



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

Canada

RAPPORT DE SURVEILLANCE DES COMMUNICATIONS 2018

SECTEUR DES SERVICES
MOBILES DE DÉTAIL

CRTC.GC.CA

ISSN : 2290-7874
N° de cat. : BC9-9F-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, 2018. Tous droits réservés.

Also available in English

Secteur des services mobiles de détail

Infographie 6.1

- ➔ Les **revenus des services mobiles** se sont élevés à **24,5 milliards de dollars** en 2017, soit **une hausse de 5,3 %** par rapport à l'année précédente.
- ➔ En 2017, il y avait 31,7 millions **d'abonnés à des services mobiles** au Canada, soit **une hausse de 3,1 %** par rapport à l'année précédente.
- ➔ En 2017, le **revenu moyen par utilisateur (RMPU)** était de **65,33 dollars**, soit **une hausse de 2,1 %** par rapport à l'année précédente.
- ➔ Les marges de **bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement (BAIIA)** se sont maintenues à un niveau élevé en 2017 à **39,5 %**.
- ➔ Près de **92 % des Canadiens avaient accès** aux services d'accès au réseau d'évolution à **long terme avancée (LTE-A)** en 2017, par rapport à 83 % en 2016.
- ➔ Les **réseaux mobiles d'évolution à long terme (LTE)** couvraient **99% de la population et plus de 86 % des principales routes et autoroutes** au Canada.
- ➔ **L'abonné moyen aux services de données mobiles** a utilisé **plus de 2 Go de données par mois** en 2017, soit **une augmentation de 30 %** par rapport à l'année précédente.
- ➔ Les **marques complémentaires des 3 plus grands** détenaient **plus d'un cinquième de la part de marché** des abonnés en 2017.

Source : Collecte de données du CRTC

Le marché des services mobiles de détail est resté le secteur le plus important du marché des télécommunications, avec des revenus de 24,5 milliards de dollars en 2017, soit une croissance de 5,3 % (1,24 milliard de dollars), par rapport aux revenus générés en 2016. Ces revenus ont représenté plus de 52 % de l'ensemble des revenus liés aux services de télécommunication de détail en 2017. Le secteur est l'un des deux seuls secteurs des télécommunications, avec les services Internet fixes, ayant déclaré une croissance des revenus en 2017 – tous les autres secteurs ont déclaré des baisses. Le nombre d'abonnés a augmenté pour passer à 31,7 millions, une hausse de 3,1 % par rapport à 2016, le RMPU a augmenté de 2,1 % pour

atteindre 65,33 \$ en 2017 et les marges du BAIIA s'est maintenu à un niveau élevé en 2017, juste en dessous de 40 %.

Les réseaux mobiles couvraient environ un quart du territoire canadien et 99 % des Canadiens en 2017, tandis que le taux de pénétration a atteint 85,7 %. Les réseaux de services sans fil évolués comme la LTE et la LTE-A, qui offrent des vitesses encore plus importantes que les réseaux de la génération précédente, étaient à la disposition d'environ 99 % et 92 % des Canadiens, respectivement. Fin 2017, les réseaux LTE couvraient 86 % des principales routes et autoroutes du Canada¹, laissant près de 16 000 km sans couverture LTE.

Au cours de la dernière décennie, des progrès ont été réalisés pour favoriser une industrie des services mobiles plus concurrentielle par suite d'une série d'initiatives telles que les suivantes :

- l'enchère du spectre des services sans fil évolués (SSFE)-3²;
- les enchères de 700 MHz, 2 500 MHz, 2 300 MHz et des blocs G du SCP-G³;
- d'autres enchères du spectre de SSFW-3 (de 1 755 à 1 780 MHz et de 2 155 à 2 180 MHz);
- d'autres initiatives gouvernementales pour aborder la question de l'environnement concurrentiel dans le secteur des services mobiles comme :
 - o rendre obligatoire l'accès aux services d'itinérance et le partage de pylônes;
 - o réglementation des tarifs d'itinérance de gros;
 - o lacement du Code sur les services sans fil en 2013;
 - o examen du Code sur les services sans fil en 2017.

Dans le même temps, l'utilisation des services mobiles par les Canadiens a continué d'évoluer, tout comme les offres des fournisseurs de service. Les nouveaux fournisseurs de services ont offert aux Canadiens plus de choix que jamais auparavant, des offres promotionnelles et de tarifs variés, des forfaits novateurs qui ont permis d'introduire des services interurbains illimités provinciaux et nationaux, des services de messagerie texte illimités et des réseaux mobiles plus rapides.

Pour mesurer le niveau de compétitivité dans ce secteur, des données segmentées entre les trois plus grands fournisseurs⁴ (ci-après « 3 plus grands »), les marques complémentaires des 3 plus grands fournisseurs⁵ et

¹Dans la politique réglementaire de télécom 2018-377, le Conseil a estimé que les [codes de rang de rue 1 à 3](#) utilisés par Statistique Canada correspondaient à sa définition de routes principales indiquée ci-dessus.

² Services sans fil évolués.

³ Services de communications personnelles – Bloc G.

⁴ Les 3 plus grands fournisseurs de services mobiles, en termes de revenus et d'abonnés, sont composés du groupe de Bell, de Rogers et de TELUS. Le groupe de Bell comprend Bell Canada, Bell Mobilité, KMTS, Latitude Wireless, NorthernTel, Limited Partnership, Norouestel Mobilité et Télébec, Société en commandite. En 2013, les résultats de Public Mobile ont été regroupés avec ceux de TELUS. En 2015, les résultats de Data & Audio Visual Enterprises Wireless Inc. (Mobilicity) ont été regroupés avec ceux de Rogers. En 2017, les résultats de MTS Inc. étaient aussi regroupés avec ceux du groupe Bell. Dans cette section, les marques complémentaires des 3 plus grands fournisseurs sont dans la catégorie des 3 plus grands fournisseurs.

⁵ Les marques complémentaires des 3 plus grands comprennent des marques comme Fido, Koodo et Virgin Mobile.

d'autres fournisseurs de services (ci-après « d'autres fournisseurs ») dans l'analyse du secteur des services mobiles de détails⁶.

i Revenus

Infographie 6.2

- ➔ Les **revenus totaux des services mobiles** se sont élevés à **24,5 milliards de dollars, soit une hausse de 5,3 %** en 2017.
- ➔ **Part de marché des revenus** des services mobiles : **3 plus grands – 92 %** c. autres fournisseurs – 8 %.
- ➔ **Revenus** des services mobiles **interurbains** en pourcentage des revenus totaux des services mobiles : **2 % en 2017 par rapport à 6 %** en 2013.
- ➔ **Revenus des services de données** en pourcentage des revenus totaux des services mobiles : **48,3 % en 2017, en hausse de 7,8 %** par rapport à 2016.
- ➔ Pourcentage des **revenus générés par les forfaits postpayés** en 2017 : **95,5 %**.

Source : Collecte de données du CRTC

Revenus du secteur des services mobiles, mis à part les revenus des services de téléappel, ont continué de représenter la partie la plus importante des revenus du secteur des télécommunications en 2017, s'élevant à 24,5 milliards de dollars. Il s'agissait d'une augmentation de 5,3 % par rapport à l'année précédente, légèrement au-dessus du taux de croissance cumulé moyen sur cinq ans de 4,9 %. Les 3 plus grands ont obtenu 92 % de ces revenus, laissant les autres concurrents se partager les 8 % restants. Bien que les 3 plus grands aient perdu environ 1 % de la part de marché des revenus totale entre 2013 et 2017, ils ont quand même été en mesure de conserver environ 92 % de la part de marché tirée de la croissance interne et provenant des acquisitions. Des données sur les parts de marché entre 2013 et 2017 peuvent être consultées dans le portail des [données ouvertes](#).

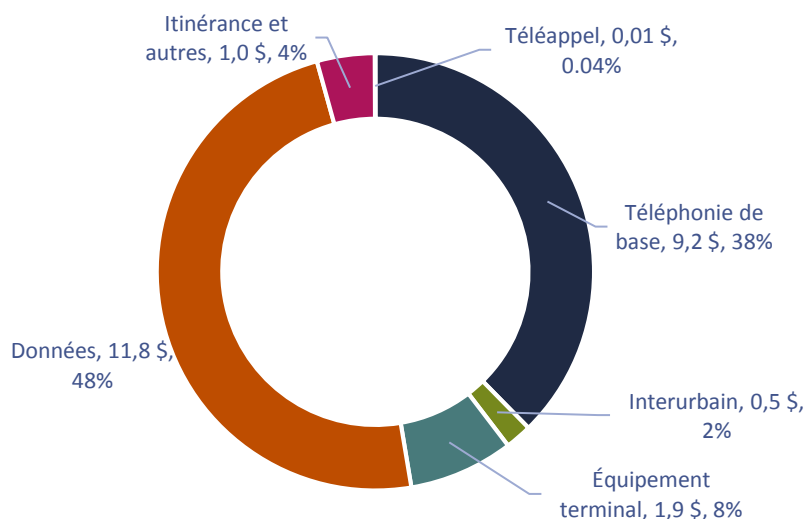
Les services du secteur des services mobiles n'ont pas tous connu une forte croissance. Les revenus des services mobiles interurbains ont continué d'enregistrer une baisse rapide. Ils ont baissé de 11,9 % en 2017 et, en moyenne, de 19,7 % par an au cours de la période quinquennale de 2013 à 2017.

⁶ D'autres fournisseurs de services comprennent SaskTel, d'autres petits fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires, certains revendeurs et les autres nouveaux fournisseurs (Freedom Mobile, Vidéotron et Bragg Communications [Eastlink]).

La demande de services de données mobiles a été l'un des principaux facteurs d'une croissance des revenus stable et forte dans ce secteur. En 2017, les revenus des services de données mobiles ont représenté 48,3 % de l'ensemble des revenus de services, par rapport à 37,3 % en 2013.

Graphique 6.1 Revenus du secteur des services mobiles de détail, par source, 2017 (milliards \$)

Revenus au détail des services mobiles, par source de revenus, 2017 (milliards \$)



Source : Collecte de données du CRTC

Étant donné que la majorité des revenus des services de données mobiles était générée par des abonnés aux services postpayés, les compagnies ont continué de promouvoir des groupes de données plus importants et d'en inciter l'adoption pour attirer de nouveaux clients et des clients existants de leurs concurrents.

Différentes composantes des revenus des services mobiles et de téléappel pour la période allant de 2013 à 2017 peuvent être consultées dans le portail des [données ouvertes](#).

Infographie 6.3

- ➔ En 2017, le pourcentage des **revenus des services mobiles** que représentent :
 - Les forfaits voix seulement : 8 % c.
 - **Les forfaits voix et données : 89 %** et c.
 - Les forfaits de données seulement : 3 %.

Source : Collecte de données du CRTC

En 2017, 89 % des revenus provenaient des clients s'étant abonnés aux forfaits voix et données. Cela permet d'évaluer le niveau d'utilisation de téléphones intelligents par rapport aux téléphones cellulaires ordinaires, ainsi que la hausse de la demande de services de données. Les personnes ayant des forfaits voix seulement ont généralement des téléphones cellulaires ordinaires, qui sont principalement utilisés pour les services de voix et qui ont des capacités de données limitées, et peuvent représenter un segment de la société qui est moins susceptible de participer à l'économie numérique ou qui n'y prend pas encore part.

Infographie 6.4

- ➔ En 2017, pourcentage des **revenus des services d'itinérance** générés par l'itinérance :
 - **Au Canada : 2 %**,
 - Aux États-Unis : 70 % et
 - À l'échelle internationale : 28 %.
- ➔ En 2017, pourcentage des **revenus des données d'itinérance** générés par l'itinérance :
 - **Au Canada : 3 %**,
 - Aux États-Unis : 61 % et
 - À l'échelle internationale : 35 %.

