



Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes

Canadian Radio-television and
Telecommunications Commission

Canada



Rapport de surveillance des communications **2018**

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, 2019. Tous droits réservés.

Also available in English

Table des matières

1. Services de communication dans les ménages canadiens : Abonnements et dépenses 2012-2016	20
i. Faits en bref	20
ii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?.....	22
iii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?.....	22
iv. Combien les ménages canadiens dépensent-ils en services de communication?	29
v. Annexes	40
2. Prix des services de communication au Canada en 2017	49
i. Services de télédistribution	53
ii. Services téléphoniques filaires locaux	57
iii. Services Internet	61
iv. Services mobiles	73
v. Annexe	84
3. Aperçu de l'industrie des communications : Télécommunications et radiodiffusion	88
i. Aperçu.....	88
ii. Revenus	89
iii. Rendement financier	96
iv. Caractéristiques de l'industrie	100
v. Communications avec les consommateurs	102
4. Aperçu du secteur des services de télécommunication	106
i. Environnement concurrentiel	107
ii. Secteur des télécommunications	110
iii. Rendement financier	115
iv. Sources de croissance des revenus de détail	118
v. La voix des consommateurs	120
vi. Résumés par secteur	122
vii. Annexe	133
5. Secteur des services Internet fixes de détail et disponibilité de la large bande	136
i. Marché résidentiel	138
ii. Marché d'affaires	149
iii. Disponibilité des services à large bande.....	154
iv. Applications de large bande	161
6. Secteur des services mobiles de détail	170

i.	Revenus	172
ii.	Données relatives aux abonnés	179
iii.	Autres indicateurs de rendement	186
iv.	Détails sur la couverture et la disponibilité.....	198
7.	Aperçu de la radiodiffusion	206
i.	Revenus et rendement financier	208
ii.	Contributions au développement de contenu canadien	210
iii.	Caractéristiques de l'industrie	212
iv.	Revenus estimatifs des services sonores et de télévision diffusés par Internet.....	214
8.	Secteur de la radio	218
i.	Mesure de l'auditoire.....	220
ii.	Développement de contenu canadien.....	223
iii.	Avantages tangibles	226
iv.	Radio commerciale	227
v.	Radio de la SRC	232
vi.	Radio non commerciale	233
vii.	Services sonores diffusés par Internet.....	236
viii.	Disponibilité des services de radio et d'autres services sonores.....	238
ix.	Programmation de grande qualité.....	241
x.	Méthodologie	244
9.	Secteur de la télévision.....	248
i.	Aperçu du secteur.....	250
ii.	Stations de télévision traditionnelle	264
iii.	Services de télévision facultatifs et sur demande	267
iv.	Services vidéo diffusés par Internet au Canada	272
v.	Disponibilité des services de télévision et de vidéo	276
vi.	Programmation de grande qualité.....	278
vii.	Méthodologie	282
10.	Secteur de la distribution de radiodiffusion	286
i.	Revenus et rendement financier	288
ii.	Caractéristiques de l'industrie	291
iii.	Contributions	293
iv.	Paiements d'affiliation	294
v.	Règlement des différends	295

Liste des figures, tableaux et infographies

1. Services de communication dans les ménages canadiens : Abonnements et dépenses 2012-2016	20
i. Faits en bref	20
Infographie 1.1.....	20
ii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?.....	22
Infographie 1.2.....	22
iii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?.....	22
Infographie 1.2 – Abonnements	22
Graphique 1.1 Abonnements des ménages aux services de communication	23
Graphique 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile (par 100 ménages)	24
Graphique 1.3 Taux d'adoption des services de téléphonie mobile et filaire	25
Infographie 1.3.....	26
iv. Combien les ménages canadiens dépensent-ils en services de communication?	29
Infographie 1.4.....	29
Graphique 1.4 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication	30
Infographie 1.5.....	32
Infographie 1.6.....	34
Graphique 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les centres urbains	35
Graphique 1.6 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les collectivités rurales	36
Les dépenses varient également selon la province. Par exemple, les résidents du Québec ont dépensé le moins pour tous les services, à l'exception des services filaires dans les collectivités urbaines et rurales (voir le Tableau 1.8 et le.....	36
Infographie 1.7.....	37
Graphique 1.7 Dépenses mensuelles des ménages, par service et âge de la personne de référence, 2016	38
Graphique 1.8 Taux de pénétration des services de communication par groupe d'âge	39
v. Annexes	40
Tableau 1.1 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada	40
Tableau 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada, par quintile de revenu	41
Tableau 1.3 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages, par province, 2016.....	42

Tableau 1.4 Ordinateur à domicile et utilisation d'Internet à la maison, par 100 ménages, par quintile de revenu	42
Tableau 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages sur cinq ans en services de communication, par service et par quintile de revenu (\$/mois/ménage)	43
Tableau 1.6 Dépenses par service et par quintile de revenu, en pourcentage du revenu annuel moyen	44
Tableau 1.7 Dépenses des ménages en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen, par quintile de revenu, 2016	45
Tableau 1.9 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communications dans les centres urbains	47
2. Prix des services de communication au Canada en 2017	49
Infographie 2.1 Prix mensuel moyen rapporté des services de communication au Canada	49
Graphique 2.1 Prix moyens combinés rapportés des services de communication par province/région en 2016 et 2017	50
Graphique 2.2 Prix moyen rapporté par service dans les centres urbains, par province/région (\$)	51
Graphique 2.3 Prix moyen rapporté par service dans les collectivités rurales, par province/région (\$)	52
i. Services de télédistribution	53
Graphique 2.4 Prix du service de télévision de base des EDR par grand centre urbain en 2017	54
Graphique 2.5 Prix du service de télévision de base des EDR par province/territoire dans les centres urbains et dans les collectivités rurales en 2017	56
ii. Services téléphoniques filaires locaux	57
Graphique 2.6 Prix du service téléphonique filaire de base (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	58
Graphique 2.7 Prix du service téléphonique filaire de base (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales par province/territoire en 2017	60
iii. Services Internet	61
Graphique 2.8 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande de 5/1 Mbps et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	62
Graphique 2.9 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (25/3 Mbps, 100 Go/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	64
Graphique 2.10 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (50/10 Mbps, transfert de données illimité) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	65
Graphique 2.11 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande de 5/1 Mbps et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	67
Graphique 2.12 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (25/3 Mbps, 100 Go/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	70

Graphique 2.13 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (50/10 Mbps, transfert de données illimité) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	71
iv. Services mobiles	73
Graphique 2.14 Prix d'un service de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	74
Graphique 2.15 Prix d'un service de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	75
Graphique 2.16 Prix d'un service de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	76
Graphique 2.17 Prix d'un service de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017	77
Graphique 2.18 Prix d'un service de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	79
Graphique 2.19 Prix d'un service de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	80
Graphique 2.20 Prix d'un service de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	81
Graphique 2.21 Prix d'un service de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017	83
v. Annexe	84
Tableau 2.1 Liste des centres urbains	84
Tableau 2.2 Liste des collectivités rurales	85
3. Aperçu de l'industrie des communications : Télécommunications et radiodiffusion	88
i. Aperçu	88
Infographie 3.1	88
ii. Revenus	89
Infographie 3.2	89
Graphique 3.1 Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication	90
Graphique 3.2 Taux de croissance annuelle des revenus des services de communication	91
Infographie 3.3	92
Graphique 3.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur (milliards \$), 2017	93
Graphique 3.4 Composition des revenus des services de communication des FST titulaires et entreprises de câblodistribution (milliards \$), 2017	94
iii. Rendement financier	96
Graphique 3.5 Part des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication (%)	96

Graphique 3.6 Revenus des services filaires des entreprises de câblodistribution, par type de services	97
Graphique 3.7 Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises, 2017	98
Graphique 3.8 Marges BAIIDA atteintes par les entreprises de câblodistribution, les FST titulaires et les autres fournisseurs de services	99
iv. Caractéristiques de l'industrie	100
Infographie 3.4 Convergence de l'industrie – les entreprises de câblodistribution par rapport aux FST titulaires	100
Tableau 3.1 Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés par des entreprises exploitées dans plusieurs secteurs	101
v. Communications avec les consommateurs	102
Infographie 3.5.....	102
Tableau 3.2 Nombre de communications au sujet des services de radiodiffusion reçues par le CRTC, par type de sujet.....	102
Tableau 3.3 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet	102
Tableau 3.4 Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet.....	103
4. Aperçu du secteur des services de télécommunication	106
i Environnement concurrentiel	107
Infographie 4.1.....	107
Infographie 4.2.....	108
Graphique 4.1 Part des revenus totaux par type de FST, 2017 (%).....	109
Graphique 4.2 Compagnies offrant des services de télécommunication par type de FST, 2017 (%)	109
ii Secteur des télécommunications	110
Infographie 4.3 Secteurs des services de télécommunication et parts des revenus.....	110
Graphique 4.3 Répartition des FST par nombre de services offerts, 2017	111
Graphique 4.4 Part des revenus des FST selon le nombre de services offerts, 2017	111
Infographie 4.4.....	112
Tableau 4.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l'objet d'une abstention de la réglementation	113
Graphique 4.5 Subventions versées aux entreprises de services locaux titulaires et taux de contribution	114
iii Rendement financier	115
Infographie 4.5.....	115

Infographie 4.6 Intensité de capital pour les industries présentant les rapports d'intensité de capital les plus élevés pour 2017	116
Graphique 4.6 Dépenses en immobilisations relatives aux services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST	116
Graphique 4.7 Marges BAIIA, par type de fournisseur (%)	117
iv Sources de croissance des revenus de détail	118
Infographie 4.7	118
v La voix des consommateurs	120
Infographie 4.8	120
Tableau 4.2 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2017	121
Tableau 4.3 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les services de télécommunication traitées par la CPRST (2016-2017)	121
vi Résumés par secteur	122
Infographie 4.9	122
Tableau 4.4 Composantes des revenus des services sans mobiles et de téléappel de détail (millions \$)	122
Graphique 4.8 Part de marché en termes de revenus des services mobiles de détail (%)	124
Infographie 4.10	125
Tableau 4.5 Revenus des services Internet de détail (millions \$)	125
Infographie 4.11	127
Tableau 4.6 Revenus des services locaux et interurbains de détail (millions \$)	127
Infographie 4.12	129
Tableau 4.7 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions \$)	129
Infographie 4.13	131
Tableau 4.8 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur (millions \$)	131
vii Annexe	133
Tableau 4.9 Types de FST, descriptions et exemples	133
5. Secteur des services Internet fixes de détail et disponibilité de la large bande	136
Infographie 5.1	136
i. Marché résidentiel	138
Infographie 5.2	138
Infographie 5.3 Source : Collecte de données du CRTC	139
Graphique 5.1 Abonnements aux services Internet résidentiels par type de fournisseur de services (en milliers)	140

Graphique 5.2 Taux de croissance du nombre d'abonnements à des services Internet résidentiels par rapport au taux de croissance de la population	141
Graphique 5.3 Abonnements aux services Internet haute vitesse résidentiels par capacité de téléversement/téléchargement (en Go)	142
Graphique 5.4 Abonnements aux services Internet haute vitesse résidentiels par vitesse de téléchargement annoncée (%)	143
Graphique 5.5 Utilisation moyenne pondérée de téléversement/téléchargement (Go) des forfaits de services Internet à large bande de résidence	144
Graphique 5.6 Pourcentage des ménages abonnés à un service Internet à large bande résidentiel par province/territoire en 2017	144
Infographie 5.4	145
Graphique 5.7 Revenus des services d'accès Internet résidentiels (en milliards de dollars)	145
Graphique 5.8 Revenus des services Internet résidentiels par type de fournisseur de services (%)	146
Infographie 5.5	146
Graphique 5.9 Revenu mensuel moyen des services Internet résidentiels par vitesse de téléchargement annoncée (en dollars)	147
Graphique 5.10 Abonnements à des services d'accès Internet résidentiels par technologie d'accès, 2013 (%)	148
Graphique 5.11 Abonnements à des services d'accès Internet résidentiels par technologie d'accès, 2017 (%)	148
ii. Marché d'affaires	149
Infographie 5.6	149
Graphique 5.12 Revenus des services d'accès Internet et de transport d'affaires par type de service (millions \$)	150
Graphique 5.13 Revenus du marché des services d'accès Internet d'affaires par type de fournisseur de services (%)	151
Graphique 5.14 Nombre d'abonnements aux services d'accès Internet d'affaires par type d'abonnement (en milliers)	152
Graphique 5.15 Abonnements aux services d'accès Internet haute vitesse d'affaires par type de fournisseur de services (%)	152
Graphique 5.16 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès (%)	153
iii. Disponibilité des services à large bande	154
Infographie 5.7	154
Tableau 5.1 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications (en pourcentage des ménages)	155
Graphique 5.17 Disponibilité des services à large bande par vitesse (en pourcentage des ménages) ..	157

Tableau 5.2 Disponibilité des services à large bande par vitesse et par province/territoire en 2017 (en pourcentage des ménages)	158
Graphique 5.18 Disponibilité d'un service à large bande dans les centres urbains par rapport aux régions rurales en 2017 (en pourcentage des ménages)	159
Graphique 5.19 Disponibilité des services à large bande en région rurale par vitesse (% des ménages) 160	
iv. Applications de large bande	161
Infographie 5.8.....	161
Graphique 5.20 Utilisation de données (Go/h) des services sélectionnés sur un branchement Internet à large bande filaire	162
Graphique 5.21 Utilisation de données (Go/h) des services sélectionnés sur un branchement Internet à large bande sans fil (LTE).....	163
Graphique 5.22 Frais d'utilisation excédentaire selon l'utilisation de données des services de diffusion en continu sélectionnés sur un branchement Internet à large bande filaire.....	165
Graphique 5.23 Frais d'utilisation excédentaire selon l'utilisation de données des services de diffusion en continu sélectionnés sur un branchement Internet sans fil (LTE)	165
Graphique 5.24 Effet de la réduction du débit binaire de la politique d'utilisation acceptable sur les services de diffusion en continu sélectionnés	166
6. Secteur des services mobiles de détail	170
Infographie 6.1.....	170
i. Revenus	172
Infographie 6.2.....	172
Graphique 6.1 Revenus du secteur des services mobiles de détail, par source, 2017 (milliards \$)	173
Infographie 6.3.....	174
Infographie 6.4.....	174
Infographie 6.5.....	175
Graphique 6.2 Part de marché des revenus des services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs.....	176
Graphique 6.3 Taux de croissance des revenus des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs	177
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	178
ii. Données relatives aux abonnés	179
Infographie 6.6.....	179
Graphique 6.5 Part de marché des abonnés provinciale et territoriale (%), 2017	180
Graphique 6.6 Pourcentage d'abonnés aux services mobiles ayant un forfait de données	181

