clé dans le règlement des différends de l'industrie. Enfin, dans l'environnement dynamique et évolutif actuel des communications, le CRTC collabore avec divers intervenants du pays et de l'étranger en vue de tirer profit de la capacité et des renseignements sur une multitude d'enjeux et de questions stratégiques interreliés.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le mandat, la mission et les activités du CRTC, veuillez consulter le plan triennal du CRTC au <http://www.crtc.gc.ca/fra/backgrnd/plan2016/plan2016.htm>.

2.0 Système de communication du Canada : aperçu à l'intention des Canadiens

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, de produits et services pour participer pleinement dans une société démocratique. La présente section porte sur l'utilisation des services de communication par les Canadiens de même que sur la concurrence, les dépenses des ménages et l'accès aux services de communication¹.

Un plus grand nombre de ménages canadiens s'abonnent exclusivement aux services sans fil mobiles (23,7 %) qu'exclusivement aux services téléphoniques filaires (13,6 %). Les abonnements aux services téléphoniques filaires continuent de diminuer chaque année, tandis que le nombre d'abonnements aux services sans fil mobiles est en augmentation.

La majorité des Canadiens continuent d'avoir et d'utiliser une ligne terrestre, mais les données confirment un déplacement graduel des consommateurs à partir de cette technologie vers les services sans fil. En effet, plus de ménages canadiens ont des téléphones mobiles (85,6 %) que des lignes terrestres (75,5 %). Cela représente un changement important : il y a à peine 10 ans, un peu plus de la moitié (62,9 %) des ménages canadiens utilisaient un téléphone mobile et presque tous étaient abonnés à une ligne terrestre (94,0 %).

Comme 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 abonnés exclusivement aux services 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.

En 2014, les ménages canadiens ont payé en moyenne 214,75 \$ par mois pour leurs services de communication, soit une hausse de 3,00 \$ (ou 1,4 %) par rapport à 2013.

Les ménages canadiens dépensent en ce moment plus par mois en services sans fil (82,67 \$) et de distribution de radiodiffusion (56,33 \$) qu'en services Internet (42,42 \$) ou en services téléphoniques filaires (33,33 \$).

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

¹ Sources des données : Les données de la présente section proviennent du CRTC et de Statistique Canada. L'information du CRTC présente les données de 2015, tandis que l'information de Statistique Canada sur les dépenses des ménages reflète les données les plus récentes de 2014.

i Portrait de l'industrie et concurrence

Le système de communication du Canada se divise en deux grands secteurs : radiodiffusion et télécommunications. Les revenus des services de communication totaux ont augmenté de 2,5 % depuis 2014. Par contre, cette croissance globale cache des différences importantes entre les divers services. Les autres sections du présent rapport donnent des renseignements financiers détaillés, alors que la présente section donne un aperçu général des revenus et de l'environnement concurrentiel des industries de la radiodiffusion et des télécommunications.

Tableau 2.0.1 Revenus annuels du secteur des services de communication (milliards \$)

Catégories	2013	2014	2015	Croissance (%) 2011 – 2015
Communication	62,8	64,1	65,7	2,5
Radiodiffusion	18,0	18,2	17,9	-1,6
Radio	1,9	1,9	1,9	-1,2
Télévision	7,3	7,4	7,1	-3,4
EDR	8,8	8,9	8,9	-0,1
Télécommunications (de détail et de gros)	44,8	45,9	47,8	4,1
Téléphonie filaire (local et interurbain)	10,6	10,1	9,7	-4,0
Internet	8,2	8,9	9,8	10,3
Données et liaison spécialisée	4,8	4,8	4,6	-2,8
Sans fil (local et interurbain)	21,2	22,0	23,6	7,6

Source : Données recueillies par le CRTC

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

Les services de télécommunication dominent toujours

En 2015, les services de télécommunication ont capturé environ 73 % des revenus de communication, alors que la radiodiffusion obtenait 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 ont généré des revenus supérieurs à ceux de l'ensemble du secteur de la radiodiffusion.

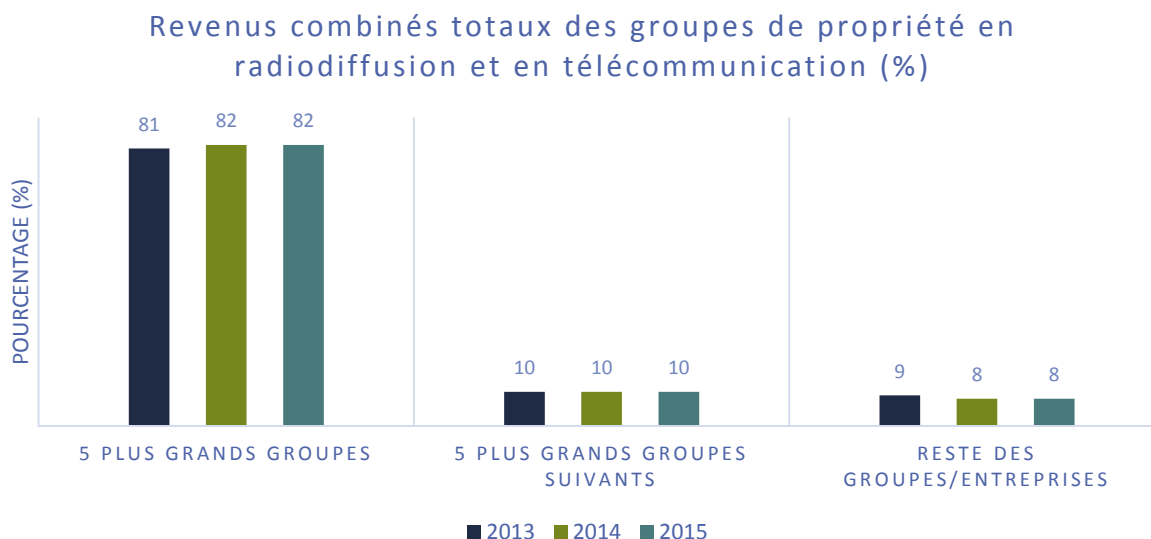
Comme il est mentionné plus haut, plus de Canadiens s'abonnent exclusivement aux services sans fil mobiles qu'aux services téléphoniques filaires. Cela correspond aux données financières qui démontrent une croissance relativement continue des revenus des services mobiles.

On observe une tendance semblable au sein de divers secteurs du système de communication où certains services contribuent à la croissance globale et d'autres stagnent ou sont à la baisse. De nombreux Canadiens continuent d'utiliser les services introduits durant la première moitié du 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, les revenus de ces services sont même à la baisse.

Un marché concentré

Dans l'ensemble, l'environnement concurrentiel 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 82 % du total des revenus de l'industrie, constant avec 2014.

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



Source : Données recueillies par le CRTC

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. Le tableau ci-dessous montre le nombre d'abonnements à deux services ou plus auprès d'une seule entreprise. De 2011 à 2013, le nombre d'abonnements à des services groupés est passé de 9,4 millions à 10,4 millions. Après une stagnation du nombre d'abonnements à des services groupés de 2013 à 2014, une légère diminution (1,9 %) du nombre de ces abonnements est survenue en 2015, ce qui indique que le marché pourrait avoir atteint son point de saturation en 2014.

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

Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC ² (%) 2011-2015
Nombre d'abonnements comprenant des offres groupées	9,4	10,0	10,4	10,4	10,2	2,1
Croissance (%)	6,4	6,3	4,1	0,0	-2,2	s.o.

Source : Données recueillies par le CRTC

ii 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, des changements à l'échelle nationale en ce qui concerne la demande et l'environnement concurrentiel.

Par contre, il faut reconnaître les limites des données sur les dépenses. En premier lieu, ces données peuvent masquer le fait que certains services gratuits, comme la télévision et la radio en direct, 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 ou surestimées.

Les dépenses en services de communication continuent de croître³

En 2014, un ménage canadien moyen a dépensé 214,75 \$ par mois en services de communication, soit une hausse de 3,00 \$ (1,4 %) par rapport à 2013. Le tableau 2.0.3 montre, comme c'est le cas pour les recettes de l'industrie des télécommunications, que les services sans fil et Internet sont le moteur de la croissance des dépenses des ménages.

La croissance provient en grande partie des dépenses en services sans fil et Internet, qui ont connu une croissance de 4,8 % et de 4,3 %, respectivement. Ces augmentations correspondent aux tendances observées dans les abonnements à des forfaits Internet à vitesse supérieure et à des forfaits de services sans fil offrant plus de données.

² Taux de croissance annuel composé

³ L'information présentée relativement aux dépenses en services de communication provient de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada et n'inclut pas de projections ou de données du CRTC.

Les Canadiens continuent d'attribuer une part plus faible de leurs dépenses de ménage en matière de communications au service de téléphonie filaire, qui sont passées de 35,58 \$ par mois en 2013 à 33,33 \$ par mois en 2014, soit une baisse de 6,3 %. Dans l'ensemble, chez les Canadiens, le taux de possession de téléphones cellulaires a augmenté, passant de 84,7 % en 2013 à 85,6 % en 2014; comparativement à un taux de possession de téléphones filaires de seulement 75,5 % en 2014, soit une baisse par rapport au pourcentage de 79,1 % enregistré en 2013 (voir le graphique 2.0.7).

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 IPTV ou de SRD. En 2014, les dépenses en services sans fil mobiles ont augmenté dans tous les quintiles de revenu.

Même si les ménages à faible revenu dépensent moins en services de communication que les ménages à revenu élevé, comme l'indique le tableau 2.0.3, les communications utilisent un pourcentage plus important de leurs revenus annuels (voir tableau 2.0.4).

Tableau 2.0.3 Dépenses mensuelles des ménages en services de communication, par service et par quintile de revenu (\$/mois/ménage)

Services	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles	TCAC de la moyenne de tous les quintiles 2010-2014
Téléphonie filaire	2012	31,75	34,83	35,67	39,33	44,83	37,33	-5,98 %
	2013	29,08	33,50	36,08	38,17	41,00	35,58	
	2014	26,58	31,08	32,50	36,17	40,33	33,33	
	Croissance 2013-2014 (%)	-8,60	-7,21	-9,93	-5,24	-1,63	-6,32	
Services sans fil mobiles	2012	34,58	50,00	68,75	83,67	110,17	69,42	7,93 %
	2013	42,42	55,92	77,25	91,75	127,00	78,92	
	2014	43,92	60,42	80,83	100,42	127,83	82,67	
	Croissance 2013-2014 (%)	3,54	8,05	4,64	9,45	0,66	4,75	
Internet	2012	22,00	31,50	40,67	42,17	46,25	36,50	7,02 %
	2013	25,58	35,25	42,08	48,00	52,42	40,67	
	2014	29,50	37,17	44,17	48,75	52,67	42,42	
	Croissance 2013-2014 (%)	15,31	5,44	4,95	1,56	0,48	4,30	
Câble, IPTV et SRD	2012	39,50	49,50	54,67	63,58	75,75	56,58	2,14 %
	2013	37,00	49,33	57,67	64,58	74,50	56,58	
	2014	38,92	49,42	56,92	62,25	74,17	56,33	
	Croissance 2013-2014 (%)	5,18	0,17	-1,30	-3,61	-0,45	-0,44	
Total	2012	127,83	165,83	199,75	228,75	277,00	199,83	3,43 %
	2013	134,08	174,00	213,08	242,50	294,92	211,75	
	2014	138,92	178,08	214,42	247,58	295,00	214,75	
	Croissance 2013-2014 (%)	3,60	2,35	0,63	2,10	0,03	1,42	
	TCAC 2010-2014	3,04 %	3,53 %	3,58 %	3,41 %	3,44 %	3,43 %	

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Toutes les données du tableau 2.0.3 ont été recueillies et analysées afin de montrer les pourcentages de croissance entre 2013 et 2014. Les données sur les dépenses par ménage présentent la moyenne des dépenses et excluent les taxes de vente.

En moyenne, pour tous les quintiles de revenu, les dépenses en services filaires ont constamment baissé de 2010 à 2014, à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -5,98 %. Par contre, les dépenses en services sans fil moyennes pour tous les quintiles de revenu ont augmenté de 4,75 % de 2013 à 2014, et le TCAC entre 2010 et 2014 s'est chiffré à 7,93 %. Bien que les dépenses des ménages en services de communication aient augmenté dans tous les quintiles de revenu, les ménages des quintiles supérieurs dépensent plus en services de communication que ceux des quintiles inférieurs. Néanmoins, le taux de croissance est généralement plus

élevé dans les quintiles de revenu inférieurs. Par exemple, les dépenses en services Internet pour le premier quintile de revenu ont augmenté de 15,31 % depuis 2013.

Le tableau 2.0.3 révèle également une baisse du taux de croissance des dépenses en services par câble et SRD dans les quintiles de revenu supérieurs, plus précisément dans le troisième, quatrième et cinquième quintiles. Dans l'ensemble, le total des dépenses a augmenté de 1,42 % entre 2013 et 2014, et le TCAC global entre 2010 et 2014 s'est établi à 3,43 %.

Tableau 2.0.4 Dépenses des ménages en services de communication, par quintile de revenu, 2014

Caractéristiques	Revenu du ménage inférieur à 30 519 \$ (premier quintile)	Revenu du ménage de 30 520 \$ à 53 274 \$ (deuxième quintile)	Revenu du ménage de 53 275 \$ à 81 294 \$ (troisième quintile)	Revenu du ménage de 81 295 \$ à 124 838 \$ (quatrième quintile)	Revenu du ménage supérieur à 124 839 \$ (cinquième quintile)	Moyenne de tous les quintiles
Revenu annuel moyen	19 664 \$	42 122 \$	67 083 \$	101 177 \$	201 752 \$	86 360 \$
Membres par ménage	1,50	2,05	2,51	2,91	3,40	2,47
Dépenses en communications, en pourcentage du revenu annuel	6,6 %	4,1 %	3,1 %	2,4 %	1,5 %	2,4 %

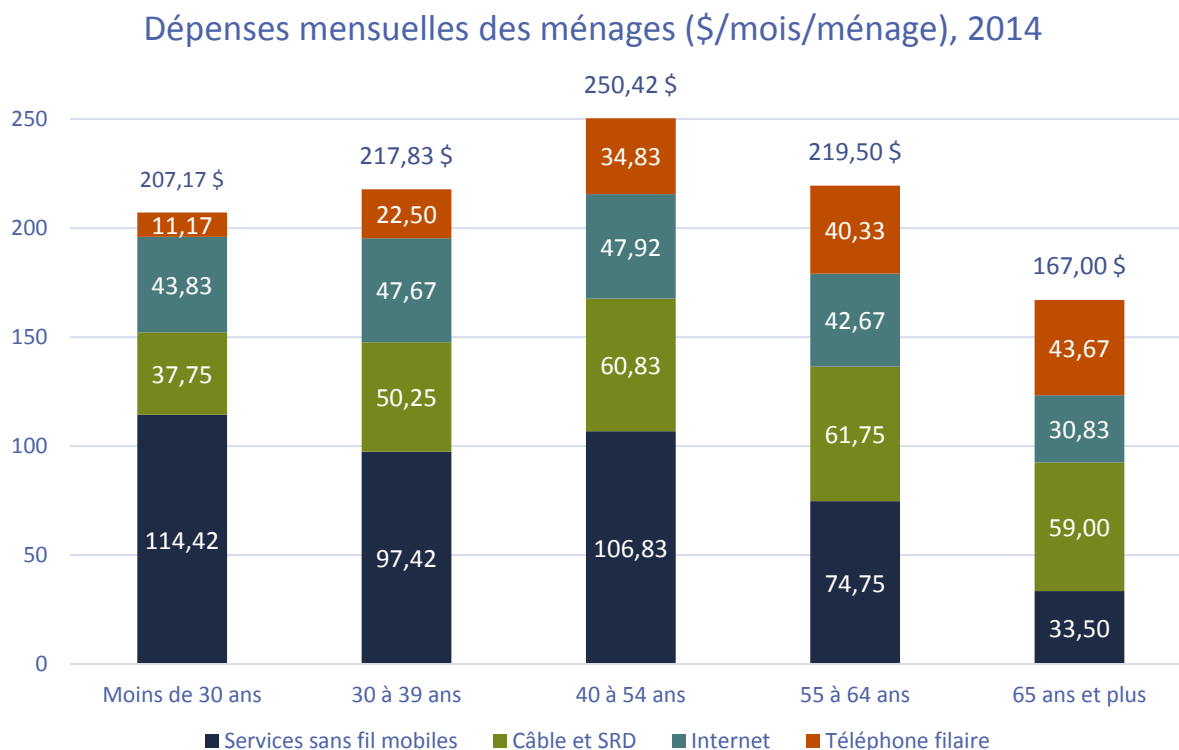
Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada (données de 2014), le revenu annuel moyen par ménage canadien s'établissait à 86 360 \$. Le revenu moyen annuel avant impôts d'un ménage canadien variait selon les provinces de 71 164 \$ à 118 680 \$. C'est en Alberta que le revenu moyen avant impôt des ménages était le plus élevé, suivi par l'Ontario où il s'établissait à 89 217 \$.

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 19 664 \$. Un ménage de ce quintile comptait en moyenne 1,50 membre. Le revenu maximal de ce quintile était de 30 519 \$. Le revenu annuel moyen du troisième quintile était de 67 083 \$, et ce quintile comptait en moyenne 2,51 membres. Le revenu maximal de ce quintile était de 81 294 \$, ce qui représente une hausse considérable du revenu maximal par rapport au chiffre de 79 722 \$ de l'an dernier. Le revenu annuel des ménages du quintile supérieur dépassait 124 839 \$. Le revenu annuel moyen de ce quintile était de 201 752 \$, et ce quintile comptait en moyenne 3,40 membres.

Comparativement aux données de 2013, le nombre moyen de membres par ménage a diminué de 0,01. Cependant, il y a eu une augmentation importante des revenus par quintile. On a enregistré une baisse du plafond de revenu uniquement dans le premier quintile, où il est passé de 30 668 \$ à 30 519 \$. Les plafonds de revenus des deuxième, troisième et quatrième quintiles ont augmenté de 1 470 \$, 1 572 \$ et 3 541 \$, respectivement.

Graphique 2.0.2 Dépenses mensuelles des ménages, par service et par âge des personnes déclarantes (\$/mois/ménage), 2014



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

En 2014, tous les groupes d'âge à l'exception des personnes de 65 ans et plus ont dépensé le moins en services téléphoniques filaires. Tous les groupes d'âge, à l'exception des personnes âgées de 65 ans et plus, ont également dépensé le plus en services sans fil mobiles. Les personnes de moins de 30 ans ont dépensé le plus en services sans fil mobiles (114,42 \$ par mois), soit dix fois le montant qu'elles ont dépensé en moyenne en services téléphoniques filaires (11,17 \$ par mois). Pour ce qui est du total des services de communication, les personnes de 40 à 54 ans ont dépensé le plus (250,42 \$ par mois), tandis que les personnes de 65 ans et plus ont dépensé le moins (167,00 \$ par mois).

La relation entre le groupe d'âge et le montant dépensé en services de communication apparaît dans les différences entre les ménages de personnes de moins de 30 ans et les ménages de personnes âgées de 65 ans et plus. On constate un véritable fossé entre les générations lorsqu'on considère leurs dépenses mensuelles en services de communication, puisque la plus jeune génération a tendance à dépenser plus en services de communication, notamment en services sans fil mobiles (114,42 \$ par mois). De plus, la génération la plus âgée dépense le moins au total pour ses services de communication, et le service pour lequel elle dépense le plus est le service par câble et SRD (59,00 \$ par mois). Le graphique 2.0.2 met en évidence la différence d'importance des dépenses en services, qui ressort dans le montant dépensé par service. Par exemple, les personnes de moins de 30 ans ont dépensé le moins en services téléphoniques filaires (11,17 \$), tandis que les personnes de 65 ans et plus ont dépensé presque quatre fois plus à cet égard. Même si les personnes de moins de 30 ans ont dépensé le plus en services sans fil mobiles, elles ont dépensé

le moins pour l'ensemble de leurs services de communication, en deçà des personnes âgées de 64 ans et moins.

Prix des services de communication

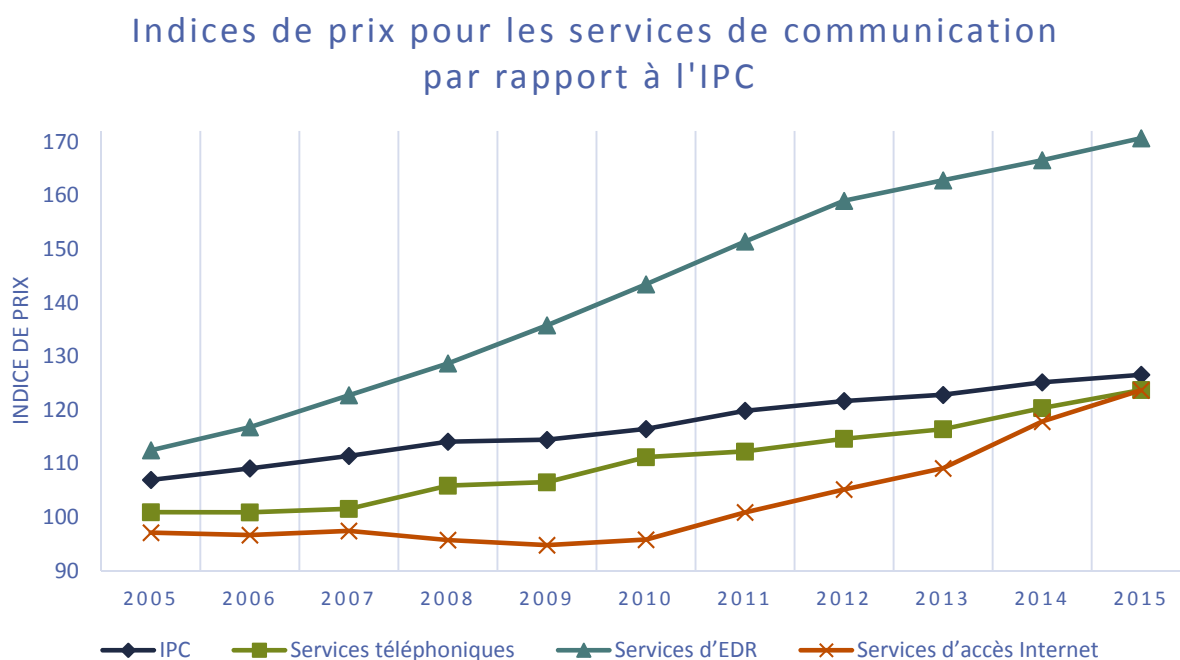
Les indices de prix donnent une indication de l'évolution des prix d'un ensemble de biens et de services. Le graphique 2.0.3 montre les prix d'ensembles de services de télécommunication (services téléphoniques, services Internet et services offerts par les EDR [câble, SRD et IPTV]) ainsi que l'évolution globale des prix mesurée par l'indice des prix à la consommation (IPC). L'utilisation d'ensembles uniformes de biens et de services et la comparaison des prix de l'année actuelle à la période de référence de l'indice (2002) permettent de mesurer l'évolution des prix avec précision.

Indice de prix du service téléphonique : L'indice de prix du service téléphonique reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services téléphoniques, y compris les services téléphoniques filaires et les services sans fil mobiles. 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. Cet indice ne comprend pas les dépenses au titre des services Internet.

Indice de prix des EDR : L'indice de prix des EDR comprend les services par câble, par SDR et par IPTV (y compris la télévision payante) et reflète les changements de prix facturés à un ménage pour un ensemble de services de télévision fournis dans le cadre d'un d'abonnement. L'ensemble inclut tant le service de base que les services de distribution de radiodiffusion étendus. Le service de base est le service minimal auquel doivent être abonnés tous les clients. Le service étendu est l'ensemble le plus populaire de canaux additionnels. Cet indice ne tient pas compte des rabais applicables aux forfaits.

Indice de prix des services Internet : L'indice de prix des services Internet reflète les changements de prix facturés à un ménage pour une quantité et une qualité constantes de services Internet. L'ensemble comprend un abonnement mensuel à des services d'accès Internet au moyen d'une connexion filaire à la résidence du ménage. Il ne comprend pas les forfaits d'abonnement combinant un accès à Internet et des communications vocales au moyen d'un réseau cellulaire.

Graphique 2.0.3 Indices de prix pour les services téléphoniques, d'EDR et Internet par rapport à l'IPC



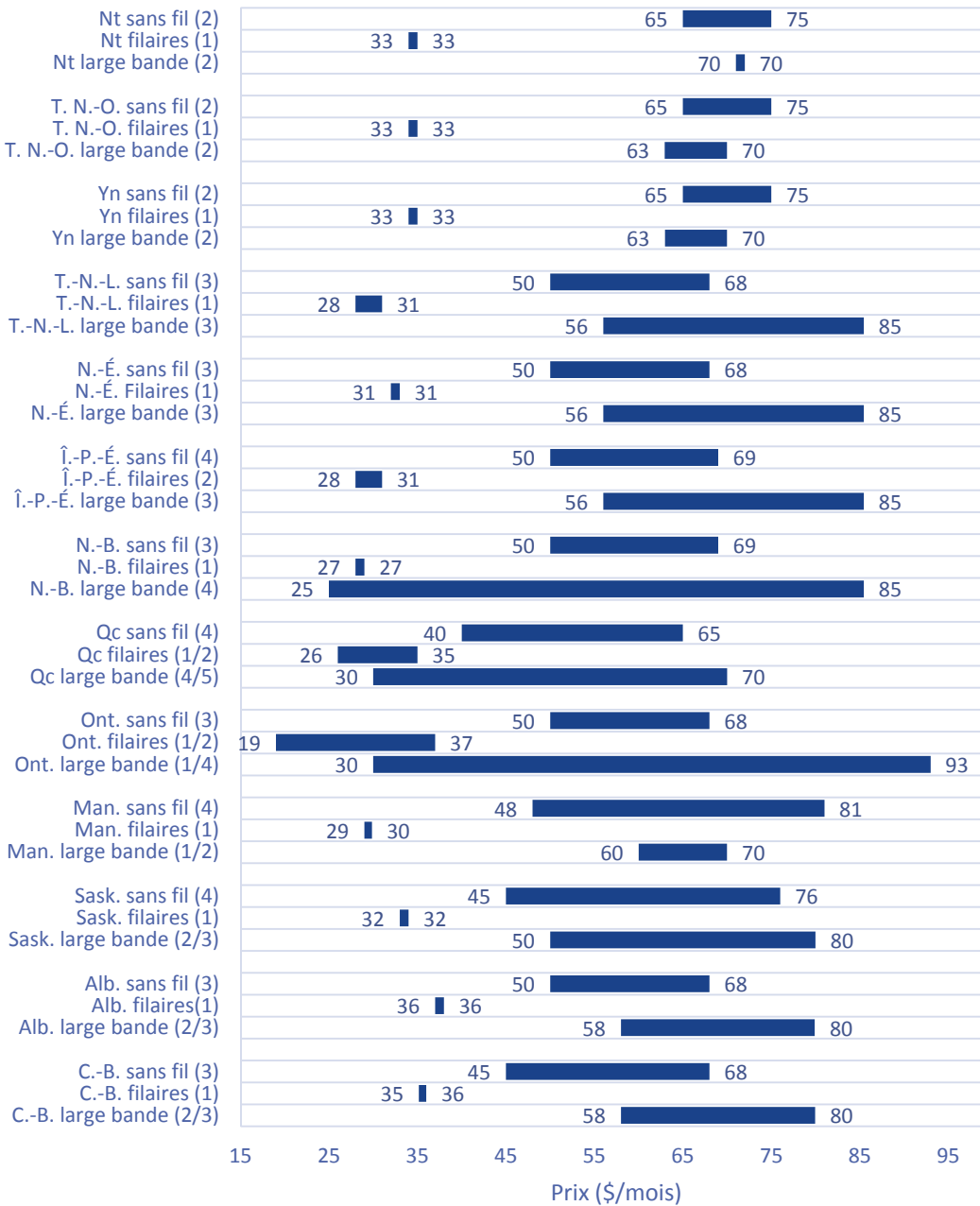
Source : Statistique Canada

Selon l'IPC, en 2015, le taux d'inflation annuel moyen au Canada était de 1,1 %. En comparaison, les prix des principaux services de communication ont augmenté, de 2014 à 2015, de 2,8 % (téléphone), 2,5 % (câble, SRD et IPTV) et 5,0 % (Internet).

Les prix pour les services offerts par les EDR ont augmenté chaque année au cours des dix dernières années. Comme par les années précédentes, les consommateurs ont dépensé presque le double en services d'EDR qu'en services téléphoniques. Les prix des services d'accès Internet ont continué d'augmenter depuis 2010. Dans l'ensemble, l'IPC a augmenté de façon constante au cours de la période allant de 2005 à 2015.

Graphique 2.0.4 Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés rurales, par province ou territoire, 2015

Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés rurales (\$/mois), 2015



■ Écart entre le prix le plus élevé et le prix le plus bas

Source : Données recueillies par le CRTC

Le chiffre inscrit à la droite de la barre est le prix le plus élevé. Le nombre de fournisseurs de services dans chaque province (communautés rurales choisies) est indiqué entre parenthèses. Par exemple, « C.-B. – large bande (2/3) » signifie que le nombre de fournisseurs parmi les communautés rurales en Colombie-Britannique choisies pour cette enquête variait de 2 à 3.

On a comparé les prix des services à large bande, filaires locaux de base et sans fil dans les communautés rurales. Les prix des services à large bande présentés sont basés sur le service à une vitesse de téléchargement de 5 Mbps ou plus le moins coûteux offert par un fournisseur. Le service filaire local de base inclut les appels illimités dans une certaine zone géographique, les services 9-1-1, le service de relais de messages ainsi que l'accès aux services interurbains. Le graphique 2.0.4 présente le prix du service téléphonique local de base seul, dans un certain nombre de communautés rurales. Les services sans fil mobiles comprennent 1 200 minutes ou plus de services téléphoniques, au moins 300 messages SMS et plus de 1 Go de données par mois, puisque près de 50 % des clients sont abonnés à un forfait qui inclut au moins 1 Go de données par mois.

Large bande dans les communautés rurales

Le prix minimum moyen des services à large bande est de 51,92 \$ par mois. Le Nouveau-Brunswick a le prix des services à large bande dans les communautés rurales le moins élevé (25,00 \$ par mois) comparativement aux autres provinces et territoires. L'Ontario a le prix des services à large bande dans les communautés rurales le plus élevé (93,00 \$ par mois). Les écarts ont été calculés en établissant la différence entre les minimums et les maximums de chaque province ou territoire. On trouve la plus grande fourchette de prix en Ontario, où les prix varient d'un minimum de 30,00 \$ à un maximum de 93,00 \$ par mois, une variance de 63,00 \$.

Services filaires locaux de base dans les communautés rurales

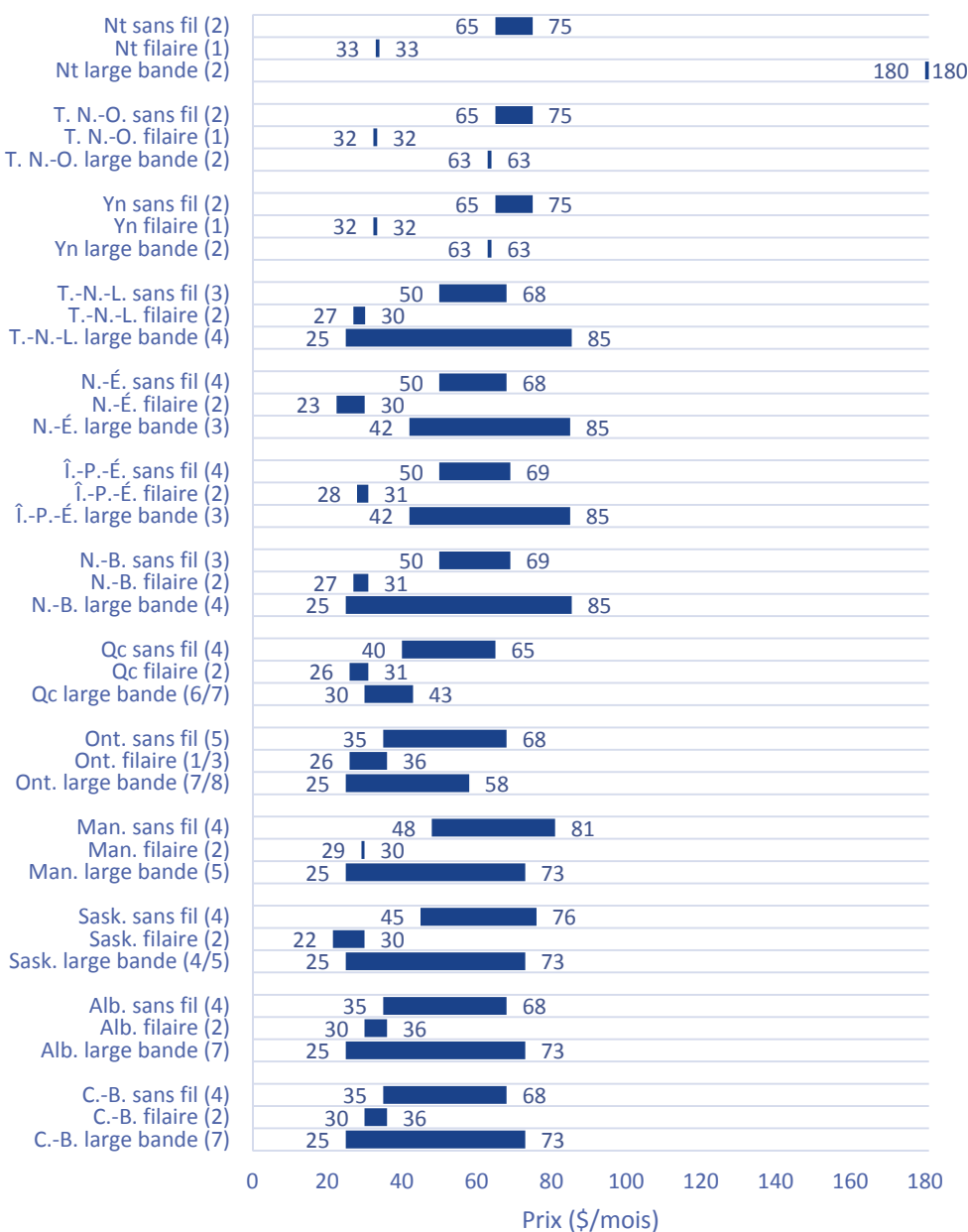
Les prix minimaux sont relativement les mêmes entre les provinces et territoires; la moyenne étant de 29,98 \$ par mois. C'est en Ontario qu'on trouve le prix le moins élevé, soit 19,00 \$ par mois. On trouve également en Ontario le prix le plus élevé, soit 37,00 \$ par mois. Cette tendance est donc semblable à celle observée pour les prix des services à large bande dans les communautés rurales.

Services sans fil dans les communautés rurales

Le prix minimal moyen des services sans fil dans les communautés rurales est d'environ 51,77 \$ par mois, ce qui est similaire au prix minimal moyen des services à large bande. Le Québec a le prix le moins élevé à 40,00 \$ par mois, et le Manitoba a le prix le plus élevé à 81,00 \$ par mois. C'est au Manitoba qu'on trouve le plus grand écart de prix, qui se situe à 33,00 \$ par mois. Dans l'ensemble, dans les communautés rurales, les prix les plus élevés sont ceux des services à large bande, suivi d'assez près de ceux des services sans fil.

Graphique 2.0.5 Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés urbaines, par province ou territoire, 2015

Comparaison des prix des services à large bande, filaires et sans fil dans les communautés urbaines (\$/mois), 2015



■ Écart entre le prix le plus élevé et le prix le plus bas

Source : Données recueillies par le CRTC

Le chiffre inscrit à la droite de la barre est le prix le plus élevé. Le nombre de fournisseurs de services dans chaque province (communautés urbaines choisies) est indiqué entre parenthèses. Par exemple, « Sask. – large bande (4/5) » signifie que le nombre de fournisseurs parmi les communautés en Saskatchewan choisies pour cette enquête variait de 4 à 5.

Les prix des services à large bande présentés sont basés sur le service à une vitesse de téléchargement de 5 Mbps ou plus le moins coûteux offert par un fournisseur. Les services filaires locaux de base incluent 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. Le graphique 2.0.5 montre le prix du service téléphonique local de base seul, dans un certain nombre de centres urbains. Les services sans fil mobiles comprennent 1 200 minutes ou plus de services téléphoniques, au moins 300 messages SMS et plus de 1 Go de données par mois.

Large bande dans les communautés urbaines

Les consommateurs de toutes les provinces et de tous les territoires, sauf au Nunavut, paient un maximum de 85,00 \$ par mois pour leurs services à large bande. Le prix maximal au Nunavut (180,00 \$ par mois) est plus du double du prix maximal dans le reste des provinces et territoires. Dans la plupart des provinces, le prix minimal des services à large bande est de 25,00 \$, comme le montre le graphique 2.0.5. On observe l'écart le plus prononcé à Terre-Neuve et Labrador et au Nouveau-Brunswick, où les prix varient d'un minimum de 25,00 \$ à un maximum de 85,00 \$ par mois.

Services filaires locaux de base dans les communautés urbaines

Il y a peu ou pas d'écart dans les prix des services filaires dans les zones urbaines. Le prix maximal moyen de ces services dans les centres urbains est de 32,23 \$ par mois. On trouve le prix le plus élevé en Colombie-Britannique, en Ontario et en Alberta, soit 36,00 \$, tandis qu'on trouve le prix le moins élevé en Saskatchewan, soit 21,54 \$ par mois. On observe le plus grand écart en Ontario (10,00 \$), ce qui montre que la plupart des utilisateurs des services filaires dans les centres urbains du pays paient environ la même somme chaque mois (Figure 2.0.5).

Services sans fil dans les communautés urbaines

Le prix maximal moyen des services sans fil dans les centres urbains est de 71,15 \$ par mois. La Colombie-Britannique, l'Alberta et l'Ontario ont le prix le moins élevé, soit 35,00 \$ par mois. Le prix maximum des services sans fil dans les centres urbains du Manitoba est de 81,00 \$ par mois, soit le prix le plus élevé au Canada, et ce prix est le même dans les communautés rurales de cette province (voir le graphique 2.0.4). La Manitoba est également la province où l'on constate l'écart le plus grand (33,00 \$).

Dans l'ensemble, comparativement aux prix dans les communautés rurales, les prix dans les centres urbains suivent la même tendance dans la plupart des provinces et des territoires. Cependant, l'écart dans les prix est beaucoup plus grand dans les centres urbains en raison de minimums plus bas.

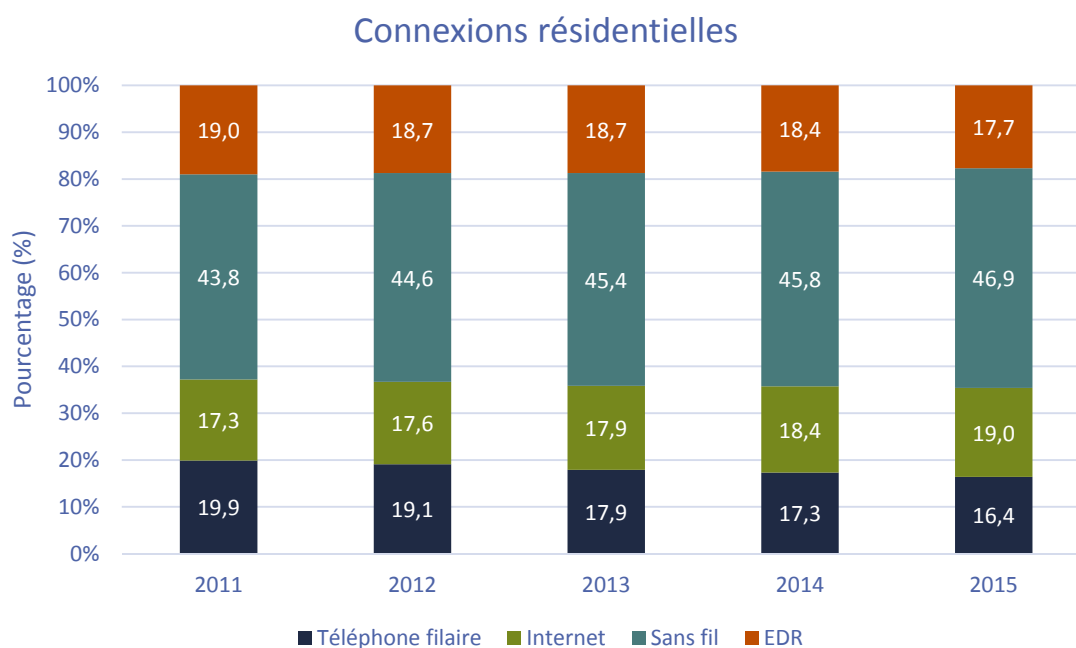
iii Accès et disponibilité des services

Un objectif principal du CRTC est de s'assurer que les Canadiens ont accès à un système de communication de calibre mondial. 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 2.0.6, les services sans fil mobiles représentent près de la moitié des connexions des ménages. Comme pour les connexions Internet, ces services continuent de s'élargir. Les connexions terrestres (p. ex. téléphonie filaire) et d'EDR (p. ex. câble, SRD, IPTV), malgré leur déclin relatif, représentent encore plus d'un tiers des abonnements. Dans l'ensemble, un ménage moyen compte 4,4 connexions. Les connexions sans fil mobiles sont les plus courantes, mais il est évident que les Canadiens utilisent divers modes de communication.

Graphique 2.0.6 Distribution des connexions résidentielles par type de service (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

Les ménages avec plus d'un téléphone cellulaire alimentent la croissance des abonnements aux services sans fil

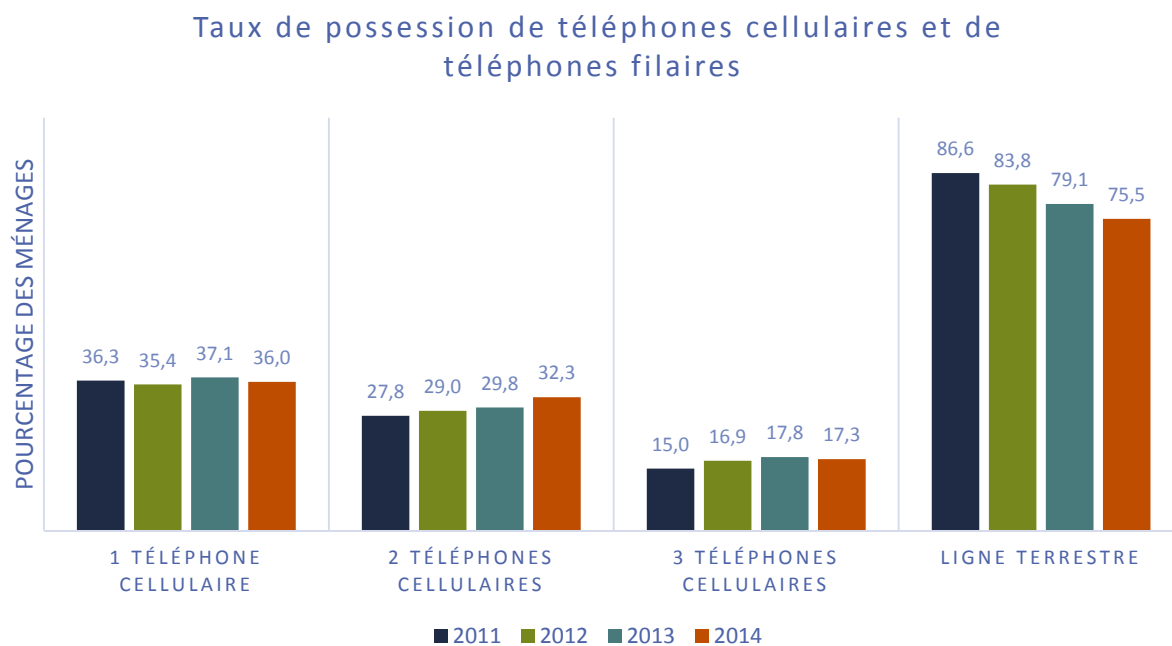
En matière de disponibilité, on peut aussi examiner le taux d'abonnement des ménages canadiens aux principaux services de communication. Le tableau 2.0.5 montre que presque tous les Canadiens (99,2 %) étaient abonnés à des services sans fil mobiles ou de téléphonie filaire en 2014. Mais plutôt que de cumuler les services téléphoniques (s'abonner et au service terrestre et au service sans fil mobile), certains Canadiens choisissent un seul service, et le plus souvent, il s'agit du service sans fil mobile. Comme le montre le tableau 2.0.5, le pourcentage des ménages qui utilisent exclusivement les services mobiles (23,7 %) dépasse actuellement le pourcentage des ménages qui utilisent exclusivement les services filaires (13,6 %). Au cours des 10 dernières années, le pourcentage des ménages qui utilisent exclusivement les services filaires a continuellement diminué, tandis que le pourcentage des ménages qui utilisent exclusivement les services mobiles a augmenté de façon constante.

La transition vers une utilisation répandue des services sans fil mobiles, en partie aux 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. En 2005, le nombre de ménages qui utilisaient exclusivement les services filaires (36,0 %) dépassait largement le nombre de ménages qui utilisaient exclusivement les services mobiles (4,8 %).

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 les services mobiles. Par contre, on retrouve encore au Québec et dans les provinces de l'Est un pourcentage supérieur de ménages qui utilisent exclusivement la téléphonie filaire. Néanmoins, on constate dans toutes les provinces une diminution des ménages abonnés uniquement à des services filaires, sauf à Terre-Neuve-et-Labrador, où la proportion des ménages avec seulement des services filaires a augmenté, passant de 13,2 % en 2013 à 14,0 % en 2014 (Tableau 2.0.6). C'est probablement ce qui explique la diminution du nombre de leurs ménages utilisant exclusivement les services mobiles, qui est passé de 12,0 % en 2013 à 10,2 % en 2014 (Tableau 2.0.6). Finalement, le Nouveau-Brunswick et Terre-Neuve-et-Labrador sont les seules provinces où l'on a observé une diminution des ménages qui utilisent exclusivement des services mobiles.

Le graphique 2.0.7 montre le taux de possession de téléphones cellulaires et de téléphones filaires par les Canadiens. Une proportion de 99,2 % des ménages canadiens possèdent un téléphone cellulaire ou filaire. Tandis que 85,6 % des ménages avaient un téléphone cellulaire en 2014 le pourcentage des ménages possédant plus d'un téléphone cellulaire est passé de 42,8 % à 49,6 % de 2011 à 2014. Au cours de la même période, le taux de possession de téléphones filaires a diminué progressivement, passant de 86,6 % en 2011 à 75,5 % en 2014, comme le montre le graphique 2.0.7.

Graphique 2.0.7 Taux de possession de téléphones cellulaires et de téléphones filaires



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages

Ce graphique présente en pourcentage le nombre de téléphones cellulaires et de téléphones filaires que les ménages canadiens possédaient entre 2011 et 2014, selon les données les plus récentes de l'Enquête sur les dépenses des ménages.

Lien entre le revenu et les abonnements à des services téléphoniques

Les données sur les taux de possession de téléphones par quintile de revenu (tableau 2.0.7) démontrent la transition vers les téléphones mobiles. Contrairement à 2013, alors que le pourcentage des ménages utilisant exclusivement des services mobiles dépassait le pourcentage des ménages utilisant exclusivement des services filaires dans le premier quintile, le pourcentage des ménages utilisant exclusivement des services mobiles ou des services filaires est demeuré relativement stable en 2014 pour ce quintile.

On constate cependant un plus grand changement dans les deuxième, troisième et quatrième quintiles. L'utilisation exclusive de téléphones cellulaires a augmenté considérablement (croissance de 42,3 % dans le troisième quintile de revenu). La baisse constante des abonnements aux services filaires montre que de nombreux ménages choisissent d'abandonner ces services en faveur de la technologie mobile.

Contrairement à la tendance observée dans le premier au quatrième quintiles de revenu, l'abonnement exclusif à des services filaires a augmenté chez les ménages du cinquième quintile de revenu, passant de 3,6 % à 4,8 %, tandis que l'utilisation exclusive de services sans fil mobiles a diminué (8,0 %) chez ces ménages.

Il semble que les ressources financières soient 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. Alors que seulement 16,3 % des ménages du quintile supérieur s'abonnent exclusivement à un service filaire ou sans fil, on constate une différence notable dans le pourcentage des ménages des quintiles de revenu inférieurs qui s'abonnent exclusivement à un service filaire ou sans fil (62,9 % dans le premier quintile). Les données indiquent, en fait, que le taux d'abonnement aux deux types de services téléphoniques augmente selon le revenu.

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

Année	Filaires	Sans fil mobiles	Filaires et/ou sans fil mobiles	Filaires seulement	Sans fil mobiles seulement	Filaires ou sans fil seulement
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	89,3	78,1	99,4	21,3	10,1	31,4
2011	86,6	79,1	99,3	20,2	12,7	32,9
2012	83,8	81,3	99,2	17,9	15,4	33,3
2013	79,1	84,7	99,3	14,6	20,2	34,8
2014	75,5	85,6	99,2	13,6	23,7	37,3

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, 2014

Province	Filaires	Sans fil mobiles	Filaires et/ou sans fil mobiles	Filaires seulement	Sans fil mobiles seulement	Filaires ou sans fil seulement
Colombie-Britannique	72,5	87,7	99,4	11,7	26,9	38,6
Alberta	71,8	91,4	99,0	7,6	27,2	34,8
Saskatchewan	73,6	90,5	99,4	8,9	25,8	34,7
Manitoba	78,5	87,0	99,3	12,3	20,8	33,1
Ontario	72,9	87,6	99,4	11,8	26,5	38,3
Québec	79,8	79,1	98,7	19,6	18,9	38,5
Nouveau-Brunswick	86,2	81,1	99,0	17,9	12,8	30,7
Nouvelle-Écosse	79,5	84,1	98,7	14,6	19,2	33,8
Île-du-Prince-Édouard	82,9	82,7	99,9	17,2	17,0	34,2
Terre-Neuve-et-Labrador	89,3	85,5	99,5	14,0	10,2	24,2
Tout le Canada	75,5	85,6	99,2	13,6	23,7	37,3

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

Services	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile
Filaires	2012	74,6	80,3	82,8	87,4	92,4
	2013	65,2	75,0	82,2	84,7	87,5
	2014	65,3	69,1	74,3	80,2	88,3
	Croissance (%) 2013-2014	0,2	-7,9	-9,6	-5,3	0,9
Sans fil mobiles	2012	61,7	75,1	85,9	91,0	93,4
	2013	66,8	79,7	88,5	92,9	96,4
	2014	67,4	83,2	89,4	93,2	95,0
	Croissance (%) 2013-2014	0,9	4,4	1,0	0,3	-1,5
Filaires et/ou sans fil mobiles	2012	97,4	99,5	99,7	99,8	99,7
	2013	97,5	99,7	99,7	99,6	100,0
	2014	97,8	99,4	99,2	99,5	99,8
	Croissance (%) 2013-2014	0,3	-0,3	-0,5	-0,1	-0,2
Filaires seulement	2012	35,7	24,4	13,8	8,8	6,3
	2013	30,7	20,0	11,2	6,7	3,6
	2014	30,4	16,2	9,8	6,3	4,8
	Croissance (%) 2013-2014	-1,0	-19,0	-12,5	-6,0	33,3
Sans fil mobiles seulement	2012	22,8	19,2	16,9	12,4	7,3
	2013	32,3	24,7	17,5	14,9	12,5
	2014	32,5	30,3	24,9	19,3	11,5
	Croissance (%) 2013-2014	0,6	22,7	42,3	29,5	-8,0

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. Par conséquent, les données d'enquête les plus récentes datent de 2014.

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 aux Canadiens d'accéder à Internet de presque n'importe où, cependant, les ordinateurs à domicile jouent encore un rôle important. Comme le montre le tableau 2.0.8, la majorité des ménages canadiens possèdent un ordinateur à domicile. Une plus grande proportion des ménages des quintiles de revenu inférieurs (premier, deuxième et troisième) possèdent des téléphones cellulaires que des ordinateurs à domicile. Par exemple, 67,4 % des ménages canadiens du quintile de revenu inférieur possèdent des téléphones cellulaires (voir le tableau 2.0.7) comparativement à 64,3 % des ménages de ce quintile qui possèdent des ordinateurs à domicile et à 63,5 % qui ont un accès Internet à la maison (voir le tableau 2.0.8).

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. Il est intéressant de noter que l'utilisation des ordinateurs à domicile, pour la première fois, a diminué dans tous les quintiles de revenu; la plus forte diminution (3,1 %) ayant été observée dans le deuxième quintile.

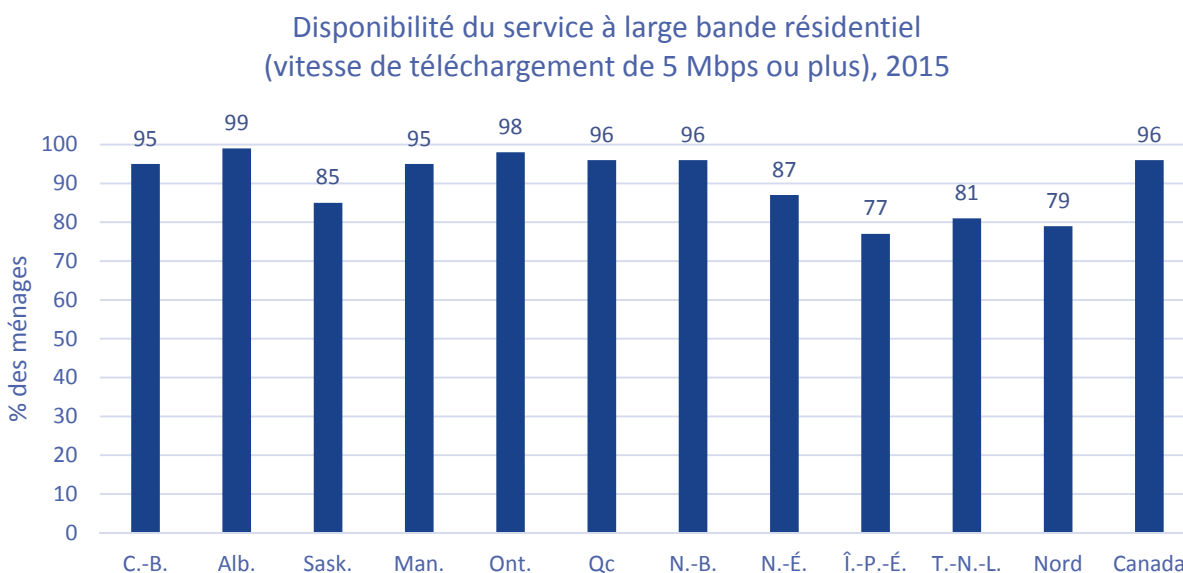
Tableau 2.0.8 Ordinateurs à domicile et utilisation d'Internet à la maison, par 100 ménages, par quintile de revenu

Technologie	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles
Ordinateur à domicile	2013	64,4	80,6	89,8	95,4	97,9	85,6
	2014	64,3	78,1	87,7	94,0	97,4	84,3
	Croissance (%)	-0,2	-3,1	-2,3	-1,5	-0,5	-1,5
Utilisation d'Internet à domicile	2013	59,7	77,6	89,0	94,9	98,4	83,9
	2014	63,5	78,5	88,7	95,5	98,3	84,9
	Croissance (%)	6,4	1,2	-0,3	0,6	-0,1	1,2

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 des services à large bande ayant une vitesse de téléchargement d'au moins 5 Mbps demeure inchangé à 96 % (voir le graphique 2.0.8). De même, bien que la cible du CRTC soit liée à la *disponibilité* de la vitesse 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 forfaits Internet offrant des vitesses de téléchargement de 10 Mbps et plus, alors que les abonnements aux vitesses moins rapides ont baissé en popularité.

Graphique 2.0.8 Disponibilité du service à large bande de résidence (vitesse de téléchargement de 5 Mbps ou plus), par province ou territoire (% des ménages), 2015



Source : INNOVATION, SCIENCES ET DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE CANADA (ISDE) et données recueillies par le CRTC

Les services par SRD sont exclus, en raison de leur caractère national. Cela pourrait représenter un supplément 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 annoncée, par 100 ménages

Vitesse de téléchargement annoncée	2011	2012	2013	2014	2015
256 kbps ou plus	76	78	79	81	83
1,5 Mbps ou plus	72	75	77	80	82
5 Mbps ou plus	54	62	71	77	80
10 Mbps ou plus	19	29	45	55	61
16 Mbps ou plus	7	21	25	34	41
50 Mbps ou plus	0	3	4	8	16
Toutes les vitesses (incluant l'accès par ligne commutée)	78	79	80	82	84

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
Territoires	2,8
Canada	4,8

Source : Recensement de 2011, Statistique Canada

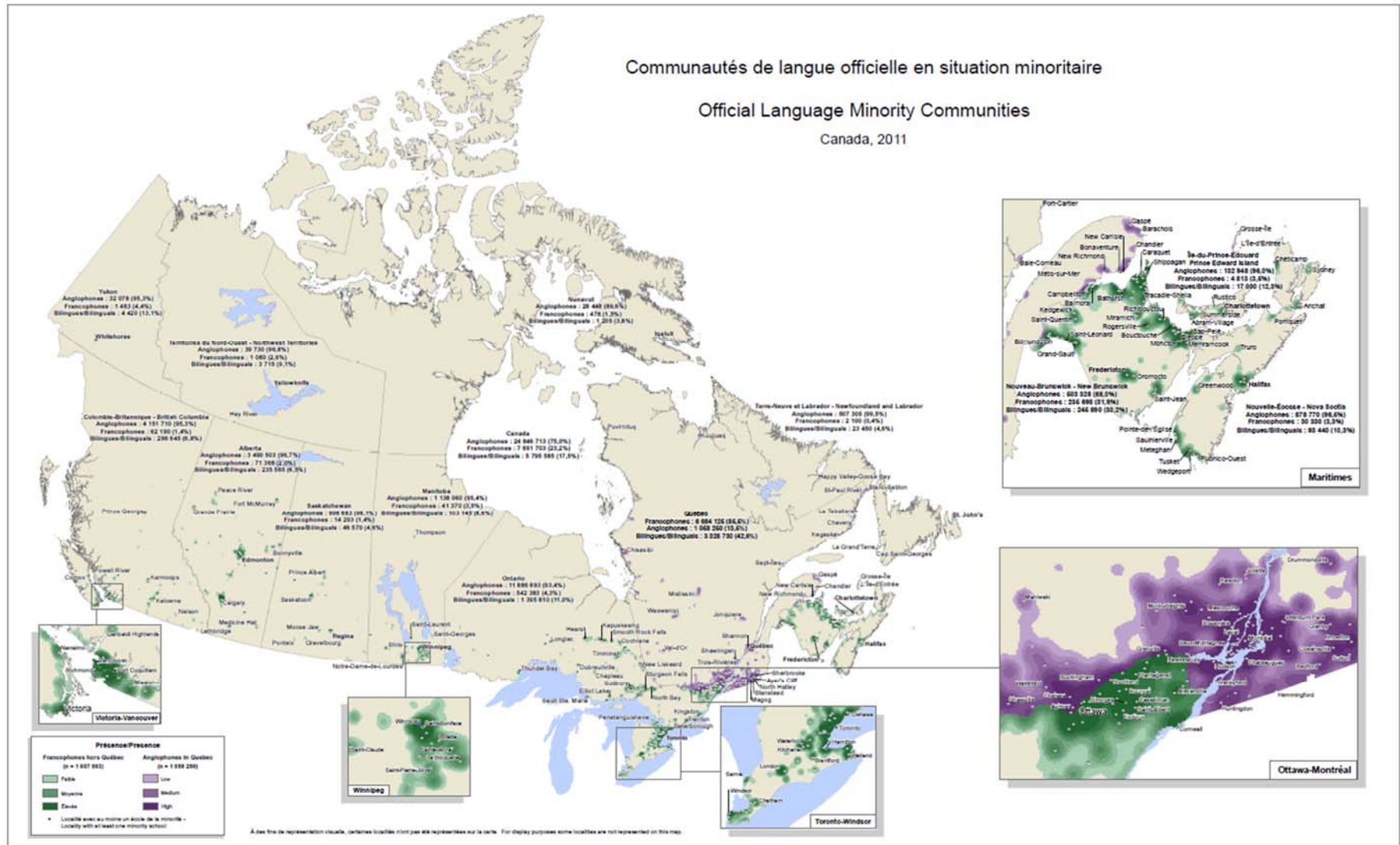
On peut utiliser divers critères pour déterminer la langue des particuliers : première langue apprise à la maison, langue parlée à la maison, langue de scolarisation, etc.

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.

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 %), suivi du Québec (8 %). Les données excluent les résidents d'établissements institutionnels.

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



Source : Patrimoine canadien, Direction générale des langues officielles

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 mobiles 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

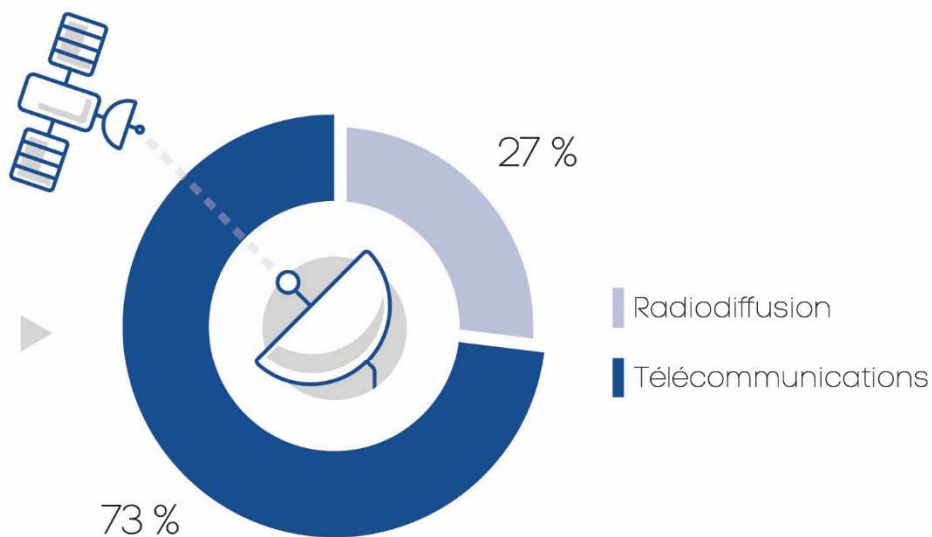
Source : Recensement de 2011 de Statistique Canada; données recueillies par le CRTC

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

Revenus de l'industrie en 2015

65,7 milliards \$



Revenus

65,7 G \$

Hausse de 2,5 %
par rapport à 2014

Part des
revenus

90 %

FST titulaires et
entreprises de
câblodistribution

Part des
revenus des
services sans fil

36 %

Premier secteur
en importance

Taux de croissance
des revenus des
services internet

10,3 %

Secteur dont le taux
de croissance est
le plus rapide

L'industrie des communications englobe les secteurs de marché que sont la radiodiffusion et les télécommunications. En 2015, 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. Plus de 59 % (ou 35 milliards de dollars) de l'ensemble des revenus des services de communication, moins les revenus générés par les services facultatifs et les services de télévision sur demande ainsi que les services de radiodiffusion directe d'EDR, ont été générés dans les provinces de l'Ontario et du Québec.

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 du rapport présentent de plus amples renseignements sur le marché, notamment le rendement financier, un portrait sur la propriété, des données sur le prix du service en zones urbaines et rurales partout au pays.

Le marché des services sans fil continue d'être le plus important secteur des communications, récoltant 36 % des 65,7 milliards de dollars de revenus des services de communication en 2015. Pour la toute première fois, les revenus totaux générés par les services par Internet ont dépassé ceux de la radiodiffusion d'environ 900 millions de dollars, élevant ce marché au deuxième rang en importance dans le secteur avec près de 15 % des revenus de communication. Les services de distribution de radiodiffusion et les services Internet sont demeurés particulièrement dépendants des abonnements aux services de résidence, lesquels ont représenté 87 % de leurs revenus.

Les revenus des services récoltés par les cinq plus grands groupes de propriété atteignaient environ 82 % des revenus des services de communication totaux en 2015, comparativement à 81 % en 2011. De ces groupes, deux sont des compagnies de téléphone titulaires (Bell et TELUS) et trois sont des 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 4,2 % par année, passant de 12,7 à 15,0 milliards de dollars. Les compagnies de téléphone traditionnelles, toutefois, ont augmenté leurs revenus d'EDR de 10,0 % par année, lesquels sont passés de 2,1 milliards de dollars en 2011 à 3,1 milliards de dollars en 2015.

i Revenus

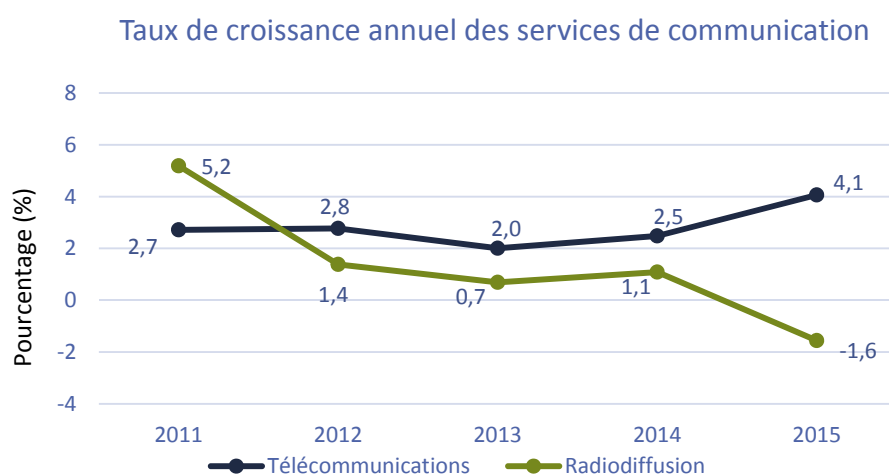
Tableau 3.0.1 Revenus des services de communication (milliards \$)

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2011-2015	TCAC (%) 2011-2015
Télécommunications	42,8	43,9	44,8	45,9	47,8	4,1	2,8
Radiodiffusion	17,6	17,9	18,0	18,2	17,9	-1,6	0,4
Total des revenus	60,4	61,8	62,8	64,1	65,7	2,5	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 2011 à 2015 des fournisseurs de services de télécommunication (FST) et des radiodiffuseurs (y compris les revenus totaux de la SRC et 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 2011 à 2015.

Tableau 3.0.2 Répartition des revenus de services de communication par région (milliards \$)

Région	2014	2015	Pourcentage du Total (%)	Croissance (%) 2014-2015
Atlantique	3,8	4,0	6,8	4,2
C-B et Territoires	7,8	8,1	13,7	4,4
Ontario	22,7	23,0	38,8	1,1
Prairies	11,5	12,1	20,4	4,9
Québec	11,6	12,0	20,3	3,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau exclut les revenus en provenance des services de télévision facultatifs et sur demande, ainsi que les EDR par SRD car ces services exploitent une licence nationale. Collectivement, ces services ont généré 4,3 milliards de dollars et 2,3 milliards de dollars en 2015, respectivement. Des estimations ont été fournies pour les entreprises qui ne sont pas tenues de fournir des données sur les télécommunications à l'échelle provinciale et territoriale.

Tableau 3.0.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur (milliards \$)

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Télécommunications	27,7	28,0	28,3	28,9	29,7	2,7	1,8
	Revenus des entreprises de câblodistribution	2,1	2,4	2,7	3,0	3,1	5,3	10,0
	Total partiel	30,8	30,3	31,0	31,8	32,8	3,0	2,4
Autres FST	Autres fournisseurs dotés d'installations	0,9	1,2	1,2	1,2	1,5	19,1	14,4
	Revendeurs	1,5	1,5	1,5	1,6	1,7	5,6	2,9
Entreprises de câblodistribution	Télécommunications	12,7	13,3	13,8	14,2	15,0	5,4	4,2
	Revenus des entreprises de câblodistribution	6,3	6,2	6,1	6,0	5,8	-2,8	-2,2
	Total partiel	19,0	19,5	19,9	20,2	20,8	3,0	2,2
Autre radiodiffusion	Radiodiffusion – Radio et télévision	9,2	9,3	9,2	9,3	9,0	-2,9	-0,5
Total	Tout	60,4	61,8	62,8	64,1	65,7	2,5	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 2011 à 2015.

ii Caractéristiques de l'industrie

Tableau 3.0.4 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
2015	72,1	9,6
2014	70,5	9,3
2013	69,4	8,8
2012	68,1	7,8
2011	66,8	7,2

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 2011 et 2015. 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 3.0.5 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs

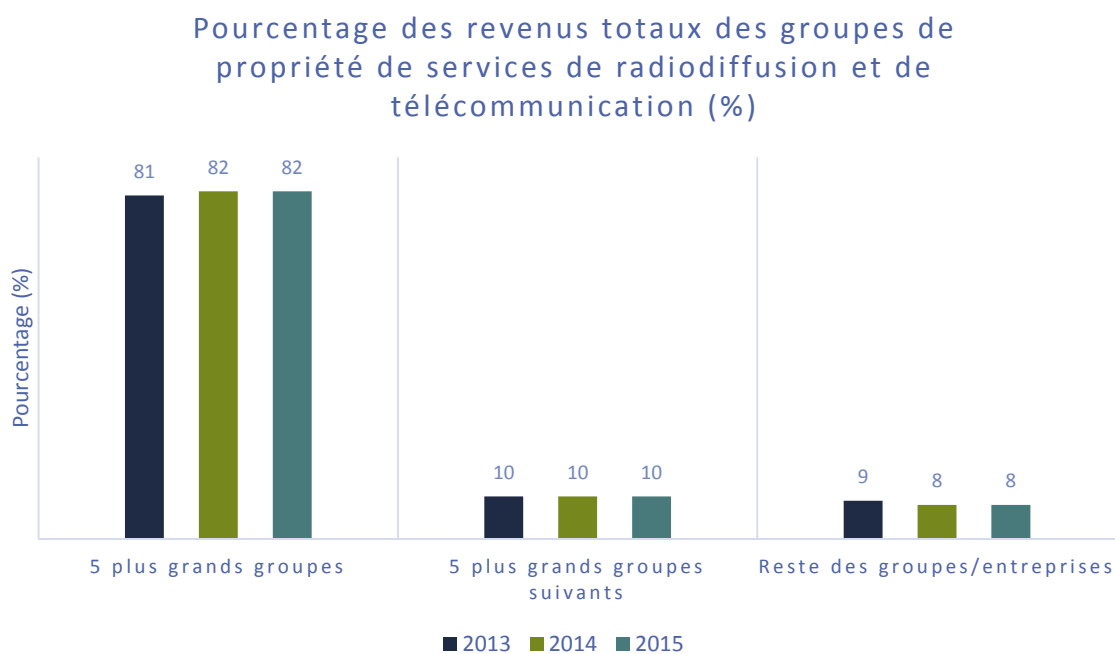
Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre de groupes ou entreprises ayant fait un rapport et exploités dans ces secteurs			% des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés dans ces secteurs		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
10	3	3	3	59	60	59
9	0	0	0	0	0	0
8	5	7	7	27	30	30
7	0	0	0	0	0	0
6	4	3	2	2	0	0
5	12	11	17	1	0	1
4	32	28	27	2	1	1
3	44	44	39	5	5	4
2	42	38	45	1	1	2
1	224	215	220	3	3	3

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données indiquent que trois fournisseurs de services de communication offrent des services dans l'ensemble des 10 secteurs du marché (radio (1), services de télévision traditionnelle (2), services facultatifs et services sur demande (3), EDR (4) de l'industrie de radiodiffusion, ainsi que téléphonie locale et services d'accès (5), interurbain (6), Internet (7), services sans fil (8), transmission de données (9) et liaison spécialisée (10) de l'industrie des télécommunications) génèrent 59 % du total des revenus des services de communication. Par contre, 220 fournisseurs n'offrant qu'un seul service génèrent 3 % des revenus des services de communication.

iii Rendement financier

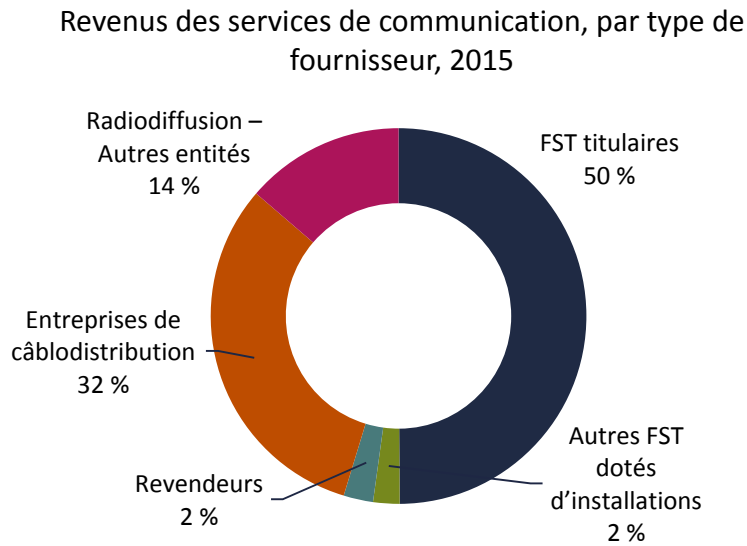
Graphique 3.0.2 Pourcentage des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication



Source : Données recueillies par le CRTC

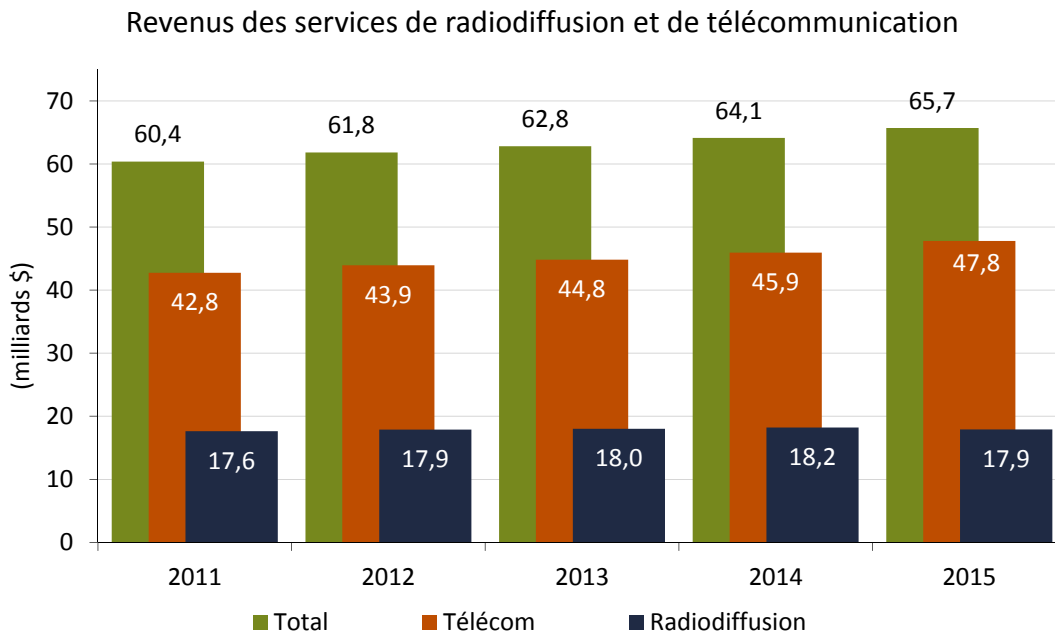
Un petit nombre de grands groupes de propriété domine le marché canadien des services de communication. Les cinq plus grands groupes/entreprises, Bell, Québecor, Rogers, TELUS et Shaw, perçoivent environ 82 % du total des revenus. Les cinq groupes/entreprises suivants réunissent 10 % des revenus. Les 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, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

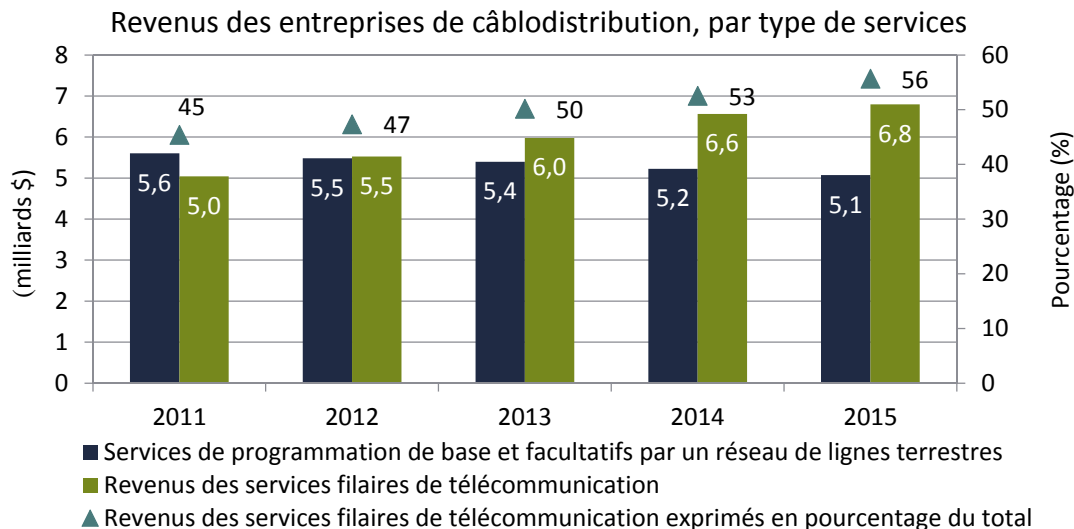
Graphique 3.0.4 Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication (services exemptés et hors programmation exclus)



Source : Données recueillies par le CRTC

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 2011 et 2015.

Graphique 3.0.5 Revenus des entreprises de câblodistribution, par type de services



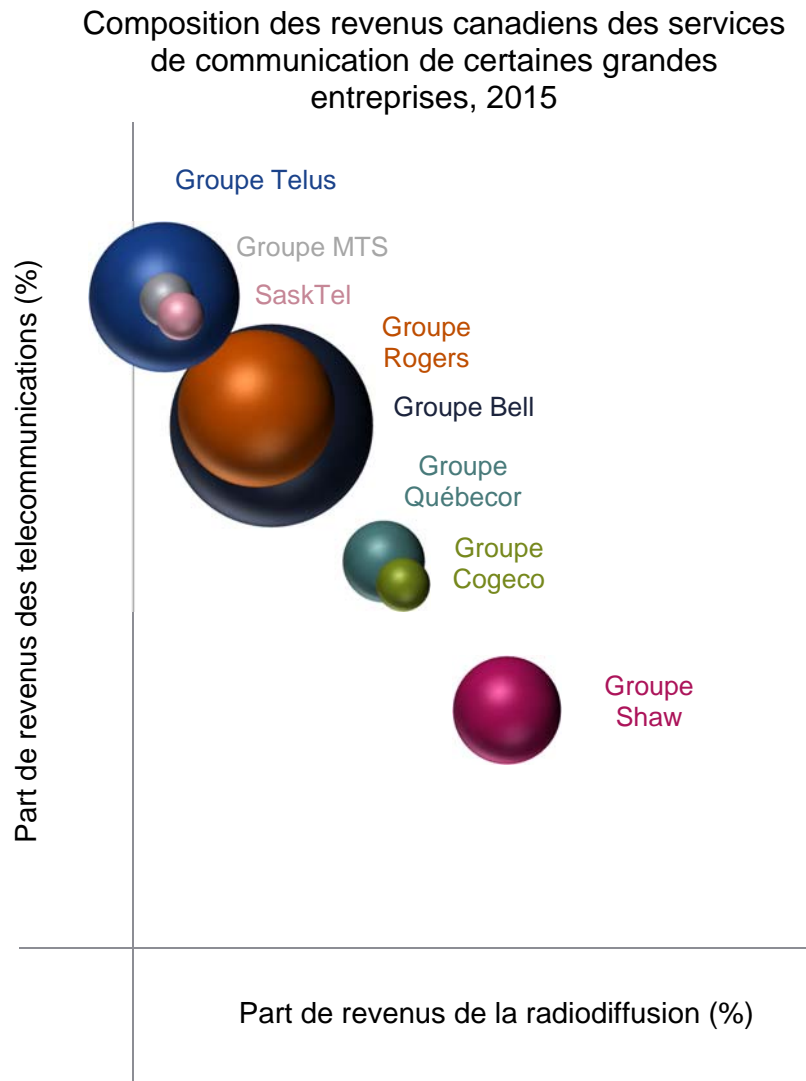
Source :

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 2011 et 2015.