Source : Collecte de données du CRTC

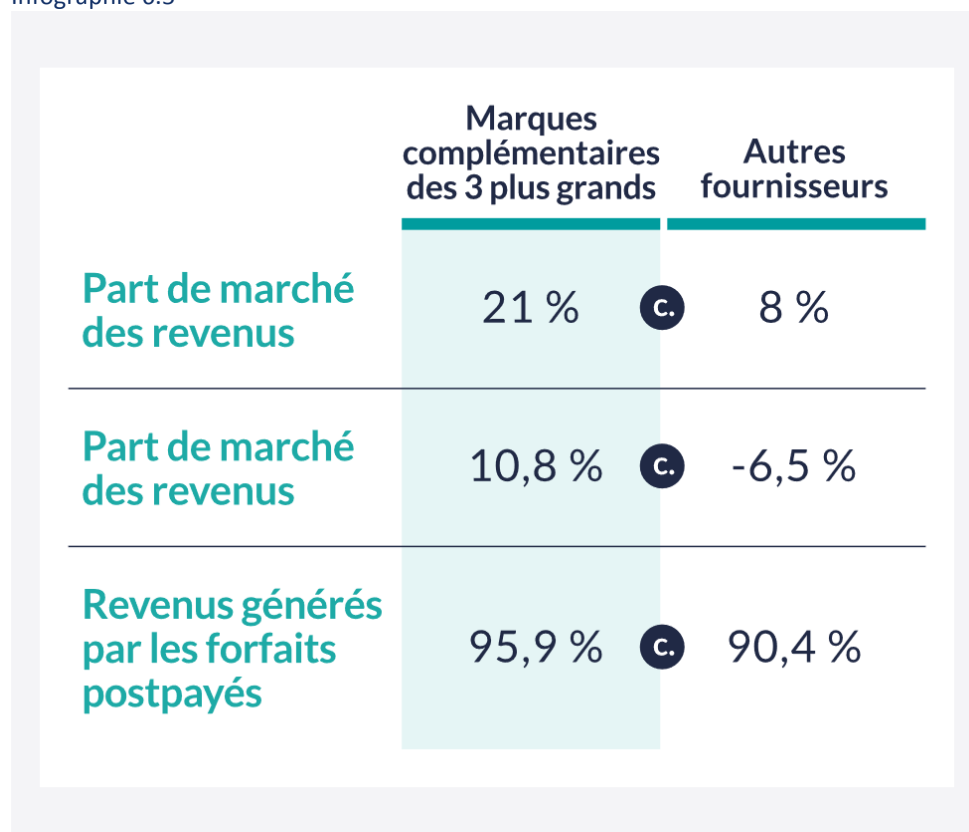
Les revenus des services d'itinérance ⁷ provenaient largement d'abonnés qui ont utilisé des services aux États-Unis. Près de 70 % des revenus des appels en itinérance et 61 % des revenus des données d'itinérance

⁷ Les fournisseurs de services mobiles étendent leur couverture à des régions où ils ne possèdent pas d'installations en concluant des ententes avec d'autres fournisseurs qui en possèdent et qui offrent le service à leurs utilisateurs finals. Lorsqu'un abonné utilise les installations d'un autre fournisseur, on dit qu'il est en itinérance.

provenaient d'utilisateurs en itinérance aux États-Unis, très peu de revenus ont été générés au Canada. Les revenus de services de messages courts (SMC) et de services de messagerie multimédia (SMM) ont été exclus de la composante des revenus des services de données dans ce graphique.

Environnement/point de vue concurrentiel

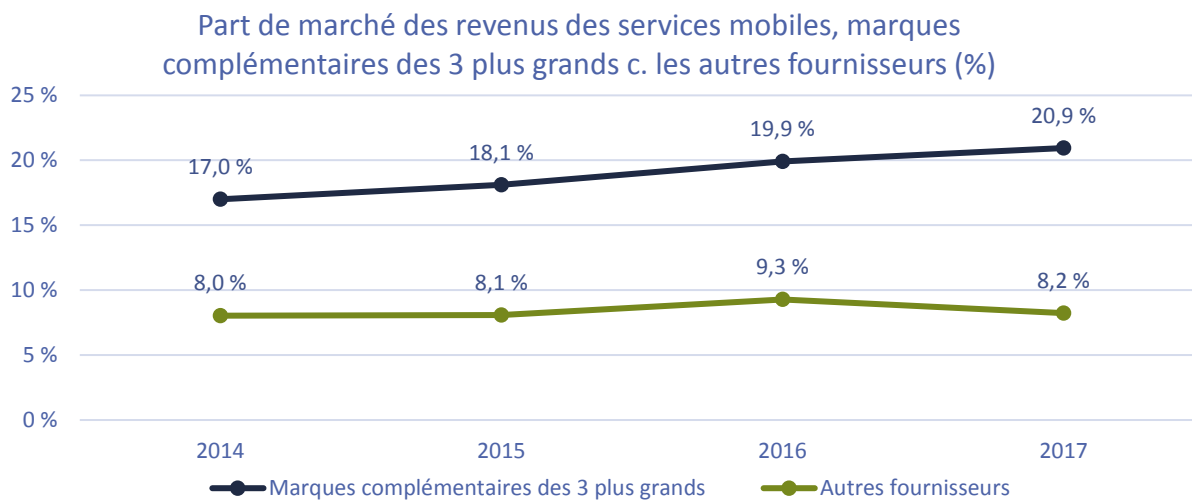
Infographie 6.5



Source : Collecte de données du CRTC

Les 3 plus grands commercialisent leurs services mobiles par l'intermédiaire de marques principales et complémentaires. En commercialisant leurs services dans divers segments du marché, ils sont en mesure de varier les offres de services. Généralement, les marques complémentaires des 3 plus grands et les nouveaux fournisseurs ont ciblé les consommateurs les plus préoccupés par la valeur et le prix. Isoler et comparer uniquement les marques complémentaires des 3 plus grands aux données des autres fournisseurs peut offrir une meilleure comparaison des capacités des deux groupes à se livrer concurrence pour obtenir une part de marché des revenus.

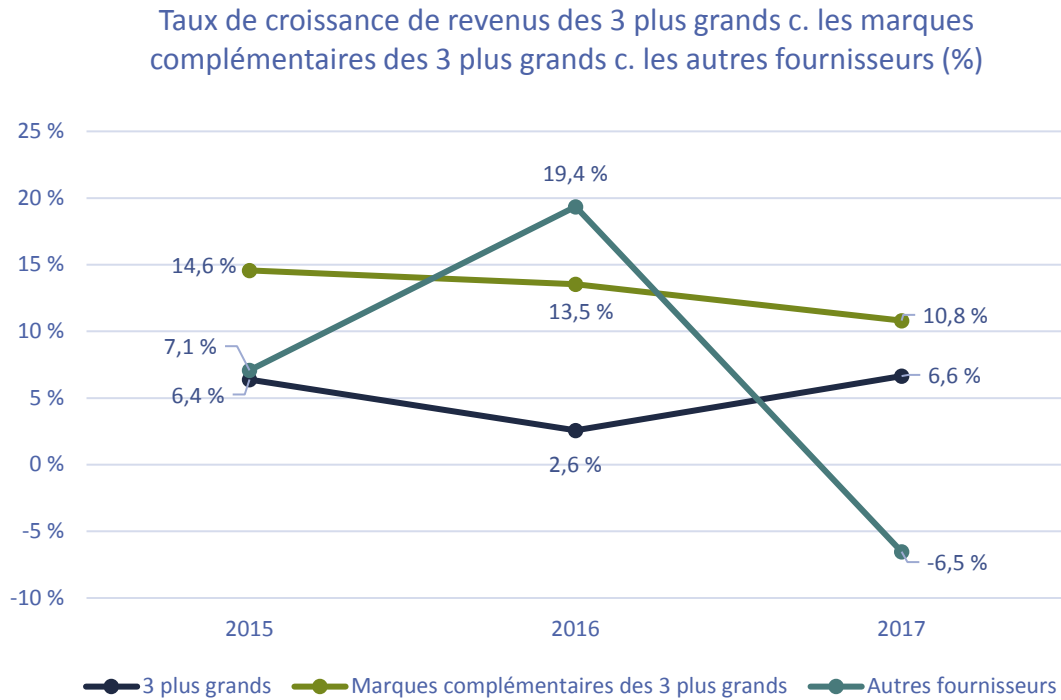
Graphique 6.2 Part de marché des revenus des services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

Tel que cela est indiqué ci-dessous, dans le Graphique 6.3, les autres fournisseurs ont déclaré une croissance des revenus négative de 6,5 % en 2017, principalement attribuable à l'acquisition par Bell Mobilité de MTS au cours du premier trimestre de 2017. L'acquisition a causé un transfert des revenus des services mobiles des autres fournisseurs à la catégorie des 3 plus grands. Par conséquent, les 3 plus grands ont enregistré une hausse légèrement plus importante du taux de croissance des revenus, tandis que les autres fournisseurs ont enregistré un taux de croissance de -6,5 % (autrement, ce taux de croissance aurait été positif). Le graphique permet aussi de comparer le taux de croissance des revenus des marques complémentaires des 3 plus grands par rapport aux autres fournisseurs et aux 3 plus grands.

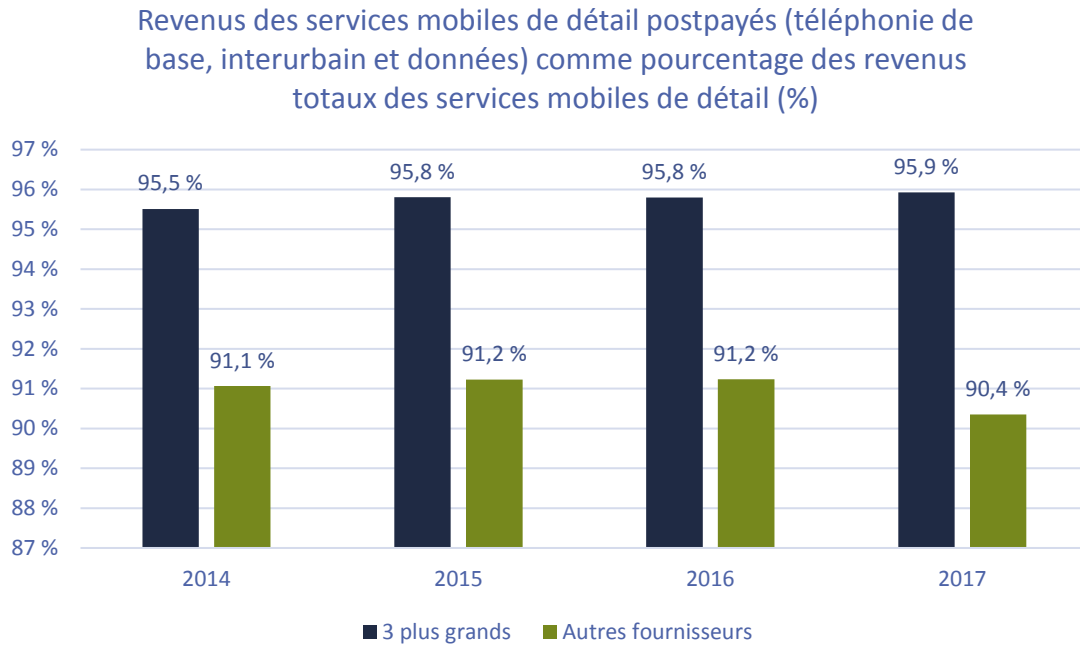
Graphique 6.3 Taux de croissance des revenus des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

Plus de 95 % des revenus des services mobiles provenaient des forfaits postpayés et, sans surprise, presque tous les forfaits de données ont été vendus dans le cadre d'un forfait postpayé. Étant donné que les revenus des services de données continuent d'être la composante de services la plus importante et enregistrant la croissance la plus importante, il existe de nombreuses mesures incitatives pour que les fournisseurs se livrent concurrence afin d'obtenir les abonnés aux services postpayés les plus lucratifs, tels que ceux offrant des revenus plus élevés par abonné et dont le taux de résiliation est le plus faible. Le Graphique 6.4 illustre le pourcentage des revenus tirés des services mobiles de détail postpayés (téléphonie de base, interurbain et données) offerts par les autres fournisseurs de services par rapport aux 3 plus grands.