Graphique 6.7 Répartition des abonnés aux services mobiles avec des forfaits de données, par taille de forfait, 2017	181
Infographie 6.7.....	182
Graphique 6.8 Taux de croissance du nombre d'abonnés des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs	183
Graphique 6.9 Part de marché des abonnés aux services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs.....	184
Graphique 6.10 Pourcentage des abonnés ayant un forfait de données : 3 plus grands c. autres fournisseurs	184
Graphique 6.11 Répartition des abonnés aux services mobiles par taille de forfait : 3 plus grands c. autres fournisseurs, 2017	185
iii. Autres indicateurs de rendement	186
Infographie 6.8.....	186
Graphique 6.12 RMPU pour les services mobiles à l'échelle nationale (\$/mois).....	187
Graphique 6.13 Marges BAIIA des services mobiles (%).....	188
Graphique 6.14 Dépenses en capital moyennes par abonné par mois (\$)	188
Graphique 6.15 Utilisation mensuelle moyenne de données par abonné (Mo)	189
Graphique 6.16 Pénétration des appareils mobiles.....	190
Tableau 6.1 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)	191
Graphique 6.17 Pénétration des appareils mobiles par province ou région, 2017	191
Graphique 6.18 Activités populaires liées à l'Internet et aux services mobiles effectuées par des Canadiens sur leurs téléphones intelligents, 2017	192
Graphique 6.19 Activités mobiles et en ligne populaires menées par les Canadiens sur leurs tablettes, 2017	193
Infographie 6.9.....	194
Graphique 6.20 RMPU des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois).....	195
Graphique 6.21 DCMU des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois).....	196
Graphique 6.22 Intensité de capital des 3 plus grands c. autres fournisseurs	197
Graphique 6.23 Utilisation moyenne de données par abonné des 3 plus grands c. autres fournisseurs (Go/mois)	197
iv. Détails sur la couverture et la disponibilité.....	198
Infographie 6.10	198
Graphique 6.24 Nombre de points d'accès Wi Fi gratuits au Canada, 2017	200
Infographie 6.11	201
Graphique 6.25 Trafic d'appels en itinérance par destination, 2017	202

Graphique 6.26 Trafic de données en itinérance par destination, 2017	202
Graphique 6.27 Taux de pénétration des abonnés, en pourcentage de la population totale	203
7. Aperçu de la radiodiffusion	206
Infographie 7.1.....	206
Graphique 7.1 Répartition du total des revenus issus des activités de la radiodiffusion, 2017	207
i. Revenus et rendement financier	208
Infographie 7.2.....	208
Graphique 7.2 Répartition des revenus par région (milliards \$)	209
ii. Contributions au développement de contenu canadien	210
Infographie 7.3.....	210
Graphique 7.3 Contributions au contenu canadien par source (millions \$), 2017	211
iii. Caractéristiques de l'industrie	212
Infographie 7.4.....	212
Graphique 7.4 Répartition des entités de radiodiffusion par nombre de services offerts, 2017	213
Graphique 7.5 Part des revenus des radiodiffuseurs selon le nombre de services offerts, 2017	213
iv. Revenus estimatifs des services sonores et de télévision diffusés par Internet.....	214
Infographie 7.5.....	214
Graphique 7.6 Revenus estimatifs au Canada des services sonores diffusés par Internet (millions \$), 2017	215
Graphique 7.7 Revenus estimatifs au Canada des services vidéo diffusés par Internet (millions \$), 2017	215
8. Secteur de la radio	218
Infographie 8.1.....	218
i. Mesure de l'auditoire.....	220
Graphique 8.1 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens (18+) de la radio traditionnelle et des services audio en continu, des Canadiens 18+, 2013-2017	220
Graphique 8.2 Pourcentage des Canadiens 18+ qui ont écouté des services sonores en continu au cours du mois précédent, par groupe linguistique et plateforme	221
Graphique 8.3 Pourcentage de ménages abonnés à la radio par satellite, par groupe linguistique	222
ii. Développement de contenu canadien.....	223
Graphique 8.4 Contributions au DCC par mesure réglementaire (millions \$)	223
Graphique 8.5 Bénéficiaires des contributions en développement de contenu canadien (millions \$), 2017	225
iii. Avantages tangibles	226

Tableau 8.1 Nombre de transactions de propriété en radio, valeur de ces transactions (en millions de dollars) et les avantages tangibles qui en ont découlé (en millions de dollars), par langue de service, pour la période du 1 ^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2017.....	226
iv. Radio commerciale	227
Infographie 8.2.....	227
Graphique 8.6 Revenus des stations de radio commerciales de langue tierce (%) et nombre de stations par marché, 2017	228
Infographie 8.3.....	229
Graphique 8.7 Part d'écoute des formules du marché anglophone les plus populaires (%), 2017	231
Graphique 8.8 Part d'écoute des formules du marché francophone les plus populaires (%), 2017	231
v. Radio de la SRC	232
Infographie 8.4.....	232
vi. Radio non commerciale	233
Infographie 8.5.....	233
Graphique 8.9 Revenus des stations de radio non commerciales, par type de service (millions \$)	235
vii. Services sonores diffusés par Internet.....	236
Infographie 8.6.....	236
Graphique 8.10 Revenus estimatifs au Canada des services sonores diffusés par Internet par modèle d'affaires (millions \$).....	237
viii. Disponibilité des services de radio et d'autres services sonores.....	238
Tableau 8.2 Type et nombre de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion.....	238
Tableau 8.3 Nombre de services de radio publics/communautaires et privés autorisés à diffuser en direct au Canada, par province et langue de diffusion, 2017.....	239
Tableau 8.4 Nombre de nouvelles stations de radio en direct autorisées, classées par langue, catégorie de licence, type de service et processus d'attribution de licence.....	240
ix. Programmation de grande qualité.....	241
Tableau 8.5 Nombre de communications au sujet des services de radio reçues par le CRTC, par type de sujet	242
Tableau 8.6 Nombre de plaintes concernant la radio reçues et nombre de plaintes concernant la radio renvoyées au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), par sujet	242
Tableau 8.7 Plaintes concernant la radio traitées par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision en 2017, par langue et origine nationale.....	243
Tableau 8.8 Plaintes traitées par Les normes canadiennes de la publicité.....	243
x. Méthodologie	244
9. Secteur de la télévision.....	248

Infographie 9.1.....	248
i. Aperçu du secteur.....	250
Graphique 9.1 Revenus des stations de télévision traditionnelle privées, des stations de télévision traditionnelle de la SRC, des services facultatifs et des services sur demande en 2017 (millions \$).....	250
Graphique 9.2 Revenus d'abonnement et de publicité des stations de télévision traditionnelle privées et des services facultatifs et sur demande (millions \$).....	251
Graphique 9.3 Taux de croissance des revenus des stations de télévision traditionnelle privées, des stations de télévision traditionnelle de la SRC, des services facultatifs et des services sur demande..	251
Graphique 9.4 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens 18+ de télévision traditionnelle et de télévision par Internet	252
Graphique 9.5 Pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui regardaient du contenu vidéo et de la programmation à la télévision et sur Internet le mois dernier par langue et par plateforme en 2017 .	253
Graphique 9.6 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens, par groupe d'âge.....	254
Graphique 9.7 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions distribuées par les services de télévision canadiens en langue anglaise et en langue tierce dans l'ensemble du pays (à l'exception du marché de langue française du Québec), 2016-2017	255
Graphique 9.8 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions distribuées par les services de télévision canadiens en langue française sur le marché de langue française du Québec, 2016-2017	255
Graphique 9.9 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision canadiens, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation, 2017	256
Graphique 9.10 Dépenses en programmation consacrées aux ÉIN, aux émissions canadiennes et non canadiennes (%), 2017	257
Graphique 9.11 Dépenses en émissions canadiennes, par type de service (millions \$), 2017	258
Graphique 9.12 Dépenses en émissions canadiennes des stations de télévision traditionnelle et des services facultatifs par catégorie de programmation (millions \$), 2013 et 2017	259
Graphique 9.13 DÉC dans la catégorie des émissions de nouvelles par type de services de télévision (millions \$)	260
Graphique 9.14 Dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN), par catégorie (millions \$), 2017	261
Infographie 9.2.....	262
Tableau 9.1 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2013 au 31 décembre 2017	263
ii. Stations de télévision traditionnelle	264
Infographie 9.3.....	264
Graphique 9.15 Revenus des stations de télévision traditionnelle privées, par source (%), 2017	265
Graphique 9.16 Revenus des stations de télévision traditionnelle de la SRC, par source (%), 2017	265

Infographie 9.4 Stations de télévision traditionnelle privée détenues par les grands groupes de propriété	266
iii. Services de télévision facultatifs et sur demande	267
Infographie 9.5.....	267
Graphique 9.17 Revenus des services facultatifs et sur demande (millions \$)	268
Graphique 9.18 Revenus des services facultatifs et sur demande, par source (millions \$), 2017	269
Infographie 9.6 Services facultatifs des grands groupes de propriété et de la SRC	270
Infographie 9.7 Services sur demande des grands groupes de propriété	271
iv. Services vidéo diffusés par Internet au Canada	272
Infographie 9.8.....	272
Graphique 9.19 Revenus estimatifs au Canada des services vidéo diffusés par Internet, par modèle d'entreprise (millions \$).....	273
Graphique 9.20 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDA (millions \$), 2017	274
Graphique 9.21 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDT (millions \$), 2017	274
Graphique 9.22 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDFP (millions \$), 2017	274
Graphique 9.23 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDFP par plateforme (millions \$)	275
v. Disponibilité des services de télévision et de vidéo	276
Tableau 9.2 Nombre et type de services de télévision et de services vidéo autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion	276
Tableau 9.3 Nombre de services canadiens publics, communautaires, éducatifs et traditionnels privés dont la diffusion est autorisée, par province et langue de diffusion.....	277
vi. Programmation de grande qualité.....	278
Tableau 9.4 Nombre de communications au sujet des services de télévision reçues par le CRTC, par type de sujet, pour les années de radiodiffusion 2013 à 2017	279
Tableau 9.5 Plaintes relatives à la programmation télévisuelle reçues par le CRTC et acheminées au CCNR par secteur et par enjeu, pour les années de radiodiffusion 2013 à 2017	280
Tableau 9.6 Plaintes liées à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et origine de l'émission, 2017	281
Tableau 9.7 Plaintes liées au contenu publicitaire numérique et télévisuel, traitées par NCP en 2017	281
vii. Méthodologie	282
10. Secteur de la distribution de radiodiffusion	286
Infographie 10.1	286
i. Revenus et rendement financier	288
Infographie 10.2	288

Graphique 10.1 Pourcentage des ménages abonnés à une EDR comparativement au pourcentage des Canadiens regardant la télévision exclusivement en ligne.....	289
Graphique 10.2 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision uniquement en ligne, à l'échelle nationale et par langue	290
Graphique 10.3 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision exclusivement en ligne au Canada par groupe d'âge.....	290
ii. Caractéristiques de l'industrie	291
Infographie 10.3.....	291
Graphique 10.4 Revenus par type de plateforme de distribution (%), 2017	292
Graphique 10.5 Abonnés par type de plateforme de distribution (%), 2017.....	292
iii. Contributions	293
Graphique 10.6 Contributions des EDR à la programmation canadienne par bénéficiaire	293
iv. Paiements d'affiliation	294
Graphique 10.7 Paiements d'affiliation déclarés par plateforme de distribution (millions \$), 2017	294
Graphique 10.8 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens (millions \$), 2017	294
v. Règlement des différends	295
Graphique 10.9 Nombre de cas de règlement de différends en 2017-2018.....	295
Graphique 10.10 Nombre de cas de règlement officiel de différends en 2017-2018.....	295



Rapport de surveillance des communications **2018**

Services de communication
dans les ménages canadiens :
Abonnements et dépenses
2012-2016

Services de communication dans les ménages canadiens : Abonnements et dépenses 2012-2016

Cet article donne un aperçu de l'adoption des technologies de communication par les ménages canadiens pour la période s'étendant de 2012 à 2016 et illustre les tendances en matière de dépenses en services de communication des ménages. Les données présentées ici sont tirées de l'Enquête sur les dépenses des ménages¹ de Statistique Canada et des sources du CRTC. Des données additionnelles sur l'industrie des communications au Canada sont présentées dans le [Rapport de surveillance des communications 2017 \(RSC\) du Conseil](#).

i. Faits en bref

Infographie 1.1

Abonnements

Dépenses



Remarque : La « télédistribution » fait référence au câble, à la télévision par protocole Internet (IPTV) et aux services par satellite utilisés pour fournir des services de télévision aux ménages.

¹ http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&Id=250693

In 2016:

Les ménages canadiens délaissent toujours le service téléphonique filaire en faveur du service mobile, avec environ un tiers des ménages qui sont abonnés au service mobile seulement ²

Les abonnements des ménages aux services de télédistribution ³ ont diminué lentement, à environ trois sur quatre ménages abonnés, tandis que le pourcentage de ménages ayant un service Internet a augmenté lentement, passant à 87 %.

Les ménages canadiens ont dépensé en moyenne 222,83 \$ par mois pour leurs services de communication, une augmentation de 4,41 \$ (2,02 %) par rapport à 2015. En comparaison, le taux moyen d'[inflation annuelle](#) au Canada était de 1,4 % en 2016, selon Statistique Canada.

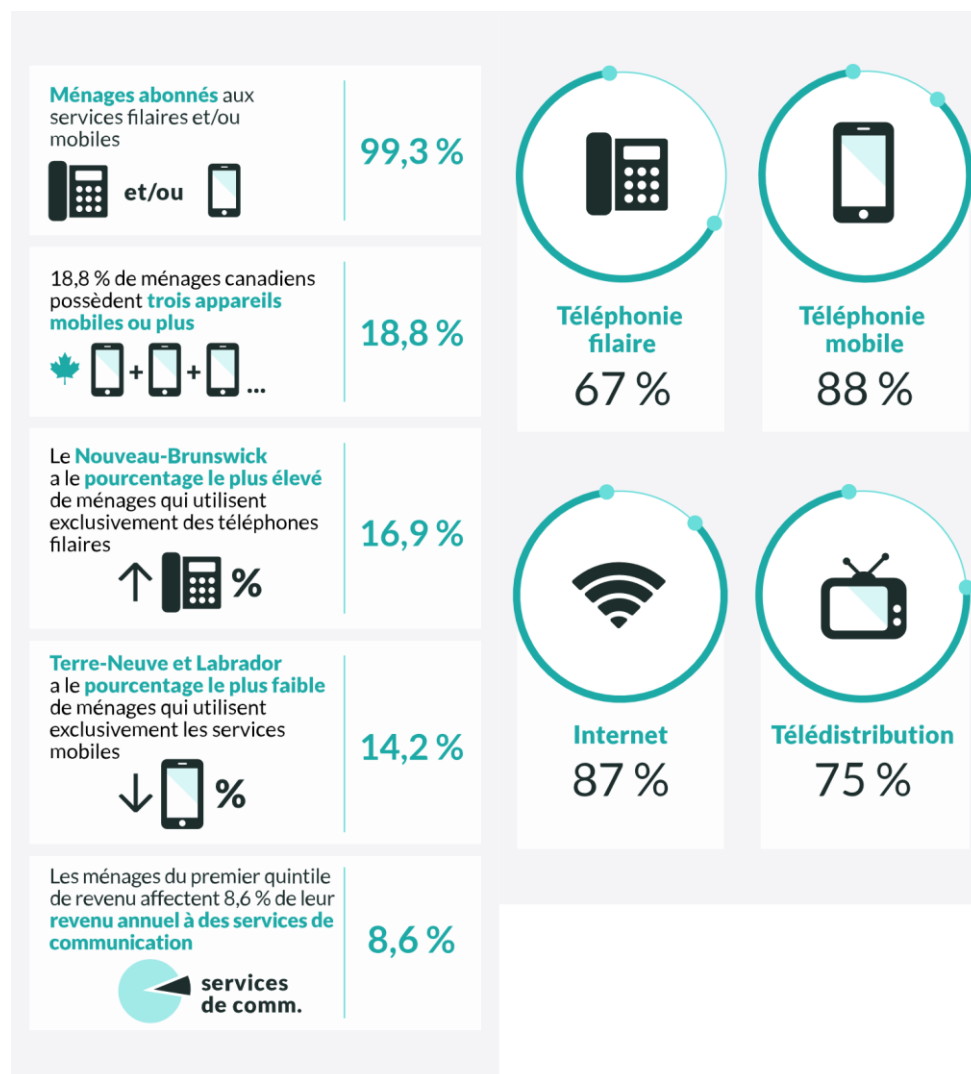
Les ménages canadiens ont continué de dépenser plus par mois pour les services mobiles (92,08 \$) et les services de télédistribution (53,75 \$) que pour les services Internet (49,50 \$) et les services filaires (27,50 \$).