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

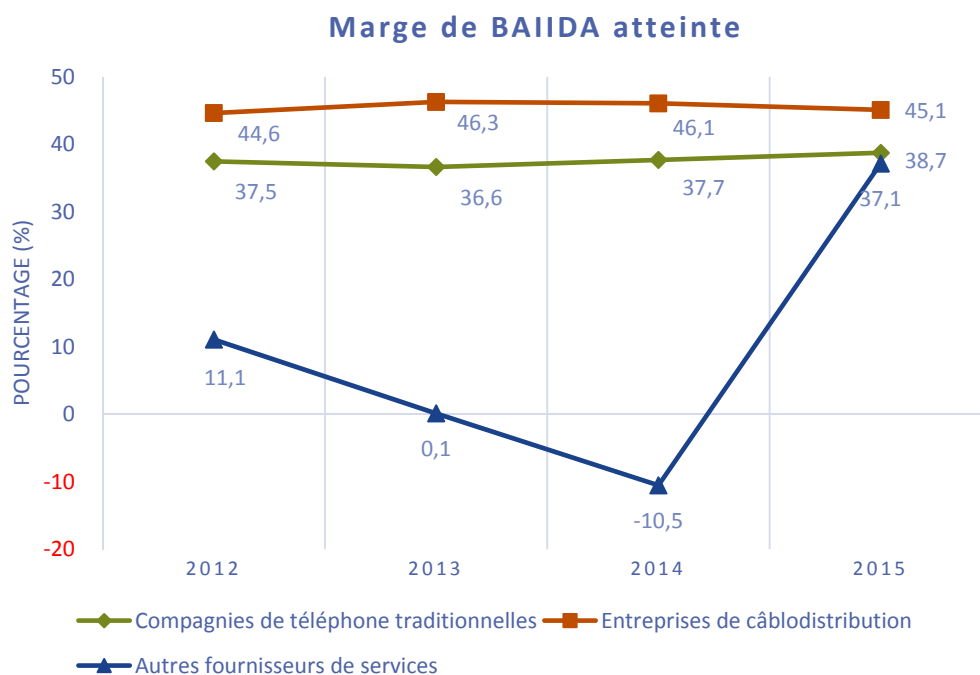
Graphique 3.0.6 Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises, 2015



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 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 de 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 et les autres fournisseurs de services de télécommunication dotés d'installations) pour les services des EDR et de télécommunication pour les années 2012 à 2015. 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. Le graphique montre l'importante hausse des marges de BAIIDA d'autres fournisseurs de services, qui est principalement due à la déclaration par certaines entreprises de « postes de comptabilité extraordinaires » dans leurs états des résultats en 2015, ceci ne représente pas un changement dans leur position dans le marché.

iv Communications avec les consommateurs

Tableau 3.0.6 Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet

Type de communication	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Demandes de renseignements sur la radiodiffusion ¹	5 829	6 358	4 802	4 938	4 559
Plaintes liées à la radiodiffusion ¹	12 419	11 507	11 055	10 115	8 584
Contacts liés aux télécommunications ²	s.o.	s.o.	25 153	27 077	23 453

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

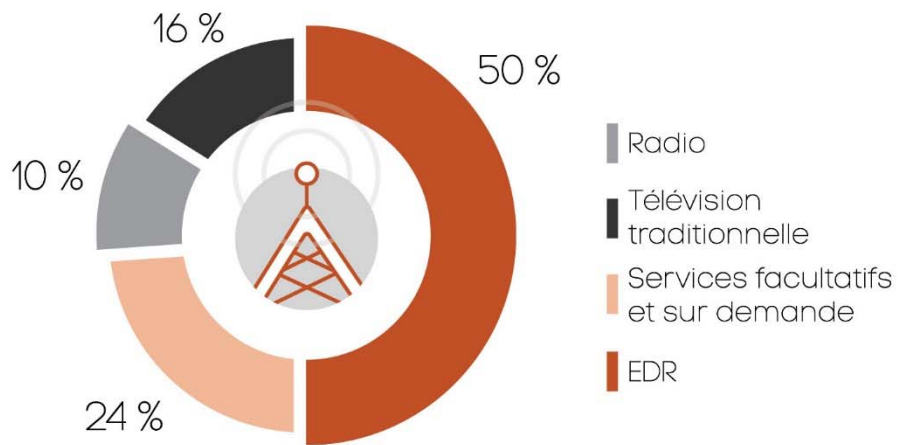
Le système du CRTC enregistre toutes les communications comme si elles étaient distinctes, y compris les multiples communications provenant d'un même client et concernant la même plainte. Le véritable nombre de plaintes reçues devrait donc être un peu moins élevé.

Les **demandes** font référence aux demandes de renseignements soumises par des citoyens. Les **plaintes** sont les cas où des consommateurs ont déposé une plainte, dans le but d'obtenir de la rétroaction et une résolution du problème. Les **contacts** représentent le nombre total de cas (commentaires, questions, plaintes, campagnes et pétitions) ayant été assignés au Service à la clientèle et traités par ce dernier, et ce, pour l'ensemble du Canada.

4.0 Secteur de la radiodiffusion

Revenus de radiodiffusion en 2015

17,9 milliards \$



Revenus

17,9 G \$

Baisse de 1,6 %
par rapport à 2014

BAIIDA

19,0 %

EDR

BAII

18,9 %

Radio commerciale
privée

BAII

-8,0 %

Télévision
traditionnelle
privée

BAII

20,8 %

Services facultatifs
et sur demande

Le secteur canadien de la radiodiffusion consiste en des stations de radio (privée et SRC), des services de télévision traditionnels (privée et SRC), facultatifs et sur demande (payant, TVC et VSD et 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).⁴

Les revenus déclarés par le secteur canadien de la radiodiffusion ont reculé de 1,6 % en 2015, passant de 18,2 milliards de dollars en 2014 à 17,9 milliards de dollars. Les revenus provenant de la radiodiffusion représentent 27,3 % de tous les revenus des communications au Canada. Entre 2011 et 2015, les revenus globaux provenant de la radiodiffusion dans le secteur des communications ont augmenté en moyenne de 0,4 % par année.

Les revenus et la rentabilité du secteur de la radio privée sont demeurés relativement stables de 2014 à 2015, tandis que les revenus et la rentabilité du secteur de la télévision traditionnelle privée ont connu une baisse au cours de la même période. Les radiodiffuseurs privés ont déclaré des revenus de 1 603 millions de dollars et une marge BAII de 18,9 % en 2015, ce qui est semblable aux revenus de 1 614 millions de dollars et à la marge de BAII de 18,5 % de l'année précédente; tandis que les télédiffuseurs traditionnels privés ont déclaré des revenus de 1 757 millions de dollars et des marges de BAII de -8,0 % en 2015, ce qui représente une baisse de 2,6 % par rapport aux revenus de 1 804 millions de dollars et à la marge de BAII de -7,7 % de l'année précédente.

Les services facultatifs et sur demande reposent surtout sur les revenus tirés des abonnements tandis que les diffuseurs traditionnels dépendent principalement des recettes publicitaires. En 2015, environ 92 % des revenus des diffuseurs traditionnels privés et 31 % des revenus des services facultatifs et sur demande provenaient de la publicité.

En 2015, les cinq plus grandes entreprises, en terme de revenus, ont généré 14,5 milliards \$ en revenus en radiodiffusion et représentaient environ 81 % des revenus totaux de radiodiffusion. Les entités restantes ont déclaré des revenus combinés de 3,4 milliards \$, soit 19 % des revenus totaux de radiodiffusion.

Cette année, les entreprises qui exercent leurs activités dans l'ensemble des marchés du secteur de la radiodiffusion (c.-à-d. services de radio, services de télévision traditionnels, facultatifs et sur demande, services d'EDR) ont généré environ 64 % des revenus totaux de radiodiffusion au Canada. Par comparaison, les entreprises qui exercent leurs activités dans un seul marché ont produit 6 % des revenus totaux de radiodiffusion au Canada.

⁴ Les revenus de la radio par Internet et la télévision par Internet ne sont pas inclus dans le Rapport de surveillance des communications.

i Revenus

Tableau 4.0.1 Revenus de radiodiffusion (millions \$)

Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Radio	Stations privées commerciale AM	311	306	295	291	286	-1,7	-2,1
	Stations privées commerciale FM	1 303	1 312	1 328	1 323	1 317	-0,5	0,3
	Total-privée commerciale	1 614	1 618	1 623	1 614	1 603	-0,7	-0,2
	SRC - stations AM	80	73	58	53	49	-7,6	-11,6
	SRC - stations FM	257	253	246	235	228	-3,0	-3,0
	Total SRC	337	326	305	288	277	-3,9	-4,8
	Total	1 951	1 944	1 927	1 902	1 879	-1,2	-0,9
Télévision traditionnelle	Privée traditionnelle	2 139	2 038	1 944	1 804	1 757	-2,6	-4,8
	SRC traditionnelle	1 339	1 369	1 247	1 328	1 107	-16,6	-4,6
	Total-télévision traditionnelle	3 478	3 407	3 191	3 132	2 864	-8,5	-4,7
Services de télévision facultatifs et sur demande	Services de télévision facultatifs et sur demande	3 748	3 968	4 091	4 236	4 255	0,4	3,2
Total télévision	Total	7 226	7 375	7 282	7 367	7 119	-3,4	-0,4
EDR	Câble et IPTV	5 927	6 068	6 322	6 516	6 630	1,7	2,8
	SRD/SRM	2 532	2 492	2 472	2 414	2 289	-5,2	-2,5
	Total	8 459	8 561	8 794	8 930	8 918	-0,1	1,3
Tous les services de radiodiffusion	Total	17 636	17 880	18 004	18 199	17 916	-1,6	0,4

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 2011 et 2015. Il donne également un taux de croissance annuelle composé (TCAC) pour chaque composante. Pour de plus amples détails, visitez la page des relevés financiers du CRTC au : <http://www.crtc.gc.ca/fra/stats.htm>

La diminution marquée des revenus générés par la télévision traditionnelle de la SRC est attribuable à la baisse des revenus provenant de la publicité et du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL). La baisse des revenus de publicité est liée en partie à la perte des droits de diffusion de la Ligue nationale de hockey, conjuguée à l'absence d'événements sportifs d'envergure comme les Olympiques et la Coupe du monde de la FIFA qui avaient généré des revenus de publicité supplémentaires en 2014.

Tableau 4.0.2 Répartition des revenus de services de radiodiffusion par région (milliards \$)

Région	2014	2015	Pourcentage du Total (%)	Croissance (%) 2014-2015
Atlantique	0,8	0,8	6,7	0,9
C-B et Territoires	1,5	1,5	13,0	-0,5
Ontario	4,5	4,3	37,9	-4,4
Prairies	2,1	2,1	18,2	0,8
Québec	2,7	2,8	24,2	0,2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau exclut les revenus en provenance des services de télévision facultatifs et sur demande, ainsi que les EDR par SRD car ces services exploitent une licence nationale.

ii Caractéristiques de l'industrie

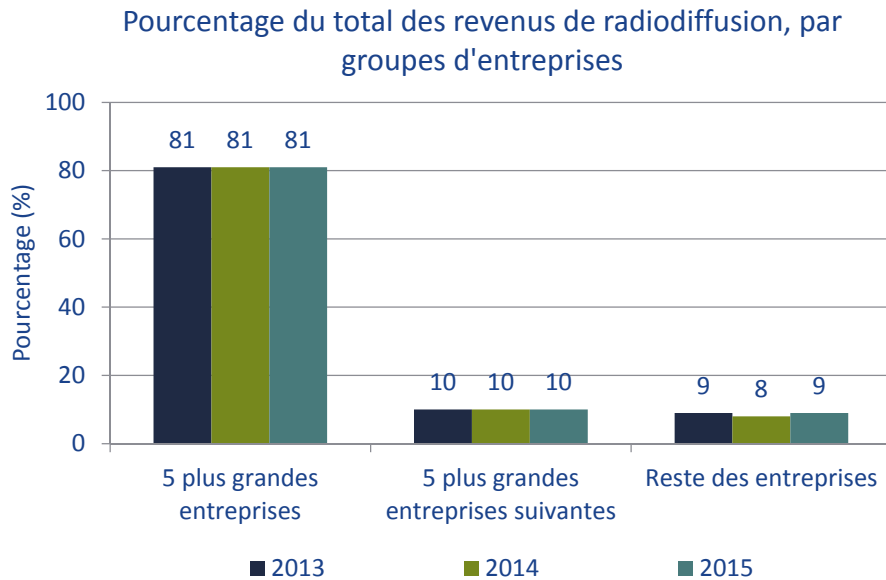
Tableau 4.0.3 Pourcentage des revenus de radiodiffusion générés par des entreprises exploitées dans des secteurs multiples

Nombre de secteurs où les entreprises offrent un service	Nombre de groupes ou entreprises déclarants exploités dans ces secteurs			% de revenus de radiodiffusion générés dans ces secteurs		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
4	3	3	3	63	63	64
3	5	4	4	23	22	21
2	17	17	16	8	8	9
1	172	171	161	6	6	6

Source: Données recueillies par le CRTC

L'industrie de la radiodiffusion englobe quatre secteurs: la radio (1), la télévision traditionnelle (2), les services facultatifs et sur demande (3) et les EDR, incluant les services par câble, par satellite et l'IPTV (4). Si la plupart des entreprises n'exploitent qu'un seul secteur, quelques-unes sont présentes dans les quatre 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

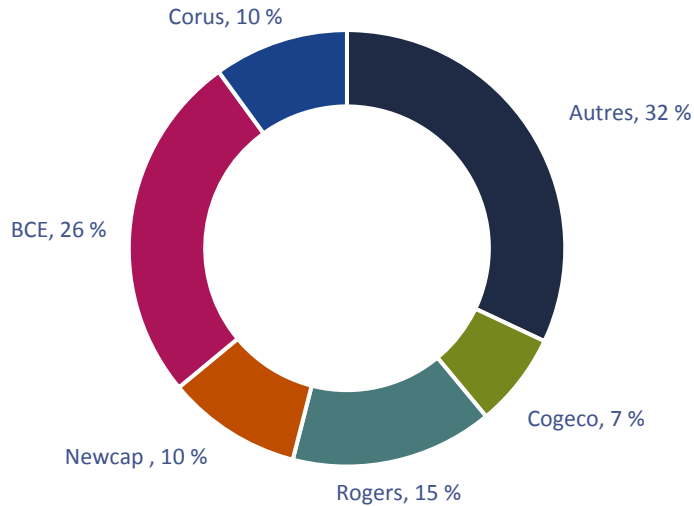


Source: Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre le pourcentage combiné des revenus des cinq plus grands groupes de radiodiffuseurs canadiens (BCE, Shaw [y compris Corus], Rogers, Québecor et la SRC), des cinq groupes/entreprises suivantes, ainsi que le reste des 175 groupes/entreprises de l'industrie. Les revenus des groupes comprennent ceux de leurs affiliées.

Graphique 4.0.2 Pourcentage des revenus totaux de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2015

Pourcentage des revenus totaux de la radio commerciale, par radiodiffuseur, 2015



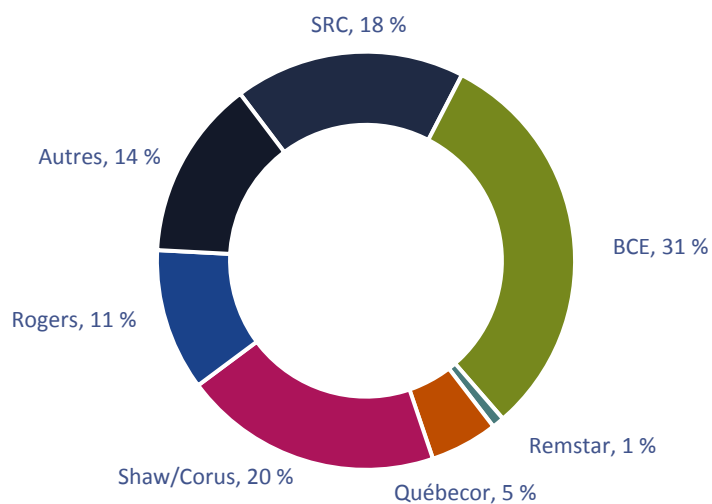
Source: Données recueillies par le CRTC

Les revenus des cinq plus grands radiodiffuseurs du secteur de la radio commerciale représentaient plus de 68 % du total des revenus de l'industrie en 2015.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service contrôlé par le radiodiffuseur. Le contrôle effectif exercé est déterminé lorsque le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 août 2015.

Graphique 4.0.3 Pourcentage des revenus de la télévision par télédiffuseur, 2015

Pourcentage des revenus de la télévision par télédiffuseur, 2015



Source: Données recueillies par le CRTC

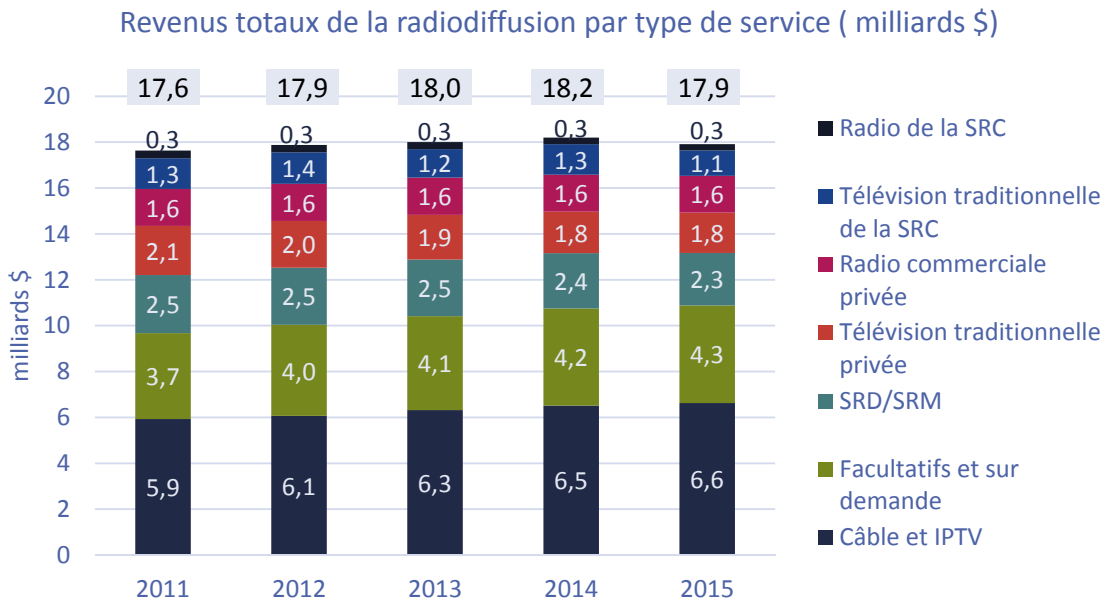
Les six plus grands télédiffuseurs représentaient 86 % des revenus totaux de l'industrie en 2015. Lors du classement des cinq plus grandes entreprises, les résultats de Shaw et de Corus ont été combinés.

Le calcul du pourcentage du revenu total est basé sur le revenu total déclaré pour chaque service contrôlé par le radiodiffuseur. Le contrôle effectif exercé est déterminé lorsque le radiodiffuseur détenait plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 août 2015.

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

iii Rendement financier

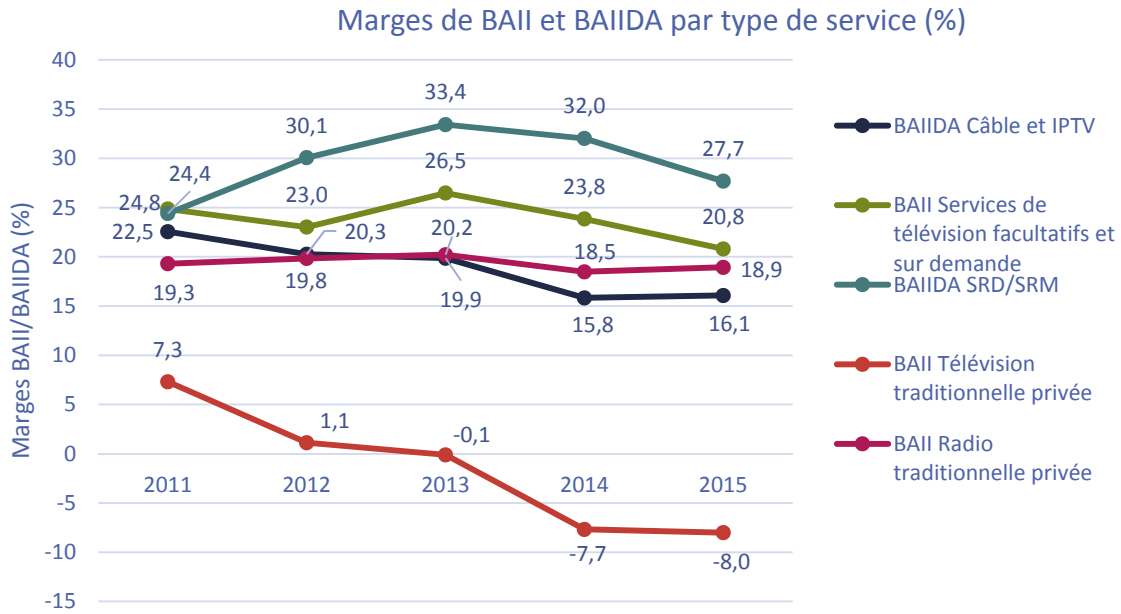
Graphique 4.0.4 Revenus totaux de la radiodiffusion par type de service (milliards \$)



Source: Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à barres indique les 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).

Graphique 4.0.5 Marges de BAI et BAIIDA par type de service (%)



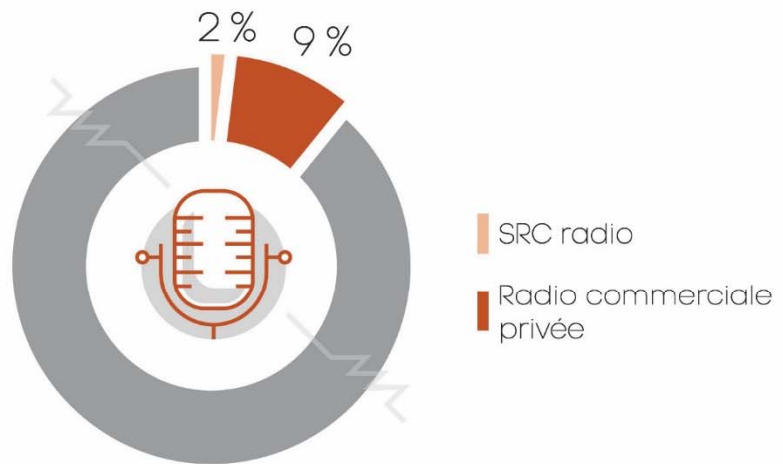
Source: Données recueillies par le CRTC

Le graphique linéaire indique 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

Revenus de radiodiffusion en 2015

17,9 milliards \$ ▶



Revenus

1,9 G \$

Total de la radio
baisse de 1,2 %
par rapport à 2014

Écoute

16 H

Chaque semaine,
les Canadiens (12 ans
et plus) écoutent la
radio en moyenne

Revenus

1,6 G \$

Radio commerciale
privée baisse de 0,7 %
par rapport à 2014

Revenus

0,3 G \$

Radio SRC baisse
de 3,9 % par rapport
à 2014

Les Canadiens continuent d'avoir accès à une grande variété de choix musicaux ainsi qu'à diverses plateformes d'information à l'échelle locale, régionale et nationale avec plus de 1 100 services sonores et de radio qui diffusent partout au pays. Plus de 75 % des stations de radio commerciale privée en exploitation au Canada sont établies en Ontario, au Québec, en Alberta ou en Colombie-Britannique.

La Société Radio-Canada (SRC), diffuseur public national, exploite plus de 69 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 337 millions de dollars en 2011 à 277 millions de dollars en 2015.

On compte plus de 700 stations de radio commerciale privées au Canada. Elles sont exploitées dans des centaines de marchés différents et représentent plus des trois quarts du nombre total de stations de radio exploitées au Canada. Au cours des cinq dernières années, les stations de radio commerciale ont connu une légère baisse de revenus d'environ 0,2 %. En 2015, ces stations ont rapporté des revenus de 1 603 millions de dollars et des marges bénéficiaires de 19 %. Au cours de cette même période, les revenus des stations de radio AM ont chuté de 311 millions de dollars en 2011 à 286 millions de dollars en 2015. Cela est en partie attribuable à un déclin des ventes publicitaires. Les stations de radio FM ont déclaré une hausse annuelle des revenus de 0,3 % 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.

En 2015, le Conseil a émis 14 nouvelles licences, dont la moitié est constituée de stations de radio commerciale. Les stations de radio 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 2015, ces stations étaient au nombre de 187 et ont déclaré des revenus de 61 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), 23 % des Canadiens (18 ans et plus) écoutent la radio AM/FM en ligne et 55 % des Canadiens (18 ans et plus) regardent des vidéos de musique en continu sur YouTube, une hausse de 3 % par rapport à 2014. L'abonnement à la radio par satellite à la grandeur du pays est demeuré stable au cours de la dernière année selon l'OTM qui évalue encore à 16 % le nombre de Canadiens (18 ans et plus) abonnés à la radio par satellite.

i Revenus

En 2015, les 704 stations de radio commerciale en exploitation ont généré des revenus globaux de 1 603 millions de dollars, un montant qui n'a guère changé depuis 2011. Douze services FM de plus que l'année précédente étaient exploités en 2015, ce qui portait à 580 le nombre total de services FM. Ceux-ci ont déclaré avoir généré des revenus combinés totaux de 1,317 milliard de dollars. Les revenus des services FM ont connu une croissance de 0,3 % par année en moyenne depuis 2011.

En revanche, il y avait 3 stations de radio AM de moins qu'en 2014, soit 124 services en 2015. Les stations de radio AM éprouvent des difficultés depuis cinq ans, leurs revenus ayant connu une baisse de 2,1 % par année en moyenne depuis 2011 pour s'établir à 286 millions de dollars en 2015.

Au total, 23 services de radio offraient des émissions en langue tierce à l'échelle nationale en 2015; 12 d'entre eux diffusaient sur la bande AM et 11 sur la bande FM. Ces services ont généré des revenus combinés de 46,7 millions de dollars en 2015, soit une augmentation de 1,5 % par rapport à 2014. En fait, les revenus totaux des services de radio ethnique ont connu une croissance de 1,3 % par année de 2011 à 2015, tandis que les services de langue française et de langue anglaise ont enregistré une baisse de 0,1 % et de 0,3 % respectivement par année pour la même période.

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

Type de station	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Langue anglaise – AM	274,9	274,9	264,6	262,0	257,1	-1,9	-1,7
Langue française – AM	11,7	6,1	4,9	4,3	4,0	-6,2	-23,5
Langue tierce – AM	24,4	25,2	25,1	24,7	24,9	0,9	0,5
Total – AM	311,1	306,2	294,6	290,9	286,0	-1,7	-2,1
Langue anglaise – FM	1035,3	1040,1	1053,8	1042,7	1 040,1	0,2	0,1
Langue française – FM	247,7	251,9	253,2	259,2	254,7	-1,8	0,7
Langue tierce – FM	19,8	20,2	21,1	21,3	21,8	2,1	2,4
Total – FM	1 302,8	1 312,2	1 328,0	1 323,3	1 316,6	-0,5	0,3
Total des revenus	1 613,8	1 618,4	1 622,7	1 614,2	1 602,5	-0,7	-0,2

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 2011 et 2015 ainsi que la croissance annuelle pour 2014-2015 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 Nombre de stations ayant fait des rapports financiers, par langue et bande de fréquence

Type de station radio	2011	2012	2013	2014	2015
Langue anglaise – AM	115	111	109	109	105
Langue française – AM	7	6	8	6	7
Langue tierce – AM	12	12	13	12	12
Total – AM	134	129	129	127	124
Langue anglaise – FM	434	444	454	466	477
Langue française – FM	89	90	89	90	92
Langue tierce – FM	11	12	13	12	11
Total – FM	534	546	556	568	580
Nombre total de stations ayant fait un rapport	668	675	685	695	704

Source: Données recueillies par le CRTC

La Société Radio-Canada (SRC), diffuseur public du Canada, exploite 14 stations de radio AM et 55 stations de radio FM dans l'ensemble du pays. Les revenus totaux de ces services ont reculé de façon constante, passant de 337 millions de dollars en 2011 à 277 millions de dollars en 2015. Cette baisse est principalement attribuable aux modifications apportées aux crédits parlementaires.

L'année 2015 était la deuxième année pour laquelle la SRC pouvait générer des revenus de publicité nationale sur les ondes d'Ici Musique et de Radio 2. La SRC a généré 1,4 millions de dollars en revenus publicitaires, soit une augmentation de 27,2 % par rapport à 2014. Néanmoins, les revenus de publicité demeurent une source de revenus modeste pour les services de radio de la SRC, représentant 0,5 % des revenus totaux de la radio du diffuseur en 2015.

Il convient de noter que le nombre de stations de radio exploitées par la SRC a diminué de 13 stations entre 2014 et 2015 pour s'établir à 69 stations. Cela s'explique par le fait que la SRC a terminé un projet pilote dans le cadre duquel elle diffusait du contenu local sur ces 13 stations, qui ont depuis retourné à leurs fonctions de retransmetteurs.

Tableau 4.1.3 Revenus des stations de radio de la SRC, par type de revenus (milliers \$)

Revenus (milliers \$)	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Revenus de publicité	0	0	0	1 074	1 366	27,2	s.o.
Crédits parlementaires	327 267	316 508	295 523	277 310	266 880	-3,8	-5,0
Vente/souscription d'émissions	859	952	1 087	1 328	1 816	36,8	20,6
Divers	8 803	8 432	8 145	7 924	6 480	-18,2	-7,4
Revenus totaux	336 928	325 892	304 756	287 636	276 542	-3,9	-4,8
Nombre de stations	78	78	81	82	69	-15,9	-3,0

Source: Données recueillies par le CRTC

Dans la Décision de radiodiffusion CRTC 2013-263, le Conseil a autorisé la diffusion de publicité nationale sur les ondes d'Ici Musique et de Radio 2. Les revenus de publicité de la SRC illustrés dans le tableau ci-dessus pour 2014 et 2015 représentent cette décision.

Tableau 4.1.4 Revenus des stations de radio commerciale, par taille du marché (millions \$)

Type de marchés	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Marchés désignés	1 215,3	1 224,8	1 217,9	1 203,0	1 196,3	-0,4
Marchés non désignés	398,5	393,6	404,8	411,2	406,2	0,5
Tous les marchés	1 613,8	1 618,4	1 622,7	1 614,2	1 602,5	-0,2

Source: Données recueillies par le CRTC

Les marchés désignés génèrent environ 75 % de l'ensemble des revenus que déclarent les stations de radio commerciale, ils incluent les marchés précédemment désignés comme moyens, grands et majeurs en plus de marchés additionnels. Pour en savoir davantage sur les marchés désignés et non désignés, veuillez consulter les relevés financiers de radiodiffusion 2011-2015 du CRTC :

<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/branalysis/radio2015/radio2015.htm>

Tableau 4.1.5 Revenus des stations de radio commerciale à caractère ethnique, par province (millions \$)

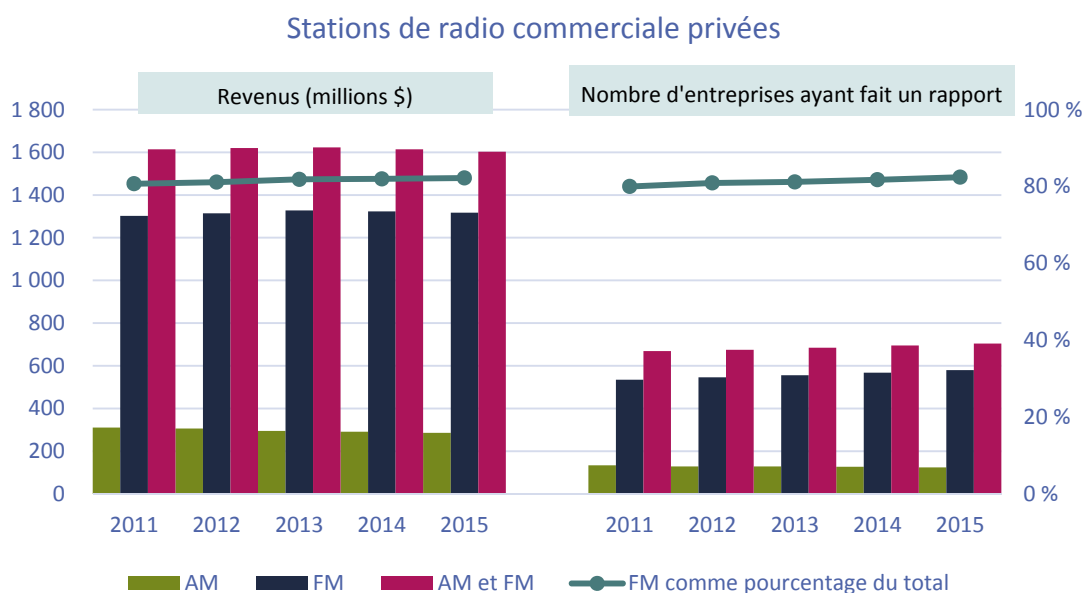
Province	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Colombie-Britannique	14,2	15,2	15,2	14,7	14,6	0,7
Alberta/Manitoba	3,4	3,2	3,7	5,0	5,4	12,3
Ontario	23,3	23,6	23,7	23,1	23,5	0,2
Québec	3,3	3,3	3,5	3,2	3,1	-1,6
Total	44,2	45,4	46,2	46,0	46,7	1,5

Source: Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus déclarés par les stations de radio à caractère ethnique, par province, de 2011 à 2015. La Saskatchewan, les provinces de l'Atlantique et le Nord ne comptaient aucune station commerciale à caractère ethnique.

Les données dans les quatre graphiques qui suivent présentent les revenus des stations de radio commerciale privées AM et FM de langues anglaise, française et de langue tierce. 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.

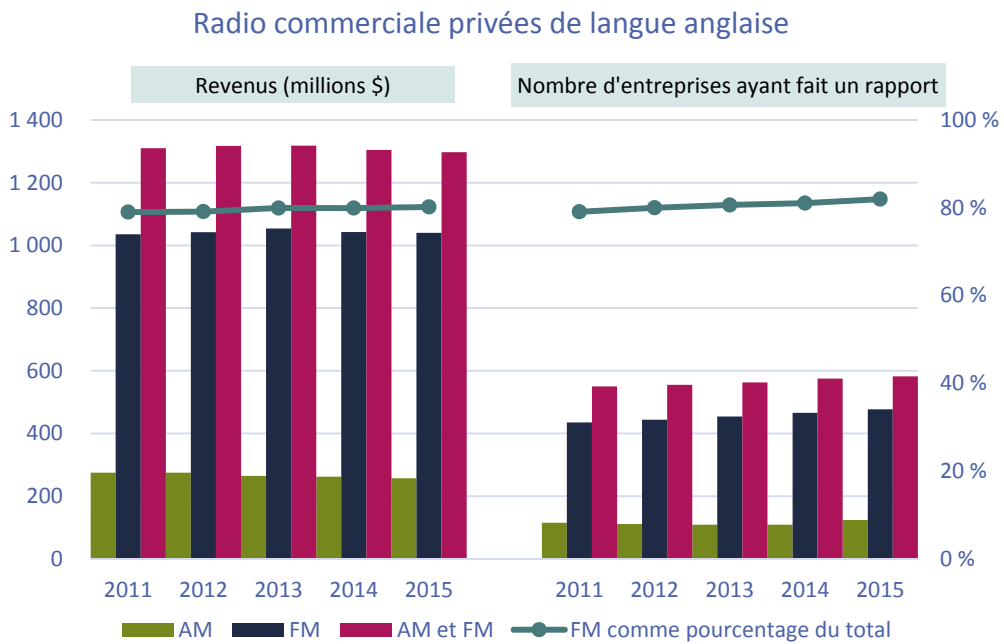
Graphique 4.1.1 Revenus des stations de radio commerciale privées et nombre d'entreprises ayant fait un rapport



Source: Données recueillies par le CRTC

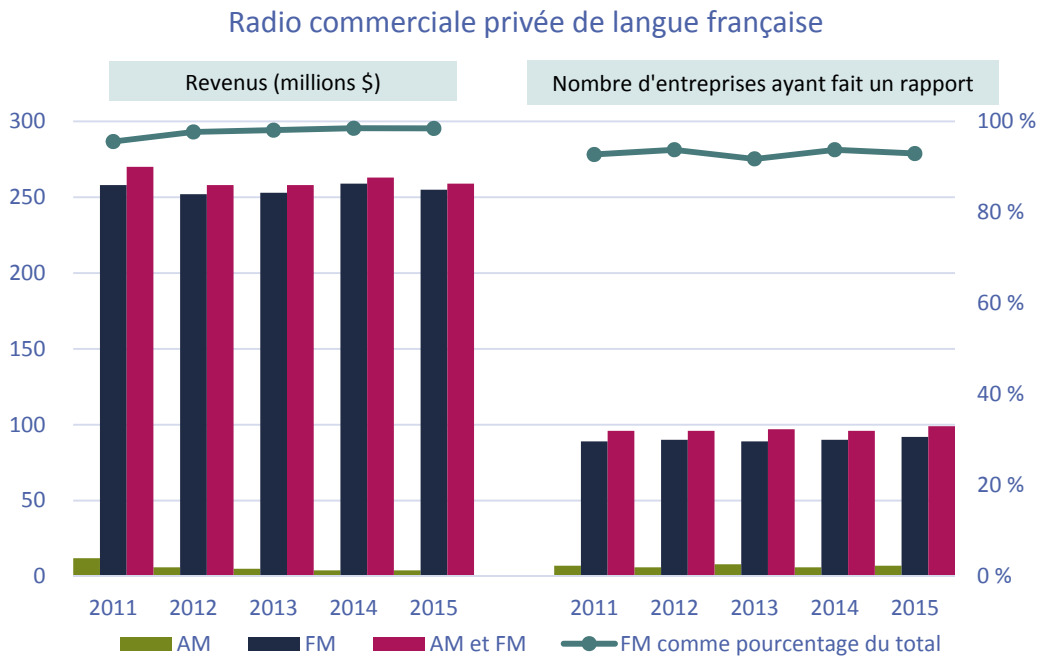
Les données présentées dans les graphiques 4.1.1 à 4.1.3 comprennent les résultats des réseaux, mais excluent les résultats des services sonores payants et spécialisés ainsi que ceux des services sonores à canaux multiples par abonnement.

Graphique 4.1.2 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue anglaise et nombre d'entreprises ayant fait un rapport



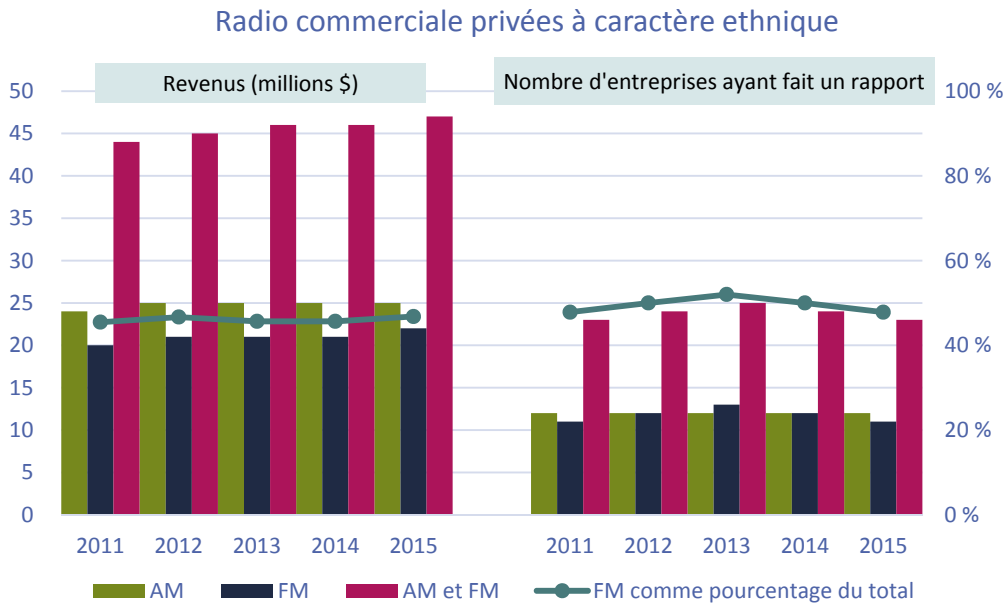
Source: Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.3 Revenus des stations de radio commerciale privées de langue française et nombre d'entreprises ayant fait un rapport



Source: Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.1.4 Revenus des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique et nombre d'entreprises ayant fait un rapport



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 suivi une tendance à la hausse de 2011 à 2015.

Tableau 4.1.6 Revenus des stations de radio autochtones, communautaires et de campus (milliers \$)

Type de stations	Mesure	2011	2012	2013	2014	2015
Stations de radio autochtones ⁵	Nombre de stations de radio ayant fait un rapport	33	33	35	27	21
	Revenus publicité	5 820	5 397	4 569	3 984	4 316
	Revenus d'autre	12 450	10 772	11 203	8 731	8 847
	Total des revenus	18 270	16 168	15 772	12 715	13 162
	Publicité, en pourcentage des revenus totaux (%)	31,9	33,4	29,0	31,3	32,8
	Marge de BAII (%)	0,5	-4,7	-14,6	11,1	0,1
Stations de radio communautaires	Nombre de stations de radio ayant fait un rapport	107	110	112	111	113
	Revenus publicité	15 201	15 512	15 223	14 973	15 816
	Revenus d'autre	14 987	15 126	17 190	16 815	18 448
	Total des revenus	30 188	30 638	32 412	31 787	34 264
	Publicité, en pourcentage des revenus totaux (%)	50,4	50,6	47,0	47,1	46,2
	Marge de BAII (%)	10,5	3,7	7,4	4,4	5,9
Stations de radio de campus	Nombre de stations de radio ayant fait un rapport	48	49	47	47	47
	Revenus publicité	1 082	1 019	889	1 337	907
	Revenus d'autre	7 401	7 814	8 323	8 440	8 839
	Total des revenus	8 483	8 833	9 213	9 777	9 746
	Publicité, en pourcentage des revenus totaux (%)	12,8	11,5	9,7	13,7	9,3
	Marge de BAII (%)	20,3	10,5	8,5	7,9	4,8

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 de 2011 à 2015.

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 autochtones seulement, « Autre » comprend des subventions et des contributions des conseils de bande.

⁵ Les stations de radio autochtones de type B telles que définies dans l'Avis public CRTC 1990-89 sont appelées stations de radio autochtones dans ce document.

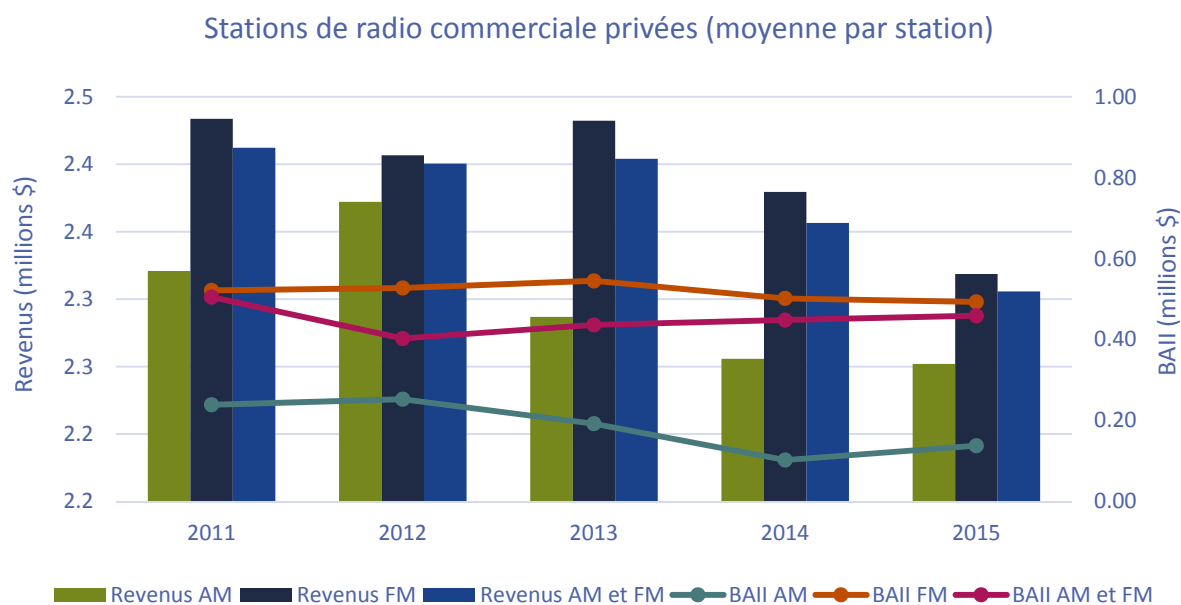
ii Rendement financier

Dans l'ensemble, la marge de bénéfices avant intérêts et impôts (BAII) de l'industrie de la radio commerciale s'est maintenue entre 18 % et 20 % au cours des cinq dernières années, les dépenses étant demeurées relativement stables en réponse aux revenus stagnants. En 2015, le secteur a déclaré une marge de BAII moyenne de 18,9 %, soit une augmentation de 0,4 % par rapport à 2014.

Les services de radio FM ont déclaré des marges de BAII supérieures à la moyenne. En 2015, leur rentabilité combinée s'est établie à près de 22 % (ou 286 millions de dollars), tandis que celle des services AM était de 6 % (17 millions de dollars).

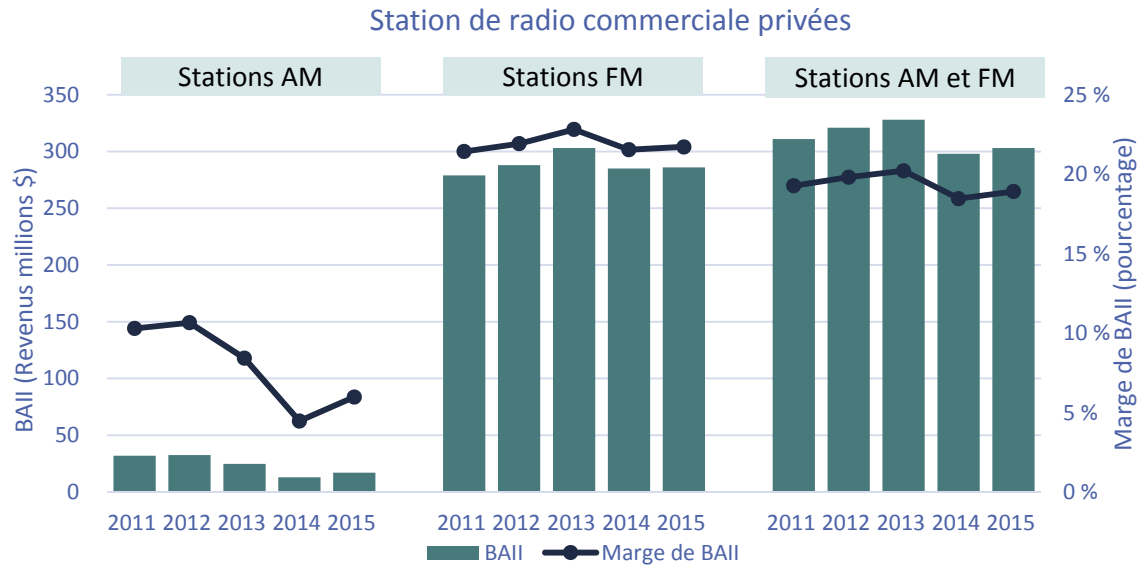
Les données présentées dans les graphiques 4.1.5 à 4.1.12 comprennent les résultats des réseaux, mais excluent les résultats des services sonores payants et spécialisés ainsi que ceux des services sonores à canaux multiples par abonnement.

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



Source: Données recueillies par le CRTC

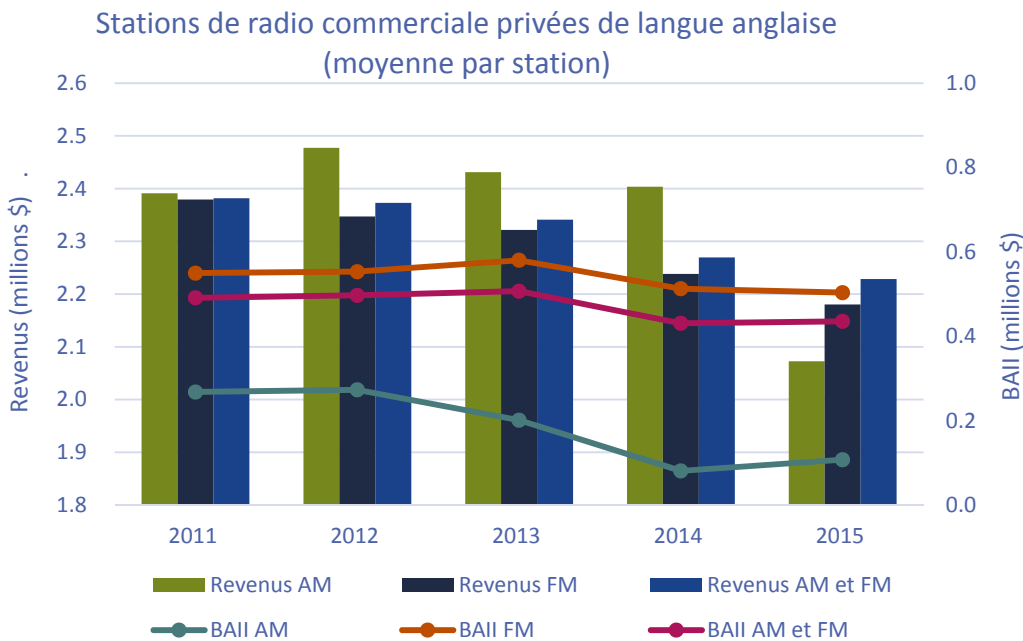
Graphique 4.1.6 BAIL et marges de BAIL des stations de radio commerciale privées



Source : Données recueillies par le CRTC

Les BAIL et les marges de BAIL de l'ensemble des stations de radio ont augmenté de manière générale entre 2010 et 2013, suivie par une diminution en 2014 et une légère augmentation en 2015.

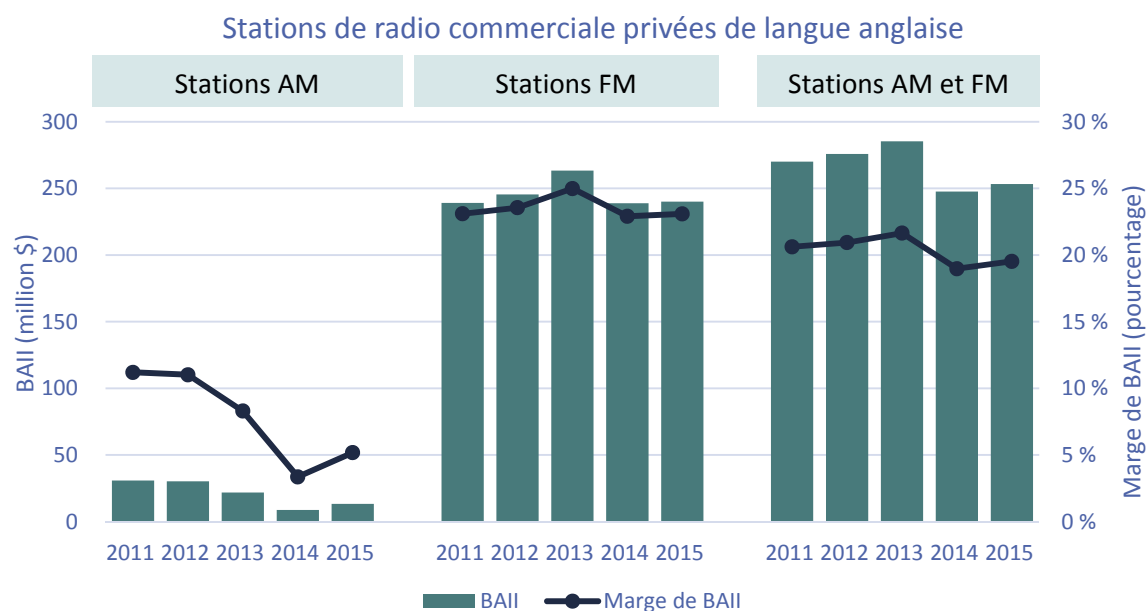
Graphique 4.1.7 Revenus annuels moyens et BAIL par station – Stations de radio commerciale privées de langue anglaise



Source: Données recueillies par le CRTC

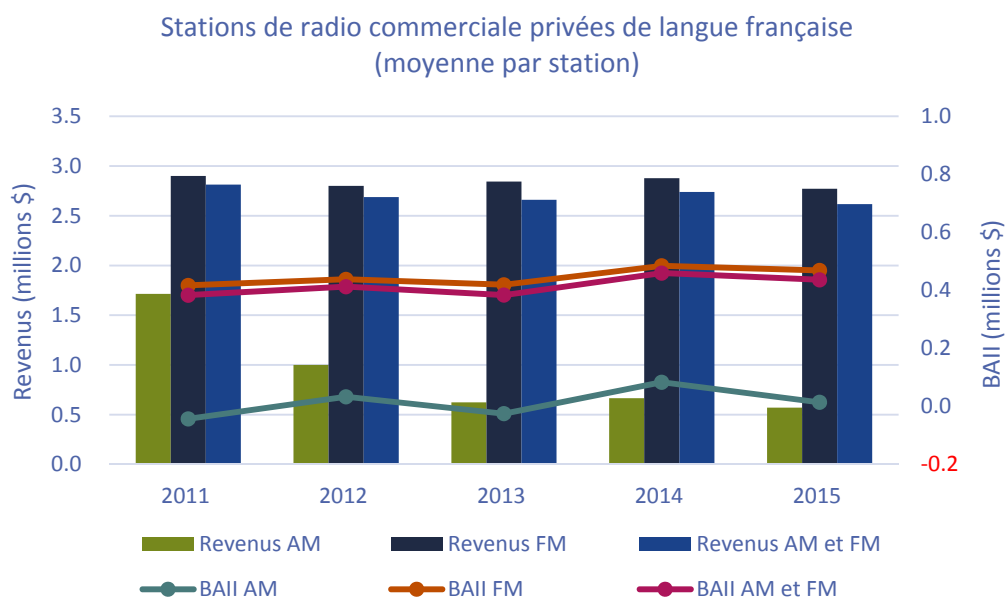
Les revenus moyens par station de radio AM et FM commerciale privée de langue anglaise ont diminué en 2015, bien que les marges de BAIL des stations de radio AM aient légèrement augmenté en 2015.

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



Source : Données recueillies par le CRTC

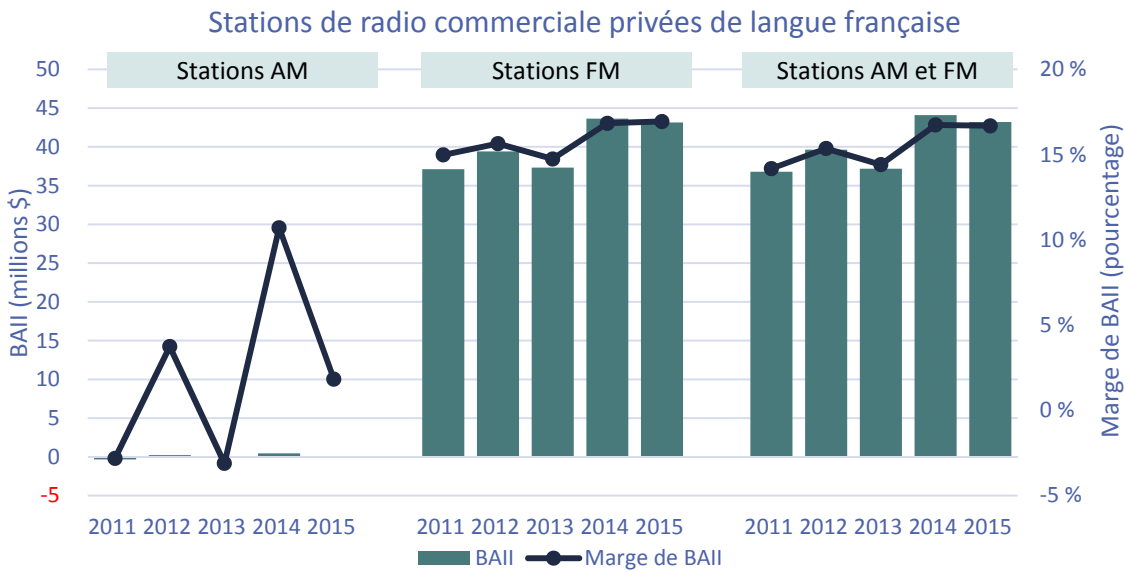
Graphique 4.1.9 Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées de langue française



Source: Données recueillies par le CRTC

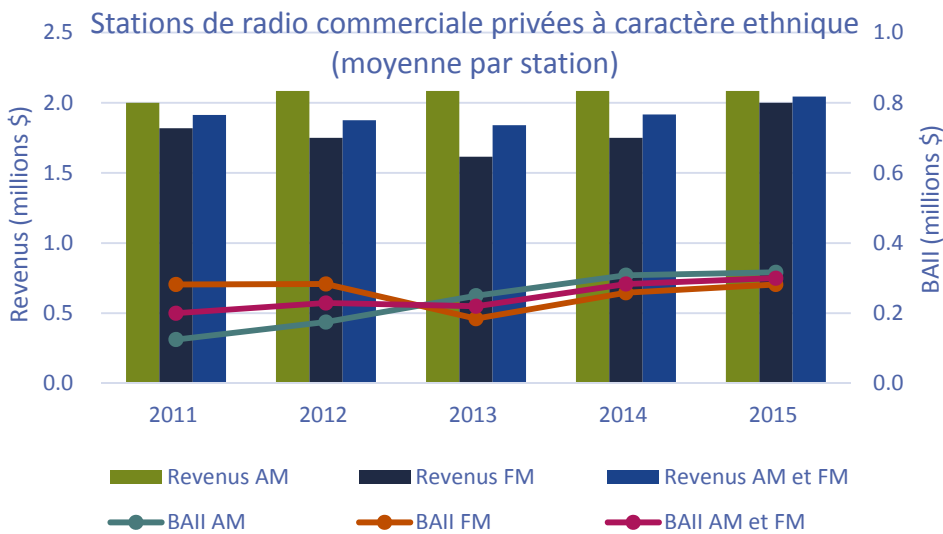
Les revenus annuels moyens par station de radio commerciale privée de langue française sont demeurés pratiquement constants de 2011 à 2015. C'est surtout en raison de la hausse des revenus des stations FM. Les revenus des stations AM de langue française ont considérablement diminué depuis 2011.

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



Source: Données recueillies par le CRTC

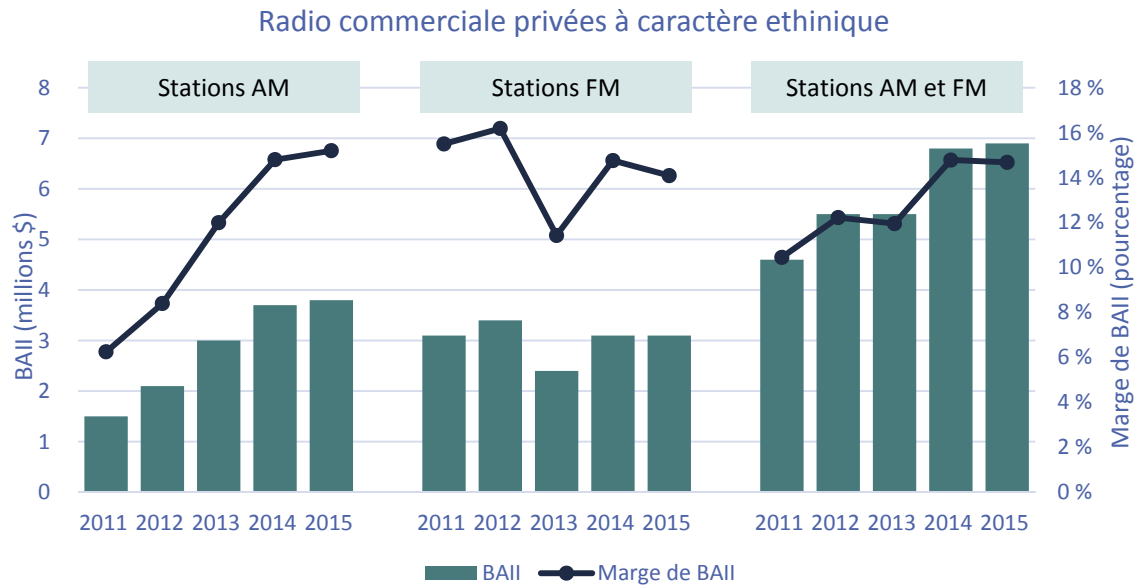
Graphique 4.1.11 Revenus annuels moyens et BAI par station – Stations de radio commerciale privées à caractère ethnique



Source: Données recueillies par le CRTC

Les revenus annuels moyens par station de radio commerciale privée à caractère ethnique ont varié autour des deux millions de dollars au cours des cinq dernières années. De 2011 à 2015, les revenus des stations AM ont dépassé ceux des stations FM, bien que l'écart se resserre.

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



Source: Données recueillies par le CRTC

Les BAI et la marge de BAI des stations AM de radio commerciale privées à caractère ethnique ont augmenté au cours des cinq dernières années. Les BAI et marges de BAI des stations de radio commerciale privées à caractère ethnique FM sont demeurées relativement stables de 2014 à 2015, suite à une forte augmentation en 2014.

iii Disponibilité des services de radio et des services sonores

Les Canadiens ont accès à différents services sonores comme la radio commerciale privée AM et FM, la radio non commerciale AM et FM, les services de radio par satellite par abonnement, et les services sonores payants et spécialisés.

En 2015, 1 120 services étaient autorisés à diffuser au Canada, d'où 14 services en direct de plus qu'en 2014 et un service payant/spécialisé de moins. Les stations de radio commerciale privées représentent les deux tiers de tous les services sonores au Canada, tandis que les stations communautaires, le deuxième type de service sonore en importance, représentaient 12 % de tous les services sonores en 2015.

Tableau 4.1.7 Nombre et type de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion

Type de station	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
CBC Radio One/ICI Radio-Canada Première	39	39	21	21	0	0	60	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	107	106	9	9	12	14	128	129
Commerciale privée Stations FM	482	482	92	93	16	19	590	594
Licences de réseaux AM et FM	0	0	1	1	0	0	1	1
Religieux (musique et création orale)	39	44	5	5	1	1	45	50
Communautaire	51	58	65	67	1	3	117	128
Stations en développement Communautaire	6	5	1	1	0	0	7	6
Stations axées sur le campus communauté	42	42	6	5	0	0	48	47
Stations d'enseignement campus	8	0	0	0	0	0	8	0
Services autochtones	41	41	5	5	3	3	49	49
Autres (tourisme/circulation, etc.)	9	11	1	2	0	0	10	13
Nombre total de services de radio canadiens en direct	840	844	222	225	33	40	1 095	1 109
Services de radio par satellite	2	2	0	0	0	0	2	2
Services sonores spécialisés (commercial/sans but lucratif, régional/national)	4	2	0	0	5	5	9	7
Services sonores payants	0	0	0	0	1	2	1	2
Nombre total de services de radio et de services sonores canadiens	846	848	222	225	39	47	1 107	1 120

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 2015.

Tableau 4.1.8 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, 2015

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	34	109	3	0	0	6	37	115
Alberta	8	113	4	0	0	3	12	116
Saskatchewan	8	52	2	0	0	0	10	52
Manitoba	7	39	3	0	0	1	10	40
Ontario	52	241	14	5	1	15	67	261
Québec	10	15	59	102	0	7	69	124
Nouveau-Brunswick	7	32	13	5	0	0	20	37
Nouvelle-Écosse	14	36	6	0	0	1	20	37
Île-du-Prince-Édouard	1	6	1	0	0	0	2	6
Terre-Neuve-et-Labrador	11	20	1	0	0	0	12	20
Le Nord	8	8	2	0	0	0	10	8
Canada	160	671	108	112	1	33	269	816

Source : Base de données interne du CRTC

Les services radiophoniques non commerciaux, d'information touristique et d'urgence, ainsi que les réémetteurs sont exclus. La langue tierce inclut les services de langue autochtone. 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, 2015

Types de services radiophoniques et sonores autorisés à diffuser au Canada, exprimés en pourcentage de tous les services du même type, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2015, les stations de radio commerciale privées représentaient plus des trois quarts du nombre total de stations autorisées à diffuser au Canada.

Tableau 4.1.9 Nombre de nouvelles stations de radio en direct ayant reçu une licence

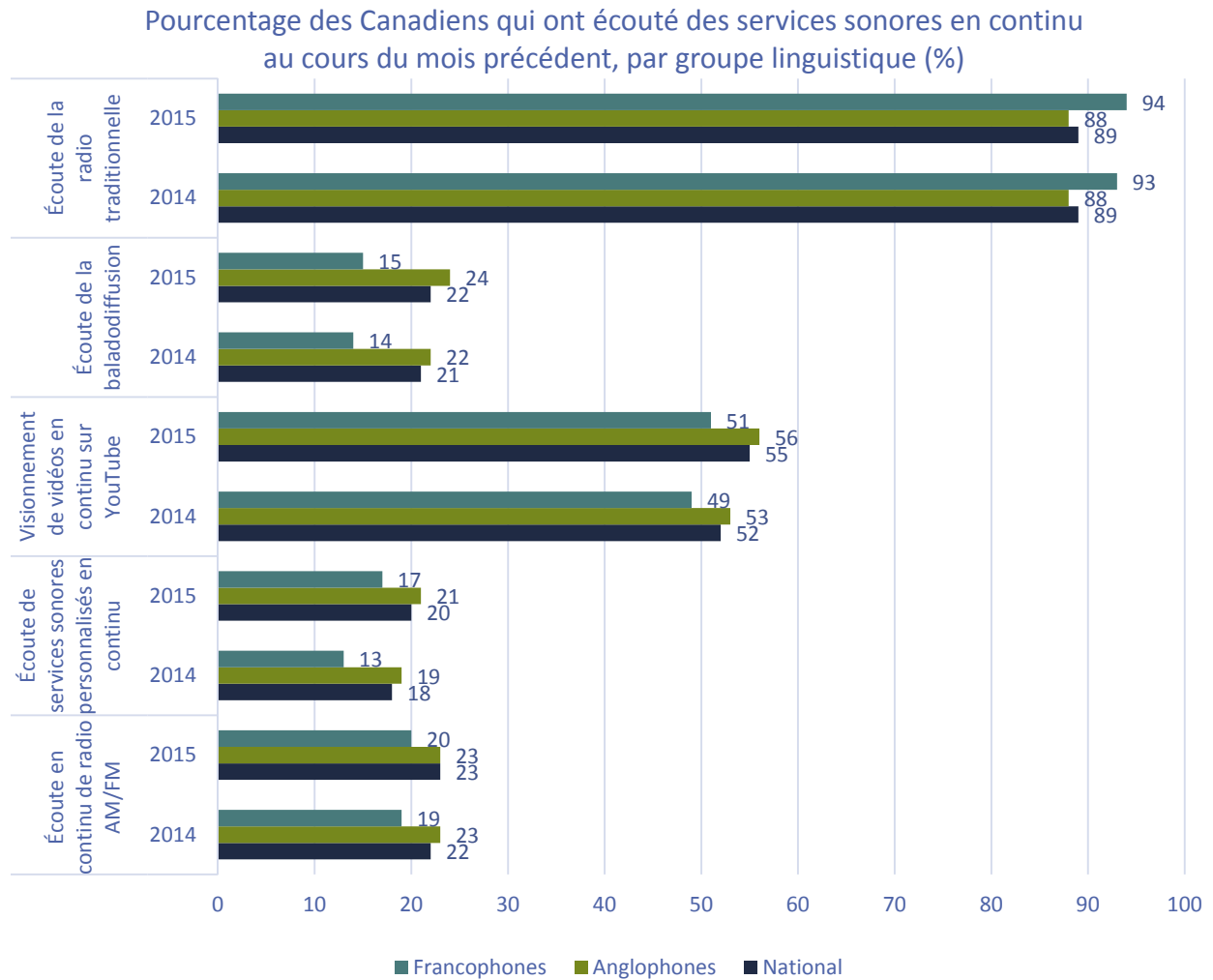
Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Langue	langue anglaise	27	26	20	24	10	107
	langue française	2	1	5	2	3	13
	langue tierce	1	1	0	3	1	6
	Total	30	28	25	29	14	126
Catégorie de licence	commerciale	11	18	12	20	7	68
	communautaire	9	5	7	6	2	29
	campus	-	-	0	1	1	2
	autochtone	7	3	0	2	1	13
	autre	3	2	6	0	3	14
	Total	30	28	25	29	14	126
Type	numérique autonome	-	-	0	0	0	0
	radio numérique	-	-	0	0	0	0
	fréquences AM	2	-	0	2	1	5
	fréquences FM	28	28	25	27	13	121
	conversions AM à FM (incluses sous FM)	1	2	5	0	2	10
	Total	30	28	25	29	14	126
Processus	concurrentiel	1	7	0	5	1	14
	non concurrentiel	29	21	25	24	13	112
	Total	30	28	25	29	14	126

Source: Décisions du CRTC publiées du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015

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.

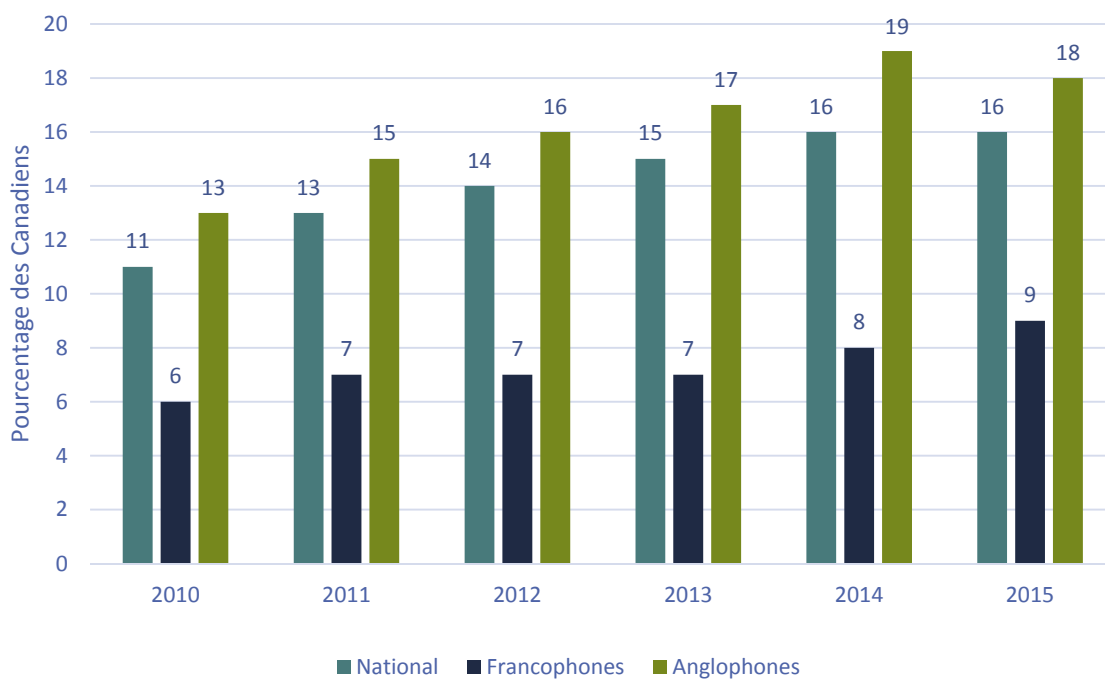
Les services de radio suivants sont exclus de ces données : les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs, les services sonores payants et spécialisés ainsi que les services multicanaux par abonnement. La rubrique « Autre catégorie de licence » inclut les stations sans but lucratif comme celles exploitées en anglais et en français 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, 2015 (répondants canadiens de 18 ans et +)

Graphique 4.1.15 Abonnements à la radio par satellite, par groupe linguistique



Source: OTM, 2010-2015 (répondants canadiens de 18 ans et +)

iv Mesure de 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.

- Les mesures d'auditoire de Numeris 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 :
 - 2015, PPM, semaines 1 à 13 (31 août au 29 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 2015 (7 septembre au 1^{er} novembre, inclusivement), toutes personnes de 12 ans et +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada);
 - 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 +, 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 +, 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 +, 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 +, lundi au dimanche, 5 h à 1 h (total des cahiers d'écoute au Canada).

Tableau 4.1.10 Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par habitant selon la tranche d'âge pour l'ensemble du Canada

Group d'âge	2011		2012		2013		2014		2015		Croissance (%) 2014-2015	
	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM
Tous auditeurs de 12 ans+	17,7	8,3	17,5	7,1	17,0	7,1	16,5	7,0	16,2	7,0	-1,8	0,0
Adolescents 12 – 17	7,3	4,0	6,9	3,7	6,5	3,7	6,0	3,7	5,8	3,3	-3,3	-10,8
Adultes 18 – 24	12,5	5,8	12,5	5,0	11,5	4,4	11,4	4,6	10,6	4,7	-7,0	2,2
25 – 34	16,8	6,5	16,6	5,8	16,0	5,7	15,4	5,8	15,0	5,9	-2,6	1,7
35 – 49	19,8	8,2	19,3	7,8	18,7	7,4	18,0	7,4	17,4	7,6	-3,3	2,7
50 – 54	21,3	9,5	20,9	8,8	21,1	8,5	19,8	7,6	19,8	8,0	0,0	5,3
55 – 64	20,0	9,5	19,9	7,6	19,4	8,2	18,9	8,0	18,5	7,7	-2,1	-3,8
65 +	19,4	12,0	19,1	9,1	18,8	9,3	18,4	9,1	18,3	9,1	-0,5	0,0

Source : Numeris

Ce tableau montre que pour la troisième année consécutive, tous les groupes d'âge, à l'exception des 65+, ont connu un taux de croissance négatif dans les marchés mesurés par cahiers d'écoute.⁶ 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.

Tableau 4.1.11 Part d'écoute de la radio au cours d'une semaine moyenne des stations de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM

Type de bande radio	2011		2012		2013		2014		2015		Croissance (%) 2014-2015	
	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahiers	PPM	Cahier	PPM
Langue anglaise – AM	15,7	21,8	14,7	21,2	14,2	20,9	13,6	22,6	14,5	25,7	6,6	13,7
Langue anglaise – FM	57,0	55,0	57,5	54,3	58,4	55,4	59,1	56,5	57,2	54,1	-3,2	-4,3
Langue anglaise – total	72,7	76,8	72,2	75,5	72,6	76,2	72,7	79,0	71,7	79,8	-1,4	1,0
Langue française –AM	0,2	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Langue française –FM	20,3	22,8	21,3	24,1	20,9	23,2	21,0	20,6	20,7	19,8	-1,4	-3,9
Langue française – total	20,5	22,9	21,4	24,2	20,9	23,4	21,1	20,7	20,8	19,9	-1,4	-3,9
Autre	6,9	0,2	6,4	0,3	6,5	0,4	6,2	0,3	7,2	0,2	16,1	-33,3

Source: Numeris

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.

⁶ Les marchés mesurés par cahiers d'écoute sont définis comme des marchés autres que Calgary, Edmonton, Montréal, Toronto et Vancouver.

Tableau 4.1.12 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur des stations de langue anglaise et de langue française des bandes AM et FM

Écoute	2011		2012		2013		2014		2015		Croissance (%) 2014-2015	
	Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM
Nombre moyen d'heures d'écoute par semaine	19,9	9,9	19,6	9,8	19,3	9,7	18,8	9,5	18,4	9,7	-2,1	2,1
Moyen d'heures national total par semaine (millions)	303,8	164,5	303,9	166,5	299,0	167,7	289,0	167,6	288,0	169,4	-0,3	1,1

Source: Numeris

Le nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire par auditeur 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 sintonisé une station pour au moins un quart d'heure au cours d'une période, selon l'estimation de Numeris.

Tableau 4.1.13 Écoute (million d'heures) et part d'écoute (%) lors d'une semaine moyenne des principaux exploitants de radio commerciale privée de langue anglaise au Canada

Exploitants en radio	Mesure	2013		2014		2015	
		Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM
BCE	Écoute	40,5	38,1	34,2	32,4	32,2	32,6
	Part (%)	18,6	36,3	16,3	29,3	15,5	26,6
Cogeco	Écoute	-	-	-	-	-	-
	Part (%)	-	-	-	-	-	-
Corus	Écoute	21,5	21,0	19,0	18,7	16,6	16,7
	Part (%)	9,8	20,0	9,0	16,9	8,0	13,6
Harold R. Steele (Newcap)	Écoute	18,8	2,6	19,2	10,5	18,5	13,2
	Part (%)	8,6	2,5	9,1	9,5	8,9	10,8
Rogers	Écoute	22,5	23,5	21,8	17,3	21,6	21,3
	Part (%)	10,3	22,4	10,4	15,6	10,4	17,4
Total	Écoute	218,2	104,8	210,4	110,6	207,2	122,6
	Part (%)	100	100	100	100	100	100

Source: Numeris

Tableau 4.1.14 Écoute (million d'heures) et part d'écoute (%) lors d'une semaine moyenne des principaux exploitants de radio commerciale privée de langue française au Canada

Exploitants en radio	Mesure	2013		2014		2015	
		Cahier	PPM	Cahier	PPM	Cahier	PPM
BCE	Écoute	19,9	8,6	17,4	6,9	17,5	6,2
	Part (%)	31,7	26,9	28,8	24,1	29,3	20,3
Cogeco	Écoute	12,6	21,3	12,7	18,7	13,5	17,9
	Part (%)	20,1	66,7	20,9	65,4	22,6	58,5
Total	Écoute	62,7	31,9	60,9	28,6	59,8	30,6
	Part (%)	100	100	100	100	100	100

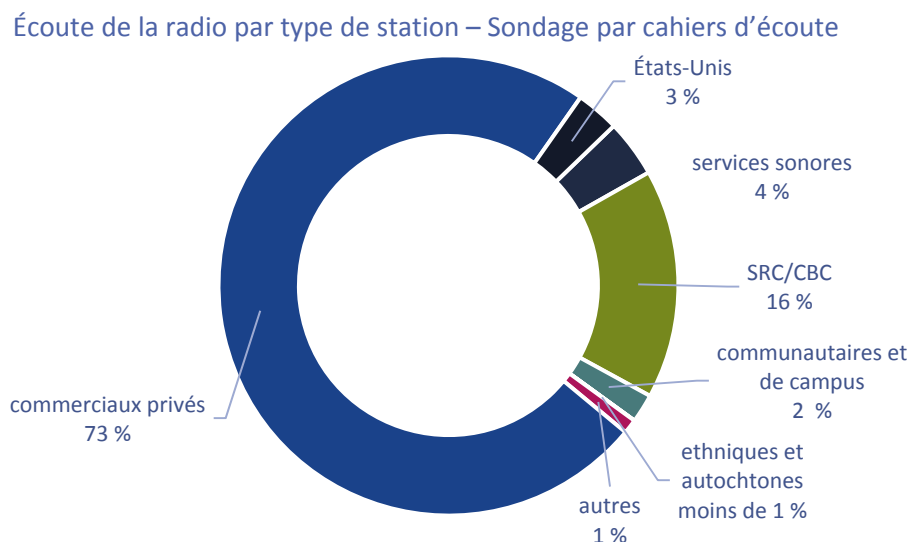
Source : Numeris

Ces tableaux illustrent l'écoute des grands groupes de propriété de radio, par langue, de 2013 à 2015.

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;

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 et 2014).

Graphique 4.1.16 Écoute de la radio par type de station – Sondage par cahiers d’écoute, 2015



Sources: Numeris, 2015 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 2015.

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 4.1.15 Parts d’écoute – Formules des stations de radio de langue anglaise par cahiers d’écoute, 2015

Formules populaires	Part de l’auditoire	Nombre de stations
Country	16 %	103
CBC Radio One	15 %	34
Contemporain adulte	10 %	107
Contemporain adulte hot	10 %	85
Succès classiques	8 %	53
Album genre rock/rock grand public	8 %	41
Nouvelles/causeries	7 %	58
40 plus grands succès/grands succès contemporains	7 %	41
Rock classique	5 %	26
CBC Radio Two	3 %	9
Autres	8 %	128

Sources: Numeris, automne 2015 et données recueillies par le CRTC

Autres formules complétant la totalité de l’écoute : rock moderne (12 stations, 2 %), communautaire/campus/tourisme (88 stations, 1 %), disques d’or/vieux succès (11 stations, 1 %), standards adultes (1 station, 1 %), rock alternatif (12 stations, 2 %), musique classique/beaux-arts (4 stations, 1 %).