Graphique 6.4 Revenus des services mobiles de détail postpayés (téléphonie de base, interurbain et données) comme pourcentage des revenus totaux des services mobiles de détail



Source : Collecte de données du CRTC

ii Données relatives aux abonnés

Infographie 6.6

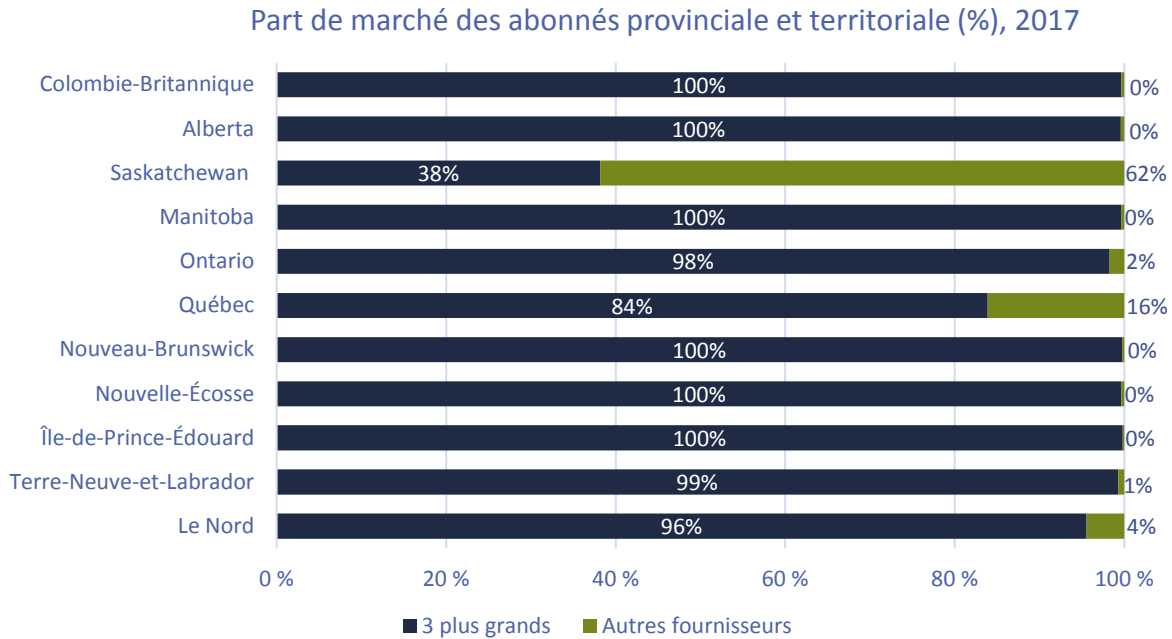
- ➔ **Nombre d'abonnés : 31,7 millions** en 2017, **une hausse de 3,1 %** par rapport à 2016.
- ➔ **Part de marché des abonnés aux services mobiles** : 3 plus grands – 90 % c. **autres fournisseurs – 10 %**.
- ➔ Pourcentage des abonnés qui se sont abonnés à un **forfait postpayé** en 2017 : **88 %**.
- ➔ Pourcentage des abonnés qui se sont abonnés à un **forfait comprenant des données** en 2017 : **83 %**, **une hausse de 2,7 %** par rapport à 2016.
- ➔ Pourcentage des abonnés aux services de données qui se sont abonnés à un **forfait de 5 Go ou plus de données** : **31 %**.
- ➔ Pourcentage d'abonnés à des services mobiles qui se sont abonnés à un **forfait voix avec minutes d'appel illimitées** : **62 %**.
- ➔ Pourcentage d'abonnés à des services mobiles qui se sont abonnés à un **forfait messages avec minutes SMC illimités** : **99 %**.
- ➔ Pourcentage d'abonnés à des services mobiles avec des **forfaits faisant l'objet de contrats de plus de deux ans** : **7,2 % en 2017 par rapport à 56,4 % en 2013**.

Source : Collecte de données du CRTC

En 2017, les abonnés à des services mobiles ont augmenté de 3,1 % pour s'élever à 31,7 millions d'abonnés, ce qui est une croissance près de deux fois moins rapide que celle du taux de croissance de 5,4 %. Ceci indique des revenus plus importants par abonnés en 2017.

Au niveau national, les 3 plus grands ont continué de détenir la majorité de la part de marché des abonnés, soit 90 %, les 10 % restants étant répartis entre leurs concurrents. Toutefois, on note des différences régionales. La part de marché des 3 plus grands variait entre les provinces et les territoires, mais collectivement, ces fournisseurs détenaient la majorité de la part de marché dans chaque province et territoire, à l'exception de la Saskatchewan, où les autres fournisseurs de services détenaient 62 % de la part de marché, une baisse par rapport à une part de marché de 68 % en 2013. Des données sur la part de marché provinciale et territoriale peuvent être consultées dans le portail des [données ouvertes](#).

Graphique 6.5 Part de marché des abonnés provinciale et territoriale (%), 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Le graphique ci-dessous indique les parts de marché détenues par les principaux FSSF, excluant Freedom Mobile et Eastlink/Bragg, dans les provinces et le Nord du Canada (Territoires du Nord-Ouest, Nunavut et Yukon). Les autres fournisseurs incluent (sans toutefois s'y limiter) SaskTel, TBayTel et Vidéotron.

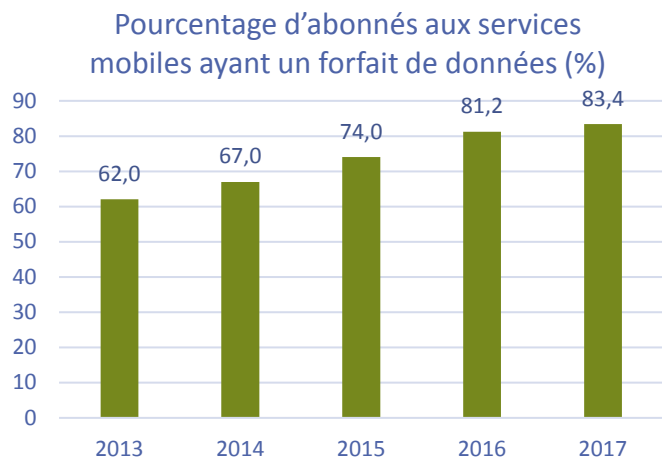
En 2016 et en 2017, près de 40 % de tous les abonnés s'étant abonnés à un forfait de données résidaient en Ontario. Ce chiffre correspond étroitement à la répartition de la population par province. De plus amples renseignements concernant le nombre d'abonnés ayant un forfait de données et la répartition des abonnés à un service de données dans chaque région du pays en 2016 et en 2017 peuvent être consultés dans le portail des [données ouvertes](#).

L'appétit pour les services mobiles a continué de croître en 2017. Plus de 60 % de tous les abonnés à des services de données se sont abonnés à un forfait de plus de 2 Go ou plus de données, par rapport à 54 % en 2016, tandis que 57 % des abonnés avaient des minutes d'appel illimitées et 99 % d'entre eux avaient des messages textes illimités, par rapport à 56 % et à 98 %, respectivement, en 2016.

Avec la mise en œuvre du Code sur les services sans fil en 2013, le pourcentage de forfaits postpayés faisant l'objet de contrats de plus de deux ans ont baissé de façon significative. Bien que les clients puissent souscrire des contrats d'une durée de plus de deux ans, ils ne peuvent avoir à payer de frais de résiliation après 24 mois. Étant donné que les comptes d'entreprise étaient exemptés du Code, de nombreux comptes déclarés dans la catégorie des contrats de plus de deux ans reflètent les comptes d'entreprise encore liés par contrat. Toutefois, le nombre d'abonnés liés par contrat d'une durée de un à deux ans a augmenté passant de 45 % en 2016 à 49 % en 2017. Des détails supplémentaires peuvent être consultés dans le portail des [données ouvertes](#).

Étant donné que le niveau de détail requis diffère pour chaque groupe d'entités déclarantes, seules celles ayant fourni un certain niveau de détail ont été incluses dans les données propres aux forfaits d'abonnés. Par conséquent, les résultats présentés dans le graphique à barres ci-dessous représentent plus de 90 % du total des abonnés à des services mobiles. Les chiffres indiquent le pourcentage d'abonnés ayant un forfait de données et illustrent l'appétit croissant des forfaits de données alors que leur nombre a enregistré une croissance stable, passant de 62 % en 2013 à 83 % 2017.

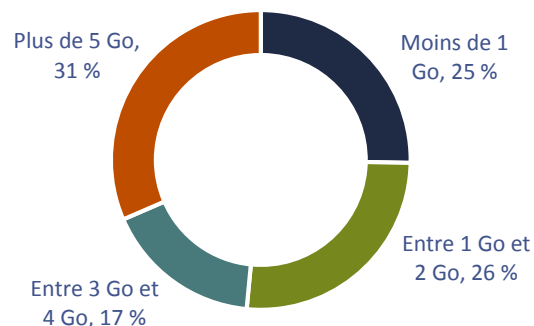
Graphique 6.6 Pourcentage d'abonnés aux services mobiles ayant un forfait de données



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 6.7 Répartition des abonnés aux services mobiles avec des forfaits de données, par taille de forfait, 2017

Répartition des abonnés aux services mobiles avec des forfaits de données, par taille de forfait, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Le Graphique 6.6 ci-dessus illustre le pourcentage d'abonnés qui se sont abonnés à un forfait de données quelconque, tandis que le Graphique 6.7 ci-dessus illustre la répartition des abonnés ayant un forfait de données, à l'exclusion des forfaits de données seulement, par taille de forfait.

Environnement/point de vue concurrentiel

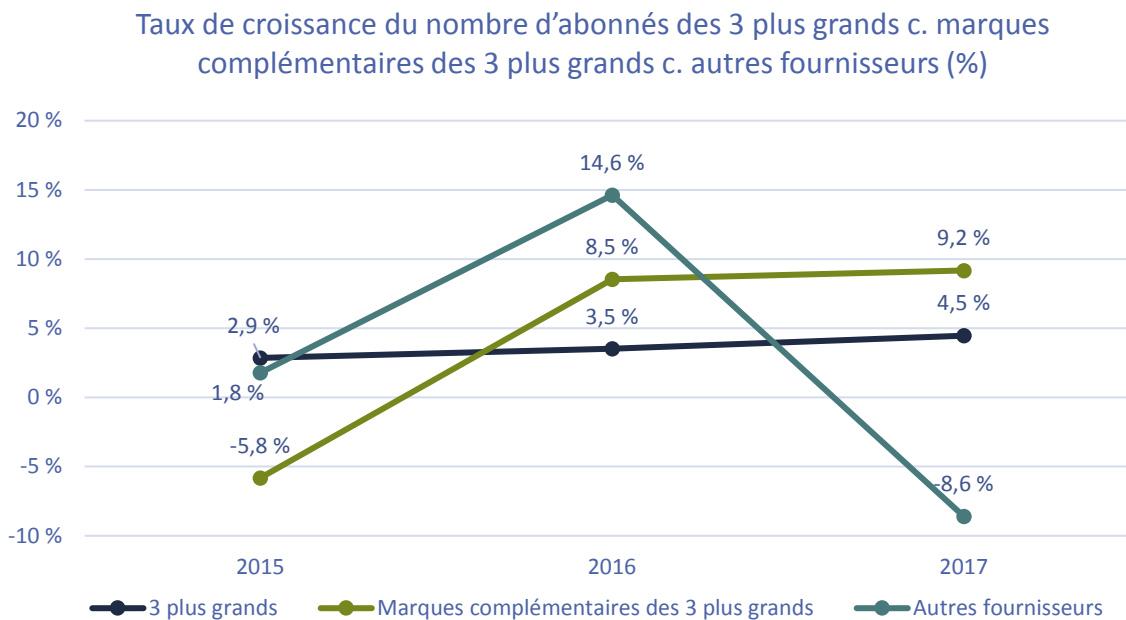
Infographie 6.7

	Marques complémentaires des 3 plus grands		Autres fournisseurs
Taux de croissance du nombre d'abonnés	9,2 %	Ⓢ	-8,6 %
Part de marché des abonnés aux services mobiles	27 %	Ⓢ	9,9 %
Abonnés ayant des forfaits postpayés	88 %	Ⓢ	84 %
Abonnés aux services de données dont les forfaits comprennent 5 Go de données ou plus	28 %	Ⓢ	56%

Source : Collecte de données du CRTC

La croissance du nombre d'abonnés des 3 plus grands a dépassé celle des autres fournisseurs. En tant que groupe, les 3 plus grands ont déclaré une forte hausse de 4,5 % du nombre d'abonnés en 2017, leur croissance la plus élevée déclarée en trois ans. L'acquisition de MTS par Bell Mobilité est l'un des principaux facteurs ayant contribué à cette croissance.