² On utilise divers termes pour décrire les services téléphoniques offerts aux Canadiens. Statistique Canada rend compte des abonnements et des dépenses liées au service de téléphonie cellulaire. Le présent article fait référence aux téléphones cellulaires en tant que téléphones mobiles, avec des dépenses en services mobiles, notamment la voix, le service d'envoi de messages courts (SMC), et les services de données comme l'accès à Internet.

³ 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). Dans cet article, les services d'EDR font référence aux « services de télédistribution »; ils excluent les abonnements et l'écoute ou la diffusion en continu d'émissions de télévision ou de clips sur Internet.

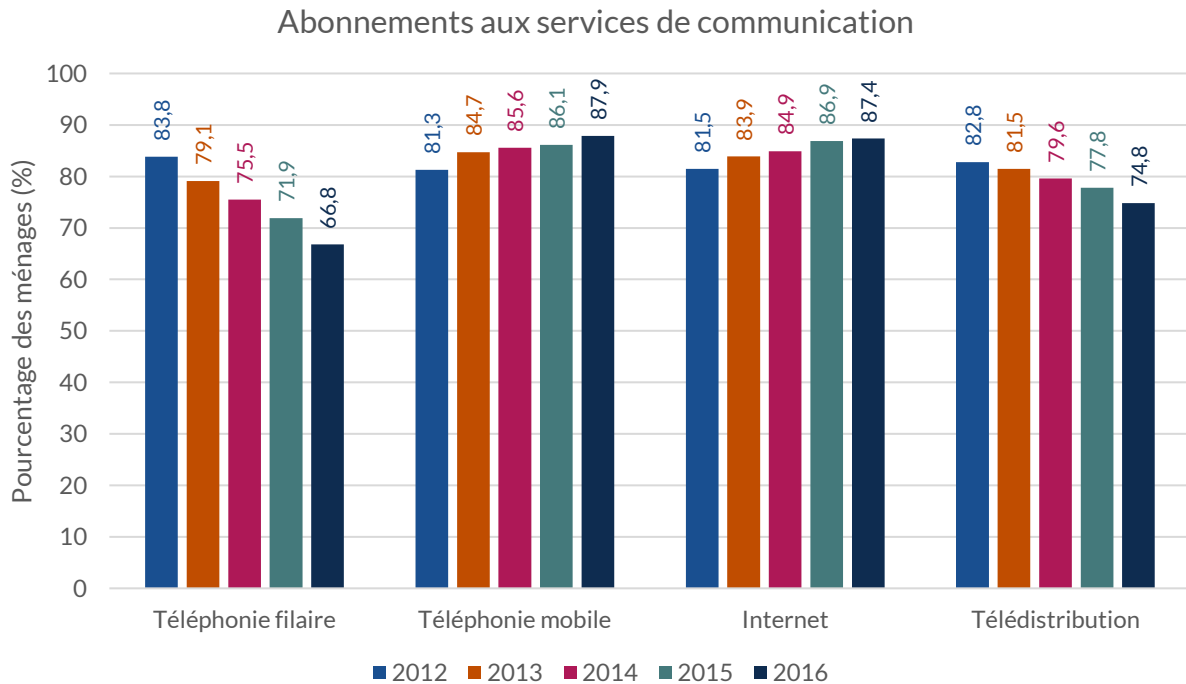
ii. Quels services de communication les ménages canadiens utilisent-ils?

Infographie 1.2



Dans le système de communication canadien, il est important de mettre en évidence les abonnements aux services individuels pour les services filaires, mobiles, Internet et de télédistribution. La plupart des Canadiens, sinon tous, choisissent un ou plusieurs de ces services, qui jouent un important rôle dans leur vie quotidienne. La présente section présente les tendances en matière d'adoption au Canada par type de service, revenu et province.

Graphique 1.1 Abonnements des ménages aux services de communication



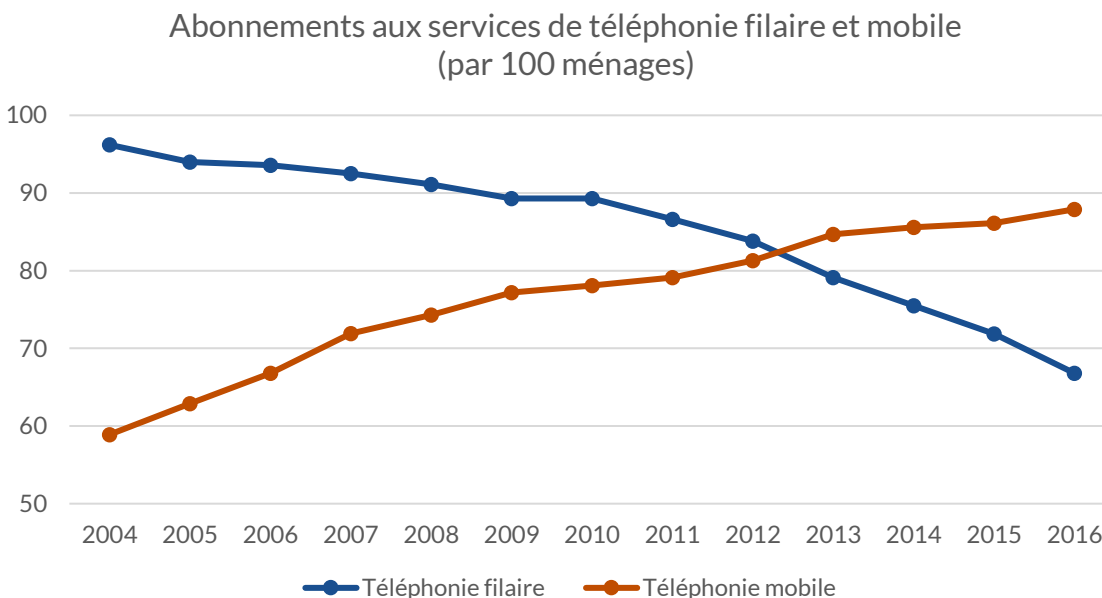
Source : Statistique Canada, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01 – Données d’abonnement aux services filaires, mobiles et Internet. Collecte de données du CRTC – Données d’abonnement aux services de télédistribution
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Abonnements aux services filaires et mobiles

En 2016, légèrement plus de ménages étaient abonnés à des services mobiles (87,9 %) que des services Internet (87,4 %). Presque tous les ménages canadiens (99,3 %) étaient abonnés aux services téléphoniques mobiles ou filaires en 2016 (Tableau 1.1) et les ménages possédaient en moyenne 1,6 téléphone mobile.

Au cours de la dernière décennie, le pourcentage de ménages ayant des services filaires a diminué, tandis que celui des ménages ayant des services mobiles a augmenté (Graphique 1.2). Moins de ménages choisissent les deux services. En 2016, près d’un tiers (32,5 %) des ménages canadiens utilisaient exclusivement les téléphones mobiles et 11,4 %, exclusivement les téléphones filaires.

Graphique 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile (par 100 ménages)



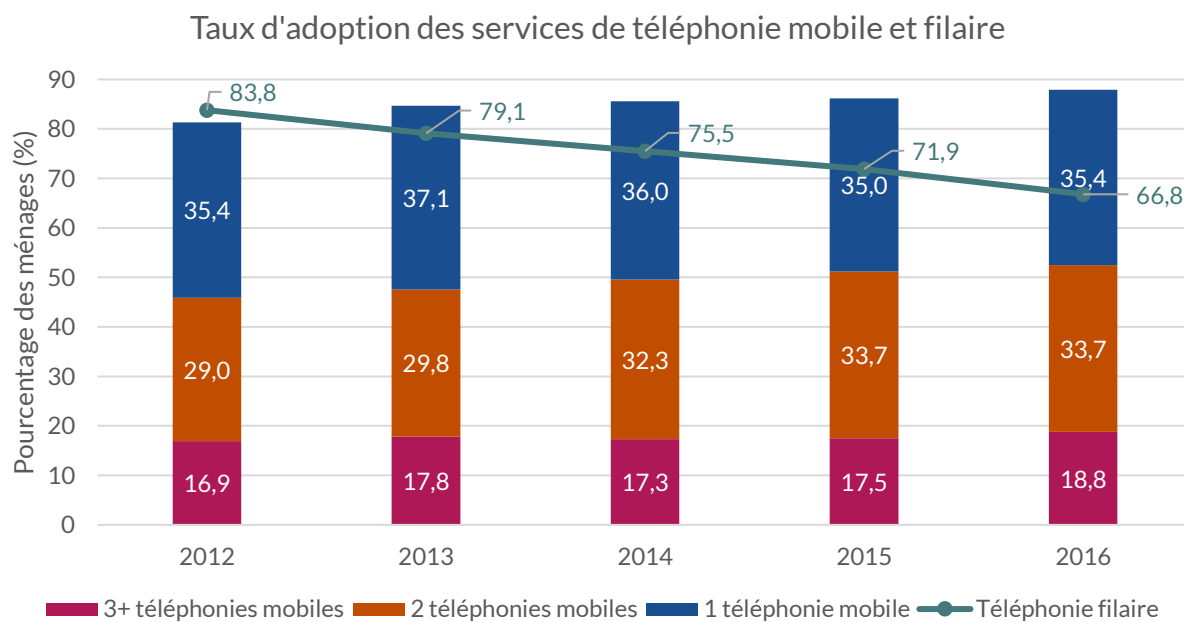
Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour
Tableau 11-10-0223-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Bien que la transition vers une utilisation généralisée des téléphones mobiles – en partie comme un substitut aux services filaires – soit un processus à long terme, les données historiques au Tableau 1.1 montrent à quelle vitesse les ménages canadiens ont adopté les téléphones mobiles. En 2004, les ménages utilisant exclusivement les téléphones filaires (40 %) ont largement dépassé leurs homologues utilisant exclusivement les téléphones mobiles (2,7 %). Les données de pénétration du téléphone filaire et mobile montrent des tendances alternées au cours de la dernière décennie. L'adoption des services mobiles a dépassé celle des services filaires en 2012 lorsque le taux d'abonnement à ces services a chuté de 5,6 %, ce qui est très rapide en considérant que la réduction annuelle de la pénétration du téléphone filaire entre 2004 et 2016 était de 3,0 %. En revanche, les abonnés aux services mobiles ont augmenté à un rythme soutenu de 4,2 % en 2012, entraînant une inversion de la tendance de pénétration des deux services.

En 2016, 32,5 % des ménages canadiens étaient abonnés exclusivement à des services mobiles et 11,4 %, exclusivement à des services filaires. Comme la pénétration des services mobiles et filaires a varié, les revenus ont reflété le changement. De 2012 à 2016, les revenus des services mobiles ont augmenté de 4,5 % par année (RSC 2017, [Tableau 5.5.1](#)) et les revenus des services filaires ont diminué de 5,6 % par année (RSC 2017, [Tableau 5.2.1](#)). Au cours de cette période, la croissance des revenus des services mobiles a dépassé celle des abonnés. Les revenus des services de données mobiles ont généré une grande partie de la croissance puisqu'ils ont augmenté à un taux moyen de 15,2 % chaque année entre 2012 et 2016 (RSC 2017, [Tableau 5.5.2](#)). De 2015 à 2016 seulement, l'utilisation moyenne de données par abonné a augmenté de 24,9 % (RSC 2017, [Tableau 5.5.6](#)), générant des revenus plus élevés par abonné, en plus d'une augmentation des abonnements aux services mobiles. Pour obtenir plus de renseignements sur les habitudes de consommation, consultez la section sur les dépenses en services de communication canadiens ci-dessous.

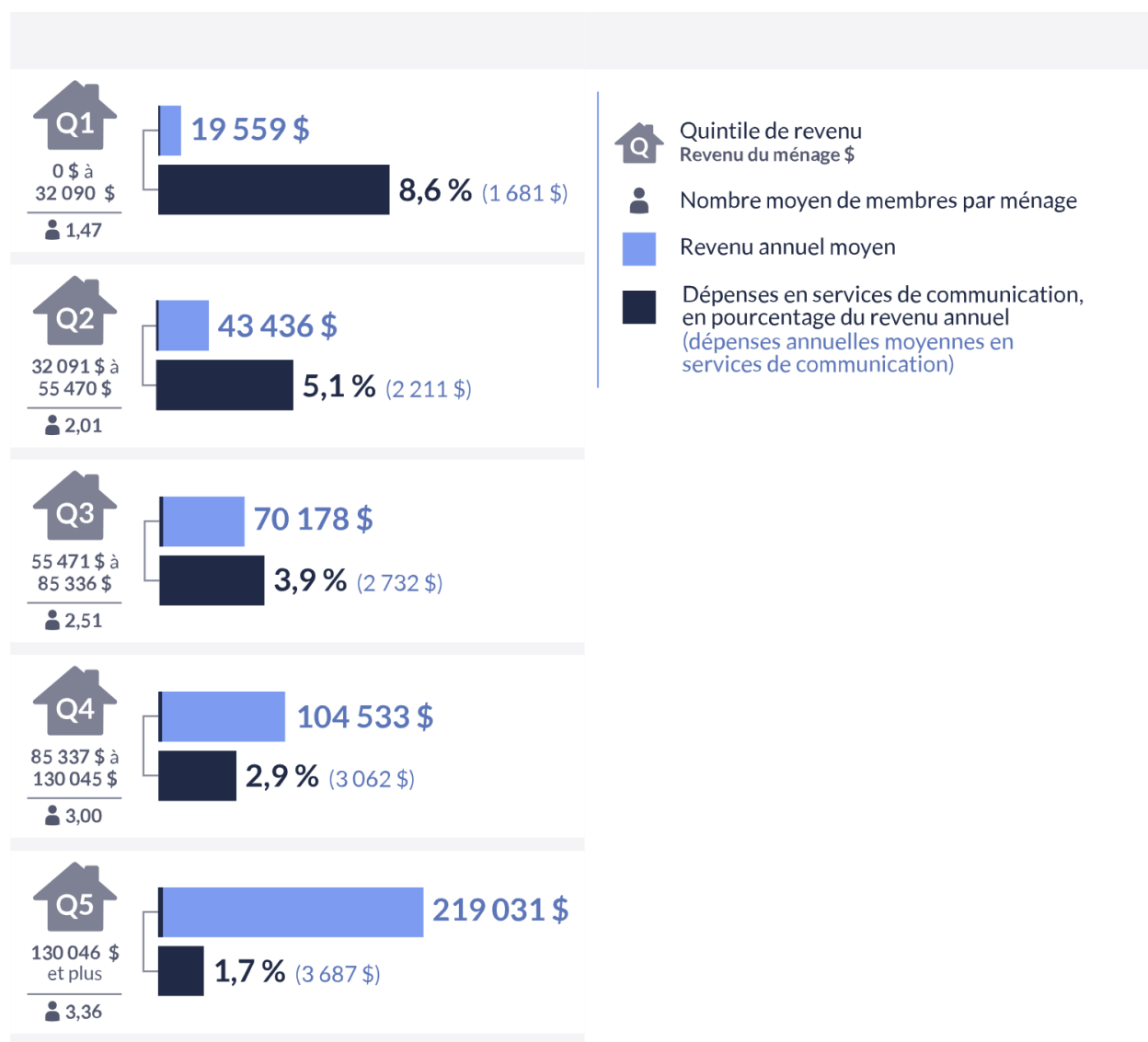
Graphique 1.3 Taux d'adoption des services de téléphonie mobile et filaire



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0228-01
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Abonnements par quintile de revenu

Infographie 1.3



[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Les données sur les abonnements aux services téléphoniques par quintile de revenu (voir le Tableau 1.2) illustrent différents modèles de consommation dans les ménages à revenu élevé et faible. Alors que plus de 99 % des ménages canadiens possèdent un service téléphonique, seulement 3 % des ménages canadiens au revenu le plus élevé comptent exclusivement sur un service filaire, comparativement à près de 30 % des ménages à faible revenu. Ce sont 40 % des ménages à faible revenu qui sont abonnés exclusivement aux services mobiles, tout comme environ un quart des ménages les plus riches.