Tableau 4.1.16 Parts d'écoute – Formules des stations de radio de langue française par cahiers d'écoute, 2015

Formules populaires	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Contemporain adulte	24 %	36
Nouvelles/causeries	17 %	8
Contemporain adulte hot	14 %	15
40 plus grands succès/grands succès contemporains	13 %	19
Ici Radio-Canada Première	12 %	17
Communautaire	7 %	50
Ici Musique	4 %	10
Succès classiques	2 %	3
Musique classique/beaux-arts	2 %	1
Rock moderne et alternatif	2 %	2
Autres	2 %	4

Sources: Numeris, automne 2015 et données recueillies par le CRTC

Autres formules complétant la totalité de l'écoute : musique alternative pour adultes (1 station, 1 %), disques d'or/vieux succès (3 stations, 1 %).

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 4.1.17 Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue anglaise dans les marchés PPM, 2015

Formules populaires	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Nouvelles/causeries	17 %	11
Contemporain adulte	15 %	10
CBC Radio One	13 %	5
40 plus grands succès/grands succès contemporains	10 %	10
Contemporain adulte hot	8 %	4
Succès classiques	8 %	7
Rock classique	6 %	4
Rock moderne et alternatif	6 %	7
Sports/causeries	5 %	7
Country	4 %	4
Autres	9 %	9

Sources : Numeris, 2015 et données recueillies par le CRTC

Autres formules complétant la totalité de l'écoute : CBC Radio 2 (5 stations, 4 %), standards adultes (2 stations, 4 %), jazz (1 station, 0,5 %) et communautaire/campus/tourisme (1 station, 0,5 %).

Tableau 4.1.18 Parts d'écoute de la radio – Formules des stations de radio de langue française dans les marchés PPM, 2015

Formules populaires	Part de l'auditoire	Nombre de stations
Contemporain adulte	32 %	3
Nouvelles/causeries	28 %	2
Grands succès contemporains	20 %	2
ICI Radio-Canada Première	12 %	4
Musique classique	4 %	1
ICI Musique	4 %	4

Sources : Numeris, 2015 et données recueillies par le CRTC

Autres formules complétant la totalité de l'écoute : circulation (1 station, 0 %).

v 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.

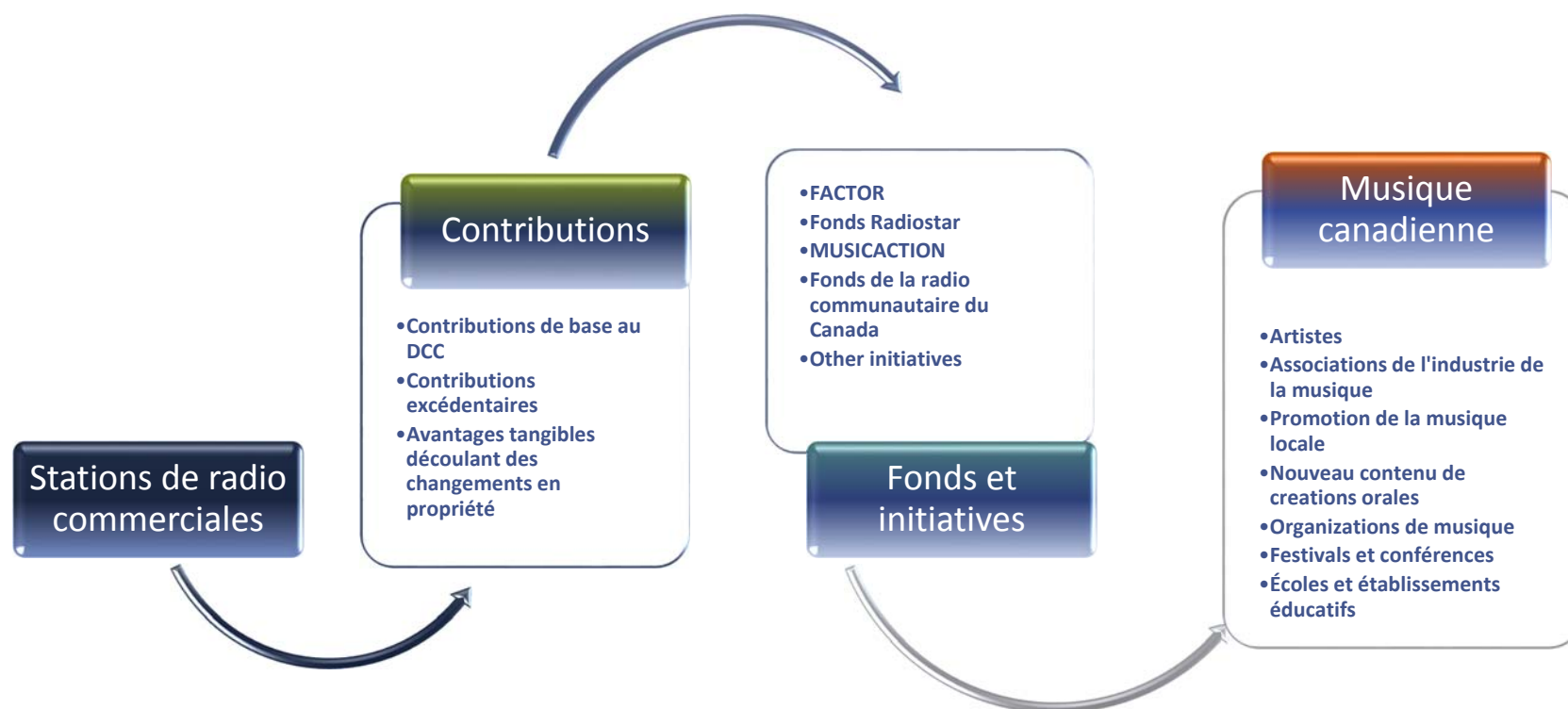
Au cours de l'année de radiodiffusion 2014-2015, les exploitants de radio commerciale ont consacré 3 cents par dollar de revenu en soutien au développement du contenu canadien (DCC). Collectivement, ils ont versé presque 48 millions de dollars à ce titre, soit une baisse de 20 % par rapport à l'année précédente. Environ 55 % 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.

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 à sept années de radiodiffusion consécutives. 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 Loi sur la radiodiffusion.

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.

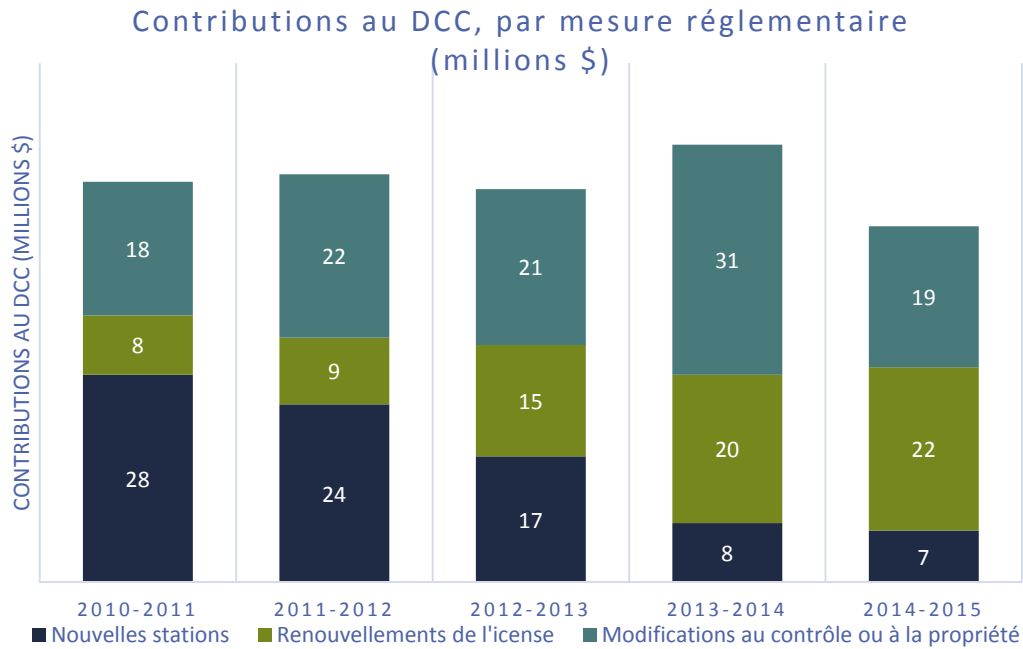
Diagramme 4.1.1 Structure de contributions de la radio au DCC



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

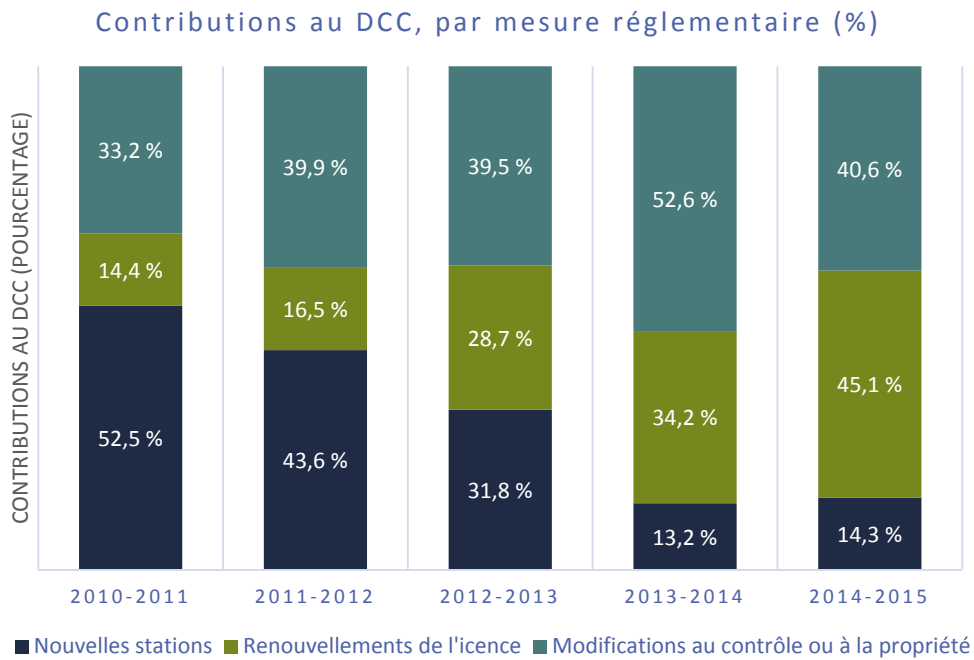
- Une contribution annuelle de base;
- Des contributions additionnelles qui excèdent la contribution de base (habituellement associées aux demandes de nouvelles licences);
- Des contributions en relation avec les demandes de transfert de propriété ou de contrôle d'entreprises de radio (avantages tangibles).

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

Tableau 4.1.19 Résumé des contributions annuelles au DCC déclarées par les titulaires de stations de radio (milliers \$)

Catégorie DCC	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Croissance (%) 2013-14 à 2014-15	TCAC (%) 2010-2011 à 2014-2015
FACTOR	10 755	10 545	12 022	13 982	10 090	-27,8	-1,6
MUSICACTION	1 930	2 538	2 426	3 596	3 461	-3,7	15,7
Fonds canadien de la radio communautaire	346	1 509	1 722	2 922	2 954	1,1	71,0
Associations de l'industrie de la musique	4 360	3 754	4 334	3 168	3 591	13,4	-4,7
Projets de musique locale	10 833	13 777	10 538	10 731	10 552	-1,7	-0,7
Nouveau contenu de créations orales	1 340	943	253	292	75	-74,3	-51,3
Projets de contenu sonore	135	135	531	968	638	-34,1	47,5
Écoles et institutions scolaires	2 700	2 383	1 430	1 818	1 405	-22,7	-15,1
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	10 783	11 783	10 985	15 902	9 479	-40,4	-3,2
Autres projets de DCC admissibles	10 815	7 713	8 114	6 190	5 507	-11,0	-15,5
Total	53 996	55 080	52 356	59 567	47 753	-19,8	-3,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour l'année de radiodiffusion (1er 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 1er décembre.

Tableau 4.1.20 Contributions annuelles au DCC par les titulaires de nouvelles stations au cours de la période de licence initiale (milliers \$)

Catégorie DCC	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Croissance (%) 2013-14 à 2014-15	TCAC (%) 2010-2011 à 2014-2015
FACTOR	2 719	2 615	2 818	2 008	1 544	-23,1	-13,2
MUSICACTION	791	563	242	255	403	57,9	-15,5
Fonds canadien de la radio communautaire	-	165	17	21	21	4,6	-
Associations de l'industrie de la musique	2 493	2 221	2 342	1 754	1 477	-15,8	-12,3
Projets de musique locale	7 485	9 106	5 524	3 275	2 446	-25,3	-24,4
Nouveau contenu de créations orales	1 139	545	192	171	-	-	-
Projets de contenu sonore	-	-	172	585	153	-73,9	-
Écoles et institutions scolaires	2 020	1 553	886	516	435	-15,8	-31,9
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	1 982	1 038	466	-	-	-	-
Autres projets de DCC admissibles	9 714	6 195	3 986	352	355	0,8	-56,3
Total	28 342	24 001	16 644	8 935	6 833	-23,5	-29,9

Source: Données recueillies par le CRTC

Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour l'année de radiodiffusion (1er 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 1er décembre.

Tableau 4.1.21 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans le contexte d'un renouvellement de licence (milliers \$)

Catégorie DCC	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Croissance (%) 2013-14 à 2014-15	TCAC (%) 2010-2011 à 2014-2015
FACTOR	2 629	1 971	3 152	4 156	4 847	16,6	16,5
MUSICACTION	808	727	1 414	1 681	1 695	0,9	20,3
Fonds canadien de la radio communautaire	-	617	1 020	1 305	1 342	2,8	-
Associations de l'industrie de la musique	823	966	1 607	932	1 735	86,2	20,5
Projets de musique locale	1 947	2 381	3 352	4 417	5 665	28,2	30,6
Nouveau contenu de créations orales	201	398	61	121	35	-71,1	-35,4
Projets de contenu sonore	-	-	-	-	446	-	-
Écoles et institutions scolaires	473	614	342	948	760	-19,9	12,6
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	-	246	35	52	-	-100,0	-
Autres projets de DCC admissibles	873	1 194	4 026	5 716	5 020	-12,2	54,9
Total	7 754	9 114	15 010	19 328	21 545	11,5	29,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour l'année de radiodiffusion (1er 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 1er décembre.

Tableau 4.1.22 Contributions annuelles au DCC par les titulaires dans un contexte de modifications à la propriété ou au contrôle (milliers \$)

Catégorie DCC	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	Croissance (%) 2013-14 à 2014-15	TCAC (%) 2010-2011 à 2014-2015
FACTOR	5 407	5 959	6 053	7 818	3 699	-52,7	-9,1
MUSICACTION	331	1 248	770	1 660	1 362	-17,9	42,4
Fonds canadien de la radio communautaire	346	727	684	1 596	1 591	-0,4	46,5
Associations de l'industrie de la musique	1 044	567	386	482	379	-21,5	-22,4
Projets de musique locale	1 401	2 290	1 662	3 038	2 442	-19,6	14,9
Nouveau contenu de créations orales	-	-	-	-	40	-	-
Projets de contenu sonore	135	135	359	383	40	-89,6	-26,2
Écoles et institutions scolaires	207	216	203	354	211	-40,4	0,4
Radio Starmaker Fund/Fonds RadioStar	8 801	10 499	10 483	15 580	9 479	-40,2	1,9
Autres projets de DCC admissibles	228	324	102	122	133	8,6	-12,7
Total	17 900	21 965	20 702	31 303	19 376	-38,1	-2,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Les contributions sont calculées en fonction des dépenses annuelles déclarées par les titulaires pour l'année de radiodiffusion (1er 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 1er décembre.

vi Avantages tangibles

En 2015, 6 transactions ont été approuvées pour les services de langues anglaise et française résultant en avantages tangibles totalisant 7,9 millions de dollars, soit une baisse de 49% par rapport à 2014

Tableau 4.1.23 Nombre de transactions relatives à la radio, valeur de ces transactions et des avantages tangibles correspondants du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015 (millions \$)

Langue de service	Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Anglais	Nombre de transactions	9	5	4	9	6	33
	Valeur (M\$)	316,2	80,4	756,7	257,7	55,1	1 446,1
	Avantages (\$M)	19,0	4,8	52,0	15,5	4,0	95,3
Française	Nombre de transactions	3	2	1	-	6	12
	Valeur (M\$)	-	1,5	357,7	-	54,6	413,8
	Avantages (\$M)	-	0,1	25,0	-	3,9	29,0

Sources : Décisions et approbations administratives du CRTC

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.

vii Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité. En plus du CRTC deux organismes traitent les plaintes en matière de programmation reliées aux radiodiffuseurs publics et communautaires, ainsi qu'aux entités qui ne sont pas membres du CCNR. Le CRTC 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 (ASNDR).

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.

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 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
2014- 2015	847	3	41	3	0	802	9	227
2015- 2016	695	4	33	0	0	456	13	46

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Tableau 4.1.25 Nombre de plaintes concernant la radio, par sujet

Type de plainte	2011-2012		2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016	
	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
Propos haineux	38	3	64	32	32	8	46	16	39	12
Contenu pour adulte	14	6	9	3	5	1	4	1	10	2
Publicité en faveur des boissons alcoolisées	1	-	4	-	3	-	2	0	-	-
Stéréotypes sexuels	5	4	1	-	2	1	2	1	2	-
Insultes ou injures	258	95	283	135	702	582	317	203	163	48
Langage vulgaire	22	9	50	14	31	13	41	16	27	9
Total	338	117	411	184	775	605	412	237	241	71

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 2011-2012 et 2015-2016.

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 4.1.26 Plaintes en matière de radio traitées par le CCNR en 2015 par langue et origine nationale

Catégorie	Sous-catégorie	Radio	Radio par abonnement (satellite)	Total
Langue de diffusion de l'émission	Anglais	212	4	216
	Français	215	0	215
	Langue tierce	8	0	8
	Autre	0	0	0
	Total	435	4	439
Origine nationale de l'émission	Canadienne	415	1	416
	Étrangère	13	2	15
	Autre	7	1	8
	Total	435	4	439

Source : Rapport annuel du CCNR (2014-2015)

Tableau 4.1.27 Plaintes traitées par les NCP

Statistiques	2011	2012	2013	2014	2015
Plaintes reçues par les NCP	1 809	1 310	1 310	1 274	1 774
Plaintes relatives aux publicités à la radio	85	55	84	64	94
Pourcentage du total des plaintes reçues	5 %	4 %	6 %	5 %	5 %

Source : Rapports des NCP sur les plaintes

Ce tableau présente le nombre de plaintes reçues par les NCP concernant la publicité à la radio et le pourcentage du total des plaintes qu'elles représentent. En 2015, 5 % des plaintes concernaient des publicités à la radio.

viii Groupes de propriété

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 2013 et 2015. De plus, ils englobent environ 40 % des entreprises de radio au pays.

Tableau 4.1.28 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

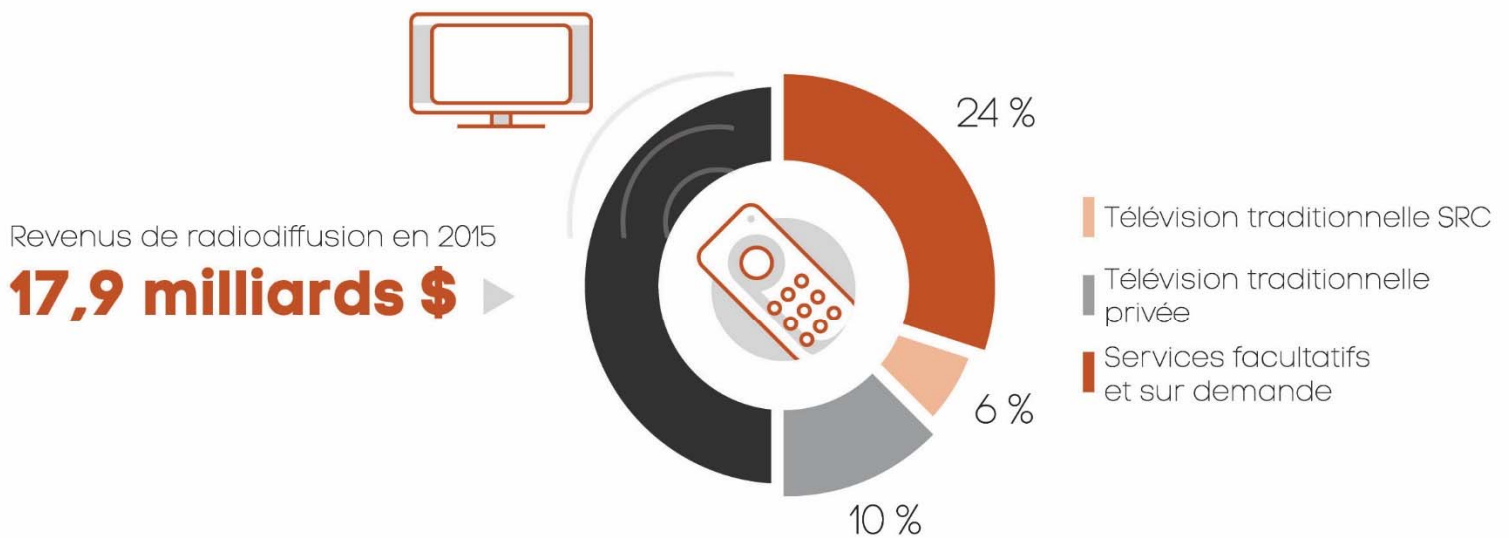
Langue	Exploitants de radio	Revenus (milliers \$)			Nombre d'entreprises de radio ayant fait un rapport			Part du revenu total (%)		
		2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Toutes les langues	BCE	422 708	414 116	410 835	109	107	106	26	26	26
	Pierre Boivin (BCE en fidéicommiss)	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	3	s.o.	s.o.
	Astral	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
	Rogers	224 520	228 485	233 380	55	55	53	14	14	15
	Corus	173 909	164 525	152 433	37	39	39	11	10	10
	Harold R. Steele (Newcap)	122 365	156 289	152 471	62	69	67	8	10	10
	Cogeco	106 613	109 943	106 718	13	13	13	7	7	7
	Total pour les principaux exploitants de radio commerciale	1 101 633	1 073 357	1 055 836	286	283	278	69	67	68
Total pour les exploitants de radio commerciale	1 621 944	1 613 471	1 602 534	718	703	715	100	100	100	
Langue anglaise	BCE	313 998	306 288	305 905	88	86	85	24	23	24
	Pierre Boivin (BCE en fidéicommiss)	51 518	s.o.	s.o.	10	s.o.	s.o.	4	s.o.	s.o.
	Astral	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.
	Rogers	223 364	227 267	232 096	54	54	52	17	18	18
	Corus	173 909	164 525	152 433	37	39	39	13	13	12
	Harold R. Steele (Newcap)	122 365	156 289	152 471	62	69	67	9	12	12
	Total pour les principaux exploitants de radio commerciale de langue anglaise	885 164	854 367	842 906	251	248	243	67	65	66
	Total pour les exploitants de radio commerciale de langue anglaise	1 317 706	1 304 965	1 297 201	595	583	593	100	100	100
Langue française	BCE	108 710	107 828	104 930	21	21	21	42	41	41
	Astral	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	s.o.	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	108 710	107 828	104 930	33	33	33	42	41	41
	Total pour les exploitants de radio commerciale de langue française	258 025	263 513	263 513	98	96	99	100	100	100

Source : Données recueillies par le CRTC

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 demeurées 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



Revenus

7,1 G \$

Baisse de 3,4 %
 par rapport à 2014

Écoute

27,2 H

Chaque semaine,
 les Canadiens (2 ans
 et plus) écoutent
 la télévision

Revenus

1,8 G \$

Télévision traditionnelle
 privée baisse de 2,6 %
 par rapport à 2014

Revenus

1,1 G \$

Télévision traditionnelle
 SRC baisse de 16,6 %
 par rapport à 2014

Revenus

4,3 G \$

Services facultatifs
 et sur demande hausse
 de 0,4 % par rapport
 à 2014

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, par satellite ou par IPTV. 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 2014-2015, 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 19,7 heures de télévision par semaine, soit trois heures de moins qu'il y a cinq ans.

En 2015, le secteur de la télévision traditionnelle privée a enregistré des revenus avoisinant les 1,76 milliard de dollars, comparativement à 4,3 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 28 %; 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 2015, le diffuseur public national, la CBC/SRC, a généré des revenus de 1,1 milliard de dollars, dont 68 % 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 2015. Durant l'année de radiodiffusion 2014-2015, pour chaque dollar de revenu, les services de télévision ont versé 45 cents au soutien de la programmation canadienne.

i Revenus

Les revenus totaux générés par l'industrie de la télévision⁷, services de télévision traditionnelle privée et de la SRC et services facultatifs confondus, ont reculé de 0,4 % par année de 2011 à 2015 pour s'établir à 7 118 millions de dollars en 2015.

Les services de télévision traditionnelle détenus par des opérateurs privés et la SRC ont généré 2 864 millions de dollars de revenus en 2015, soit une baisse de 8,6 % par rapport à 2014.

Les 93 stations traditionnelles appartenant à un intérêt privé en exploitation en 2015 ont généré des revenus 1 757 millions de dollars, soit un recul de 2,6 % (ou 46,6 millions de dollars) par rapport à 2014. L'abolition du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL) représente 21,7 millions de dollars des pertes d'une année à l'autre des stations traditionnelles privées.

Les 27 stations de télévision traditionnelle de la SRC ont déclaré des revenus totaux de 1,11 milliard de dollars en 2015, soit une diminution de 220,9 millions de dollars (ou 16,6 %) par rapport à 2014. La fin du FAPL a entraîné une perte de 17,6 millions de dollars pour la SRC en 2015 par rapport à l'année précédente.

Les revenus générés par les services facultatifs, tous types de services confondus, ont augmenté en moyenne de 3,2 % par année de 2011 à 2015 pour atteindre 4 255 milliards de dollars en 2015. Toutefois, ces services ont connu une croissance annuelle modeste de 0,4 % (19 millions de dollars) en 2015 par rapport à 2014. Il s'agit du plus faible taux depuis 2009 dans ce secteur.

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

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services de télévision traditionnelle	Privée	2 139	2 038	1 944	1 804	1 757	2,6	-4,8
	SRC (langues anglaise et française)	1 339	1 369	1 247	1 328	1,107	-16,6	-4,6
	Sous-total	3 478	3 407	3 191	3 132	2 864	-8,6	-4,7
Services facultatifs	Payants, TVC et VSD	856	837	799	788	738	-6,3	-3,6
	Spécialisés	2 892	3 130	3 292	3 448	3 516	2,0	5,0
	Sous-total	3 748	3 968	4 091	4 236	4 255	0,4	3,2
Tous les services	Total	7 226	7 375	7 282	7 368	7 118	-3,4	-0,4

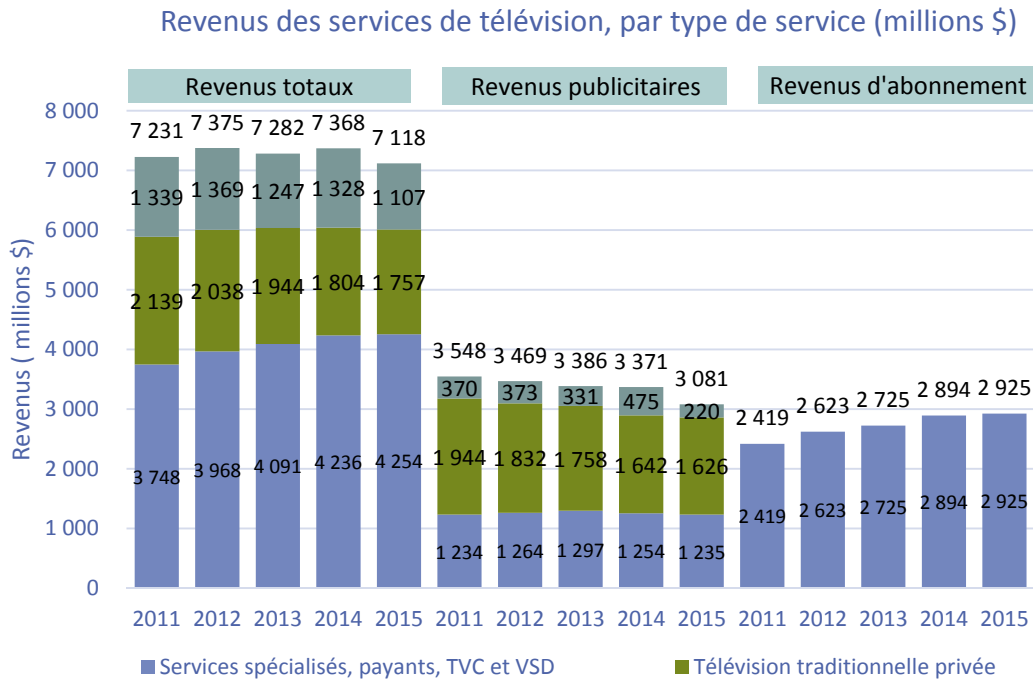
Source: Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre les changements dans les revenus de la télévision, par type de service, de 2011 à 2015.

La baisse des revenus des services de télévision traditionnelle est en partie attribuable à une baisse approximative de 300 millions de dollars pour les revenus publicitaires de la SRC. Également, le FAPL a été éliminé le 31 août 2014.

⁷ Les revenus totaux générés par l'industrie de la télévision ne comprennent pas les revenus générés par les médias numériques.

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

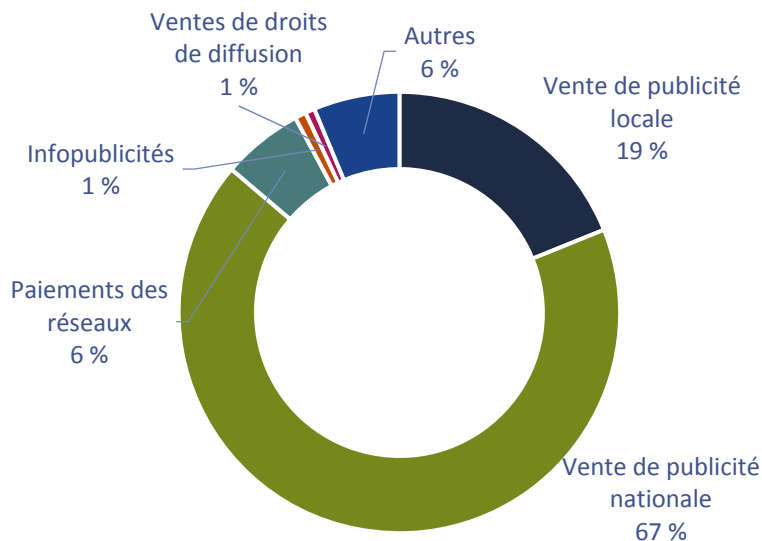


Source : Données recueillies par le CRTC

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.

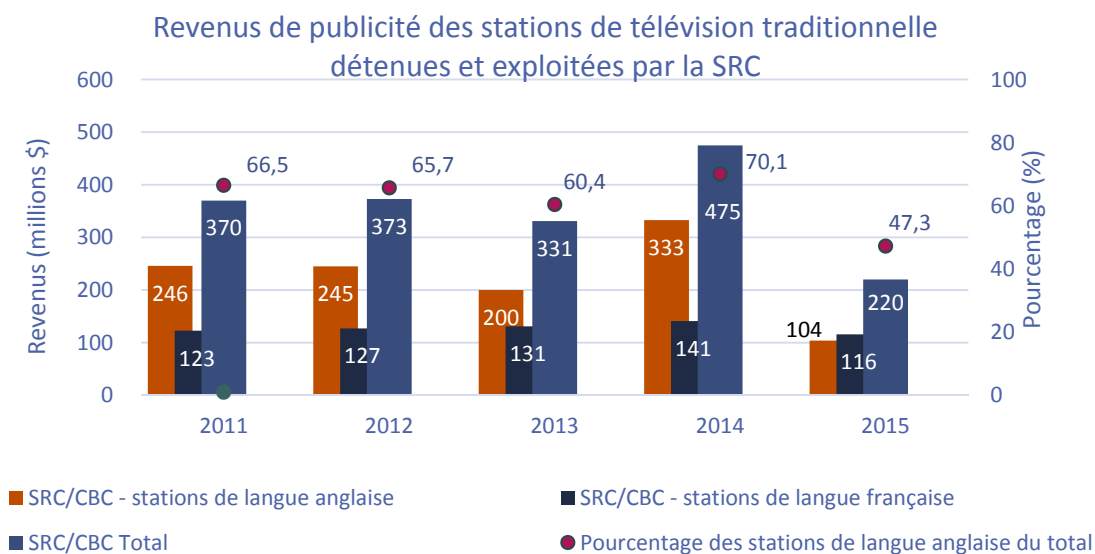
Graphique 4.2.2 Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée (%), 2015

Sources de revenus de la télévision traditionnelle privée, 2015



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 (millions \$) des stations de télévision traditionnelle détenues et exploitées par la SRC

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Publicité - stations de langue anglaise	246	245	200	333	104	-68,9	-19,4
Publicité - stations de langue française	123	127	131	141	116	-17,7	-1,5
Total - publicité	370	373	331	475	220	-53,6	-12,2
Autres revenus	130	135	133	127	129	1,6	-0,2
Crédits parlementaires	839	861	783	726	758	4,4	-2,5
Revenus totaux	1 339	1 369	1 247	1 328	1 107	-16,6	-4,6

Source : Données recueillies par le CRTC

« Autres revenus » incluent les ventes de droits de diffusion et le financement du FAPL de 2011 à 2014.

Tableau 4.2.3 Revenus de publicité et autres revenus des stations privées de télévision traditionnelle, par langue de diffusion

Langue de diffusion	Type de revenus	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Anglais	Publicité	1 655	1 540	1 468	1 369	1 366	-0,2	-4,7
	Autre	129	131	115	106	81	-23,6	-11,0
	Sous-total	1 784	1 672	1 583	1 475	1 447	-1,9	-5,1
Français	Publicité	289	291	290	273	260	-4,8	-2,6
	Autre	66	75	70	56	50	-10,7	-6,7
	Sous-total	356	367	361	329	310	-5,8	-3,4
Total	Publicité	1 944	1 832	1 758	1 642	1 626	-1,0	-4,4
	Autre	195	206	186	162	131	-19,1	-9,5
	Sous-total	2 139	2 038	1 944	1 804	1 757	-2,6	-4,8

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 de 2011 à 2014.

Tableau 4.2.4 Revenus des services facultatifs, par langue de diffusion

Type de services	Langue	Catégories	Revenus (milliers \$)			BAII (milliers \$)			Marge de BAII (%)		
			2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Spécialisés	Langue anglaise	Category A	1 376 935	1 409 549	1 368 309	495 284	469 288	475 284	36,0	33,3	34,7
		Category B	373 721	375 938	376 558	111 385	112 605	113 814	29,8	30,0	30,2
		Category C	850 891	968 017	1 010 483	218 905	211 780	218 527	25,7	21,9	21,6
		Toutes les catégories	2 601 547	2 753 504	2 755 350	825 574	793 673	807 625	31,7	28,8	29,3
	Langue française	Category A	296 800	288 126	302 735	91 640	74 712	76 210	30,9	25,9	25,2
		Category B	37 418	42 983	51 755	-2 876	-4 533	29 837	-7,7	-10,5	57,7
		Category C	269 679	282 522	327 938	49 354	34 815	-11 788	18,3	12,3	-3,6
		Toutes les catégories	603 897	613 346	682 428	138 118	104 994	94 259	22,9	17,1	13,8
	Services ethniques et de langue tierce	Category A	60 429	57 392	54 985	15 268	9 935	8 462	25,3	17,3	15,4
		Category B	26 151	23 246	23 505	2 841	3 851	5 203	10,9	16,6	22,1
		Toutes les catégories	86 580	80 638	78 490	18 109	13 786	13 665	20,9	17,1	17,4
	Total des services spécialisés	Category A	1 734 163	1 755 067	1 726 029	602 191	553 935	559 956	34,7	31,6	32,4
		Category B	437 291	442 168	451 818	111 350	111 923	122 000	25,5	25,3	27,0
Category C		1 120 570	1 250 539	1 338 421	268 259	246 594	206 739	23,9	19,7	15,4	
Toutes les catégories		3 292 024	3 447 774	3 516 268	981 800	912 452	913 599	29,8	26,6	26,0	
Services payants	Toutes les langues	N/A	444 785	435 350	423 950	99 297	110 667	63 643	22,3	25,4	15,0
TVC	Toutes les langues	N/A	99 652	101 326	95 149	10 543	8 336	-10 909	10,6	8,2	-11,5
VSD	Toutes les langues	N/A	254 532	251 336	219 226	-8 862	-31 603	-56 509	-3,5	-12,6	-25,8
Payants, TVC et VSD	Toutes les langues	N/A	798 969	788 012	738 325	100 978	87 400	-3 775	12,6	11,1	-0,5
Total	Tous les services	All Categories	4 090 993	4 235 786	4 254 593	1 082 778	999 852	909 824	26,5	23,6	21,4

Source : Données recueillies par le CRTC

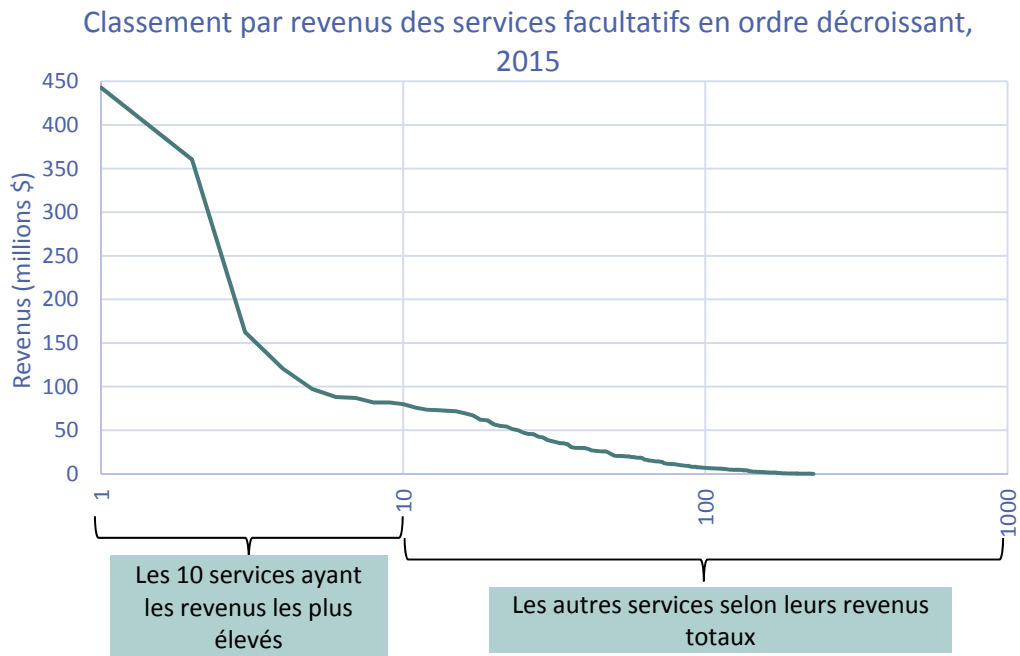
Les services spécialisés de langue anglaise représentent la majeure partie du nombre total de services (62 %) ainsi que des revenus (64,9 %). Il s'agit également du groupe linguistique le plus rentable (marge de BAII moyenne de 29,3 %). Leurs revenus totaux se sont élevés à 2 755 millions de dollars en 2015, un montant relativement inchangé par rapport à 2014.

Les revenus générés par les services spécialisés de langue française se sont accrus de 11,3 % de 2014 à 2015 grâce à une augmentation de 50 millions de dollars en revenus provenant des abonnements. Plus particulièrement, TVA Sports, un service spécialisé axé sur les sports, a vu ses revenus quintupler, ses revenus provenant des abonnements ayant quadruplé en 2015 par rapport à 2014 puisqu'il diffusait les matchs de hockey de la LNH.

Les revenus générés par les services à caractère ethnique ou de langue tierce ont baissé de 2,6 % par rapport à 2014, représentant 1,8 % des revenus totaux (78,5 millions de dollars) en 2015.

Les services sur demande, notamment la télévision à la carte et la vidéo sur demande, ont maintenu leur tendance à la baisse en 2015. Ces deux catégories de services confondues ont déclaré des revenus de 314 millions de dollars en 2015, soit une diminution de 38 millions de dollars (10,9 %) par rapport à 2014 et de 40 millions de dollars (11,2 %) par rapport à 2013.

Graphique 4.2.4 Classement par revenus des services facultatifs en ordre décroissant, 2015

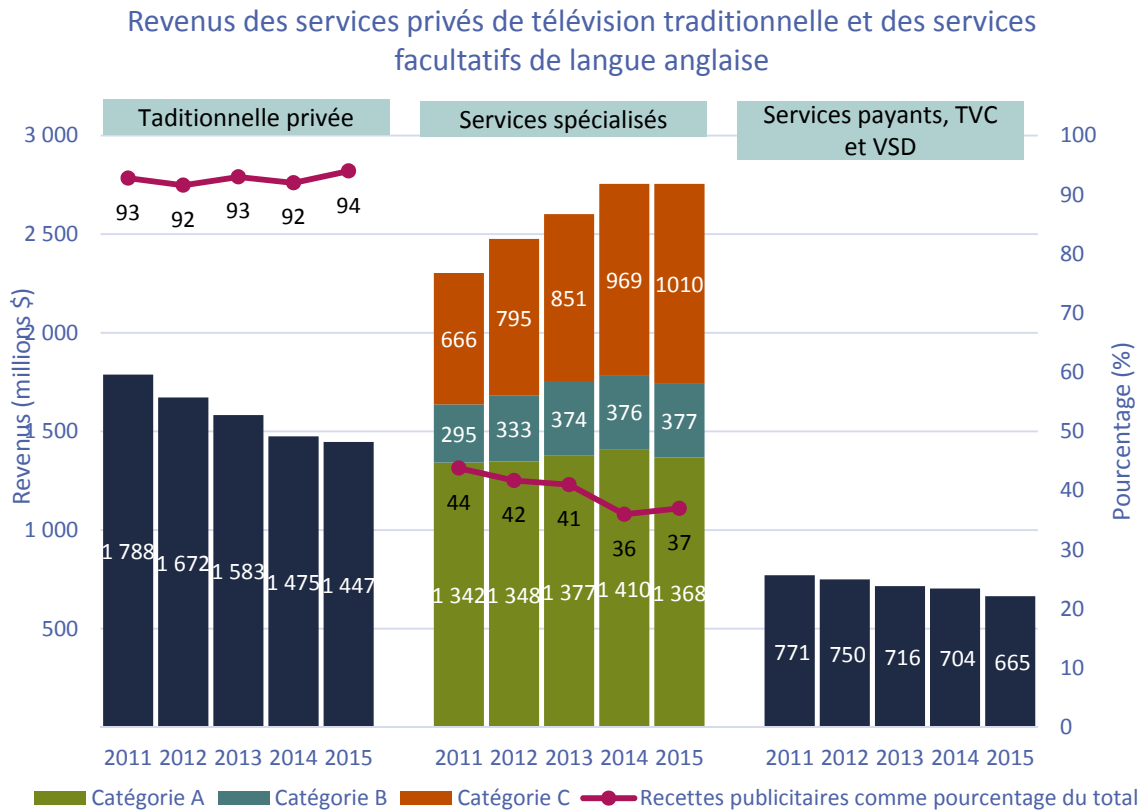


Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus totaux des services facultatifs en 2015, en ordre décroissant. Chacun des cinq services les plus importants en termes de revenus 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 10 services ayant les revenus bruts les plus élevés représentaient 37,7 % des revenus totaux générés en 2015. Cinq d'entre eux étaient des services associés aux sports; deux d'entre eux appartenaient à BCE, deux à Rogers et un à Groupe TVA. Sportsnet One et TVA Sports figuraient pour la première fois parmi les 10 services ayant les revenus bruts les plus élevés, leurs revenus ayant connu une croissance fulgurante grâce à la diffusion du contenu de la LNH.

Les 74 services suivants ont récolté des revenus qui dépassaient 10 millions de dollars et les 89 suivants des revenus qui dépassaient 1 million de dollars; les revenus des services restants n'atteignaient pas 1 million de dollars.

Graphique 4.2.5 Revenus des services privés de télévision traditionnelle et des services facultatifs de langue anglaise

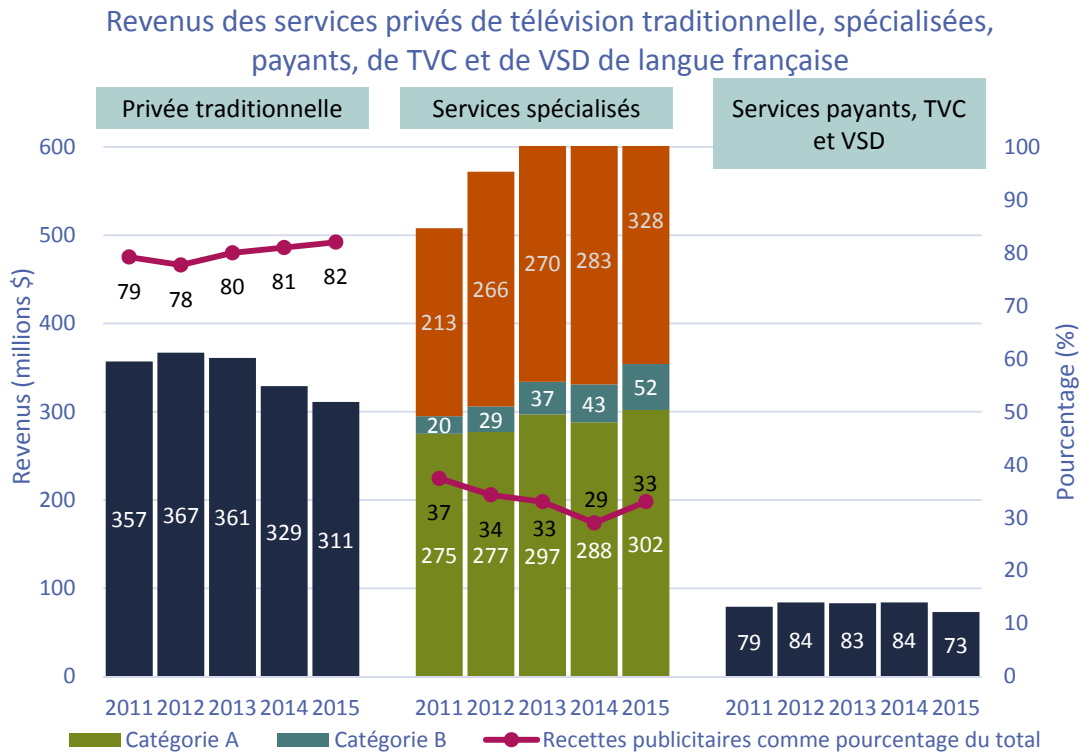


Source : Données recueillies par le CRTC

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.

La ligne dans le graphique démontre les recettes publicitaires en pourcentage du total des revenus pour les services privés de télévision traditionnelle et spécialisés (toutes catégories confondues)

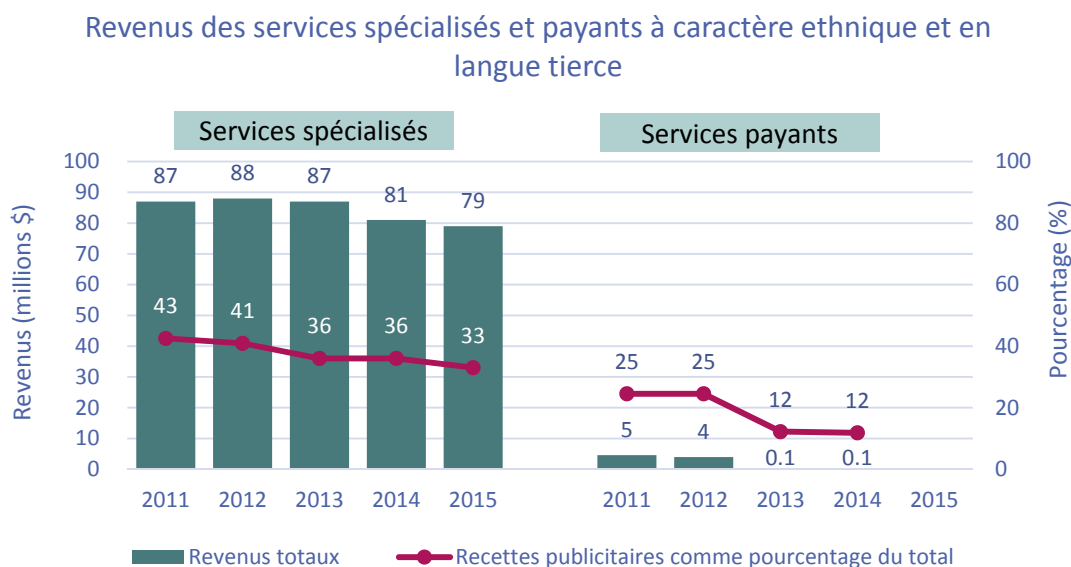
Graphique 4.2.6 Revenus des services privés de télévision traditionnelle, spécialisés, payants, de TVC et de VSD de langue française



Source : Données recueillies par le CRTC

La ligne dans le graphique démontre les recettes publicitaires en pourcentage du total des revenus pour les services privés de télévision traditionnelle et spécialisés (toutes catégories confondues)

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

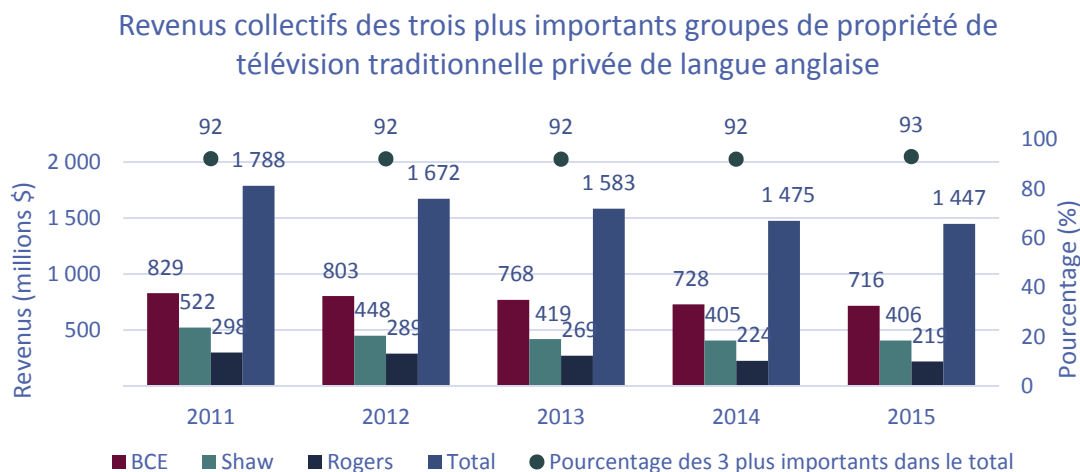


Source : Données recueillies par le CRTC

En 2015, aucun service payant à caractère ethnique ou en langue tierce n'était en opération. De 2012 à 2014, les derniers services payants à caractère ethnique ou en langue tierce ont soit cessé leurs opérations ou changer de type de licence à spécialisé.

La ligne dans le graphique démontre les recettes publicitaires en pourcentage du total des revenus pour les services spécialisés (toutes catégories confondues) et les services payants.

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

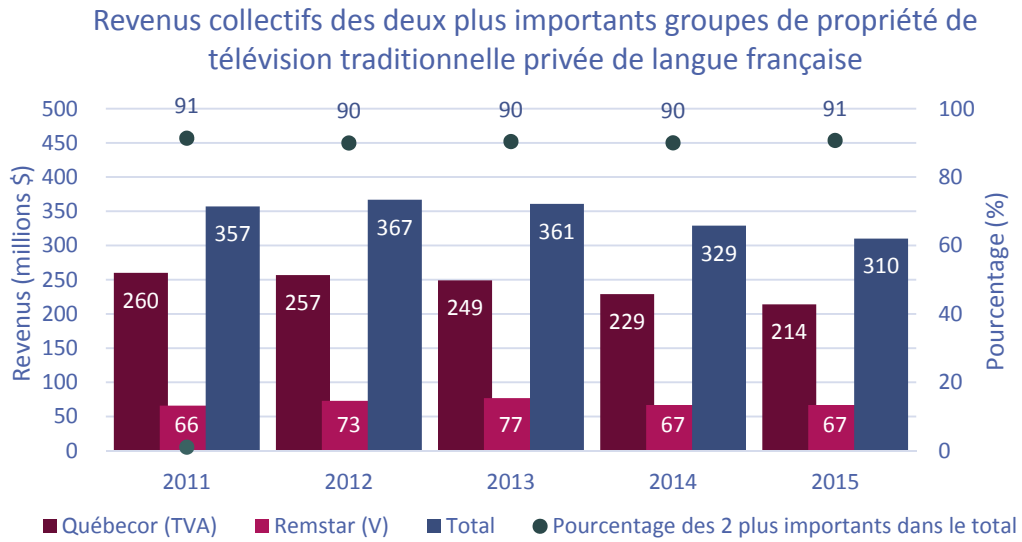


Source : Données recueillies par le CRTC

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 2011 à 2015. Il illustre également 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 de chaque groupe sont basés sur les revenus totaux des stations contrôlées par le radiodiffuseur. Le contrôle est déterminé lorsqu'un radiodiffuseur a un droit de vote direct et indirect de plus de 50% au 31 août de l'année. Les revenus totaux comprennent le financement provenant du FAPL de 2011 à 2014.

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



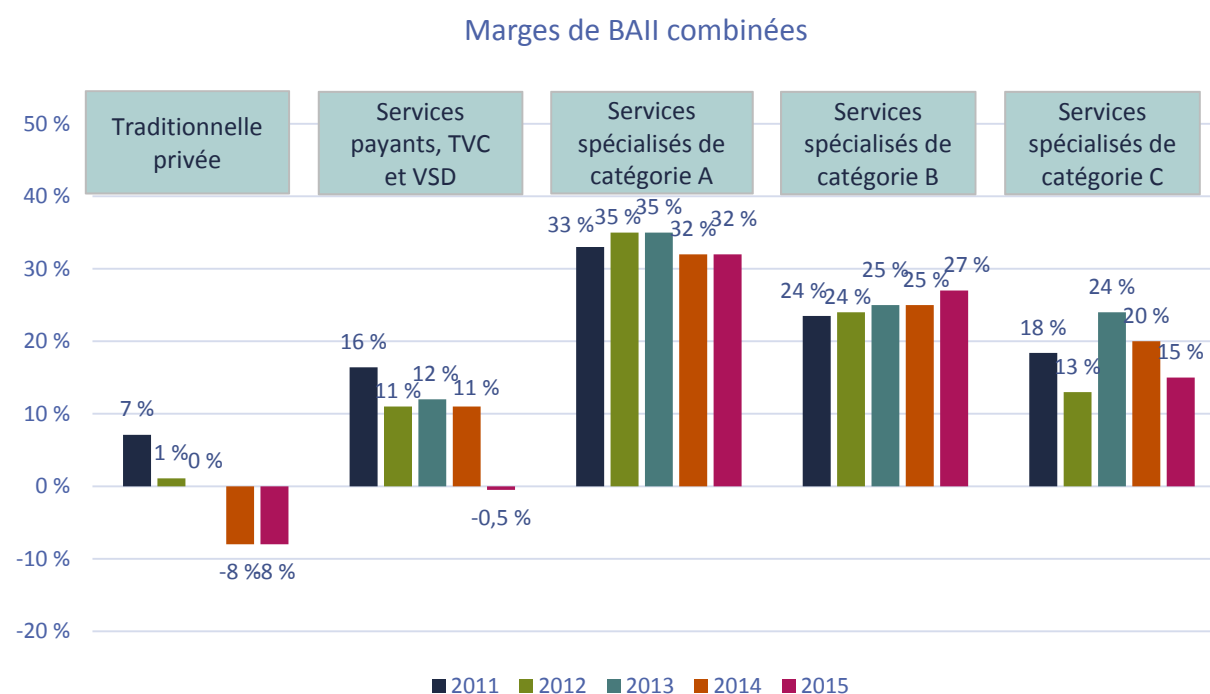
Source : Données recueillies par le CRTC

ii Rendement financier

Les stations de télévision traditionnelle privées n'ont pas été rentables en 2015. La rentabilité, calculée en fonction de la marge de bénéfices avant intérêts et impôts (BAII), a reculé à -8,0 % en 2015, soit une baisse plus importante que celle de 7,7 % enregistrée en 2014. L'année 2015 était la troisième année consécutive au cours de laquelle les stations de télévision traditionnelle privées ont essuyé des pertes financières.

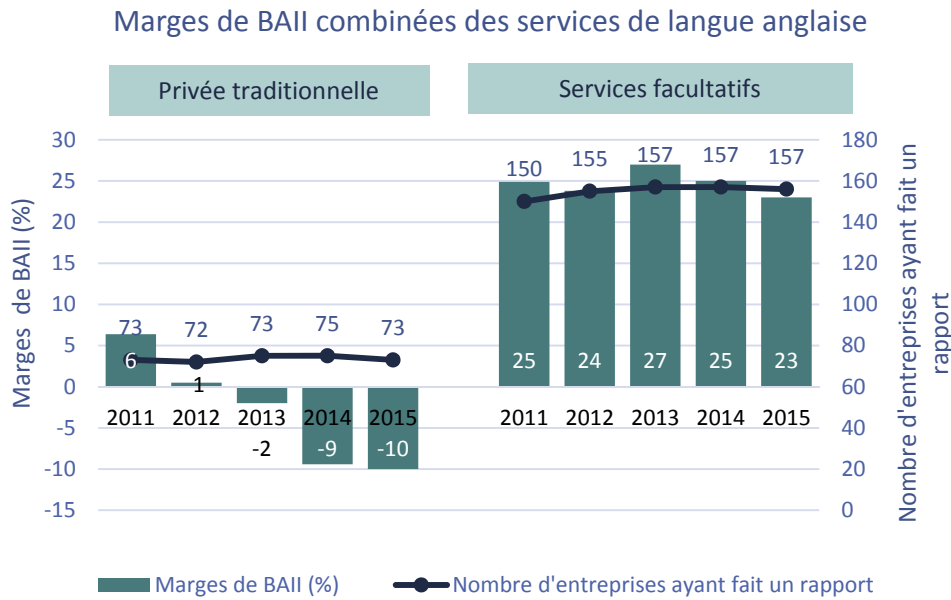
Les services facultatifs ont déclaré une marge de BAII moyenne de 20,8 % en 2015, soit 3 % de moins qu'en 2014. Les services spécialisés, notamment les services de catégorie A qui affichaient une marge de BAII de 32,4 %, étaient les plus rentables en 2015. Même si les services facultatifs sont demeurés rentables en 2015, et ce, malgré des revenus moins élevés, les services sur demande (télévision à la carte et vidéo sur demande) ont connu une importante baisse de leur rentabilité en 2015, leur marge de BAII combinée ayant reculé de 14,8 points de pourcentage de 2014 à 2015 pour s'établir à -21,4 %. Par conséquent, les services payants, de télévision à la carte et de vidéo sur demande ont obtenu ensemble une marge de BAII globale de -0,5 %, une baisse par rapport au 11 % de l'année précédente. Il s'agit de la première fois que cette catégorie n'est pas rentable.

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



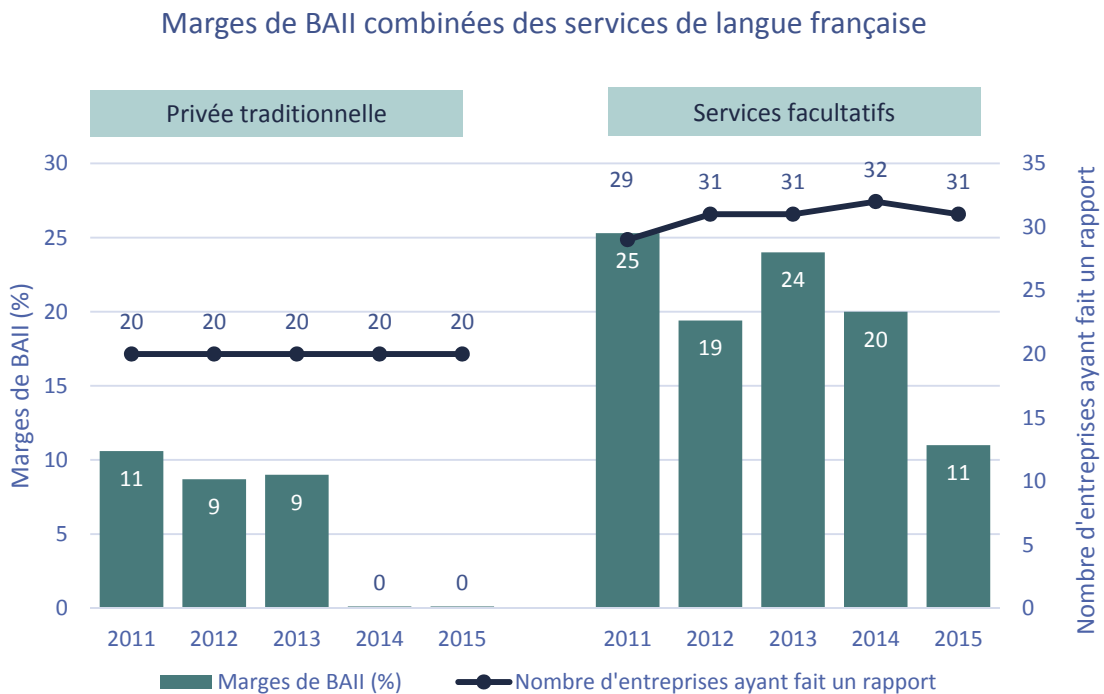
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.11 Marges BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle et des services facultatifs de langue anglaise



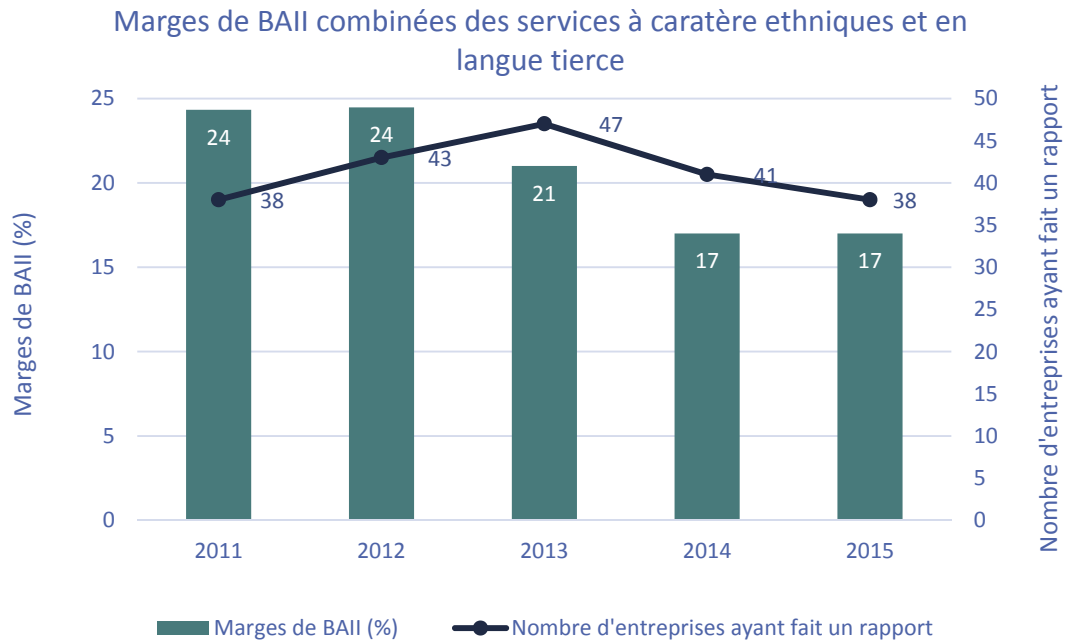
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 4.2.12 Marges de BAII combinées des services privés de télévision traditionnelle et des services facultatifs 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

iii Disponibilité des services de télévision et de vidéo

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.

Diagramme 4.2.1 Sources de programmation et plateformes

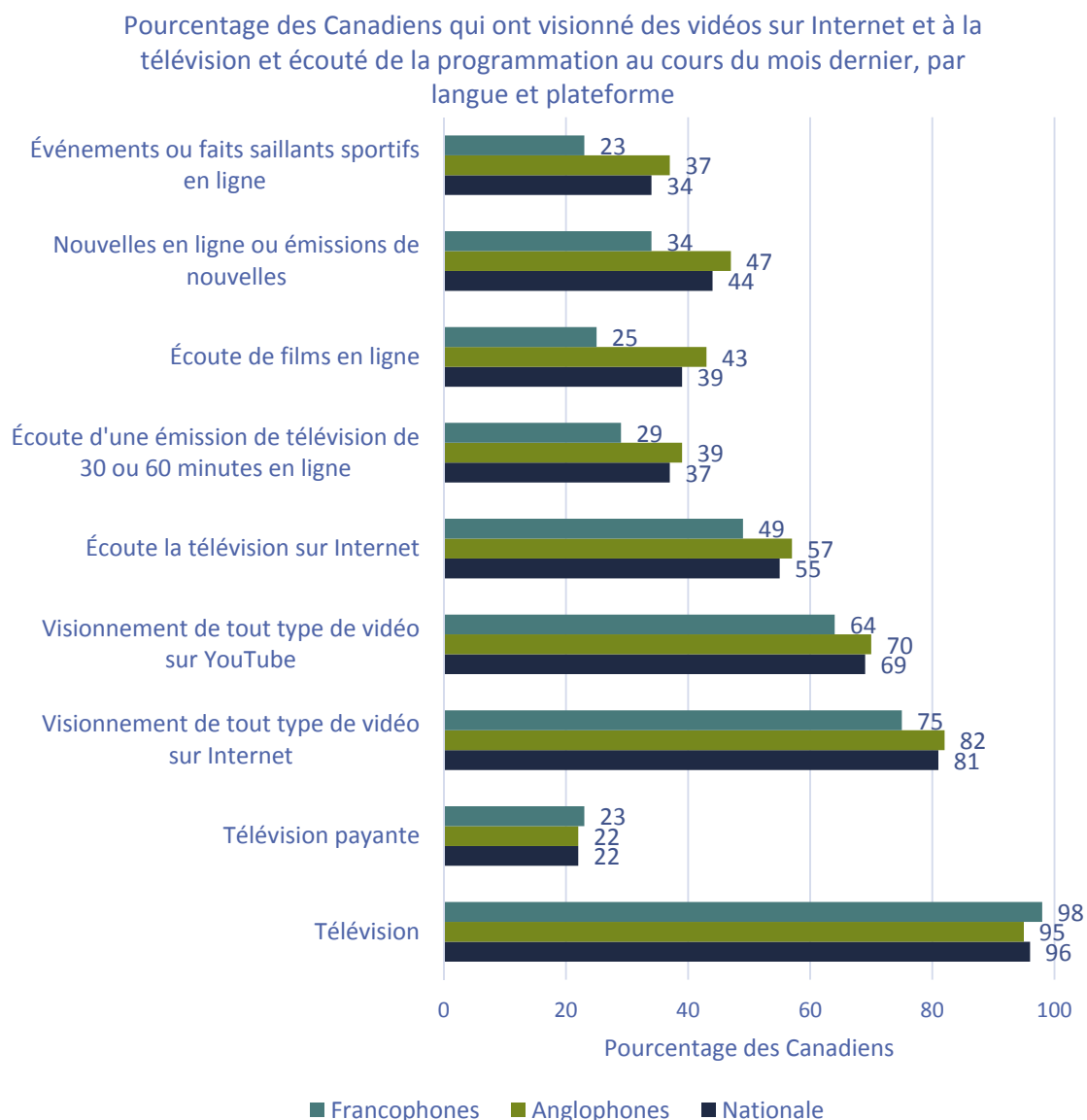
Sources de programmation et plateformes



Pour les graphiques et tableaux dont la source est l'Observateur des technologies médias (OTM), veuillez noter :

- « 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, par langue et plateforme



Source : OTM, 2015 (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

Catégorie	Sous-catégorie	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
		2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
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	7	0	0	0	0	8	7
	Éducatifs	4	4	3	3	0	0	7	7
Services canadiens facultatifs	Services spécialisés de catégorie A	44	44	16	16	5	5	65	65
	Services spécialisés de catégorie B	77	78	10	10	35	33	122	121
	Services spécialisés de catégorie C	8	5	5	4	0	0	3	9
	Services payants	7	7	2	2	0	0	9	9
	Services de TVC (par SRD et terrestres)	10	12	0	0	0	0	10	12
	Services de VSD	23	20	1	1	0	0	24	21
Autres services canadiens	Canaux communautaires	11	11	2	4	0	0	13	15
	Chambre des Communes (CPAC)	1	1	1	1	0	0	2	2
Services non canadiens	Tous les services	120	128	11	22	141	149	272	299
Total	Total	391	395	84	96	187	193	662	684

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.

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, 2015

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	7	11	1	0	0	1	8	12
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	11	20	0	1	12	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	2	0	0	0	0	0	2	0
Canada	29	71	19	20	0	6	48	97

Source : Base de données interne du CRTC

À l'échelle du pays, les Canadiens ont accès à 97 services de télévision traditionnelle privés et à 48 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).

iv Mesures de 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.

Sauf avis contraire, toutes les mesures d'auditoire fournies par Numeris ont été recueillies par des audimètres portatifs sans fil (PPM) et non pas par des cahiers d'écoute;

Les données de Numéris 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;

Numéris a choisi les saisons de télévision suivantes :

- 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;
- 1^{er} septembre 2014 au 30 août 2015, toutes personnes de 2 ans et +, lundi au dimanche, 2 h à 2 h.

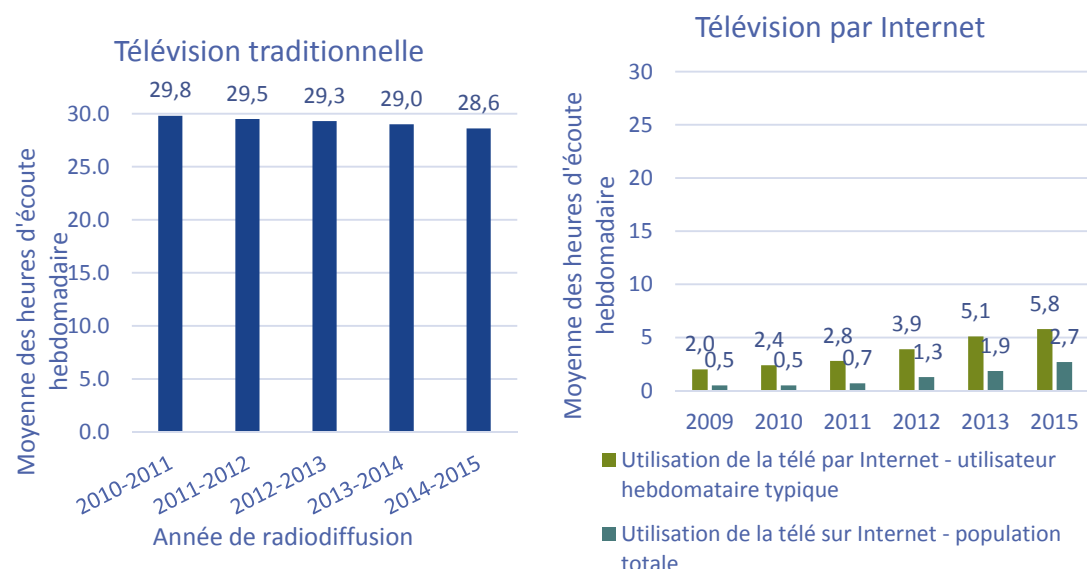
Selon l'Observateur des technologies médias (OTM) dont sont tirés ces tableaux et graphiques :

- « 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.

Précisions au sujet des tableaux contenant des données sur les groupes de propriété :

- *Dans les cas où des transactions liées à la propriété s'opéraient au moment de la collecte des données, la propriété a été déterminée en fonction de la date de la décision d'autorisation plutôt qu'en fonction de la date de clôture de la transaction.*
- *Les pourcentages d'écoute pour l'ensemble de la saison de télévision sont attribués au groupe de propriété détenant plus de 50 % des droits de vote directs et indirects au 31 décembre de chaque année.*

Graphique 4.2.15 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens (années de radiodiffusion 2010-2011 à 2014-2015) et de la télévision par Internet (de 2009 à 2015)



Source : Numeris, 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.

Tandis que les heures d'écoute hebdomadaires de la télévision traditionnelle ont baissé d'environ une heure au cours des cinq dernières années, celles de la télévision par Internet ont augmenté d'environ deux heures au sein de l'ensemble de la population et d'environ quatre heures dans le cas des utilisateurs typiques au cours de la même période.