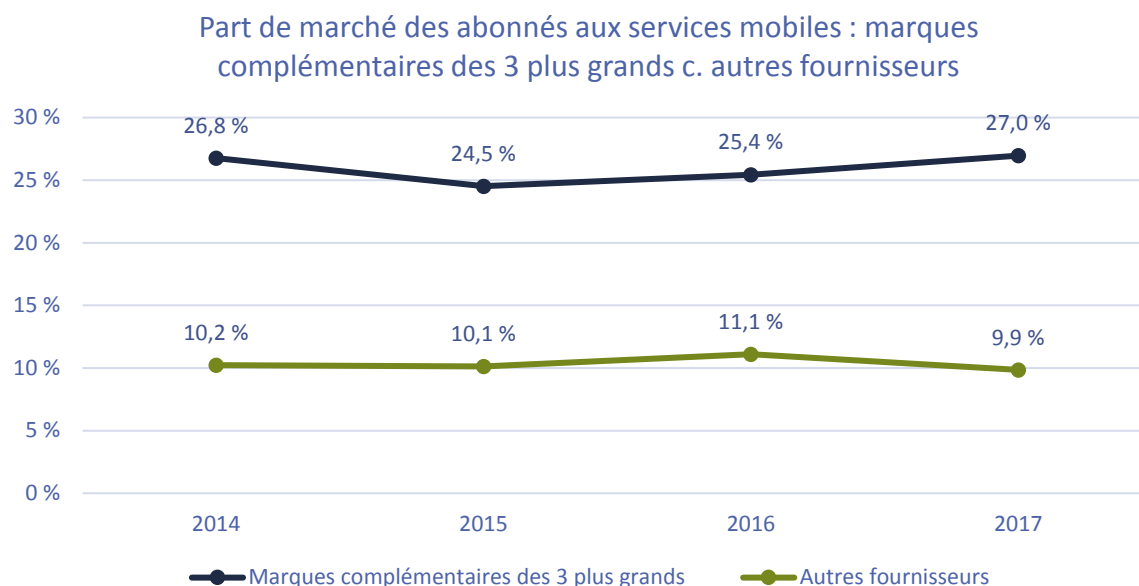
Graphique 6.8 Taux de croissance du nombre d'abonnés des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

De 2014 à 2017, la part de marché du nombre d'abonnés des 3 plus grands n'a pas changé de manière significative. Toutefois, la comparaison entre les marques complémentaires des 3 plus grands et les autres fournisseurs de service offre un aperçu de la commercialisation, de l'assemblage et du placement par les 3 plus grands des forfaits de leurs marques complémentaires pour être concurrentiels sur le marché. Entre 2014 et 2017, les marques complémentaires des 3 plus grands ont gagné près d'un quart de la part de marché des abonnés, près de trois fois celle des autres fournisseurs.

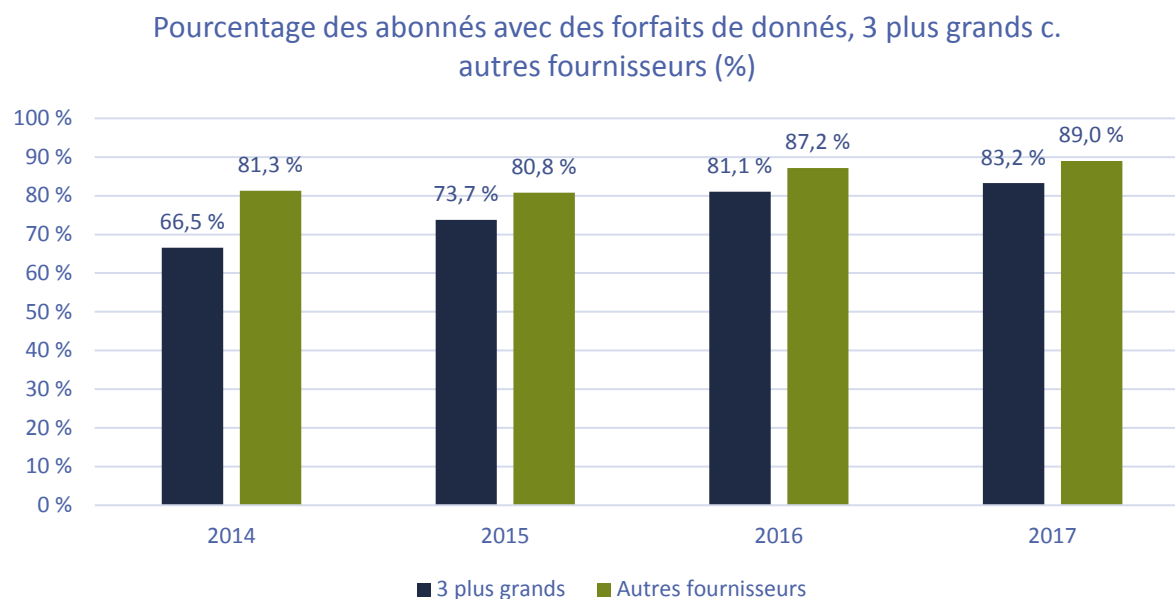
Graphique 6.9 Part de marché des abonnés aux services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

Les 3 plus grands comme les autres fournisseurs ont systématiquement réussi à placer leur forfait de manière à encourager leurs clients à favoriser les abonnements postpayés plutôt que prépayés. Par conséquent, en 2017, 88 % de tous les abonnés ont été déclarés en tant qu'abonnés de services prépayés, par rapport à 83 % en 2013. Le passage des abonnés des services prépayés aux services postpayés a donné lieu à des revenus globaux et à des revenus par abonné plus élevés.

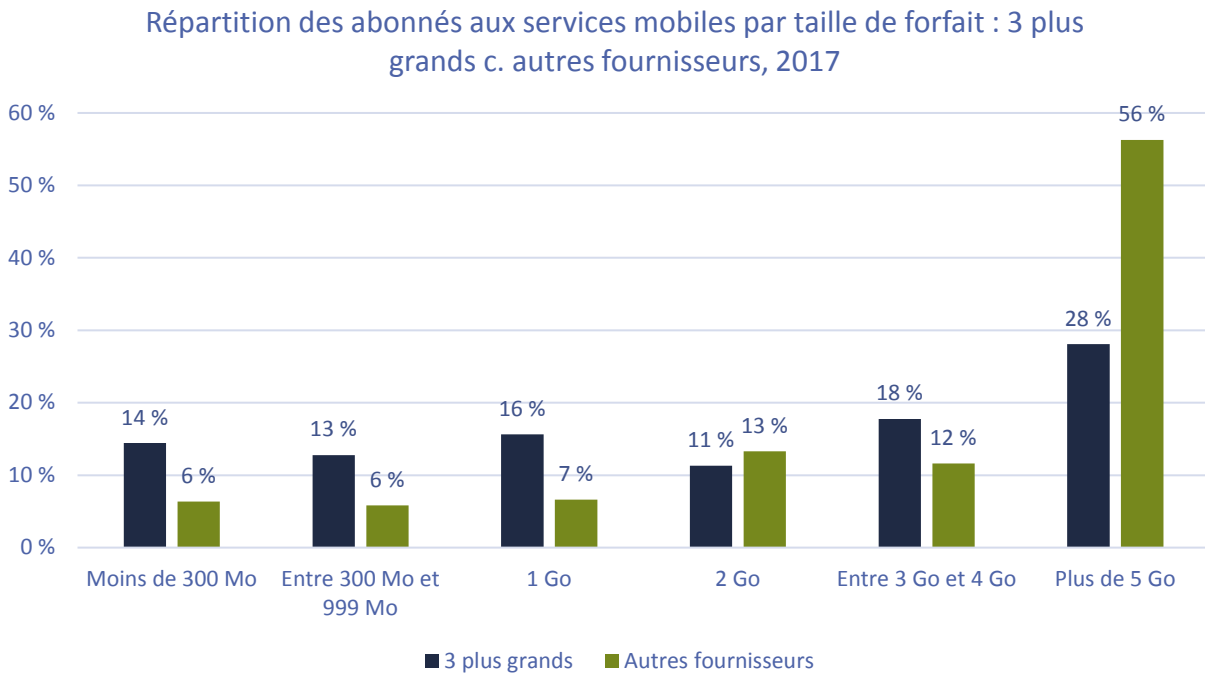
Graphique 6.10 Pourcentage des abonnés ayant un forfait de données : 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

Le graphique ci-dessous établit une comparaison entre la répartition des abonnés ayant un forfait de données, à l'exclusion des forfaits de données seulement, par taille de forfait et selon les 3 plus grands par rapport aux autres fournisseurs. Le total des abonnés aux services de données des 3 plus grands et des autres fournisseurs est représenté séparément.

Graphique 6.11 Répartition des abonnés aux services mobiles par taille de forfait : 3 plus grands c. autres fournisseurs, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

iii Autres indicateurs de rendement

En plus des mesures du revenu et des abonnés, d'autres indicateurs comme le RMPU/abonné⁸, l'utilisation des données, les investissements et les taux de pénétration peuvent contribuer à mesurer le rendement financier et à évaluer le niveau de la concurrence dans le secteur des services mobiles.

Infographie 6.8

- ➔ En 2017, le **RMPU** était de **65,33 \$ par mois, une hausse de 2,1 %** par rapport à 2016.
 - Moyenne provinciale du RMPU la plus élevée⁹ : **Alberta – 73,60 \$**
 - Moyenne provinciale du RMPU la plus faible¹⁰ : **Québec – 56,07 \$**
- ➔ **Marges du BAIIA** pour les services sans fil : **39,5 %**
- ➔ **Dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU) : 6,20 \$/mois**
- ➔ **Utilisation moyenne des données** parmi tous les abonnés : **1,6 Go/mois, une hausse de 37,5 %** par rapport à 2016
- ➔ **Revenu moyen pour 1 Go de données par mois : 16,80 \$**
- ➔ Taux mixte de **résiliation des services prépayés et postpayés** jamais déclaré : **1,1 % par TELUS**
- ➔ Nombre moyen de **SMC et de SMM envoyés et reçus quotidiennement : 513 millions de messages**

Source : Collecte de données du CRTC

Les dépenses en capital moyennes par utilisateur ont été calculées en utilisant uniquement des données de compagnies ayant soumis des données sur les dépenses en capital et sur les abonnés, à l'exclusion des dépenses liées au spectre. Un chiffre relatif au nombre d'abonnés à la fin l'année ont été utilisés dans le calcul plutôt qu'une moyenne du nombre d'abonnés pendant l'année.

⁸ Les revenus moyens des services mobiles par abonné ont été calculés en divisant les revenus annuels totaux des services mobiles par le nombre moyen d'abonnés durant l'année. Le résultat a ensuite été divisé par 12 pour obtenir un résultat mensuel. Le nombre moyen d'abonnés a été déterminé en divisant la somme du nombre d'abonnés au début et à la fin de l'année par deux.

⁹ C'était le RMPU le plus élevé déclaré parmi les dix provinces.

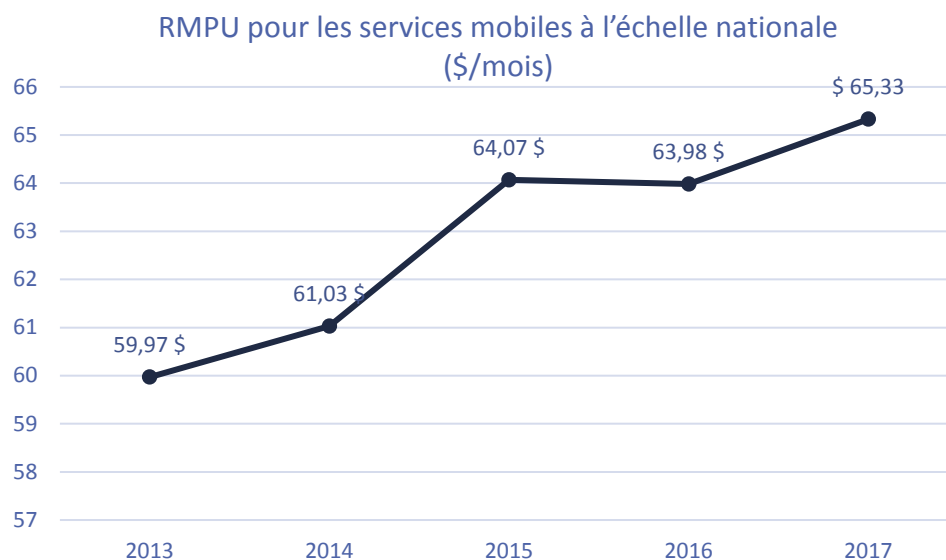
¹⁰ C'était le RMPU le plus faible déclaré parmi les dix provinces.