En 2016, sur les cinq quintiles de revenu, les ménages du troisième quintile sont ceux qui ont changé le plus leurs habitudes en matière de téléphonie. L'utilisation exclusive des services mobiles a augmenté de 31,4 %, alors que les ménages qui utilisent exclusivement les services filaires dans ce quintile de revenu ont diminué à un taux de 28,1 %. Le quatrième quintile de revenu a changé le plus ses habitudes de téléphonie en ce qui concerne l'utilisation exclusive d'un service filaire, affichant un taux de décroissance de 42,4 % en 2016.

Les ressources financières contribuent à déterminer si les ménages sont abonnés à la fois aux services mobiles et filaires, ou s'ils le sont seulement à l'un de ces services. En 2016, 27,1 % des ménages du quintile de revenu le plus élevé étaient abonnés à un seul service filaire ou mobile, par rapport à 69,5 % dans le quintile de revenu le plus faible.

Abonnements par province

Abonnements par population

En 2016, 98,5 % des Canadiens étaient couverts par des réseaux d'évolution à long terme (LTE), et la plupart des provinces avaient une couverture de plus de 95 %. La Saskatchewan et le Nord avaient la couverture la moins élevée, à 86,2 % et 63,5 % respectivement (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Encore là, la Saskatchewan affichait l'un des taux de pénétration⁴ les plus élevés (83,8 %), aucunement comparable à celui du Nord qui affichait le taux de pénétration le plus faible, soit 64,5 % (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Même si la couverture du réseau LTE est généralement disponible dans la plupart des régions, l'Alberta était en tête en ce qui concerne la pénétration des services mobiles avec 91,5 % de la population abonnée aux services mobiles (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). L'Île-du-Prince-Édouard menait en matière de couverture, mais affichait le taux de pénétration le plus faible des provinces (72,4 %), démontrant que la disponibilité d'un réseau dans une région donnée a un impact limité sur le taux de pénétration.

Abonnements par ménage

Alors que la majorité des Canadiens avaient accès aux réseaux LTE et que 87,9 % d'entre eux étaient abonnés aux services mobiles, les provinces de l'Est (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador) et le Québec continuent d'avoir plus d'abonnements aux services filaires que les provinces de l'Ouest (Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Colombie-Britannique) et l'Ontario (voir le Tableau 1.3). En outre, il y avait plus de ménages ayant exclusivement des services mobiles dans les quatre provinces de l'Ouest et en Ontario qu'au Québec et dans les provinces de l'Est, même si un réseau LTE était disponible pour un plus grand pourcentage de la population dans les provinces de l'Est (RSC 2017, [Tableau 5.5.15](#)). Le Nouveau-Brunswick affichait le pourcentage le plus élevé de ménages ayant exclusivement un service filaire (16,9 %), et le pourcentage le plus faible de ménages ayant un service mobile (82,5 %). Les ménages de Terre-Neuve-et-Labrador étaient les plus dépendants des services filaires : 85,1 % avaient un service filaire et seulement 14,2 %, un service mobile. En revanche, 38,1 % des ménages de l'Alberta comptaient exclusivement sur les services mobiles, et seulement 61 % avaient des services filaires. Dans l'ensemble, la vaste couverture de près de 96 % des Canadiens, avec au moins deux réseaux, offre aux Canadiens la souplesse et les options nécessaires pour prendre des décisions en matière d'abonnement aux services de communication.

Abonnements Internet et possession d'ordinateurs

98 % des ménages canadiens ont accès à Internet à large bande et plus de 87 %⁵ des ménages canadiens ont un abonnement Internet à domicile. En 2016, l'utilisation d'Internet à la maison a légèrement augmenté dans tous les quintiles de revenu, à l'exception du cinquième quintile, soit une augmentation moyenne nationale de 0,6 % (voir le Tableau 1.4). La vaste majorité des ménages à revenu élevé étaient abonnés aux services Internet en 2016, comparativement à moins des deux tiers des ménages à plus faible revenu. L'utilisation d'Internet à la maison dans le premier quintile de revenu est inférieure de 22,2 points de

⁴ Les taux de pénétration représentent le nombre d'abonnements divisé par la population.

⁵ Inclus tous les services Internet peu importe la vitesse

pourcentage à la moyenne nationale de 87,4 % et de 17,5 points de pourcentage à celui du deuxième quintile de revenu.

Les appareils mobiles tels que les téléphones intelligents et les tablettes permettent aux Canadiens d'accéder à Internet de presque n'importe où. Cependant, les ordinateurs à domicile jouent encore un rôle important auprès des Canadiens. Comme le montre le tableau 1.4, la majorité des ménages canadiens possèdent un ordinateur à domicile (84,1 %).

Dans l'ensemble, en 2016, un peu plus de ménages possédaient un téléphone mobile (87,9 %) qu'un ordinateur à domicile (84,1 %). Cette tendance est plus prononcée dans les quintiles de revenu inférieurs. Par exemple, 85,6 % des ménages canadiens du deuxième quintile de revenu possèdent un téléphone mobile (voir le Tableau 1.2), par rapport à 78 % des ménages de ce quintile qui possèdent un ordinateur à domicile. La possession des ordinateurs à domicile pour tous les quintiles connaît une diminution de 0,4 % de 2015 à 2016. La seule augmentation observée à ce chapitre dans les ménages touche le premier quintile de revenu, où le pourcentage de possession a augmenté de 3,2 %.

iv. Combien les ménages canadiens dépensent-ils en services de communication?⁶

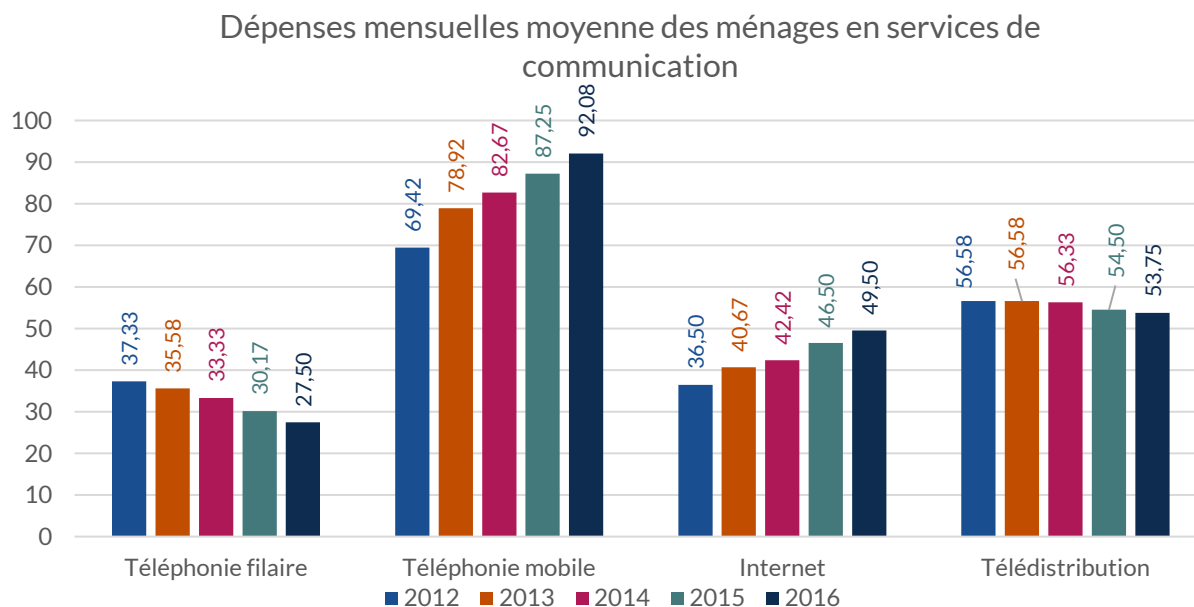
Infographie 1.4



Les ménages prennent des décisions sur les montants qu'ils sont prêts à dépenser pour les services de communication, et les habitudes en matière de dépenses varient pour de nombreuses raisons différentes. Certaines habitudes reflètent un choix personnel et d'autres sont influencées par la disponibilité du service, l'abordabilité et les ressources du ménage. Cette section se concentre sur les dépenses des ménages pour divers services selon le revenu, l'emplacement du ménage (urbain/rural) et l'âge, afin de mieux comprendre les habitudes de dépenses des ménages canadiens.

⁶ Les renseignements présentés sur les dépenses des ménages en services de communication proviennent de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada et ne comprennent aucune projection ou donnée du CRTC.

Graphique 1.4 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Télécharger la source sur [Données Ouvertes](#)

Les données sur les dépenses en services de communication donnent un aperçu de la façon dont les services de communication affectent le budget des ménages, mais il y a des limitations en ce qui concerne l'utilisation des données sur les dépenses permettant d'évaluer les habitudes en matière d'adoption et de dépenses. Les données ne reflètent pas la consommation de services gratuits, tels que les services de télévision et de radio en direct, qui demeurent une grande valeur pour les Canadiens. Les données présentées ici indiquent les dépenses moyennes et prennent donc en compte tous les ménages, notamment ceux qui ne souscrivent à aucun service. Par conséquent, les dépenses moyennes peuvent surestimer ou sous-estimer les dépenses réelles pour chaque ménage. La plupart des abonnements aux services de communication, comme ceux de la télédistribution, des services filaires et Internet, ont tendance à être achetés au niveau du ménage (et souvent regroupés)⁷, ce qui signifie qu'il y a un seul abonnement par ménage. Cependant, les ménages de plus grande taille peuvent avoir des dépenses plus élevées pour ces services (p. ex., acheter plus de données sur Internet ou une vaste sélection de stations de télévision). Les services mobiles peuvent permettre aux ménages d'avoir plusieurs abonnements. Les données présentées ici ne permettent pas l'analyse des dépenses individuelles pour les services de communication.

Statistique Canada a signalé que le revenu annuel moyen des ménages avant impôt au Canada était de 91 347 \$ en 2016 et que le revenu a augmenté dans tous les quartiles de revenu. Les variations de fourchettes des revenus reflètent les changements dans l'économie ainsi que l'inflation annuelle. En 2016, le revenu moyen annuel avant impôts d'un ménage canadien variait selon les provinces de 73 404 \$ (Île-du-Prince-Édouard) à 129 102 \$ (Alberta).

En 2016, un ménage canadien moyen a dépensé 222,83 \$ par mois en services de communication, soit une augmentation de 4,41 \$ (2,02 %) par rapport à 2015 (voir le Tableau 1.5). Comme en 2015, les services

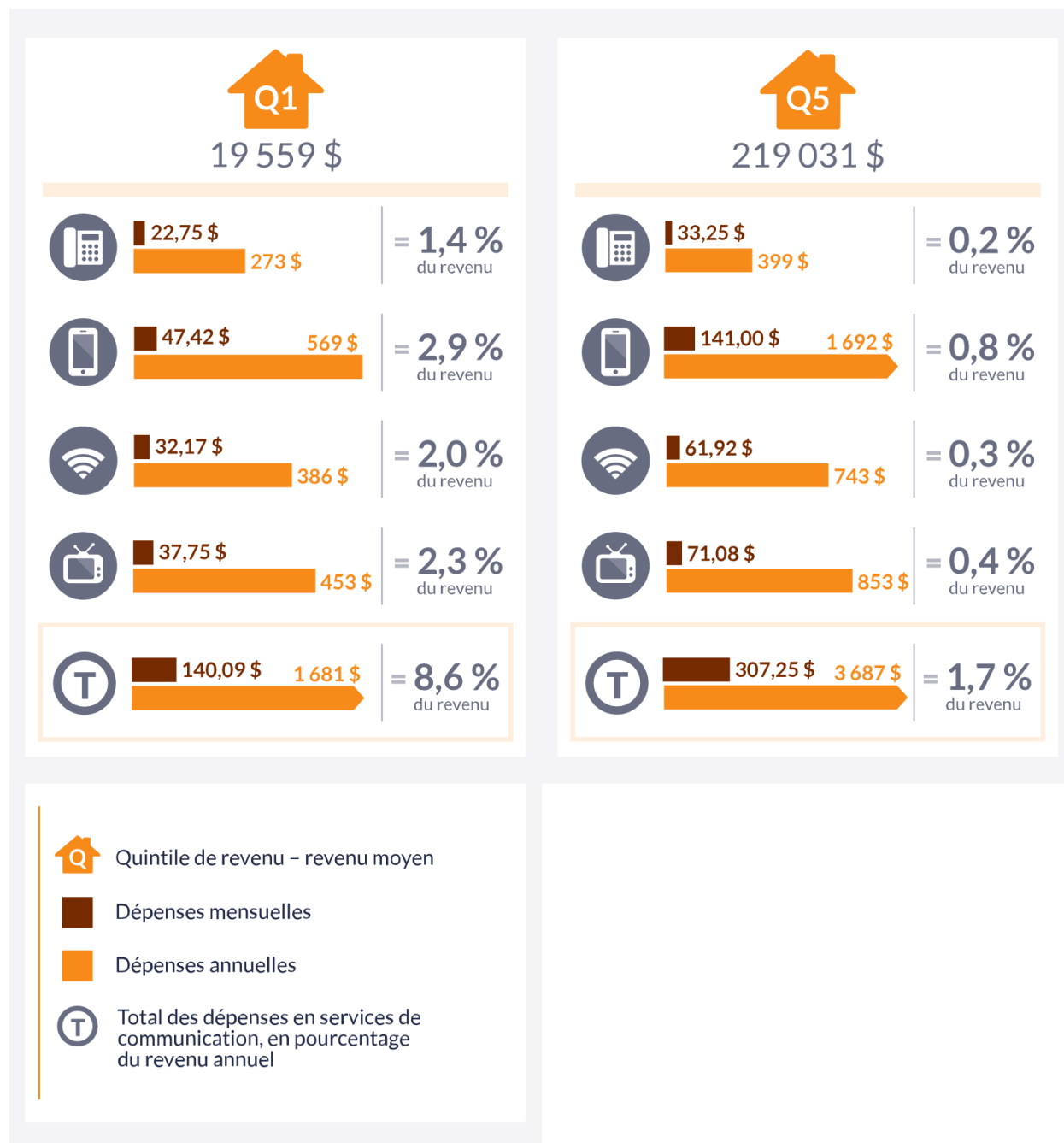
⁷ Consulter le [Guide de l'utilisateur, Enquête sur les dépenses des ménages](#) pour obtenir une description de la façon dont les dépenses pour les services groupés achetés (p. ex., Internet, télédistribution et téléphone filaire) sont divisées en dépenses distinctes.