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

Groupe d'âge	Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle					Croissance (%) 2013-14 à 2014-15
	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	
Tous auditeurs 2 ans et +	28,5	28,2	27,9	27,4	27,2	-0,7
Enfants 2 à 11 ans	22,7	22,2	21,6	20,6	21,4	3,9
Adolescents 12 à 17 ans	22,4	22,7	21,0	19,9	18,8	-5,5
18 à 34 ans	23,0	22,8	21,9	20,6	19,7	-4,4
35 à 49 ans	25,3	24,8	24,7	24,0	23,6	-1,7
50 à 64 ans	33,6	33,1	33,2	33,4	33,0	-1,2
65 ans et +	42,2	41,9	41,5	41,8	42,0	0,5

Source : Numeris

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 enfants de 2 à 11 ans et 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 de langue française du Québec

Catégorie	Sous-catégorie	Part d'écoute (%)					Croissance (%) 2013-14 à 2014-15
		2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014	2014- 2015	
Services canadiens de langue anglaise	SRC	6,4	5,5	5,1	6,9	5,2	-24,6
	Traditionnels privés	25,0	25,6	24,9	25,3	26,1	3,2
	Services facultatifs et sur demande	49,3	49,6	51,1	50,3	52,0	3,4
	Autres services	2,3	2,2	2,3	2,0	2,3	15,0
	Total des services	83,0	82,8	83,4	84,5	85,6	1,3
Services canadiens de langue française	SRC	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0
	Traditionnels privés	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0
	Télé-Québec	0	0	0	0	0	s.o.
	Services facultatifs et sur demande	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	-25,0
	Total des services	0,8	0,8	0,7	0,6	0,5	-16,7
Services canadiens d'autres langues	Traditionnels privés	1,3	1,1	0,9	0,6	0,4	-33,3
	Facultatifs	1,2	1,0	0,9	1,0	0,9	-10,0
	APTN	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0
	Total des services	2,6	2,3	2,0	1,8	1,5	-16,7
Total des services canadiens	Services communautaires	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0
	VSD/TVC	0	0	0	0	0	s.o.
	Total des services	86,7	86,1	86,4	87,2	87,9	0,8
Services non canadiens	Traditionnels des É-U	5,3	5,4	5,0	4,5	4,8	6,7
	Facultatifs des É-U	8,0	8,5	8,8	8,0	7,2	-10,0
	Internationaux	0	0	0	0	0,1	s.o.
	Total des services	13,3	13,9	13,7	12,5	12,1	-3,2
Tous les services	Total des heures (millions)	713,2	720,0	712,0	710,7	704,7	-0,8

Source : Numeris

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

Catégorie	Sous-catégorie	Part d'écoute (%)					Croissance (%) 2013-14 à 2014-15
		2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014	2014- 2015	
Services canadiens de langue anglaise	SRC	12,9	11,8	12,8	13,4	12,3	-8,2
	Traditionnels privés	32,3	32,0	32,4	30,8	30,5	-1,0
	Télé-Québec	3,0	2,9	3,0	3,0	3,4	13,3
	TFO	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0
	Services facultatifs et sur demande	43,8	45,8	44,7	45,0	45,8	1,8
	Total des services	92,2	92,7	93,0	92,5	92,3	-0,2
Services canadiens de langue française	SRC	0,5	0,6	0,4	0,8	0,6	-25,0
	Traditionnels privés	1,9	1,7	1,7	1,7	1,9	11,8
	Services facultatifs et sur demande	3,5	3,1	3,1	3,2	3,8	18,8
	Autres services	0	0,1	0	0	0	s.o.
	Total des services	6,0	5,5	5,2	5,7	6,3	10,5
Services canadiens d'autres langues	Traditionnels privés	0,1	0,1	0,2	0	0	s.o.
	Services facultatifs et sur demande	0	0	0	0	0,1	s.o.
	APTN	0	0	0,1	0	0	s.o.
	Total des services	0,2	0,2	0,3	0,1	0,1	0
Total des services canadiens	Services communautaires	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0
	VSD/TVC	0	0	0	0	0	s.o.
	Total des services	98,5	98,6	98,8	98,3	98,9	0,6
Services non canadiens	Traditionnels des É-U	1,0	0,8	0,8	1,0	0,8	-20,0
	Facultatifs des É-U	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0
	Internationaux	0	0,1	0,1	0,1	0	s.o.
	Total des services	1,5	1,5	1,4	1,6	1,3	-18,8
Tous les services	Total des heures (millions)	219,5	211,3	216,5	220,3	225,5	2,4

Source : Numeris

Tableau 4.2.10 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par des services de télévision canadiens, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation

Catégorie de programmation	Mesure	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			
		2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	Heures d'écoute (M)	76,7	84,7	84,8	82,2	29,8	30,7	26,4	27,1
	% Canadien	100	100	100	99,9	98,8	98,8	98,7	98,1
	% du total	13,3	14,6	14,2	13,6	15	15	13,2	13,4
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	Heures d'écoute (M)	22,5	21,6	11,2	28,6	11,4	10,9	10,4	11,3
	% Canadien	43,8	46,9	48,2	47,6	44,6	42,9	47	48,7
	% du total	3,9	3,7	3,9	4,7	5,7	5,4	5,2	5,6
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	Heures d'écoute (M)	52,7	52,2	50,2	53,8	32,6	32,7	28,7	29
	% Canadien	55,6	56,9	59,1	56,6	91,1	91,1	91,3	89,5
	% du total	9,1	9	8,4	8,9	16,4	16	14,4	14,3
Sports (catégorie 6)	Heures d'écoute (M)	84,5	70,9	95,5	93,8	13,4	10,7	17,7	18,6
	% Canadien	72	65,9	72,9	67,3	82,1	67,8	75	70,5
	% du total	14,6	12,2	16	15,6	6,8	5,3	8,9	7,7
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	Heures d'écoute (M)	236,5	237,4	227,5	230,8	75,3	79,8	76	78,2
	% Canadien	20,1	20	19,4	19,2	29,3	29,1	28,8	29,2
	% du total	40,9	40,9	38,1	38,3	38	39,1	38,1	38,7
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	Heures d'écoute (M)	9,7	10,5	9	7,3	3,5	3,8	3,1	3,1
	% Canadien	27,4	23,8	34,6	40,9	80,8	81,5	85,4	83,5
	% du total	1,7	1,8	1,5	1,2	1,8	1,8	1,6	1,5
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	Heures d'écoute (M)	4,9	8,1	9,1	8,5	8,9	9,1	9	7,2
	% Canadien	28,8	26,7	23,6	22,5	92,5	94,1	95,4	89,3
	% du total	0,8	1,4	1,5	1,4	4,5	4,5	4,5	3,5
Divertissement général/ intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	Heures d'écoute (M)	91	94,6	97,6	97,4	23	25,9	28,1	30,4
	% Canadien	27,7	29,7	31,7	32,1	71,9	68,9	68,2	65,4
	% du total	15,7	16,3	16,3	16,2	11,6	12,7	14,1	15
Autres (catégories 12 à 15)	Heures d'écoute (M)	0	0,1	4,1	4,1	0,4	0,4	18,6	0,4
	% Canadien	98	96,4	61,5	81,1	98,2	91,6	67,8	98,3
	% du total	0	0	0	0	0,2	0,2	0	0,2
Toutes les catégories	Heures d'écoute (M)	578,6	580,1	596,8	602,5	198,2	204,1	199,5	202,3
	% Canadien	43,8	43,4	46,1	44,8	63,2	61,4	61,5	59,9

Source : Numeris

Tableau 4.2.11 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services privés de télévision traditionnelle, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation

Catégorie de programmation	Mesure	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			
		2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	Heures d'écoute (M)	35,4	36,7	37,3	34,1	9,4	10,3	9,2	9,2
	% Canadien	100	100	100	100	100	100	100	100
	% du total	20,2	21,6	22,0	19,9	14,1	14,8	13,6	13,6
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	Heures d'écoute (M)	1,0	1,5	1,8	1,8	0,3	0,3	0,2	0,4
	% Canadien	91,9	95,2	89,2	96,6	76,4	90,5	79,9	80,2
	% du total	0,6	0,9	1,1	1,0	0,4	0,4	0,4	0,6
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	Heures d'écoute (M)	11,0	10,4	10,5	11,5	15,1	14,5	12,3	12,3
	% Canadien	58,3	62,2	65,8	67,2	99,6	100	99,8	99,3
	% du total	6,3	6,1	6,2	6,7	22,5	20,8	18,3	18,2
Sports (catégorie 6)	Heures d'écoute (M)	11,6	4,6	3,8	6,8	1,3	0	0,7	0,1
	% Canadien	66,0	6,5	7,4	32,8	96,9	85,9	60,9	71,8
	% du total	6,6	2,7	2,3	4,0	2,0	0,0	0,1	0,1
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	Heures d'écoute (M)	67,1	64,9	65,3	66,4	23,7	26,9	28,4	29,4
	% Canadien	10,5	10,3	10,0	7,7	23,9	22,7	22,5	22,2
	% du total	38,3	38,1	38,6	38,8	35,3	38,7	42,2	43,5
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	Heures d'écoute (M)	6,3	7,3	5,4	3,6	1,0	0,9	0,3	0,2
	% Canadien	3,4	2,0	3,5	5,4	67,5	59,7	71,1	85,4
	% du total	3,6	4,3	3,2	2,1	1,5	1,3	0,4	0,3
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	Heures d'écoute (M)	1,8	5,0	6,0	5,5	6,2	6,6	6,9	5,3
	% Canadien	0	3,7	2,9	3,3	97,6	99,5	99,5	94,4
	% du total	1,0	2,9	3,5	3,2	9,3	9,6	10,2	7,9
Divertissement général/ intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	Heures d'écoute (M)	40,9	40,0	39,1	41,5	9,7	9,7	9,9	10,4
	% Canadien	23,7	22,9	29,0	37,7	80,2	81,5	85,9	85,5
	% du total	23,4	23,5	23,1	24,2	14,5	14,0	14,8	15,4
Autres (catégories 12 à 15)	Heures d'écoute (M)	0	0	0	0,3	0,4	0,3	0	0,4
	% Canadien	0	0	0	95,3	100	100	0	100
	% du total	0	0	0	0	0,6	0,5	0	0,5
Toutes les catégories	Heures d'écoute (M)	175,0	170,1	169,2	171,1	67,1	69,4	67,2	67,6
	% Canadien	38,5	35,9	38,0	39,1	69,3	66,9	64,9	63,2

Source : Numeris

Tableau 4.2.12 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services traditionnels de la SRC, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation

Catégorie de programmation	Mesure	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			
		2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	Heures d'écoute (M)	6,6	7,1	7,2	7,3	3,8	4,4	4,1	3,9
	% Canadien	100	100	100	100	100	100	100	100
	% du total	17,2	20,4	14,9	20,9	15,4	15,9	13,9	14,0
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	Heures d'écoute (M)	1,5	1,6	1,3	1,6	0,3	0,3	0,3	0,4
	% Canadien	96,1	96,6	98,4	89,8	98,8	93,0	98,7	97,7
	% du total	3,8	4,7	2,8	4,2	1,2	1,1	1,0	1,4
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	Heures d'écoute (M)	2,2	2,9	2,1	2,3	4,0	3,6	2,8	3,0
	% Canadien	100	99,9	100	100	100	99,9	99,9	100
	% du total	5,6	8,3	4,3	6,5	16,0	12,9	9,6	11,0
Sports (catégorie 6)	Heures d'écoute (M)	11,5	9,9	25,4	10,8	0,2	0,3	2,9	0,4
	% Canadien	99,9	100	100	100	99,6	100	99,9	100
	% du total	29,6	28,3	52,6	30,8	1,0	1,0	9,7	1,3
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	Heures d'écoute (M)	11,5	9,4	8,6	10,9	7,4	9,0	8,4	9,6
	% Canadien	42,6	54,1	56,0	63,4	73,1	70,0	70,0	66,0
	% du total	29,6	26,9	17,8	31,1	29,7	32,4	28,6	34,9
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	Heures d'écoute (M)	0,2	0,1	0,1	0,1	1,1	1,4	1,5	1,5
	% Canadien	36,2	100	100	51,1	99,4	100	100	100
	% du total	0,5	0,2	0,2	0,4	4,4	5,1	5,1	5,4
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	Heures d'écoute (M)	2,5	0,2	0	0,2	1,8	1,7	1,5	1,2
	% Canadien	0	0	0	100	100	100	100	100
	% du total	6,6	0,5	0	0,4	7,3	6,2	5,1	4,2
Divertissement général/ intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	Heures d'écoute (M)	2,8	3,7	3,6	2,0	6,2	7,0	7,9	7,7
	% Canadien	99,6	99,5	99,6	98,9	100	100	100	100
	% du total	7,2	10,6	7,4	5,6	25,0	25,3	26,9	27,8
Autres (catégories 12 à 15)	Heures d'écoute (M)	0	0	2,2	0	0	0,0	0,3	0,0
	% Canadien	0	0	100	100	100	100	100	100
	% du total	0	0	0	0	0	0	0	0
Toutes les catégories	Heures d'écoute (M)	38,8	35,0	48,3	35,0	24,8	27,6	29,5	27,6
	% Canadien	75,9	86,9	92,1	87,9	92,0	90,2	91,4	88,1

Source: Numeris

Tableau 4.2.13 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire d'émissions canadiennes distribuées par les services canadiens facultatifs, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation

Catégorie de programmation	Mesure	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			
		2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	Heures d'écoute (M)	35,1	41,2	40,3	40,8	16,5	16,0	13,1	13,1
	% Canadien	100	100	99,9	99,8	97,8	97,7	97,5	96,3
	% du total	9,8	11,2	10,6	10,3	16,5	15,9	12,8	14,0
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	Heures d'écoute (M)	17,6	16,0	20,0	25,4	10,3	9,8	9,9	9,8
	% Canadien	39,0	41,0	41,1	41,8	43,1	41,2	44,6	45,6
	% du total	4,9	4,3	5,3	6,4	10,3	9,7	9,6	10,5
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	Heures d'écoute (M)	37,1	36,6	37,6	40,0	12,4	13,5	13,6	12,8
	% Canadien	51,4	51,2	55,0	51,0	78,5	79,4	81,7	78,5
	% du total	10,3	9,9	9,9	10,1	12,4	13,4	13,3	13,7
Sports (catégorie 6)	Heures d'écoute (M)	61,5	56,5	66,3	76,2	11,9	10,4	14,8	14,2
	% Canadien	67,9	64,7	66,3	65,7	80,1	66,9	70,2	69,8
	% du total	17,1	15,3	17,5	19,2	11,8	10,4	14,4	15,2
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	Heures d'écoute (M)	154,9	159,1	153,6	153,6	40,5	40,2	39,2	36,6
	% Canadien	22,1	21,7	21,3	21,0	22,9	23,5	24,5	25,4
	% du total	43,0	43,2	40,5	38,7	40,4	40,0	38,1	39,2
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	Heures d'écoute (M)	3,2	3,1	3,5	3,6	1,1	1,3	1,3	1,3
	% Canadien	74,1	73,6	81,3	75,7	69,6	72,8	71,8	65,2
	% du total	0,9	0,8	0,9	0,9	1,1	1,3	1,3	1,4
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	Heures d'écoute (M)	2,0	3,2	3,1	2,9	0,8	0,6	0,6	0,7
	% Canadien	69,9	62,4	63,0	55,2	32,1	15,9	35,8	32,8
	% du total	0,6	0,9	0,8	0,7	0,8	0,6	0,6	0,7
Divertissement général/ intérêt général/télé-réalité (catégorie 11)	Heures d'écoute (M)	48,7	53,1	54,8	54,0	6,8	8,7	10,2	11,5
	% Canadien	26,1	28,7	29,1	25,3	32,9	28,0	26,4	27,1
	% du total	13,5	14,4	14,5	13,6	6,7	8,7	9,9	12,3
Autres (catégories 12 à 15)	Heures d'écoute (M)	0	0	0,2	0	0	0	0,2	0
	% Canadien	0	0	16,7	4,8	56,6	33,3	62,0	77,8
	% du total	0	0	0	0	0	0	0	0
Toutes les catégories	Heures d'écoute (M)	360,1	368,8	379,3	396,3	100,2	100,5	102,8	107,1
	% Canadien	42,6	42,6	43,9	43,4	52,2	50,0	50,8	50,5

Source : Numeris

Tableau 4.2.14 Part d'écoute des services canadiens de langue anglaise et de langue française, par groupe de propriété l'ensemble du Canada, sauf le marché de langue française du Québec

Propriétaire	Langue	Part d'écoute (%)								
		2012-2013			2013-2014			2014-2015		
		Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total
BCE	Total	15,4	22,9	38,3	15,6	19,9	35,5	16,5	20,1	36,6
	Français	15,4	22,7	38,1	15,6	19,7	35,2	16,5	19,9	36,4
	Anglais	-	0,2	0,2	-	0,3	0,3	-	0,2	0,2
Shaw	Total	8,5	15	23,5	8,3	14,3	22,6	8,6	15,2	23,8
	Français	8,5	15	23,5	8,3	14,3	22,6	8,6	15,2	23,8
	Anglais	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corus	Total	0,3	12,8	13,1	1,7	11,7	13,3	1,6	11,3	12,9
	Français	0,3	12,8	13,1	1,7	11,6	13,2	1,6	11,2	12,8
	Anglais	-	0	0	-	0,1	0,1	-	0,1	0,1
Rogers	Total	4,6	4,7	9,3	4,5	5,2	9,7	4,4	6	10,4
	Français	4,6	4,7	9,3	4,5	5,2	9,7	4,4	6	10,4
	Anglais	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CBC-SRC	Total	6,0	1,8	7,8	8,1	1,8	9,9	6,1	1,9	8,0
	Français	5,9	1,8	7,6	8,0	1,8	9,7	5,9	1,8	7,8
	Anglais	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0	0,2

Source : Numeris

Tableau 4.2.15 Part d'écoute des services canadiens de langue anglaise et de langue française, par groupe de propriété en marché de langue française du Québec

Propriétaire	Langue	Part d'écoute (%)								
		2012-2013			2013-2014			2014-2015		
		Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total
Québecor	Total	24,4	8,6	32,9	23,4	8,7	32,1	23,3	11,2	34,5
	Français	24,4	8,6	32,9	23,4	8,7	32,1	23,3	11,2	34,5
	Anglais	0	0	0	0	0	0	-	-	-
BCE	Total	0,9	21,9	22,8	0,8	21,3	22,1	1	19,8	20,8
	Français	-	20,3	20,3	-	19,8	19,8	-	18,3	18,3
	Anglais	0,9	1,6	2,5	0,8	1,5	2,3	1	1,4	2,4
SRC-CBC	Total	13,4	5,1	18,5	14,4	4,9	19,3	13,1	4,6	17,7
	Français	13,0	5,0	18,0	13,6	4,8	18,5	12,4	4,5	17,0
	Anglais	0,4	0,1	0,5	0,8	0,1	0,8	0,6	0,1	0,7
Remstar	Total	8,6	-	8,6	8	0,9	9	7,8	0,9	8,7
	Français	8,6	-	8,6	8	0,9	9	7,8	0,9	8,7
	Anglais	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corus	Total	-	-	-	-	8	8	0	7,8	7,8
	Français	-	-	-	0	7,7	7,7	-	7,4	7,4
	Anglais	-	-	-	-	0,3	0,3	0	0,4	0,4

Source : Numeris

Dans les tableaux 4.2.14 et 4.2.15:

- 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 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.

Tableau 4.2.16 Total des heures d'écoute (millions) par marché

Marché	Total des heures (millions)								
	2012-2013			2013-2014			2014-2015		
	Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total	Traditionnelle	Facultatifs	Total
Canada (sauf le marché de langue française du Québec)	237,5	368,3	605,8	238,1	362,5	600,7	229,8	369,5	599,3
Marché de langue française (Québec)	109,3	103,6	212,8	109,7	106,1	215,7	109,7	111,5	221,2

Source: Numeris

Ce tableau présente l'écoute totale par marché. 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).

v 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 45 cents par dollar de revenu au soutien de la programmation canadienne au cours de l'année de radiodiffusion 2014-2015. Les dépenses en émissions canadiennes (DÉC) ont atteint 3 milliards de dollars, dont 15 % ont été consacrés aux émissions d'intérêt national (ÉIN).

Les dépenses stations de télévision traditionnelle privée en émissions non-canadiennes ont diminué de 60,9 M\$ (-8,5 %), pour se situer à 656,1 M\$ en 2015.

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.

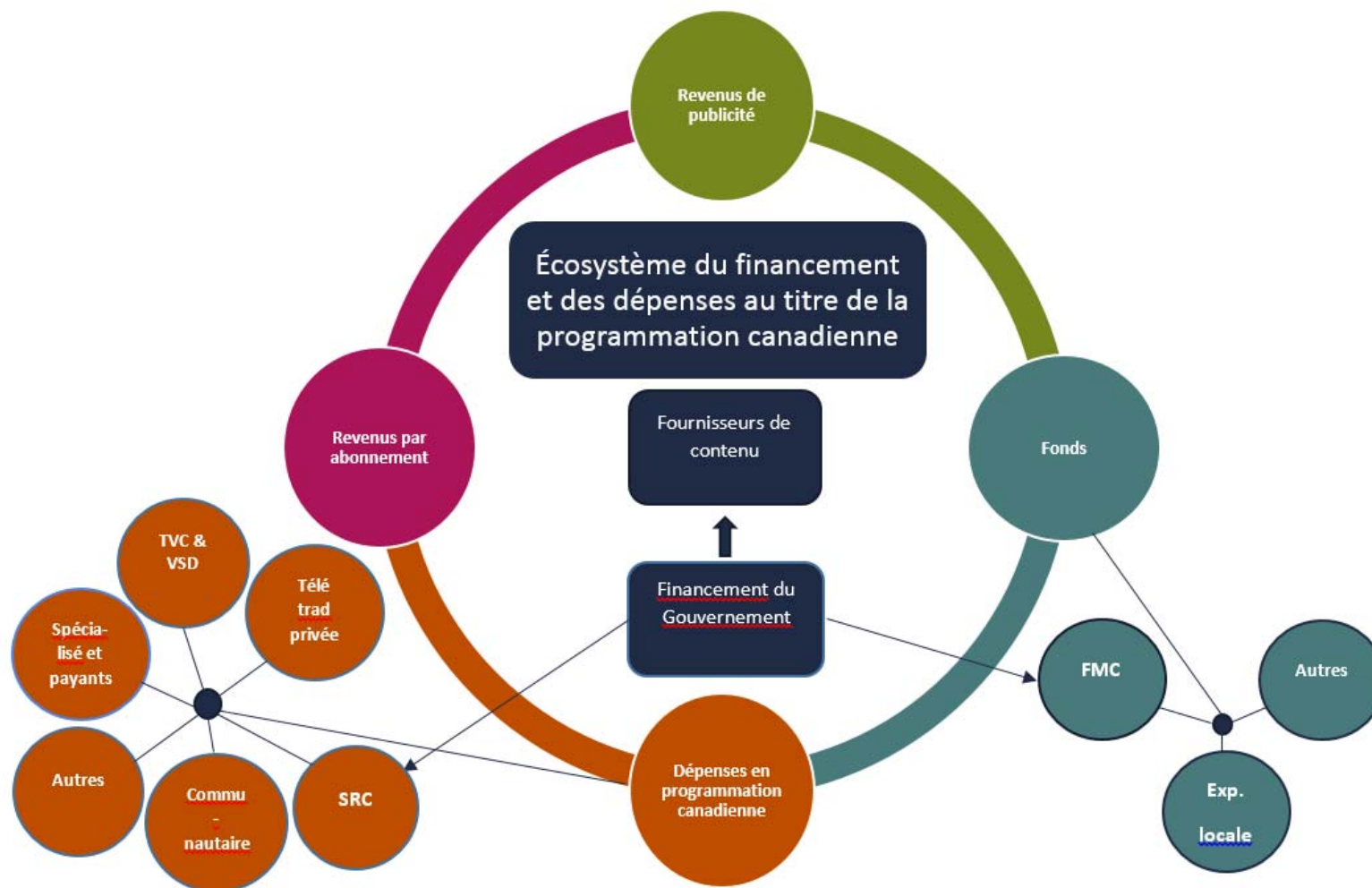
Aux fins du présent rapport, les dépenses au titre des ÉIN comprennent les dépenses au soutien de l'un ou l'autre de ces genres d'émissions :

- 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 données présentées dans cette section incluent toutes les dépenses en ÉIN rapportées par les entreprises de radiodiffusion nonobstant s'ils ont des conditions de licence relatives aux 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.

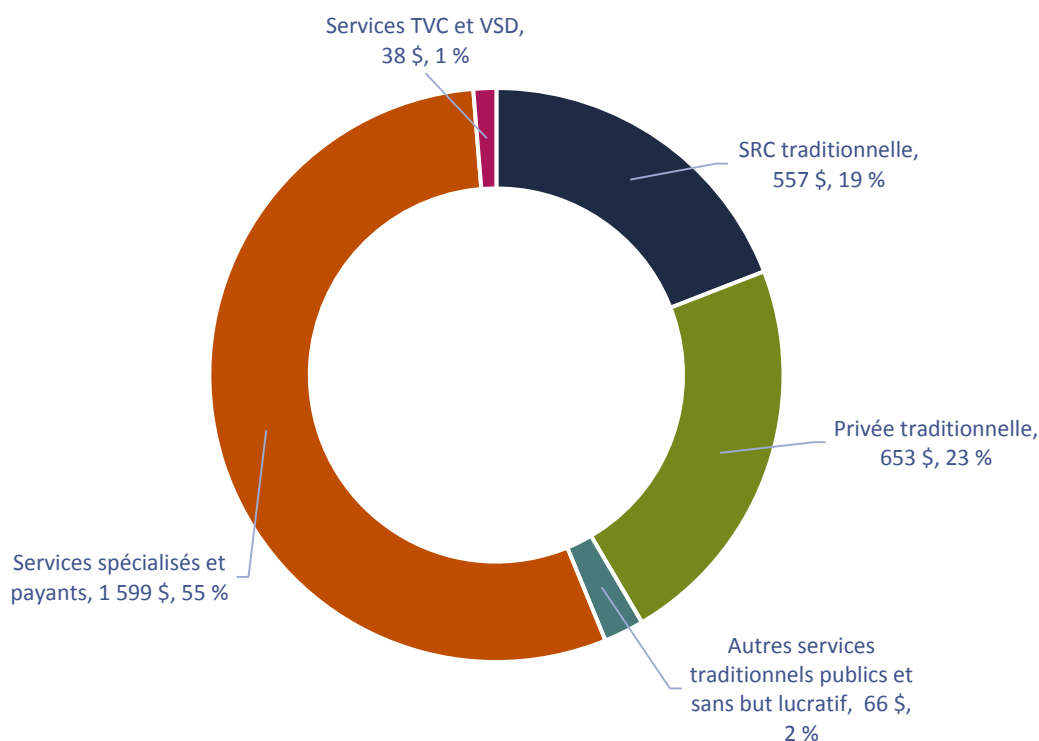
Diagramme 4.2.2 Écosystème du financement au titre de la programmation canadienne



Ce tableau donne un aperçu des principales sources de financement de programmes de télévision au Canada.

Graphique 4.2.16 DÉC de télévision, par type de service, 2015 (millions \$)

DÉC de télévision, par type de service, 2015 (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

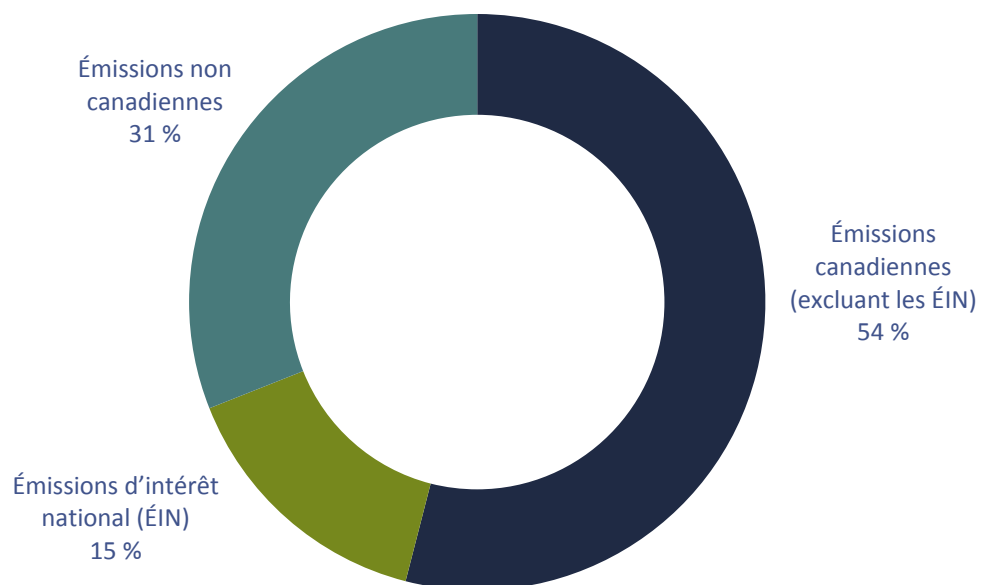
Ce graphique présente les sommes et le pourcentage des DÉC que les radiodiffuseurs ont consacrés à la programmation canadienne, par type de service. Environ la moitié de ces dépenses ont été consacrées aux services payants et spécialisés.

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.

En 2015, les services facultatifs et les services sur demande (spécialisés, payants, télévision à la carte et vidéo sur demande) ont versé 1 637 millions de dollars en dépenses en émissions canadiennes (DÉC), soit une augmentation de 147,1 millions de dollars (9 %) par rapport à 2014. Par le passé, les services spécialisés représentaient au moins la moitié des dépenses en DÉC.

Graphique 4.2.17 Dépenses en émissions de télévision (4,2 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes, 2015

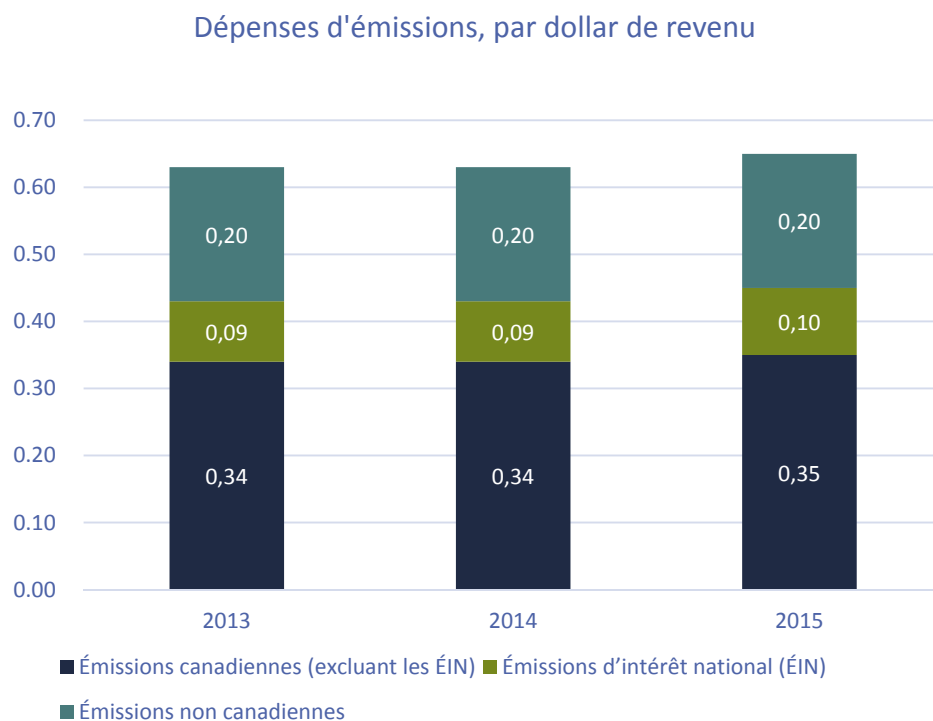
Dépenses en émissions de télévision (4,2 milliards de dollars au total), ÉIN c. émissions canadiennes c. émissions non canadiennes, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique à secteurs présente les pourcentages des dépenses que les radiodiffuseurs ont consacrées 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.

Graphique 4.2.18 Dépenses en émissions par dollar de revenu



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique présente les montants que les radiodiffuseurs ont consacrés 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 2015, ils ont dépensé 35 cents au titre des émissions canadiennes (sauf les ÉIN), 10 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 4.2.17 Dépenses au titre des ÉIN, par type de service et par catégorie d'émission (millions \$)

Service	Catégorie d'émission	Dépenses en ÉIN (millions \$)			Croissance (%) 2014-2015	Dépenses en ÉIN 2015 exprimées en pourcentage du total (%)
		2013	2014	2015		
Télévision traditionnelle privée	Documentaires de longue durée	7,9	6,3	7,3	15,9	1,2
	Émissions dramatiques	66,0	65,8	55,3	-16,0	8,9
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	21,0	17,5	12,6	-28,0	2,0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	2,6	2,3	1,1	-52,2	0,2
	Total des dépenses en ÉIN	97,5	91,9	76,3	-17,0	12,3
SRC télévision traditionnelle	Documentaires de longue durée	30,9	22,3	38,2	71,3	6,2
	Émissions dramatiques	153,5	136,9	157,1	14,8	25,3
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,3	20,4	21,3	4,4	3,4
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,1	3,1	3,6	16,1	0,6
	Total des dépenses en ÉIN	202,8	182,7	220,2	20,5	35,5
Services facultatifs	Documentaires de longue durée	112,3	107,4	113,3	5,5	18,2
	Émissions dramatiques	200,5	224,1	194,3	-13,3	31,3
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	12,0	11,3	10,1	-10,6	1,6
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	4,9	6,3	6,9	9,5	1,1
	Total des dépenses en ÉIN	329,7	349,1	324,6	-7,0	52,6
Total	Documentaires de longue durée	151,1	136	158,8	16,8	25,6
	Émissions dramatiques	420	424	406,7	-4,1	65,5
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	49,3	49,3	44	-10,8	7,1
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	10,6	11,7	11,3	-3,4	1,8
	Total des dépenses en ÉIN	630	623,7	621,1	-0,4	100

Sources : Divulgaration 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 4.2.18 Dépenses au titre des ÉIN par la SRC et les grands groupes privés de propriété (millions \$)

Groupe de propriété	Catégorie d'émission	Dépenses en ÉIN (millions \$)			Croissance (%) 2014-2015	Dépenses en ÉIN 2015 exprimées en pourcentage du total (%)
		2013	2014	2015		
SRC télévision traditionnelle	Documentaires de longue durée	30,9	22,3	38,2	71,3	6,2
	Émissions dramatiques	153,5	136,9	157,1	14,8	25,3
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	15,3	20,4	21,3	4,4	3,4
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	3,1	3,1	3,6	16,1	0,6
	Total des dépenses en ÉIN	202,8	182,7	220,2	20,5	35,5
BCE	Documentaires de longue durée	43,2	47,0	54,9	16,8	8,8
	Émissions dramatiques	99,1	96,2	77,3	-19,6	12,4
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0,7	0,0	0,1
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	7,3	8,3	7,1	-14,5	1,1
	Total des dépenses en ÉIN	149,7	151,5	140	-7,6	22,5
Shaw	Documentaires de longue durée	34,5	27,3	23,4	-14,3	3,8
	Émissions dramatiques	33,7	25,9	26,3	1,5	4,2
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Total des dépenses en ÉIN	68,3	53,3	49,7	-6,8	8,0
Corus	Documentaires de longue durée	5,0	5,8	6,4	10,3	1,0
	Émissions dramatiques	36,8	71,7	91,2	27,2	14,7
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Total des dépenses en	41,8	77,5	97,6	25,9	15,7
Rogers	Documentaires de longue durée	4,6	2,8	4,1	46,4	0,7
	Émissions dramatiques	5,8	7,2	9,5	31,9	1,5
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	0	0	0	0,0	0,0
	Total des dépenses en	10,4	10,0	13,6	36,0	2,2
Total	Documentaires de longue durée	151,1	136	158,8	16,8	25,6
	Émissions dramatiques	420	424	406,7	-4,1	65,5
	Musique, danse et variétés (en langue française seulement)	49,3	49,3	44	-10,8	7,1
	Remises de prix (en langue anglaise seulement)	10,6	11,7	11,3	-3,4	1,8
	Total des dépenses en ÉIN	630	623,7	621,1	-0,4	100

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

Tableau 4.2.19 DÉC des secteurs de langue anglaise et de langue française des services de télévision traditionnelle de la SRC, par catégorie d'émission (milliers \$)

Catégorie d'émission	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	191 924	196 688	212 876	207 331	190 937	-7,9
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	39 242	36 042	30 867	22 337	28 471	27,5
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	59 292	67 446	63 744	62 792	50 651	-19,3
Sports (catégorie 6)	157 190	158 698	127 730	258 029	35 940	-86,1
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	141 049	158 420	153 529	136 895	158 544	15,8
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	12 912	26 120	27 635	27 278	29 347	7,6
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	11 900	16 217	12 933	9 300	5 449	-41,4
Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11)	94 059	73 063	70 337	64 807	56 742	-12,4
Intérêt général	s.o.	s.o.	58 411	49 545	44 785	-9,6
Remises de prix	s.o.	s.o.	7 467	7 725	8 008	3,7
Télé réalité	s.o.	s.o.	4 460	7 537	3 949	-47,6
Autres (catégories 12 à 15)	2 203	941	1 139	1 011	1 102	9,0
Total (catégories 1 à 15)	709 769	733 635	700 793	789 782	557 183	-29,5

Source : Données recueillies par le CRTC

À noter que ces montants englobent les dépenses associées à la diffusion des émissions de télévision, à 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. Le classement Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013.

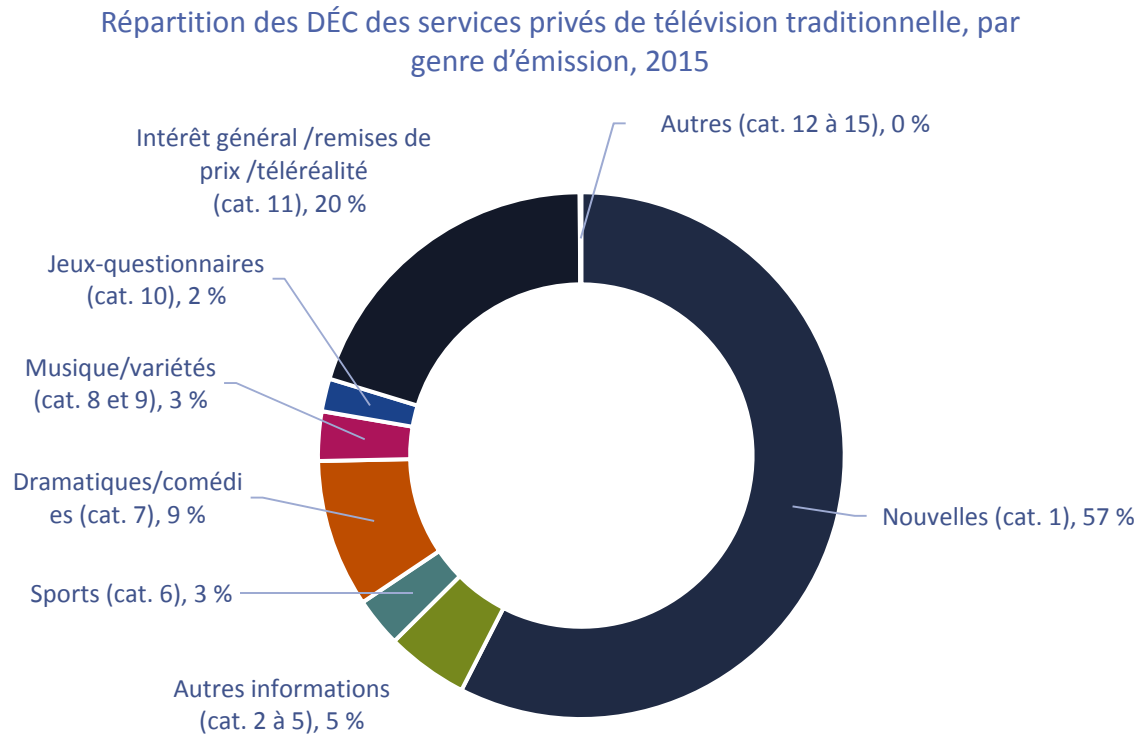
Tableau 4.2.20 DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par catégorie d'émission (milliers \$)

Catégorie d'émission	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	316 922	353 646	355 287	361 050	369 570	2,4
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	s.o.	16 600	7 894	6 261	7 288	16,4
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	55 033	32 150	30 923	29 339	30 026	2,3
Sports (catégorie 6)	848	68 485	6 490	1 123	21 450	1 810,1
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	58 322	59 169	66 164	65 759	55 289	-15,9
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	33 006	30 241	24 476	22 317	17 097	-23,4
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	22 033	17 546	19 394	19 042	17 258	-9,4
Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11)	75 577	83 842	92 345	113 897	134 422	18,0
Intérêt général	s.o.	s.o.	72 953	84 669	86 737	2,4
Remises de prix	s.o.	s.o.	4 071	3 695	2 671	-27,8
Télé réalité	s.o.	s.o.	15 321	25 533	45 014	76,3
Autres (catégories 12 à 15)	1 173	905	2 444	516	361	-30,0
Total (catégories 1 à 15)	562 914	661 759	605 415	619 305	652 762	5,4

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. Le classement Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013. En 2015, les DÉC des services privés de télévision traditionnelle sont équivalentes à 37,2 % des revenus du secteur.

Graphique 4.2.19 Répartition des DÉC des services privés de télévision traditionnelle, par genre d'émission, 2015



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 2015.

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

Catégorie d'émission	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015
Nouvelles (catégorie 1)	90	57	4 631	594	703	18,4
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	s.o.	298	454	603	218	-63,8
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	16 522	15 034	9 750	10 975	20 039	82,6
Sports (catégorie 6)	17 916	17 877	20 269	19 953	28 747	44,1
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	480 114	488 652	483 024	516 267	473 296	-8,3
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	31 878	47 333	57 128	28 736	10 499	-63,5
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	11 460	5 278	5 625	8 360	8 287	-0,9
Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11)	169 059	151 234	151 044	131 529	114 346	-13,1
Intérêt général	s.o.	s.o.	90 375	72 813	66 417	-8,8
Remises de prix	s.o.	s.o.	14 173	16 152	14 493	-10,3
Télé réalité	s.o.	s.o.	46 496	42 564	33 436	-21,4
Autres (catégories 12 à 15)	1 994	51	52	2	2	0
Total (catégories 1 à 15)	729 033	725 813	731 978	717 018	656 137	-8,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Pour 2012 à 2015, 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 « Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11) » n'est disponible qu'à partir de 2013. En 2015, les dépenses en émissions non canadiennes des services privées de télévision traditionnelle sont équivalentes à 37,3 % des revenus du secteur.

De 2014 à 2015, la diminution de la programmation non canadienne était la plus importante dans la catégorie "Dramatique" qui démontre au cours de l'année une diminution 43 million (-8,3 %).

Tableau 4.2.22 Dépenses en émissions non canadiennes par les services privés de télévision traditionnelle et la SRC, par catégorie d'émission et marché linguistique (milliers \$)

Catégorie d'émission	2014		2015		Croissance (%)	
	Langue anglaise	Langue française	Langue anglaise	Langue française	Langue anglaise	Langue française
Nouvelles (catégorie 1)	591	-	703	-	19,0	-
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	725	44	798	241	10,1	447,7
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	10 974	13	20 039	222	82,6	1 607,7
Sports (catégorie 6)	19 953	-	28 742	-	44,0	-
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	495 007	30 584	440 173	29 798	-11,1	-2,6
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	28 700	36	10 624	-	-63,0	-
Jeux-questionnaires (catégorie 10)	8 360	-	8 275	-	-1,0	-
Intérêt général/remises de prix/télé-réalité (catégorie 11)	121 678	1 785	111 429	1 484	-8,4	-14,7
Intérêt général	64 243	1 757	63 520	1 464	-1,1	-16,7
Remises de prix	16 152	-	14 493	-	-10,3	-
Télé-réalité	41 283	29	33 416	20	-19,1	-31,0
Autres (catégories 12 à 15)	2	38	2	165	0,0	334,2
Total (catégories 1 à 15)	685 989	32 520	620 786	31 909	-9,5	-1,9

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 4.2.23 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, par langue de diffusion et par catégorie d'émission (milliers \$) [Partie 1 de 2]

Langue de diffusion	Catégorie d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
		2014	2015	Croissance (%)	2014	2015	Croissance (%)
Anglais	Nombre de services ayant rapporté des dépenses	127	127	0,0	127	127	0,0
	Nouvelles (catégorie 1)	152 516	157 626	3,4	829	768	-7,4
	Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	74 625	77 118	3,3	31 725	32 897	3,7
	Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	102 077	87 927	-13,9	5 368	6 045	12,6
	Sports (catégorie 6)	452 314	498 286	10,2	88 377	103 738	17,4
	Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	134 423	89 447	-33,5	129 624	142 783	10,2
	Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	15 070	11 285	-25,1	1 414	637	-55,0
	Jeux-questionnaires (catégorie 10)	10 705	9 009	-15,8	1 154	1 056	-8,5
	Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11)	109 227	89 435	-18,1	68 762	70 603	2,7
	Intérêt général	45 617	31 189	-31,6	43 666	44 417	1,7
	Remises de prix	6 291	6 592	4,8	174	811	366,1
	Télé réalité	57 319	51 653	-9,9	24 921	25 375	1,8
	Autres (catégories 12 à 15)	21 488	46 148	114,8	1 203	10 543	776,4
	Total (catégories 1 à 15)	1 072 445	1 066 280	-0,6	328 457	369 071	12,4
Français	Nombre de services ayant rapporté des dépenses	30	29	-3,3	30	29	-3,3
	Nouvelles (catégorie 1)	80 750	74 476	-7,8	0	0	s.o.
	Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	28 391	30 808	8,5	7 238	5 489	-24,2
	Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	44 822	49 547	10,5	2 858	1 718	-39,9
	Sports (catégorie 6)	90 508	190 428	110,4	10 631	13 033	22,6
	Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	25 764	31 726	23,1	18 725	21 601	15,4
	Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	11 276	7 613	-32,5	897	514	-42,7
	Jeux-questionnaires (catégorie 10)	3 540	4 100	15,8	0	0	0
	Intérêt général/remises de prix/télé réalité (catégorie 11)	13 767	20 889	51,7	5 728	4 631	-19,2
	Intérêt général	11 227	15 204	35,4	1 176	1 145	-2,6
	Remises de prix	494	0	-100,0	10	654	6 440,0
	Télé réalité	2 046	5 685	177,9	4 542	2 832	-37,6
	Autres (catégories 12 à 15)	6 287	6 892	9,6	469	1 171	149,7
	Total (catégories 1 à 15)	305 106	416 478	36,5	46 546	48 157	3,5

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.2.24 DÉC et dépenses en émissions non canadiennes rapportées par les services spécialisés, par langue de diffusion et par catégorie d'émission (milliers \$) [Partie 2 de 2]

Langue de services	Catégorie d'émission	DÉC			Dépenses en émissions non canadiennes		
		2014	2015	Croissance (%)	2014	2015	Croissance (%)
Langue tierce	Nombre de services ayant rapporté des dépenses	40	39	-2,5	40	39	-2,5
	Nouvelles (catégorie 1)	3 920	3 978	1,7	1 525	1 493	-2,1
	Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))	1 518	2 138	40,8	0	74	s.o.
	Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))	2 671	2 792	4,5	554	445	-19,7
	Sports (catégorie 6)	1 249	749	-40,0	1 241	900	-27,5
	Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)	3 256	3 021	-7,2	6 089	6 838	12,3
	Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)	6 559	5 244	-20,0	1 302	1 046	-19,7
	Jeux-questionnaires (catégorie 10)	705	499	-29,2	2 602	930	-64,3
	Intérêt général/remises de prix/télé-réalité (catégorie 11)	4 505	4 175	-7,3	2 057	4 265	107,3
	Intérêt général	4 241	3 902	-8,0	2 057	4 265	107,3
	Remises de prix	264	272	3,0	0	0	0,0
	Télé-réalité	0	0	0,0	0	0	0,0
	Autres (catégories 12 à 15)	2 081	1 844	-11,4	1 048	1 003	-4,4
	Total (catégories 1 à 15)	26 463	24 450	-7,6	16 418	16 994	3,5
	Toutes les langues	Nombre de services ayant rapporté des dépenses	197	195	-1,0	197	195
Nouvelles (catégorie 1)		237 185	236 090	-0,5	2 355	2 261	-4,0
Documentaires de longue durée (catégorie 2(b))		104 534	110 065	5,3	38 963	38 459	-1,3
Autres émissions d'information (catégories 2 à 5, excluant 2(b))		149 570	140 277	-6,2	8 779	8 208	-6,5
Sports (catégorie 6)		544 071	689 462	26,7	100 248	117 672	17,4
Émissions dramatiques et comiques (catégorie 7)		163 442	124 194	-24,0	154 438	171 222	10,9
Musique, danse et variétés (catégories 8 et 9)		32 905	24 142	-26,6	3 613	2 197	-39,2
Jeux-questionnaires (catégorie 10)		14 951	13 607	-9,0	3 757	1 986	-47,1
Intérêt général/remises de prix/télé-réalité (catégorie 11)		127 499	114 499	-10,2	76 547	79 499	3,9
Intérêt général		61 085	50 297	-17,7	46 899	49 827	6,2
Remises de prix		7 050	6 864	-2,6	185	1 465	691,9
Télé-réalité		59 364	57 338	-3,4	29 463	28 207	-4,3
Autres (catégories 12 à 15)		29 856	54 885	83,8	2 721	12 717	367,4
Total (catégories 1 à 15)		1 404 014	1 507 218	7,3	391 420	434 222	10,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau (Parties 1 et 2) présente 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 tangibles et d'engagements pris lors de l'attribution de licence, mais ne tiennent pas compte des investissements complémentaires du FMC rapportés par les services payants et spécialisés.

Les DÉC ont augmenté de 103,2 millions de dollars (7,3 %) en 2015 pour atteindre 1,5 milliard de dollars. De ce montant, 254 millions de dollars ont été dépensés pour des émissions d'intérêt national (ÉIN), soit une baisse de 27,6 millions de dollars (-9,8 %) par rapport à 2014. Il convient également de noter le montant de 689,4 millions de dollars (45,7 % de l'ensemble des DÉC) dépensé en émissions de sport, qui s'est accru de 145,4 millions de dollars (26,7 %) au cours de la dernière année, notamment en raison de l'acquisition des droits de diffusion de la LNH par Roger et Groupe TVA.

Les dépenses en émissions non canadiennes (DÉ NC) ont augmenté de 43 millions de dollars (10,9 %) en 2015. Les DÉNC axées sur le sport ont connu une croissance de 17,4 millions de dollars (17,4 %).

Tableau 4.2.25 DÉC rapportées par les services de TVC et de VSD (milliers \$)

Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Total pour les services de TVC et de VSD	16 838	16 280	17 317	24 890	37 574	22,2
Nombre de services ayant rapporté des dépenses	30	26	23	24	24	-5,4

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les DÉC totales faites par les services de TVC et de VSD entre 2011 et 2015, 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 FMC 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.

Tableau 4.2.26 Données statistiques rapportées par certains services de VSD autorisés

Catégorie	Type de titres	2014	2015
Nombre de titres sur les serveurs	Titres canadiens (anglais)	29 893	36 185
	Titres canadiens (français)	16 667	18 918
	Titres canadiens (langue tierce)	42	30
	Total – Titres canadiens	46 602	55 133
	Pourcentage de tous les titres	28 %	28%
	Titres non canadiens (anglais)	94 855	120 988
	Titres non canadiens (français)	21 834	20 960
	Titres non canadiens (langue tierce)	670	1 182
	Total – Titres non canadiens	117 359	143 130
	Pourcentage de tous les titres	72 %	72%
	Total (tous les titres)	163 961	198 263
Nombre de longs métrages sur les serveurs	Titres canadiens (anglais)	4 934	3 989
	Titres canadiens (français)	1 645	1 788
	Total – Longs métrages (titres canadiens)	6 579	5 777
	Pourcentage de tous les longs métrages	10 %	10%
	Titres non canadiens (anglais)	46 108	42 959
	Titres non canadiens (français)	13 623	11 254
	Total – Longs métrages (titres non canadiens)	59 731	54 213
	Pourcentage de tous les longs métrages	90 %	90 %
Total (tous les longs métrages)	66 310	59 990	
Nombre de commandes (gratuites et payantes)	Titres canadiens (gratuits)	84 440 016	107 052 469
	Titres canadiens (payants)	9 282 531	1 481 056
	Total – Commandes (titres canadiens)	93 722 547	108 533 525
	Pourcentage de toutes les commandes	27 %	31%
	Titres non canadiens (gratuits)	164 669 690	200 866 982
	Titres non canadiens (payants)	86 545 739	37 188 170
	Total – Commandes (titres non canadiens)	251 215 429	238 055 152
	Pourcentage de toutes les commandes	73 %	69%
	Total (commandes gratuites) – Canadiens et non canadiens	249 109 706	307 919 451
	Total (commandes payantes) – Canadiens et non canadiens	95 828 270	38 669 226
	Total (commandes)	344 937 976	346 588 677
Montant remis (millions \$)	5,8	4,3	

Source : Données recueillies par le CRTC

Les données de 2014 rendent compte des chiffres provenant de 11 services de VSD autorisés et celles de 2015, des chiffres provenant de 12 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.

vi Avantages tangibles

Aucune transaction résultant en un changement de propriété ou de contrôle effectif déclenchant des avantages tangibles n'a été approuvée en 2015.

Tableau 4.2.27 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2015

Langue	Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Services de langue anglaise	Transactions	5	4	4	2	-	15
	Valeur (M\$)	2 254,0	106,0	944,4	174,3	-	3 478,7
	Avantages (M\$)	224,2	18,6	94,4	17,4	-	260,2
Services de 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 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 française.

vii Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de radiodiffusion devrait être de haute qualité. En plus du CRTC deux organismes traitent les plaintes en matière de programmation reliées aux radiodiffuseurs publics et communautaires, ainsi qu'aux entités qui ne sont pas membres du CCNR. Le CRTC 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).

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.

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

Année	Politique et décisions du CRTC	Facturation	Qualité du service /prestation	Modalités	Questions touchant l'accessibilité	Programmation	Intensité sonore	Autre
2014-2015	1 182	0	132	4	132	2 437	595	337
2015-2016	1 356	105	390	19	271	1 357	592	54

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.

En 2015-2016, le CRT a reçu 4 144 communications, une diminution de 14 % par rapport aux 4 819 communications de l'année précédente.

Tableau 4.2.29 Plaintes relatives à la programmation de la télévision reçues par le CRTC et référées au CCNR, par secteur et sujet

Secteur de marché	Type de plainte	2011-2012		2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016	
		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	30	2	30	6	15	5	24	6	19	3
	Contenu pour adultes	56	11	71	12	73	13	77	13	53	10
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	8	-	18	3	9	2	14	1	13	-
	Stéréotypes sexuels	9	-	5	1	6	-	3	-	1	-
	Insultes ou injures	217	43	233	62	164	63	171	25	113	23
	Langage vulgaire	29	3	32	8	45	7	67	15	46	7
	Violence à la télévision	76	14	54	8	61	11	68	9	37	4
Services spécialisés	Propos haineux	1	-	5	2	2	-	10	6	14	4
	Contenu pour adultes	23	12	16	9	19	10	19	7	15	3
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	2	1	3	1	-	-	2	-
	Stéréotypes sexuels	1	-	1	1	-	-	2	1	-	-
	Insultes ou injures	161	87	44	23	46	25	51	24	14	4
	Langage vulgaire	7	5	11	7	15	8	8	4	10	6
	Violence à la télévision	18	10	13	3	12	6	19	6	7	2
Services payants et de TVC	Propos haineux	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Contenu pour adultes	3	-	2	1	1	-	6	1	2	1
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Stéréotypes sexuels	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Insultes ou injures	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-
	Langage vulgaire	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
	Violence à la télévision	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-
Total	Total	639	187	537	147	472	151	542	119	346	67

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 et facultatifs. 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 des années financières 2011–2012 à 2015–2016 (1er avril au 31 mars). Entre avril 2015 et mars 2016, environ 19 % 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 4.2.30 Plaintes relatives à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et origine de programmation (2014-2015)

Catégorie	Sous-catégorie	Télé traditionnelle et spécialisée	Télé payante	Total
Langue de diffusion	Langue anglaise	508	7	515
	Langue française	104	4	108
	Langue tierce	7	0	7
	Autre	1	0	1
	Total	620	11	631
Origine de programmation	Canadienne	477	4	481
	Étrangère	110	2	112
	Autre	33	5	38
	Total	620	11	631

Source : Rapports annuels du CCNR

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.

Tableau 4.2.31 Plaintes relatives aux annonces à la télévision et numériques traitées par les NCP

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015
Total des plaintes	1 809	1 310	1 310	1 274	1 774
Plaintes portant sur des annonces à la télévision	686	559	528	500	671
% du total des plaintes reçues	38 %	43 %	40 %	39 %	38 %
Plaintes sur des annonces numériques	s.o.	280	240	289	348
% du total des plaintes reçues	s.o.	21 %	18 %	23 %	20 %

Source : Rapports de plaintes sur la publicité, NCP

viii 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 2015. L'aperçu traite des types de service qu'ils offrent, dans quelle langue et précise leur nombre d'abonnés, les revenus, les BAII et les marges de BAII.

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.
- Les points de données non-publiées sont marqués s.o.
- 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 août 2015 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 A = Service payant de catégorie A
- 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
- S.O. = Sans objet

Tableau 4.2.32 BCE – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Langue	Service	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	Bail (\$) (000)	Marge de Bail (%)
Anglais	Animal Planet	Sp. B	2 384	9 880	4 230	42,8
	Bell TV On Demand (auparavant General Interest)	VSD	s.o.	5 946	1 287	21,6
	Bell TV On Demand and Vu! (auparavant Bell)	TVC**	s.o.	34 069	4 938	14,5
	Bell TV On Demand (auparavant Vu! On Demand)	VSD	s.o.	15 258	-5 792	-38,0
	Book Television	Sp. A	524	3 948	2 584	65,5
	Bravo!	Sp. A	6 361	51 363	26 354	51,3
	Business News Network	Sp. A	5 997	29 685	11 155	37,6
	CablePulse 24	Sp. A	3 536	30 543	6 635	21,7
	Comedy Gold	Sp. B	776	4 477	2 936	65,6
	CTV News Channel	Sp. C	7 942	26 570	10 150	38,2
	Discovery Channel	Sp. A	7 202	97 372	23 402	24,0
	Discovery Science	Sp. B	1 648	5 857	1 509	25,8
	Discovery Velocity (auparavant Discovery World)	Sp. B	1 142	24 109	13 032	54,1
	E!	Sp. A	7 069	29 596	9 282	31,4
	ESPN Classic Canada	Sp. B	557	2 131	346	16,2
	Fashion Television Channel	Sp. A	681	4 423	2 673	60,4
	Investigation Discovery	Sp. B	1 426	11 066	6 838	61,8
	Juicebox	Sp. B	114	310	240	77,4
	M3	Sp. A	5 831	19 228	2 859	14,9
	MTV Canada	Sp. A	5 800	18 704	-660	-3,5
	MTV2 Canada	Sp. A	1 029	5 531	2 611	47,2
	MuchLoud	Sp. B	111	260	163	62,7
	Much (auparavant MuchMusic)	Sp. A	9 049	34 907	4 034	11,6
	MuchRetro (auparavant MuchMoreRetro)	Sp. B	247	635	466	73,4
	MuchVibe	Sp. B	126	320	204	63,8
	Northwestel VOD	VSD	s.o.	867	-353	-40,7
	Space	Sp. A	6 097	54 940	28 472	51,8
	The Comedy Network	Sp. A	5 418	56 594	30 010	53,0
	The Movie Network	Pay A	1 133	120 564	4 105	3,4
	The Movie Network Encore	Pay A	1 225	20 374	11 742	57,6
The Sports Network (TSN)	Sp. C	8 798	442 840	116 227	26,2	
Viewer's Choice Canada	TVC**	0	332	46	13,9	
Français	Câblevision du Nord de Québec inc.	VSD	s.o.	412	-3	-0,7
	Canal D	Sp. A	2 489	41 666	18 611	44,7
	Canal D Investigation	Sp. B	534	4 420	-641	-14,5
	Canal Vie	Sp. A	2 232	45 664	16 510	36,2
	CINÉPOP	Pay B	1 241	11 340	6 264	55,2
	Le Réseau des Sports (RDS)	Sp. C	3 149	162 477	19 298	11,9
	RDS Info	Sp. A	1 117	6 856	-4 831	-70,5
	Super Écran	Pay A	617	61 402	15 332	25,0
	VRAK.TV	Sp. A	2 108	26 127	6 206	23,8
	Ztélé	Sp. A	1 880	25 560	7 162	28,0

Sources : Registres de propriété du CRTC et données recueillies par le CRTC
 Viewer's Choice Canada a cessé ses activités le 30 septembre 2014.

Tableau 4.2.33 SRC – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Langue	Service	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Anglais	CBC News Network	Sp. C	11 173	87 952	7 839	8,9
	Documentary	Sp. A	2 647	6 645	1 012	15,2
Français	ARTV	Sp. A	1 792	13 601	-1 064	-7,8
	EXPLORA	Sp. B	s.o.	5 020	s.o.	s.o.
	RDI	Sp. C	10 854	54 270	1 392	2,6

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

Tableau 4.2.34 Cogeco – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Service	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Cogeco On Demand/Cogeco Sur Demande	VSD	s.o.	15 074	2 779	18,4

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

Tableau 4.2.35 Corus – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Langue	Service	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Anglais	ABC Spark	Sp. B	s.o.	11 758	s.o.	s.o.
	Cartoon Network	Sp. B	s.o.	3 438	s.o.	s.o.
	CMT Canada	Sp. A	9 949	19 896	3 458	17,4
	Cosmopolitan TV	Sp. B	s.o.	8 606	s.o.	s.o.
	Encore Avenue	Pay A	1 997	18 389	10 885	59,2
	EuroWorld SPORT	Sp. B	s.o.	21	s.o.	s.o.
	Movie Central	Pay A	886	81 734	-6 821	-8,3
	Nickelodeon	Sp. B	s.o.	5 818	s.o.	s.o.
	OWN	Sp. A	6 067	28 601	4 087	14,3
	Sundance Channel	Sp. B	s.o.	4 709	s.o.	s.o.
	TELETOON Network (auparavant TELETOON Retro)	Sp. B	s.o.	6 662	s.o.	s.o.
	TELETOON/TÉLÉTOON	Sp. A	8 340	69 453	20 949	30,2
	TreeHouse TV	Sp. A	8 169	13 841	1 681	12,1
	W Movies	Sp. B	s.o.	7 012	s.o.	s.o.
	W Network	Sp. A	7 692	79 862	36 211	45,3
YTV	Sp. A	11 118	73 411	30 788	41,9	
Français	Historia	Sp. A	1 435	20 351	12 706	62,4
	Séries+	Sp. A	1 435	29 838	17 958	60,2
	La chaîne Disney (auparavant TÉLÉTOON Rétro)	Sp. B	s.o.	1 621	s.o.	s.o.
Langues-tierces	Mediaset Italia	Sp. B	s.o.	1 778	s.o.	s.o.
	Sky TG24 Canada	Sp. B	s.o.	233	s.o.	s.o.
	Telebimbi	Sp. B	s.o.	1	s.o.	s.o.
	Teletatino	Sp. A	4 158	14 799	5 967	40,3
	Teleniños	Sp. B	s.o.	32	s.o.	s.o.
	Univision Canada	Sp. B	s.o.	1 424	s.o.	s.o.

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

Movie Central et Encore Avenue ont cessé leurs activités le 1^{er} mars 2016.

Tableau 4.2.36 Québecor – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Langue	Service	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Français	addikTV	Sp. A	1 358	12 132	1 877	15,5
	ARGENT	Sp. A	502	2 170	-475	-21,9
	Canal Indigo	TVC**	1 524	7 338	2 550	35,0
	Casa	Sp. B	1 163	9 729	985	10,1
	Illico sur demande	VSD	s.o.	50 012	-5 483	-11,0
	Le Canal Nouvelles (LCN)	Sp. C	2 562	29 404	6 456	22,0
	Moi&cie	Sp. B	853	5 840	-1 192	-20,4
	Prise 2	Sp. B	1 134	9 053	2 537	28,0
	TVA Sports	Sp. C	1 996	81 786	-38 934	-47,6
	YOOPA	Sp. B	667	4 035	-97	-2,4
Anglais	Sun News Network	Sp. C	-	5 845	-5 401	-92,4

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

Sun News Network a cessé ses activités le 13 février 2015.

Tableau 4.2.37 Rogers – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

Langue anglaise	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
FX Canada	Sp. B	4 671	14 363	1 584	11,0
FX	Sp. B	1 641	4 525	-1 733	-38,3
G4	Sp. A	1 458	4 527	1 966	43,4
OLN	Sp. A	4 960	20 059	8 179	40,8
Rogers on Demand	VSD	s.o.	47 289	1 068	2,3
Sportsnet	Sp. C	7 972	360 368	53 757	14,9
Sportsnet 360	Sp. A	5 694	35 101	-4 948	-14,1
Sportsnet One	Sp. C	6 731	86 907	35 954	41,4
Sportsnet PPV	TVC**	1 708	19 896	-17 589	-88,4
Sportsnet World	Sp. B	82	11 167	335	3,0
The Biography Channel	Sp. A	1 632	6 360	237	3,7

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

Tableau 4.2.38 Shaw – Participation importante dans des services facultatifs, 2015

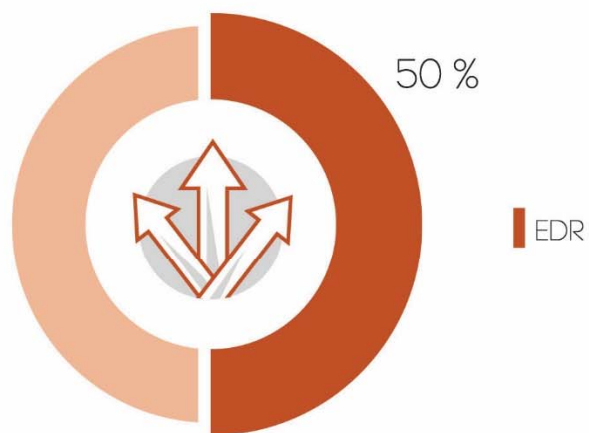
Service (Langue anglaise)	Type de service	Nombre d'abonnés (000)	Revenus (\$) (000)	BAIL (\$) (000)	Marge de BAIL (%)
Action	Sp. B	4 333	20 535	12 555	61,1
BBC Canada	Sp. B	2 657	10 641	6 075	57,1
BC News 1	Sp. B	882	1 518	-4 781	-315,0
Crime + Investigation (auparavant Mystery)	Sp. A	3 193	19 159	10 833	56,5
D.I.Y. Network	Sp. B	3 249	11 496	7 242	63,0
DejaView	Sp. B	1 506	7 992	4 606	57,6
DTOUR	Sp. A	4 997	25 740	15 312	59,5
Food Network Canada	Sp. A	6 033	67 131	29 923	44,6
FYI (auparavant Twist TV)	Sp. A	2 063	8 176	3 300	40,4
H2	Sp. A	2 816	9 358	4 196	44,8
HGTV Canada	Sp. A	7 128	72 121	30 753	42,6
History Television	Sp. A	6 950	75 912	49 324	65,0
Independent Film Channel Canada	Sp. A	1 302	9 449	3 938	41,7
Lifetime	Sp. B	3 777	20 874	7 208	34,5
MovieTime	Sp. B	4 247	16 004	10 193	63,7
NatGeo Wild	Sp. B	2 748	5 824	-14	-0,2
National Geographic Channel Canada	Sp. B	5 053	26 942	17 340	64,4
Shaw on Demand	VSD	s.o.	62 056	161	0,3
Shaw Pay-Per-View (auparavant Allarcom)	TVC**	s.o.	14 247	-2 896	-20,3
Shaw Pay-Per-View (auparavant Home Theatre)	TVC**	s.o.	6,294	383	6,1
Showcase	Sp. A	6 490	72 927	40 715	55,8
Slice	Sp. A	4 977	38 885	14 252	36,7

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

4.3 Secteur de la distribution de radiodiffusion

Revenus de radiodiffusion en 2015

17,9 milliards \$ ▶



Revenus

8,9 G \$

Baisse de 0,1 %
par rapport à 2014

Abonnés

11,2 M

Baisse de 1,4 %
par rapport à 2014

Paiements
d'affiliation

88 %

Versés aux services
canadiens

Part d'abonnés
de l'IPTV

19 %

Hausse de 16 %
par rapport à 2014

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 et sur demande. 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).

En 2015, les EDR ont rapporté 8,9 milliards de dollars en revenus, une baisse de 0,1 % par rapport à 2014. Ensemble, les cinq plus grandes EDR accaparent 87 % des revenus de la distribution de programmation.

Les entreprises de câblodistribution et les distributeurs par SRD dominent le marché canadien de la distribution de radiodiffusion. Alors que le câble est en baisse, il demeure le principal type d'EDR avec plus de 60 % des parts de marché des abonnés. Cependant, les fournisseurs de services d'IPTV ont récemment étendu leurs réseaux de distribution et augmenté leur bassin de clientèle. En 2015, les fournisseurs de services d'IPTV ont affiché, pour la première fois, le nombre d'abonnés dépassant les 2 millions.

Plus de 78 % des ménages canadiens sont toujours abonnés à des EDR. 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.

Les Canadiens annulent de plus en plus leurs abonnements à des services de télévision. De 2013 à 2014, le nombre d'abonnés des services d'EDR a reculé de 112 759 abonnés (0,98 %); de 2014 à 2015, il a reculé de 157 922 abonnés (1,38 %). Les services de vidéo en ligne fournissent aux Canadiens un choix accru d'émissions à consommer où quand et comment ils le veulent. Ces services comprennent des services payants et gratuits indépendants non affiliés comme Netflix et Youtube.

i Revenus

En 2015, les revenus des entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite se sont établis à 8,918 millions de dollars, soit une baisse de revenus marginale de 0,1 % par rapport à 2014 et le premier recul au cours des cinq dernières années. Ces entreprises ont vu leurs revenus croître de 1,3 % par année depuis 2011.

Les revenus des entreprises de distribution par protocole Internet ont continué à grimper et totalisaient 1 557 millions de dollars en 2015. Il s'agit d'une hausse de 273 millions de dollars (21,3 %) depuis 2014 et de 1 235 millions de dollars depuis 2011. Par contre, les revenus des entreprises de distribution par satellite sont en baisse depuis 2011 et ont enregistré les plus importantes pertes au cours des deux dernières années. Ces entreprises ont généré des revenus de 2 289 millions de dollars en 2015, soit une baisse de 5,2 % par rapport à 2014.

Tableau 4.3.1 Revenus (millions \$) des entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Câble	5 605	5 483	5 397	5 232	5 072	-3,1	-2,5
IPTV	322	585	925	1,284	1 557	21,3	48,3
SRD et SDM	2 532	2 492	2 472	2 414	2 289	-5,2	-2,5
Total des revenus	8 459	8 561	8 794	8 930	8 918	-0,1	1,3

Source: Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les revenus annuels des services par câble ainsi que des services d'IPTV et de SRD récoltés par les EDR de 2011 à 2015 ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour toutes ces années. Les données portent sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année. L'IPTV a eu une croissance remarquable des revenus comparativement aux autres services de distribution.

Tableau 4.3.2 Pourcentage des revenus des entreprises de distribution de radiodiffusion (%) – Services de base et facultatifs

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015
Câble	66,3	64,0	61,4	58,6	56,9
IPTV	3,8	6,8	10,5	14,4	17,5
SRD et SDM	29,9	29,1	28,1	27,0	25,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Services de base et services facultatifs : Service de base est 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. Un service facultatif est distribué dans une zone autorisée par une entreprise de distribution de radiodiffusion de services de programmation dont la distribution n'est pas exigée par le Conseil.

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, Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) 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.

ii Données relatives aux abonnés

Les entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite comptaient 11,2 millions d'abonnés en 2015, soit une baisse de 1,4 % (157 922 abonnés) par rapport à 2014. Depuis son amorce en 2013, cette tendance à la baisse ne cesse de s'accroître. Il convient de noter que le nombre d'abonnements aux services de distribution par protocole Internet a enregistré un taux de croissance à deux chiffres en 2015, ce qui n'a malheureusement pas suffi pour compenser les reculs enregistrés par les services de câblodistribution et de distribution par satellite.

Depuis 2011, la part des entreprises de distribution par protocole Internet a augmenté dans le marché des abonnés pour passer de 5,8 % à 19,2 % et comptait 2,2 millions d'abonnés en 2015. À l'inverse, la part des entreprises de distribution par satellite a baissé dans le marché des abonnés pour atteindre 21,1 % (2,4 millions d'abonnés), mais représente néanmoins 25,7 % de l'ensemble des revenus des entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite.

Tableau 4.3.3 Nombre (en milliers) d'abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Câble	7 862	7 701	7 445	7 062	6 707	-5,0	-3,9
IPTV	657	1 003	1 382	1 784	2 165	21,4	34,7
SRD et SDM	2 877	2 826	2 691	2 559	2 375	-7,2	-4,7
Total des abonnés	11 397	11 529	11 517	11 405	11 247	-1,4	-0,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 4.3.4 Pourcentage du nombre d'abonnés aux entreprises de distribution de radiodiffusion – Services de base et facultatifs

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015
Câble	69,0	66,8	64,6	61,9	59,6
IPTV	5,8	8,7	12,0	15,6	19,2
SRD et SDM	25,2	24,5	23,4	22,4	21,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Les tableaux 4.3.3 et 4.3.4 indiquent le nombre d'abonnés à des EDR pour des services de câble, d'IPTV et de SRD de 2011 à 2015, ainsi que le taux de croissance annuel et le taux de croissance annuel composé (TCAC) pour les années combinées. Le nombre d'abonnés est en date du 31 août de chaque année.

Tableau 4.3.5 Nombre d'abonnés aux plus grandes EDR canadiennes (milliers)

Plus grandes EDR canadiennes	2012	2013	2014	2015	2016	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
BCE	2 112	2 170	2 307	2 658	2 749	3,4	6,8
Shaw	3 168	3 044	2 883	2 760	2 513	-8,9	-5,6
Rogers	2 276	2 189	2 107	1 983	1 870	-5,7	-4,8
Vidéotron	1 854	1 849	1 811	1 771	1 722	-2,8	-1,8
Telus	550	712	842	937	1 016	8,4	16,6
Cogeco	873	853	816	780	755	-3,2	-3,6
Total	10 833	10 817	10 766	10 889	10 625	-2,4	-0,5
% de tous les abonnés	94,5	93,9	93,9	96,1	-	-	-

Source : Rapports trimestriels des sociétés

Les données de ce tableau indiquent le nombre d'abonnés à chacune 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 de services 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 4.3.6 Pourcentage des ménages abonnés aux EDR

Année	Taux d'abonnement des ménages (%)
2011	82,6
2012	82,8
2013	82,0
2014	80,3
2015	78,5

Source : Données recueillies par le CRTC

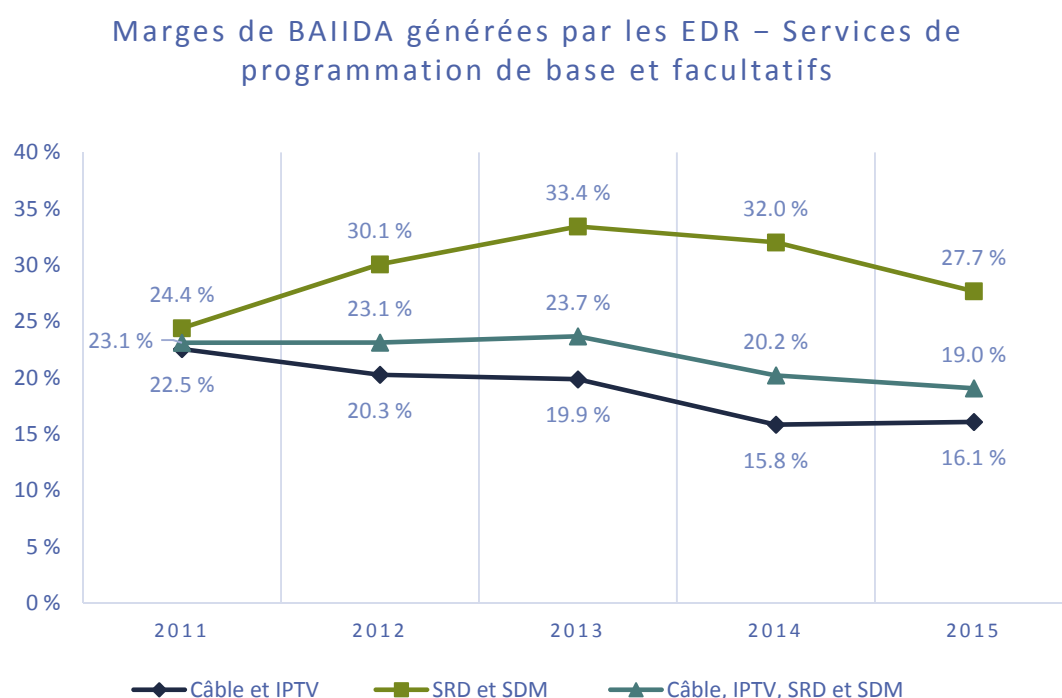
Le taux d'abonnement est calculé en divisant le nombre d'abonnements aux EDR à la fin d'une période de 12 mois par le nombre total de ménages au Canada.

iii Rendement financier

La marge de BAIIDA est une mesure métrique utilisée pour mesurer le rendement financier. Elle représente les bénéfices avant les intérêts, les impôts, la dépréciation et l'amortissement (BAIIDA) et est exprimée en pourcentage des revenus totaux.

En 2015, les entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite ont déclaré leur marge de BAIIDA la plus faible en cinq ans, mais elle demeure satisfaisante à 19,0 %. La marge de BAIIDA des entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite a connu une diminution relativement constante, passant de 22,5 % en 2011 à 16,1 % en 2015, et les dépenses de ces dernières ont augmenté presque deux fois plus rapidement que leurs revenus (avec des taux d'augmentation annuelle moyens de 4,9 % et de 2,8 % respectivement). Les entreprises de distribution par satellite ont obtenu de meilleurs résultats, puisque leur marge de BAIIDA a généralement augmenté au cours de la période, passant de 24,4 % en 2011 à un sommet de 33,4 % en 2013, pour redescendre à 27,7 % en 2015.

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 2011 à 2015 des fournisseurs de services de câble et d'IPTV avec celles des fournisseurs de services 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.

iv Indicateurs de rendement

Tableau 4.3.7 Revenus mensuels par abonné, par type d'EDR

Type d'EDR	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Câble	59,36	58,72	59,39	60,11	61,40	2,1	0,8
IPTV	49,88	58,78	64,65	67,61	65,72	-2,8	7,1
SRD et SDM	73,53	72,84	74,69	76,63	77,30	0,9	1,3
Toute les EDR ayant fait un rapport	62,51	62,24	63,60	64,93	65,62	1,1	1,2

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.

v Prix

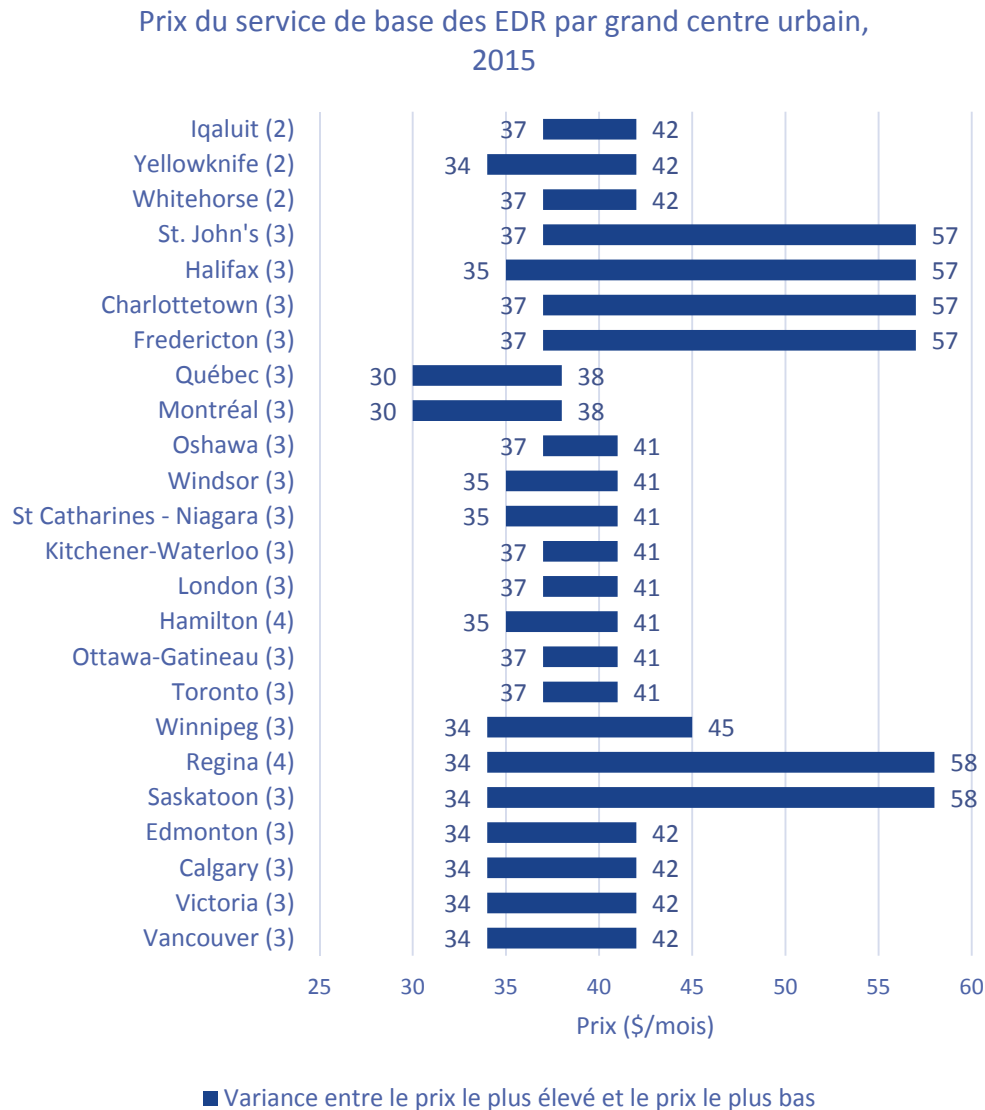
Chaque année, le Conseil fait une enquête sur le prix du service de télévision de base dans divers centres urbains et diverses collectivités rurales. L'annexe 9 présente les collectivités choisies pour 2015. En 2015, les résultats de l'enquête, qui portent sur 24 grands centres urbains et un nombre précis 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.

Dans sa politique réglementaire [2015-96](#), établie à la suite de l'instance [Parlons Télé](#), le Conseil a imposé aux distributeurs d'offrir un service d'entrée de gamme de 25 dollars à partir du 1^{er} mars 2016. Les données figurant dans la présente section présentent les renseignements de l'année 2015, ainsi l'incidence de cette exigence sera illustrée dans le rapport de l'année prochaine.

Centres urbains

Le graphique 4.3.2 indique le prix du service de base de 2015 des EDR pour les Canadiens habitant 24 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, 2015



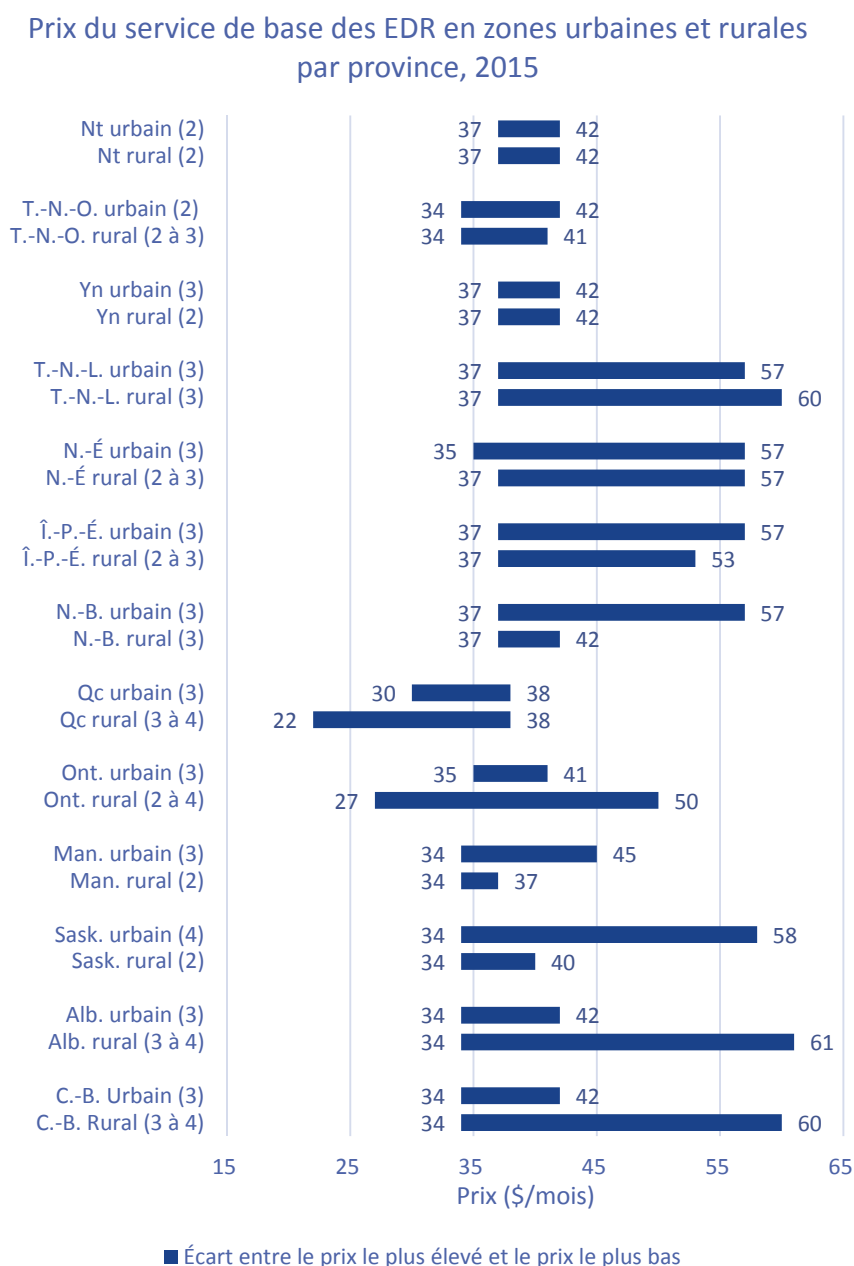
Source : Données recueillies par le CRTC

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 le service; 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 le lieu et le fournisseur. Généralement, les services sont disponibles en format numérique et en haute définition et la programmation inclut des 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, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

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 22 \$ et 37 \$ par mois dans les collectivités rurales, et entre 30 \$ et 37 \$ dans les centres urbains.