Le taux de résiliation moyen correspond à une mesure du taux de roulement des abonnés. Un taux de résiliation élevé indique que les clients qui quittent leurs fournisseurs de services mobiles existants pour un certain nombre de raisons, y compris une insatisfaction l'égard du service, le fait de prendre avantage d'offres concurrentielles ainsi que des questions liées aux tarifs. En revanche, de faibles taux de résiliation indiquent que les Canadiens ne changent pas de fournisseurs, ce qui pourrait indiquer que les clients confèrent de la valeur au fait de garder leur fournisseur actuel ou qu'il existe un manque de mesures incitatives pour motiver les abonnés à passer d'un fournisseur à un autre en ce qui concerne leurs services mobiles.

La hausse de la demande de services de données et de l'utilisation des données entre 2014 et 2017 a largement devancé les revenus tirés des services de données, ce qui a donné lieu à de plus faibles revenus par gigaoctet (Go)/mois. Le RMPU pour 1 Go d'utilisation de données par mois est en baisse depuis 2015, date à laquelle cet indicateur a été déclaré pour la première fois. Seules les compagnies ayant fourni des renseignements sur le trafic de données et sur les revenus ont été prises en considération dans le calcul.

Le RMPU est un indicateur utile des revenus que rapporte chaque abonné aux fournisseurs de services mobiles. En revanche, sur le plan de la consommation, il s'agit d'un indicateur des dépenses des consommateurs en services sans fil. De 2013 à 2017, le RMPU national est passé de 59,97 \$ à 65,33 \$ par mois, ce qui correspond à un taux annuel moyen de 2,2 %. Les données sur le RMPU provincial et territorial peuvent être consultées dans le portail des [données ouvertes](#).

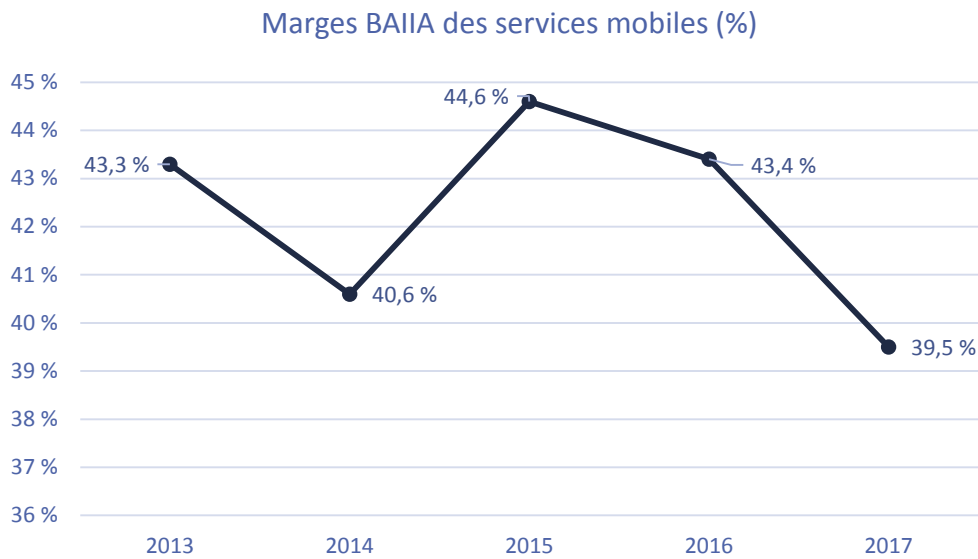
Graphique 6.12 RMPU pour les services mobiles à l'échelle nationale (\$/mois)



Source : Collecte de données du CRTC

À titre de variable de mesure de la rentabilité d'exploitation du secteur des services mobiles, les marges du BAIIA de 2013 à 2017 ont été calculées et présentées dans le tableau ci-dessous. Bien que toutes les compagnies n'aient pas profité d'une marge aussi élevée, les résultats du BAIIA des 3 plus grands ont largement été pondérés dans le calcul en raison de leur part de marché des revenus de 92 % dans le secteur des services mobiles.

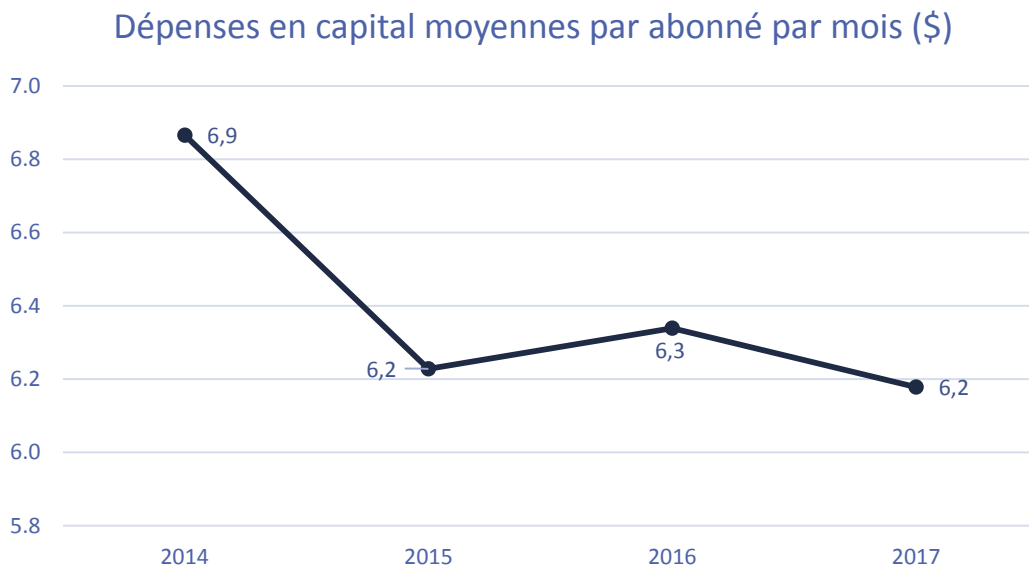
Graphique 6.13 Marges BAIIA des services mobiles (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Des investissements dans l'infrastructure sont nécessaires pour que les fournisseurs de services mobiles élargissent leur couverture de réseau, d'accroître les vitesses de la large bande. Les dépenses en capital totales liées aux services sans fil figurent dans la section Aperçu du secteur des télécommunications ou peuvent être consultées dans le portail des [données ouvertes](#). Le capital moyen associé à chaque abonné aux services mobiles chaque année entre 2014 et 2017 est présenté dans le tableau ci-dessous.

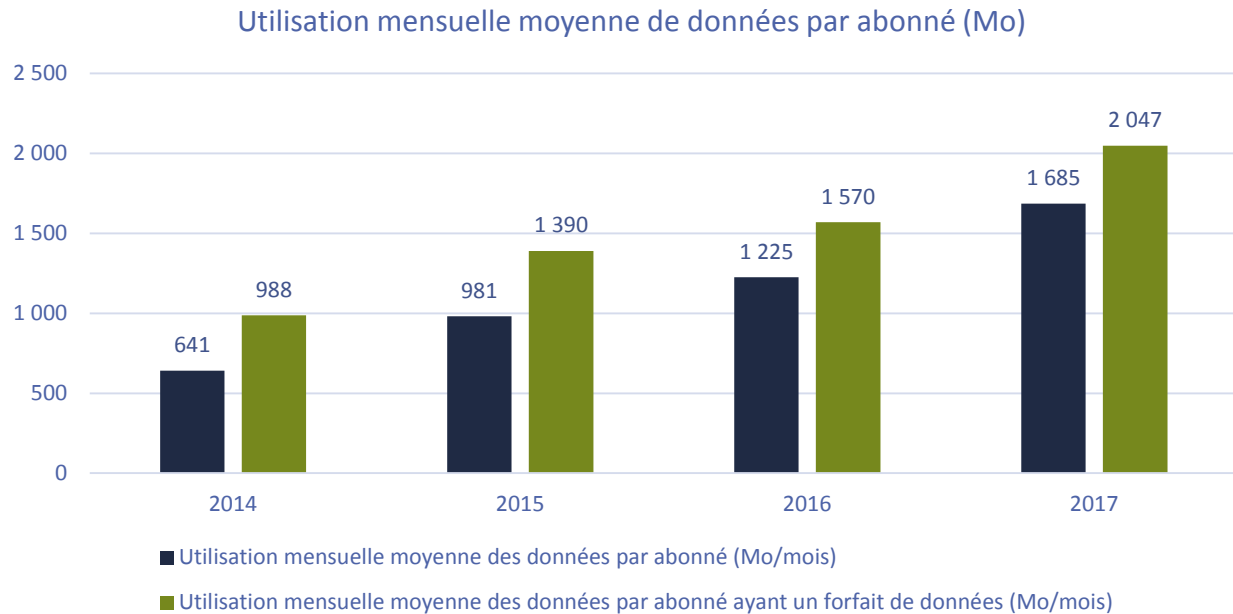
Graphique 6.14 Dépenses en capital moyennes par abonné par mois (\$)



Source : Collecte de données du CRTC

En 2017, les Canadiens ont exigé plus de données mobiles, comme l'ont démontré les chiffres associés à l'utilisation moyenne des données se trouvant dans le Graphique 6.15. L'utilisation mensuelle moyenne de données parmi tous les abonnés et les abonnés ayant un forfait de données était de 1,6 Go par mois et de 2 Go par mois, respectivement.

Graphique 6.15 Utilisation mensuelle moyenne de données par abonné (Mo)



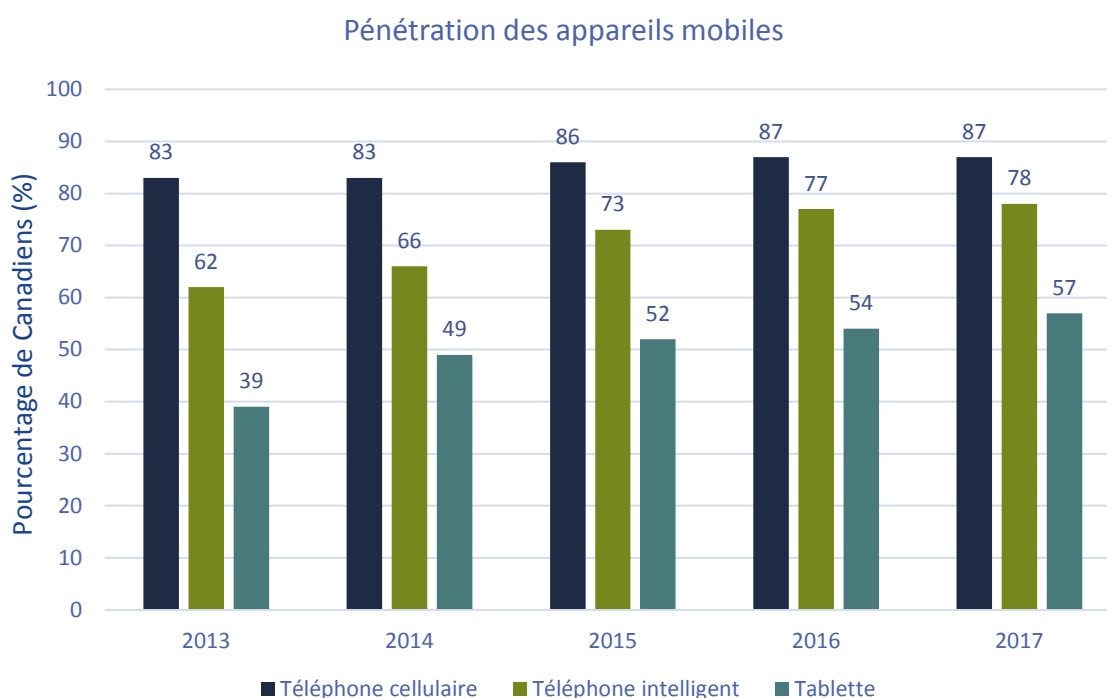
Source : Collecte de données du CRTC

Les SMC et les SMM permettent la transmission de messages textes, de vidéos, de photos, etc. entre abonnés aux services mobiles. Chaque année, entre 2014 et 2017, le nombre moyen quotidien de SMC et de SMM envoyés et reçus a systématiquement dépassé 500 millions de messages (513 millions en moyenne). Des détails supplémentaires peuvent être consultés dans le portail des [données ouvertes](#).