Internet et mobiles ont stimulé la croissance des dépenses des ménages et les revenus de l'industrie des télécommunications (voir le

Graphique 1.4). En 2016 également, les services Internet et mobiles ont continué à mener la croissance annuelle (6,5 %), suivis des dépenses pour les services mobiles (5,5 %). Ces augmentations ont eu lieu lorsque les consommateurs se sont tournés vers des services offrant des débits Internet plus élevés et davantage de données mobiles (voir la [section 5.3](#) du RSC 2017 pour obtenir plus de renseignements sur les services Internet, et la [section 5.5](#) pour obtenir les détails sur les services mobiles).

Dépenses par quintile de revenu

Infographie 1.5



Voir le tableau 1.6 pour les données de tous les quintiles.

En 2016, de façon semblable aux années précédentes, les dépenses des ménages en services de communication représentaient 8,6 % du revenu moyen des ménages du premier quintile, deux points de plus que leurs dépenses moyennes en loisirs⁸ (6,6 %) et légèrement plus que leurs dépenses moyennes en vêtements (8 %).

Même s'il existe un écart considérable entre le montant moyen dépensé par les Canadiens dans chaque quintile de revenu, les ménages ont tendance à affecter une partie plus importante de leur budget des services de communication aux services mobiles et de télédistribution. En moyenne, les dépenses des ménages ont diminué pour les services de télédistribution de 1,4 % de 2015 à 2016, alors que les dépenses moyennes des ménages ont diminué pour les services filaires de 8,8 % pendant la même période. De façon semblable aux années précédentes, les dépenses des ménages pour les services mobiles, Internet et de communication ont continué de croître en 2016.

Dans l'ensemble, les ménages ont dépensé davantage pour les services mobiles (92,08 \$ par mois en moyenne, voir le graphique 1.4). En moyenne, pour tous les quintiles de revenu, les dépenses en services filaires ont diminué de 2012 à 2016 à un taux de croissance annuel composé (TCAC) de -7,4 %. Toutefois, les dépenses moyennes pour les services Internet de tous les quintiles de revenu montrent la plus forte croissance (6,5 %) entre 2015 et 2016, et le TCAC le plus élevé de 2012 à 2016 (7,9 %) [Tableau 1.5].

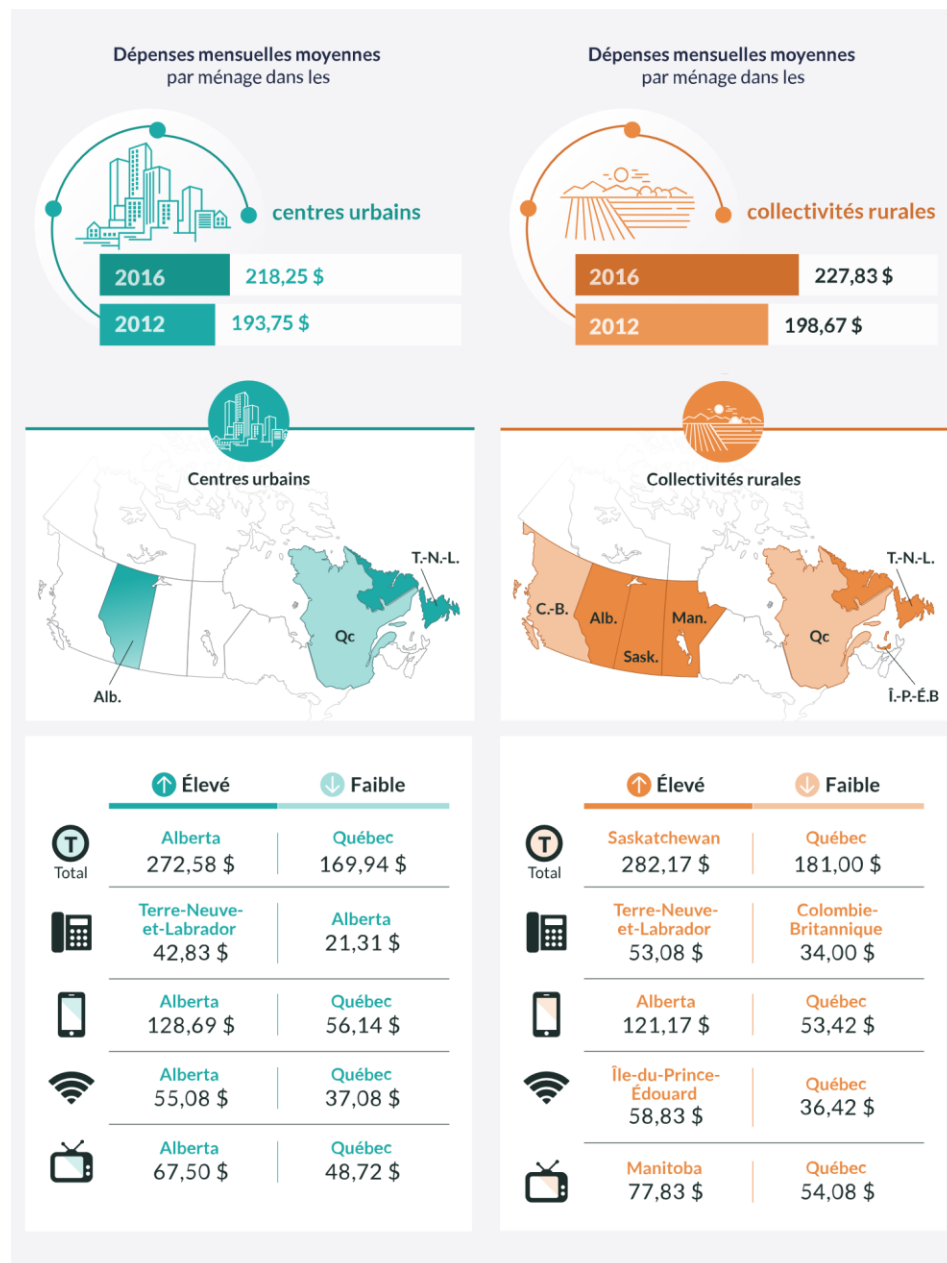
Les ménages des quintiles de revenu les plus élevés ont dépensé davantage en services de communication que ceux des quintiles les plus faibles. Les dépenses des ménages ont augmenté dans tous les quintiles entre 2015 et 2016, celles du troisième quintile ayant augmenté le plus (3,5 %).

Même si les dépenses totales des ménages à faible revenu pour les services de communication étaient inférieures à celles des ménages à revenu plus élevé, comme présentés dans le Tableau 1.7, les dépenses pour les services de communication représentaient un pourcentage plus important de leurs revenus annuels.

⁸ Comprend toutes les activités de loisir et de récréation (p. ex., les sports, les voyages).

Dépenses mensuelles moyennes par emplacement – Centres urbains⁹ c. collectivités rurales¹⁰

Infographie 1.6



[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

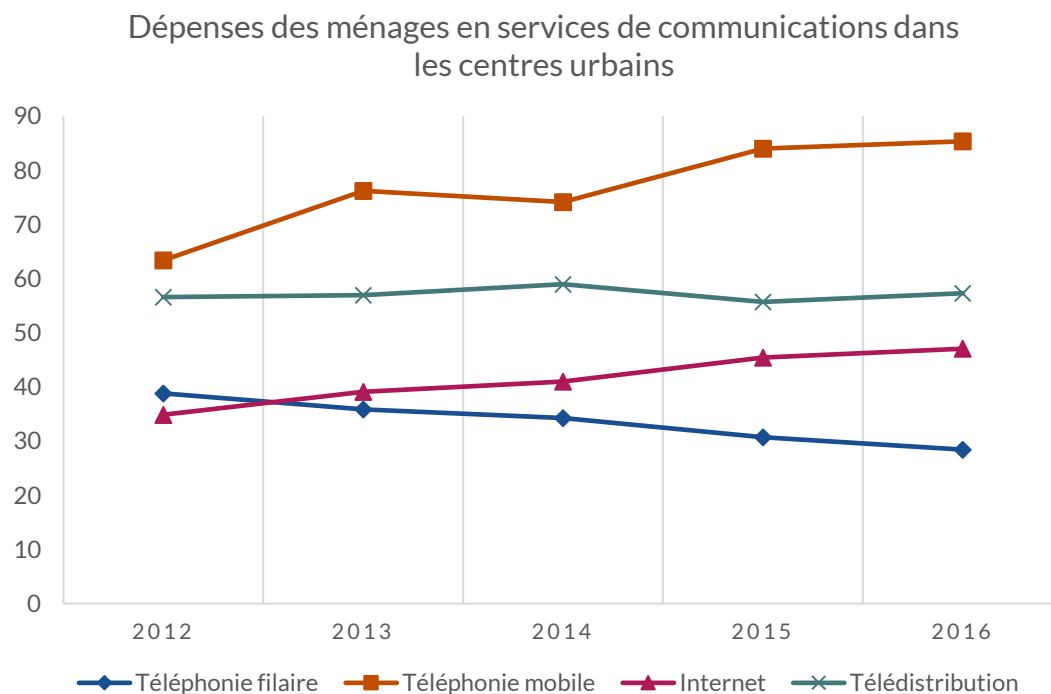
⁹ Les centres urbains, aussi connus comme centres de population de petite, moyenne et grande taille, sont classés comme suit : les centres de population de petite taille comptent une population de 1 000 à 29 999 habitants; les centres de population de moyenne taille comptent une population de 30 000 à 99 999 habitants; et les centres de population urbains de grande taille comptent une population de 100 000 habitants et plus. Aux fins du présent rapport, les données des centres urbains indiquent la moyenne de petits, de moyens et de grands centres.

¹⁰ Les collectivités rurales comprennent les régions comptant moins de 1 000 habitants ou une densité de population de 400 habitants ou moins par kilomètre carré.

Comme présenté dans le Graphique 1.5 et le Tableau 1.5, les dépenses pour les services mobiles et Internet ont augmenté de 2012 à 2016, les dépenses pour les services filaires ont diminué et les dépenses pour les services de télédistribution sont demeurées relativement stables. Les dépenses en services Internet dans les centres urbains ont dépassé les dépenses des services filaires en 2012, alors que dans les collectivités rurales (voir le

Graphique 1.6), cette situation s'est produite en 2014. En outre, les dépenses en services mobiles étaient assez semblables à celles des services de télédistribution dans les collectivités rurales en 2012 et en 2013, mais on a dépensé plus pour les services mobiles pendant les dernières années.

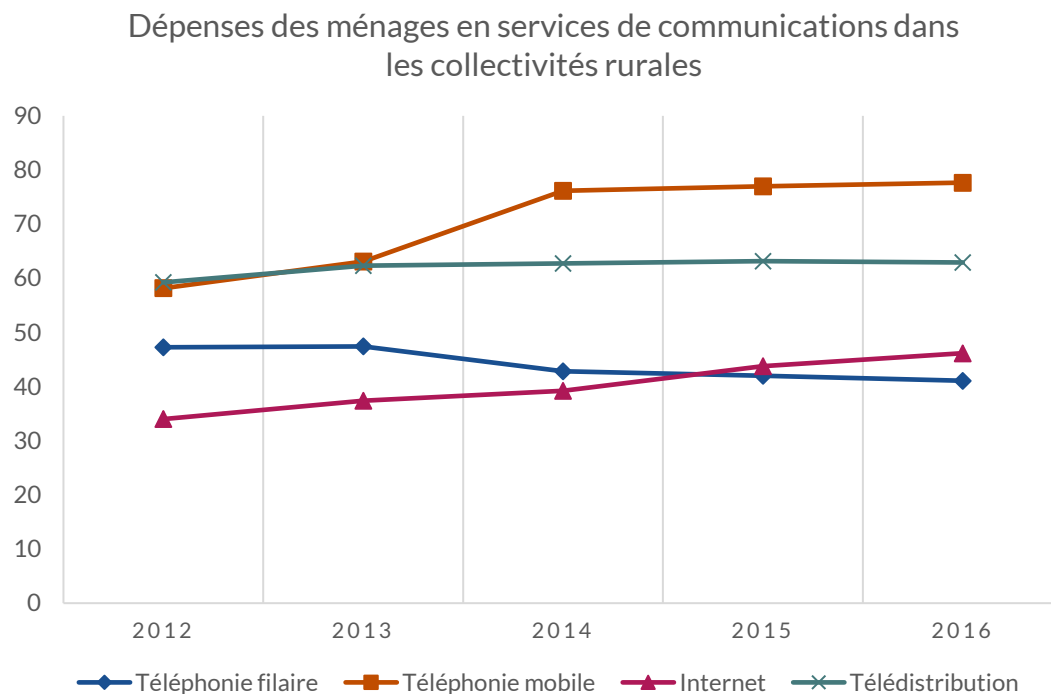
Graphique 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les centres urbains



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Graphique 1.6 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communication dans les collectivités rurales



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

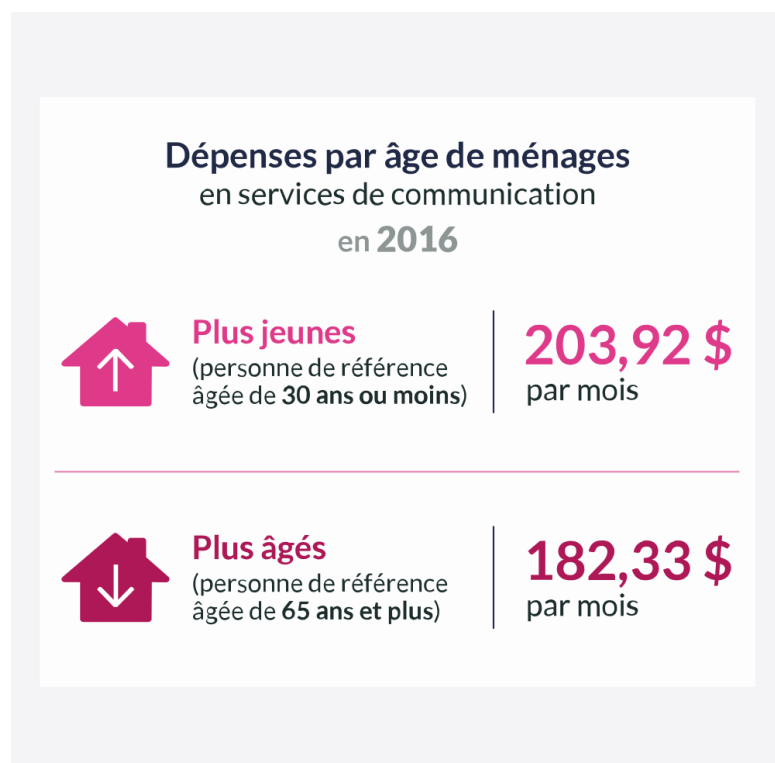
Même si les ménages des centres urbains ont dépensé le plus en services mobiles, ceux des collectivités rurales ont dépensé en moyenne plus de 227,83 \$ par mois en services de communication de 2012 à 2016. Les dépenses des ménages dans les centres urbains suivaient de près avec 218,25 \$. Le peu de différences dans les dépenses moyennes des ménages entre les collectivités urbaines et rurales reflète les prix légèrement plus élevés offerts dans les régions rurales, où il y a habituellement moins de fournisseurs de services.

Les dépenses varient également selon la province. Par exemple, les résidents du Québec ont dépensé le moins pour tous les services, à l'exception des services filaires dans les collectivités urbaines et rurales (voir le Tableau 1.8 et le

Tableau 1.9). En revanche, les résidents des centres urbains de l'Alberta ont dépensé le plus pour tous les services, à l'exception des services filaires. Dans l'ensemble, les dépenses en services mensuelles totales les plus élevées dans les centres urbains et les collectivités rurales se situaient en Alberta (272,58 \$) et en Saskatchewan (282,17 \$).