Quelles collectivités ont été choisies? Cinquante-quatre collectivités rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix du service de base des EDR (voir l'annexe 9) dans les collectivités rurales répondant aux critères suivants :

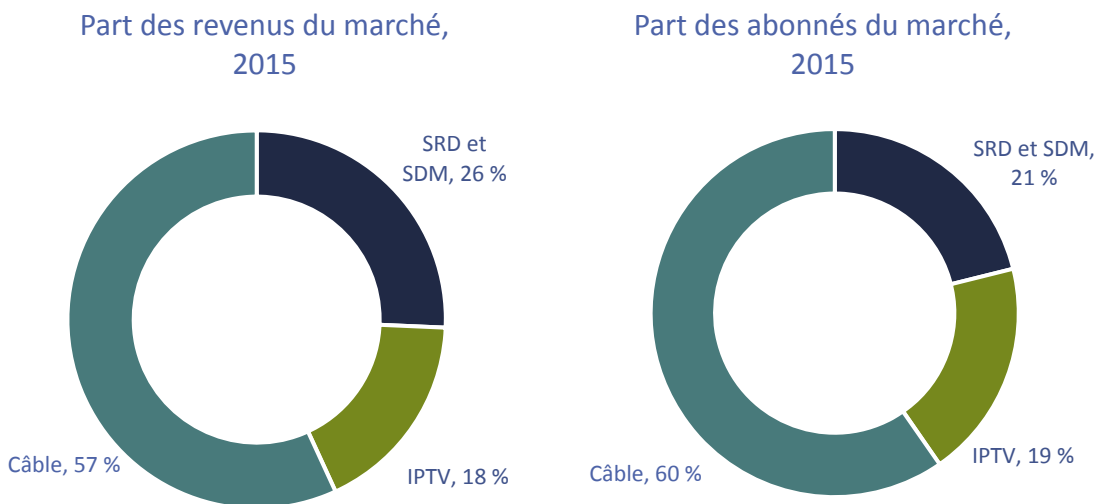
- Ne pas faire partie de l'une des RMR des 24 principaux centres;
- Avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre de moins de 1 000 personnes;
- Le nombre de collectivités dans chaque province doit être proportionnel à la population provinciale;
- Les collectivités ne doivent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

vi Environnement concurrentiel

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

En 2015, les Canadiens des centres urbains pouvaient choisir entre trois types d'EDR : les entreprises de câblodistribution, les services d'IPTV et ceux par SRD. Dans les régions rurales, un peu plus de 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, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2015, les services SRD et SDM ont générés 26 % des revenus du secteur de la distribution avec 21% des abonnés, tandis que les services par câble avaient 60 % des abonnés et ont rapportés 57 % des revenus.

vii Communications avec les consommateurs

Tableau 4.3.8 Nombre de communications relatives aux EDR reçues par le CRTC

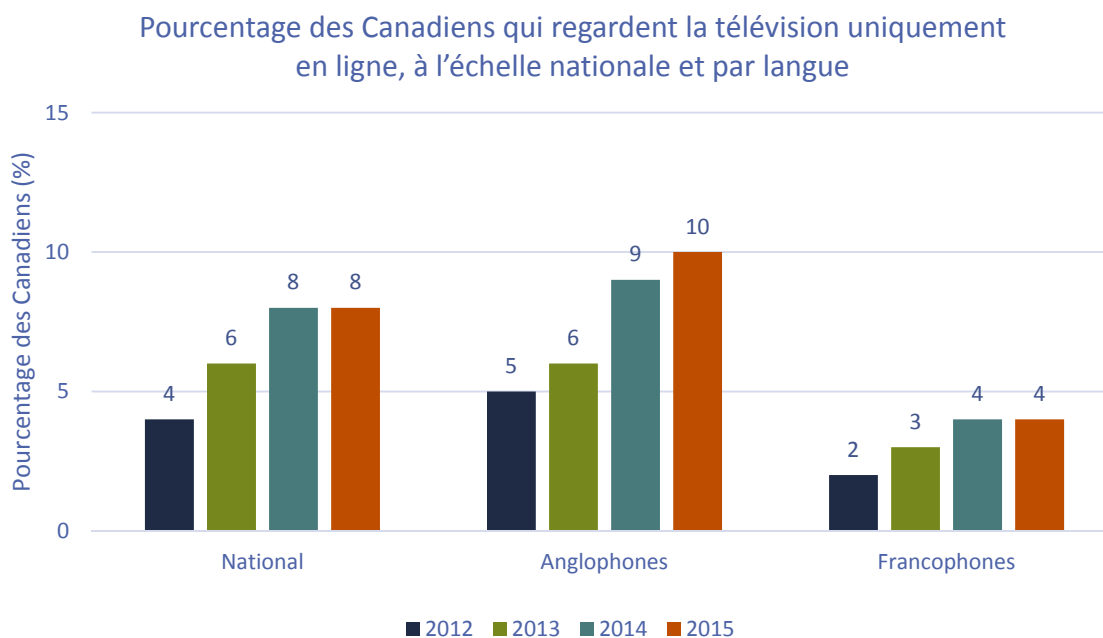
Année	Politiques/ décisions du CRTC	Factu- ration	Prix/ tarifs	Modalités	Enjeux liés aux handicaps	Qualité du service/ prestation	Concurrence	Autre	Total
2014- 2015	755	1 298	223	313	62	480	110	2 300	5 541
2015- 2016	1 456	652	154	180	58	352	60	279	3 191

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.

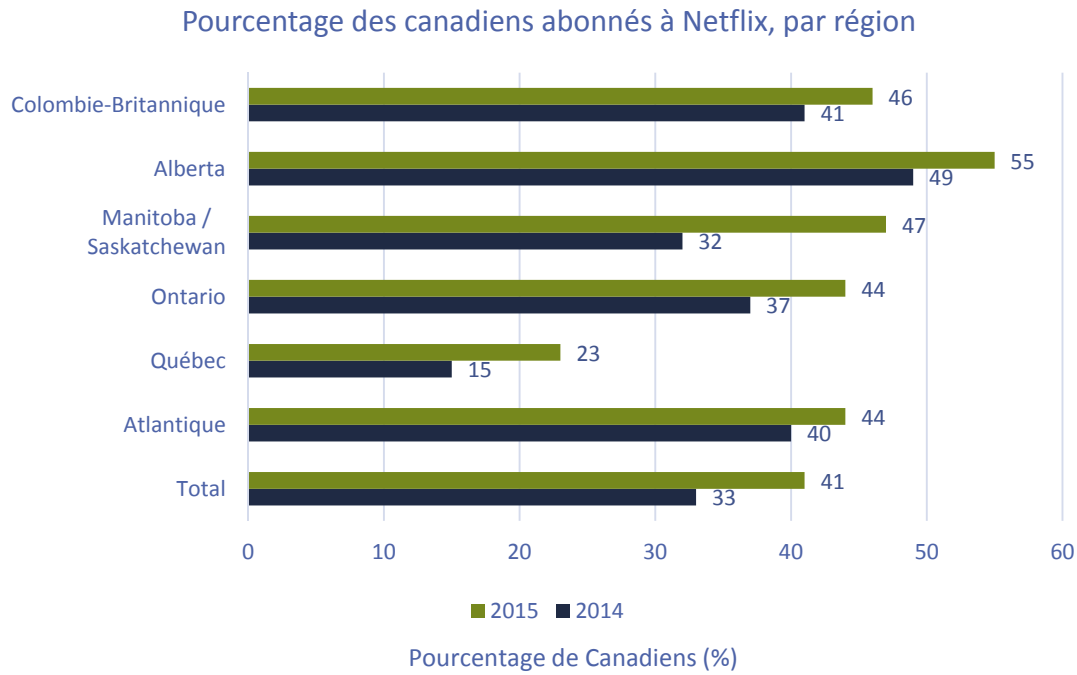
viii Services de télévision en ligne

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



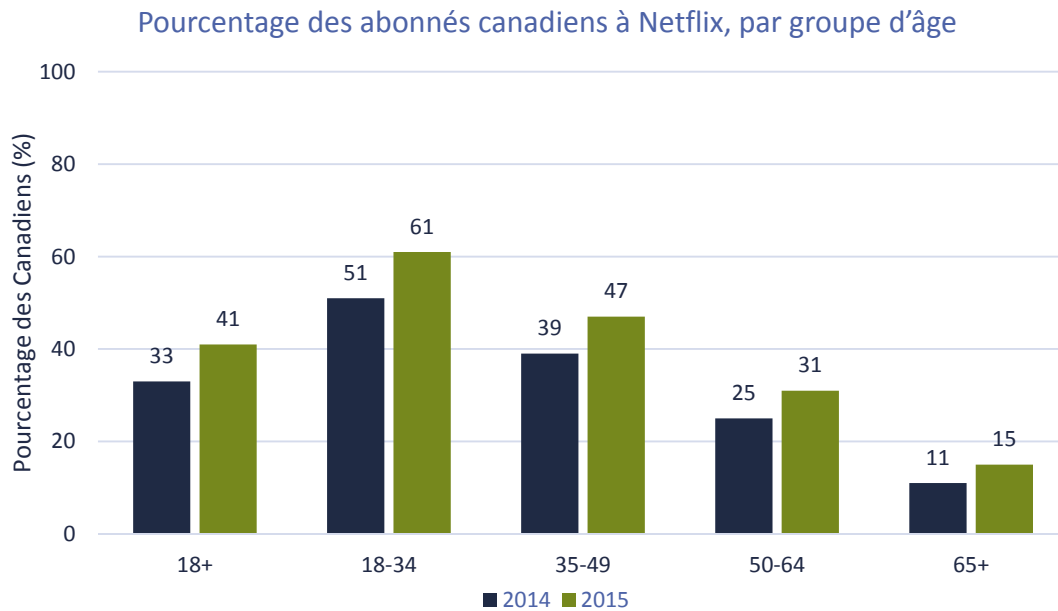
Source : OTM, 2012-2015 (répondants canadiens 18 ans et +)

Graphique 4.3.6 Pourcentage des canadiens abonnés à Netflix, par région



Source : OTM, 2014-2015 (répondants canadiens 18 ans et +)

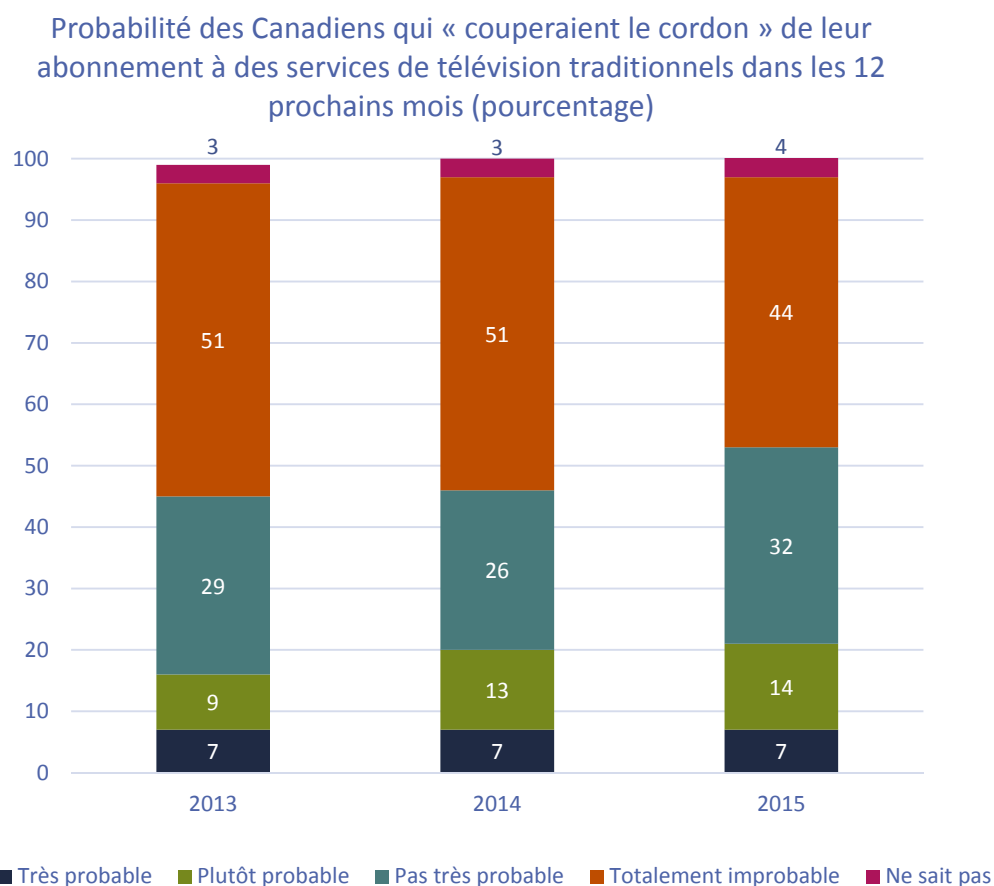
Graphique 4.3.7 Pourcentage des abonnés canadiens à Netflix, par groupe d'âge



Source : OTM, 2014-2015 (répondants canadiens 18 ans et +)

Les Canadiens dans 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, 2013-2015 (répondants canadiens 18 ans et +)

Tableau 4.3.9 Taux d'adoption et de croissance des diverses technologies vidéo au Canada

Technologies vidéo	Langue du marché	2011	2012	2013	2014	2015
EVP	Anglophones	35	43	46	50	49
	Francophones	23	39	42	52	56
Télé sur Internet	Anglophones	34	38	44	51	57
	Francophones	38	39	44	42	49
Netflix	Anglophones	12	21	29	39	47
	Francophones	3	5	7	12	19

Source : OTM 2011-2015 (RÉPONDANTS CANADIENS DE 18 ANS ET + ET QUI ONT UTILISÉ CES TECHNOLOGIES AU COURS DU MOIS PRÉCÉDENT)

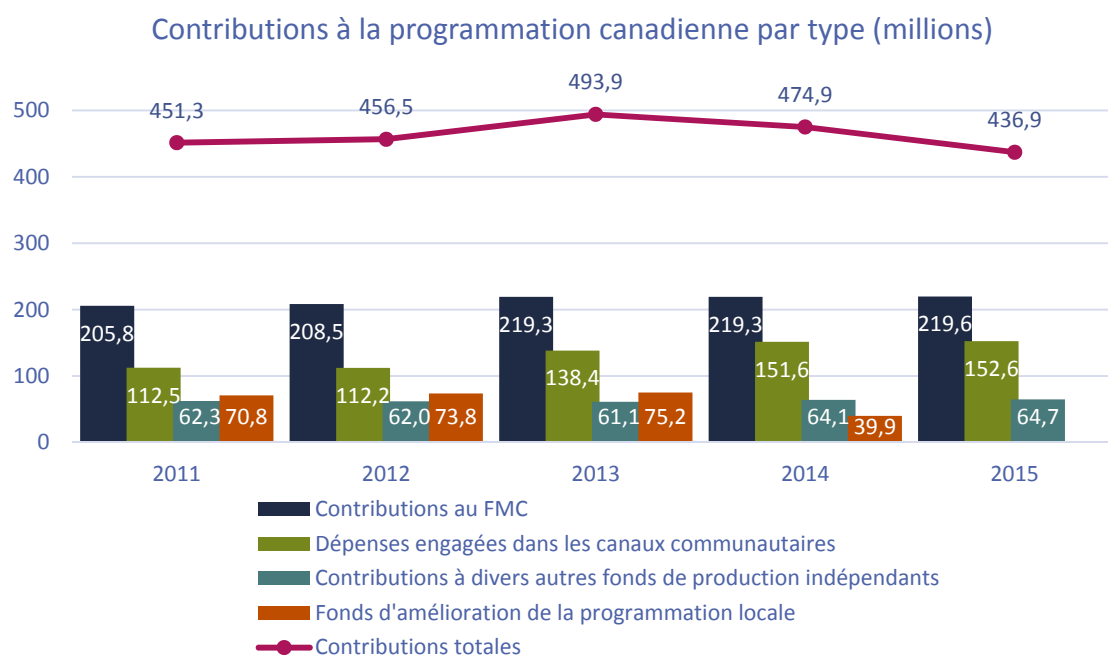
Ce tableau indique le taux d'adoption des diverses technologies de vidéo et services chez les consommateurs canadiens âgés de 18 ans et plus de 2011 à 2015. L'OTM décrit « Télé sur Internet » comme le visionnement ou l'écoute en continu d'émissions de télévision ou de clips disponibles sur Internet.

ix Contribution à la programmation canadienne

Les entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite sont tenues de verser l'équivalent de 5 % de leurs revenus annuels découlant de la radiodiffusion à la création et à la production d'émissions canadiennes. Il peut s'agir de contributions à divers fonds de production indépendants certifiés (FPIC), au Fonds des médias du Canada (FMC) ou à l'appui de diverses expressions locales qui visent la création et la distribution d'émissions communautaires. En outre, en 2009, le Conseil avait mis sur pied un fonds supplémentaire, le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL), dans le but de soutenir la programmation locale diffusée par les stations de télévision traditionnelle pendant une période financière difficile. Le FAPL a été aboli le 1^{er} septembre 2014.

Si l'on exclut le FAPL, les contributions à la création et à la production d'émissions canadiennes de la part des entreprises de câblodistribution, de distribution par protocole Internet et de distribution par satellite se sont élevées à un total de 437 millions de dollars en 2015, un montant presque inchangé par rapport à celui de 2014. Les niveaux de contribution dans chaque catégorie de contribution, soit l'expression locale, les FPIC et le FMC, sont demeurés essentiellement inchangés par rapport à ceux de 2014, ce qui reflète la tendance des revenus à partir desquels ces niveaux sont calculés, revenus qui, comme il a été mentionné ci-dessus, sont demeurés constants de 2014 à 2015.

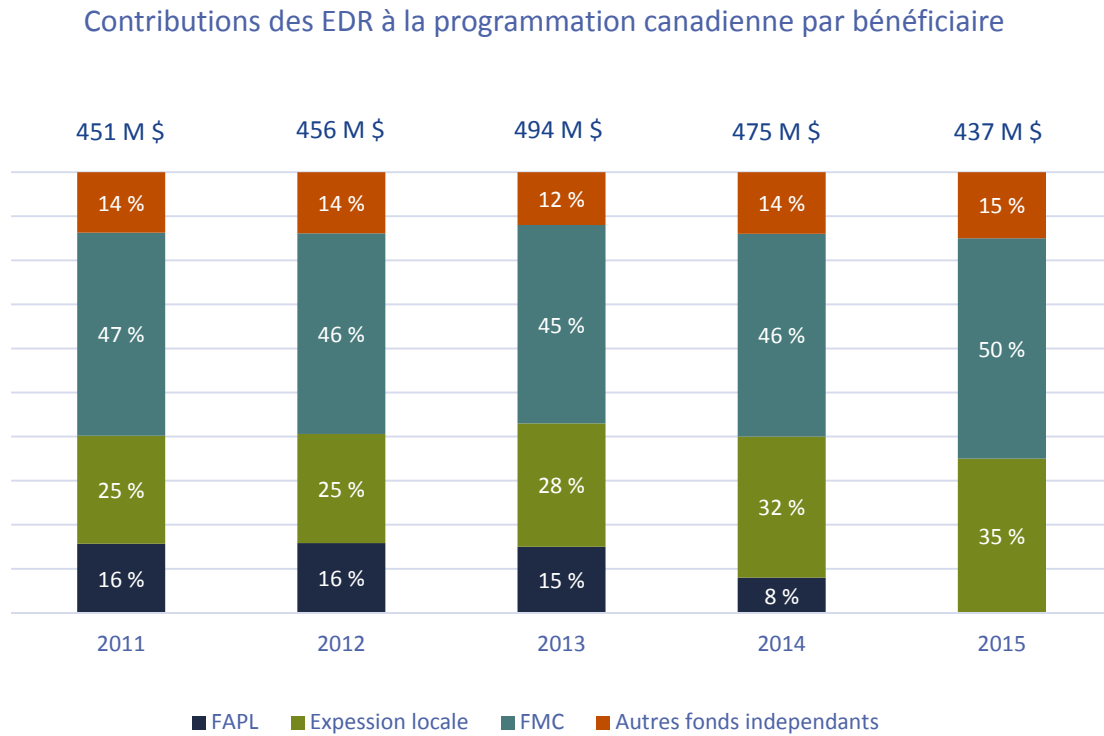
Graphique 4.3.9 Contributions à la programmation canadienne par type (millions)



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 par les fournisseurs de services par câble, par SRD et par SDM et les entreprises de distribution par relais satellite (EDRS).

Graphique 4.3.10 Contributions des EDR à la programmation canadienne par bénéficiaires



Source : Données recueillies par le CRTC

Le FAPL a été éliminé le 31 août 2014.

x Paiements d'affiliation

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.

Les paiements aux affiliés canadiens ont augmenté de 4,3 % par an depuis 2011, alors que les paiements aux affiliés non canadiens ont augmenté de 4,9 %. Les données portent une période de 12 mois se terminant le 31 août.

Tableau 4.3.10 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (millions \$)

Catégorie	Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Affiliés canadiens	Câble et IPTV	1 809	1 930	2 024	2 193	2 322	5,9	6,4
	SRD et MDS	735	726	700	716	685	-4,3	-1,7
	Total	2 544	2 656	2 724	2 909	3 007	3,4	4,3
Affiliés non canadiens	Câble et IPTV	263	265	285	298	316	6,0	4,7
	SRD et MDS	81	86	94	93	101	8,6	5,7
	Total	344	351	379	391	417	6,6	4,9
Tous les affiliés	Tous les services	2 888	3 007	3 103	3 300	3 424	3,8	4,3

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 fournis par des affiliés canadiens et non canadiens, et ce, pour les années 2011 à 2015.

Tableau 4.3.11 Paiements d'affiliation reçus par des services canadiens et par des services non canadiens facultatifs déclarés par les EDR (millions \$)

Catégorie	Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Affiliés canadiens	Payant, TVC et VSD	682	671	670	669	660	-1,3	-0,8
	Spécialisés	1 862	1 986	2 054	2 240	2 347	4,8	6,0
	Total	2 544	2 656	2 724	2 909	3 007	3,4	4,3
Affiliés non canadiens	Payant, TVC et VSD	48	34	37	38	54	42,1	3,0
	Spécialisés	296	317	342	353	363	2,8	5,2
	Total	344	351	379	391	417	6,6	4,9
Tous les affiliés	Tous les services	2 888	3 007	3 103	3 300	3 424	3,8	4,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau donne une répartition détaillée de la valeur des paiements d'affiliation reçus pour les services facultatifs (services spécialisés, payants, de TVC et VSD) fournis par des affiliés canadiens et non canadiens, et ce, pour les années 2011 à 2015.

xi Règlement de différends en matière de radiodiffusion

Le règlement des différends a été conçu dans le but de traiter et de résoudre plus efficacement les différends découlant d'une concurrence accrue dans l'industrie de la radiodiffusion. Les pratiques et procédures utilisées pour résoudre les différends qui relèvent de la portée réglementaire du Conseil sont énoncées dans *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, Bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2013-637.

Les différends se classent de manière générale comme suit : 1) différends entre entreprises de distribution de radiodiffusion et services de programmation concernant les modalités de distribution; 2) différends entre entreprises de distribution de radiodiffusion concurrentes concernant l'accès aux immeubles et aux utilisateurs finals; et 3) différends entre entreprises de programmation portant sur l'achat de droits et les marchés desservis.

Tableau 4.3.12 Nombre de dossiers relatifs à un différend en 2015-2016

Type	Type d'intervention	Nombre de dossiers
Formel	Médiation assistée par le personnel	15
	Arbitrage de l'offre finale	2
Informel	Intervention informelle	133

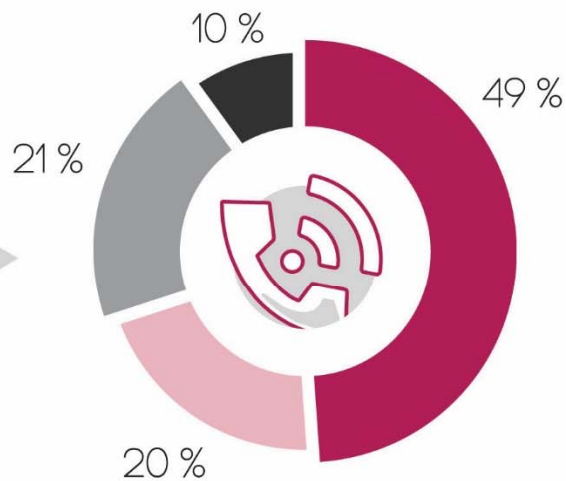
Source : Données recueillies par le CRTC

Pour une période de 12 mois, c'est-à-dire du 1er avril 2015 au 31 mars 2016

5.0 Aperçu du secteur des services de télécommunication

Revenus de télécommunication en 2015

47,8 milliards \$



Service de transmission de données et de liaison spécialisée

Communication vocale filaire

Internet

Sans-fil

Revenus

47,8 G \$

Hausse de 4,1 %
par rapport à 2014

Dépenses en immobilisations

13,3 G \$

Baisse de 8,9 %
par rapport à 2014

Part des revenus

84 %

Des 5 plus grandes entreprises

Marge de BAIIDA

39,8 %

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. Les deux plus grands secteurs, soit les services Internet et les services sans fil, ont augmenté de plus de 7,1 milliards de dollars ou 27,0 % depuis 2011 et comptaient pour plus de 61,6 % du total des revenus de télécommunication en 2011 et 70,0 % en 2015. Au cours des cinq dernières années, les revenus tirés des services filaires ont connu des baisses régulières passant à 20,3 % du total des revenus de télécommunication en 2015 comparativement à 28 % en 2011.

En 2015, les revenus de services de télécommunications canadiennes ont atteint les 47,8 milliards de dollars, la grande majorité (92 %) provenant des services de détail et la balance (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 grands fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires récoltent plus de 61 % 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 récoltent seulement 4 % 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.

i Revenus

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

Secteur	Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services filaire	De détail	20,6	20,6	20,9	21,2	21,4	0,7	0,9
	De gros	3,0	2,9	2,8	2,7	2,8	2,1	-1,8
	Total – Services filaires	23,6	23,5	23,7	24,0	24,2	0,8	-0,5
Services sans fil	De détail	18,4	19,5	20,2	20,9	22,5	7,5	5,2
	De gros	0,7	0,8	1,0	1,0	1,1	8,1	11,8
	Total – Services sans fil	19,1	20,4	21,2	22,0	23,6	7,6	5,4
Total	De détail	39,0	40,2	41,1	42,2	43,9	4,1	3,0
	De gros	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,8	1,3
	Total	42,8	43,9	44,8	45,9	47,8	4,1	2,8

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 2011 à 2015.

On a estimé les revenus des fournisseurs qui n'ont pas fourni de données. En 2015, 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 terminal de même que les revenus autres que des services de télécommunication ont été exclus des revenus des services filaires de détail.

Tableau 5.0.2 Répartition des revenus de services de télécommunications par région (milliards \$)

Région	2014	2015	Pourcentage du Total (%)	Croissance (%) 2014-2015
Atlantique	3,1	3,2	6,8	5,0
C-B et Territoires	6,3	6,6	13,9	5,6
Ontario	18,2	18,7	39,0	2,5
Prairies	9,5	10,0	20,9	5,8
Québec	8,9	9,3	19,4	4,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Des estimations ont été faites pour les entreprises qui ne sont pas tenues de fournir des données sur les télécommunications à l'échelle provinciale et territoriale.

ii Abstention de la réglementation

En 2015, environ 95 % des revenus des services de télécommunication proviennent de services qui, selon le Conseil, font l'objet de suffisamment de concurrence pour ne plus exiger le dépôt de tarifs.

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 en vertu d'un tarif approuvé par le Conseil. Il peut continuer à être assujéti à une réglementation à d'autres égards.

Tableau 5.0.3 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015
Local et accès	76	77	78	79	80
Interurbain	95	99	99	98	98
Internet	98	98	97	96	96
Données et liaison spécialisée	83	84	84	89	89
Sans-fil	100	100	100	100	100
Total	93	93	94	94	95

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 2011 et 2015. 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.

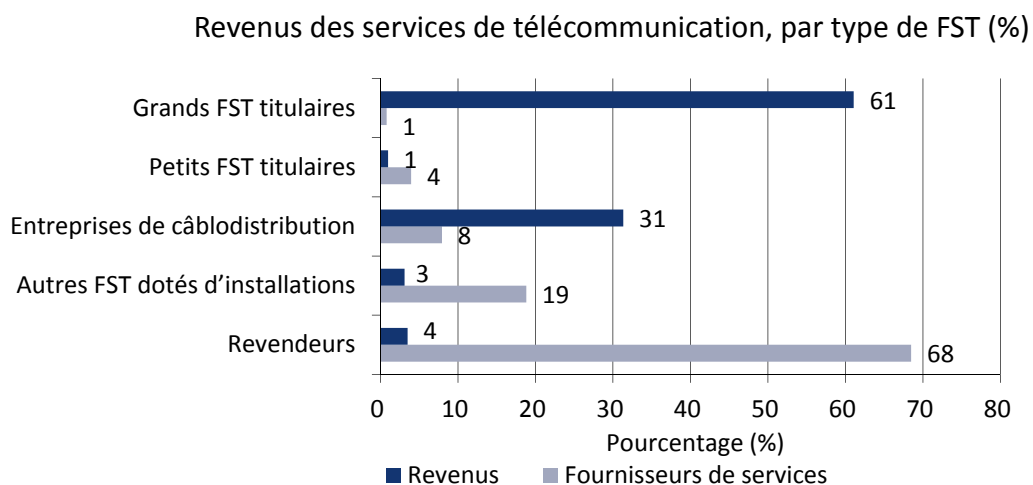
iii Propriété canadienne

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'élève à 47,8 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 4,8 milliards de dollars (10 % du total des revenus des services de télécommunication canadiens) soient possédées et contrôlées par des Canadiens.

iv Nombre, taille et type d'entreprises

Graphique 5.0.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication, par type de FST, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

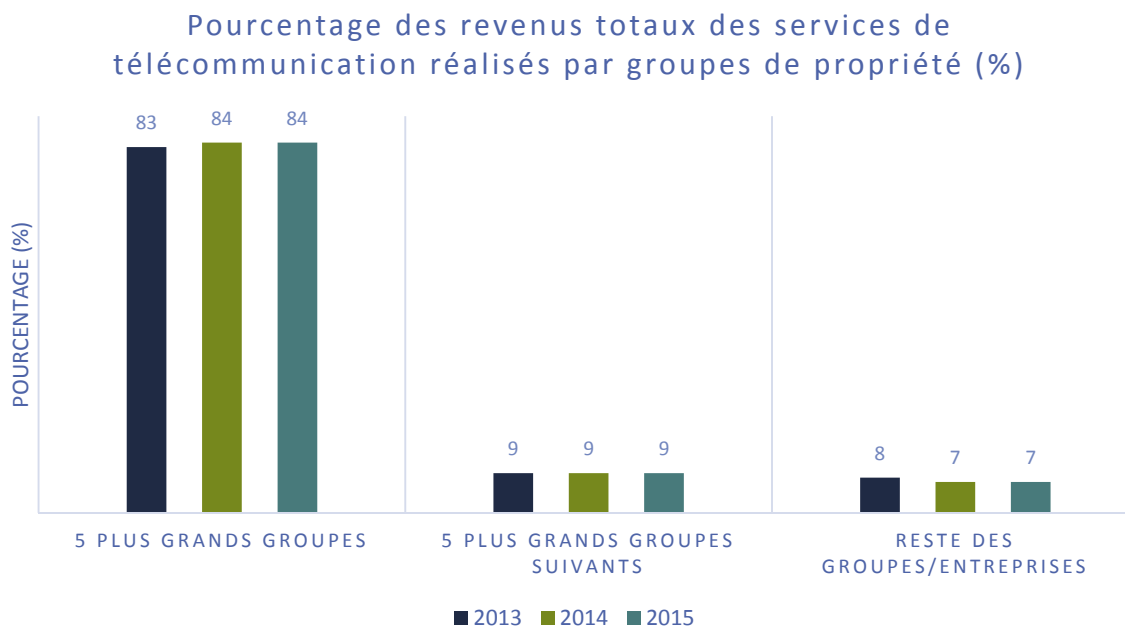
Ce graphique présente le pourcentage de l'ensemble des revenus réalisés selon le type de FST et le pourcentage de fournisseurs qui offrent le service.

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 2015, 59 % des revenus des FST provenaient de services fournis aux Canadiens, alors que 41 % provenaient d'autres services TIC, de services de distribution 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 2015. Les autres entreprises ont réalisé moins de 3,3 milliards de dollars sur l'ensemble des revenus.

Graphique 5.0.2 Pourcentage des revenus totaux des services de télécommunication réalisés par groupes de propriété (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

Groupe Bell, Groupe Québecor, Groupe Rogers, Group Shaw et Groupe TELUS sont les cinq premiers FST au Canada. Ensemble et compte tenu de leurs affiliés, ils réalisent 84 % des revenus totaux du marché. Les cinq grands groupes/entreprises suivants récoltent 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 dotés 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 distinguer grands et petits titulaires. On trouve d'autres informations sur le classement des FST à l'annexe 8.

Les revenus des services des FST titulaires ont augmenté annuellement de 1,8 % de 2011 à 2015, alors que ceux des autres FST, incluant les revendeurs, ont augmenté annuellement de 4,7 %. Dans l'ensemble, ce sont les entreprises dotés d'installations ont connu la plus forte croissance de leurs revenus des services de télécommunication. Leurs revenus ont augmenté de 21 %, passant de 13,6 milliards de dollars en 2011 à 16,4 milliards de dollars en 2015.

Tableau 5.0.4 Revenus totaux des services de télécommunication, par type de FST (millions \$)

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Grands FST titulaires	27 205,0	27 478,5	27 818,4	28 432,3	29 193,2	2,7	1,8
	Petits FST titulaires	469,9	474,4	450,4	448,1	471,2	5,2	0,1
	Total partiel	27 674,9	27 953,0	28 268,8	28 880,4	29 664,4	2,7	1,8
	Pourcentage du total (%)	65	64	63	63	62	-	-
Autres FST	Entreprises de câblodistribution	12 722,1	13 260,2	13 785,5	14 204,1	14 976,7	5,4	4,2
	Autres entreprises	866,8	1 161,5	1 226,0	1 247,3	1 486,2	19,2	14,4
	Autres FST dotées d'installations– Total partiel	13 589	14 421,7	15 011,6	15 451,4	16 462,9	6,5	4,9
	Revendeurs	1 493,4	1 527,7	1 542,0	1 585,5	1 647,8	3,9	2,9
	Total partiel	15 082,3	15 949,3	16 553,5	17 036,9	18 137,1	6,5	4,7
	Pourcentage du total (%)	35	36	37	37	38	-	-
Total	Tout	42 757,2	43 902,3	44 822,3	45 917,3	47 801,5	4,1	2,8

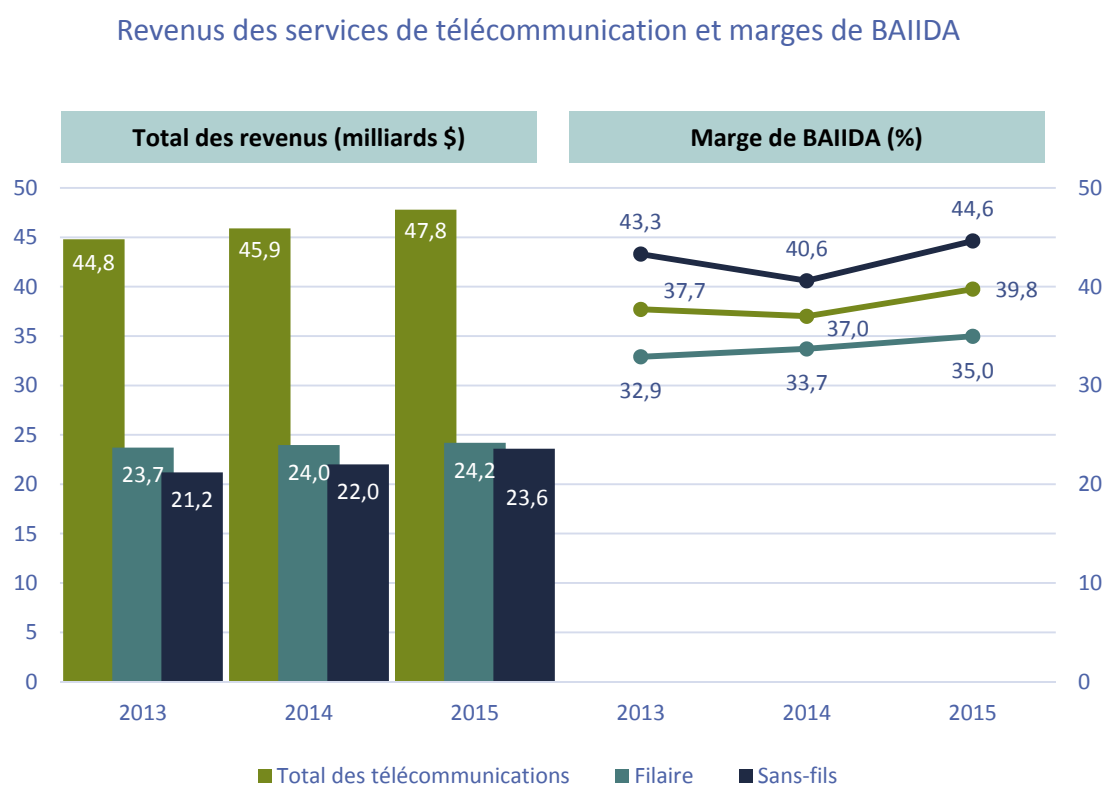
Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les revenus des services de télécommunication par type de FST de 2011 à 2015. Les revenus des activités hors territoire ne sont plus rapportés séparément dans ce tableau. Au lieu, ces revenus font partie des revenus totaux tirés par les FST titulaires.

v 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 représente le BAIIDA (bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement) (marges).

Graphique 5.0.3 Revenus des services de télécommunication et marges de BAIIDA



Source : Données recueillies par le CRTC

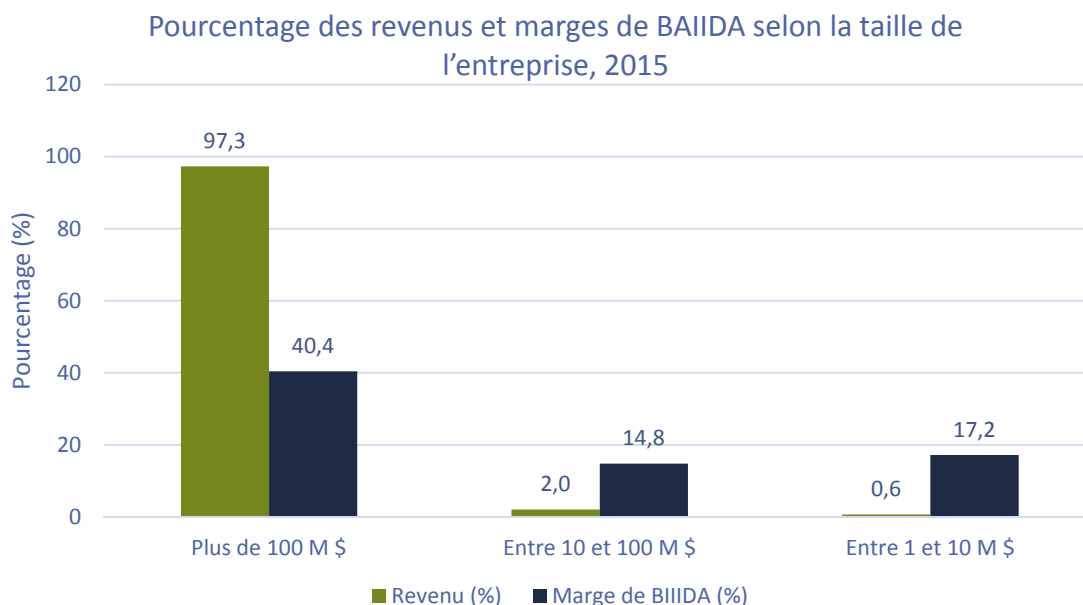
Les marges de BAIIDA et les revenus ont été calculés pour les FST dont les revenus des services de télécommunication ont représenté plus de 80 % de l'ensemble de leurs revenus.

Ce tableau illustre la croissance de l'ensemble des revenus des services filaires et des services sans fil entre 2013 et 2015. Il indique aussi les marges de BAIIDA pour l'ensemble des services de télécommunication, des FST 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 2015, contrairement à l'année précédente, les marges de BAIIDA des autres fournisseurs de services, à savoir les fournisseurs autres que les fournisseurs de services par câble et de téléphonie traditionnelle, étaient semblables aux marges des fournisseurs de services dotés d'installations. Cela était dû à la déclaration par certaines entreprises de postes de comptabilité extraordinaires. Si on ne tient pas compte des postes extraordinaires utilisés dans le calcul des marges de BAIIDA, en moyenne, les marges de BAIIDA des autres fournisseurs de services non dotés d'installation représentaient le quart de celles des fournisseurs de services dotés d'installations. Les marges globales de

BAIIDA des services filaires et des services sans fil ont connu une hausse de 1,3 % et de 4,0 % respectivement. Les revenus totaux ont également augmenté; une différence de 1,9 milliard de dollars pour l'ensemble des télécommunications peut être constatée dans le graphique ci-dessus.

Graphique 5.0.4 Pourcentage des revenus totaux selon la taille de l'entreprise et leur marge BAIIDA respective, 2015



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 39,8 %. 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 40,4%. 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 14,8 % et celles dont les revenus se sont établis entre 1 et 10 millions de dollars ont eu une marge de BAIIDA de 17,2 %. Il convient de noter que les entreprises dont les revenus de télécommunication se situent entre 1 et 10 millions de dollars sont celles ayant connu la plus importante baisse de revenus, soit de 4,6 millions de dollars.

vi 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 2015, les FST (avec des revenus de plus de 100 millions de dollars) ont consacré 13,3 milliards de dollars à des dépenses en immobilisations dont 38 % visaient les services d'accès et 15 % concernaient le réseau. Les autres 47 % ont été consacrés au spectre et à des activités autres que de réseau, comme la facturation ou les véhicules.

Tableau 5.0.5 Immobilisations relatives aux services de télécommunication dans les installations et les équipements, selon le type de FST (milliards \$)

Secteur	Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services filaires	FST titulaires	Tous les services	4,6	4,7	4,9	4,8	5,2	7,3	2,8
	Autres FST	Autres FST dotés d'installations (y compris les entreprises de câblodistribution)	2,4	2,3	1,9	2,3	3,1	33,6	5,9
		Revendeurs	0,03	0,04	0,04	0,03	0,02	-14,2	-4,3
		Total partiel	2,5	2,4	2,0	2,3	3,1	33,1	5,8
	Total	Tous les services	7,1	7,1	6,9	7,1	8,2	15,7	3,8
Services sans fil	Total	Tous les services	2,5	2,6	2,3	7,5	5,1	-32,2	20,0
Total	Total	Tous les services	9,6	9,7	9,2	14,7	13,3	-8,9	8,7

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre les dépenses en immobilisations faites selon le type de FST entre 2011 et 2015.

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.

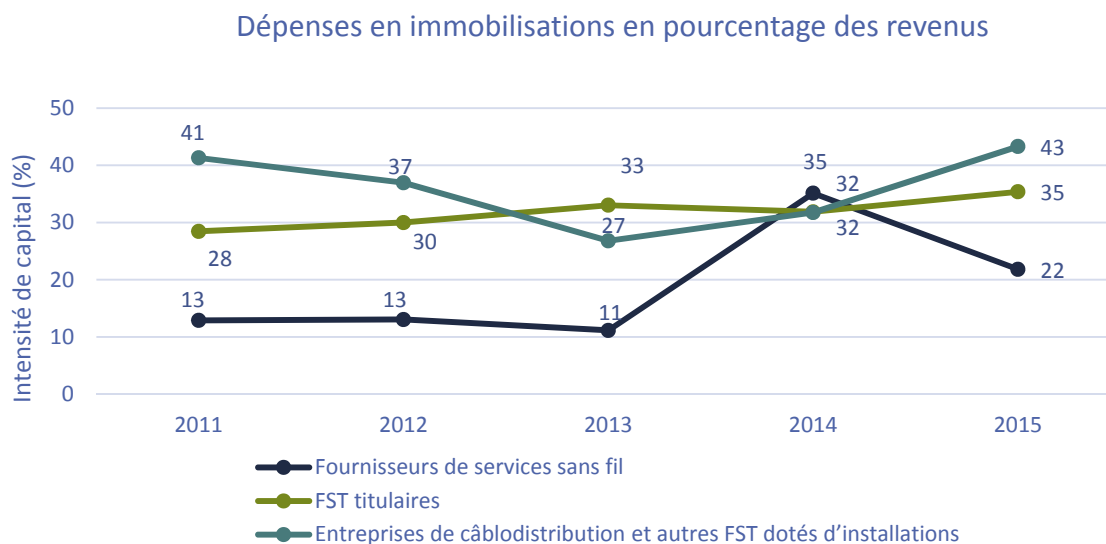
Les données ci-dessus comprennent les dépenses effectuées pour acheter du spectre. En 2014, les dépenses liées aux services sans fil ont connu une hausse marquée en raison de la vente du spectre de la bande 700 MHz par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE). En 2015, la vente du spectre des bandes 2500 MHz et AWS-3 a contribué à l'accroissement des dépenses liées aux services sans fil.

Depuis 2011, les FST titulaires ont rapporté en moyenne 43 % des dépenses en immobilisations dans le secteur. Ce sont les revendeurs qui ont dépensé le moins à ce titre 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 34 cents de chaque dollar gagné au cours des trois dernières années, alors que les FST titulaires y ont consacré 33 cents.

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



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre l'intensité de capital des FST entre 2011 et 2015.

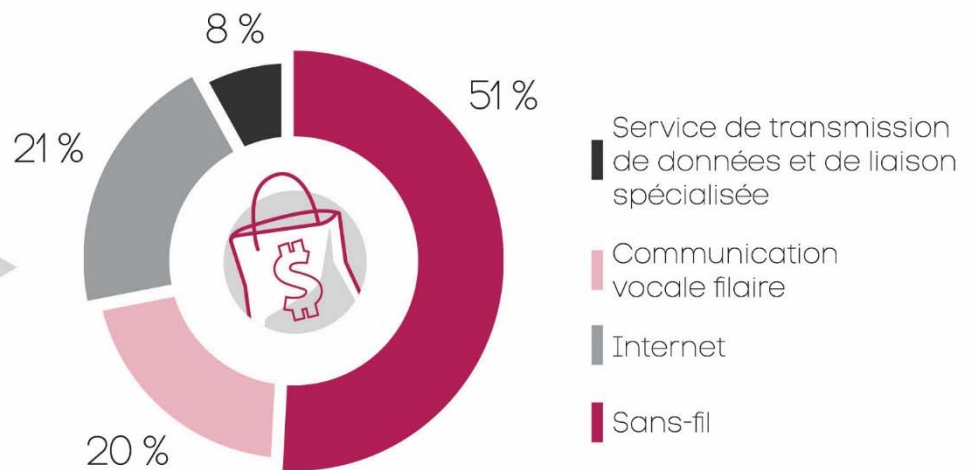
En 2014, les dépenses liées aux services sans fil ont connu une hausse marquée en raison de la vente du spectre de la bande 700 MHz par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE). En 2015, la vente du spectre des bandes 2500 MHz et AWS-3 a contribué à l'accroissement des dépenses liées aux services sans fil. 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.

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.

5.1 Secteurs des services de télécommunication de détail

Revenus de télécommunication de détail en 2015

43,9 milliards \$



Revenus

43,9 G \$

Hausse de 4,1 %
par rapport à 2014

Intégration
verticale

82 %

Pourcentage des revenus
de détail accumulés par
7 entreprises qui exercent
leurs activités dans tous
les secteurs

Croissance
des revenus des
services internet

9,9 %

Secteur à la plus forte hausse

Part des revenus des
fournisseurs de services
dotés d'installations

97 %

Pourcentage du total
des revenus 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 2015, les revenus des services de télécommunication de détail au Canada s'élevaient à 43,9 milliards de dollars, dont 49 % provenaient des services filaires. Les revenus des services filaires provenaient des services de résidence 58 % et des services d'affaires 42 %. Les cinq premiers FST titulaires et les cinq premières entreprises de câblodistribution ont respectivement touché 60 % et 33 % des revenus de services 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 continuent d'avoir un avantage clair sur le plan de la concurrence relativement à celles qui étaient moins intégrées.

En 2011, les revenus tirés des services sans fil s'établissaient à 18,4 milliards de dollars ou à 47 % des revenus totaux de détail. En 2015, les revenus des services sans fil avaient augmenté à 22,5 milliards de dollars, soit à 51 % des revenus totaux de détail. Pour la première fois, plus de 50 % des revenus totaux de détail en 2015 étaient tirés des services sans fil. 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 18,8 % de 2011 à 2015.

D'autre part, les revenus des services filaires ont augmenté à un rythme plus lent depuis 2011. Les revenus des services filaires ont augmenté, passant de 20,6 milliards de dollars en 2011, ou 53 % des revenus des services de télécommunication de détail, à 21,4 milliards de dollars ou 49 %, en 2015. Cette petite hausse masque le fait que les revenus des services téléphoniques filaires ont connu une baisse de près de 1,9 milliards de dollars ou 18 % depuis 2011. Le nombre de lignes locales a aussi diminué, passant de 18,3 millions de lignes en 2011 à 15,6 millions de lignes en 2015. Par ailleurs, les services Internet étaient les seuls services filaires à connaître une croissance. De tous les secteurs, le secteur des services Internet était celui dont le taux de croissance était le plus rapide, avec une croissance de plus de 835 millions de dollars ou 9,9 % en 2015.

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.

i Revenus

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 de protocoles de données (p.ex. Ethernet et les services de données par réseau privé virtuel de protocole Internet), des services de protocoles de données traditionnels (p. ex. le mode de transfert asynchrone et X.25) et des liaisons spécialisées. 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.

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

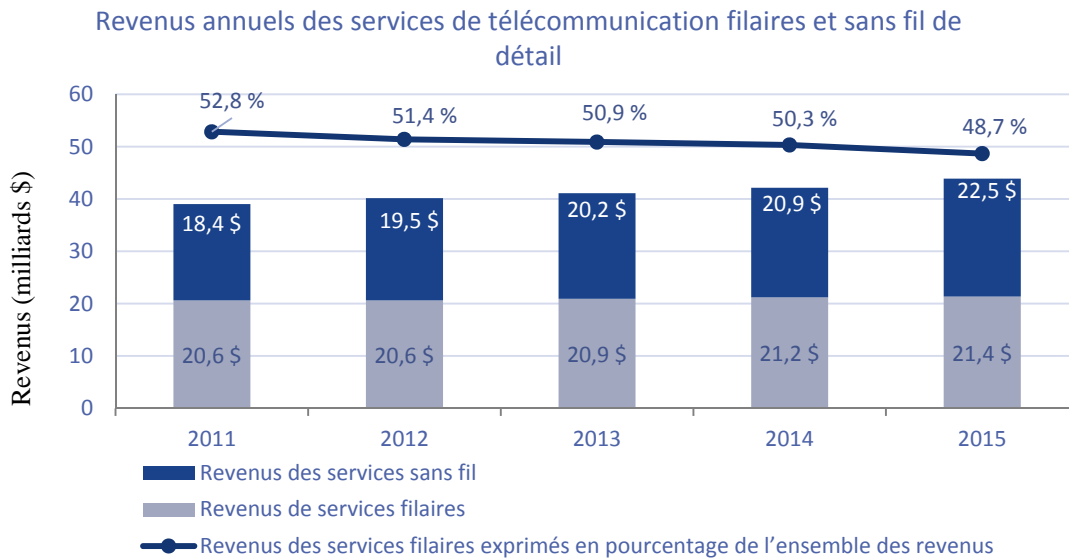
Secteur	Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services filaires	Communication vocale filaire	Local	8,1	7,8	7,7	7,4	7,1	-4,0	-3,1
		Interurbain	2,4	2,1	1,9	1,8	1,5	-14,2	-11,1
		Total partiel	10,5	10,0	9,6	9,2	8,7	-6,0	-4,8
	Sauf communication vocale	Internet	6,8	7,2	7,7	8,4	9,2	9,9	8,0
		Nouveaux protocoles de données	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	-1,1	2,4
		Protocoles de données traditionnels, liaison spécialisée et autres	1,6	1,7	1,7	1,7	1,6	-7,2	-0,5
		Protocoles de données, liaison spécialisée et autres – Total partiel	3,3	3,5	3,6	3,6	3,5	-3,9	1,0
		Autres que vocal – Total partiel	10,1	10,7	11,3	12,0	12,7	5,8	5,9
	Total	Total services filaires	20,6	20,6	20,9	21,2	21,4	0,7	0,9
	Services sans fil	Total	Total sans fil	18,4	19,5	20,2	20,9	22,5	7,5
Total	Total	Grand total	39,0	40,2	41,1	42,2	43,9	4,1	3,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Le tableau présente la ventilation détaillée des revenus des services de détail, de la croissance annuelle et le taux de croissance annuel composé des services filaires et des services sans fil par secteur du marché de 2011 à 2015.

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. En 2014, 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, 75,5 % des ménages avaient un service filaire, 85,6 % avaient un service sans fil, 13,6 % n'avaient qu'un service filaire et 23,7 % n'avaient qu'un service sans fil.

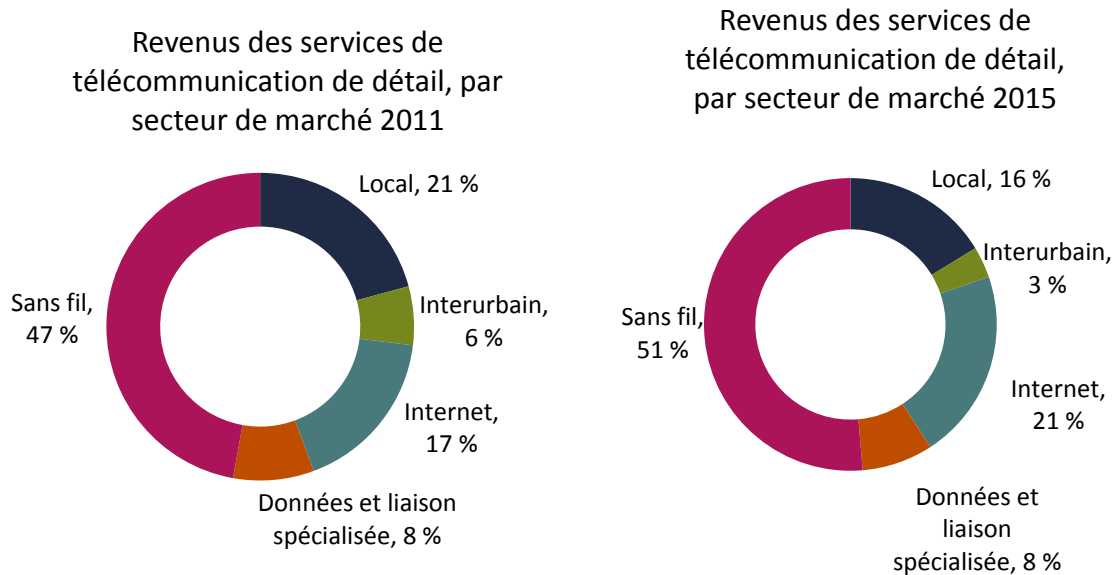
Graphique 5.1.1 Revenus annuels des services de télécommunication filaires et sans fil de détail



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre les revenus des services filaires et des services sans fil mobiles de détail de 2011 à 2015. 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.

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



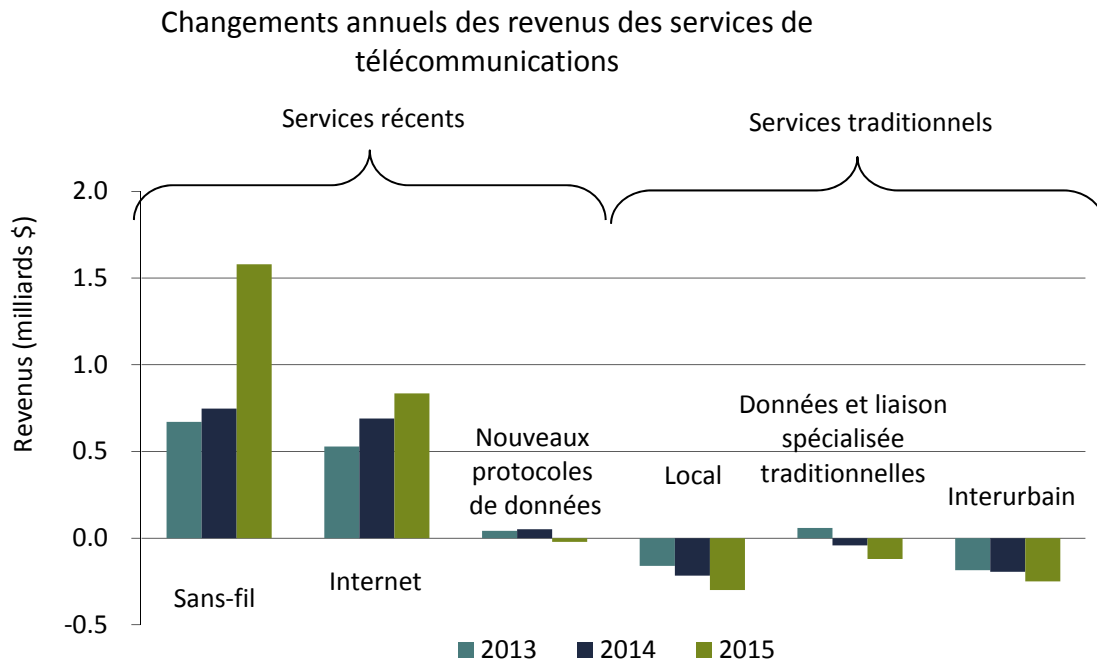
Source : Données recueillies par le CRTC

Ces deux graphiques illustrent la répartition des revenus des services de télécommunication de détail par secteur de marché pour les années 2011 et 2015. 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.

ii Indicateurs technologiques

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

Graphique 5.1.3 Changements annuels des revenus des services récents et des services traditionnels de télécommunication, par technologie

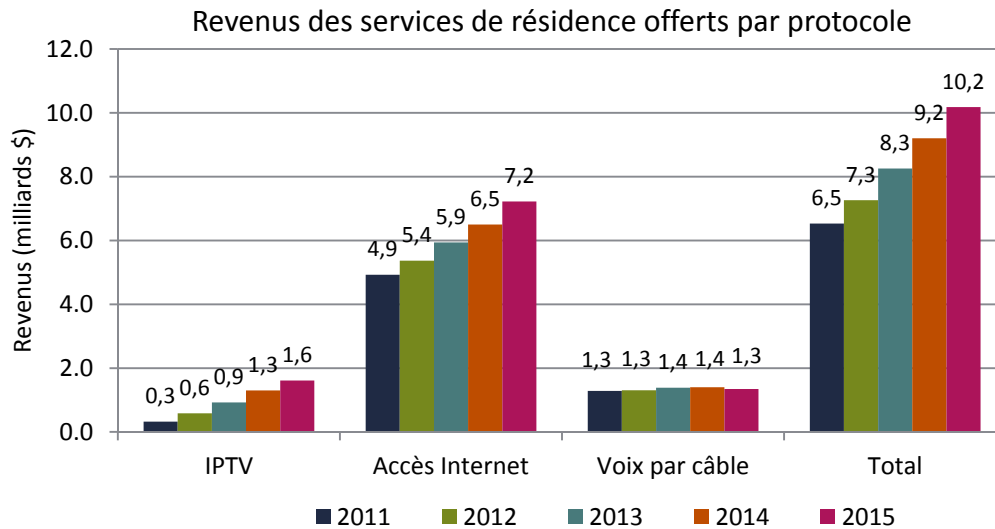


Source : Données recueillies par le CRTC

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 technologies récentes 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 services récents et ceux des services traditionnels comme les services locaux, interurbains ou les services de données et de liaison spécialisée traditionnels.

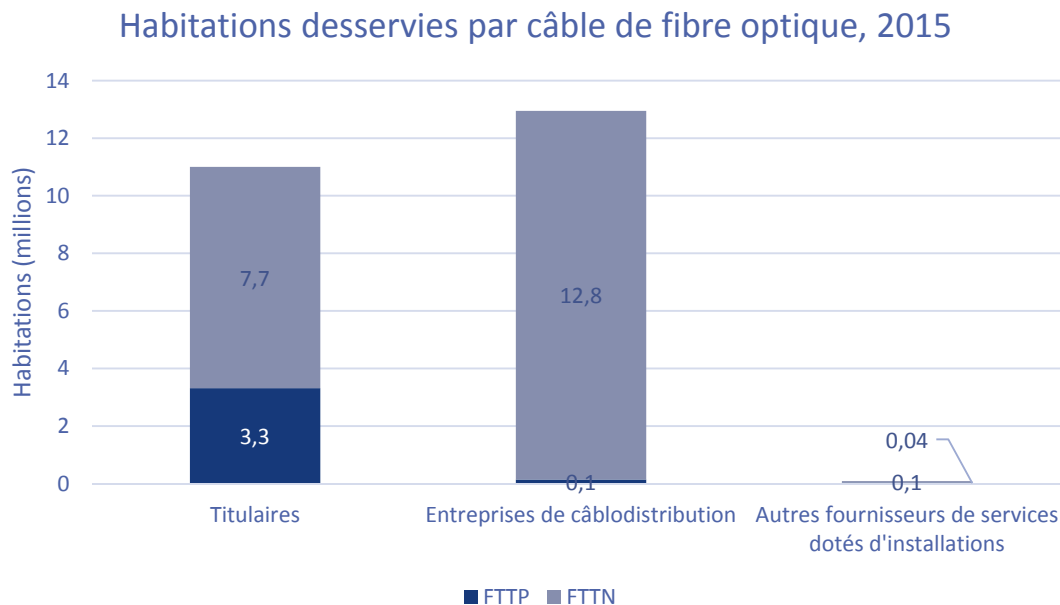
Les protocoles récents de données réfèrent aux services utilisant Ethernet et les services de données par réseau privé virtuel de protocole Internet. Les services de protocoles de données traditionnels réfèrent au mode de transfert asynchrone et X.25.

Graphique 5.1.4 Revenus des services de résidence offerts par protocole



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.1.5 Habitations desservies par câble de fibre optique, 2015

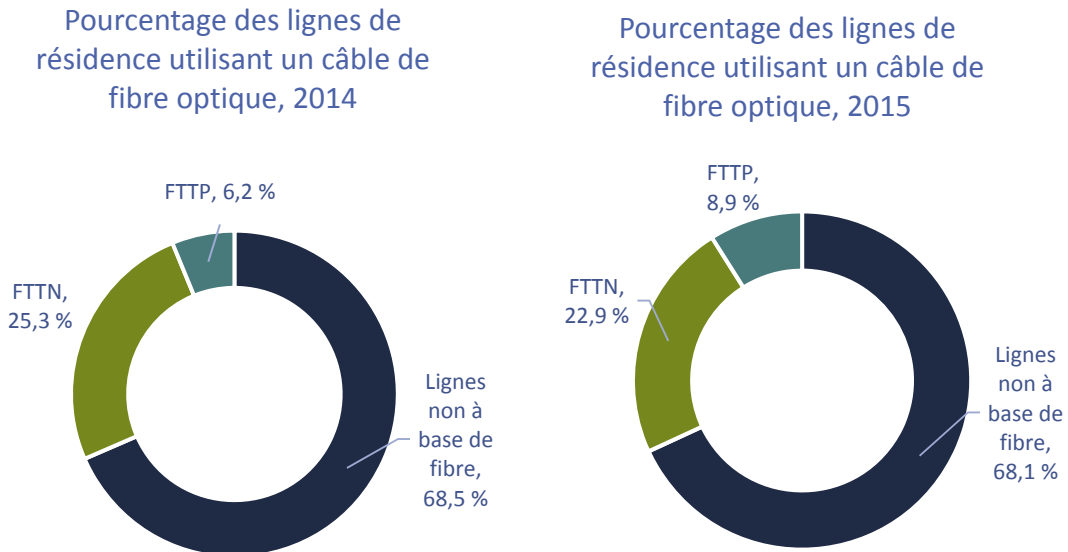


Source : Données recueillies par le CRTC

Les FST adoptent les systèmes qui utilisent la fibre optique. Ce graphique illustre le nombre d'habitations qui ont accès soit à de lignes de fibre optique (FTTP) ou soit de lignes de cuivre branchées à un nœud muni d'un câble de fibre optique (FTTN). 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. Le nombre d'habitations desservies fait référence au nombre de celles qui peuvent obtenir des services de télécommunication qui utilisent cette technologie.

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 métallique.

Graphique 5.1.6 Pourcentage des lignes de résidence utilisant un câble de fibre optique, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

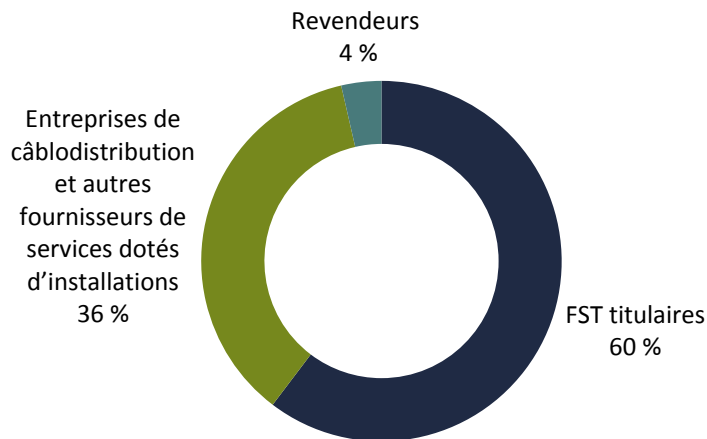
Ces graphiques illustrent le pourcentage de lignes utilisant la fibre dans l'ensemble des lignes de résidence au pays en 2014 et 2015.

iii Environnement concurrentiel

Les FST dotés d'installations ont réalisé 96 % des revenus des services de télécommunication de détail en 2015. 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, 2015

Part de marché de l'ensemble des revenus des services de télécommunication de détail



Source : Données recueillies par le CRTC

Le total des revenus des services de télécommunication de détail s'est élevé à 43,9 milliards de dollars en 2015. Ce graphique illustre le pourcentage des revenus selon le type de FST. Les FST titulaires ont réalisé la plus grande part des revenus du marché. Viennent ensuite les entreprises de câblodistribution et les autres fournisseurs de services dotés d'installations, suivis des revendeurs.

Tableau 5.1.2 Nombre 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 de groupes ou entreprises ayant fait un rapport et exploités dans ces marchés			Pourcentage des revenus des services de télécommunication générés dans ces marchés (%)		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
6	9	8	7	84	84	82
5	12	11	14	10	10	10
4	29	25	23	3	2	1
3	33	42	36	1	1	2
2	26	22	37	1	1	2
1	44	43	57	1	2	3

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 82 % de l'ensemble des revenus du marché. Les sociétés mères comprennent leurs affiliées.

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.

Tableau 5.1.3 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires (%), par type de FST, 2015

Type	Sous type	Résidentiel	Affaires	Total
FST titulaires	FST titulaires	47,6	74,7	59,0
Autres FST	Entreprises de câblodistribution et autres FST dotés d'installations	46,5	17,0	34,1
	Revendeurs	6,0	8,8	7,2
	Total partiel	52,4	25,8	41,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Dans ce tableau, les parts de revenus des services de télécommunication filaires sont divisées par source, soit les services de résidence ou soit les services d'affaires, tant pour les FST titulaires que pour les autres FST comme les revendeurs, les entreprises de câblodistribution et autres FST dotés d'installations.

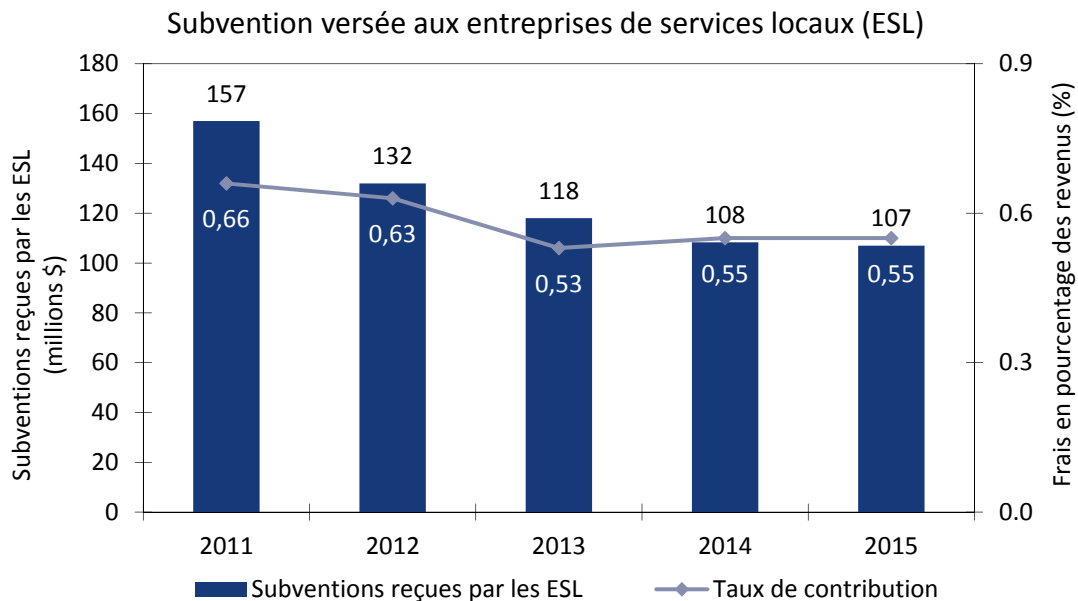
Pour ce qui est des secteurs de marché des services de télécommunication filaires, les autres FST ont fait davantage de gains de revenus dans le marché des services de résidence que dans le marché des services d'affaires. Les entreprises de câblodistribution qui ont mis leurs réseaux de câble à niveau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

Les secteurs de marché des services filaires comprennent les suivants : le service téléphonique local, l'interurbain, Internet et les données et la liaison spécialisée.

iv Contribution

En 2015, 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 107 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.

v La voix des consommateurs

En 2015, le CRTC et le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications Inc. (CPRST) ont reçu plus de 40 000 communications de Canadiens au sujet des services de télécommunication. De ces communications, 53 % ont été traitées par le CRTC et 47 % l'ont été par le CPRST. Les communications relatives aux services sans fil étaient les plus fréquentes (38 %), suivies par les sujets relatifs à Internet (21 %) et ceux relatifs au télémarketing (16 %).

Les sujets sous-jacents de ces plaintes étaient des erreurs de facturation (34 %), des différends reliés à des contrats ou aux modalités de service (18 %) et la prestation du service (14 %).

Qu'est-ce que le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) :

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. 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. Le CPRST est aussi responsable de l'administration du Code sur les services sans fil. Pour plus d'information sur le CPRST, veuillez consulter le site web <https://www.ccts-cprst.ca/fr/>

Tableau 5.1.4 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2015

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	6 714	-	-	-	-	-	6 714	6,5
Compagnies de téléphone titulaires	491	1 586	615	410	225	43	3 370	6,1
Services sans fil	1 021	2 490	473	361	902	118	5 365	1,8
Services Internet	1 368	806	710	529	184	97	3 694	3,1
Services de télécommunication	765	297	71	126	64	82	1 405	1,4
Entreprises de services locaux concurrentes	95	184	58	82	36	3	458	0,9
Autres fournisseurs de services interurbains	31	142	24	14	27	2	240	0,2
Services VoIP	72	68	43	47	20	-	250	0,2
Services de téléphone payant	21	33	11	6	1	5	77	10,4
Total	10 578	5 606	2 005	1 575	1 459	350	21 573	-

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.1.5 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les services de télécommunication traitées par le CPRST (2014-2015)

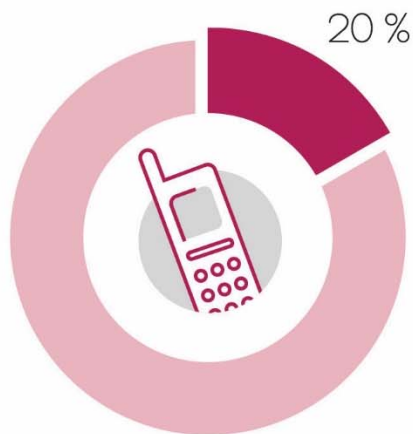
Sujet	Erreur de facturation	Différend au sujet du contrat	Prestation du service	Gestion du crédit	Total
Service sans fil	4 345	3 557	1 756	556	10 214
Accès à Internet	2 203	1 385	1 323	134	5 045
Service téléphonique local	1 510	947	938	126	3 521
Interurbains	311	97	107	19	534
Assistance-annuaire	6	-	-	-	6
Annaires des pages blanches	3	2	-	-	5
Services de téléphoniste	1	-	-	-	1
Total	8 379	5 988	4 124	835	19 326

Source : Rapport annuel du CPR

5.2 Secteur des services de communication vocale filaire de détail

Revenus de télécommunication de détail en 2015

43,9 milliards \$



Communication vocale filaire

Revenus

8,5 G \$

Baisse de 6,0 %
par rapport à 2014

Revenus des services téléphoniques locaux

7,0 G \$

Baisse de 4,0 %
par rapport à 2014

Connexions VoIP indépendantes de l'accès

0,6 M

4 % des lignes téléphoniques locales

Revenus des services interurbains

1,5 G \$

Baisse de 14,2 %
par rapport à 2014

Plus de 150 entreprises offrent les services locaux et les services interurbains au Canada. En 2015, les revenus tirés des services téléphoniques filaires s'élevaient à 8,5 milliards de dollars; 82 % de ces revenus provenaient des services locaux et 18 %, des services interurbains. Les revenus tirés des services téléphoniques filaires ont connu une baisse de 543 millions de dollars, ou -6,0 % par rapport à l'année précédente. Cette chute se partage quasiment à parts égales entre les revenus des services téléphoniques locaux (54 %) et les revenus des services interurbains (46 %).

Les entreprises de câblodistribution détiennent plus de 30 % des revenus des services téléphoniques locaux et interurbains de résidence. Les entreprises de câblodistribution gagnent du terrain dans le marché des services d'affaires avec une hausse de revenus de 310 millions de dollars à 317 millions de dollars pour la dernière année.

Le secteur canadien des services téléphoniques filaires continue de subir des pressions de la part d'approches de substitution technologiques et une demande accrue en matière de services sans fil. Les pertes régulières dans le secteur des services de communication vocale filaire continuent alors que les fournisseurs ont rapporté une réduction de 800 000 en matière de lignes en 2015.

Le secteur des services sans fil a, au contraire, augmenté sa base d'abonnés avec environ un million nouveaux abonnés au cours de la même période.

L'arrivée du service de communication vocale sur IP (VoIP) dans le marché des services téléphoniques filaires a attiré de nouveaux fournisseurs non traditionnels. Les fournisseurs du service VoIP indépendant de l'accès utilise Internet à large bande pour offrir un service téléphonique local semblable au service téléphonique traditionnel à une fraction du prix pour l'abonné. Le nombre de Canadiens abonnés au service VoIP indépendant de l'accès représente maintenant plus de 625 000 abonnés ou environ 4 % de l'ensemble des lignes téléphoniques locales de détail.

Un abonnement mensuel à un service téléphonique local inclut généralement des appels locaux illimités dans une zone géographique précise, le service d'appel d'urgence (9-1-1), le service de relais par télécopieur, l'accès aux appels interurbains et l'accès Internet commuté. Les services optionnels, ou fonctions, comprennent l'afficheur, le renvoi d'appel et la téléconférence. Le service interurbain assure les communications téléphoniques entre deux zones d'appel local différentes et est normalement facturé à l'utilisation, à un tarif à la minute.

i Revenus

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

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Revenus totaux des services locaux de détail	8 106	7 821	7 661	7 441	7 146	-4,0	-3,1
Moins : Revenus de contribution	157	132	118	108	107	-0,8	-9,1
Revenus nets des services locaux	7 949	7 690	7 544	7 333	7 039	-4,0	-3,0
Revenus des services interurbains de détail	2 408	2 134	1 949	1 755	1 506	-14,2	-11,1
Revenus de services locaux et interurbains de détail	10 357	9 824	9 493	9 088	8 545	-6,0	-4,7

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.

Les revenus des services locaux comptent pour environ 80 % de tous les revenus des services locaux et interurbains de détail.

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

Type de FST	Type de revenu	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Services locaux	3 141	2 922	2 696	2 559	2 402	-6,1	-6,5
	Services interurbains	1 052	932	802	687	586	-14,6	-13,6
	Total	4 193	3 854	3 498	3 246	2 989	-7,9	-8,1
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	Services locaux	174	188	164	216	166	-23,2	-1,2
	Services interurbains	330	281	211	178	159	-10,8	-16,7
	Total	505	469	375	393	325	-17,4	-10,5
Entreprises de câblodistribution	Services locaux	1 285	1 307	1 388	1 399	1 347	-3,7	1,2
	Services interurbains	223	210	201	180	148	-17,9	-9,8
	Total	1 508	1 517	1 589	1 580	1 495	-5,4	0,2
Tous les FST	Services locaux	4 600	4 417	4 248	4 174	3 916	-6,2	-3,9
	Services interurbains	1 606	1 424	1 213	1 045	893	-14,5	-13,6
	Total	6 206	5 840	5 462	5 219	4 809	-7,9	-6,2

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 2011 à 2015. 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 de détail, par type de FST (millions \$)

Type de FST	Type de revenu	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Services locaux	3 072	2 970	2 909	2 781	2 672	-3,9	-3,4
	Services interurbains	610	538	533	550	458	-16,7	-6,9
	Total	3 682	3 508	3 442	3 331	3 130	-6,0	-4,0
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	Services locaux	90	93	141	119	180	51,4	19,0
	Services interurbains	117	108	142	109	109	0,0	-1,8
	Total	207	200	283	228	289	26,9	8,7
Entreprises de câblodistribution	Services locaux	187	210	247	258	272	5,2	9,8
	Services interurbains	76	66	60	52	46	-12,2	-12,0
	Total	263	276	307	310	317	2,3	4,8
Total des services de résidence	Services locaux	3 350	3 273	3 295	3 159	3 123	-1,1	-1,7
	Services interurbains	802	711	736	710	613	-13,7	-6,5
	Total	4 151	3 984	4 031	3 869	3 736	-3,4	-2,6

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 2011 à 2015. Comme le marché des services de résidence, le marché des services d'affaires connaît un déclin, mais à un rythme plus lent. Les entreprises canadiennes semblent choisir de plus en plus les autres fournisseurs et les fournisseurs de services par câble, car ces deux types de fournisseurs sont en croissance dans le marché des services téléphoniques locaux.

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

Taille	Type de fournisseur	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Revenus de télécom supérieurs à 100 millions \$	FST titulaires	1 598	1 444	1 311	1 216	1 017	-16,4	-10,7
	Autres FST	78	68	56	45	34	-24,4	-18,7
	FST par câble	345	272	257	228	188	-17,5	-14,1
	Total partiel	2 021	1 783	1 624	1 488	1 239	-16,7	-11,5
Revenus de télécom entre 100 et 10 millions \$	Tous les fournisseurs	292	268	251	196	191	-2,7	-10,1
Revenus de télécom inférieurs à 10 millions \$	Tous les fournisseurs	95	83	74	70	77	9,6	-5,2
Total	Tous les fournisseurs	2 408	2 134	1 949	1 755	1 506	-14,2	-11,1

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 supérieurs à 100 millions \$ ont récolté environ 80 % des revenus tirés des services interurbains, tandis que les FST ayant des revenus de télécommunication inférieurs à 100 millions \$ ont récolté moins de 20 % des revenus tirés des services interurbains. Ces plus petits fournisseurs de services exercent généralement leurs activités dans des marchés de créneaux relativement plus petits répondant aux besoins de consommateurs particuliers, dont les utilisateurs de cartes d'appel prépayées.

ii Données relatives aux abonnés

Les données relatives à l'abonnement au service téléphonique local est calculé via le nombre de lignes téléphoniques, tandis que 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)

Type de ligne	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Lignes téléphoniques gérées locales	17 869	16 866	16 251	15 710	14 986	-4,6	-4,3
Lignes téléphoniques non gérées – Lignes indépendantes de l'accès	404	861	670	694	626	-9,8	11,6
Total – Lignes téléphoniques gérées et non gérées	18 274	17 726	16 921	16 403	15 612	-4,8	-3,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Le nombre de lignes téléphoniques locales gérées a diminué de 17,9 millions de lignes en 2011 à 15 millions de lignes en 2015, tandis que le nombre de lignes locales non gérées a augmenté de 404 milliers en 2011 à 626 milliers en 2015. Les lignes téléphoniques locales gérées représentent 96 % du total des lignes téléphoniques. Le nombre total de lignes téléphoniques continue à baisser.