Les téléphones intelligents, les tablettes et autres appareils mobiles permettant d'accéder à Internet ne cessent de faire accroître la demande de capacité pour les services sans fil. Les tableaux et les graphiques qui suivent illustrent l'adaptation des Canadiens au système de communication numérique.

Le Graphique 6.16 indique le pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui étaient propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes de 2013 à 2017. Sur ce graphique, les téléphones intelligents sont un sous-ensemble des téléphones cellulaires. L'utilisation des téléphones intelligents et des tablettes augmente le volume du trafic de données sur le réseau.

Graphique 6.16 Pénétration des appareils mobiles



Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).

Ce tableau indique le pourcentage de francophones et d'anglophones au Canada propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes entre 2013 et 2017. Les propriétaires d'un téléphone cellulaire incluent ceux qui possèdent un téléphone cellulaire ou intelligent. Au cours de cette période, les anglophones étaient systématiquement propriétaires de téléphones cellulaires, de téléphones intelligents et de tablettes à un taux plus élevé que les francophones, toutefois, l'écart a diminué considérablement en 2017.

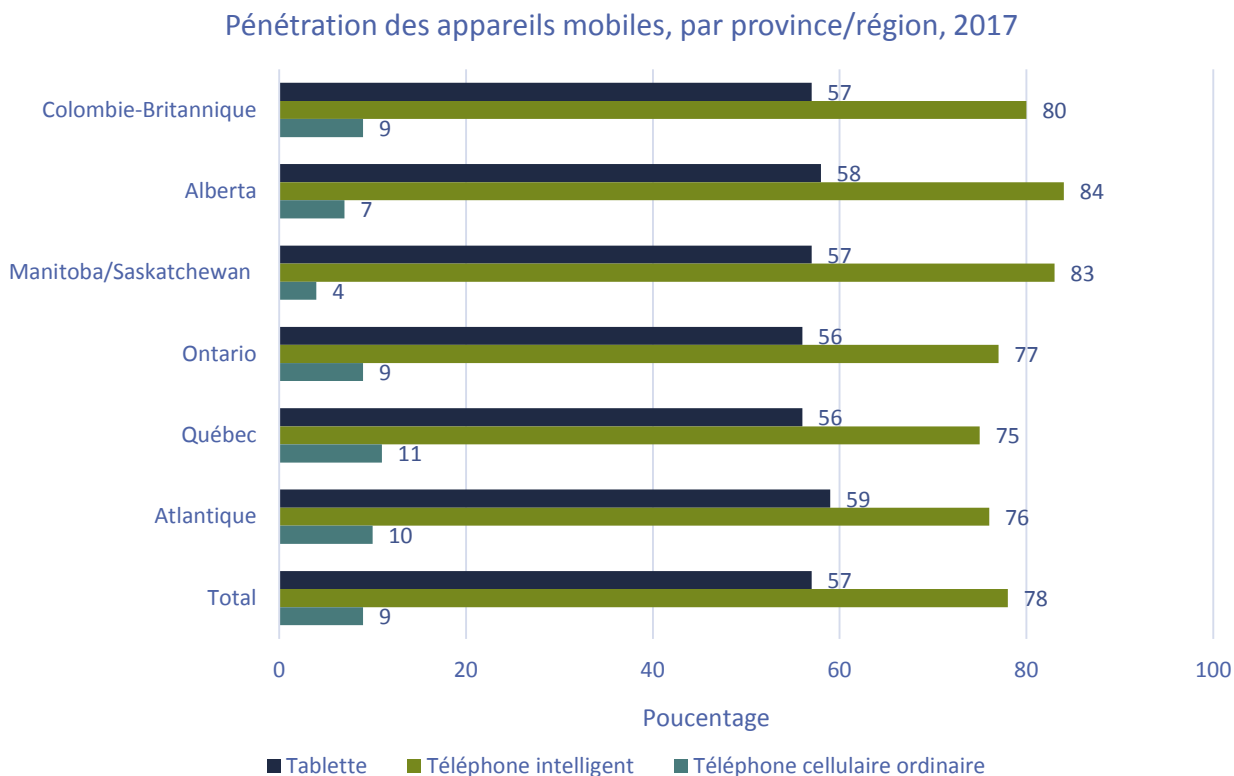
Tableau 6.1 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)

Types d'appareils mobiles	2013		2014		2015		2016		2017	
	Anglophones	Francophones	Anglophones	Francophones	Anglophones	Francophones	Anglophones	Francophones	Anglophones	Francophones
Téléphones cellulaires	86	74	86	75	89	78	89	81	87	86
Téléphones intelligents	66	49	69	54	77	61	80	68	79	75
Tablettes	42	30	51	41	53	48	55	52	57	56

Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).

Comme le montre la Graphique 6.17 ci-dessous, les Canadiens qui résident dans les provinces de l'Ouest étaient en général plus susceptibles d'utiliser des téléphones intelligents et des tablettes que les Canadiens qui résident dans les provinces de l'Est, malgré des taux d'adoption élevés partout au Canada.

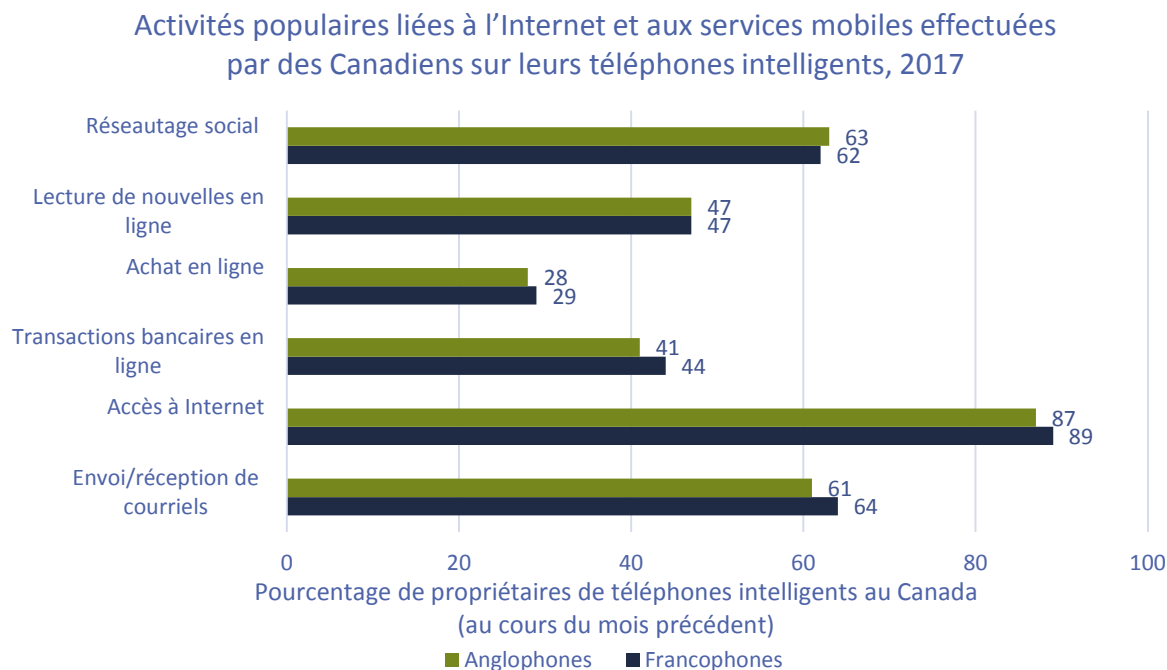
Graphique 6.17 Pénétration des appareils mobiles par province ou région, 2017



Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).

Le Graphique 6.18 montre certaines activités populaires que les francophones et les anglophones ont effectuées à l'aide de leurs téléphones intelligents. En général, les anglophones avaient légèrement plus tendance que les francophones à utiliser les téléphones intelligents, sauf en ce qui concerne les activités de réseautage social.

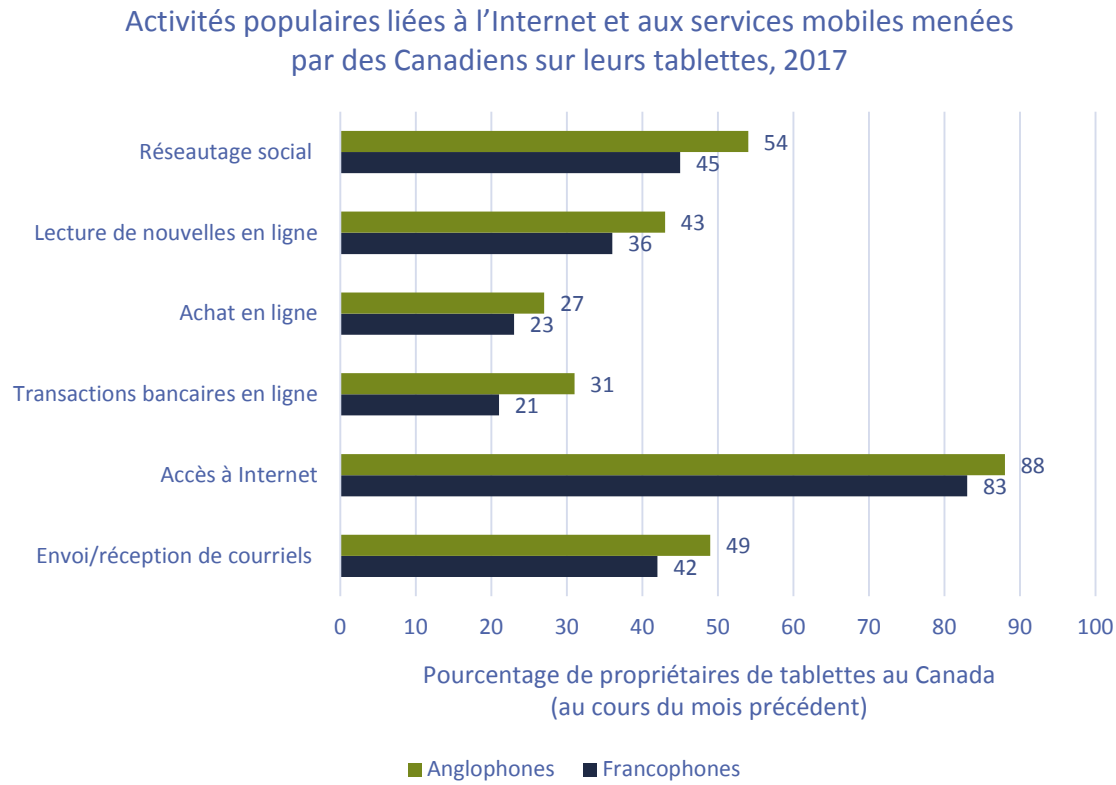
Graphique 6.18 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles effectuées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents, 2017



Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).
« Au cours du mois précédent » réfère à la période de 30 jours précédente au moment du sondage.

Le Graphique 6.19 montre certaines activités populaires que les francophones et les anglophones ont effectuées en 2017 à l'aide de leurs tablettes. Contrairement à ce que l'on observe pour les téléphones intelligents, les francophones ont plus tendance que les anglophones à utiliser des tablettes, dans toutes les catégories d'activités.

Graphique 6.19 Activités mobiles et en ligne populaires menées par les Canadiens sur leurs tablettes, 2017



Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).
 « Au cours du mois précédent » réfère à la période de 30 jours précédente au moment du sondage.

Environnement/point de vue concurrentiel

Cette section présente certaines mesures clés que l'industrie surveille étroitement et analyse pour évaluer la compétitivité sur le marché. Ces mesures témoignent de la santé financière et du rendement des deux groupes de fournisseurs à l'échelle nationale, car la présentation de données régionales et provinciales soulèverait des préoccupations sur le plan de la confidentialité et de la divulgation.