Dépenses par âge

Infographie 1.7



Les données sur les dépenses des ménages selon l'âge sont segmentées en fonction de l'âge de la personne de référence¹¹ du ménage, c'est-à-dire la personne qui s'occupe habituellement des questions financières à la maison. Les ménages dont la personne de référence est âgée de 40 à 54 ans ont dépensé le plus en services de communication (257,75 \$ par mois), alors que ceux ayant des personnes de référence âgées de 65 ans ou plus ont dépensé le moins (182,33 \$ par mois).

Dans tous les ménages sauf les plus âgés, la plus faible dépense de communication des Canadiens concerne les services de téléphonie filaire (Graphique 1.7), soit les services les plus marqués par les différences de dépenses des ménages liées à l'âge. Même si les abonnements aux services filaires diminuent chaque année (comme présenté dans le Graphique 1.2), les services filaires demeurent importants pour les ménages plus âgés du Canada. Alors que les ménages les plus jeunes ont dépensé en moyen 6 \$ par mois pour les services filaires (dépense moyenne qui inclut de nombreux ménages sans service filaire), les ménages les plus âgés ont dépensé en moyenne environ sept fois ce montant (40,92 \$ par mois).

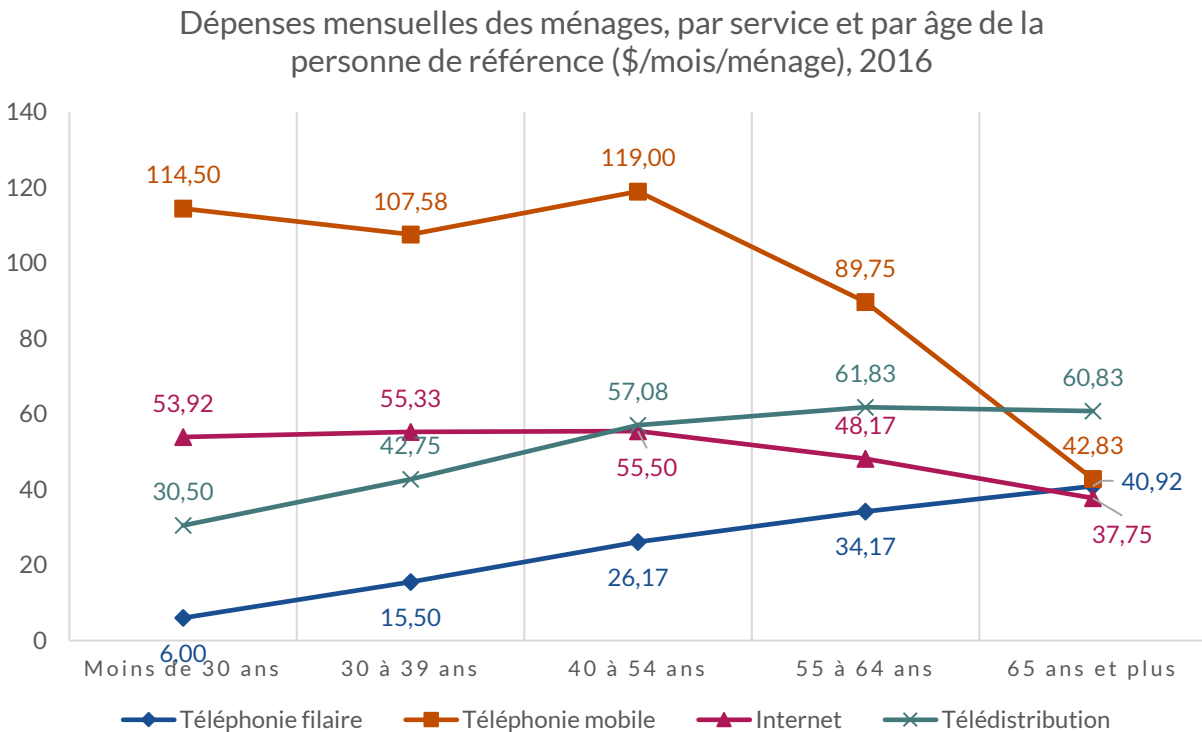
Cette différence entre les groupes d'âge se reflète également dans leurs habitudes d'utilisation. Les ménages plus âgés (dont la personne de référence est âgée de 65 ans ou plus) dépensent le plus pour les services de télédistribution, et le moins pour les services Internet. En général, la jeune génération (dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans), qui regarde en moyenne 20,5 heures de télévision par semaine, dépense en moyenne 30,50 \$ par mois pour les services de télédistribution. Ces dépenses sont environ de 50 % inférieures à celles de la génération la plus âgée, qui regarde en moyenne 42,8 heures par

¹¹ Statistique Canada détermine la personne de référence comme le membre du ménage qui en est le principal soutien financier (p. ex., la personne qui paie les versements hypothécaires, les taxes foncières ou l'électricité). Si tous les membres se partagent la tâche à parts égales, n'importe quel membre peut être inscrit comme personne de référence du ménage.

semaine et dépense 60,83 \$ par mois en télévision (RSC 2017, [Tableau 4.2.11](#)). Le Graphique 1.8 est comparable au Graphique 1.7 et montre que la tendance pour les services mobiles, Internet et filaires est assez semblable aux dépenses et au pourcentage d'utilisateurs par groupe d'âge.

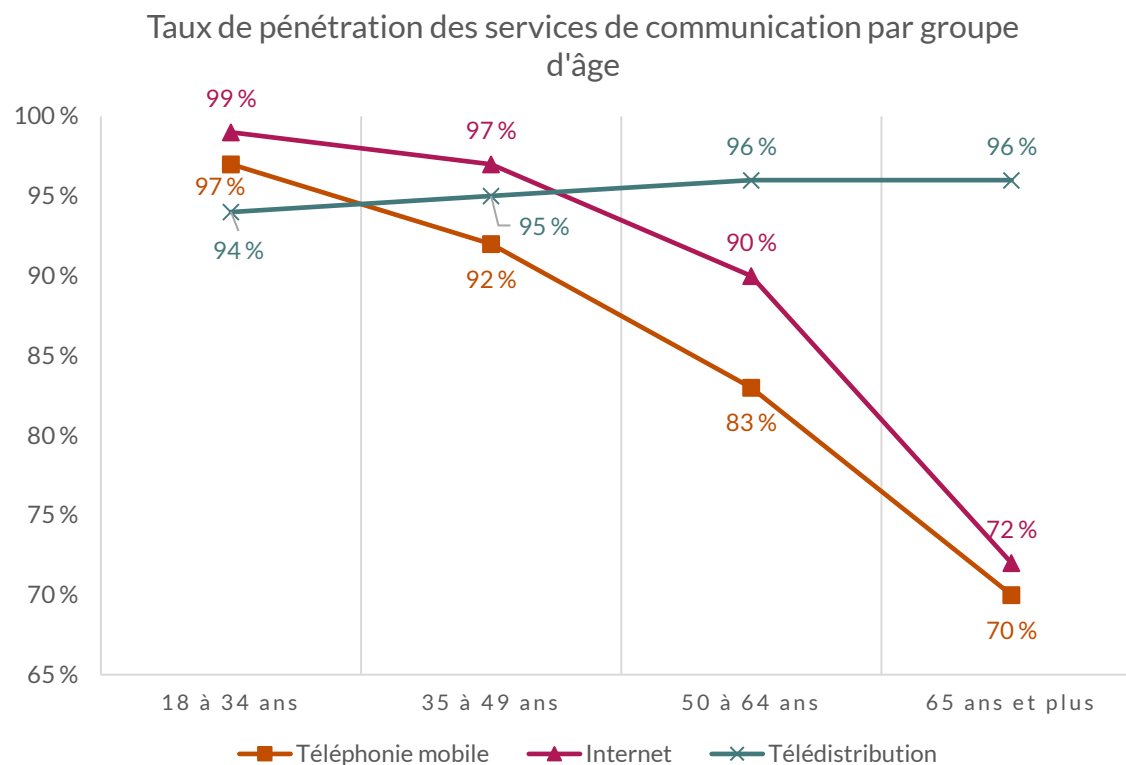
Le Graphique 1.7 illustre les fortes différences de dépenses entre les ménages les plus jeunes et les plus âgés. Les ménages les plus jeunes ont tendance à dépenser beaucoup plus en services mobiles et Internet que leurs équivalents plus âgés. Un pourcentage de 97 % de la génération la plus jeune interrogée utilisait les services mobiles et y affectait une très grande partie de leurs dépenses (114,50 \$ par mois). On rencontre un modèle semblable pour les services Internet. La corrélation entre les dépenses et l'utilisation suggère que les services ont divers niveaux d'importance pour chacune des générations, et que ces particuliers dépensent davantage pour les services qu'ils ont tendance à utiliser le plus.

Graphique 1.7 Dépenses mensuelles des ménages, par service et âge de la personne de référence, 2016



Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0227-01
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

Graphique 1.8 Taux de pénétration des services de communication par groupe d'âge¹²



Source : Observateur des technologies média, automne 2016 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus)
[Télécharger la source](#) sur Données Ouvertes

¹² Remarque : Il y avait un nombre total de 1 801 répondants à l'automne 2016. Les répondants peuvent varier de ceux de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada. Les paramètres des groupes d'âge sont également différents pour correspondre aux paramètres des enquêtes respectives.

v. Annexes

Tableau 1.1 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada

Année	Téléphonie filaire	Téléphonie mobile	Filaire et/ou mobile	Filaire seulement	Mobile seulement
2004	96,2	58,9	98,9	40,0	2,7
2005	94,0	62,9	98,8	36,0	4,8
2006	93,6	66,8	98,6	31,8	5,0
2007	92,5	71,9	98,8	26,9	6,3
2008	91,1	74,3	99,1	24,8	8,0
2009	89,3	77,2	99,3	22,1	10,0
2010	89,3	78,1	99,4	21,3	10,1
2011	86,6	79,1	99,3	20,2	12,7
2012	83,8	81,3	99,2	17,9	15,4
2013	79,1	84,7	99,3	14,6	20,2
2014	75,5	85,6	99,2	13,6	23,7
2015	71,9	86,1	99,3	13,2	27,5
2016	66,8	87,9	99,3	11,4	32,5

Source : Statistique Canada – Abordabilité (2004-2007) et Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01 (2008-2016)

Tableau 1.2 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages au Canada, par quintile de revenu

Service	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles	TCAC (%) de la moyenne de tous les quintiles (2012-2016)
Téléphonie filaire	2012	74,6	80,3	82,8	87,4	92,4	83,5	-5,4 %
	2013	65,2	75,0	82,2	84,7	87,5	78,9	
	2014	65,3	69,1	74,3	80,2	88,3	75,5	
	2015	63,6	68,6	72,1	74,1	81,0	71,9	
	2016	58,2	65,3	63,6	70,6	76,1	66,8	
	Croissance 2015-2016 (%)	-8,5	-4,8	-11,8	-4,7	-6,0	-7,2	
Téléphonie mobile	2012	61,7	75,1	85,9	91,0	93,4	81,4	1,9 %
	2013	66,8	79,7	88,5	92,9	96,4	84,9	
	2014	67,4	83,2	89,4	93,2	95,0	85,6	
	2015	69,9	80,3	89,9	93,9	96,7	86,1	
	2016	68,7	85,6	92,7	96,2	96,4	87,9	
	Croissance 2015-2016 (%)	-1,7	6,6	3,1	2,4	-0,3	2,0	
Filaire et/ou mobile	2012	97,4	99,5	99,7	99,8	99,7	99,2	0,0 %
	2013	97,5	99,7	99,7	99,6	100,0	99,3	
	2014	97,8	99,4	99,2	99,5	99,8	99,2	
	2015	98,6	99,0	99,5	99,8	99,8	99,3	
	2016	98,2	99,5	99,6	99,6	99,8	99,3	
	Croissance 2015-2016 (%)	-0,4	0,5	0,1	-0,2	0,0	0,0	
Filaire seulement	2012	35,7	24,4	13,8	8,8	6,3	17,8	-10,5 %
	2013	30,7	20,0	11,2	6,7	3,6	14,4	
	2014	30,4	16,2	9,8	6,3	4,8	13,6	
	2015	28,7	18,7	9,6	5,9	3,1	13,2	
	2016	29,5	13,9	6,9	3,4	3,4	11,4	
	Croissance 2015-2016 (%)	2,8	-25,7	-28,1	-42,4	9,7	-16,7	
Mobile seulement	2012	22,8	19,2	16,9	12,4	7,3	15,7	20,0 %
	2013	32,3	24,7	17,5	14,9	12,5	20,4	
	2014	32,5	30,3	24,9	19,3	11,5	23,7	
	2015	35,0	30,4	27,4	25,7	18,8	27,5	
	2016	40,0	34,2	36,0	29,0	23,7	32,6	
	Croissance 2015-2016 (%)	14,3	12,5	31,4	12,8	26,1	19,4	

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01.
Chaque quintile représente 20 % des ménages.

Tableau 1.3 Abonnements aux services de téléphonie filaire et mobile par 100 ménages, par province, 2016

Province	Téléphonie filaire	Téléphonie mobile	Filaire et/ou mobile	Filaire seulement	Mobile seulement
Colombie-Britannique	63,0	90,0	99,1	9,1	36,1
Alberta	61,0	92,7	99,1	6,4	38,1
Saskatchewan	64,4	90,5	99,5	9,0	35,1
Manitoba	68,2	86,0	99,0	13,0	30,8
Ontario	64,5	89,7	99,4	9,7	34,9
Québec	74,4	82,6	99,4	16,8	25,0
Nouveau-Brunswick	84,8	82,5	99,4	16,9	14,6
Nouvelle-Écosse	69,8	86,8	99,0	12,2	29,2
Île-du-Prince-Édouard	75,7	85,3	99,6	14,3	23,9
Terre-Neuve-et-Labrador	85,1	84,8	99,3	14,5	14,2
Ensemble du Canada	66,8	87,9	99,3	11,4	32,5

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.4 Ordinateur à domicile et utilisation d'Internet à la maison, par 100 ménages, par quintile de revenu

Technologie	Année	Revenu du ménage inférieur à 32 090 \$ (premier quintile)	Revenu du ménage de 32 091 \$ à 55 470 \$ (deuxième quintile)	Revenu du ménage de 55 471 \$ à 85 336 \$ (troisième quintile)	Revenu du ménage de 85 337 \$ à 130 045 \$ (quatrième quintile)	Revenu du ménage supérieur à 130 046 \$ (cinquième quintile)	Moyenne de tous les quintiles
Ordinateur à domicile	2012	62,1	76,3	90,5	93,9	97,4	84,0
	2013	64,4	80,6	89,8	95,4	97,9	85,6
	2014	64,3	78,1	87,7	94,0	97,4	84,3
	2015	61,9	79,6	89,1	95,3	96,6	84,5
	2016	63,9	78,0	89,1	93,4	96,2	84,1
	Croissance 2015-2016 (%)	3,2	-2,0	0,0	-2,0	-0,4	-0,4
Utilisation d'Internet à la maison	2012	55,9	72,4	87,6	93,1	98,5	81,5
	2013	59,7	77,6	89,0	94,9	98,4	83,9
	2014	63,5	78,5	88,7	95,5	98,3	84,9
	2015	64,4	82,1	92,8	97,2	98,2	86,9
	2016	65,2	82,7	93,3	97,9	98,1	87,4
	Croissance 2015-2016 (%)	1,2	0,7	0,5	0,7	-0,1	0,6