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

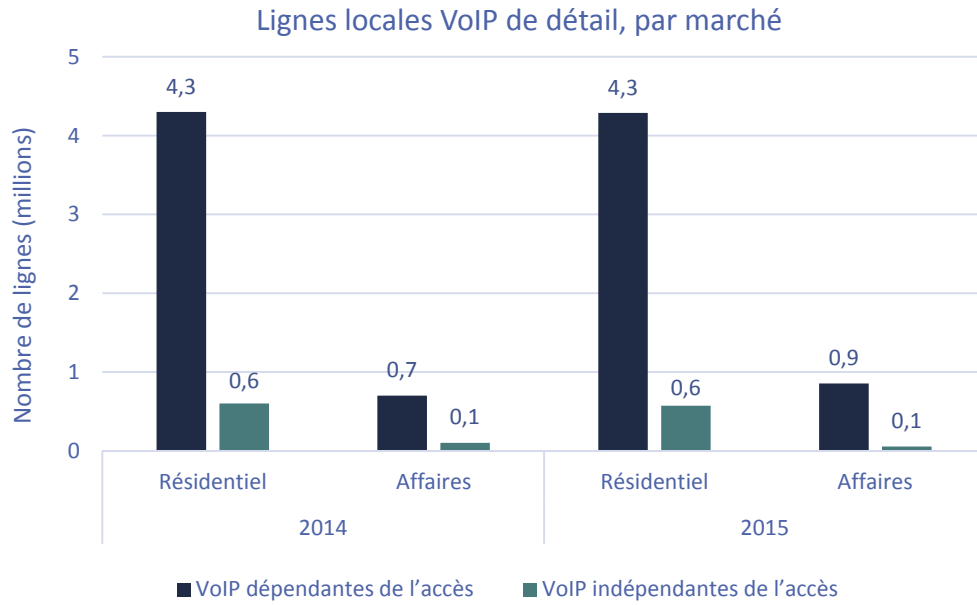
Type de FST	Type de ligne	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Lignes de résidence	7 577	6 975	6 442	5 981	5 566	-6,9	-7,4
	Lignes d'affaires	5 350	5 084	4 890	4 670	4 335	-7,2	-5,1
	Total	12 927	12 059	11 332	10 650	9 901	-7,0	-6,4
Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	Lignes de résidence	646	723	482	711	798	12,2	5,4
	Lignes d'affaires	225	264	261	224	233	4,0	0,9
	Total	871	987	743	935	1 031	29,4	8,6
Entreprises de câblodistribution	Lignes de résidence	4 061	4 258	4 314	4 247	4 031	-5,1	-0,2
	Lignes d'affaires	414	422	531	571	649	13,7	11,9
	Total	4 476	4 681	4 846	4 818	4 681	-2,9	1,1
Total FST	Lignes de résidence	12 284	11 956	11 238	10 939	10 395	-5,0	-4,1
	Lignes d'affaires	5 989	5 770	5 683	5 465	5 217	-4,5	-3,4
	Total	18 274	17 726	16 921	16 403	15 612	-4,8	-3,9

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 38 % des ménages sont abonnés 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



Source : Données recueillies par le CRTC

En 2015, on comptait 5,2 millions de connexions VoIP dépendantes de l'accès comparativement à 0,6 million de connexions VoIP indépendantes de l'accès.

iii Indicateurs de rendement

Tableau 5.2.7 Revenus mensuels des services locaux et interurbains de détail, par ligne (\$)

Type de ligne	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services de résidence	41,52	40,16	39,25	39,22	37,25	-5,0	-2,7
Services d'affaires	58,49	56,46	58,66	57,84	58,29	0,8	-0,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.8 Revenus mensuels des services interurbains de détail, par ligne (\$)

Type de ligne	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services de résidence	10,74	9,79	8,72	7,85	6,92	-11,9	-10,4
Services d'affaires	11,30	10,08	10,71	10,63	9,56	-10,1	-4,1

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 deux le total des lignes en service au début de l'année et à la fin de l'année.

Tableau 5.2.9 Revenus mensuels des services téléphoniques locaux (\$) de détail, par ligne et par type de FST

Type de ligne	Type de FST	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services locaux de résidence	FST titulaires	33,25	33,47	33,49	34,33	34,68	1,0	1,1
	Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	25,14	22,90	22,72	30,12	18,33	-39,1	-7,6
	Entreprises de câblodistribution	26,74	26,18	26,99	27,24	27,12	-0,4	0,4
	Total des services de résidence	30,78	30,37	30,53	31,37	30,59	-2,5	-0,2
Services locaux d'affaires	FST titulaires	47,81	47,44	48,61	48,48	49,45	2,0	0,8
	Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	37,13	31,54	44,86	41,02	65,71	60,2	15,3
	Entreprises de câblodistribution	43,48	41,86	43,16	39,04	37,08	-5,0	-3,9
	Total des services d'affaires	47,20	46,39	47,95	47,23	48,73	3,2	0,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Les revenus mensuels moyens par ligne ont affiché une certaine stabilité entre 2011 et 2015 pour les services de résidence et les services d'affaires, sauf pour les autres fournisseurs de services qui ont connu des fluctuations entre 2013 et 2015.

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

Type de ligne	Type de FST	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services interurbains de résidence	FST titulaires	0,089	0,088	0,087	0,085	0,083	-1,9	-1,6
	Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,049	0,051	0,047	0,043	0,040	-5,9	-4,7
	Entreprises de câblodistribution	0,043	0,042	0,043	0,043	0,043	-0,4	-0,1
	Total des services de résidence	0,068	0,067	0,066	0,067	0,062	-7,5	-2,3
Services interurbains d'affaires	FST titulaires	0,061	0,045	0,044	0,044	0,038	-14,0	-11,3
	Autres fournisseurs de services (entreprises de câblodistribution exclues)	0,036	0,038	0,044	0,040	0,069	72,8	17,7
	Entreprises de câblodistribution	0,027	0,025	0,024	0,025	0,025	-2,0	-2,4
	Total des services d'affaires	0,044	0,040	0,043	0,041	0,039	-3,9	-2,7

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 2015, les particuliers canadiens ont payé 6,2 cents par minute comparativement à 3,9 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.

iv Prix

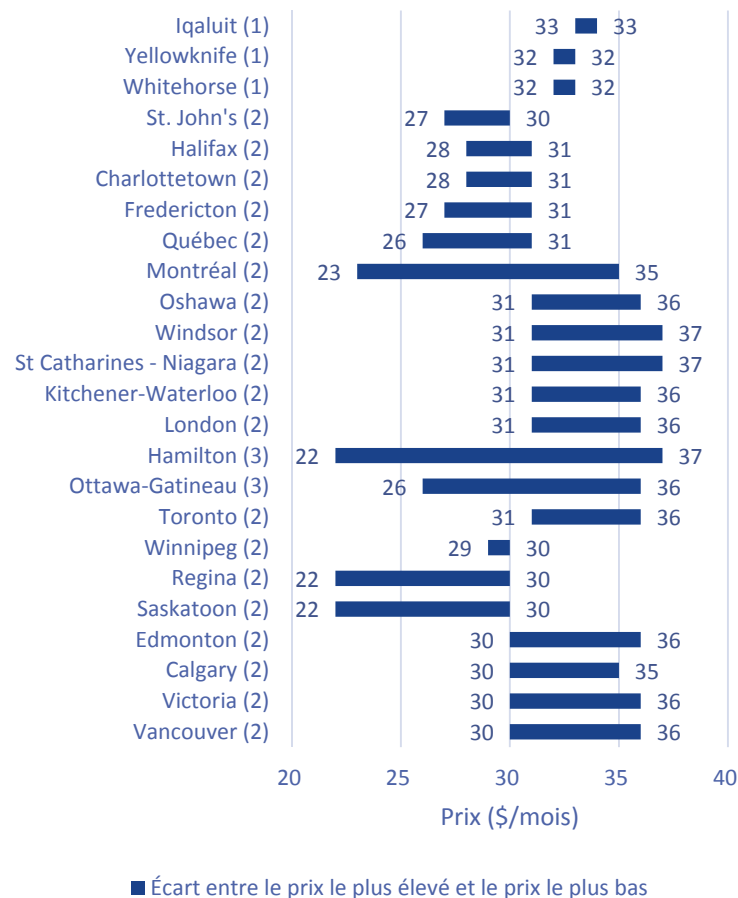
Le service téléphonique local de base inclut les appels illimités dans une zone géographique, les services 9-1-1, le service de relais de messages ainsi que l'accès aux services interurbains. Environ 11 % des ménages abonnés aux services téléphoniques filaires locaux choisissent le service téléphonique local de base; les autres 89 % 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 à la différence entre le prix le plus bas et 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, 2015

Prix du service téléphonique local de base dans les principaux centres urbains, 2015

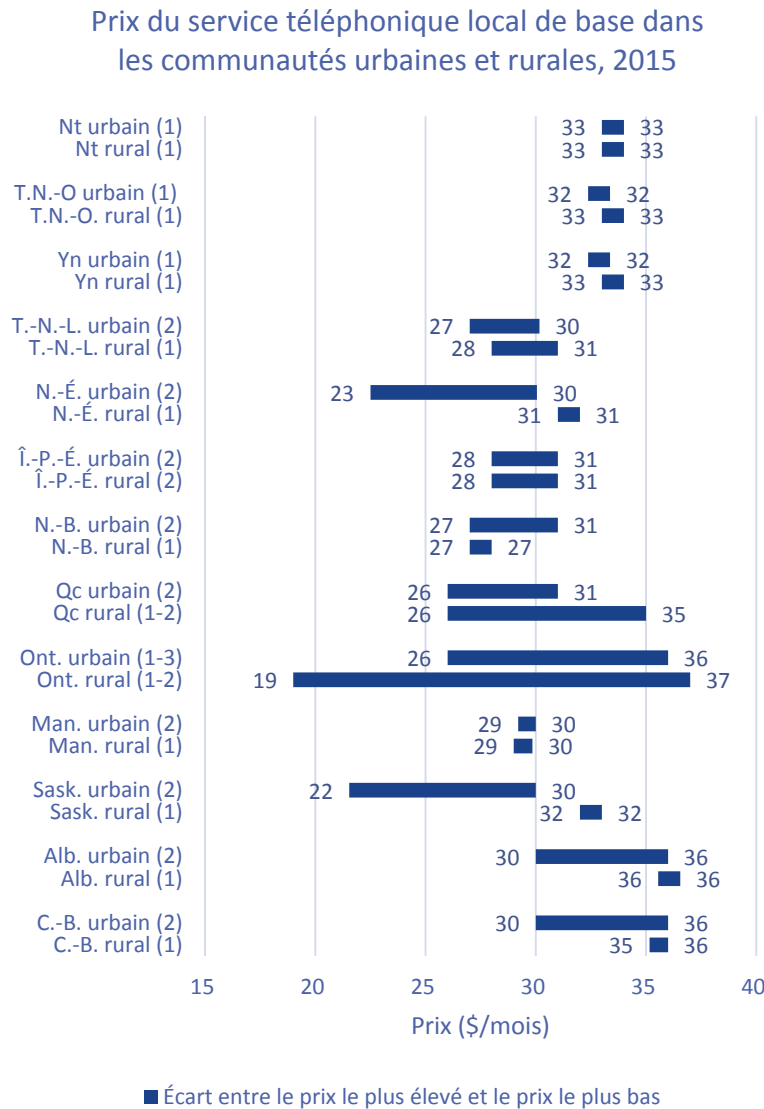


Source : Données recueillies par le CRTC

Le prix du service téléphonique local de base varie d'un centre urbain à l'autre; il passe de 22 \$ par mois à Saskatoon, Regina et Hamilton à 37 \$ à Hamilton, Windsor et St. Catharines - Niagara. 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 urbaines et rurales, par province et territoire, 2015



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. Le chiffre inscrit en haut de la barre est le prix le plus élevé. Le chiffre indiqué entre 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 19 \$ à 35 \$ pour les prix les plus bas et de 27 \$ à 37 \$ 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.

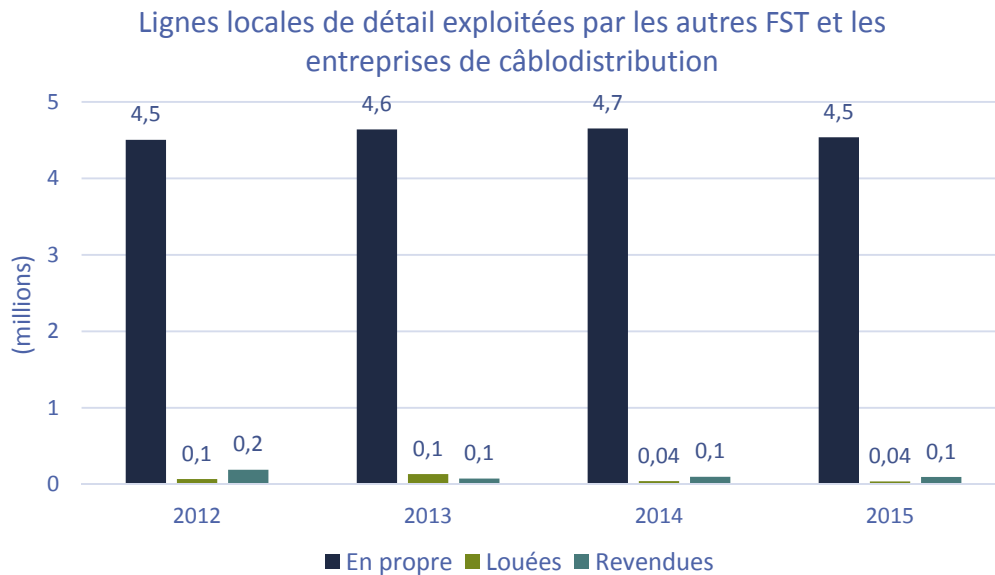
Les communautés rurales choisies pour l'enquête : Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées (voir annexe 9) pour évaluer le prix du service téléphonique local de base dans les communautés rurales répondant aux critères suivants :

- ne pas faire partie de l'une des régions métropolitaines de recensement des 24 principaux centres;
- avoir une densité de population inférieure à 400 personnes/km² ou un centre-ville de moins de 1 000 personnes;
- le nombre de communautés dans chaque province/territoire doit être proportionnel à la population provinciale/territoriale;
- les communautés ne doivent pas être regroupées.

v Type d'installations locales

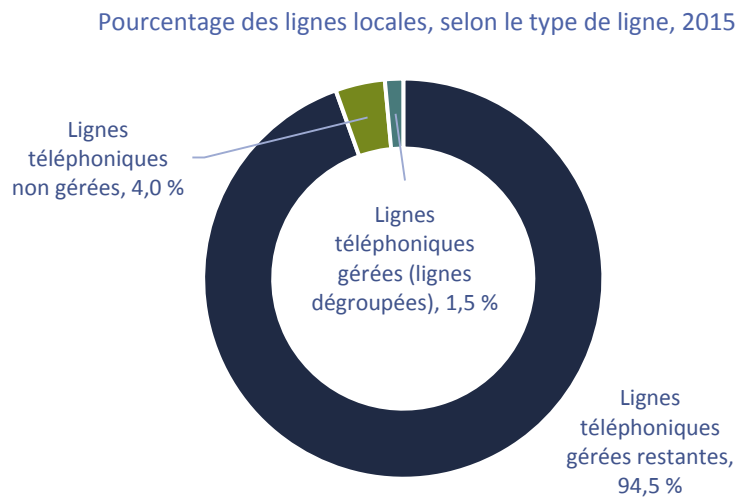
Les lignes louées sont des lignes acquises d'entreprises dotées de leurs propres installations. Les lignes revendues assurent la liaison directe entre le réseau de base de l'entreprise dotée d'installations et le client.

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 Pourcentage des lignes locales, selon le type of ligne, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Les lignes dégroupées ne sont pas toutes utilisées pour la communication vocale, mais aux fins de ce graphique, toutes lignes dégroupées sont incluses. La majorité de la concurrence se fait via le câble ou la VoIP.

vi Environnement concurrentiel

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.

Tableau 5.2.11 Part de revenus des grands FST titulaires dans le marché des services interurbains de détail (%), par région

Région	2011	2012	2013	2014	2015
C.-B., Alberta	74	75	74	81	78
Saskatchewan	92	92	92	94	94
Manitoba	84	83	81	83	83
Ontario, Québec	71	70	69	80	80
Atlantique	83	83	86	88	89
Le Nord	97	97	98	99	99

Source : Données recueillies par le CRTC

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.

vii Service de téléphone payant

Les grands FST titulaires continuent d'être les principaux fournisseurs de service de téléphones payants au Canada.

Tableau 5.2.12 Revenus de téléphones payants des grands FST titulaires

Mesure	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2012-2015
Revenu annuel par unité	682	559	462	413	-10,6	-15,4

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.2.13 Nombre de téléphones payants des grands FST titulaires

Mesure	2012	2013	2014	2015
Nombre de téléphones payants	93 771	84 870	73 883	66 997
Nombre de téléphones payants par 1 000 ménages	6,8	6,1	5,6	4,8
Téléphones publics payants ayant la capacité d'accepter les pièces de monnaie en pourcentage du total de téléphones payants	92,7 %	91,5 %	91,8 %	91,3 %
Téléphones payants équipés d'un téléscripateur en pourcentage du total de téléphones payants	9,3 %	12,6 %	12,4 %	12,6 %

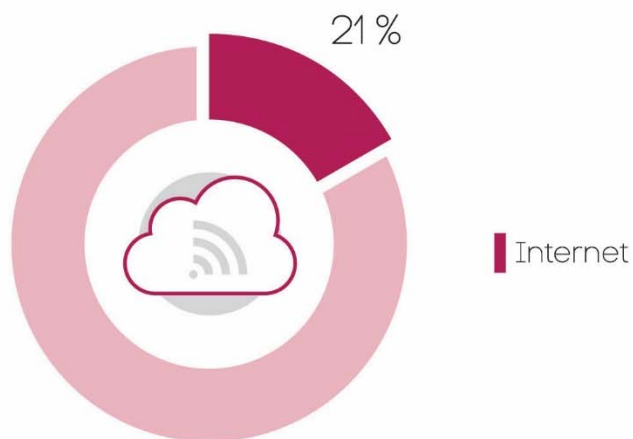
Source : Données recueillies par le CRTC

En 2015, aucun téléphone payant n'était doté d'une capacité Internet.

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

Revenus de télécommunication de détail en 2015

43,9 milliards \$ ▶



Revenus

9,2 G \$

Hausse de 9,9 %
par rapport à 2014

Abonnement

84 %

Des ménages
canadiens

Utilisation mensuelle
de données

38 %

Hausse chez les ménages
canadiens abonnés aux
services haute vitesse

Disponibilité de
la large bande

99 %

Des ménages
canadiens

Environ 98% des ménages canadiens ont la possibilité d'avoir une vitesse de téléchargement d'au moins 5 Mbps, ce qui est suffisant pour regarder ou écouter en continu du contenu audio et vidéo de haute qualité. La grande majorité des Canadiens (96 %) a accès à une telle vitesse au moyen d'installations de ligne terrestre ou sans fil fixes; de plus, d'autres Canadiens (1,5 %) comptent sur des installations de transmission par satellite. Quatre-vingts pour cent des ménages canadiens sont abonnés à des services offrant des vitesses de téléchargement de 5 Mbps ou plus. Si l'on tient compte d'une vitesse de téléversement de 1 Mbps, la disponibilité des services internet de 5 Mbps ou plus baisse à 95 %⁸ (93 % sauf le satellite), alors que 70 % des ménages canadiens sont abonnés.

Parallèlement, les Canadiens exigent plus de bande passante de leurs fournisseurs de services à large bande. La quantité moyenne de données téléchargées par mois par les abonnés des services de résidence a augmenté à 93,0 Gb, ce qui représente une hausse de 40 % entre 2014 et 2015 et une hausse annuelle moyenne de 50,4 % au cours des cinq dernières années. Cela indique que les Canadiens consomment sans doute plus de contenu vidéo et autres services à grande bande passante. Les quantités moyennes de téléversement ont également augmenté de 26,8 % en 2015, atteignant une moyenne de 10.9 Gb par mois.

Les vitesses de service annoncées des forfaits utilisés par les Canadiens ont aussi augmenté; les abonnements à des forfaits dont la vitesse de service est égale ou supérieure à 50 Mbps ont passé d'une proportion de 0,3 % des abonnements à des services de résidence en 2011 à 19,2 % en 2015. Les forfaits offrant des vitesses de service entre 5 et 9 Mbps ont diminué, passant de 45,6 % en 2011 à 23,4 % en 2015.

Les services sans fil fixes constituent une importante source de connectivité Internet à large bande dans les régions rurales, où 33 % ménages ruraux ont un accès à Internet à large bande au moyen d'un service sans fil fixe, et non pas au moyen d'un service par fibre, par câble ou par LAN. Alors que la couverture des services par satellite est disponible à la grandeur du pays, des limites de capacité restreignent la disponibilité des services Internet à large bande pour 1,5 % des ménages canadiens. Une couverture plus étendue peut être disponible sur les réseaux LTE et HSPA+, mais des limites d'utilisation peuvent varier entre les services par satellite et les services filaires de large bande. Pour de plus amples renseignements sur le secteur des services sans fil, veuillez consulter la section 5.5.

En 2015, les revenus tirés des services Internet ont augmenté de 9,9 %, passant de 8,4 en 2014 milliards de dollars à 9,2 milliards de dollars, 80 % de ceux-ci (7,4 milliards de dollars) provenaient des abonnés des services de résidence et 20 % (1,8 milliards de dollars) provenaient des abonnés des services d'affaires.

Ces services ont été fournis par plus de 500 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

⁸ Tenant compte la technologie mobile LTE, 99,5 % des ménages canadiens sont abonnés à des services offrant des vitesses de 5 Mbps ou des vitesses supérieures et si une vitesse de téléversement de 1 Mbps.

Internet qui revient aux 5 plus grandes entreprises (Bell, Shaw, Rogers, TELUS et Vidéotron) a diminué, passant de 74 % en 2014 à 73 % en 2015. La part des entreprises de câblodistribution a diminué, passant de 49 % en 2014 à 47 % en 2015, tandis que la part des FST titulaires (sauf hors territoire) a connu une légère hausse, passant de 37,6 % à 38,1 %. Les abonnements à des services Internet haute vitesse de résidence offerts au moyen d'installations LAN et de câble de gros ont plus que doublé depuis 2011. On compte plus de 300 fournisseurs de services dotés d'installations et plus de 200 entreprises qui offrent des services Internet haute vitesse de résidence uniquement au moyen d'installations pour la revente qui sont fournies par les FST titulaires et par les entreprises de câblodistribution.

Les taux de résiliation⁹ dans l'industrie variaient en 2015. Pour les abonnements aux services Internet haute vitesse de résidence, le taux a un peu augmenté depuis l'année dernière, passant de 1,79 % à 1,80 %, alors que le taux pour les abonnements aux services d'affaires a augmenté plus, passant de 1,36 % à 1,47 %.

À moins d'avis contraire, les données portant sur la disponibilité de la large bande excluent les services offerts au moyen d'une technologie de télécommunication sans fil mobile. Dans cette section, les services d'accès par satellite concernent les services de radiodiffusion directe par satellite et non pas la technologie utilisée pour brancher les collectivités à Internet.

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 (Mbps) pour le téléchargement et de 1 Mbps pour le téléversement, d'ici la fin de 2015. Il est estimé qu'au 31 décembre 2015, 99,5 % 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. Ce chiffre est de 93 % lorsqu'on exclue les technologies mobiles et par satellite.

⁹ Les taux de résiliation proviennent des données rapportées par les grands FSI. Ces derniers représentent environ 88 % des abonnements aux services haute vitesse de résidence et 80 % des abonnements aux services haute vitesse d'affaires.

i Revenus

Tableau 5.3.1 Revenus des services Internet de détail (millions \$)

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services de résidence	Accès	4 923	5 369	5 938	6 554	7 224	10,2	10,1
	Applications, équipements et autres services Internet associés	267	209	160	162	210	29,8	-5,9
	Total	5 190	5 577	6 098	6 716	7 434	10,7	9,4
Services d'affaires	Accès et de transport	1 194	1 202	1 243	1 320	1 435	8,7	4,7
	Applications, équipements et autres services Internet associés	407	416	384	378	380	0,7	-1,7
	Total	1 601	1 619	1 626	1 698	1 815	6,9	3,2
Tout	Total	6 791	7 196	7 725	8 414	9 249	9,9	8,0

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 Internet de résidence ont augmenté plus vite que ceux des services d'accès et de transport d'affaires, soit respectivement de 9,4 % contre 3,2 % de 2011 à 2015.

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 du service par accès commuté à 64 kilobits par seconde (kbps). Les services Internet haute vitesse sont des services qui offrent des vitesses de téléchargement supérieures à 256 kbps. La large bande est un service qui offre une vitesse de téléchargement égale ou supérieure à 1,5 Mbps. Par « **transport des services d'affaires** », on entend le transfert du trafic Internet entre les réseaux; il est généralement utilisé par les grandes entreprises.

Tableau 5.3.2 Revenus des services d'accès Internet de résidence, par type de service (millions \$)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	1 779	1 891	2 156	2 442	2 760	13,0	11,6
Entreprises de câblodistribution	2 811	3 065	3 293	3 477	3 651	5,0	6,7
Autres fournisseurs de services	332	412	489	636	814	28,0	25,1
Total	4 923	5 369	5 938	6 554	7 224	10,2	10,1
Ligne commutée (exprimé en pourcentage des revenus)	1,4 %	0,8 %	0,5 %	0,3 %	0,2 %		

Source : Données recueillies par le CRTC

Tableau 5.3.3 Revenus des services d'accès et de transport Internet d'affaires, par type de service (millions \$)

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Accès Internet	FST titulaires	562	579	581	591	659	4,1
	Entreprises de câblodistribution	309	273	306	350	421	8,1
	Revendeurs, compagnies de services publics, et autres entreprises	272	285	285	307	316	3,8
	Total	1 142	1 138	1 171	1 248	1 396	5,1
Transport	Total	52	65	71	72	39	-7,1
Total – Revenus des services Internet d'affaires	Total	1 194	1 202	1 243	1 320	1 435	4,7

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2011 à 2015, les revenus du marché des services d'accès Internet d'affaires ont augmenté de 5,1 % par an. En raison des changements dans la manière de rapporter les données des entreprises, les revenus tirés des services de transport ne peuvent pas être comparés à ceux des autres années. Une part de la hausse des revenus des entreprises de câblodistribution est due à une reclassification de revenus.

ii Données relatives aux abonnés

Les abonnés des services Internet de résidence reçoivent les services Internet de divers fournisseurs. En 2015, le nombre d'abonnés aux services de résidence se chiffre à 12 millions, soit une hausse de 3,3 % par rapport à 2014.

Tableau 5.3.4 Abonnés à un service Internet de résidence, par type de fournisseur (milliers)

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	4 014	4 114	4 244	4 429	4 586	3,6	3,4
Entreprises de câblodistribution	5 846	5 930	5 933	5 954	5 986	0,5	0,6
Autres fournisseurs de services	811	947	1 074	1 247	1 447	16,0	15,6
Total	10 671	10 991	11 251	11 630	12 019	3,3	3,0
Ligne commutée (exprimé en pourcentage des abonnés)	2,3 %	1,7 %	1,1 %	0,8 %	0,7 %		

Source : Données recueillies par le CRTC

La croissance annuelle du nombre d'abonnés aux services Internet est restée à environ 3 % depuis 2011. C'est-à-dire environ trois fois le taux de croissance annuel de la population canadienne indiqué par les données de Statistique Canada.

Graphique 5.3.1 Part de marché des abonnés aux services Internet de résidence, par type de fournisseur (%)

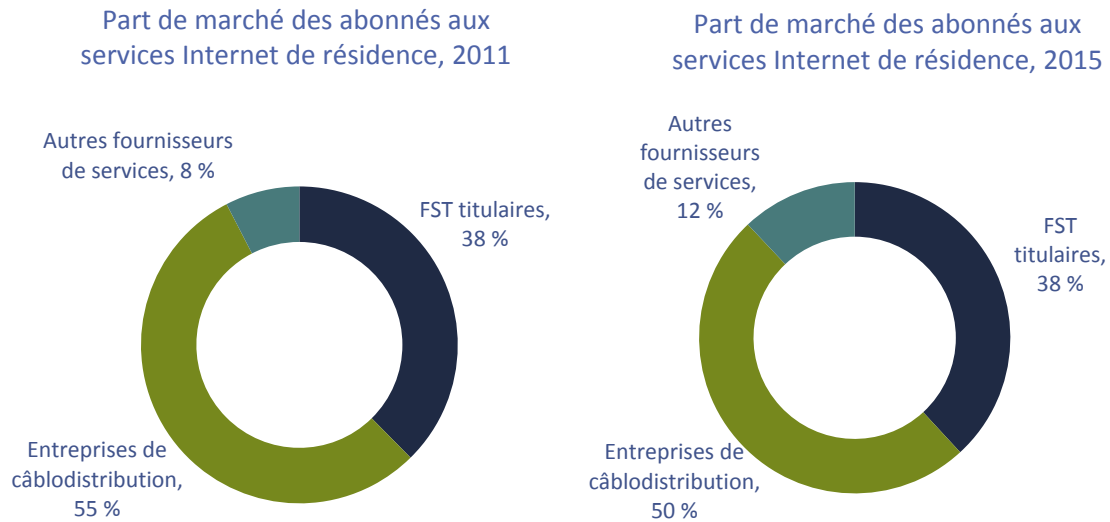
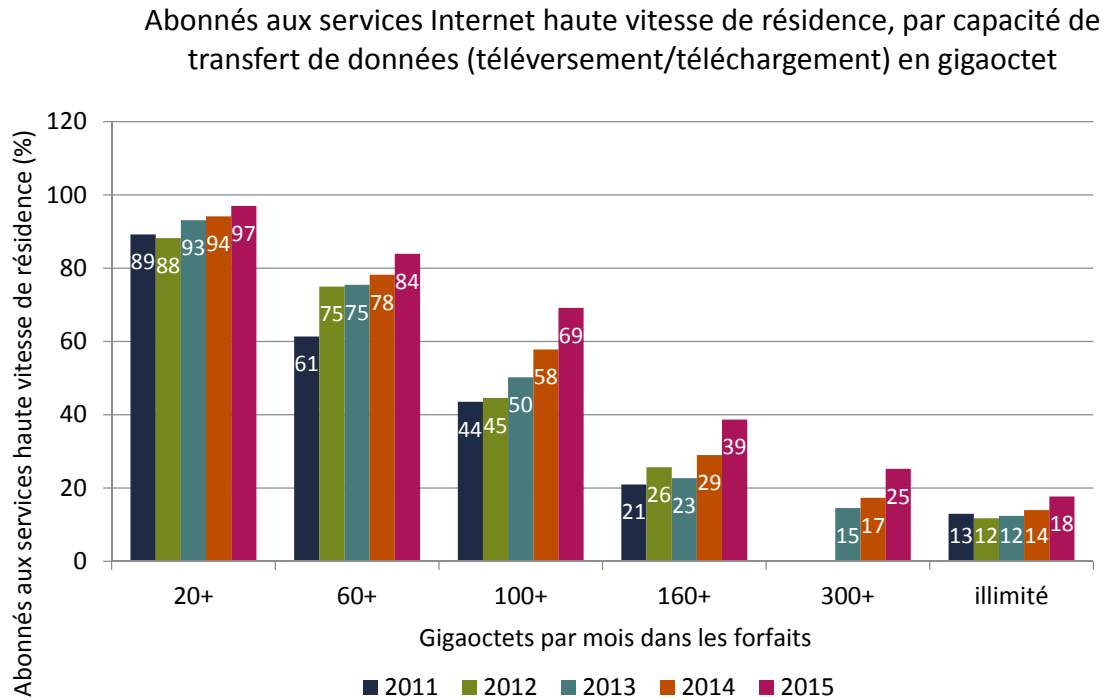


Tableau 5.3.5 Abonnés à un service Internet d'affaires, par type de fournisseur (milliers)

Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Ligne commutée	Total	72	61	54	47	43	-7,8	-12,2
	FST titulaires	471	463	487	504	538	6,6	3,4
Haute vitesse	Entreprises de câblodistribution	232	268	310	347	375	8,0	12,7
	Revendeurs, les compagnies de téléphone de services publics et les autres entreprises	152	150	170	179	185	3,5	5,0
	Total	855	881	966	1 030	1 098	6,5	6,4

Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.2 Abonnés aux services Internet haute vitesse de résidence, par capacité de transfert de données (téléversement/téléchargement) en gigaoctet comprise dans les abonnements



Source : Données recueillies par le CRTC

Les données pour la catégorie de 300+ gigaoctets ne sont pas rapportées pour les années 2011 et 2012. Les forfaits avec une limite de téléversement illimité ont été calculés par leur limite de téléchargement.

Les données des tableaux 5.3.6, 5.3.8, 5.3.9, 5.3.10, 5.3.11, 5.3.12 et du graphique 5.3.2 proviennent des grands FSI, ce qui représente environ 88 % des abonnements aux services à large bande de résidence en 2015.

Tableau 5.3.6 Utilisation moyenne pondérée de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet à large bande de résidence

Utilisation	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Téléchargement	18,2	28,4	44,8	66,5	93,0	39,9	50,4
Téléversement	3,8	5,4	6,0	8,6	10,9	26,8	30,2
Total	22,0	33,8	50,8	75,1	104,0	38,4	47,4

Source : Données recueillies par le CRTC

iii Indicateurs de rendement

En général, le prix moyen des services Internet haute vitesse a augmenté¹⁰. 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.

Non seulement les Canadiens s'abonnent à des forfaits Internet d'une vitesse supérieure, ils s'abonnent à des forfaits d'une capacité supérieure. De 2011 à 2015, mis à part l'année 2013, le nombre de gigaoctets pouvant être téléchargés avec un forfait moyen était en hausse.

Tableau 5.3.7 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence par abonné (RMPU), (\$)

Type de FST	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	37,11	38,77	43,00	46,92	51,02	8,7	8,3
Entreprises de câblodistribution	40,75	43,39	46,27	48,75	50,96	4,5	5,7
Autres fournisseurs de services	35,52	39,09	40,32	45,64	50,35	10,3	9,1
Total	38,98	41,31	44,50	47,74	50,91	6,6	6,9

Le RMPU dans le tableau ci-dessus peut varier de celui dans le tableau ci-dessous (Tableau 5.3.8) qui utilise les données des grands FSI, qui correspondent à près de 88 % de l'ensemble des utilisateurs de services Internet haute vitesse de résidence. Les données ont été calculées à la fin de l'année au lieu de pendant tout l'année. Ce tableau contient aussi les données d'accès par ligne commutée.

Tableau 5.3.8 Revenu mensuel moyen des services Internet de résidence, par vitesse de téléchargement promise (\$)

Vitesse de téléchargement promise	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	33,86	35,97	35,36	36,00	27,06	-24,8	-5,5
Large bande de 300 à 1 400 kbps	33,03	35,83	35,49	33,80	38,02	12,5	3,6
1,5 à 4 Mbps	32,87	41,87	31,45	48,05	52,11	8,4	12,2
5 à 9 Mbps	40,97	44,05	46,10	46,87	48,37	3,2	4,2
10 à 15 Mbps	42,11	40,62	48,17	48,52	53,59	10,4	6,2
16 à 49 Mbps	50,76	44,85	58,69	51,96	55,35	6,5	2,2
50 Mbps et plus	78,06	59,69	66,05	60,90	60,44	-0,8	-6,2
Tous les niveaux	39,80	43,80	49,64	50,06	54,00	7,9	7,9

Source : Données recueillies par le CRTC

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.

¹⁰ L'ensemble des données ne comprend pas les revenus tirés de la location de modems.

Tableau 5.3.9 Limites moyennes pondérées de téléversement/téléchargement (gigaoctets) des forfaits de services Internet de résidence par vitesse de téléchargement promise

Vitesse de téléchargement promise	2011	2012	2013	2014	2015
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	-	-	-	-	-
Large bande de 300 à 1 400 kbps	14,90	17,89	25,42	27,25	31,23
1,5 à 4 Mbps	69,06	94,93	68,22	52,20	63,24
5 à 9 Mbps	80,81	76,78	48,46	53,36	62,55
10 à 15 Mbps	74,22	106,74	99,84	101,79	110,68
16 à 49 Mbps	176,98	131,50	142,14	159,15	188,50
50 Mbps et plus	236,54	364,80	362,86	283,10	286,34
Tous les niveaux	81,11	103,48	99,24	118,27	141,94

Source : Données recueillies par le CRTC

La limite moyenne pondérée de téléversement/téléchargement a été calculée pour chaque tranche de vitesses en aval d'après le nombre d'abonnés aux forfaits avec limite de téléversement/téléchargement.

Grâce à des données plus complètes et précises des FSI indépendants, les données 2015 peuvent ne pas être comparables à celles des années précédentes. Ces nouvelles données représentent approximativement 5,5 GO dans la catégorie « Tous les niveaux ».

Tableau 5.3.10 Vitesse de téléversement des services Internet de résidence (kbps), par vitesse de téléchargement promise et par vitesse de téléchargement moyenne promise

Vitesse de téléchargement promise	2011	2012	2013	2014	2015
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	178	168	136	162	126
Large bande de 300 à 1 400 kbps	314	313	291	283	279
1,5 à 4 Mbps	666	651	768	746	757
5 à 9 Mbps	855	1 118	809	937	969
10 à 15 Mbps	876	2 519	2 407	2 225	2 414
16 à 49 Mbps	2 662	2 912	4 133	4 676	6 159
50 Mbps et plus	3 667	13 199	19 890	13 701	15 015
Vitesse moyenne pondérée de téléversement pour tous les niveaux	961	2 009	3 031	3 676	5 528
Vitesse moyenne pondérée de téléchargement pour tous les niveaux	8 238	12 610	15 465	21 242	29 150

Source : Données recueillies par le CRTC

La vitesse moyenne pondérée de téléversement a été calculée pour chaque tranche de vitesses en aval selon le nombre d'abonnés au forfait. La vitesse moyenne pondérée de téléchargement a été calculée pour chaque tranche de vitesses en aval selon le nombre d'abonnés à chaque forfait pour tous les forfaits.

iv Prix

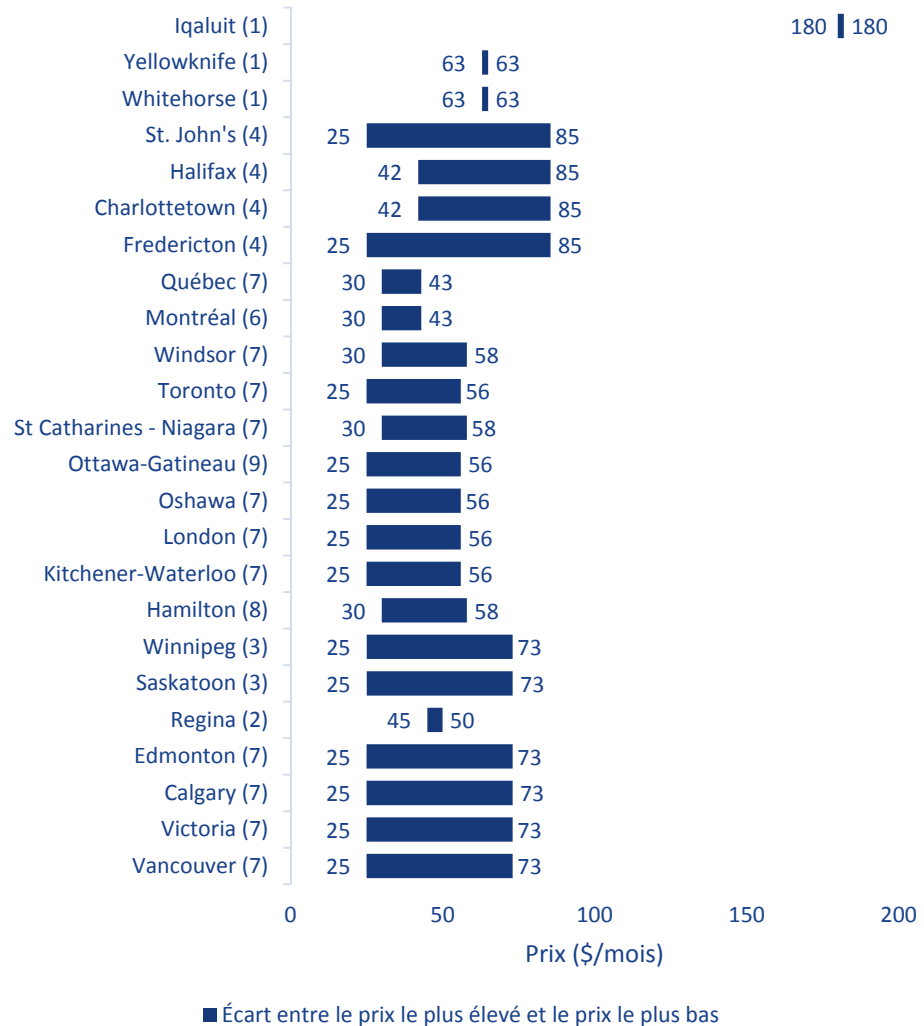
Environ 80 % des ménages étaient abonnés à un service Internet à large bande dont la vitesse de téléchargement était de 5 Mbps ou plus en 2015, comparativement à 77 % en 2014. Les ménages des centres urbains payaient généralement moins cher et avaient un plus grand choix de FSI que les ménages des collectivités 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. Les informations suivantes sont fondées sur 23 fournisseurs de services. Certains fournisseurs de services n'offrent que des options avec vitesses plus rapides que 5 Mbps, comme l'indiquent les graphiques suivants.

Centres urbains

Graphique 5.3.3 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, 2015

Prix d'un service d'accès Internet à large bande (5 Mbps)
de résidence dans les centres urbains, 2015



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. Le chiffre inscrit à la droite 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 70 \$ par mois.

Les prix mensuels du service Internet de 5 Mbps variaient de 25 \$ à 63 \$ pour les plus bas et de 43 \$ à 85 \$ pour les plus élevés, sauf à Iqaluit où les abonnés payaient 180 \$ par mois pour le service Internet non fourni par satellite.

Dans les provinces, les abonnés des centres urbains avaient généralement le choix entre 3 et 9 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 17 fournisseurs de services offrant un service dans les centres urbains :

- 3 offraient un service illimité;
- 10 offraient des services avec des limites d'utilisation de données de 10 Go à 300 Go; et
- 4 imposaient des limites de données dans certains centres mais pas dans d'autres.

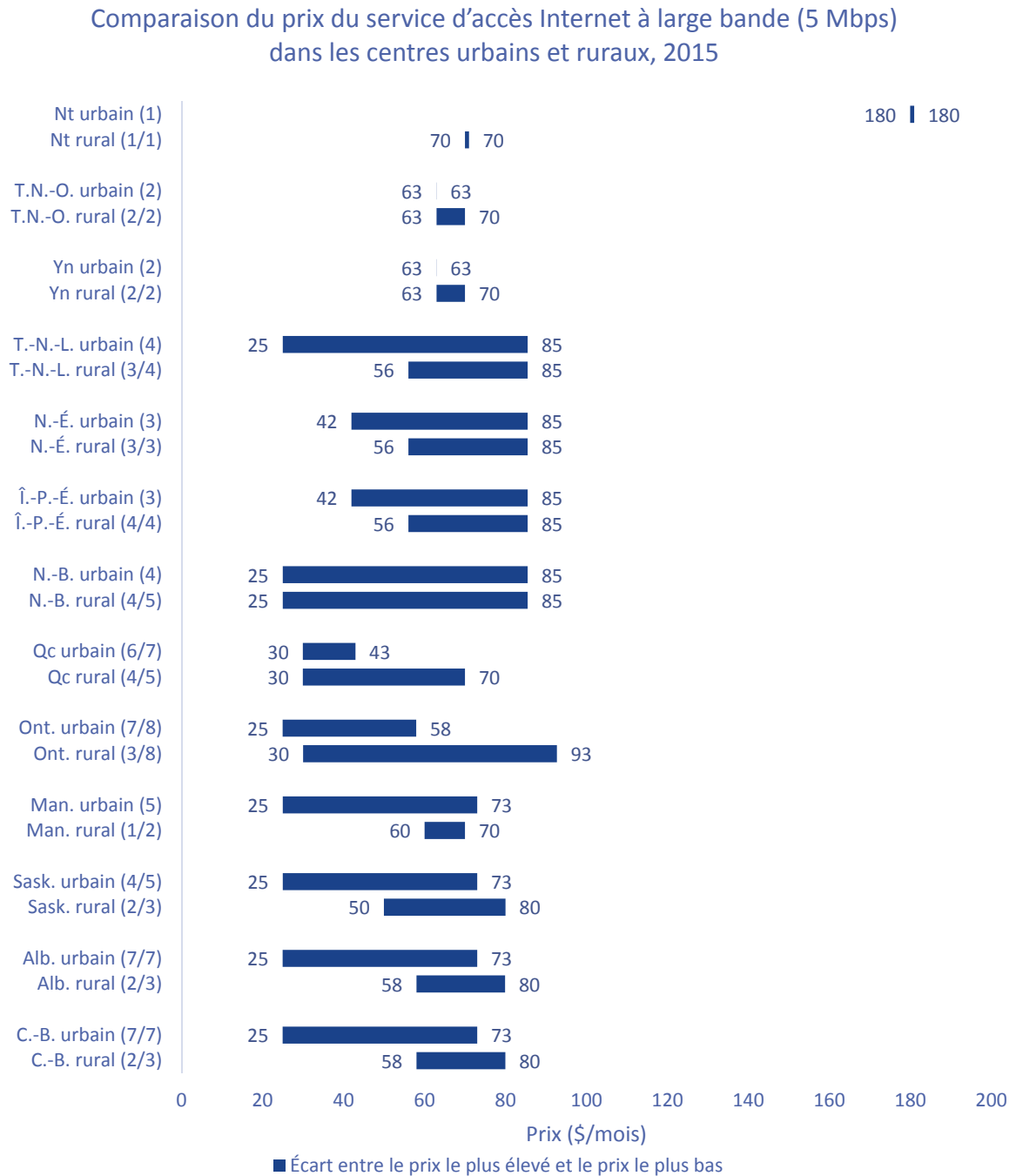
Communautés rurales

Comme l'illustre le graphique 5.3.4, 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 et au Nunavut.

Le prix d'un service Internet de 5 Mbps dans les communautés rurales variait entre 25 \$ et 70 \$ par mois pour les moins chers, et entre 70 \$ et 93 \$ 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. De toutes les communautés examinées, le choix de fournisseur médian étant de 3, avec une moyenne de 3,1. Le médian pour les centres urbains étant de 7, avec une moyenne de 5,3.

Graphique 5.3.4 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, 2015



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. Le chiffre inscrit à la droite 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, « C.-B. – Rural (2/3) » signifie que le nombre de fournisseurs parmi les communautés rurales en Colombie-Britannique couverte par cette enquête variait de 2 à 3.

Le service par satellite est exclu des communautés urbaines, mais il est disponible partout pour 70 \$ par mois.

Sur quelles communautés rurales 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 (voir annexe 9) :

- 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 1 000 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.

v Tendances de consommation

En 2011, 47,0 % des revenus tirés des services d'accès Internet haute vitesse de résidence des FSI provenaient de forfaits offrant des vitesses de téléchargement de 5 et 9 Mbps. Les forfaits à vitesse moindre représentaient 24,2 % de leurs revenus et ceux à vitesse supérieure comptaient pour 28,9 %. Quatre ans plus tard, les forfaits offrant des vitesses de 5 à 9 Mbps ne constituaient plus la part la plus importante des revenus, ayant baissé à 21,0 %; les forfaits à plus basse vitesse n'en représentaient plus que 3,5 % et les revenus des forfaits à plus haute vitesse avaient augmenté à 75,5 %.

Tableau 5.3.11 Répartition (%) des revenus de services Internet de résidence pour un mois, par vitesse de téléchargement promise

Vitesse de téléchargement promise	2011	2012	2013	2014	2015
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	0,3	0,3	0,2	0,1	0,0
Large bande de 300 à 1 400 kbps	3,6	2,4	2,1	1,3	0,7
1,5 à 4 Mbps	20,3	17,4	4,6	3,6	2,8
5 à 9 Mbps	47,0	41,6	30,5	25,2	21,0
10 à 15 Mbps	16,5	9,3	24,8	24,8	23,9
16 à 49 Mbps	11,8	24,1	31,1	33,1	30,2
50 Mbps et plus	0,6	5,0	6,7	11,9	21,5
Total des revenus de l'échantillonnage	375,7	427,6	494,9	517,8	552,7

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. 84,8 % 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 96,5 % 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 2015, les Canadiens ont continué de s'abonner à des services Internet à plus haute vitesse qu'en 2011. En 2011, les forfaits les plus populaires avaient une vitesse de téléchargement de 5 à 9 Mbps et représentaient 45,6 % de tous les abonnements. Les forfaits Internet à plus basse vitesse ont compté pour 29,3 % et ceux à plus haute vitesse comptaient pour 25,1 % de tous les abonnements. Quatre ans plus tard, les forfaits offrant des vitesses de téléchargement de 5 à 9 Mbps n'étaient plus les plus populaires. Le pourcentage des abonnés à ces forfaits a baissé à 23,4 %. En 2015, le pourcentage des abonnés aux forfaits Internet à basse vitesse (moins de 5 Mbps) a baissé à 3,9 % alors que celui des abonnés à des forfaits à plus haute vitesse (plus de 9 Mbps) a augmenté à 72,7 %.

Tableau 5.3.12 Répartition (%) des abonnés aux services Internet de résidence pour un mois, par vitesse de téléchargement promise

Vitesse de téléchargement promise	2011	2012	2013	2014	2015
Allégé et large bande jusqu'à 256 kbps	0,4	0,3	0,3	0,2	0,0
Large bande de 300 à 1 400 kbps	4,3	2,9	2,7	1,9	1,0
1,5 à 4 Mbps	24,6	18,2	7,3	3,7	2,9
5 à 9 Mbps	45,6	41,3	32,8	26,9	23,4
10 à 15 Mbps	15,6	10,1	25,6	25,6	24,1
16 à 49 Mbps	9,2	23,5	26,3	31,9	29,4
50 Mbps et plus	0,3	3,6	5,0	9,8	19,2
Total des abonnements de l'échantillonnage	9 440,3	9 761,1	9 970,1	10 345,1	10 558,7

Source : Données recueillies par le CRTC

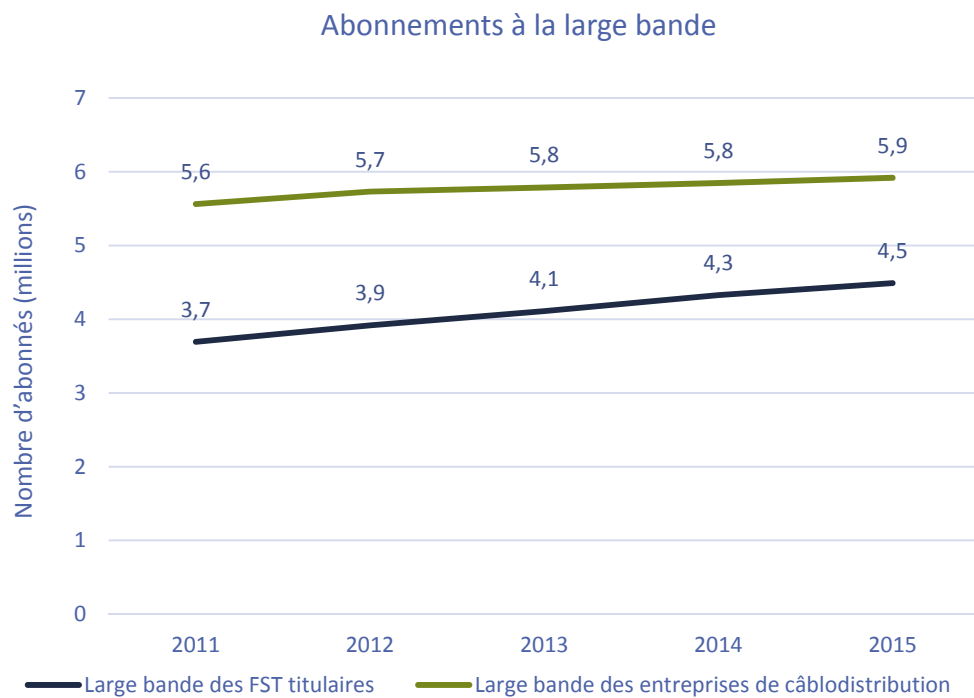
Ce tableau indique qu'au fil du temps, les vitesses plus rapides ont attiré un plus grand nombre d'abonnés. Au total, 83,3 % des ménages canadiens sont abonnés à une forme de service haute vitesse.

83,9 % des abonnés d'un service Internet haute vitesse 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 96,1 % 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.

vi Environnement concurrentiel

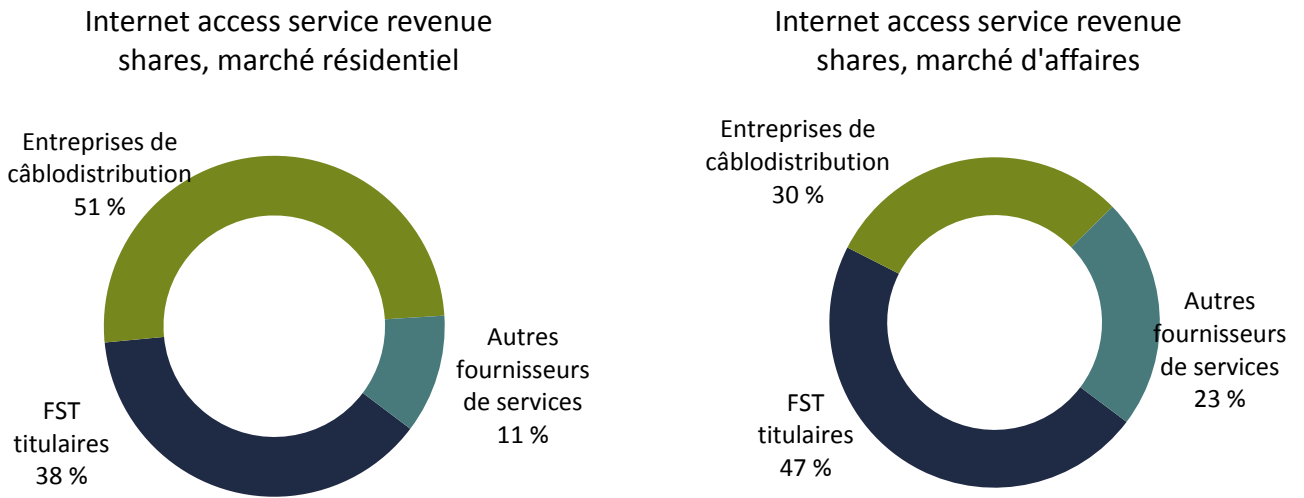
Les Canadiens peuvent accéder à des services Internet à large bande à l'aide d'installations filaires ou sans fil. Ces installations, qui permettent l'évolution des services, créent de nouvelles expériences pour les Canadiens, depuis les services de télévision et de radio aux nouveaux services et programmes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

Graphique 5.3.5 Abonnements à la large bande – FST titulaires c. entreprises de câblodistribution



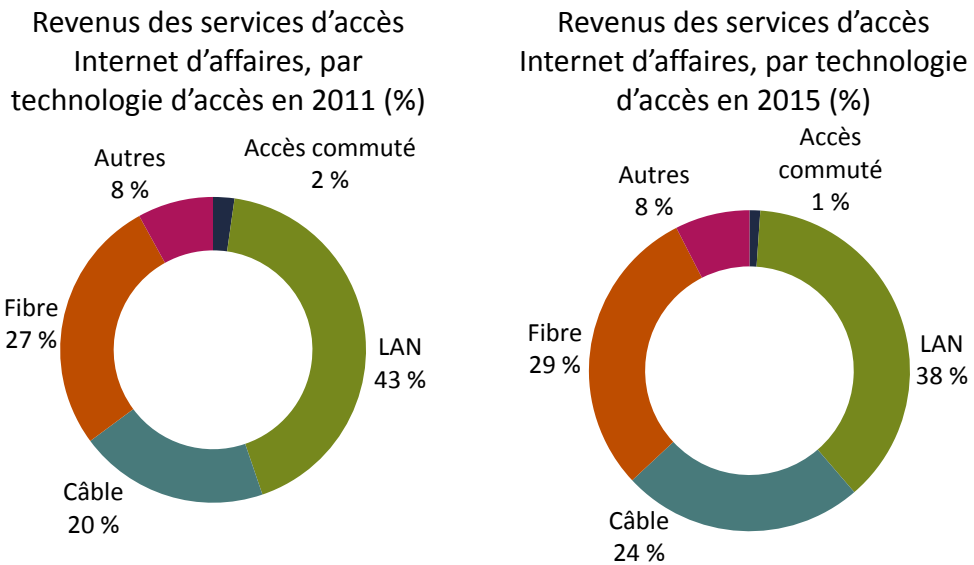
Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 5.3.6 Parts de revenus des services d'accès Internet, par marché et type de fournisseur, 2015 (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

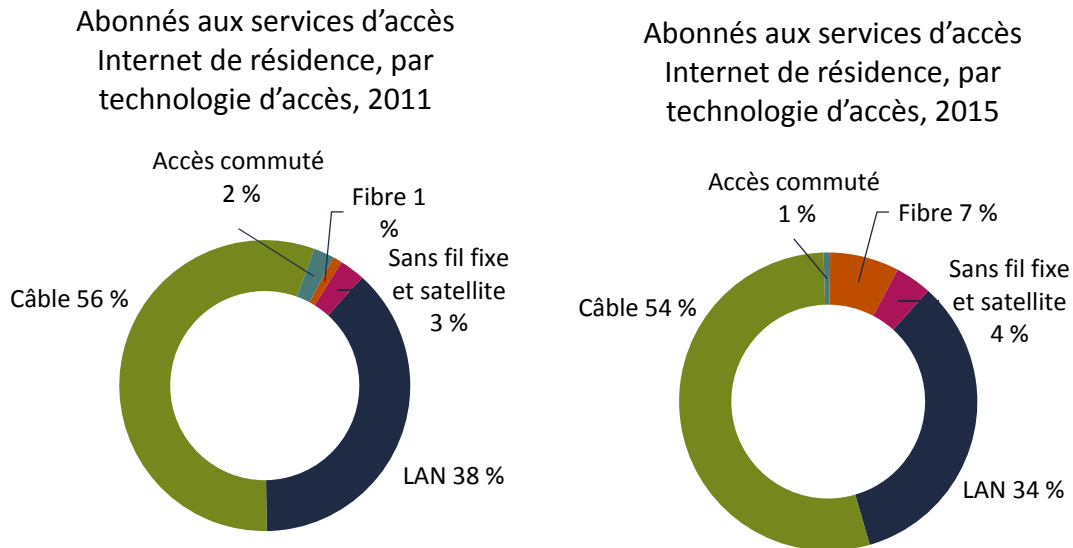
Graphique 5.3.7 Revenus des services d'accès Internet d'affaires, par technologie d'accès, en 2011 et en 2015 (%)



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.

Graphique 5.3.8 Abonnés aux services d'accès Internet de résidence, par technologie d'accès, en 2011 et en 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

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.

Les satellites peuvent fournir des services d'accès Internet¹¹. 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.

¹¹ Seuls les services de distribution par satellite directe sont inclus dans cette section.

vii 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).

Une panoplie de fournisseurs de services Internet exerçait leurs activités partout au Canada fournissant un accès à la large bande¹² 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 98 % 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 », 74 % des abonnés aux services sans fil avaient en 2015 un forfait avec données.

Débit binaire

Le *débit binaire* d'un flux est, pour l'essentiel, le nombre de bits transmis au cours d'un intervalle de temps. La mesure standard du débit de services de diffusion en continu, comme les forfaits d'accès à Internet, est un multiple de *bits par seconde*. Dans le présent document, nous utilisons *mégabits par seconde (Mbps)*, qui correspond à un million de bits (ou 125 000 octets) par seconde. Les mesures présentées dans cette section donnent un exemple des débits binaires moyens de divers services de diffusion en continu. Les mesures ont été effectuées au Centre des ressources en technologie du CRTC à partir d'appareils courants vendus sur le marché. Pour de plus amples renseignements sur l'environnement et la méthodologie des essais, se reporter à l'annexe 10.

Étant donné que de nombreux services de diffusion en continu utilisent des plages de débits binaires similaires, on a divisé les débits en sept plages. Le tableau 5.3.13 présente une liste des différentes plages, leur débit binaire moyen, une description, et des exemples de services de diffusion en continu dans chaque plage. Certains services de diffusion en continu comportent de multiples plages, étant donné qu'ils ajustent leur débit binaire en fonction du type de connexion (p. ex. mobile ou filaire) et de la vitesse. La largeur de bande d'un flux peut être modifiée en changeant son niveau de compression ou codec; ce niveau de compression a un effet sur la largeur de bande et, par

¹² Les services à large bande fournissent une vitesse de téléchargement d'au moins 1.5 Mbps.

conséquent, sur le nombre de flux simultanés qu'une connexion Internet peut prendre en charge. Pour de plus amples renseignements à ce sujet, se reporter à l'annexe 10.

Dans les cas où des services offrent plusieurs options de qualité, celles-ci sont présentées séparément dans le tableau. Certains services utilisent des appellations qualitatives pour désigner leurs paramètres de qualité (p. ex. bonne, meilleure, optimale), alors que d'autres utilisent la résolution et la fréquence d'image vidéo. Par exemple, *144p* signifie 144 lignes de résolution verticale, en balayage progressif.¹³ *2160 p60* signifie 2160 lignes de résolution verticale (commercialisé sous l'appellation *4K*), à 60 images par seconde.¹⁴ Le terme *ultra haute définition (UHD)* désigne des résolutions supérieures à 1440p, et plus précisément à 2160p et 4320p (également connues sous les appellations *4K* et *8K*, respectivement); par opposition à la norme Haute définition (HD) actuelle qui comprend les résolutions à 720p, 1080p et 1440p.

En raison du nombre limité des échantillons et de la diversité des configurations et appareils réseau, les valeurs présentées dans cette section doivent être considérées comme des estimations s'appliquant aux cas ordinaires, et non aux pires cas. Il est important que les consommateurs qui ont des forfaits d'accès Internet à données limitées surveillent leur utilisation en se servant des outils que le fournisseur de services met à leur disposition. Certains systèmes d'exploitation comprennent également – ou offrent en téléchargement – des utilitaires pour mesurer l'utilisation, dont on peut se servir pour estimer le calcul d'utilisation des données effectué par le fournisseur.

¹³ Le balayage progressif actualise l'image entière en une seule fois, contrairement à l'entrelacement, qui actualise les lignes paires et impaires en alternance.

¹⁴ La fréquence d'image généralement utilisée pour les films et la télévision est de 29,97 ips (images par seconde), mais de plus en plus de contenus de cinéma et de télévision passent à la fréquence d'image supérieure de 48 ips, et même de 60 ips dans le cas de certains contenus Web ou diffusés en continu.

Tableau 5.3.13 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

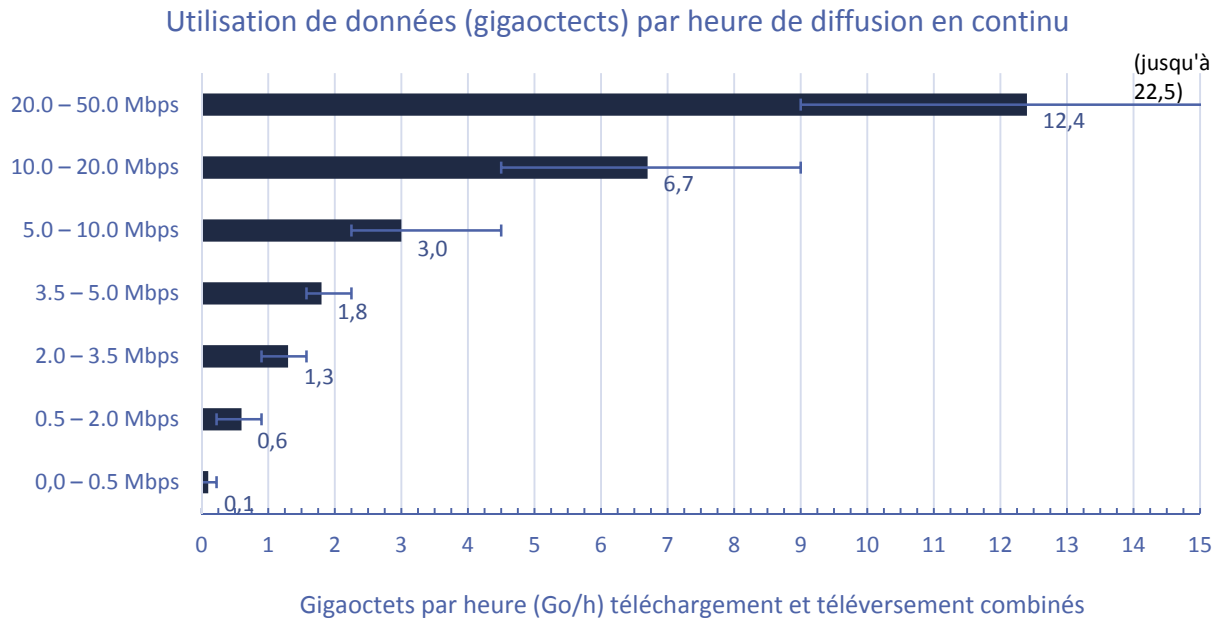
Débit binaire de téléchargement moyen	Description	Exemples de services et de paramètres de qualité	Utilisation moyenne des données (gigaoctets) par heure de diffusion en continu
0,0 – 0,5 Mbps	Audio en continu, vidéo en continu en qualité mobile, appels vocaux et vidéo en définition standard	Radio en continu, Twitch audio seulement/vidéo mobile, Skype appels vocaux et vidéo en définition standard, YouTube 144p/240p	0,1 Go/h
0,5 – 2,0 Mbps	Vidéo en continu en définition standard, appels vidéo HD	Skype appels vidéo HD, Netflix faible/moyenne, Shomi Good, YouTube 360p	0,6 Go/h
2,0 – 3,5 Mbps	Vidéo en continu HD à faible débit binaire	CTV/Global/TSN GO, Bell Télé, Crave TV (appareils mobiles), Shomi Better, YouTube 480p/720p, Twitch élevée	1,3 Go/h
3,5 – 5,0 Mbps	Vidéo en continu HD à haut débit binaire	Netflix HD (appareils mobiles), Twitch source, YouTube 720p60/1080p	1,8 Go/h
5,0 – 10,0 Mbps	Vidéo en continu HD à très haut débit binaire	Shomi Best, Crave TV, YouTube 1080p60, Netflix HD	3,0 Go/h
10,0 – 20,0 Mbps	Vidéo en continu UHD	Netflix UHD, YouTube 1440p ¹⁵	6,7 Go/h
20,0 – 50,0 Mbps	Vidéo en continu UHD à fréquence d'image élevée	Netflix UHD (certains titres), YouTube 1440p60/2160p/2160 p60 ¹⁵	12,4 Go/h

Le graphique 5.3.9 indique le montant de données approximatif utilisé par heure de diffusion en continu pour chaque plage de débits binaires trouvée dans le Tableau 5.3.13. These numbers measure the stream without any auxiliary content (e.g. previews, menus, trailers, advertisements), so the actual amount of data used may be greater than these estimates.

Par exemple, un appel Skype de 30 minutes en HD utilise en moyenne approximativement 0,3 Go.

¹⁵ Bien que 1440p ne soit pas de la UHD, les vidéos YouTube à 1440p et plus utilisent beaucoup plus de données que d'autres services en continu; cela s'explique probablement par les codecs utilisés pour transmettre les données. Se reporter à l'annexe 10 pour plus de détails.

Graphique 5.3.9 Utilisation des données (gigaoctets) par heure de diffusion en continu, par plage de débits binaires



Diffusion en continu au moyen d'appareils mobiles

Avec la multiplication des réseaux de données LTE, les consommateurs peuvent maintenant utiliser des applications de diffusion en continu et de communication en temps réel fiables à partir de leurs appareils mobiles. Non seulement les réseaux LTE offrent une plus large bande passante, mais aussi leur latence est uniforme¹⁶ indépendamment de l'intensité du signal.

Bien que certains services de diffusion en continu permettent à l'utilisateur de choisir un paramètre de qualité, un bon nombre de services réduisent automatiquement la qualité s'ils détectent que l'appareil de destination est relié à un réseau mobile. Cet ajustement automatique assure que les utilisateurs n'atteignent pas prématurément leur limite de données en téléchargeant du contenu nécessitant une large bande passante. De plus, de nombreux services de diffusion vidéo en continu envoient à l'utilisateur un message dans lequel on lui demande de confirmer s'il désire utiliser ses données mobiles plutôt que de se connecter à un réseau Wi-Fi.

De nombreuses applications réduisent la qualité vidéo sur les appareils mobiles, quel que soit le type de réseau auquel elles sont connectées. Étant donné que les écrans des appareils mobiles sont normalement plus petits que ceux des téléviseurs, au-delà d'un certain seuil, les débits binaires offrent des améliorations de la qualité négligeables pour une augmentation considérable de l'utilisation des données. Par conséquent, une option HD d'un service de diffusion vidéo en continu

¹⁶ La latence est la mesure du temps qui s'écoule entre la transmission et la réception des paquets de données. Les connexions comportant une latence élevée rendent la communication en temps réel difficile en raison de pauses dans la transmission du son et de l'image.

peut utiliser un débit binaire différent selon qu'il s'agit d'un appareil mobile, d'un ordinateur ou d'une boîte numérique.

viii Principaux indicateurs

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 visée.¹⁷

Tableau 5.3.14 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications

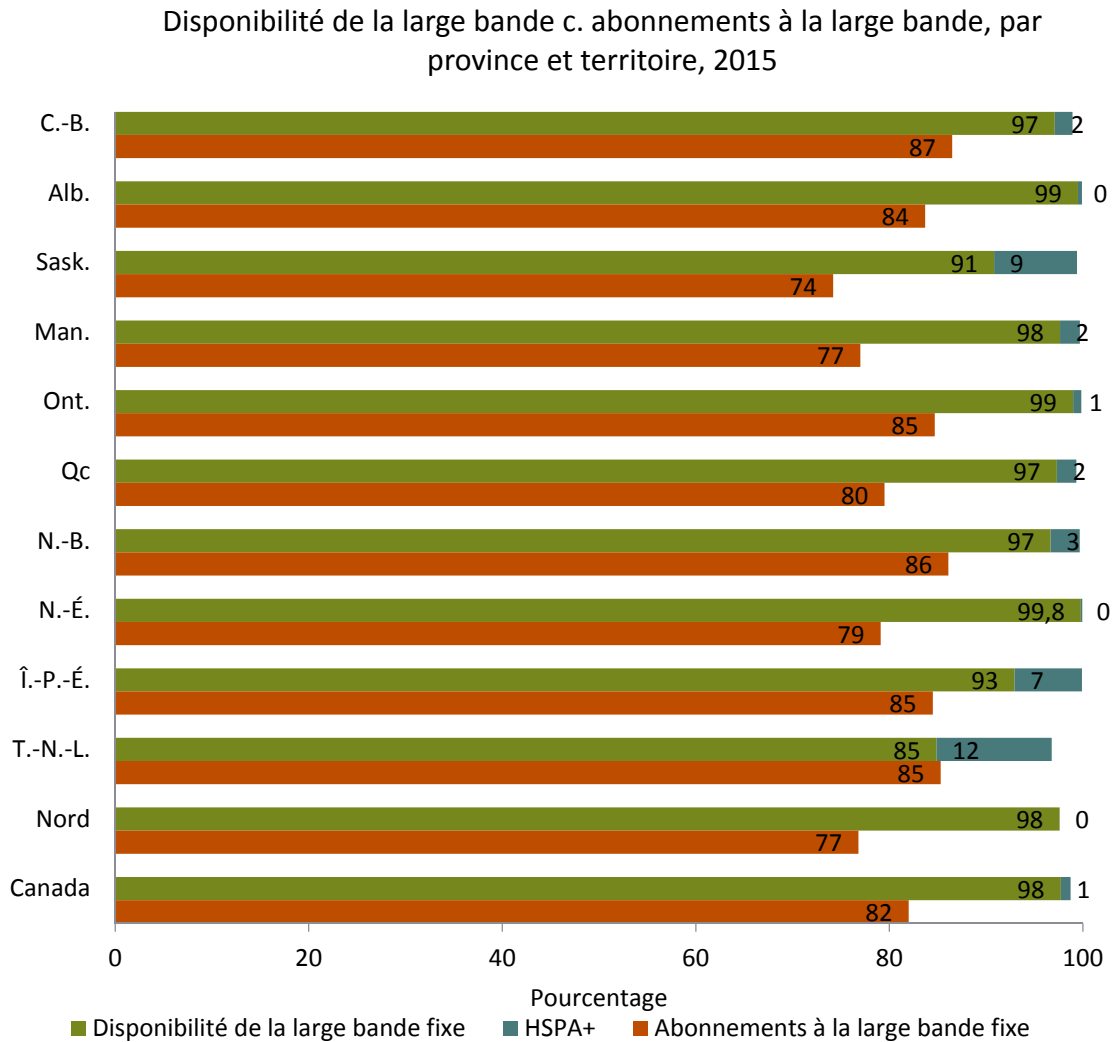
Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015
Large bande mobile	3G/équivalent 3G	99	99	99	99	99
	HSPA+	99	99	99	99	99
	LTE	45	72	81	93	97
Large bande filaire	LAN	86	87	82	82	82
	Modem câble	82	82	82	82	82
	Fibre	-	-	14	20	22
Filaire et sans fil fixe	Total	97	97	97	97	98
Services EDR	IPTV	34	45	56	65	70
	Satellite 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 2011 à 2015. La baisse de disponibilité des services LAN en 2013 est attribuable au déploiement de la technologie des fibres. La disponibilité de la technologie des fibres n'est pas rapportée pour les années 2011 et 2012.

¹⁷ Les renseignements figurant dans cette section ne tiennent pas compte des vitesses de téléversement.

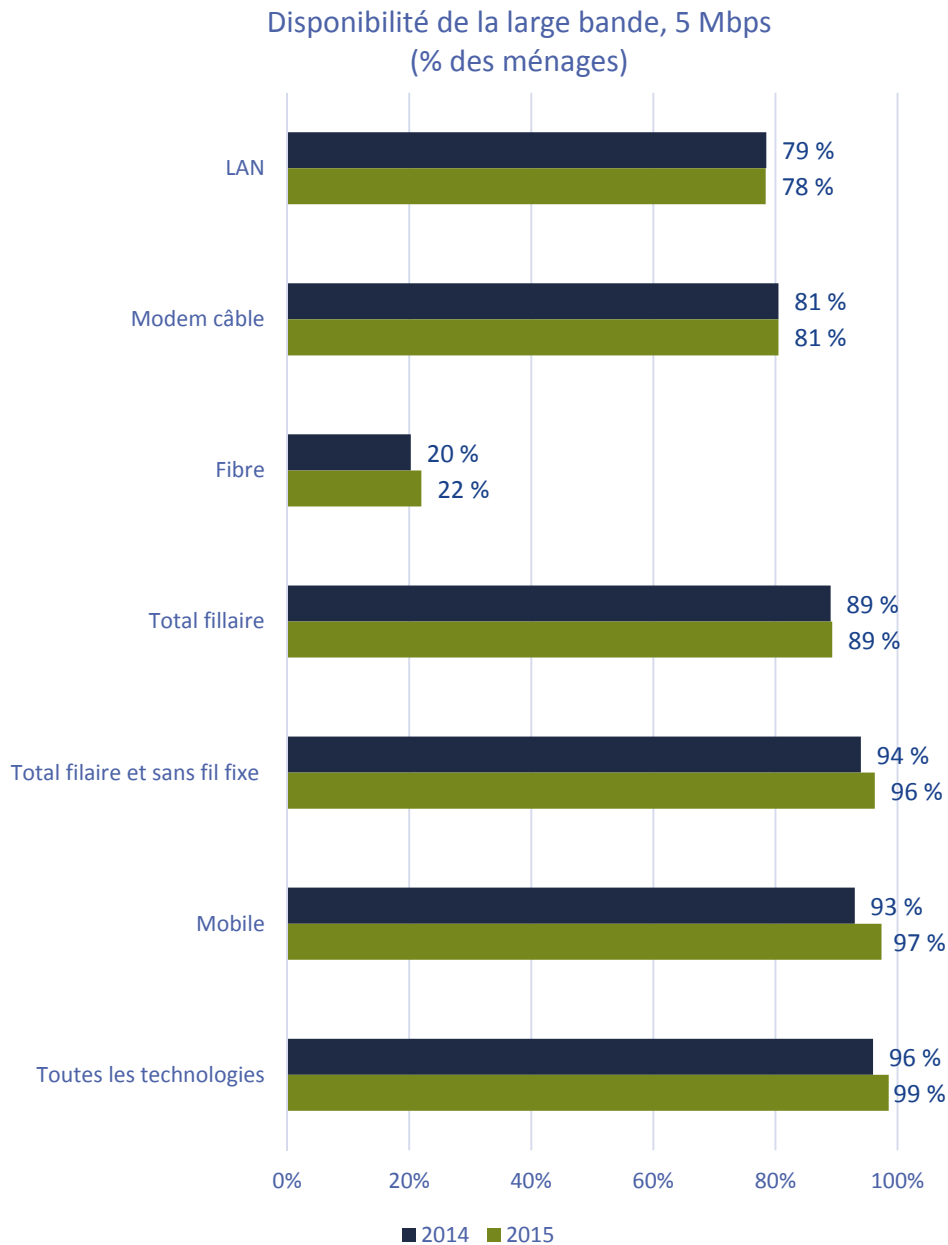
Graphique 5.3.10 Disponibilité de la large bande c. abonnements à la large bande, par province et territoire, 2015



Sources : Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et données recueillies par le CRTC

La disponibilité et les taux de pénétration des services à large bande varient d'une province à l'autre. Les provinces du Nouveau-Brunswick et de la Saskatchewan disposent d'ententes pour offrir des services à large bande par satellite selon des modalités semblables à celles des services filaires. Dans la province de l'Île-du-Prince-Édouard, l'accès par paquets haut débit+ (HSPA+) est offert aux ménages qui n'ont accès à aucun autre service à large bande selon des modalités équivalentes à celles des services filaires. Les barres du graphique « Disponibilité des services à large bande fixe » tiennent compte de ces ententes. Les données sur la disponibilité des services fixes à large bande excluent les services à large bande par satellite, mais ces derniers sont inclus dans les données sur les abonnements à des services fixes à large bande. La barre illustrant le HSPA+ montre l'effet qu'aurait l'inclusion de la technologie HSPA+ sur la disponibilité de la large bande.

Graphique 5.3.11 Disponibilité de la large bande, 5 Mbps (% des ménages)



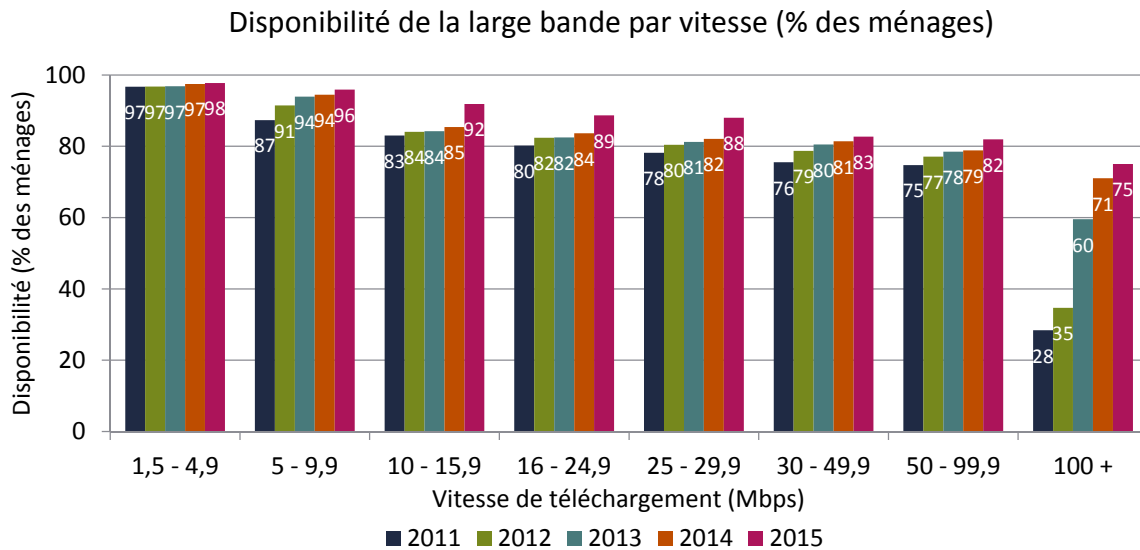
Sources : Données recueillies par le CRTC

Avec la large bande, 98,6 % des 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.

ix Disponibilité des services à large bande

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.

Graphique 5.3.12 Disponibilité des services à large bande, par vitesse (% des ménages)



Sources : Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) 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.

Les augmentations dans les catégories de vitesse à 50 Mbps ou plus en 2015 sont en partie due à la considération des effets de liaison de lignes (utilisation de plus qu'une ligne pour fournir un service) sur les LAN.

Tableau 5.3.15 Disponibilité des services à large bande dans les communautés rurales, par vitesse de téléchargement et nombre de plateformes (% des ménages), 2015

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	9	16	42	36	36	24	24	23
2	40	41	18	14	12	6	6	6
3	33	27	5	2	2	0	0	0
4	15	10	0	0	0	0	0	0
Total	98	93	64	52	50	31	30	29

Sources : Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le pourcentage des ménages dans les communautés rurales 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 93 % des ménages dans les communautés rurales peuvent accéder. À l'autre extrémité, on a deux plateformes à large bande à une vitesse de plus de 100 Mbps accessibles à 6 % des ménages dans les communautés rurales.