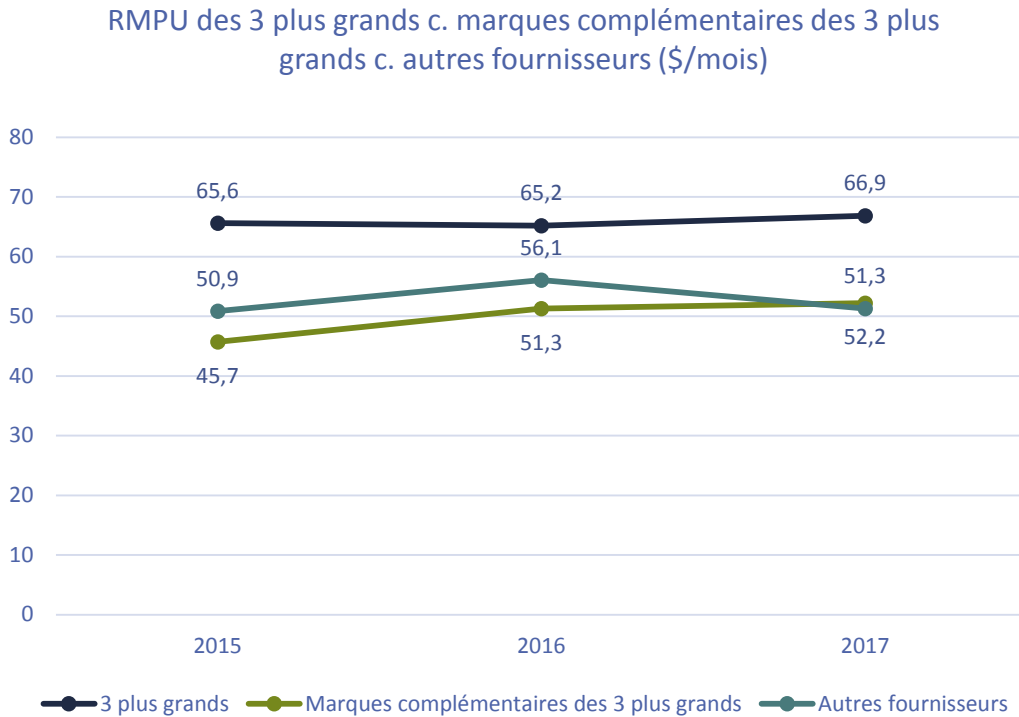
Infographie 6.9

	Marques complémentaires des 3 plus grands	Autres fournisseurs
Revenu moyen par utilisateur	66,87 \$ /mois ^{c.}	51,29 \$ /mois
Taux de résiliation moyens combinés	1,3 % ^{c.}	1,6 %
Dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU)	5,61 \$ ^{c.}	10,86 \$
Intensité de capital	8,1 % ^{c.}	19,7 %
Utilisation moyenne de données	1,6 Go /mois ^{c.}	2,2 Go /mois
Revenu moyen pour 1 Go de données	18,60 \$ /mois ^{c.}	8,50 \$ /mois

Source : Collecte de données du CRTC

En 2017, les 3 plus grands avaient plus de 90 % des revenus et du marché des abonnés. Comme l'indique le Graphique 6.20, les 3 plus grands ont constamment déclaré des RMPU plus élevés que leurs concurrents, bien que leurs marques complémentaires aient eu des RMPU très semblables à ceux déclarés par les concurrents.

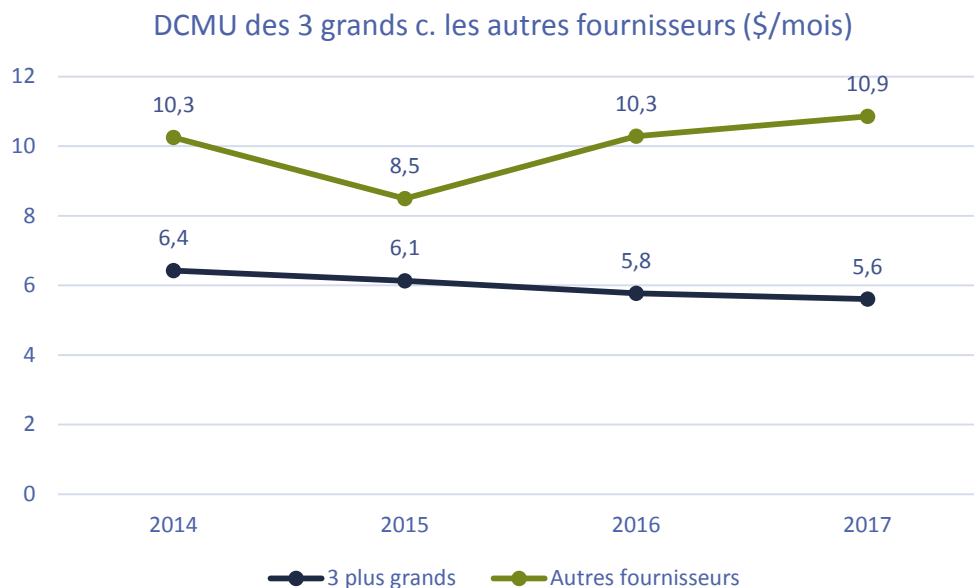
Graphique 6.20 RMPU des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois)



Source : Collecte de données du CRTC

On pourrait soutenir qu'avec un réseau mieux établi, des économies d'échelle, de l'expérience, un plus grand nombre d'abonnés et la capacité de mettre à profit l'infrastructure de télécommunications existante, les dépenses en capital moyennes par utilisateur (DCMU) des 3 plus grands seront naturellement plus faibles que celles des autres fournisseurs, qui doivent généralement consacrer plus d'argent aux infrastructures au fur et à mesure de leur expansion et de l'amélioration de leurs réseaux mobiles existants. Comme le montre le Graphique 6.21 ci-dessous, les autres fournisseurs de services avaient des DCMU bien plus élevées que les 3 plus grands en 2017, et l'écart semble se creuser.

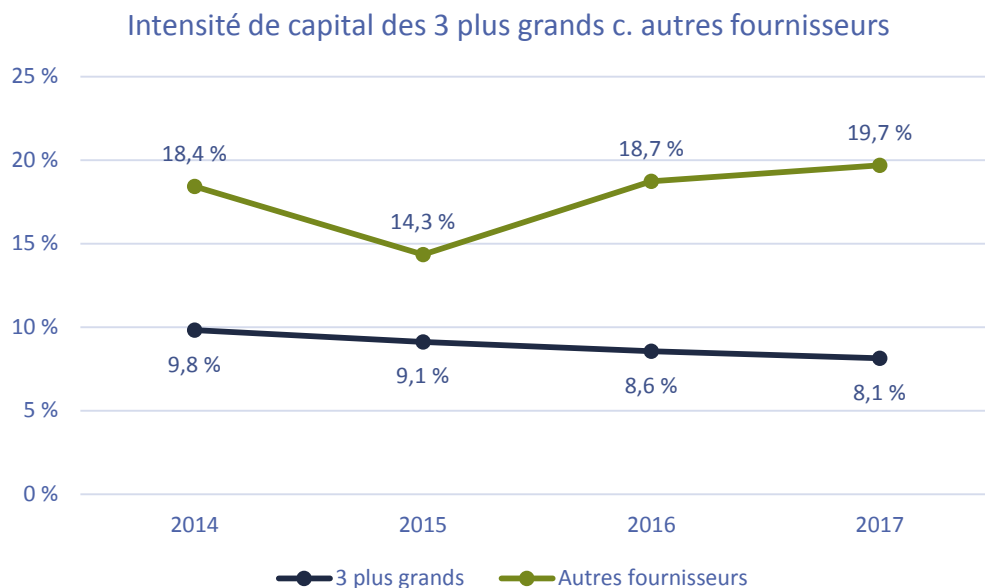
Graphique 6.21 DCMU des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois)



Source : Collecte de données du CRTC

L'intensité de capital mesure le ratio de l'investissement en capital par rapport aux revenus générés au cours d'une année donnée. Le Graphique 6.22 ci-dessous indique que les 3 plus grands ont réinvesti plus faiblement que les autres fournisseurs (plus de 2,4 fois moins) en 2017.

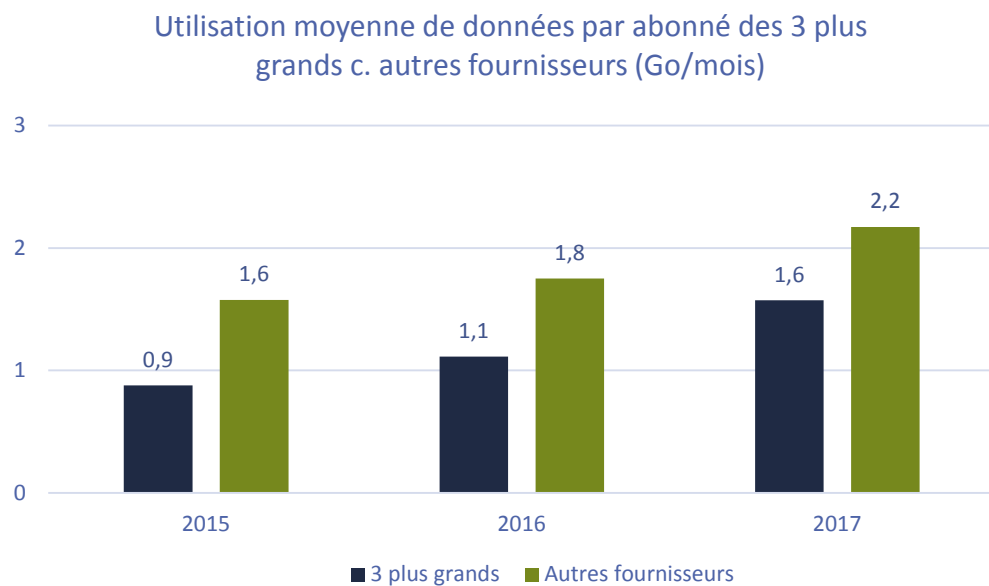
Graphique 6.22 Intensité de capital des 3 plus grands c. autres fournisseurs



Source : Collecte de données du CRTC

Les abonnés des autres fournisseurs ont utilisé, en moyenne, plus de données que les abonnés des 3 plus grands. Des abonnés qui consomment plus de données tout en générant moins de RMPU auraient vraisemblablement une incidence directe sur l'intensité de capital et la rentabilité.

Graphique 6.23 Utilisation moyenne de données par abonné des 3 plus grands c. autres fournisseurs (Go/mois)



Source : Collecte de données du CRTC

iv Détails sur la couverture et la disponibilité

Infographie 6.10

- ➔ **Couverture mobile totale** au Canada : **99,4 % de la population**
- ➔ **Couverture LTE-A** au Canada : **92 %** de la population en 2017 c. 83 % en 2016
- ➔ Pourcentage **le plus élevé de population bénéficiant d'une couverture LTE-A** : **Alberta, 97,2 %**
- ➔ Pourcentage **le plus faible de population bénéficiant d'une couverture LTE-A** (sans compter le Nord) : **Saskatchewan, 48,1 %**
- ➔ Pourcentage de Canadiens qui avaient **accès à la couverture du réseau** de trois fournisseurs : **54 %**
- ➔ Pourcentage le plus élevé de population couverte par **au moins trois réseaux** : **Île-du-Prince-Édouard, 95 %**
- ➔ Provinces où les Canadiens avaient **accès à au moins quatre fournisseurs** : **Québec et Ontario**
- ➔ **Taux de pénétration** des services mobiles au Canada : **85,7 %**
- ➔ Taux de pénétration **le plus élevé** : **Alberta, 91,6 %**
- ➔ Taux de pénétration **le plus faible** (sans compter le Nord) : **Île-du-Prince-Édouard, 71,3 %**

Source : Collecte de données du CRTC

Pendant plus de dix ans, plus de 99 % des Canadiens ont eu accès à des services mobiles, quel que soit le type de technologie de réseau déployée. Toutefois, la disponibilité de la couverture par des technologies telles que HSPA+,¹¹ LTE et LTE-A, en pourcentage de la population pour chaque province et pour le Nord, variait fortement selon l'emplacement. En 2017, plus de 97 % des Albertains avaient accès à la technologie LTE-A, contre seulement 48 % des habitants de la Saskatchewan. L'accès aux services mobiles est révélateur, entre

¹¹ Évolution de la norme HSPA (High-Speed Packet Access)

autres, des investissements faits par l'industrie pour fournir une couverture partout au pays, pour favoriser l'innovation et pour créer un marché plus concurrentiel.

La disponibilité de technologies telles que LTE et LTE-A permet généralement de bénéficier de meilleures vitesses de téléchargement et de téléversement ainsi que d'un faible niveau de latence, ce qui se traduit par une meilleure expérience pour les consommateurs, notamment pour ceux qui utilisent des applications requérant une grande quantité de données.