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.5 Dépenses mensuelles moyennes des ménages sur cinq ans en services de communication, par service et par quintile de revenu (\$/mois/ménage)

Service	Année	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenne de tous les quintiles	TCAC (%) de la moyenne de tous les quintiles (2012-2016)
Téléphonie filaire	2012	31,75	34,83	35,67	39,33	44,83	37,33	-7,4 %
	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	
	2015	25,50	28,08	29,83	31,50	36,08	30,17	
	2016	22,75	26,67	27,75	26,92	33,25	27,50	
	Croissance 2015-2016 (%)	-10,8 %	-5,0 %	-7,0 %	-14,5 %	-7,9 %	-8,8 %	
Téléphonie mobile	2012	34,58	50,00	68,75	83,67	110,17	69,42	7,3 %
	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	
	2015	43,75	62,25	84,83	105,33	140,08	87,25	
	2016	47,42	66,08	95,42	110,67	141,00	92,08	
	Croissance 2015-2016 (%)	8,4 %	6,2 %	12,5 %	5,1 %	0,7 %	5,5 %	
Internet	2012	22,00	31,50	40,67	42,17	46,25	36,50	7,9 %
	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	
	2015	30,58	41,58	49,92	53,75	56,83	46,50	
	2016	32,17	43,58	52,00	58,00	61,92	49,50	
	Croissance 2015-2016 (%)	5,2 %	4,8 %	4,2 %	7,9 %	9,0 %	6,5 %	
Télédistribution	2012	39,50	49,50	54,67	63,58	75,75	56,58	-1,3 %
	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	
	2015	38,83	46,92	55,42	58,75	72,42	54,50	
	2016	37,75	47,92	52,50	59,58	71,08	53,75	
	Croissance 2015-2016 (%)	-2,8 %	2,1 %	-5,3 %	1,4 %	-1,9 %	-1,4 %	
Total	2012	127,83	165,83	199,75	228,75	277,00	199,83	2,8 %
	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	
	2015	138,67	178,83	220,00	249,33	305,42	218,42	
	2016	140,09	184,25	227,67	255,17	307,25	222,83	
	Croissance 2015-2016 (%)	1,0 %	3,0 %	3,5 %	2,3 %	0,6 %	2,0 %	
TCAC du total des services	2012-2016	2,3 %	2,7 %	3,3 %	2,8 %	2,6 %	2,8 %	

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.6 Dépenses par service et par quintile de revenu, en pourcentage du revenu annuel moyen

Mesure	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Moyenn e de tous les quintiles
Revenu moyen	19 559 \$	43 436 \$	70 178 \$	104 533 \$	219 031 \$	91 347 \$
Téléphonie filaire	1,4 %	0,7 %	0,5 %	0,3 %	0,2 %	0,6 %
Téléphonie mobile	2,9 %	1,8 %	1,6 %	1,3 %	0,8 %	1,7 %
Internet	2,0 %	1,4 %	0,9 %	0,7 %	0,3 %	1,1 %
Télédistribution	2,3 %	1,5 %	0,9 %	0,7 %	0,4 %	1,2 %
Dépenses totales en services de communication	8,6 %	5,1 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	4,4 %

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.7 Dépenses des ménages en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen, par quintile de revenu, 2016

Année	Caractéristique	Premier quintile	Deuxième quintile	Troisième quintile	Quatrième quintile	Cinquième quintile	Tous les quintiles
2012	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	27 876 \$	48 427 \$	74 033 \$	111 640 \$	Moins de 27 875 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	27 875 \$	48 426 \$	74 032 \$	111 639 \$	s.o.	Plus de 111 640 \$
	Revenu annuel moyen	17 312 \$	37 937 \$	60 559 \$	90 855 \$	179 659 \$	77 269 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,47	2,10	2,57	2,90	3,34	2,48
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,4 %	4,7 %	3,6 %	2,8 %	1,7 %	2,8 %
2013	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	30 669 \$	51 805 \$	79 723 \$	121 292 \$	Moins de 30 668 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	30 668 \$	51 804 \$	79 722 \$	121 291 \$	s.o.	Plus de 121 292 \$
	Revenu annuel moyen	18 582 \$	41 105 \$	64 854 \$	98 634 \$	199 702 \$	84 575 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,49	2,11	2,49	2,95	3,34	2,48
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,3 %	4,9 %	3,8 %	2,8 %	1,7 %	2,9 %
2014	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	30 520 \$	53 275 \$	81 295 \$	124 839 \$	Moins de 30 519 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	30 519 \$	53 274 \$	81 294 \$	124 838 \$	s.o.	Plus de 124 839 \$
	Revenu annuel moyen	19 664 \$	42 122 \$	67 083 \$	101 177 \$	201 752 \$	86 360 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,50	2,05	2,51	2,91	3,40	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,5 %	4,1 %	3,8 %	2,9 %	1,8 %	3,0 %
2015	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	31 609 \$	54 588 \$	82 710 \$	126 879 \$	Moins de 31 608 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	31 608 \$	54 587 \$	82 709 \$	126 878 \$	s.o.	Plus de 126 879 \$
	Revenu annuel moyen	19 403 \$	42 887 \$	68 331 \$	103 021 \$	210 693 \$	88 867 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,43	2,11	2,57	2,91	3,35	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,6 %	5,0 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	2,9 %
2016	Seuil de revenu minimum du ménage	0 \$	32 091 \$	55 471 \$	85 337 \$	130 046 \$	Moins de 32 090 \$
	Seuil de revenu maximum du ménage	32 090 \$	55 470 \$	85 336 \$	130 045 \$	s.o.	Plus de 130 046 \$
	Revenu annuel moyen	19 559 \$	43 436 \$	70 178 \$	104 533 \$	219 031 \$	91 347 \$
	Nombre de membres moyen par ménage	1,47	2,01	2,51	3,00	3,36	2,47
	Dépenses en services de communication, en pourcentage du revenu annuel moyen	8,6 %	5,1 %	3,9 %	2,9 %	1,7 %	2,9 %

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, Tableau : 11-10-0223-01

Tableau 1.8 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communications dans les collectivités rurales

Région	Service	2012	2013	2014	2015	2016
Can.	Téléphonie filaire	47,25	47,42	42,83	42,00	41,08
Can.	Téléphonie mobile	58,17	63,08	76,17	77,00	77,67
Can.	Internet	34,00	37,42	39,25	43,75	46,17
Can.	Télédistribution	59,25	62,33	62,75	63,17	62,92
T.-N.-L.	Téléphonie filaire	58,33	58,50	56,17	55,83	53,08
T.-N.-L.	Téléphonie mobile	60,67	62,33	76,92	87,92	93,67
T.-N.-L.	Internet	31,75	37,83	37,42	45,33	49,33
T.-N.-L.	Télédistribution	61,92	65,33	70,25	70,75	76,67
Î.-P.-É.	Téléphonie filaire	51,83	56,00	52,58	46,42	46,33
Î.-P.-É.	Téléphonie mobile	55,25	51,08	89,58	89,75	92,92
Î.-P.-É.	Internet	35,50	40,50	39,67	50,42	58,83
Î.-P.-É.	Télédistribution	60,83	73,08	62,00	58,92	70,83
N.-É.	Téléphonie filaire	55,42	54,67	53,17	54,08	44,58
N.-É.	Téléphonie mobile	58,50	67,42	67,67	66,08	84,33
N.-É.	Internet	35,83	38,17	42,75	45,92	52,92
N.-É.	Télédistribution	67,92	65,92	65,50	66,25	61,92
N.-B.	Téléphonie filaire	50,17	47,58	47,00	45,75	44,42
N.-B.	Téléphonie mobile	53,67	58,67	73,42	66,50	63,33
N.-B.	Internet	31,75	33,83	38,58	39,25	41,08
N.-B.	Télédistribution	60,17	59,42	57,75	65,33	64,83
Qc	Téléphonie filaire	43,50	41,83	38,25	38,00	37,08
Qc	Téléphonie mobile	31,17	45,25	49,42	49,50	53,42
Qc	Internet	31,83	33,00	33,67	37,08	36,42
Qc	Télédistribution	51,75	55,75	50,67	50,83	54,08
Ont.	Téléphonie filaire	46,33	45,33	41,92	43,83	44,33
Ont.	Téléphonie mobile	50,75	55,33	80,50	78,25	70,50
Ont.	Internet	36,83	43,00	44,42	47,42	54,92
Ont.	Télédistribution	57,67	65,83	69,17	66,83	61,92
Man.	Téléphonie filaire	46,83	49,25	46,33	43,33	40,50
Man.	Téléphonie mobile	70,42	83,83	91,42	104,17	103,50
Man.	Internet	29,58	37,83	42,33	38,00	52,92
Man.	Télédistribution	55,75	58,83	55,67	70,33	77,83
Sask.	Téléphonie filaire	54,92	52,83	51,17	48,33	47,67
Sask.	Téléphonie mobile	68,75	88,25	98,83	109,17	116,00
Sask.	Internet	34,08	29,25	37,92	41,42	44,75
Sask.	Télédistribution	67,75	64,58	74,75	70,50	73,75
Alb.	Téléphonie filaire	46,25	56,92	39,58	36,25	36,17
Alb.	Téléphonie mobile	130,17	114,67	139,67	118,75	121,17
Alb.	Internet	41,33	42,42	42,17	52,58	46,08
Alb.	Télédistribution	76,17	72,75	80,08	74,42	70,42
C.-B.	Téléphonie filaire	47,08	43,25	39,83	30,42	34,00
C.-B.	Téléphonie mobile	63,08	48,92	53,25	94,92	88,92
C.-B.	Internet	31,17	38,33	37,83	54,17	52,92
C.-B.	Télédistribution	55,92	59,75	59,00	68,92	64,58

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

Tableau 1.9 Dépenses mensuelles moyennes des ménages en services de communications dans les centres urbains

Région	Service	2012	2013	2014	2015	2016
Can.	Téléphonie filaire	38,83	35,89	34,31	30,72	28,44
Can.	Téléphonie mobile	63,42	76,22	74,19	84,06	85,39
Can.	Internet	34,89	39,11	41,00	45,47	47,08
Can.	Télédistribution	56,61	57,00	59,00	55,72	57,33
T.-N.-L.	Téléphonie filaire	48,29	43,67	42,83	41,00	42,83
T.-N.-L.	Téléphonie mobile	76,50	83,83	91,83	99,17	110,71
T.-N.-L.	Internet	37,46	42,04	42,63	46,67	48,71
T.-N.-L.	Télédistribution	62,75	61,63	67,92	61,96	64,42
Î.-P.-É.	Téléphonie filaire	39,67	43,63	43,50	45,92	39,58
Î.-P.-É.	Téléphonie mobile	56,92	64,38	71,25	68,79	84,13
Î.-P.-É.	Internet	34,92	39,96	45,67	47,13	51,92
Î.-P.-É.	Télédistribution	58,71	61,08	63,75	58,17	58,58
N.-É.	Téléphonie filaire	45,22	43,44	39,00	40,31	39,08
N.-É.	Téléphonie mobile	64,28	71,75	62,69	76,72	91,25
N.-É.	Internet	36,53	40,00	43,36	47,64	52,11
N.-É.	Télédistribution	64,03	59,00	65,58	57,67	60,28
N.-B.	Téléphonie filaire	41,69	40,86	36,22	36,22	36,78
N.-B.	Téléphonie mobile	63,03	64,22	69,25	77,08	82,92
N.-B.	Internet	38,17	40,94	41,14	46,17	46,92
N.-B.	Télédistribution	57,25	58,50	59,47	55,39	57,83
Qc	Téléphonie filaire	34,03	33,08	34,25	28,97	28,00
Qc	Téléphonie mobile	41,08	43,47	46,06	51,11	56,14
Qc	Internet	33,22	35,17	32,83	35,50	37,08
Qc	Télédistribution	46,39	45,75	47,64	47,83	48,72
Ont.	Téléphonie filaire	43,58	40,92	36,94	33,86	33,61
Ont.	Téléphonie mobile	60,47	79,39	70,47	82,31	76,83
Ont.	Internet	37,06	39,89	45,08	49,36	46,28
Ont.	Télédistribution	59,72	60,47	62,56	57,67	60,44
Man.	Téléphonie filaire	36,28	36,47	34,92	30,92	25,67
Man.	Téléphonie mobile	69,78	78,19	79,89	89,53	85,06
Man.	Internet	35,61	38,78	38,69	43,92	46,69
Man.	Télédistribution	64,47	59,69	57,83	59,44	55,00
Sask.	Téléphonie filaire	41,47	36,56	34,92	30,64	29,17
Sask.	Téléphonie mobile	80,22	87,11	88,28	102,39	109,31
Sask.	Internet	31,58	33,86	35,53	42,17	44,92
Sask.	Télédistribution	64,33	67,83	67,19	64,33	64,22
Alb.	Téléphonie filaire	35,81	32,81	30,67	25,22	21,31
Alb.	Téléphonie mobile	97,25	118,67	110,11	135,94	128,69
Alb.	Internet	33,97	42,36	44,89	51,64	55,08
Alb.	Télédistribution	65,14	65,03	66,11	65,86	67,50
C.-B.	Téléphonie filaire	33,97	28,39	30,11	27,86	22,00
C.-B.	Téléphonie mobile	67,11	90,50	87,25	94,14	96,17
C.-B.	Internet	33,33	40,75	43,03	47,47	53,08
C.-B.	Télédistribution	54,33	58,64	61,64	55,19	58,08

Source : Statistique Canada – Enquête sur les dépenses des ménages, requête spéciale pour Tableau 11-10-0223-01

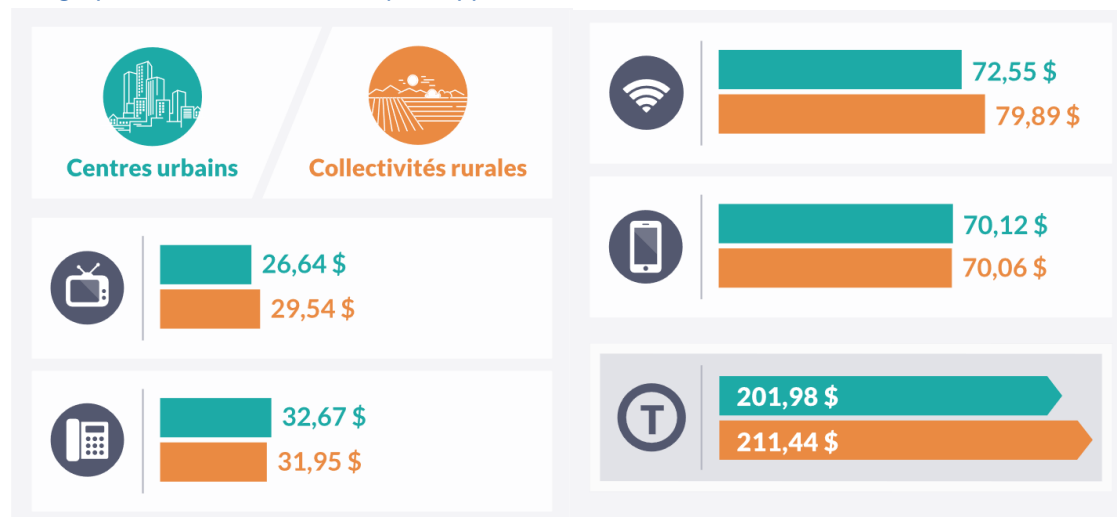


Rapport de surveillance des communications **2018**

Prix des services de
communication au
Canada en 2017

Prix des services de communication au Canada en 2017

Infographie 2.1 Prix mensuel moyen rapporté des services de communication au Canada



Prix combiné moyen au Canada en 2017 : 207 \$, une baisse de 1,6 % par rapport à 2016

Source : Collecte de données du CRTC

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (Conseil) recueille annuellement les prix des fournisseurs de services canadiens pour les services de communication résidentiels. Le présent rapport expose les prix mensuels rapportés (prix) pour chacun des services de télévision de base¹³, téléphonie filaire de base¹⁴, Internet (3 niveaux de service) et mobiles (4 niveaux de service) dans 24 centres urbains et 54 collectivités rurales répartis dans toutes les provinces et tous les territoires du Canada, en date du 31 décembre 2017¹⁵.