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.

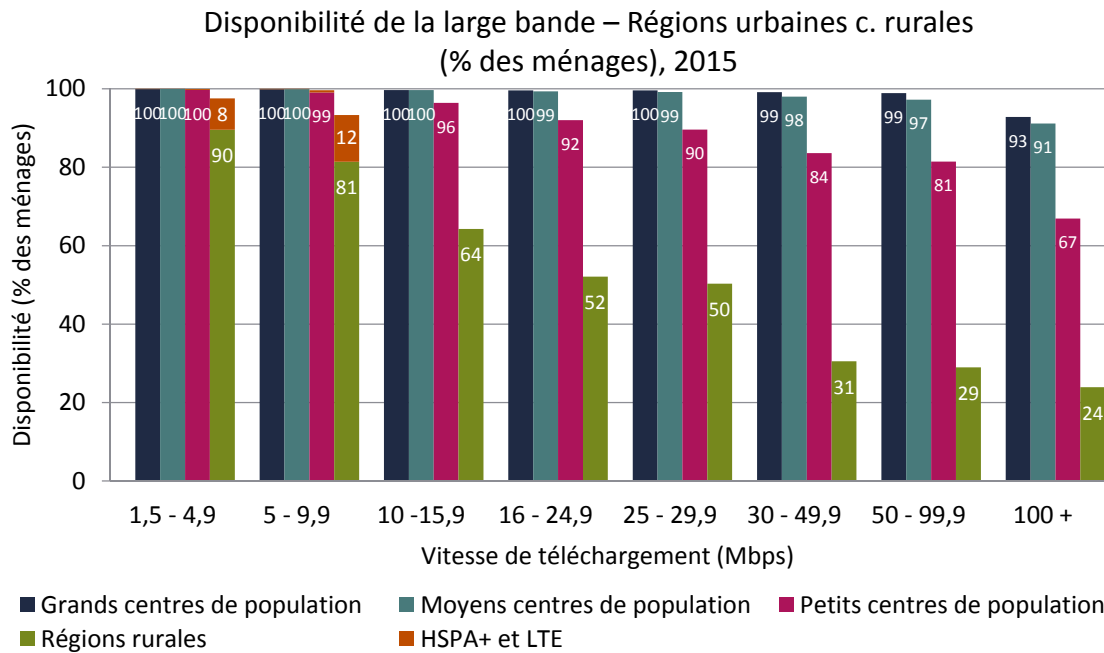
Tableau 5.3.16 Disponibilité des services à large bande, par vitesse et province/territoire (% des ménages), 2015

Province/territoire	1,5 à 4,9 Mbps	1,5 à 4,9 Mbps avec HSPA+	5 à 9,9 Mbps	5 à 9,9 Mbps avec LTE	10 à 15,9 Mbps	16 à 24,9 Mbps	25 Mbps ou plus
Colombie-Britannique	97	99	95	98	92	90	89
Alberta	99	99,9	99	99,8	95	94	93
Saskatchewan	91	99	85	91	76	61	59
Manitoba	98	99,7	95	96	85	74	74
Ontario	99	99,8	98	99,6	96	94	94
Québec	97	99	96	98	91	86	86
Nouveau-Brunswick	97	99,7	96	99	94	94	94
Nouvelle-Écosse	99,8	99,9	87	99	84	83	81
Île-du-Prince-Édouard	93	99,9	77	99,9	61	61	55
Terre-Neuve-et-Labrador	85	97	81	93	69	69	60
Yukon	97	97	97	97	69	69	62
Territoires du Nord-Ouest	97	97	92	92	72	72	48
Nunavut	99,9	99,9	29	29	0	0	0

Sources : Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et données recueillies par le CRTC

Toutes les régions du pays n'ayant pas le même accès aux services à large bande, ce tableau indique la disponibilité de la technologie à large bande selon les régions, par province et par territoire en 2015. 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 de 1,5 Mbps 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. Étant donné que les services par satellite sont des services de couverture nationale, ils sont exclus de ce tableau.

Graphique 5.3.13 Disponibilité des services à large bande – Régions urbaines c. rurales (% des ménages), 2015



Sources : Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre le pourcentage des ménages canadiens ayant accès aux services Internet 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 puisqu'ils ont une empreinte nationale.

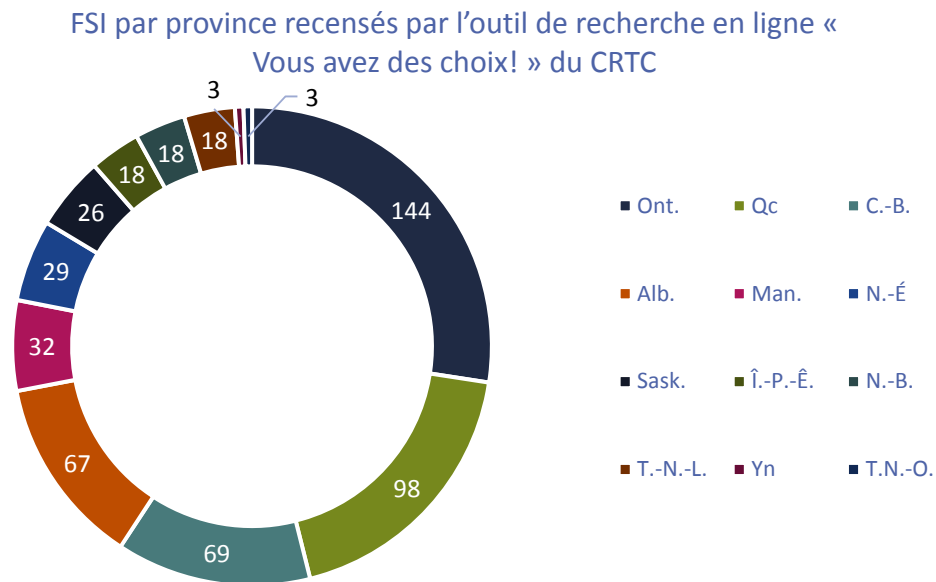
Tableau 5.3.17 Adoption des diverses technologies vidéo au Canada

Technologie	Langue	2011	2012	2013	2014	2015
Télé sur Internet	Anglophones	34	38	44	51	57
	Francophones	38	39	44	42	49
Vidéo sur Internet avec téléphone cellulaire/intelligent	Anglophones	12	14	23	38	50
	Francophones	8	8	16	27	37
Internet avec tablette	Anglophones	s.o.	29	37	44	45
	Francophones	s.o.	15	28	37	43
Vidéo sur Internet avec tablette	Anglophones	6	11	20	26	34
	Francophones	3	7	16	25	34

Source : OTM 2011-2015 (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 cinq dernières années, la popularité de la diffusion de vidéos et d'émissions de télévision sur des appareils portatifs personnels a grandement augmenté.

Graphique 5.3.14 FSI par province recensés par l'outil de recherche en ligne « Vous avez des choix! » du CRTC

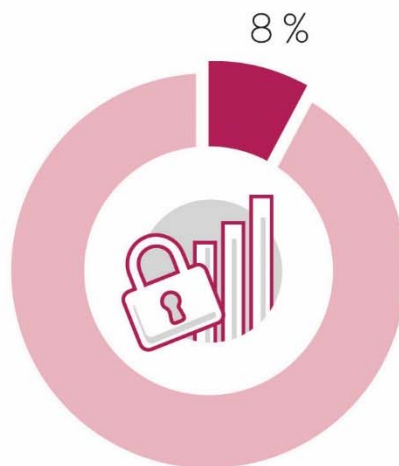


Ce graphique présente le nombre de FSI fournissant des services résidentiels dans les RMR/AR de chaque province sur l'outil « Vous avez des choix ».

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

Revenus de télécommunication de détail en 2015

43,9 milliards \$



Service de transmission de données et de liaison spécialisée

Revenus

3,4 G \$

Baisse de 3,9 %
par rapport à 2014

Part de marché
des titulaires

73 %

Des revenus totaux

Services de
transmission de
données faisant
l'objet d'une
abstention de la
réglementation

98 %

Des revenus

Liaisons
spécialisées
faisant
l'objet d'une
abstention de la
réglementation

84 %

Des revenus

Liaisons
spécialisées
faisant
l'objet d'une
abstention de la
réglementation

6,081

Routes (hausse de 0,4%
par rapport à 2014)

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 des endroits.

En 2015, 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 et par les concurrents, ces derniers détenant environ 29 % du marché total, incluant la gestion et l'équipement du réseau. Notons que les entreprises de câblodistribution utilisent de plus en plus les nouveaux protocoles dans leurs activités.

Les services de liaison spécialisée fournissent une connexion de communication dédié non commutée entre deux ou plusieurs points pour transporter des données, de la vidéo, et / ou le trafic vocal. Ces services comprennent des services de transmission numérique de grande capacité et des systèmes de données numériques, ainsi que des systèmes de qualité voix et d'autres systèmes analogiques. Les installations de transmission incluent les fils de cuivre et de câble à fibre optique. Les services de liaison utilisent des installations de transmissions telles que des lignes de fibres optiques OC-3, des installations de cuivre DS-1, etc.

Dans le secteur des liaisons spécialisées, les FST titulaires dominent le marché. Les exploitants indépendants constituent la plus grande catégorie de fournisseurs parmi les autres fournisseurs de services.

i Revenus

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

Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Données	Protocoles de données	1 832	1 893	1 917	1 952	1 919	-1,7	1,2
	Autres	734	796	832	857	779	-9,2	1,5
	Total des protocoles de données et des autres	2 566	2 689	2 749	2 809	2 698	-4,0	1,3
Liaison spécialisée	Total	751	793	834	784	754	-3,8	0,1
Total des services de transmission de données et de liaison spécialisée	Total	3 317	3 482	3 583	3 593	3 452	-3,9	1,0

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée pour 2011 à 2015. 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.

En raison des changements dans la manière de rapporter les données des entreprises, les données sur les « autres » données ne peuvent pas être comparées à celles des autres années. Il s'ensuit une perte d'environ 6 % des « autres » revenus en 2015.

Tableau 5.4.2 Revenus des services de transmission de données de détail par type de protocole utilisé (millions \$)

Catégories	Sous-catégories	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Nouveaux protocoles	Ethernet	479	483	483	465	456	-1,9	-1,2
	IP	1 124	1 190	1 218	1 284	1 284	0,0	3,4
	Autres	126	154	167	171	158	-7,7	5,8
	Total	1 729	1 826	1 868	1 920	1 898	-1,1	2,4
Protocoles traditionnels	Total	104	67	49	32	21	-34,8	-32,8
Total – Protocoles de transmission de données	Total	1 832	1 893	1 917	1 952	1 919	-1,7	1,2

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 2011 et 2015.

Tableau 5.4.3 Revenus des services de liaison spécialisée de détail par type de FST (millions \$)

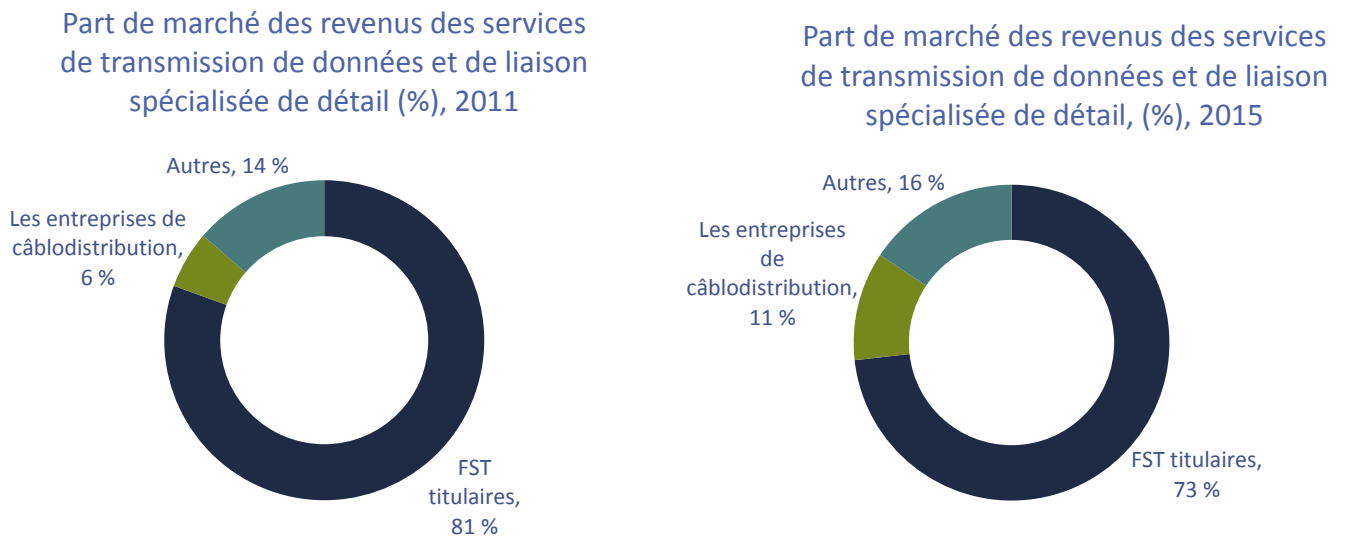
Type	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015		TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	Total	670	652	683	634	604	-4,6	-2,6
Autres FST	Entreprises de câblodistribution	48	49	54	61	62	2,6	6,8
	Autres	33	92	97	90	87	-2,8	27,9
	Total	80	141	151	150	149	-0,6	16,7
Total des services de liaison spécialisée	Total	751	793	834	784	754	-3,8	0,1

Source : Données recueillies par le CRTC

ii 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 73 % des revenus de détail qui en découlent. Les entreprises de câblodistribution, d'autres entreprises et les revendeurs, qui représentent 85 % des entités, réalisent 27 % des revenus de détail.

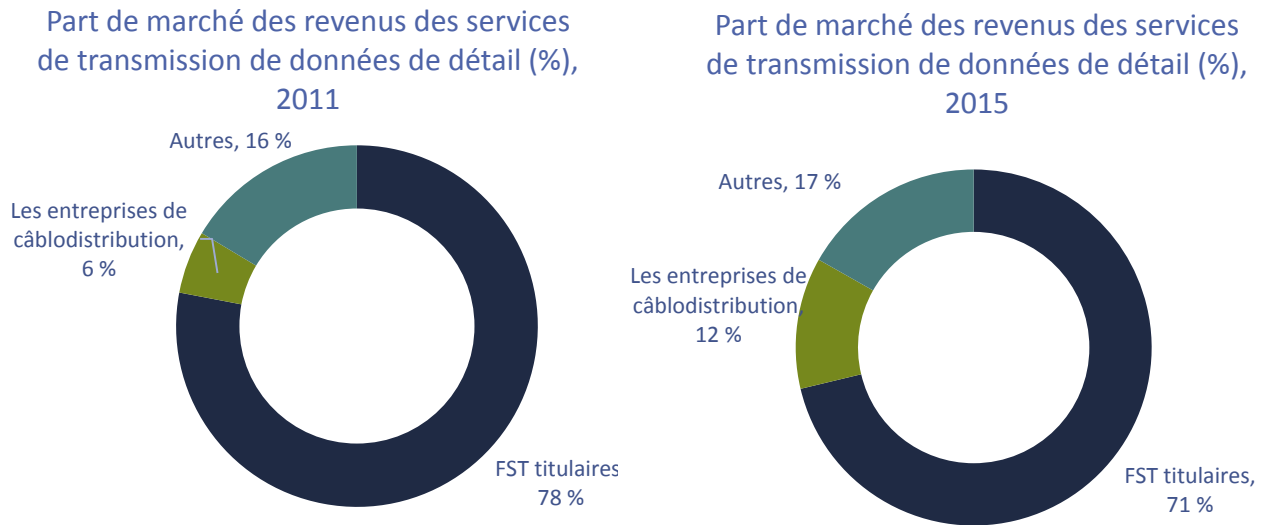
Graphique 5.4.1 Part de marché des revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail, par type de FST (%)



Source : Données recueillies par le CRTC

En raison des changements dans la manière de rapporter, les FST titulaires ont réduit leur part de marché par 1,5 % en 2015.

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

En raison des changements dans la manière de rapporter, les FST titulaires ont réduit leur part de marché par 2 % en 2015.

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 (%)

Protocole	Type de fournisseur	Sous type de fournisseur	2011	2012	2013	2014	2015
Nouveaux protocoles de transmission de données	FST titulaires	Total	72	67	66	66	66
	Autres FST	Entreprises de câblodistribution	7	10	12	12	13
		Autres	21	23	22	22	21
		Total	28	33	34	34	34
Des protocoles de transmission de données traditionnels	FST titulaires	Total	68	62	61	63	67
	Autres FST	Total	32	38	39	37	33
Total – Protocoles de transmission de données	FST titulaires	Total	72	67	66	66	66
	Autres FST	Total	28	33	34	34	34

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.

Tableau 5.4.5 Part de marché des revenus des services de liaison spécialisée de détail (%)

Type de fournisseur	2011	2012	2013	2014	2015
FST titulaires	89	82	82	81	82
Entreprises de câblodistribution	6	6	6	8	8
Autres	4	12	12	11	10

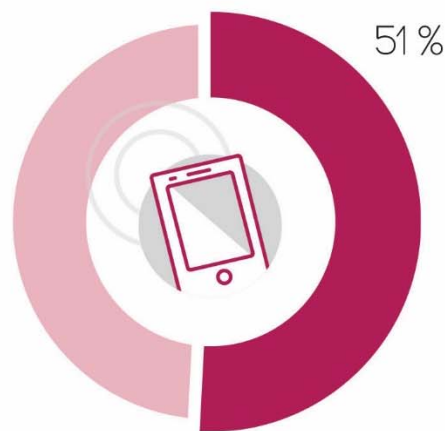
Source : Données recueillies par le CRTC

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 2011 à 2015. Les FST titulaires continuent de dominer ce type de services.

5.5 Secteur des services sans fil de détail

Revenus de télécommunication de détail en 2015

43,9 milliards \$



Sans-fil

Revenus

22,5 G \$

Hausse de 7,5 %
par rapport à 2014

Part de marché
d'abonnés

90 %

Des 3 plus grands
fournisseurs de
services sans fil

Revenu moyen par
abonné par mois

64 \$

Hausse de 5 %
par rapport à 2014

Pourcentage des abonnés
canadiens ayant un forfait
de données d'au moins 1 GO

46 %

Hausse de 44 %
par rapport à 2014

Le marché des services sans fil de détail s'est imposé, encore une fois, comme le plus important secteur des communications en affichant des revenus de 22,5 milliards de dollars et un taux de croissance de 7,5 % ou 1,6 milliards de dollars en 2015.

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 l'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.

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 97,4 % des Canadiens. En 2015, non seulement ces réseaux desservaient plus de 29,7 millions d'abonnés canadiens, mais plus de 3,0 millions de connexions machine-machine ont été signalées en 2015, une hausse de 19 % par rapport à 2014.

Outre les réseaux sans fil évolués comme les réseaux LTE, qui fournissent un accès Internet à large bande, les FSSF ont augmenté le nombre de points d'accès Wi-Fi accessibles au public (gratuits et payants) partout au pays passant de 14 000 à la fin de l'année 2014 à 21 000 à la fin de 2015. Grâce à ceux-ci, les Canadiens ont un moyen additionnel pour 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 une opportunité de réduire au minimum les frais d'itinérance potentiels.

Au cours des cinq dernières années, le pourcentage de Canadiens abonnés à des services sans fil a légèrement augmenté, passant de 80 % à 82 %; toutefois, le taux de croissance a chuté, passant de 5,9 % à 3,4 %. 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 le taux d'adoption des téléphones intelligents et les revenus en données des services sans fil à plus de 15,7 % en 2015, et en moyenne, à 18,8 % au cours des cinq dernières années.

En 2013, la mise en œuvre du [Code sur les services sans fil](#) 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 86 % des forfaits postpayés en 2015 faisaient l'objet d'un contrat d'au plus deux ans comparativement à 67 % en 2014 et à 44 % en 2013.

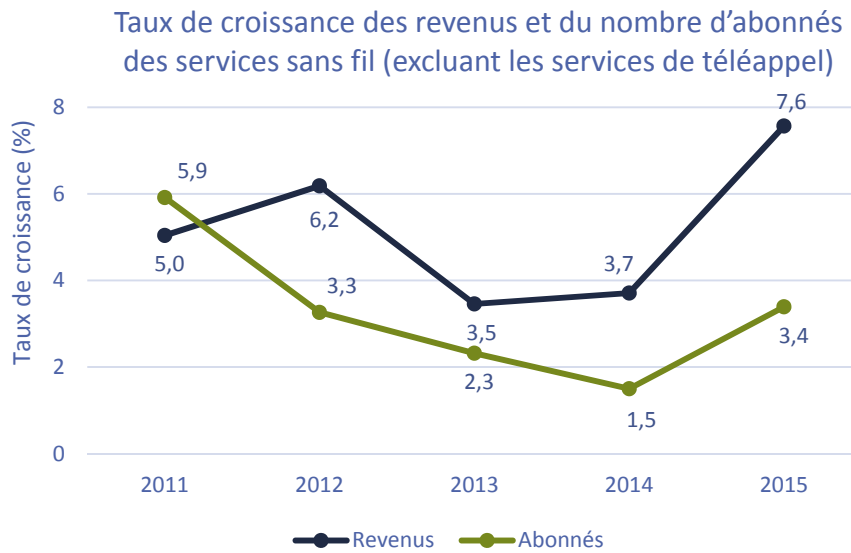
En matière de choix de fournisseurs, les Canadiens ont été desservis par trois grands FSSF nationaux, qui comptaient ensemble pour 90 % des abonnés des services sans fil. Plusieurs petits FSSF régionaux, dotés d'installations et quelques exploitants de réseaux virtuels mobiles et revendeurs comptaient pour les 10 % restants. Dans les centres urbains et les communautés rurales, les Canadiens pouvaient généralement choisir entre deux à six FSSF.

Suite à la vente aux enchères du spectre de la bande de fréquence de 700 MHz en 2014, le gouvernement du Canada a entrepris, au début de 2015, bon nombre de mesures pour favoriser la concurrence dans le marché des services sans fil en libérant 50 MHz de spectre dans une vente aux enchères pour les services sans fil évolués des bandes 1 755-1 780 MHz et 2 155-2 180 MHz (SSFE-3). Par conséquent, cinq entreprises ont investi 2,1 milliards de dollars en achat du spectre et 39 licences ont été attribuées en 2015. 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 baissé à 22 % en 2015 comparativement à 35 % en 2014, ce qui est attribuable à une hausse des investissements en spectre en 2014.

En 2015, le Conseil a publié la Politique réglementaire de télécom [CRTC 2015-177](#), dans laquelle il a déterminé qu'il est nécessaire de réglementer les tarifs que Bell Mobilité, le RCP et TELUS facturent aux autres entreprises canadiennes de services sans fil pour les services nationaux d'itinérance de gros offerts au moyen de la technologie du système mondial de téléphonie mobile (GSM). Cette réglementation favorisera une concurrence viable qui fournira des avantages pour les Canadiens, par exemple des prix raisonnables et des services novateurs, ainsi que l'innovation et l'investissement continu dans des réseaux sans fil mobiles de grande qualité. Dans cette décision, le Conseil a exprimé son intention de surveiller l'état de la concurrence dans le marché des services sans fil mobiles.

i 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 2011 à 2015. En 2015, le taux de croissance des revenus des services sans fil a augmenté à 7,6 %, soit le taux le plus fort en plus de 5 ans. Le taux de croissance des abonnements a rebondi à 3,4 %.

Tableau 5.5.1 Revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services sans fil	18 368,6	19 504,8	20 179,3	20 927,9	22 511,7	7,6	5,2
Services de téléappel	38,2	21,8	18,4	17,3	12,6	-26,9	-24,1
Revenus – Total	18 406,7	19 526,6	20 197,7	20 945,2	22 524,3	7,5	5,2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau illustre la croissance des revenus des marchés de services sans fil et de téléappel de 2011 à 2015. Les taux de croissance annuelle des services sans fil (excluant les services de téléappel) se trouvent au graphique 5.5.1.

Tableau 5.5.2 Composantes des revenus des services sans fil et de téléappel de détail (millions \$)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Téléphonie de base	9 816,5	9 486,8	8 818,7	8 665,5	8 689,0	0,3	-3,0
Interurbain	1 286,2	1 255,6	1 160,3	880,4	656,1	-25,5	-15,5
Téléappel	38,2	21,8	18,4	17,3	12,6	-26,9	-24,1
Équipement terminal et appareils portatifs	1 401,9	1 532,8	1 501,5	1 673,7	2 129,8	27,3	11,0
Données	5 046,1	6 233,2	7 546,1	8 672,6	10 034,9	15,7	18,8
Itinérance et autres	817,8	996,3	1 152,8	1 035,7	1 001,9	-3,3	5,2
Données, itinérance et autres	5 863,9	7 229,5	8 698,8	9 708,3	11 036,8	13,7	17,1
Total	18 406,7	19 526,6	20 197,7	20 945,2	22 524,3	7,5	5,2

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique les diverses composantes des revenus des services sans fil de 2011 à 2015. 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.

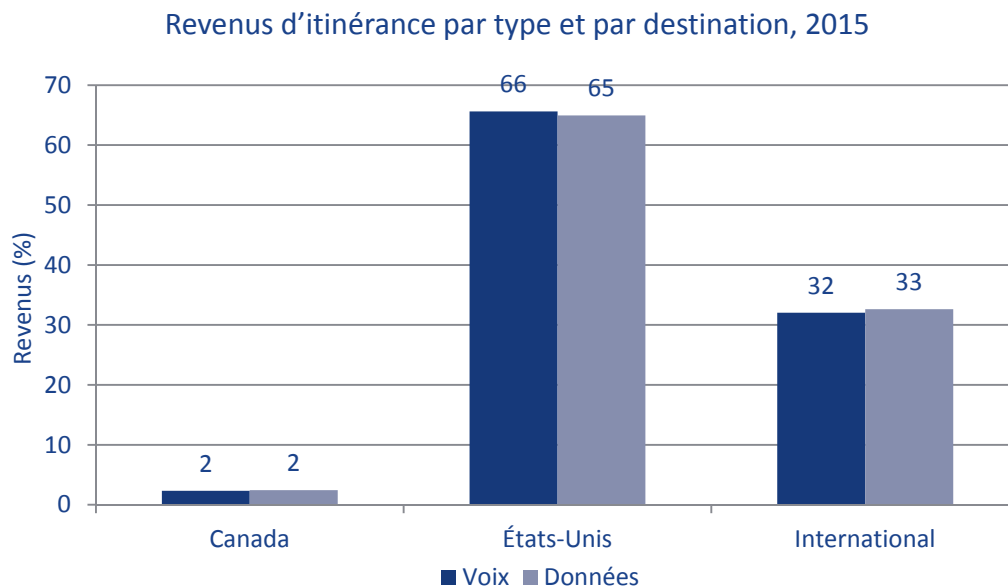
Tableau 5.5.3 Revenus des services sans fil prépayés et postpayés de détail (téléphonie de base, interurbain et données) (millions \$)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC(%) 2011-2015
Services prépayés	978,2	877,3	790,4	871,6	879,8	0,9	-2,6
Services postpayés	14 957,3	15 762,3	16 303,6	17 179,5	18 345,8	6,8	5,2
Total	15 935,5	16 639,6	17 094,0	18 051,1	19 225,6	6,5	4,8

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.

Graphique 5.5.2 Revenus d'itinérance par type et par destination, 2015



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 courts (SMC) et du service de messagerie multimédia (SMM) ont été exclus de la composante de données relative aux revenus.

Bien que 61% des appels en itinérance et 48% des transferts données en itinérance se font au Canada (tel que démontré dans le graphique 5.5.24), la majorité des revenus provient de l'itinérance aux États-Unis (65%).

ii Données relatives aux abonnés

Tableau 5.5.4 Nombre d'abonnements aux services sans fil et de téléappel (milliers)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services sans fil	26 844,3	27 720,6	28 363,8	28 788,9	29 765,4	3,4	2,6
Services de téléappel	219,0	186,3	161,5	146,7	161,5	10,1	-7,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau montre la croissance du nombre d'abonnés aux services sans fil et de téléappel de 2011 à 2015. De 2011 à 2015, on a observé une hausse constante du nombre d'abonnés aux services sans fil, tandis que les services de téléappel connaissent des baisses.

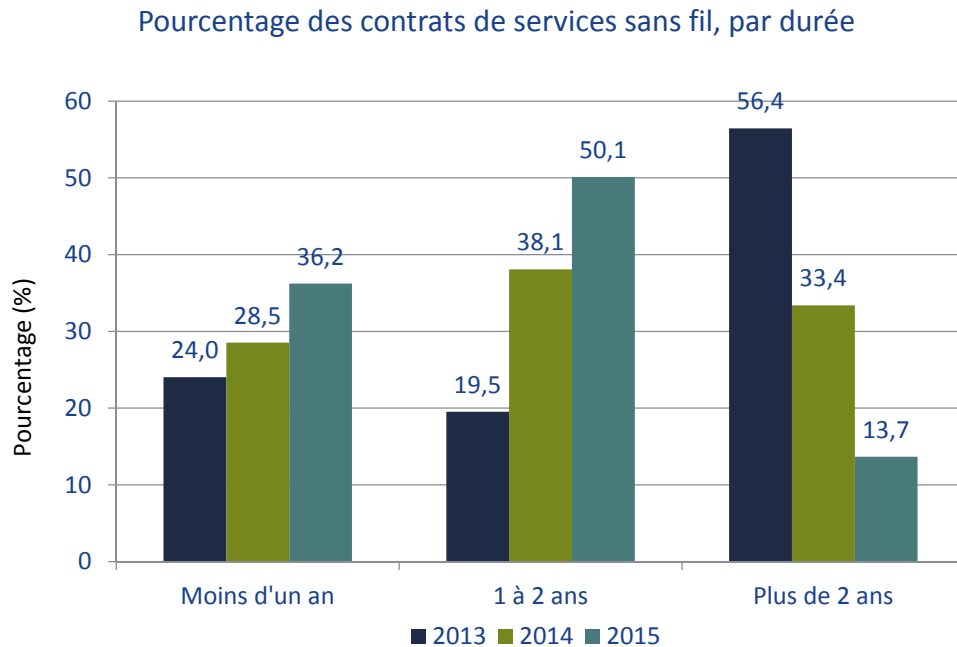
Tableau 5.5.5 Pourcentage du nombre d'abonnés aux services sans fil postpayés par rapport au nombre total d'abonnés aux services sans fil (%)

Type	2011	2012	2013	2014	2015
Services postpayés	78	81	83	86	86

Source : Données recueillies par le CRTC

Les Canadiens abonnés aux services sans fil préfèrent les services postpayés.

Graphique 5.5.3 Pourcentage des contrats de services sans fil par durée

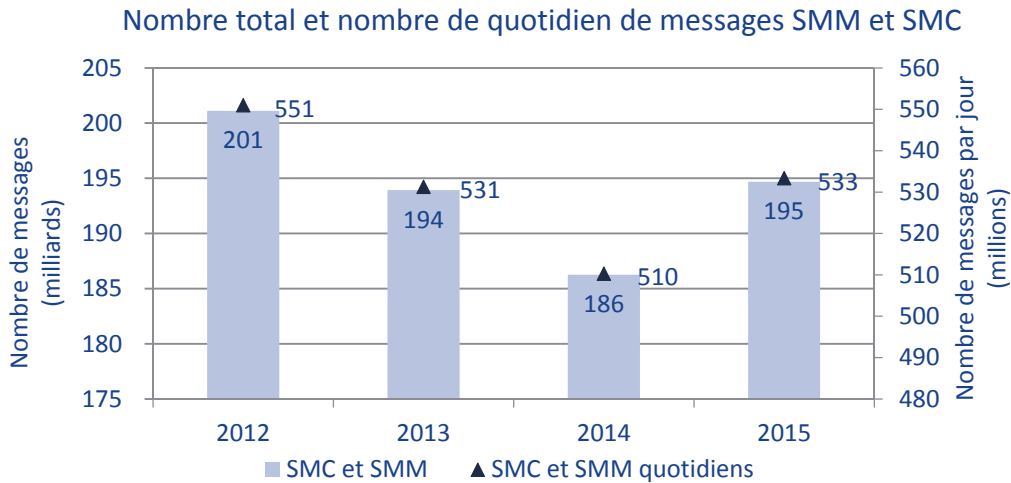


Source : Données recueillies par le CRTC

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.

Graphique 5.5.4 Nombre total et nombre quotidien de messages SMM et SMC



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 2012 à 2015. Le nombre total de messages SMC et SMM a été recalculé pour 2012 afin d'inclure des estimés pour une entreprise qui n'avait pas été étudiée.

Le service de messages courts (SMC) permet la transmission entre abonnés de textes d'un maximum de 160 caractères.

Le service de messagerie multimédia (SMM) est similaire au SMC mais il permet en plus la transmission de contenu multimédia comme des photos et des vidéos entre les abonnés.

Tableau 5.5.6 Utilisation mensuelle moyenne des SMS/MMS (messages/mois) et des données (MB/mois)

Paramètre	2014	2015
Utilisation mensuelle moyenne des données par abonné (MB/mois)	641	921
Utilisation mensuelle moyenne des données par abonné lorsque celui a un forfait de données (MB/mois)	988	1 320
Quantité moyenne de SMS/MMS par abonné (messages/mois)	547	548

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 forfait de données.

L'utilisation moyenne des données sans fil par abonné et par abonné possédant un forfait de données a été calculée en divisant l'utilisation totale des données de détail (téléversement/téléchargement) pour l'année par le nombre moyen d'abonnés au début et à la fin de l'année. Les abonnés ayant souscrit un forfait de données ont été classés comme les abonnés des services de voix et de données seulement.

Tableau 5.5.7 Revenus moyens par 1 GB de données/mois (\$)

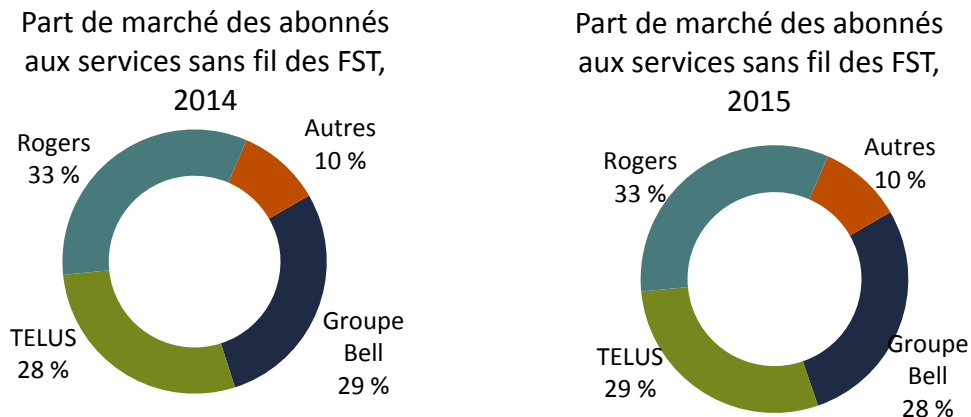
Paramètre	2015
1 GB de données utilisées	31,29

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau présente les revenus moyens générés par l'utilisation de 1 GB de données par mois. Pour calculer ce montant, seules les entreprises ayant fourni des renseignements sur le trafic de données et sur les revenus ont été prises en considération.

iii 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 2014 et 2015 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, le groupe Bell, Rogers et TELUS représentaient 90 % des abonnés aux services sans fil en 2014 et 2015.

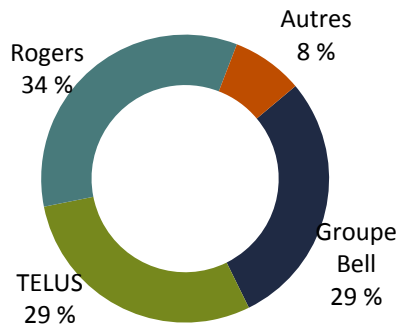
« Autres » incluent des FST comme MTS Allstream, SaskTel, d'autres petits FST, ainsi que les nouveaux fournisseurs qui ont acquis du spectre lors de la vente aux enchères des fréquences sans fil évoluées

d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) qui a eu lieu en 2008 et qui étaient toujours en activité à titre de concurrents du groupe Bell, de TELUS ou de Rogers en 2014.

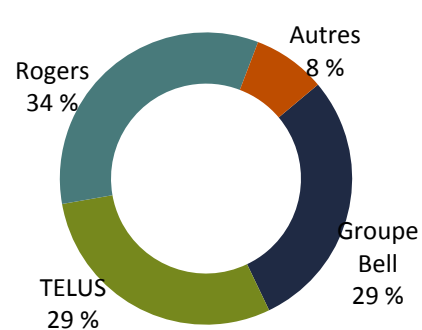
Le groupe Bell inclut Bell Canada; Bell Mobilité; Latitude Wireless; NorthernTel, Limited Partnership; Norouestel Mobilité; Télébec, Société en commandite et KMTS. Depuis 2013, les données de Public Mobile ont été ajoutées à celles de TELUS. En 2015, les données de Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc. (Mobicity) ont été ajoutées à celles de Rogers.

Graphique 5.5.6 Part de marché des revenus des services sans fil des FST

Part de marché des revenus des services sans fil des FST, 2014



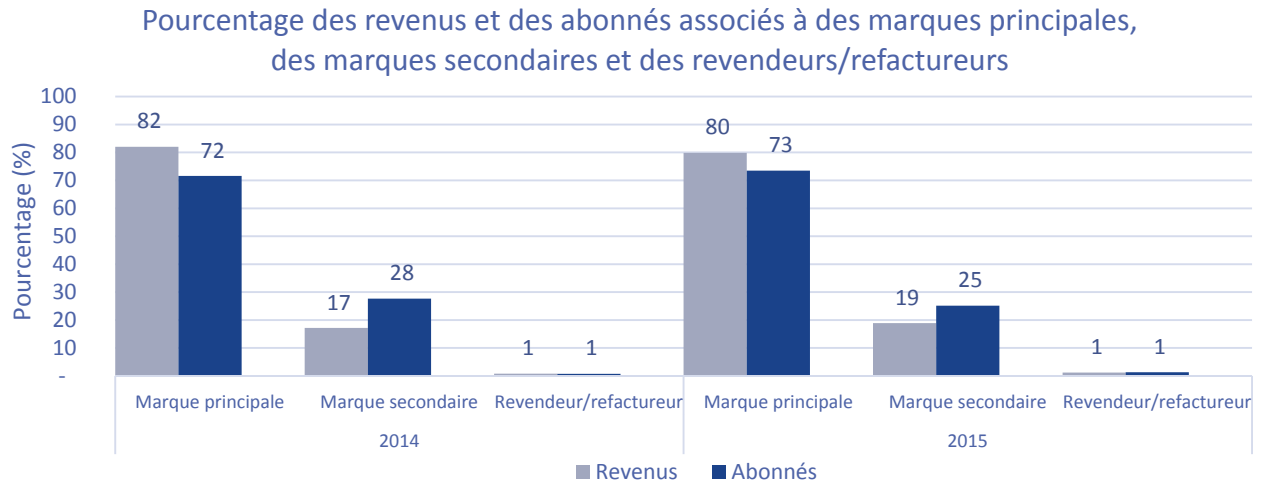
Part de marché des revenus des services sans fil des FST, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent le pourcentage des revenus des services sans fil en 2014 et 2015 des trois principaux FST canadiens : le groupe Bell, Rogers et TELUS. Collectivement, le groupe Bell, Rogers et TELUS représentaient 92 % des revenus des services sans fil en 2014 et 2015.

Graphique 5.5.7 Pourcentage des revenus et des abonnés associés à des marques principales, des marques secondaires et des revendeurs/refactureurs



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 5.5.8 Part de marché des abonnés aux services sans fil, par province et territoire, 2015 (%)

Province/territoire	Groupe Bell	TELUS	Rogers	Autre
Colombie-Britannique	20	42	37	0
Alberta	25	53	23	0
Saskatchewan	15	13	5	66
Manitoba	8	7	36	49
Ontario	30	22	47	1
Québec	31	28	28	13
Nouveau-Brunswick	57	26	17	0
Nouvelle-Écosse	54	33	12	0
Île-du-Prince-Édouard	57	31	12	0
Terre-Neuve-et-Labrador	71	27	1	0
Le Nord	99	0	0	1

Source : Données recueillies par le CRTC

Les principaux FSSF canadiens possèdent différentes parts de marché des services dans fil dans les provinces. Ce tableau indique les parts de marché détenues par les principaux FSSF, excluant Wind et Eastlink, dans les provinces et les territoires du Canada.

Ce sont les trois principaux FSSF qui détiennent la plus grande part de marché dans toutes les provinces et territoires sauf en Saskatchewan et au Manitoba.

Le Nord inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

Tableau 5.5.9 Taux de roulement mensuel moyen (%)

Fournisseur de service	2011	2012	2013	2014	2015
Bell Mobilité	2,0	1,7	1,6	1,5	1,5
Rogers Communications	1,8	1,8	1,7	1,6	1,6
TELUS	1,7	1,5	1,4	1,3	1,3

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

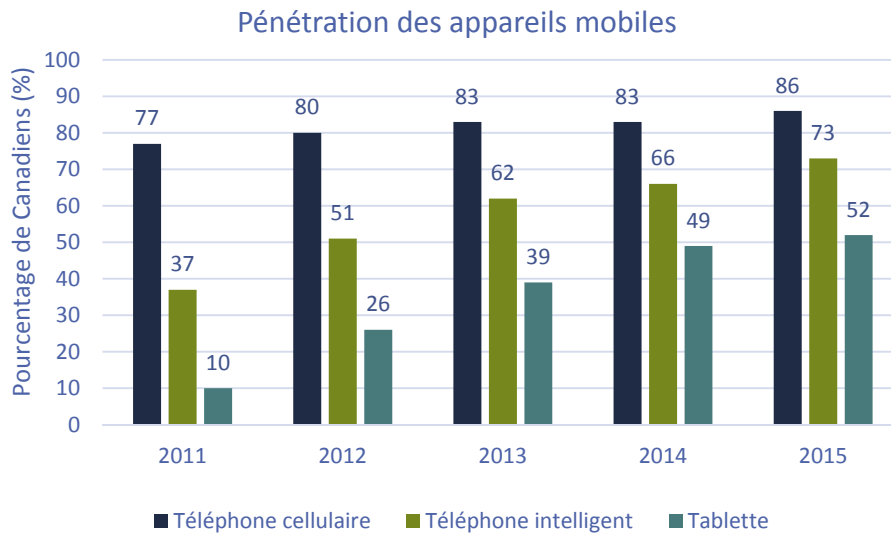
Ce tableau indique le taux de roulement mensuel moyen des trois principaux FSSF de 2011 à 2015. Les clients peuvent quitter leur FSSF pour plusieurs raisons, y compris l'insatisfaction relative au service, les offres de la concurrence et les prix.

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. Plus le chiffre est élevé plus les gens change de fournisseur.

iv Indicateurs technologiques

Les tableaux et les graphiques qui suivent illustrent l'adaptation des Canadiens au système de communication numérique. Le téléphones intelligents, 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 2015 (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 2011 à 2015. L'utilisation des téléphones intelligents et des tablettes augmente le volume du trafic de données sur le réseau.

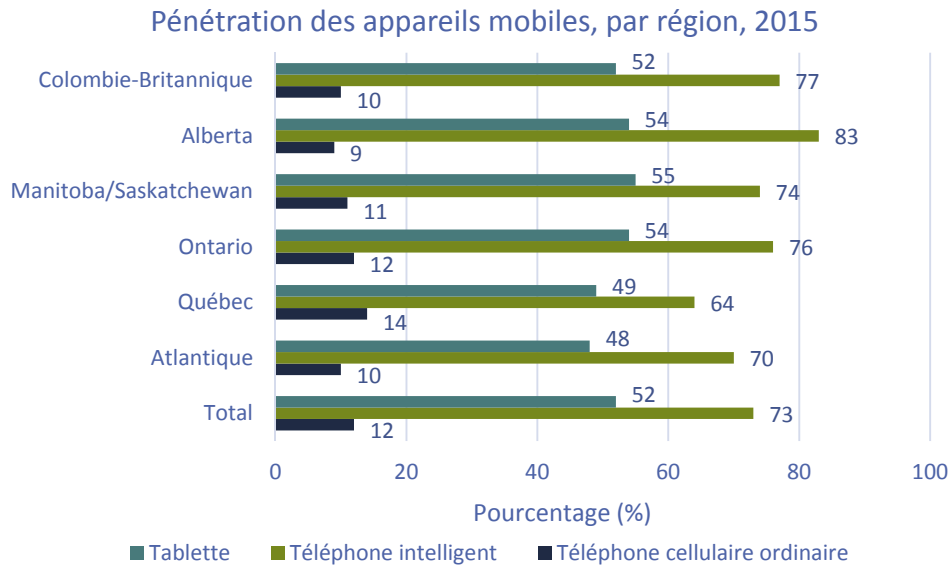
Tableau 5.5.10 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)

Appareil mobile	2011		2012		2013		2014		2015	
	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones
Téléphone cellulaire	80	68	83	71	86	74	86	75	89	78
Téléphone intelligent	41	26	55	39	66	49	69	54	77	61
Tablette	12	6	28	17	42	30	51	41	53	48

Source : OTM 2015 (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 2011 et 2015. Les propriétaires d'un téléphone cellulaire incluent ceux qui possèdent un téléphone cellulaire ou intelligent.

Graphique 5.5.9 Pénétration des appareils mobiles, par région, 2015



Source : OTM 2015 (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 5.5.11 Nombre et pourcentage d'abonnés avec un forfait de données, par province et territoire

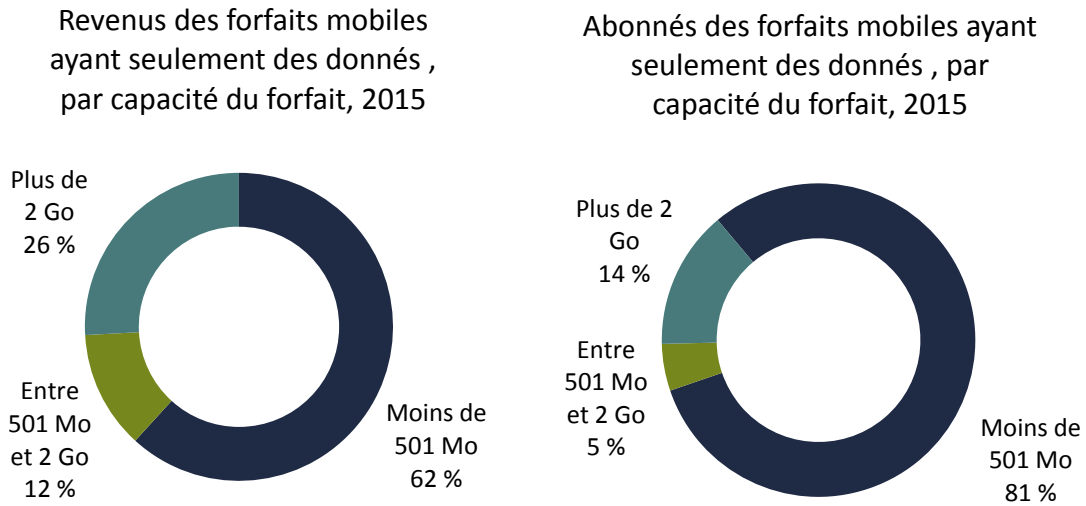
Province/territoire	2014		2015		Croissance (%) du nombre d'abonnés ayant un forfait de données
	Nombre d'abonnés ayant un forfait de données (milliers)	Pourcentage de l'ensemble des abonnés ayant un forfait de données (%)	Nombre d'abonnés ayant un forfait de données (milliers)	Pourcentage de l'ensemble des abonnés ayant un forfait de données (%)	
Colombie-Britannique	2 559	13	3 021	14	18,0
Alberta	2 657	14	3 069	14	15,5
Saskatchewan	653	3	720	3	10,2
Manitoba	864	4	900	4	4,2
Ontario	7 999	41	8 825	40	10,3
Québec	3 450	18	4 099	19	18,8
Nouveau-Brunswick	358	2	403	2	12,7
Nouvelle-Écosse	479	2	552	3	15,2
Île-du-Prince-Édouard	70	0	80	0	14,5
Terre-Neuve-et-Labrador	289	1	327	1	13,3
Le Nord	55	0	62	0	12,6

Source : Données recueillies par le CRTC

Le nombre d'abonnés ayant souscrit à un forfait de données permet de déterminer dans quelle mesure les Canadiens participent à l'économie numérique, et fournit un indice quant à la mesure dans laquelle les Canadiens adoptent les appareils portatifs comme les téléphones intelligents et les tablettes.

Ce tableau présente le nombre d'abonnés ayant souscrit à un forfait de données dans chaque région du pays en 2014 et en 2015, ainsi que le nombre d'abonnés ayant un forfait de données en tant que pourcentage de l'ensemble des abonnés à des services mobiles.

Graphique 5.5.10 Revenus et abonnés des forfaits mobiles ayant seulement des données, par capacité du forfait de données, 2015



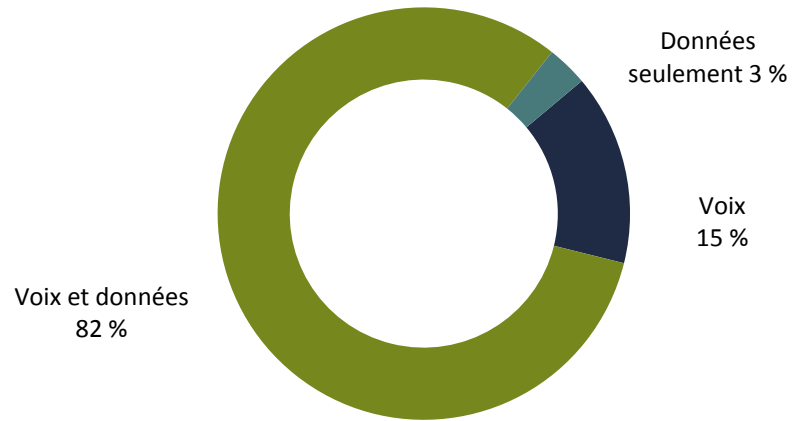
Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques illustrent, en pourcentage, les revenus et les abonnés correspondant aux diverses capacités des forfaits de données des FSSF en 2015. Parmi le nombre total d'abonnés, 6 % d'entre eux ne sont abonnés qu'aux forfaits de données uniquement.

Les forfaits de données uniquement comprennent les appareils d'accès intégrés et portables comme les concentrateurs, les clés Internet mobiles, les clés électroniques et les ordinateurs portables.

Graphique 5.5.11 Pourcentage des revenus de services mobiles que représentent les forfaits voix seulement contre voix et données contre données seulement, 2015

Pourcentage des revenus des services mobiles des forfaits voix seulement c. voix et données c. données seulement, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Ce graphique illustre, en pourcentage, les revenus des FSSF qui proviennent des abonnés aux forfaits voix, aux forfaits voix et données et aux forfaits données seulement en 2015.

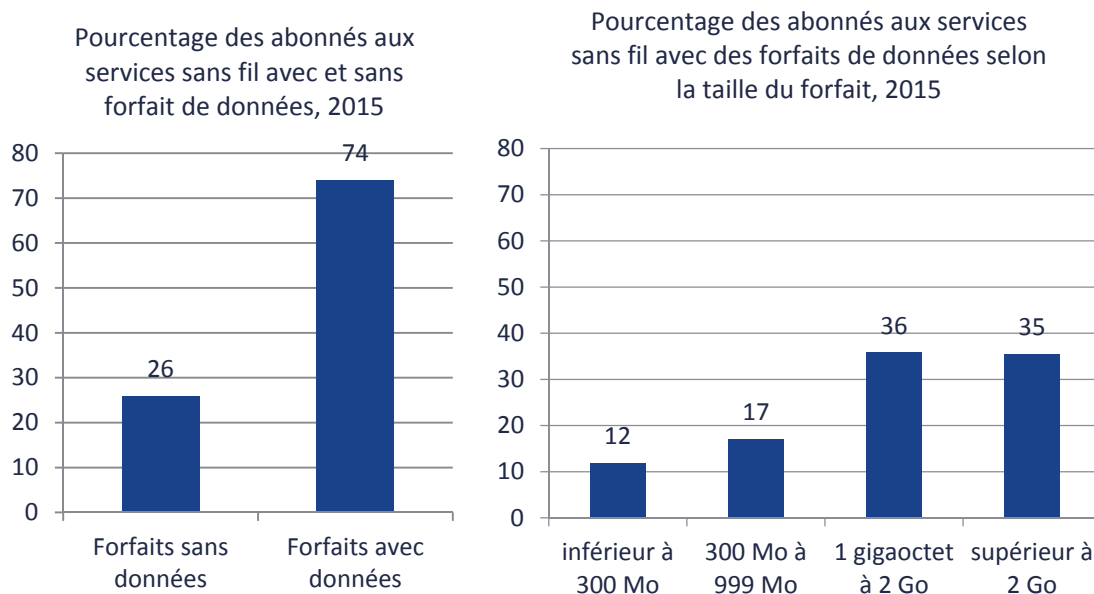
Tableau 5.5.12 Abonnements à la large bande mobile par type de forfait

Type	Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Voix et données	Nombre d'abonnés (millions)	12,0	13,0	16,1	17,7	20,2	14,4	13,9
	Pourcentage de tous les abonnés (%)	44	47	57	61	68	10,7	11,6
Données seulement	Nombre d'abonnés (millions)	1,2	1,3	1,5	1,6	1,8	12,8	11,5
	Pourcentage de tous les abonnés (%)	4	5	5	6	6	9,1	9,2
Total	Nombre d'abonnés (millions)	13,2	14,3	17,6	19,3	22,0	14,3	13,7
	Pourcentage de tous les abonnés (%)	48	51	62	67	74	10,5	11,3

Source : Données recueillies par le CRTC

De 2011 à 2015, les Canadiens ont augmenté continuellement leur utilisation de la large bande sur les appareils mobiles.

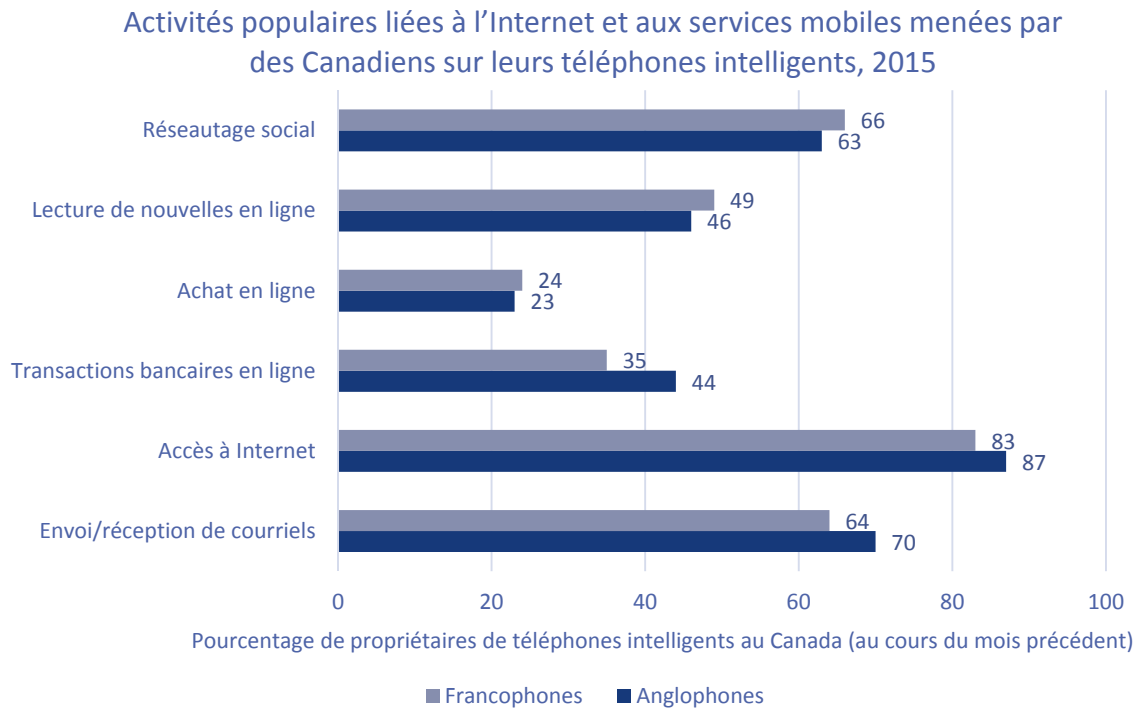
Graphique 5.5.12 Pourcentage des abonnés aux services mobiles par type de forfait, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Les données qui figurent dans ce diagramme à barres doubles représentent 90 % de l'ensemble des abonnés des services mobiles. Le diagramme de gauche montre le pourcentage du nombre d'abonnés aux services sans fil avec et sans forfait défini de données. Le diagramme de 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.

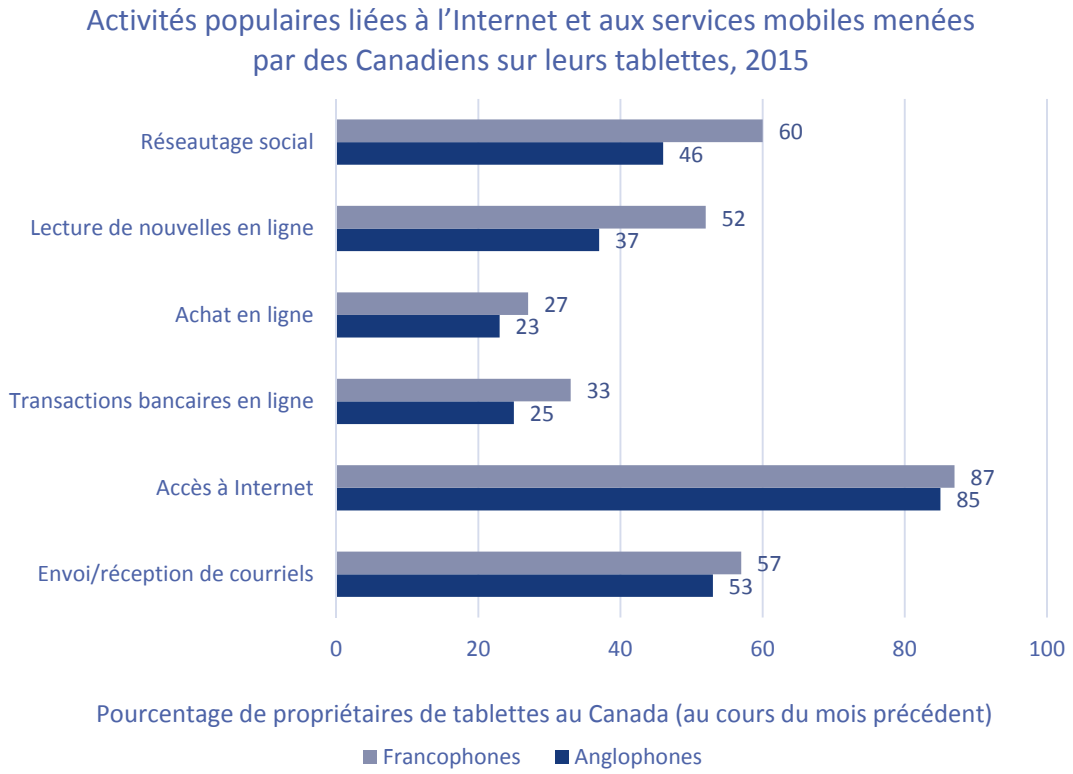
Graphique 5.5.13 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles menées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents, 2015



Source : OTM 2015, printemps 2016 (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, 2015



Source : OTM 2015, printemps 2016 (répondants canadiens de 18 ans et +)

v Indicateurs de rendement

Tableau 5.5.13 Revenu moyen des services sans fil par abonné

Mesure	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Revenu moyen des services sans fil par abonné (\$/mois)	58,7	59,6	60,0	61,0	64,1	2,2
Croissance annuelle (%)	-1,7	1,6	0,7	1,8	5,0	2,2

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 2011 à 2015.

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 5.5.14 Revenu moyen des services sans fil par abonné, par province et territoire (excluant les services de téléappel) (\$)

Province/territoire	2011	2012	2013	2014	2015	TCAC (%) 2011-2015
Colombie-Britannique	63,84	62,55	63,42	62,48	67,32	1,3
Alberta	75,82	72,82	74,10	75,01	76,48	0,2
Saskatchewan	53,51	57,83	58,72	62,16	64,45	4,8
Manitoba	53,07	54,99	59,42	60,97	63,21	4,5
Ontario	58,18	60,60	58,93	59,50	61,56	1,4
Québec	51,08	51,46	53,69	53,58	56,92	2,7
Nouveau-Brunswick	53,15	54,62	55,65	55,56	58,95	2,6
Nouvelle-Écosse	55,26	57,22	58,15	56,98	63,02	3,3
Île-du-Prince-Édouard	52,01	55,47	52,86	51,62	57,73	2,6
Terre-Neuve-et-Labrador	53,86	58,70	60,61	61,18	68,90	6,3
Le Nord	105,43	94,31	135,44	81,09	92,37	-3,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le revenu moyen par abonné à un FSSF dans chaque région du pays de 2011 à 2015 en se basant sur les données déclarées sur les revenus et les abonnés, sans compter les revenus et les abonnés de Wind et Eastlink dans l'analyse de 2015. On a procédé à des estimations pour les entreprises qui n'avaient pas à fournir de données provinciales ou territoriales.

vi Prix

La structure des 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 complémentaire et la marque principale. 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.

Les changements les plus marqués en 2015 par rapport à 2014 sont l'augmentation de l'écart entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé pour les niveau 2 et 3 de tous les ensembles de services et le changement observé dans le nombre de FSSF pour divers ensembles de services et pour diverses collectivités. La baisse du nombre de fournisseurs dans bon nombre de domaines est principalement due à la consolidation dans le marché du sans-fil.

Comparaison des tarifs des services filaires, Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger

Ce rapport est la mise à jour 2016 des précédentes études comparatives sur les prix des télécommunications de 2008 à 2016 commandées par le CRTC et Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE).

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 :

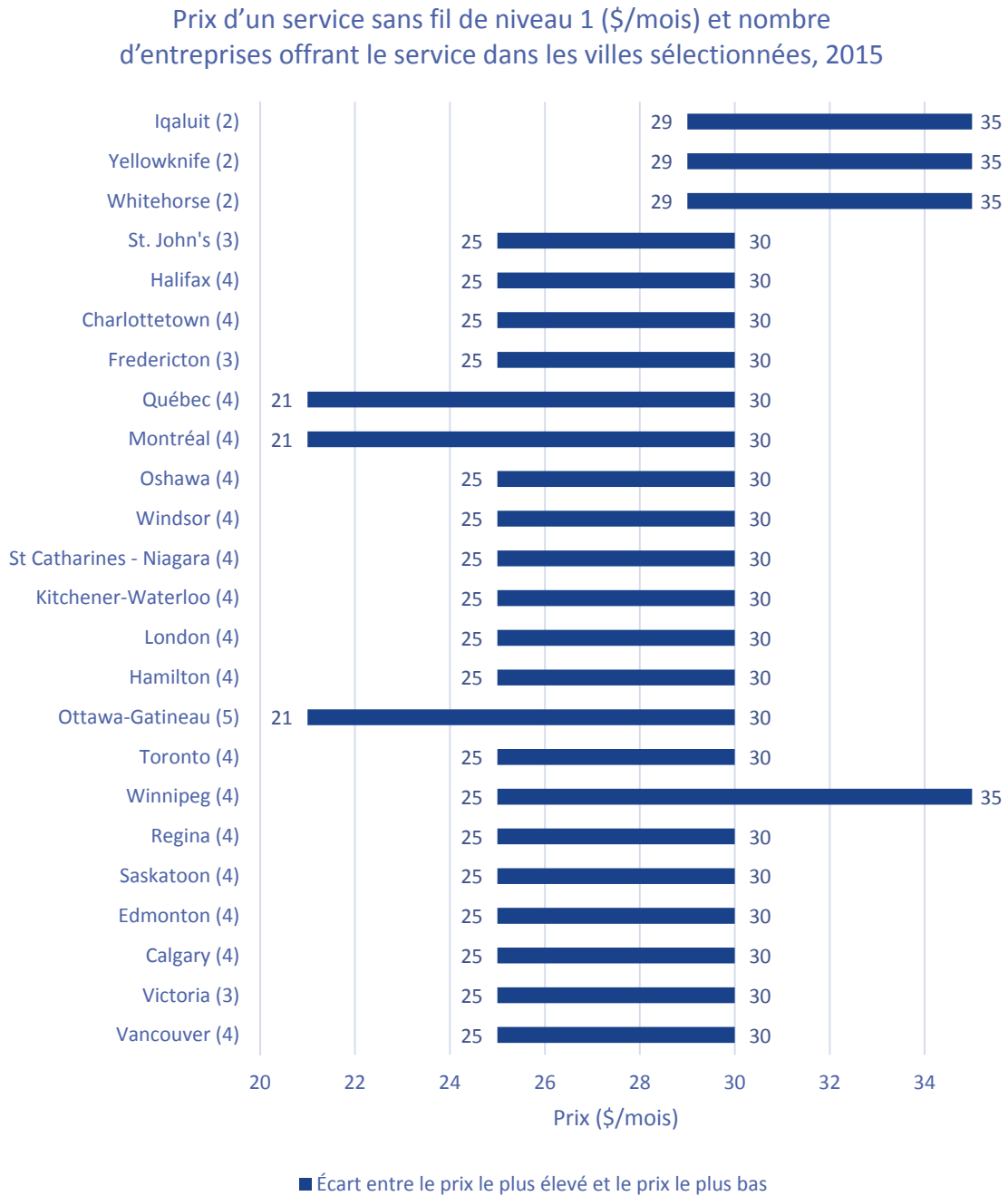
<http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/compar/compar2016.htm>

Centres urbains

Les centres urbains ayant au moins quatre FSSF présentaient généralement 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 3 \$ à un maximum de 33 \$. 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 \$, 13 \$, 22 \$ et 21 \$.

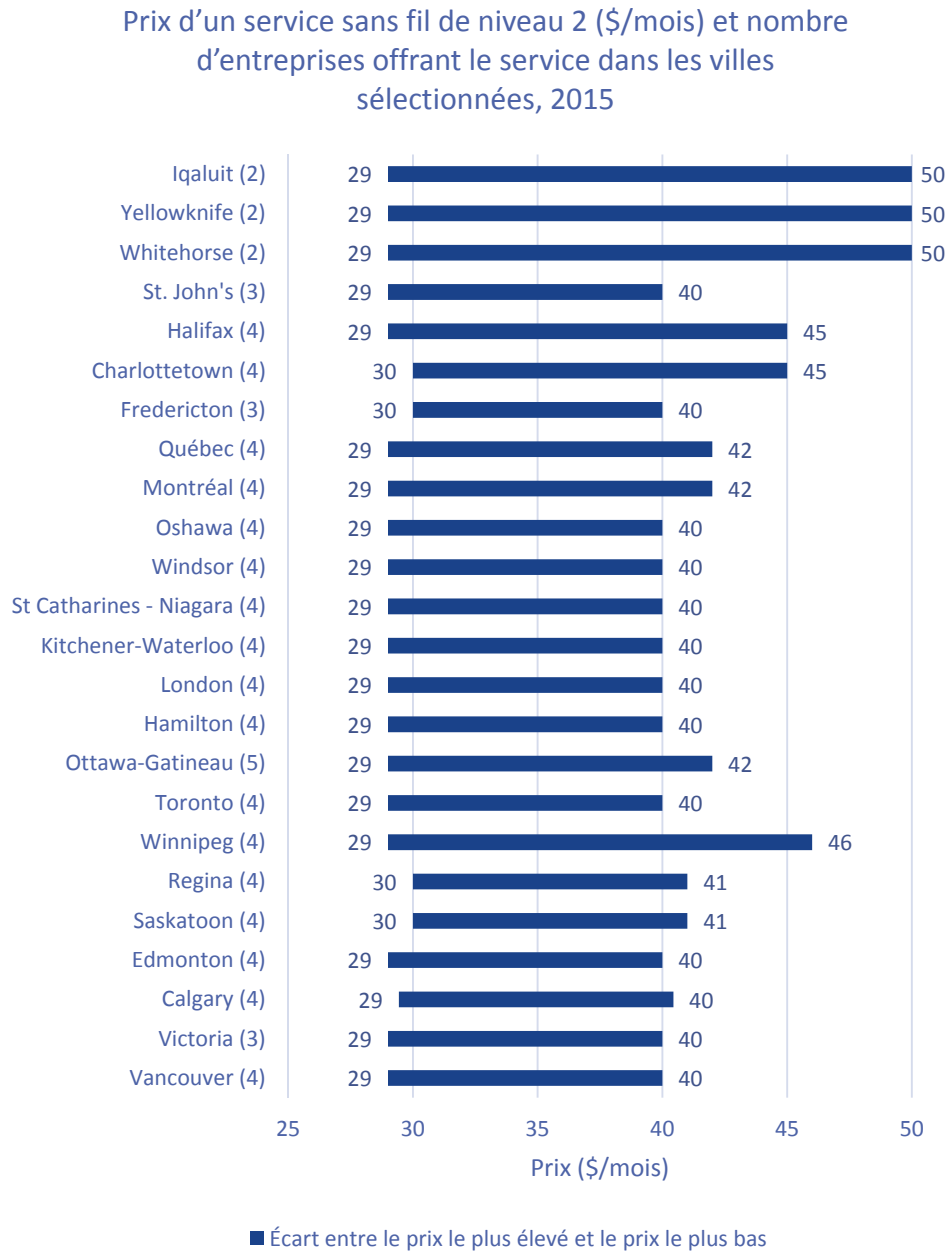
Les graphiques 5.5.15 à 5.5.18 montrent la fourchette de prix mensuels de niveau 1, niveau 2, niveau 3 et niveau 4 des services sans fil dans 24 centres urbains au Canada. Le nombre situé à droite de chaque barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses le long de l'axe vertical après 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, 2015



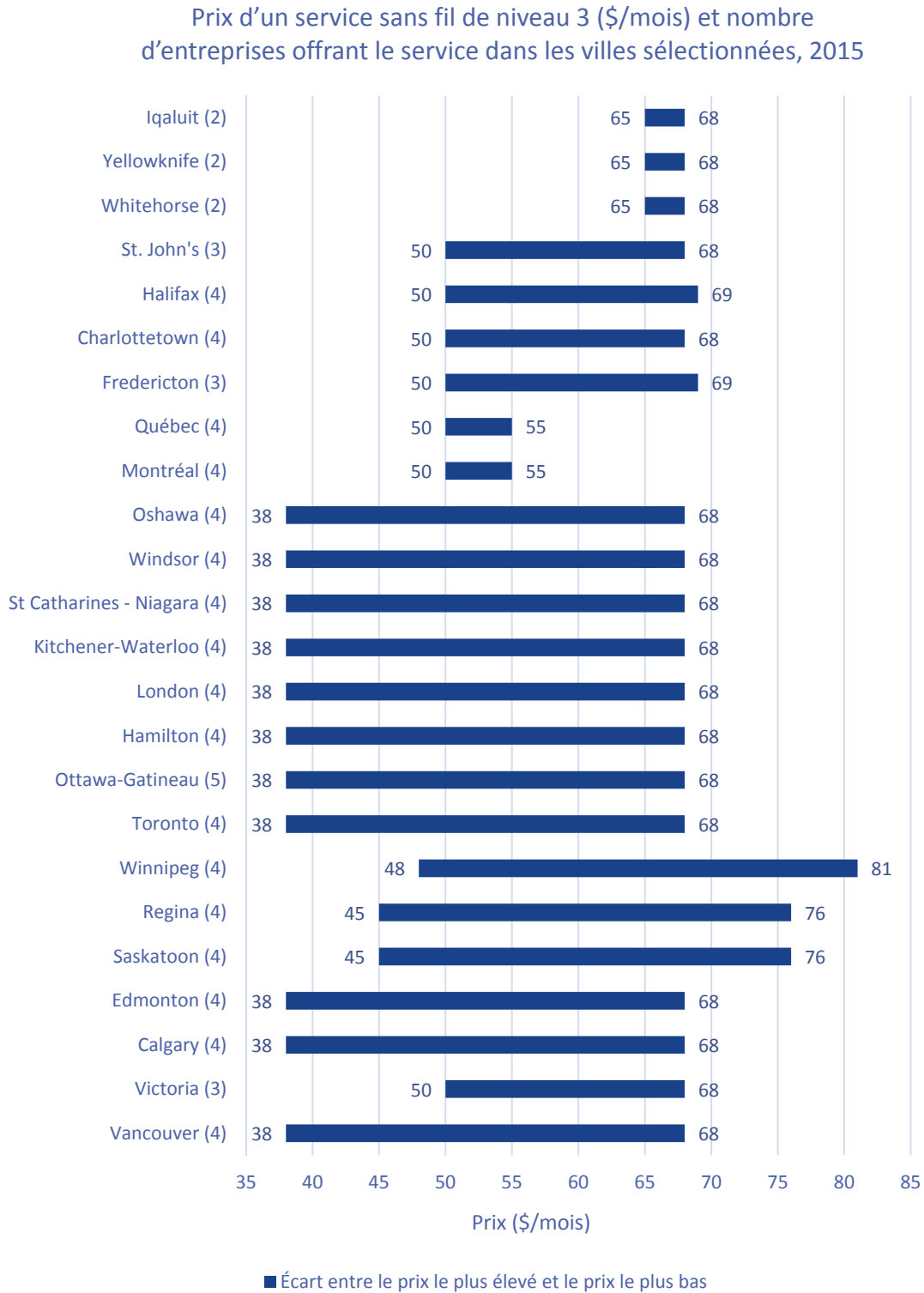
Source : Données recueillies par le CRTC

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, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

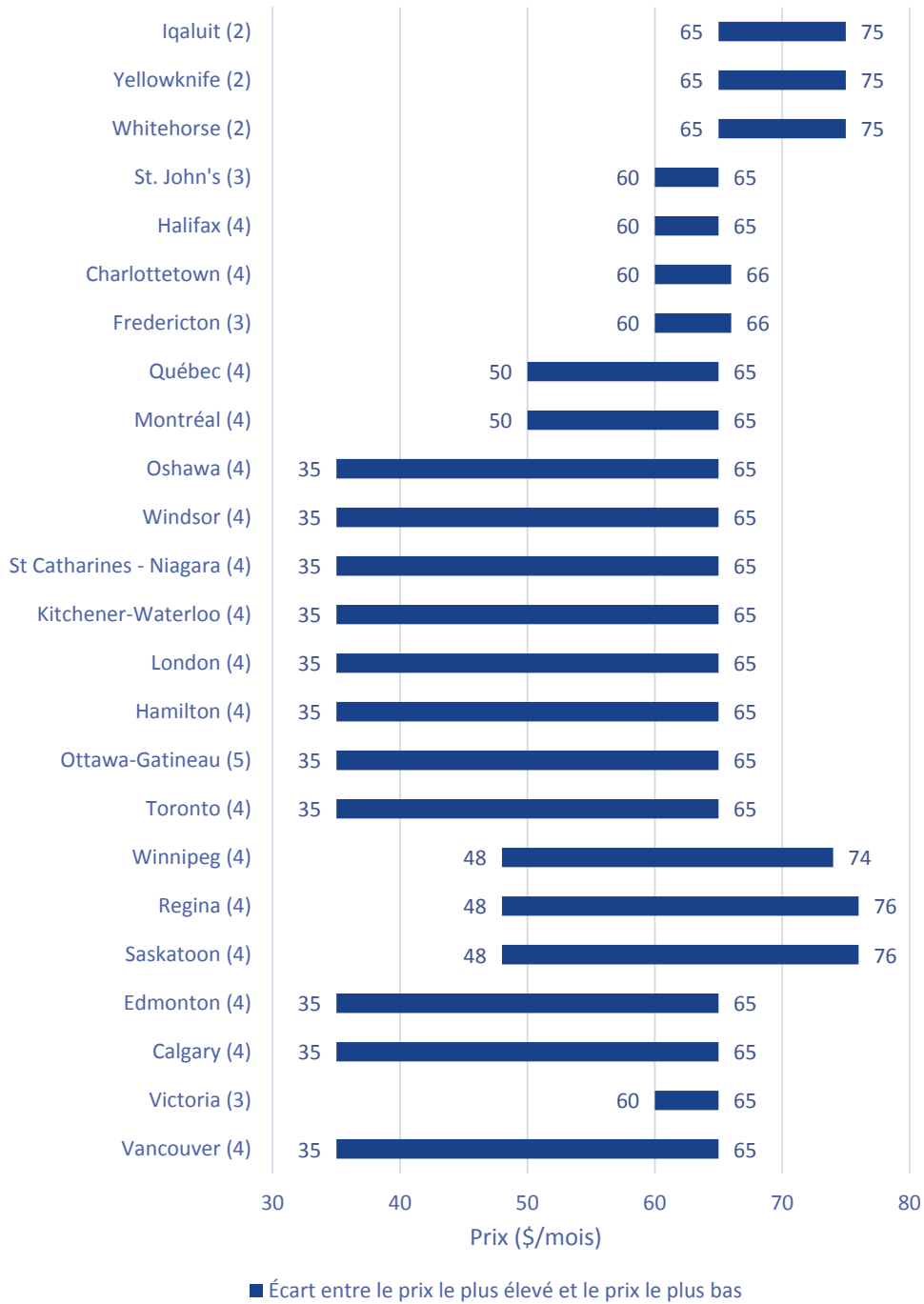
Graphique 5.5.17 Prix d'un service sans fil de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées, 2015



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, 2015

Prix d'un service sans fil de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les villes sélectionnées, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

Comparaison des prix des services sans fil dans les zones urbaines et rurales

Le prix des services sans fil dans les communautés rurales canadiennes est basé sur une sélection de 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. Le prix des services de niveau 1 et 2 étaient très constants entre les communautés rurales et urbaines. Les différences étaient plus prononcées pour les services de niveau 3 et 4, surtout en Ontario et en Alberta où le prix minimum variait de 25\$ entre les communautés rurales et urbaines.

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 3 \$ à 33 \$. 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 6 \$, 14 \$, 17 \$ et 11 \$ respectivement. Dans les centres urbains, pour les mêmes ensembles de services, la variance des prix était respectivement de 6 \$, 15 \$, 19 \$ et 16 \$.

Sur quelles communautés est basée l'enquête?

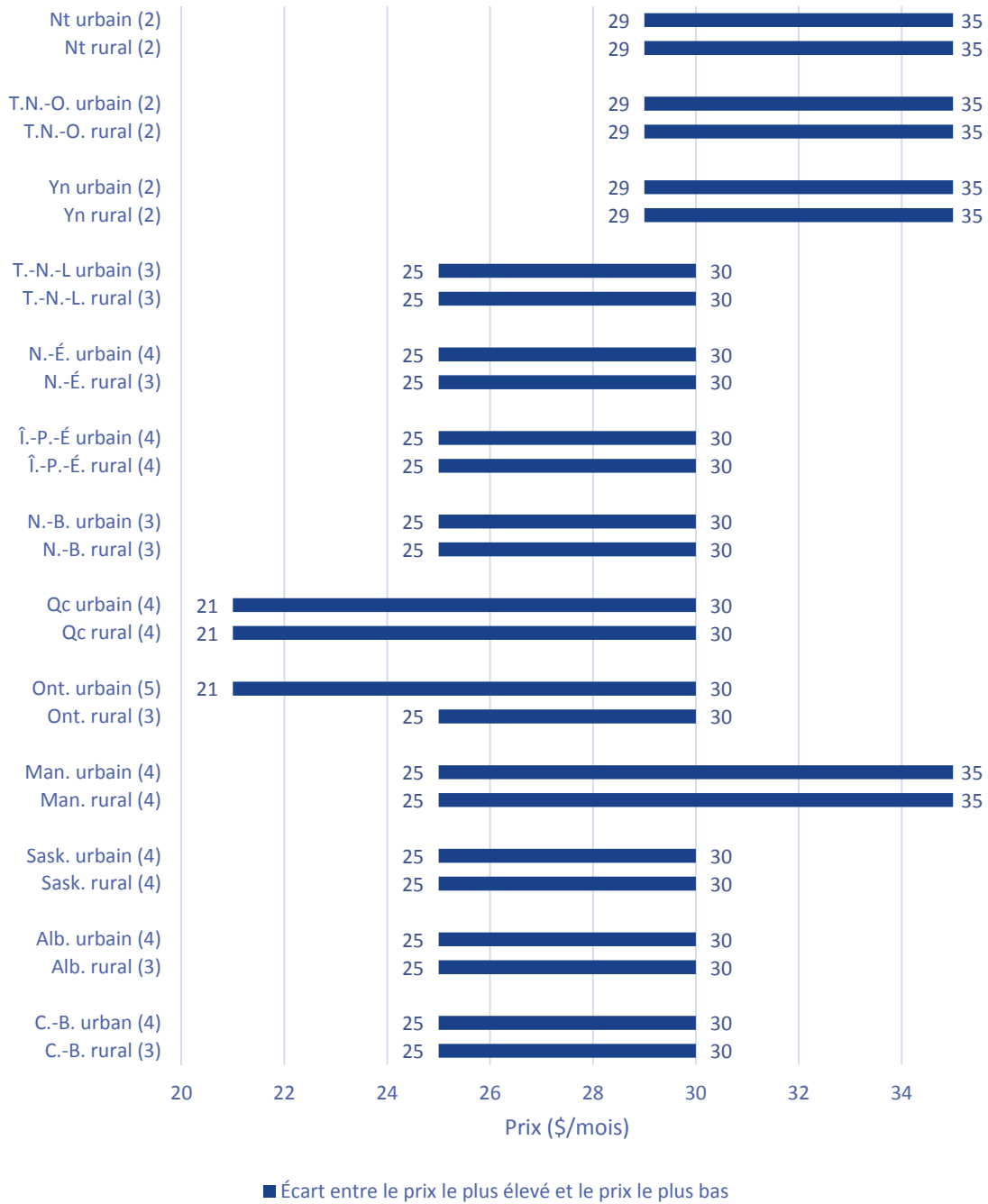
Cinquante-quatre communautés rurales ont été sélectionnées pour évaluer le prix des services sans fil dans les communautés rurales répondant aux critères suivants (voir annexe 9) :

- 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 1 000 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.