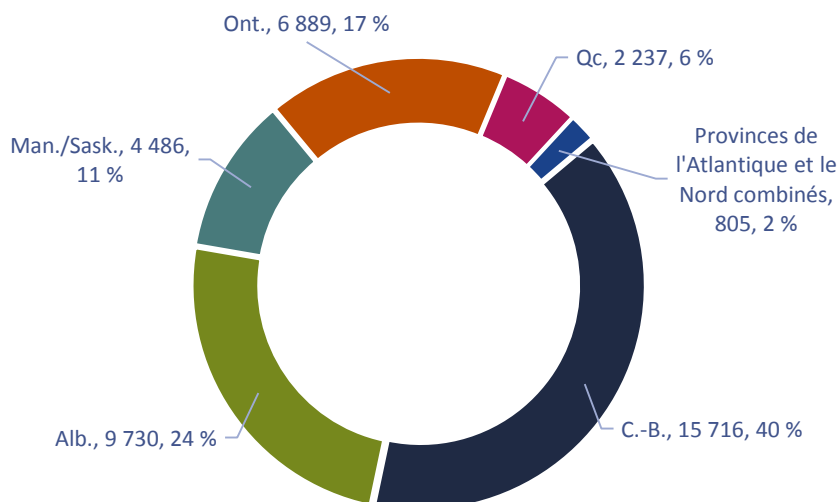
Pour ce qui est du choix du fournisseur de services, les Canadiens avaient accès, en moyenne, à deux ou trois fournisseurs de services dotés d'installations dans la plupart des provinces en 2017; la moyenne n'était cependant que d'un fournisseur dans le Nord. En 2017, 95 % des habitants de l'Île-du-Prince-Édouard avaient le choix entre au moins trois fournisseurs de réseaux, tandis que 3 % seulement des habitants de la Saskatchewan avaient accès au même nombre de fournisseurs de services dotés d'installations. L'accès à au moins trois fournisseurs est révélateur des différences entre les provinces et territoires, et entre les grandes métropoles et les petites villes rurales partout au Canada. La disponibilité de la couverture selon le nombre de fournisseurs de services dotés d'installations, par province, peut être consultée dans le portail des [données ouvertes](#).

Le taux de pénétration représente le nombre d'abonnés en pourcentage de la population. Cette mesure est révélatrice, entre autres, de la saturation et de la maturité du marché, de la capacité des fournisseurs de services à commercialiser et à vendre leurs services, de la volonté d'une population d'adopter les communications mobiles et du potentiel de croissance future. Les taux de pénétration par province et par territoire peuvent être consultés dans le portail des [données ouvertes](#).

Les points d'accès sans fil WiFi sont un service important que les fournisseurs de services de télécommunication (FST) utilisent pour se démarquer de leurs concurrents et étendre la présence de leur marque. Les points d'accès sans fil sont des emplacements où le public peut accéder à Internet grâce à la technologie WiFi 802.11. En 2017, il y avait 40 775 points d'accès sans fil au Canada et l'accès était payant pour seulement 2 % (912) d'entre eux.

Graphique 6.24 Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits au Canada, 2017

Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits au Canada, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

« Gratuit » est défini comme 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 WiFi. Les grands fournisseurs de l'Ouest canadien offrent maintenant des points d'accès gratuits comme le montre le graphique ci-dessus.

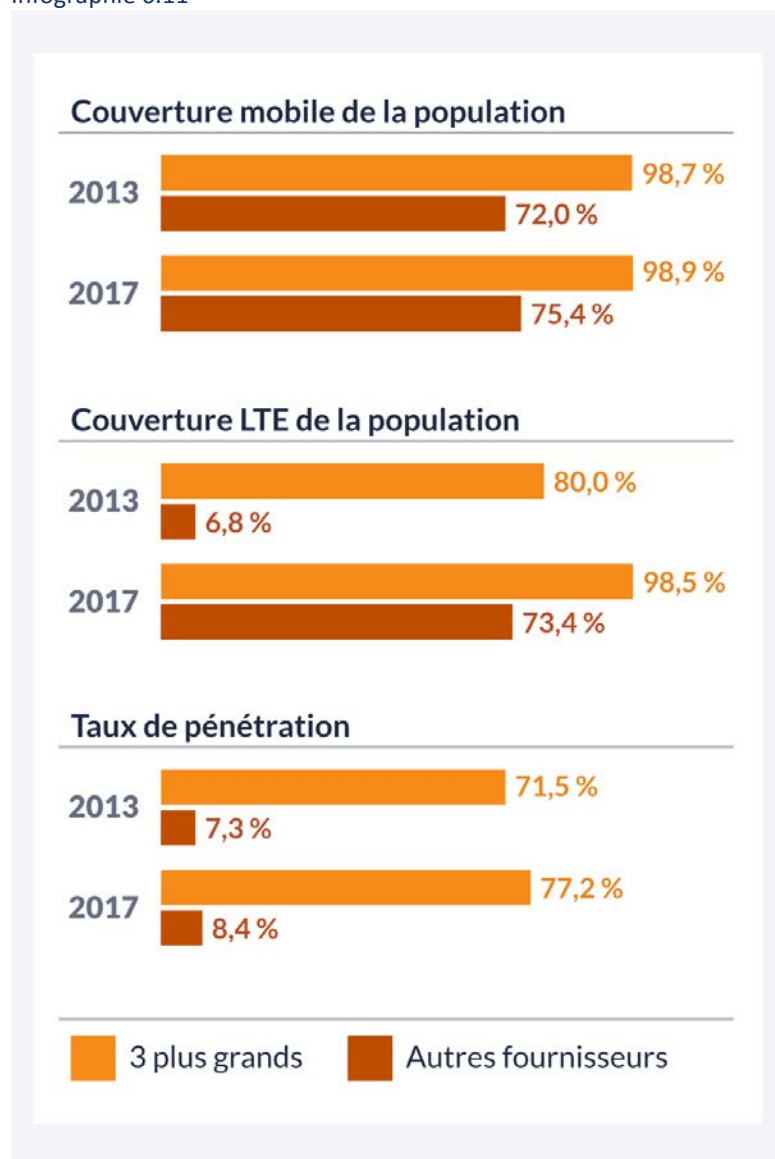
Seuls les points d'accès offerts par les grands FST sont inclus, ce qui peut exclure les points d'accès gratuits, gérés de façon indépendante par des hôtels, des restaurants et d'autres installations publiques.

Les données des provinces de l'Atlantique et du Nord ne sont pas rapportées en raison de la confidentialité des données.

Ce tableau ne comprend pas les points d'accès qui donnent uniquement accès aux clients existants des FST.

Environnement/point de vue concurrentiel

Infographie 6.11

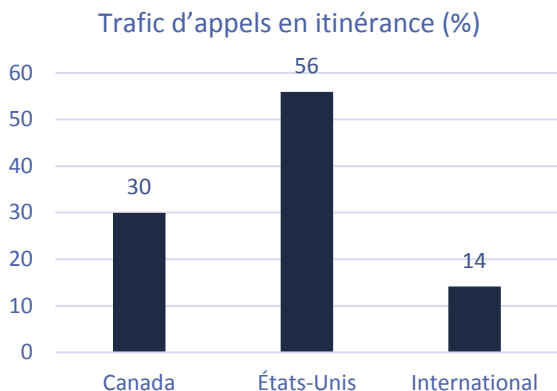


Source : Collecte de données du CRTC

En général, les trois premiers fournisseurs et les autres fournisseurs essaient d'élargir la couverture de leurs services partout au Canada, et tentent de le faire de façon rentable en concluant des ententes de partage quant aux structures de soutien, aux emplacements des antennes et aux réseaux, et en établissant des accords pour les services d'itinérance. Les accords pour les services d'itinérance permettent aux abonnés d'accéder aux services en dehors du réseau d'origine de leur fournisseur de services mobiles, tandis que les ententes de partage de réseau réduisent les frais liés à la construction d'un vaste réseau national. Lorsqu'un abonné se trouve en dehors du réseau de son fournisseur de services et est connecté au réseau d'un autre FSSF, on dit qu'il est en itinérance. Le Graphique 6.25 et le Graphique 6.26 ci-dessous présentent le

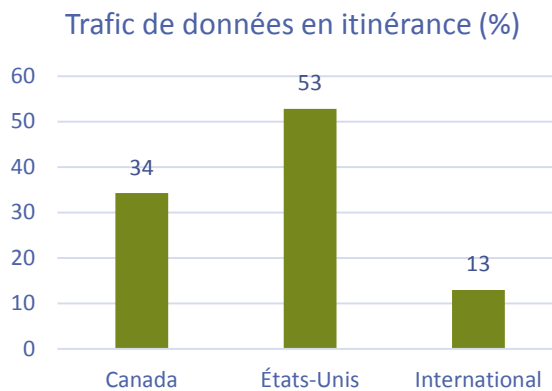
pourcentage de minutes d'appel et de trafic de données, sans tenir compte des MMS et des SMS, provenant de l'itinérance au Canada, aux États-Unis et dans le monde.

Graphique 6.25 Trafic d'appels en itinérance par destination, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 6.26 Trafic de données en itinérance par destination, 2017

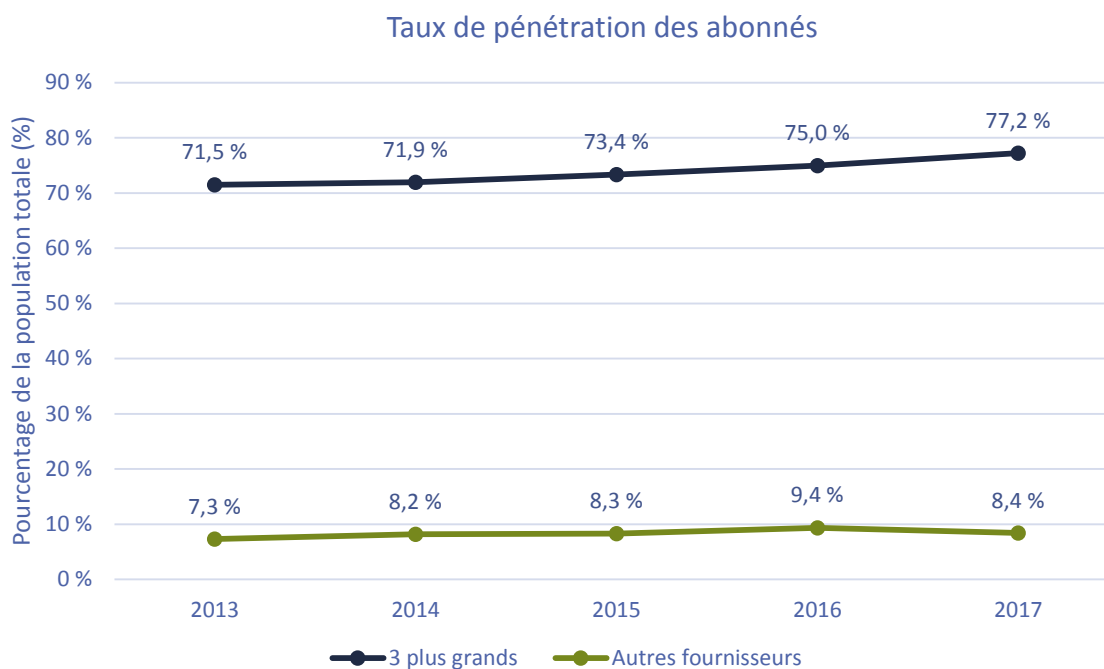


Source : Collecte de données du CRTC

Le marché des services sans fil du Canada est dominé par les 3 plus grands. Ils offrent une couverture beaucoup plus vaste et obtiennent de meilleurs taux de pénétration des abonnés que les autres fournisseurs, et ce, dans la quasi-totalité des provinces et territoires, à l'exception de la Saskatchewan. En 2017, les 3 plus grands offraient une couverture nationale supérieure à 98,9 %, contre 75,4 % pour les autres fournisseurs. Il existait un écart flagrant entre les deux groupes en ce qui concerne la couverture LTE à l'échelle du Canada. Les 3 plus grands offraient une couverture LTE de 98,5 %, contre seulement 73,4 % pour les autres fournisseurs.

L'écart entre les 3 plus grands et les autres fournisseurs était également considérable en ce qui concerne les taux de pénétration. De 2013 à 2017, le nombre d'abonnés des 3 plus grands est passé de 72 % à 77 % de la population, tandis qu'il a augmenté légèrement plus rapidement chez les autres fournisseurs, passant de 7 % à 8 % de la population au cours de la même période de cinq ans.

Graphique 6.27 Taux de pénétration des abonnés, en pourcentage de la population totale



Source : Collecte de données du CRTC