Les graphiques 5.5.19 à 5.5.22 montrent la fourchette de prix mensuels des services sans fil dans les centres urbains et les communautés rurales au Canada par province et par territoire. Le nombre situé à droite de chaque barre est le prix le plus élevé. Le chiffre entre parenthèses le long de l'axe vertical après le nom de chaque province ou territoire est le nombre de FSSF locaux.

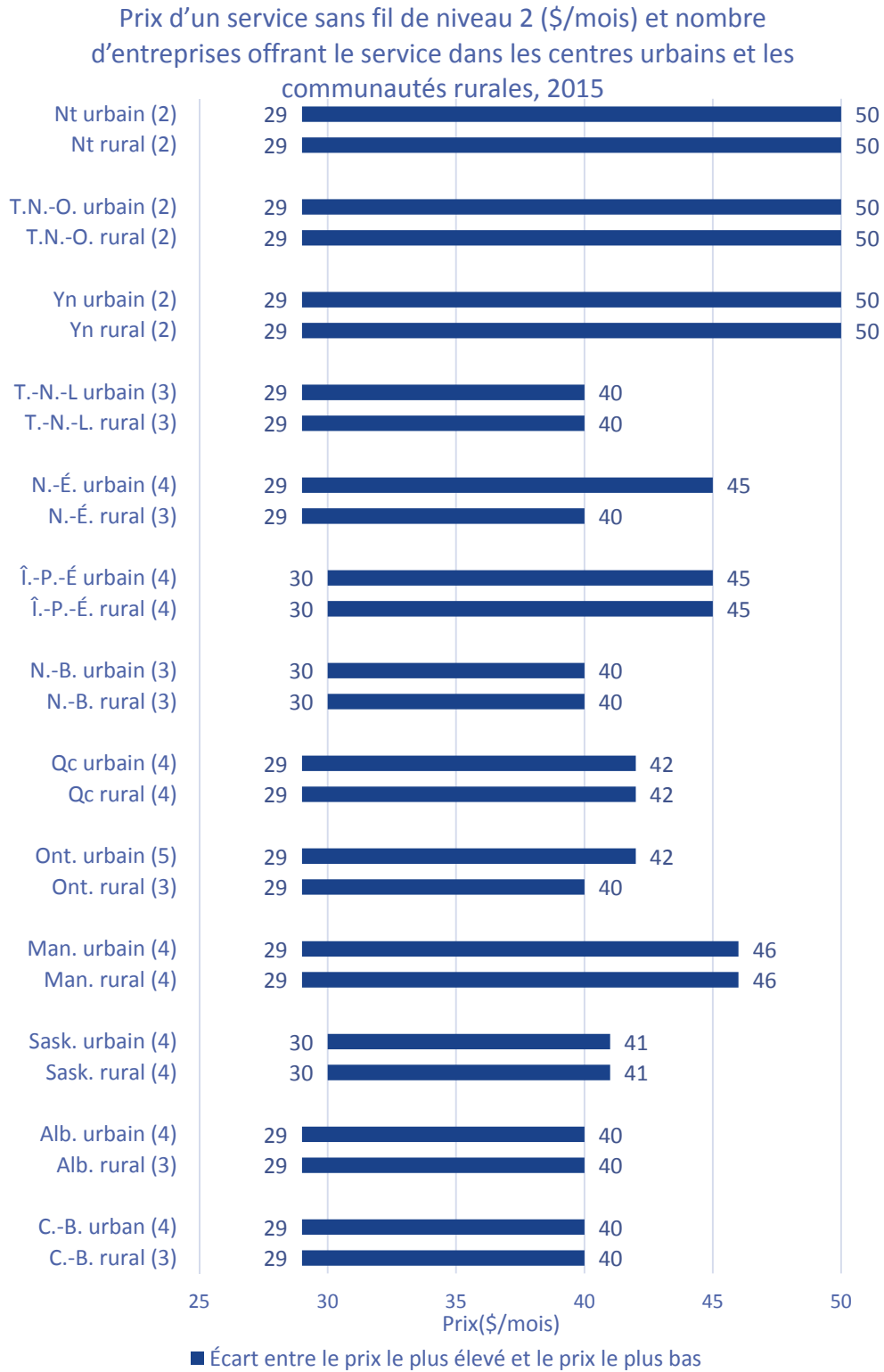
Graphique 5.5.19 Prix d'un service sans fil de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales, 2015

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, 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

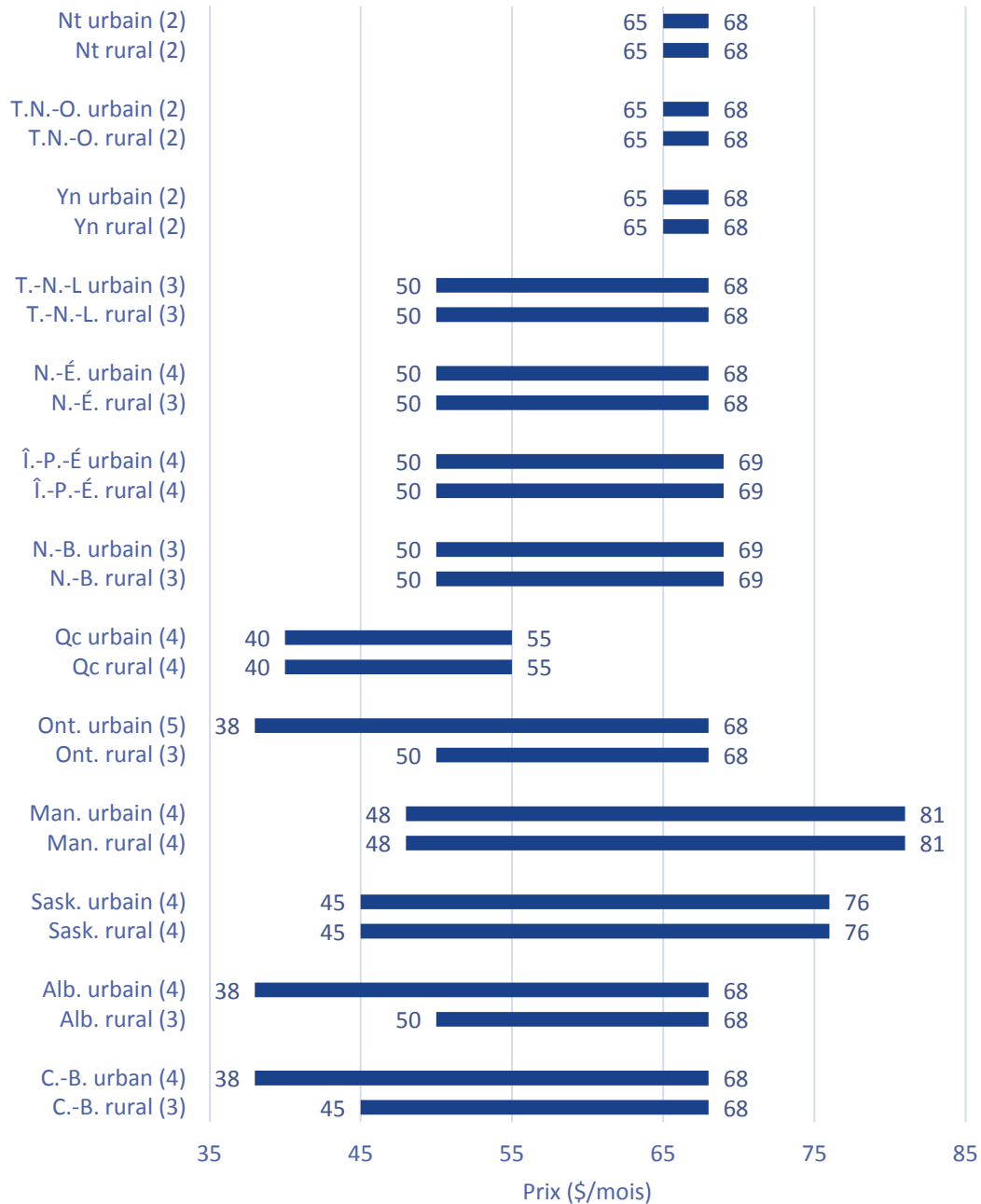
Graphique 5.5.20 Prix d'un service sans fil de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises offrant le service dans les centres urbains et les communautés rurales, 2015



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, 2015

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, 2015

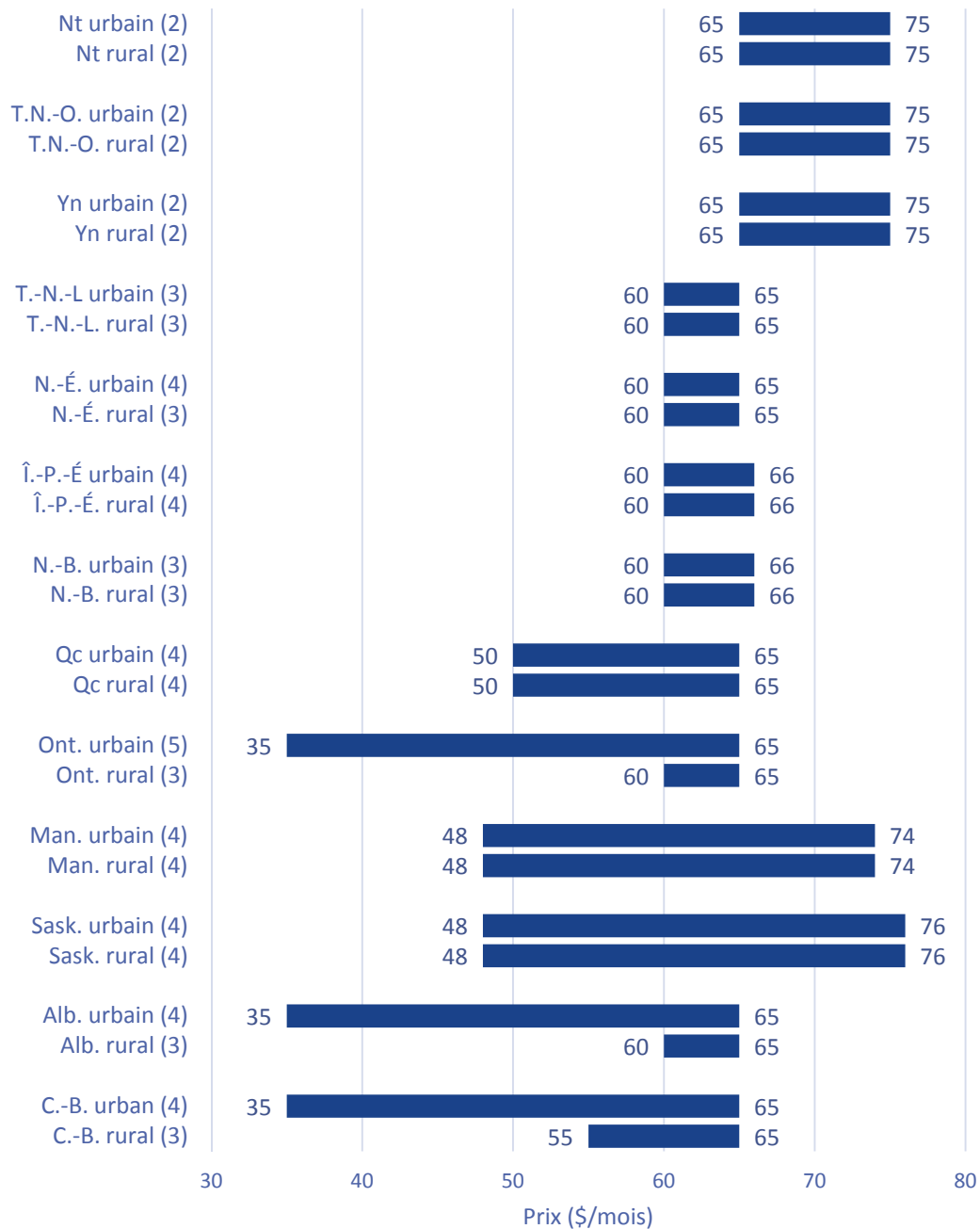


■ Écart entre le prix le plus élevé et le prix le plus bas

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, 2015

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, 2015

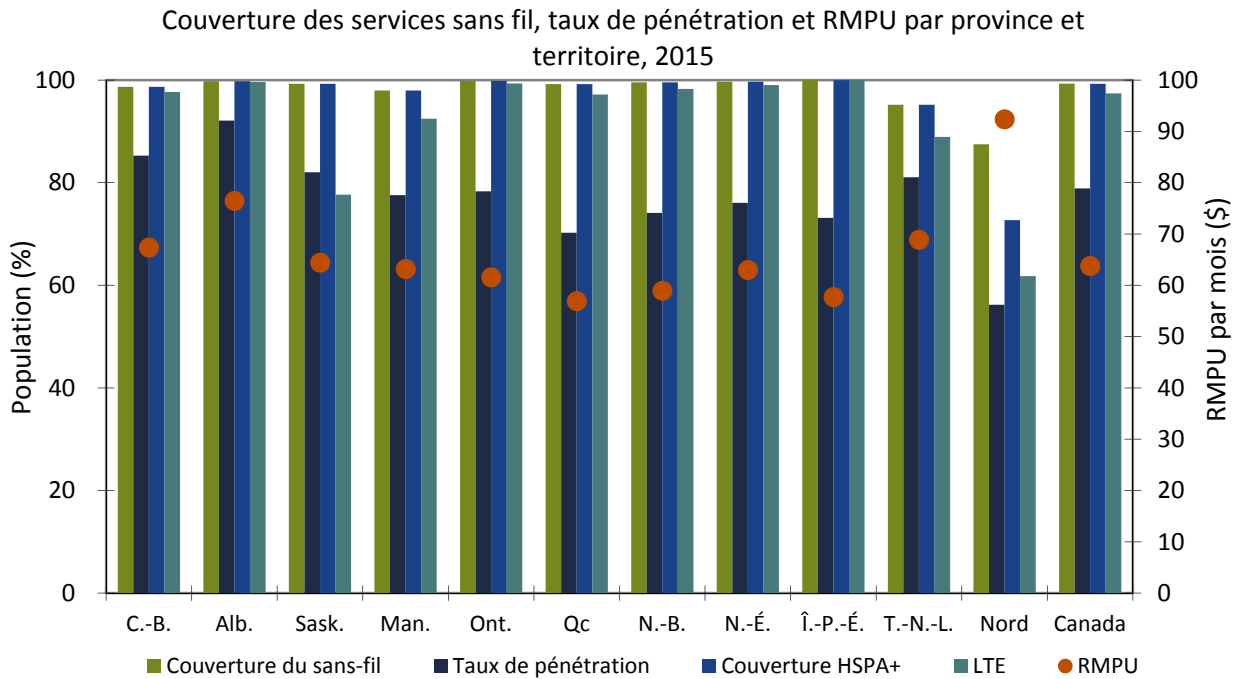


■ Écart entre le prix le plus élevé et le prix le plus bas

Source : Données recueillies par le CRTC

vii Détails sur la couverture et l'accessibilité

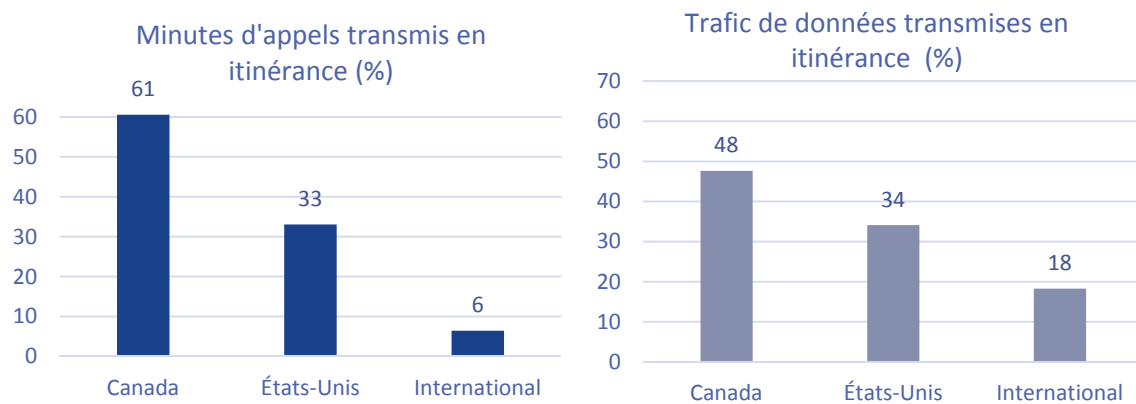
Graphique 5.5.23 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et RMPU par province et territoire, 2015



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 (RMPU) dans chaque région.

Graphique 5.5.24 Volume d'appels et de données transmis en itinérance par destination, 2015



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 5.5.15 Couverture des services sans fil, taux de pénétration et revenu moyen par abonné, par province et territoire, 2015

Province/territoire	Couverture (%)			Taux de pénétration (%)	RMPU (\$/mois)
	Sans fil	HSPA+	LTE		
Colombie-Britannique	98,7	98,7	97,7	85,3	67,32
Alberta	99,8	99,8	99,6	92,1	76,48
Saskatchewan	99,3	99,3	77,7	82,0	64,45
Manitoba	99,2	98,0	92,5	77,6	63,21
Ontario	99,8	99,8	99,3	78,3	61,56
Québec	99,2	99,2	97,2	70,2	56,92
Nouveau-Brunswick	99,6	99,6	98,3	74,1	58,95
Nouvelle-Écosse	99,7	99,7	99,0	76,1	63,02
Île-du-Prince-Édouard	99,9	99,9	99,9	73,2	57,73
Terre-Neuve-et-Labrador	95,2	95,2	88,9	81,1	68,90
Le Nord	87,5	76,9	61,8	56,2	92,37
Canada	99,3	99,3	97,4	81,6	63,78

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. Les taux de pénétration provinciaux et le RPMU excluent les données de WIND et de Bragg, mais le taux de pénétration du Canada comprend les données de WIND et Bragg.

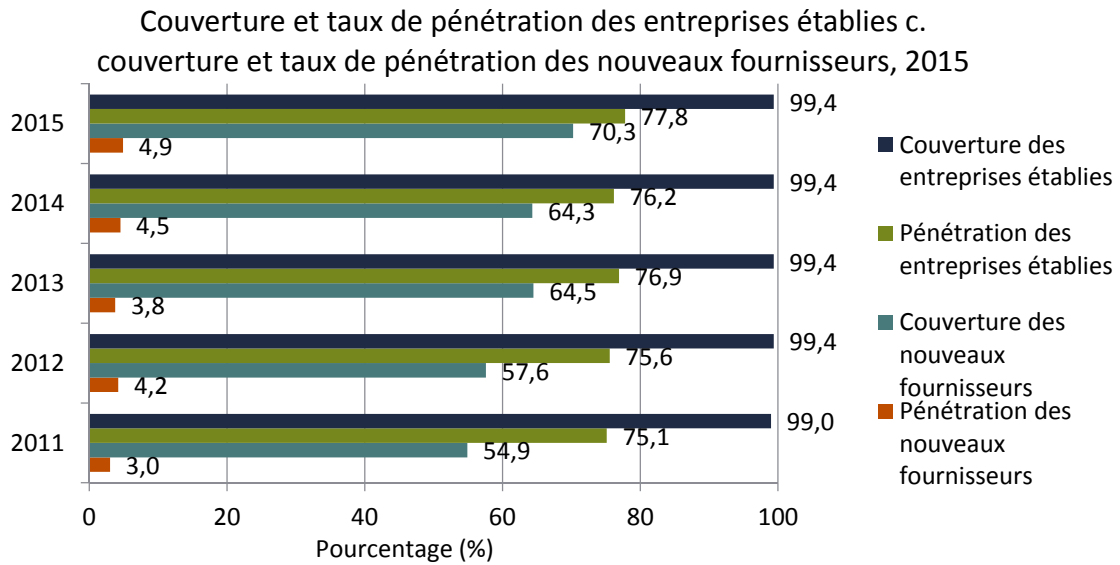
Tableau 5.5.16 Pourcentage de la population couverte par nombre de réseaux sans fil distincts, par province et territoire, (%), 2015

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	25	15	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. Des ajustements ont été faits pour mieux refléter la couverture dans le Nord.

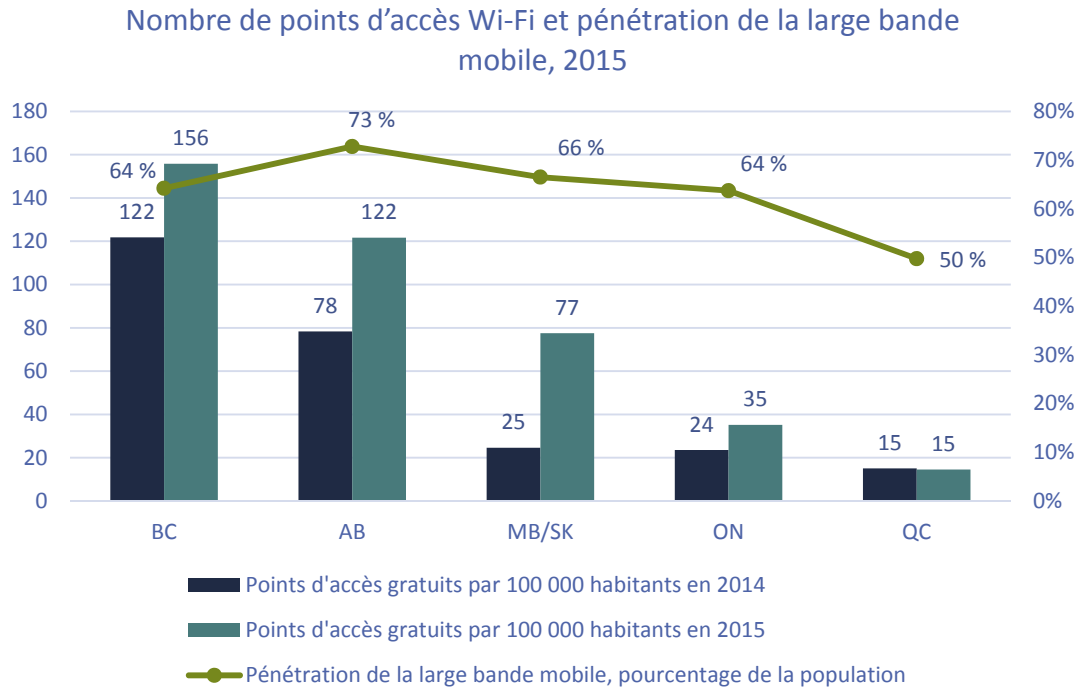
Graphique 5.5.25 Couverture et taux de pénétration des entreprises établies c. couverture et taux de pénétration des nouveaux fournisseurs (% de la population), 2015



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 de la large bande mobile par province et par territoire, 2015



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.

Les données des provinces de l'Atlantique et du 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, 2015

Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits et payants
au Canada, 2015



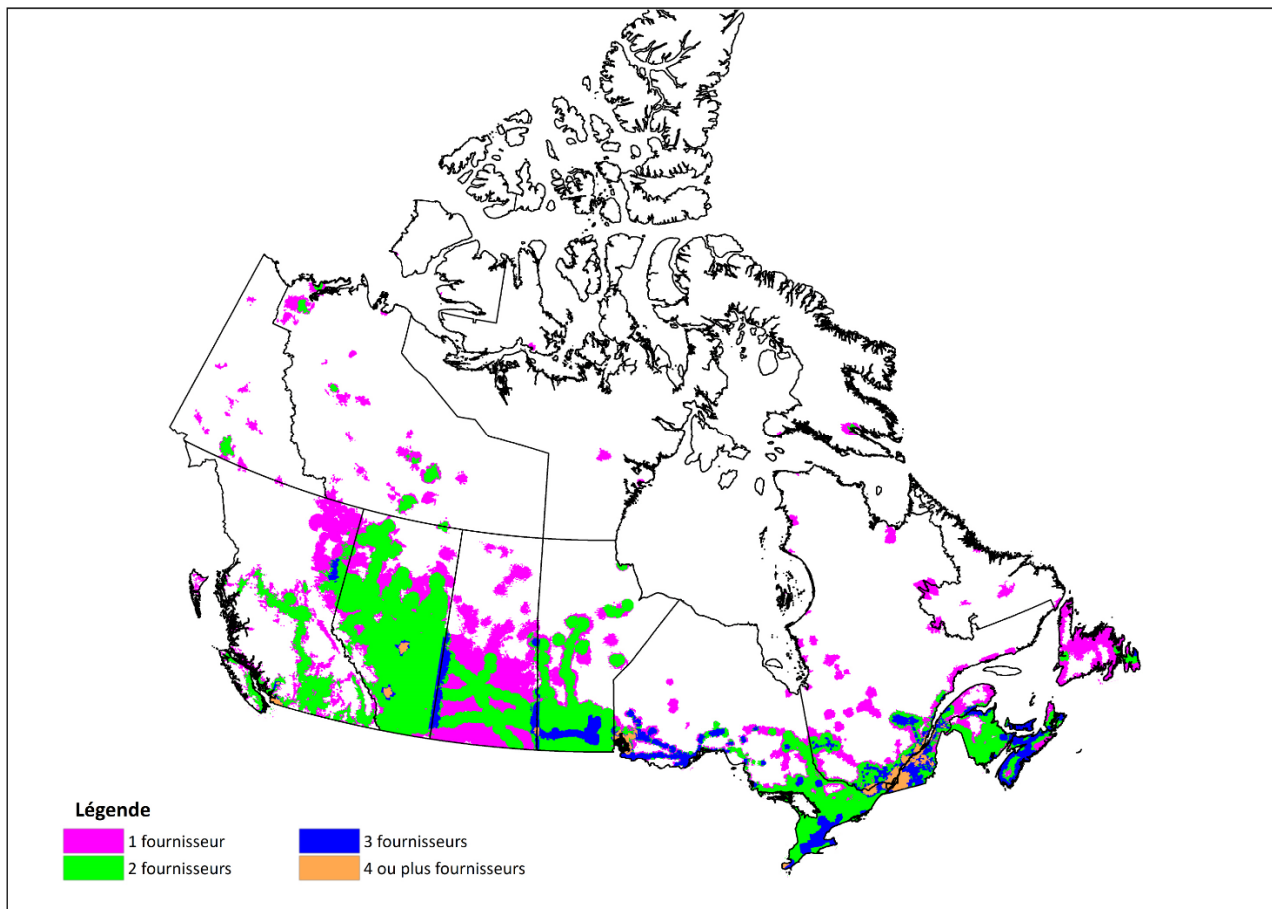
Source : Données recueillies par le CRTC

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 de l'établissement où est offert le Wi Fi.

Cela ne comprend pas les points d'accès qui donnent uniquement accès aux clients existants des fournisseurs de services de télécommunication.

Carte 5.5.1 Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations, 2015

Accessibilité des services sans fil par nombre de FSSF dotés d'installations, 2015

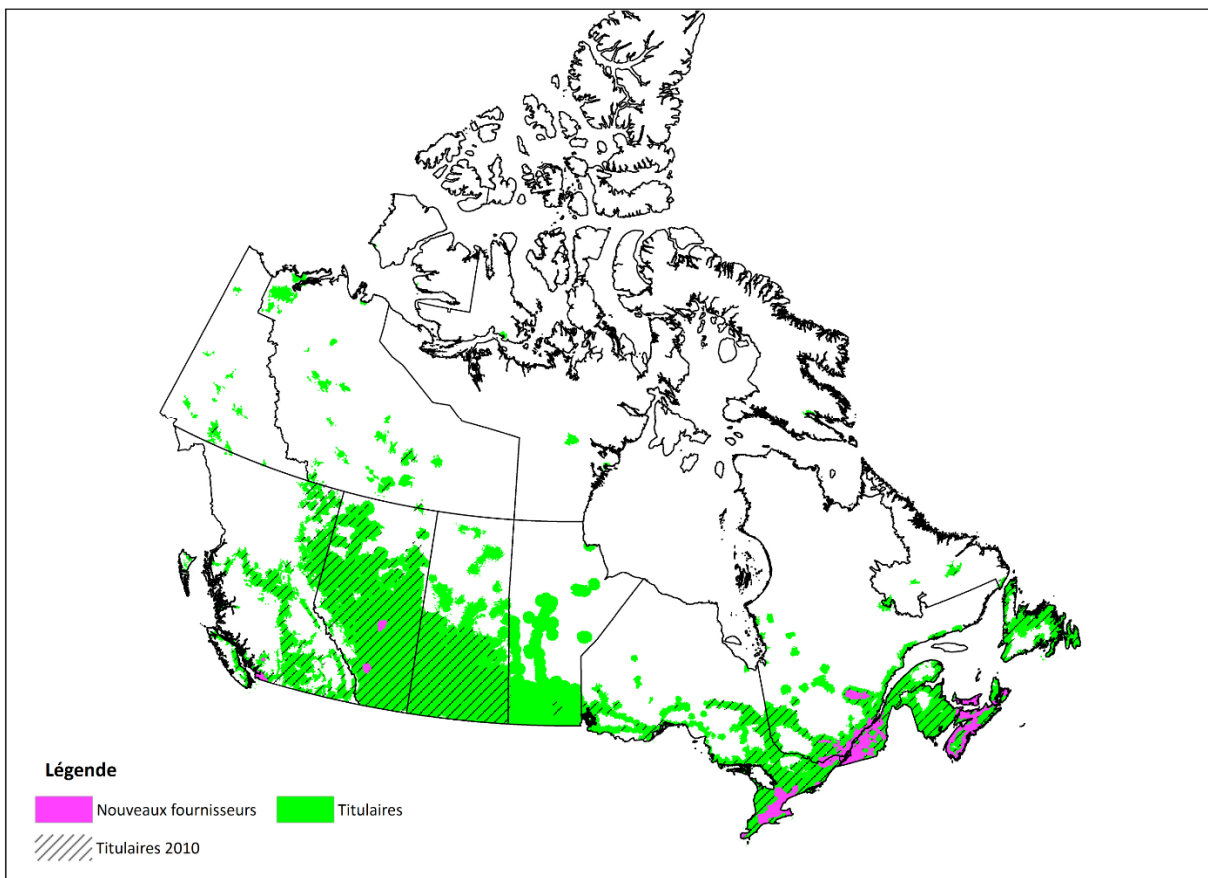


Source : Données recueillies par le CRTC

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, 2015

Couverture du réseau HSPA+, 2010 c. 2015

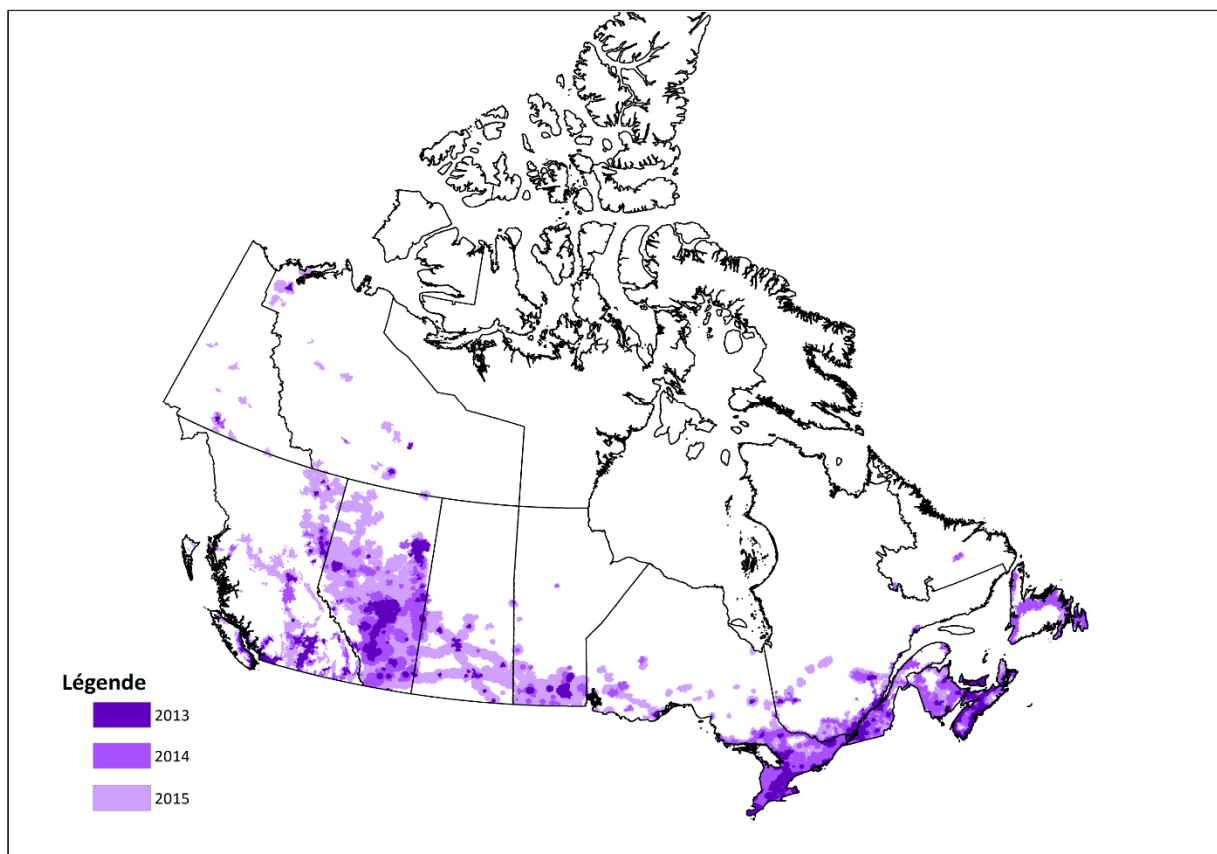


Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre l'accessibilité du réseau évolué d'accès haute vitesse par paquet (HSPA+) par FSSF titulaires et nouveaux FSSF dotés d'installations dans l'ensemble du Canada, ainsi que l'expansion du réseau HSPA+ des titulaires de 2010 à 2015.

Carte 5.5.3 Accessibilité des services sans fil LTE, entre 2013 et 2015

Élargissement de la couverture LTE depuis 2013



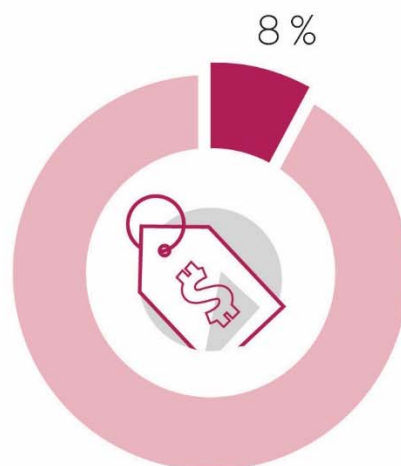
Source : Données recueillies par le CRTC

Cette carte illustre l'expansion de la zone de couverture LTE au Canada au cours des trois dernières années.

5.6 Secteur des services de télécommunication de gros

Revenus de télécommunication en 2015

47,8 milliards \$ ▶



Services de gros

Revenus

3,9 G \$

Hausse de 3,8 %
par rapport à 2014

Pourcentage
des revenus

74 %

Prix non réglementés

Revenus des
services sans fil

1,1 G \$

Hausse de 8,1 %
par rapport à 2014

Revenus des
services filaires

2,8 G \$

Hausse de 2,1 %
par rapport à 2014

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 2015, les revendeurs ont dépensé 46 cents pour chaque dollar de revenu tiré des services de gros comparativement à moins de 7 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 2015, le marché des télécommunications de gros représentait 3,9 milliards de dollars, dont 29 % se rapportait à la fourniture de services sans fil et 71 %, 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.

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. Depuis 2011, le partage de réseaux et les revenus d'itinérance ont augmenté d'un taux annuel moyen de 12,2 %.

i Revenus

Tableau 5.6.1 Revenus des services de télécommunication de gros (milliards \$)

Secteur	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services filaires	3,0	2,9	2,8	2,7	2,8	2,1	-1,8
Services sans fil	0,7	0,8	1,0	1,0	1,1	8,1	11,8
Total	3,7	3,7	3,7	3,8	3,9	3,8	1,3

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau indique le fait que les revenus des services filaires de gros ne cessent de diminuer depuis 2011, alors que ceux des services sans fil de gros augmentent. Le marché des services sans fil de gros exclut les services sans fil fixes.

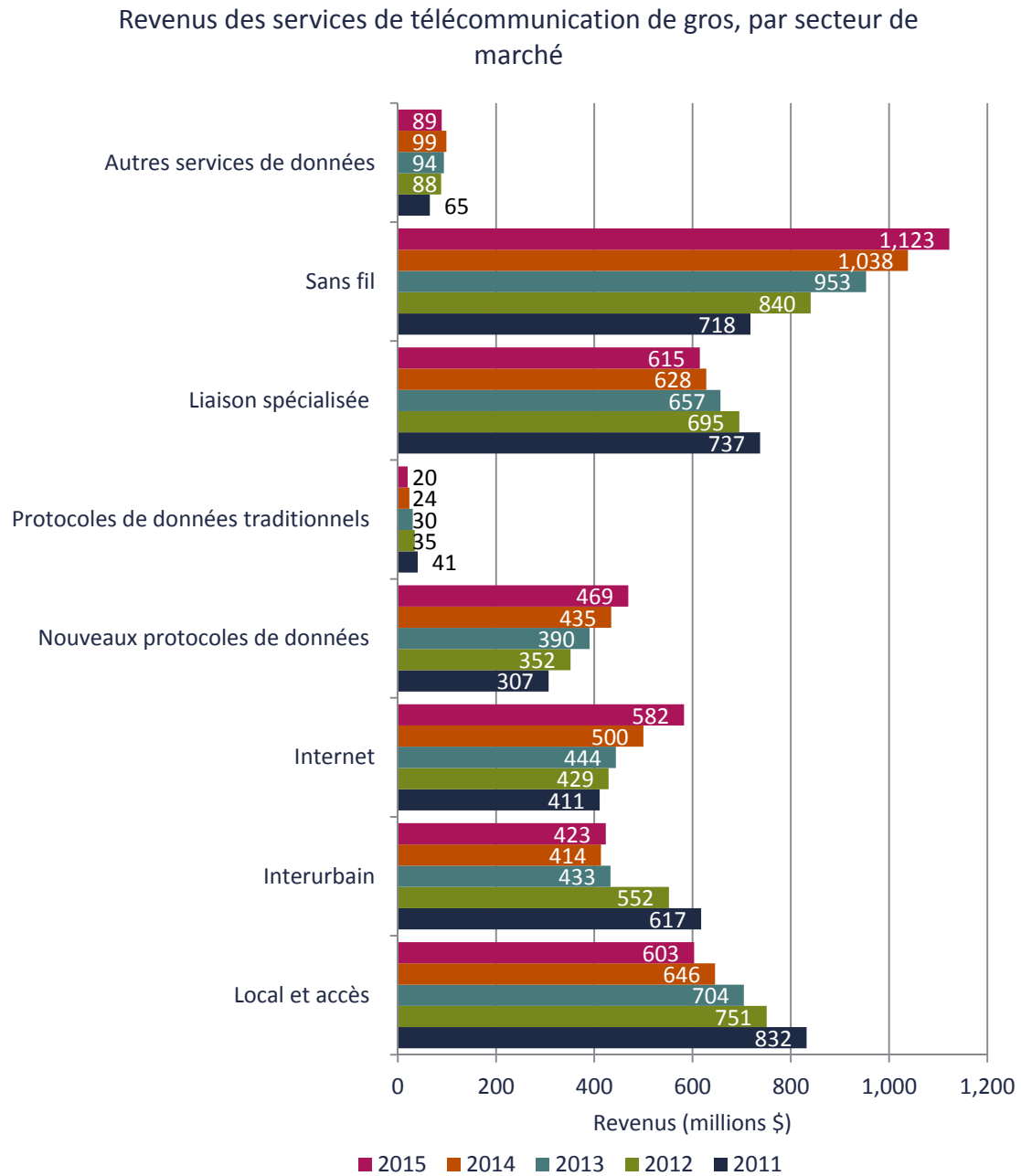
Tableau 5.6.2 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur de marché (millions \$)

Secteur	Catégories	Sous-catégories	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Services filaires	Communication vocale	Local et accès	832	751	704	646	603	-6,6	-7,7
		Interurbain	617	552	433	414	423	2,3	-9,0
		Total partiel – Communication vocale	1 449	1 303	1 137	1 059	1 026	-3,1	-8,3
	Sauf communication vocale	Internet	411	429	444	500	582	16,5	9,1
		Nouveaux protocoles de données	307	352	390	435	469	8,0	11,2
		Protocoles de données traditionnels	41	35	30	24	20	-15,9	-16,3
		Autres services de données	65	88	94	99	89	-9,8	8,1
		Total partiel – Données	413	475	515	557	578	3,8	8,8
		Liaison spécialisée	737	695	657	628	615	-2,0	-4,4
		Total partiel – Sauf communication vocale	1 561	1 599	1 615	1 685	1 776	5,4	3,3
	Total	Total des services filaires	3 010	2901	2 753	2 744	2 802	2,1	-1,8
Services sans fil	Mobile	Tous les revenus	718	840	953	1 038	1 123	8,1	11,8
Tous les secteurs	Total	Tous les revenus	3 728	3 742	3 706	3 783	3 925	3,8	1,3

Source : Données recueillies par le CRTC

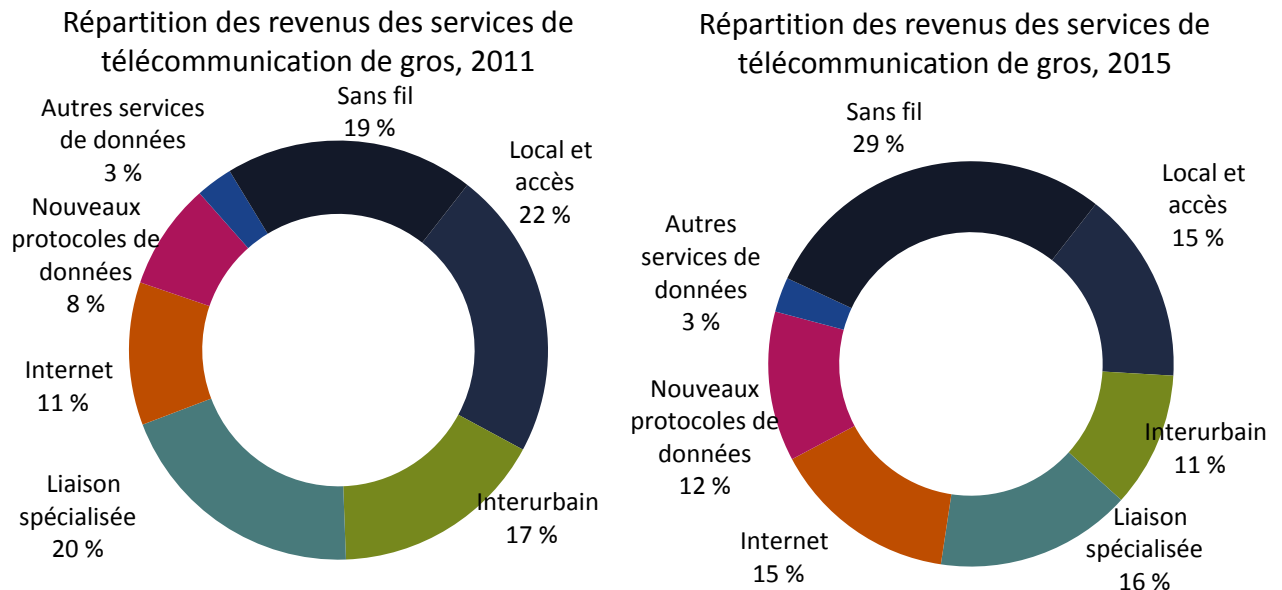
Les revenus des services de communication vocale de gros ont diminué de 8,3 % par année depuis 2011, alors que ceux des services filaires sauf de communication vocale ont augmenté de 3,3 %. La plus forte croissance de revenus a été celle des nouveaux services comme Internet, les services sans fil mobiles et les services de données utilisant de nouveaux protocoles comme Ethernet ou le protocole Internet (IP). Depuis 2011, les revenus de ces services ont connu une hausse annuelle variant entre 9,1 % et 11,8 %.

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 (2011 c. 2015)



Source : Données recueillies par le CRTC

Ces graphiques comparent la répartition en pourcentage des revenus des services de gros entre 2011 et 2015. 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 19 % en 2011 à 29 % en 2015. 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.

Tableau 5.6.3 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, selon la composante principale (millions \$)

Composante	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Interconnexion	254	220	212	198	192	-2,9	-6,7
Centrex	88	76	64	57	50	-12,5	-13,2
Accès au RTPC	354	327	304	283	263	-7,1	-7,2
Lignes dégroupées	60	47	44	40	37	-7,6	-11,4
Autres revenus	42	44	42	52	42	-19,8	-0,2
Total	798	714	665	629	584	-7,2	-7,5

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 contacter les clients d'un autre fournisseur.

Tableau 5.6.4 Revenus des services de télécommunication locaux de gros, par province (millions \$)

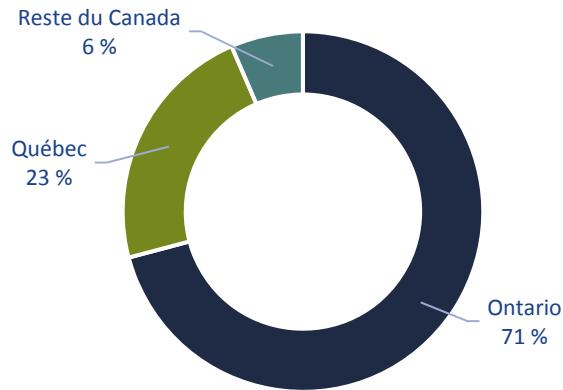
Province	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Colombie-Britannique	77	60	44	59	53	-10,2	-8,9
Alberta	87	58	58	45	62	37,8	-8,1
Saskatchewan	9	8	9	8	8	0,0	-2,9
Manitoba	32	31	28	19	15	-21,1	-17,3
Ontario	357	341	302	274	247	-9,9	-8,8
Québec	194	174	176	174	159	-8,6	-4,9
Nouveau-Brunswick	17	17	17	16	20	25,0	4,1
Nouvelle-Écosse	22	22	24	29	25	-13,8	3,2
Île-du-Prince-Édouard	2	2	3	3	1	-66,7	-15,9
Terre-Neuve-et-Labrador	9	9	10	10	10	0,0	2,7
Yukon	1	1	1	1	1	0,0	0,0
Territoires du Nord-Ouest	1	1	1	1	1	0,0	0,0
Nunavut	0	0	0	0	0	-	-
Total	809	725	674	638	602	-5,6	-7,1

Source : Données recueillies par le CRTC

Ce tableau comprend les revenus des services de télécommunication locaux de gros, par province faits par des entreprises dont les revenus annuels sont supérieurs à 100 millions de dollars. Les revenus comprennent les revenus de gros tirés de la vente ou de la location en équipement terminal.

Graphique 5.6.3 Abonnements aux services d'accès haute vitesse de gros au Canada, 2015

Abonnements aux services d'accès haute vitesse de gros au Canada, 2015



Le Conseil exige que les installations LAN et par câble soient disponibles aux fournisseurs tiers en utilisant le cadre juridique des services d'accès haute vitesse de gros. L'utilisation de ces services variant beaucoup selon la région, on note que la concurrence des FSI indépendants utilisant des installations de services de gros est beaucoup plus forte en Ontario et au Québec.

Tableau 5.6.5 Revenus liés aux services Internet de gros, par type de service (millions \$)

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Accès de grande capacité et transport	53	45	52	73	77	5,2	9,8
Accès de faible capacité	266	303	336	369	447	21,2	13,9
Autres services de gros	92	81	56	58	58	0,9	-10,8
Total – Services de gros	411	429	444	500	582	16,5	9,1

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 liés à l'Internet. Dans le tableau ci-dessus, ces services sont séparés en trois catégories.

- L'« accès de grande capacité et transport » fait référence aux services d'accès à l'Internet par fibre et au renvoi au transfert du trafic Internet entre les réseaux.
- 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.
- 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 \$)

Type de service	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2013-2015
Accès	200	213	250	17,1	11,0
Capacité	54	107	158	48,1	74,4
Interface et autres services	33	27	29	8,7	-3,1
Total – Services d'accès haute vitesse de gros	287	347	437	26,0	21,4

Source : Données recueillies par le CRTC

Le Conseil exige que les installations LAN et par câble soient disponibles aux fournisseurs tiers en utilisant le 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
- es 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).

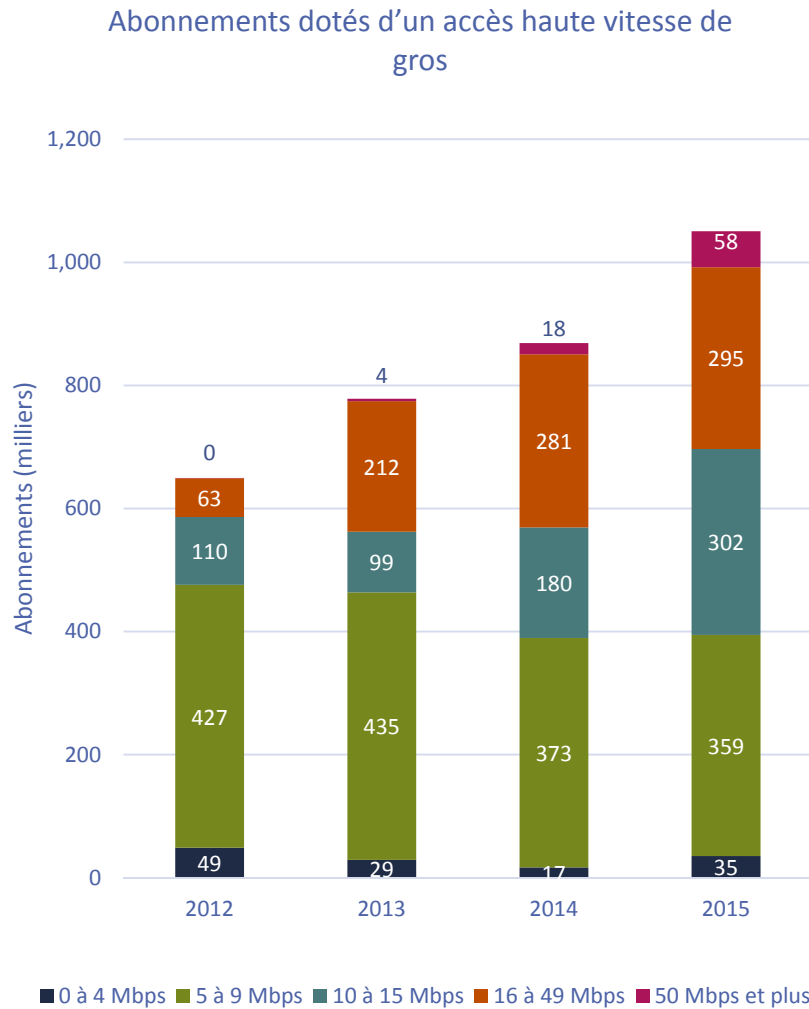
Tableau 5.6.7 Abonnements dotés d'un accès Internet de gros LAN et par câble, par type de service (milliers)

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Abonnements dotés de services par câble	76	187	305	393	454	15,6	56,3
Abonnements dotés de services par LAN	468	458	462	480	561	16,8	4,6
Total – abonnements dotés de services par câble et par LAN	544	645	767	873	1 015	16,3	16,9

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 \$)

Catégorie	Sous-catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Nouveaux protocoles	Ethernet	221	225	259	288	299	3,6	7,8
	IP	69	99	102	118	142	20,8	19,9
	Autres	17	28	30	29	28	-1,0	13,8
	Total – Nouveaux protocoles	307	352	390	435	469	8,0	11,2
Protocoles traditionnels	Total	41	35	30	24	20	-15,9	-16,3
Total	Total – Protocoles de données	348	386	421	458	489	6,7	8,9

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services de transmission de données sont classés selon qu'ils utilisent de nouveaux protocoles comme Ethernet et IP, ou 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 2011 à 2015.

Tableau 5.6.9 Revenus des services sans fil mobiles de gros, par type de services (millions \$)

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
Interconnexion et itinérance	607	736	811	892	963	7,9	12,2
Autres	111	105	142	146	160	9,5	9,5
Total – Services de gros	718	840	953	1 038	1 123	8,1	11,8

Source : Données recueillies par le CRTC

Les services d'interconnexion et d'itinérance sont vendus à d'autres fournisseurs de services sans fil permettant 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.

ii Données relatives aux abonnés

Tableau 5.6.10 Lignes locales et d'accès, par type de FST (milliers)

Type de FST	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	847	742	683	658	598	-9,1	-8,3
Autres FST	135	267	149	68	55	-19,1	-20,1
Entreprises de câblodistribution	16	33	5	4	5	25,0	-25,2
Total	999	1 042	837	730	657	-10,0	-9,9

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 2011 à 2015. Au cours de cette période, la part des lignes des services de gros des FST titulaires a diminué de 85 % en 2011 à 91 % en 2015.

iii Environnement concurrentiel

Tableau 5.6.11 Part de marché des revenus des services de télécommunication filaires de gros, par type de FST (%)

Type de FST	Sous type	2011	2012	2013	2014	2015
FST titulaires	FST titulaires	86	85	84	82	80
Autres FST	Autres FST dotés d'installation (y compris les entreprises de câblodistribution)	12	12	13	14	17
	Revendeurs	3	3	4	4	4
	Total partiel	14	15	16	18	20

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 2011 à 2015. Au cours de cette période, les FST titulaires ont maintenu la plus grande part de marché bien que cette part a maintenant sensiblement diminuée à 80 % et elle est 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 \$)

Type	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	794	708	657	625	580	-7,2	-7,6
Autres FST	22	34	36	12	16	29,8	-8,3
Entreprises de câblodistribution	17	10	11	9	8	-15,5	-18,2
Total – Services de gros	832	751	704	646	603	-6,6	-7,7

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 2011 à 2015. Au cours de cette période, les FST titulaires ont conservé plus de 95 % de ces revenus.

Tableau 5.6.13 Revenus des services interurbains, par type de FST (millions \$)

	2011	2012	2013	2014	2015	Croissance (%) 2014-2015	TCAC (%) 2011-2015
FST titulaires	520	461	360	322	343	6,5	-9,9
Autres FST	55	72	59	81	71	-12,4	6,6
Entreprises de câblodistribution	42	18	13	11	9	-15,7	-31,5
Total – Services de gros	617	552	433	414	423	2,2	-9,0

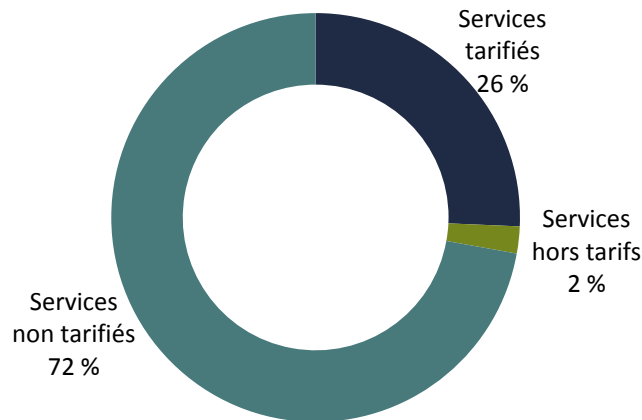
Source : Données recueillies par le CRTC

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 2011 à 2015. 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 d'environ 10 % de ces revenus, alors que les autres FST ont connu des hausses annuelles de plus de 6 %.

iv Abstention de la réglementation

Graphique 5.6.5 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification, 2015 (%)

Revenus des services de télécommunication de gros, par type de tarification (%), 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

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.

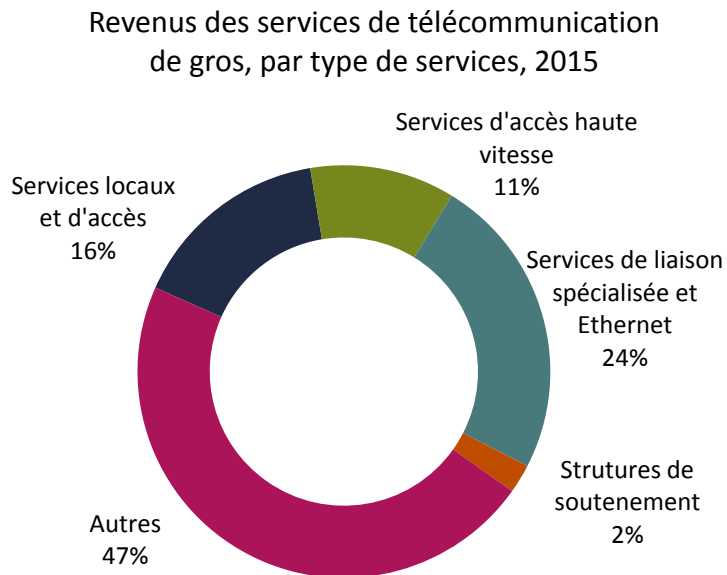
Les services tarifés sont ceux dont le coût, les modalités et les conditions sont énoncés dans un tarif approuvé par le Conseil.

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 revenus des services hors tarifs.

Graphique 5.6.6 Revenus des services de télécommunication de gros, par type de services, 2015 (%)



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 soutènement ont été inclus dans les revenus de gros.

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

Type de service	2011	2012	2013	2014	2015
Local et accès	60	61	61	59	58
Interurbain	96	99	99	97	98
Internet	59	56	41	35	33
Données	86	86	87	86	86
Liaison spécialisée	54	53	53	54	64
Sans-fil	100	100	100	100	100

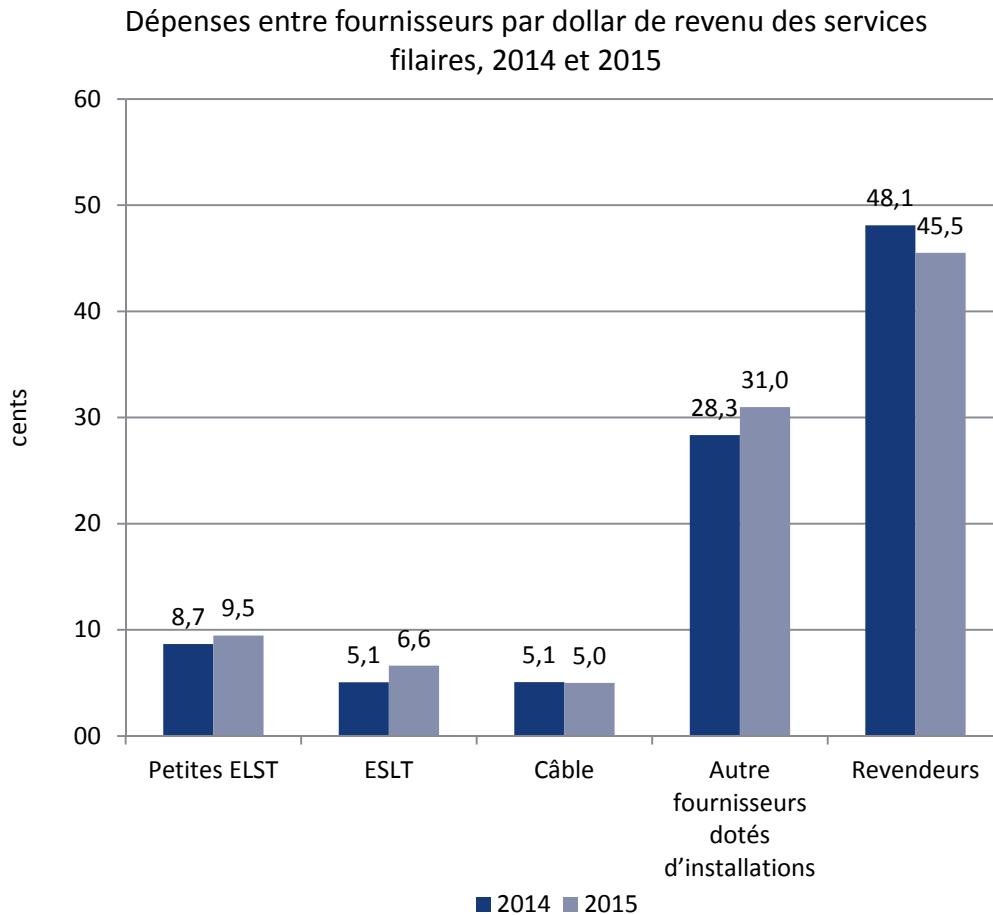
Source : Données recueillies par le CRTC

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.

v 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, 2014 et 2015



Source : Données recueillies par le CRTC

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 7 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 46 cents par dollar de revenu à ces services.

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 des services de gros.

Les fournisseurs qui ont omis d'inscrire des dépenses entre fournisseurs n'ont pas été retenus.

A.1 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, Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE), 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 pour sous-déclaration.

En ce qui concerne les données relatives à la disponibilité des services à large bande dans le secteur résidentiel, le Conseil et Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) 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.

A.2 Collecte et analyse de données

i Collecte 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*.

ii 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 no 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.

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'Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) ou de tierces parties. Les données provenant de ces sources ne se recoupent 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.

A.3 Glossaire

Avis de non-responsabilité : les définitions ci-dessous sont fournies à titre informatif uniquement; elles ne sont pas juridiquement contraignantes.

i Radiodiffusion

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 : 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. 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. 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 Loi sur la radiodiffusion.

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 : 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. Pour plus d'information sur les CCNR, veuillez consulter le site web <http://www.cbsc.ca/francais/>

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 coûteuse 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 émissions canadiennes : Part des revenus annuels bruts de radiodiffusion qu'un titulaire est tenu, par condition de 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 (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'une ou l'autre de ces catégories 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).

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 : 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. Par exemple, des services par câble (par câbles coaxiaux), des services par satellite et des services de télévision par protocole Internet (IPTV).

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 Contribution des entreprises de distribution de radiodiffusion aux émissions canadiennes, politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2010-833, 9 novembre 2010.

Fonds des médias du Canada : 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. Pour plus d'information sur le FMC, veuillez consulter le site web <http://www.cmf-fmc.ca/fr/>

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 : 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 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/

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 facultatifs de programmation facultatifs 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 facultatif : Service distribué dans une zone autorisée par une entreprise de distribution de radiodiffusion de services de programmation dont la distribution n'est pas exigée par le Conseil.

Service de radio à canaux multiples par abonnement : Dans le contexte du Rapport de surveillance des télécommunications, 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 distribution de radiodiffusion doivent offrir ces services. *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. *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.

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.

ii Télécommunications

Abstention de la réglementation : Fait de ne pas réglementer un service, une activité, etc.

Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) : 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. 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. Le CPRST est aussi responsable de l'administration du Code sur les services sans fil. Pour plus d'information sur le CPRST, veuillez consulter le site web <https://www.ccts-cprst.ca/fr/>

Communications de machine à machine (M2M) : Réseautage d'appareils intelligents éloignés, dotés d'une capacité de communication permettant la collecte ou l'échange automatisé d'information sans intervention humaine. Par exemple, des distributrices qui transmettent des données sur le niveau d'inventaire.

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).

De gros : Dans le contexte des services de télécommunications, s'applique à un service ou à une installation de télécommunications offert à un fournisseur de services, que ce fournisseur refacture le service ou l'installation à une autre entité ou qu'il utilise le service ou l'installation à l'interne pour assurer les services qu'il facture.

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.

Homologage : Voir peering.

HSPA/HSPA+/LTE : 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. 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.

Itinérance : Service offert par les exploitants de réseau de communications mobiles, qui permet à un abonné de se servir de son terminal pendant que ce même abonné se trouve dans la zone de service d'un autre fournisseur de services. Habituellement mesurée en minute ou par message, l'itinérance comprend normalement au minimum deux types de frais : les frais de détail pour l'utilisateur final, payés par ce dernier à un fournisseur de services; et les frais de détail entre télécommunicateurs, payés par un fournisseur de services à un autre à la suite de l'utilisation d'un réseau.

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.

Paquet : Ensemble de données organisées en vue de leur transmission sur un réseau. Les données sont scindées en paquets puis transmises sur un réseau à commutation par paquets. Chaque paquet comporte un en-tête indiquant sa provenance et sa destination, un bloc de contenu d'information et un code de contrôle d'erreur. Les paquets de données liés à un message n'empruntant pas tous nécessairement le même chemin pour arriver à destination, ils sont donc regroupés à leur arrivée.

Peering : Échange sans paiement d'annonces sur l'acheminement BGP entre deux fournisseurs de services Internet afin d'assurer que le trafic du premier parvienne aux clients du second, et inversement. Comme le transit Internet, le peering, ou homologage, est une forme de transport Internet.

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) : 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. 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.

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 : 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. 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.

Services tarifés /services non tarifés /services 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 tarif, bien que déposé auprès du Conseil, a été établi autrement à la suite d'une entente entre les parties.

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.

Téléappel : Service qui, à partir de n'importe quel téléphone du RTPC, permet de transmettre un signal par radio à un récepteur personnel, portable dans une région d'exploitation définie. Des systèmes plus perfectionnés offrent la messagerie audible ou visuelle.

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.

iii Autres

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.

A.4 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

A.5 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-</i>

	737, 20 décembre 2013
Décision de radiodiffusion 2013-738	<i>Historia et Séries+ – Acquisition d’actif et modification au contrôle effectif</i> , décision de radiodiffusion CRTC 2013-738, 20 décembre 2013
Décision de radiodiffusion 2014-62	<i>Modification du contrôle effectif – Suivi de la transaction Astral-BCE</i> , décision de radiodiffusion 2014-62, 17 février 2014
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</i> , décision de radiodiffusion 2014-388, 24 juillet 2014
Décision de radiodiffusion 2014-465	<i>MusiquePlus et MusiMax - Modification au contrôle effectif et modifications de licence</i> , décision de radiodiffusion 2014-465, 11 septembre 2014
Ordonnance de radiodiffusion 2011-60	<i>Ordonnance d’exemption pour les petites entreprises de vidéo sur demande</i> , ordonnance de radiodiffusion CRTC 2011-60, 31 janvier 2011
Avis public de radiodiffusion 1990-89	<i>Politique en matière de radiotélédiffusion autochtone</i> , avis public CRTC 1990-89, 20 septembre 1990
Avis public de radiodiffusion 1999-117	<i>Politique relative à la radiodiffusion à caractère ethnique</i> , Avis public CRTC 1999-117, 16 juillet 1999
Avis public de radiodiffusion 2006-143	Ordonnance d’exemption relative à certaines exploitations de réseaux, avis public de radiodiffusion CRTC 2006-143, 10 novembre 2006
Politique réglementaire de télécom 2013-271	<i>Le Code sur les services sans fil</i> , Politique réglementaire de télécom CRTC 2013-271, 3 juin 2013

A.6 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	Xplornet Broadband Inc., Xplornet Communications Inc.
YAK	YAK Communications (Canada) Corp.

A.7 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 :
 - des routeurs, afin de pouvoir acheminer le trafic entre les utilisateurs finals du FSI et Internet;
 - des serveurs, pour les services du FSI fournis à l'interne, tels que le courrier électronique;
 - des éléments de gestion de réseau;
- c) une connexion du FSI jusqu'à Internet.

Il existe des services d'accès Internet à différentes vitesses. Les services à faible vitesse ou services d'accès sur bande étroite, avec un débit pouvant atteindre jusqu'à 64 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.

A.8 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.

A.9 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	Province	Communauté	
Colombie-Britannique	Barriere	Québec	L'Islet	
	Bowser		La Guadeloupe	
	Cobble Hill		Lac-Des-Écorces	
	Hazelton		New Carlisle	
	Kaslo		Laterrière	
	Keremeos		Rock Island	
	Thrums		Saint-Honoré (Témiscouata)	
Alberta	Cremona		Nouveau-Brunswick	Cap-Pelé
	Evansburg			Florenceville
	Glendon			Lamèque
	Hythe	Île-du-Prince-Édouard	Crapaud	
	Wabasca		Hunter River	
Saskatchewan	Broadview	Nouvelle-Écosse	Morell-St. Peters	
	Gull Lake		Bear River	
	Naicam		Mahone Bay	
	Redvers		Wedgeport	
Manitoba	Spiritwood	Terre-Neuve-et-Labrador	Burin	
	Ashern		Harbour Main	
	La Broquerie		New Harbour	
	Norway House	Territoire	Communauté	
	Pine Falls			
Southport	Yukon	Dawson City		
Bayfield		Mayo		
Ontario	Ripley	Territoires du Nord-Ouest	Fort Simpson	
	Bancroft		Fort Smith	
	Echo Bay	Nunavut	Cape Dorset	
	Emsdale		Igloolik	
	Ingleside			
	Lion's Head			

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	Community
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.

A.10 À propos de l'évaluation de la large bande

i Méthodologie

Aux fins de ce rapport, le CRTC a recueilli des données à partir d'un environnement d'essai où il a reproduit l'utilisation la plus courante des services de diffusion en continu et en temps réel chez les consommateurs. Pour utiliser ces services, le CRTC a accédé à Internet au moyen d'un service de large bande résidentiel courant et d'un réseau mobile LTE national au moyen d'appareils courants vendus sur le marché : tablettes et téléphones Android et iOS, téléviseurs intelligents, ordinateurs portatifs et de bureau tournant sous Windows et Linux, ainsi que diverses boîtes numériques. On a utilisé un navigateur Web pour accéder aux services de diffusion en continu à partir des ordinateurs personnels, et on a utilisé des applications officielles pour les autres appareils.

Pour mesurer les données consommées par ces services avec une connexion filaire, on a placé un ordinateur spécialement configuré et tournant sous Linux entre la connexion Internet en amont et le réseau local. Au moyen d'outils de collecte des données standards, on a recueilli toutes les données circulant entre l'appareil d'essai et Internet à des fins d'analyse. Pour la connexion LTE, on a enregistré le trafic en utilisant les mêmes outils, mais à partir d'une interface virtuelle installée sur un ordinateur qui dupliquait l'interface LTE de l'appareil d'essai. Ce processus est complètement transparent pour les services de diffusion en continu et les appareils d'essai.

On a testé les vitesses maximales des connexions Internet filaires et LTE, et on a découvert que celles-ci étaient considérablement supérieures à la vitesse des services de diffusion en continu mis à l'essai. Autrement dit, les connexions Internet ne limitaient aucunement la vitesse des flux. Pour assurer l'exactitude, de multiples mesures ont été prises pour chaque service et niveau de qualité (lorsqu'un tel paramétrage était possible), et l'utilisation de données d'arrière-plan (c.-à-d. l'utilisation d'applications et de services d'arrière-plan autres que ceux faisant l'objet de la mise à l'essai) a été réduite au minimum.

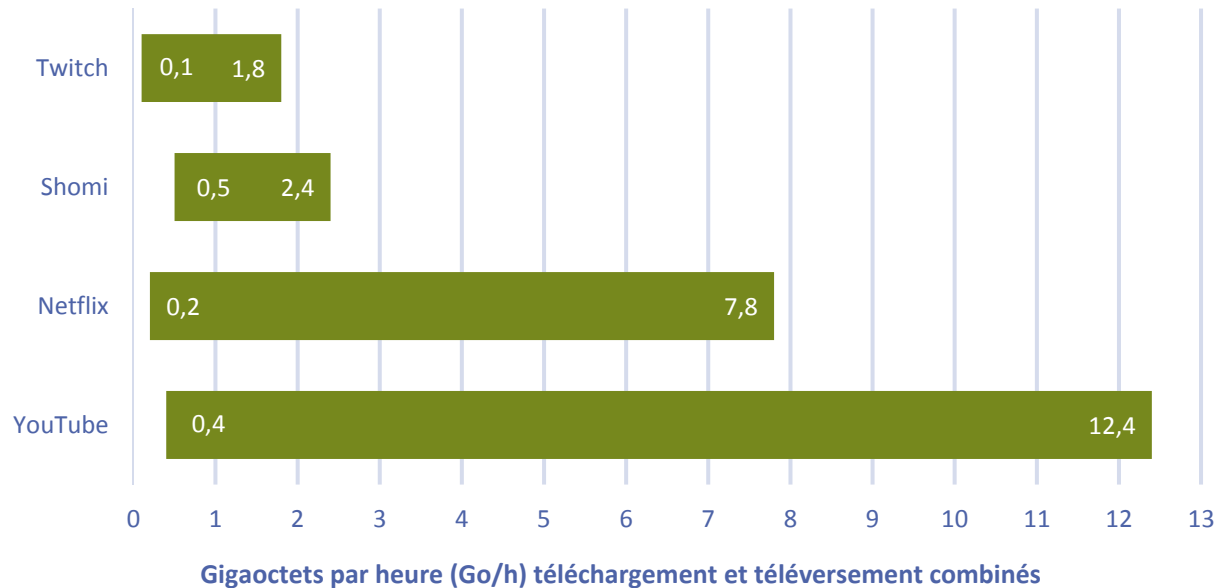
ii Débits binaires automatiques

Dans les réseaux offerts aux consommateurs, de multiples applications et appareils rivalisent pour accéder à une quantité limitée de bande passante. En supposant que la bande passante du forfait Internet du consommateur soit suffisamment élevée, plusieurs applications peuvent partager une connexion sans subir une baisse de la qualité perceptible. Cependant, dans le cas de connexions limitées par une étroite bande passante ou qui exécutent un trop grand nombre d'applications simultanément, la qualité de l'expérience du consommateur peut en souffrir.

En raison des contraintes mentionnées ci-dessus, pour éviter les interruptions et offrir la meilleure expérience possible à l'utilisateur, de nombreuses applications ajustent dynamiquement la qualité de leur flux. Une diminution de la qualité du flux se traduit par une demande moindre en largeur de bande instantanée et, dans l'ensemble, par une utilisation d'un moins grand nombre de données. À l'inverse, des qualités de flux supérieures demandent une plus large bande passante instantanée et utilisent un plus grand

nombre de données. Le graphique A10.1 montre les plages de débits binaires de certains services de diffusion vidéo en continu courants.

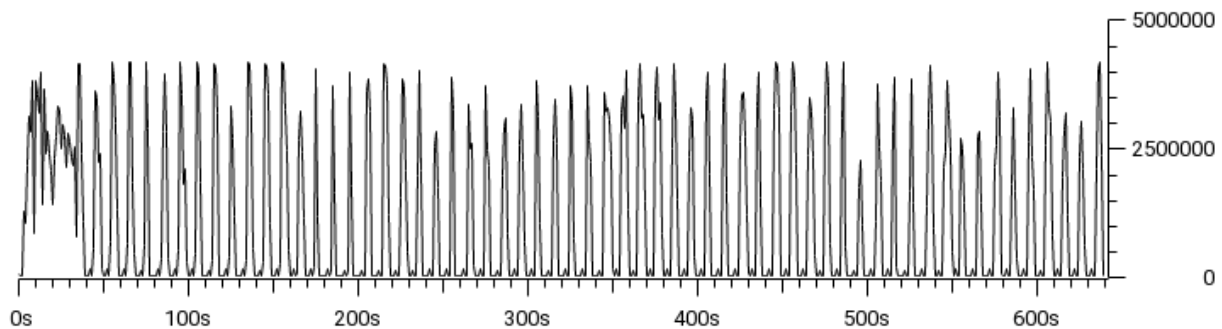
Graphique A.10.1 Plages de débits binaires de certains services de diffusion de vidéo en continu



Source : Centre des ressources en technologie du CRTC

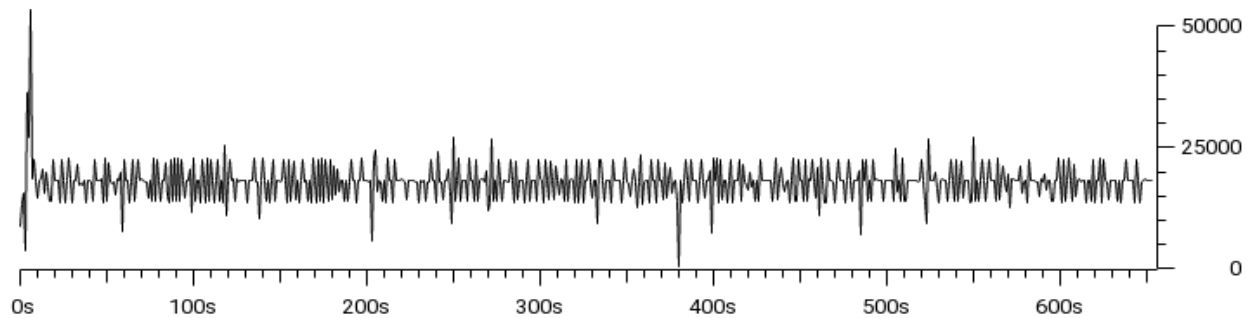
De plus, les services de diffusion en continu utilisent différents modes de transmission des données; certains transmettent des blocs de données de taille fixe indépendamment de la rapidité avec laquelle la connexion Internet peut les prendre en charge (la plupart des services de diffusion vidéo en continu), tandis que d'autres envoient un flux de données à un débit fixe (principalement les services de diffusion audio en continu et de communication en temps réel). La différence dans l'utilisation de la bande passante est illustrée dans les graphiques A.10.2 et A.10.3.

Graphique A.10.2 Exemple d'un graphique de transmission d'un service de diffusion en continu utilisant des blocs de taille fixe



Source : Centre des ressources en technologie du CRTC

Graphique A.10.3 Exemple d'un graphique de transmission d'un service de diffusion en continu utilisant un débit binaire fixe



Source : Centre des ressources en technologie du CRTC

Bien que les caractéristiques d'utilisation de la bande passante d'un service de diffusion en continu n'aient pas d'incidence sur l'utilisation globale des données, celles-ci peuvent toutefois avoir une incidence sur les autres activités d'abonnés qui partagent une même connexion Internet, ou sur les activités d'abonnés qui possèdent de multiples appareils. À mesure que le nombre de flux simultanés augmente, la probabilité de saturation de la connexion Internet d'un ménage augmente. Une connexion saturée engendre des pertes de paquets et interrompt l'acheminement des flux vers les données tampon.

iii Effet de la compression sur l'utilisation des données

Lorsque des contenus audio et vidéo sont diffusés en continu sur Internet, ils sont envoyés dans un format compressé. Le *codec* détermine le format du support, et se répercute directement sur l'utilisation des données du flux. Bien que la compression audio n'ait pas beaucoup changé au cours des dernières années, la multiplication des vidéos UHD a donné lieu à la création de normes de compression vidéo plus efficaces.¹⁸ Les codecs récents permettent de compresser plus efficacement une vidéo, ce qui se traduit par un débit binaire moins élevé pour une vidéo de même qualité. Cela signifie que les consommateurs peuvent visionner une vidéo de meilleure qualité sans pour autant devoir augmenter la vitesse de leur connexion Internet ou modifier leur utilisation des données.

¹⁸ La norme H.264/MPEG-4 Advanced Video Coding (AVC) est une norme de codec vidéo définie par le Moving Picture Experts Group (MPEG) qui est devenue *de facto* la méthode de compression utilisée pour un grand nombre de services vidéo en continu. Cependant, lorsqu'on utilise la norme H.264 pour une vidéo UHD de haute résolution, le débit binaire du flux dépasse souvent la vitesse des connexions Internet résidentielles courantes. Pour cette raison, certains services de diffusion en continu ont commencé à utiliser des codecs plus récents et plus efficaces pour la diffusion de leurs données, comme la norme H.265 High Efficiency Video Coding (HEVC), qui succède à la norme H.264.