En fonction des prix de la télévision de base, de la téléphonie filaire de base, des services Internet (25/3)¹⁶ et de la téléphonie mobile (appels et messagerie texte illimités, ainsi que 5 Go de données)¹⁷, le prix national mensuel moyen rapporté des quatre services combinés (prix combiné) en 2017 s'élevait en moyenne à 207 \$, soit une baisse de 1,6 % par rapport à 2016. Cette baisse est principalement attribuable aux prix moyens réduits pour les services mobiles (plus précisément, les forfaits qui comprennent les appels et la messagerie texte illimités, ainsi que 5 Go de données) partout au Canada ainsi que des prix réduits pour le service Internet dans le Nord¹⁸.

¹³ Un forfait de télévision de base comprend les stations de télévision locales et régionales, les chaînes à diffusion obligatoire, les chaînes parlementaires communautaires et provinciales (là où disponibles) et les chaînes éducatives provinciales et territoriales.

¹⁴ Le service téléphonique filaire de base correspond à un service téléphonique local à ligne unique fonctionnant sur un réseau géré (c.-à-d. un réseau à commutation de circuits ou par protocole Internet [IP]), qui comprend une tonalité de numérotation, la composition au clavier, un service de relais téléphonique et le service 9-1-1. Les services téléphoniques et mobiles de voix sur protocole Internet (services VoIP) indépendants de l'accès ne sont pas considérés comme des services téléphoniques filaires de base aux fins du présent rapport.

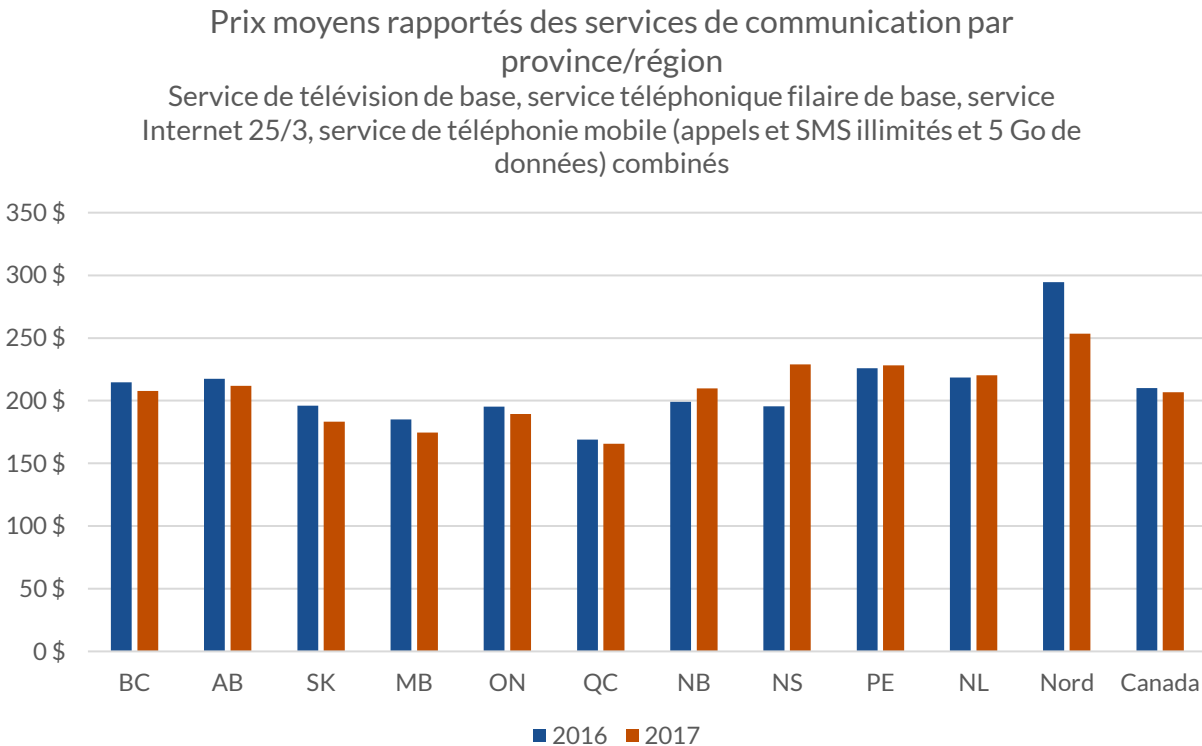
¹⁵ Consulter l'[annexe](#) pour connaître la méthodologie et le Tableau 2.2 pour la liste des collectivités rurales.

¹⁶ Internet est représenté par la catégorie de service qui comprend une vitesse de téléchargement de 25 Mbps et de téléversement de 3 Mbps, ainsi qu'une capacité de transfert de données d'au moins 100 Go par mois. Il s'agit du forfait le plus représentatif des abonnements parmi les trois surveillés.

¹⁷ La téléphonie mobile est représentée par le forfait qui comprend les appels et la messagerie texte illimités ainsi que 5 Go de données Internet.

¹⁸ Le Nord fait référence au Nunavut, aux Territoires du Nord-Ouest et au Yukon.

Graphique 2.1 Prix moyens combinés rapportés des services de communication par province/région en 2016 et 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Dans tout le Canada, à l'exception des provinces de l'Atlantique¹⁹, les prix moyens ont légèrement diminué ou sont demeurés constants de 2016 à 2017. La baisse la plus notable a été enregistrée dans le Nord, où les prix moyens combinés ont diminué de 16 %. Dans les provinces de l'Atlantique, les augmentations du prix moyen combiné sont largement attribuables à un certain nombre de fournisseurs qui offrent maintenant un service Internet à des vitesses plus élevées que 25/3 Mbps, ce qui fait augmenter le prix rapporté des services atteignant ces vitesses. Le Québec, le Manitoba et la Saskatchewan ont continué de rapporter les prix moyens combinés les plus bas.

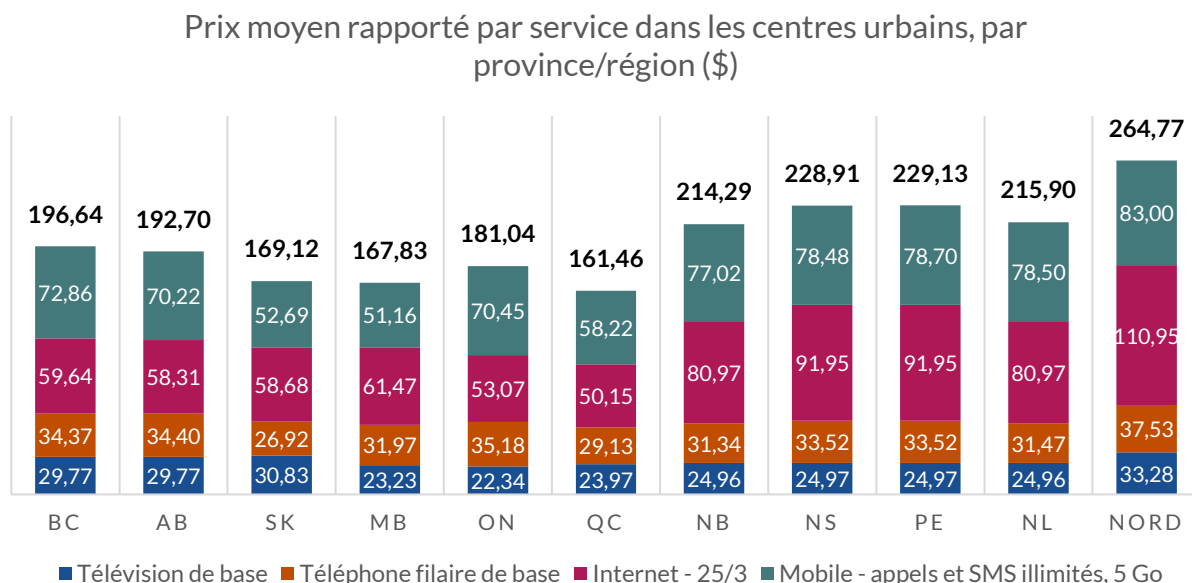
En 2017, le prix moyen combiné dans les centres urbains était généralement un peu plus bas que dans les collectivités rurales. Nationalement, ce prix était de 202 \$ dans les emplacements urbains et de 211 \$ dans les emplacements ruraux, soit une différence d'environ 5 %, quoiqu'il existe d'importantes différences provinciales et régionales.

¹⁹ Les provinces de l'Atlantique sont le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador.

Centres urbains

Les prix moyens combinés dans les centres urbains allaient de 161 \$ au Québec jusqu'à 265 \$ dans le Nord²⁰. Les différences de prix entre les provinces et les territoires sont en grande partie attribuables aux différences régionales du prix moyen du service Internet, qui allait de 50 \$ au Québec à 111 \$ dans le Nord.

Graphique 2.2 Prix moyen rapporté par service dans les centres urbains, par province/région (\$)



Source : Collecte de données du CRTC

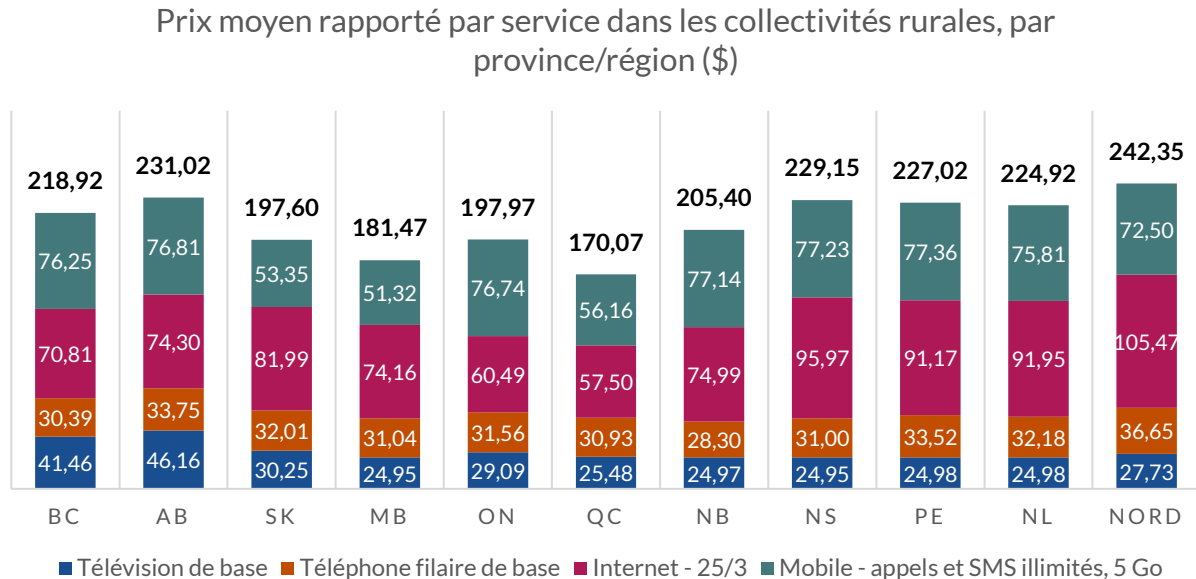
Les prix moyens dans le Nord étaient plus élevés que dans les provinces pour les quatre services, individuellement ou combinés, et les prix moyens combinés étaient les plus bas au Québec. Les provinces où un fournisseur de services régional majeur était présent affichaient les plus faibles prix moyens combinés (en ordre de croissance) : Québec, Manitoba et Saskatchewan. Des prix moyens combinés légèrement plus élevés ont été observés en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique. Les fournisseurs de services dans les provinces de l'Atlantique ont rapporté des prix moyens combinés plus élevés que dans les provinces de l'Ouest, bien que leurs forfaits Internet comprennent souvent des données illimitées, ce qui peut expliquer les prix élevés.

²⁰ Certains services n'étaient pas disponibles dans tous les trois territoires.

Collectivités rurales

Le prix moyen combiné dans les collectivités rurales allait de 170 \$ au Québec à 242 \$ dans le Nord, soit une différence de 72 \$.

Graphique 2.3 Prix moyen rapporté par service dans les collectivités rurales, par province/région (\$)



Source : Collecte de données du CRTC

Les prix moyens les plus élevés pour le service Internet (105 \$) et téléphoniques filaires de base (37 \$) ont été enregistrés dans le Nord, alors que l'Alberta affichait le prix moyen le plus élevé pour le service de télévision de base (46 \$) et l'Île-du-Prince-Édouard, pour le service de téléphonie mobile (77 \$).

Comme observé pour les prix dans les centres urbains, les prix moyens combinés les plus bas ont été enregistrés au Québec, au Manitoba et en Saskatchewan. Dans les régions rurales de l'Ontario, du Nouveau-Brunswick et de la Colombie-Britannique, ces prix étaient médians. À Terre-Neuve-et-Labrador, à l'Île-du-Prince-Édouard, en Nouvelle-Écosse et en Alberta, ils étaient légèrement plus élevés et affichaient un écart de 7 \$ entre les uns et les autres.

Comparaison entre les centres urbains et les collectivités rurales

Au niveau national, les prix moyens combinés dans les collectivités rurales étaient 5 % plus élevés que dans les centres urbains, mais ce résultat varie selon la région. L'Alberta affichait le plus grand écart entre ces prix dans les centres urbains et dans les collectivités rurales, où ils étaient en moyenne 20 % (38 \$) plus élevés. En moyenne, en Colombie-Britannique, en Alberta et en Saskatchewan, les prix dans les centres urbains étaient 16 % moins élevés que dans les collectivités rurales. Cet écart de prix moyens entre les collectivités rurales et les centres urbains se resserre vers l'est : au Manitoba, en Ontario et au Québec, les prix dans les centres urbains étaient en moyenne 7 % moins élevés que dans les collectivités rurales. En moyenne, la tarification était uniforme dans les provinces de l'Atlantique.

Dans le Nord, en revanche, la réalité est différente : les prix moyens combinés dans les collectivités nordiques rurales étaient 8 % (22 \$) plus bas que dans les régions nordiques urbaines, principalement en

raison de la présence d'un service d'accès Internet par satellite, qui n'est généralement pas disponible dans les centres urbains et qui est offert à plus bas prix.

i. Services de télédistribution

En 2017, les plus bas prix pour le service de télévision de base²¹ s'établissaient entre 14 \$ et 25 \$ selon la région dans laquelle le service était offert. De manière générale, les régions affichant les plus bas prix comptaient trois concurrents ou plus qui offraient des services.

Un forfait de télévision de base comprend normalement de 20 à 35 chaînes, selon l'endroit et le fournisseur de service. Il comprend des stations de télévision locales et régionales, des chaînes à diffusion obligatoire (p. ex., MétéoMédia, APTN), des chaînes parlementaires communautaires et provinciales (le cas échéant) et des chaînes éducatives provinciales et territoriales. Un tel forfait se veut une offre de service d'entrée de gamme et représente le plus bas coût d'un abonnement à un service de télévision.

Bien que les entreprises de distribution autorisées doivent offrir un forfait de télévision de base à un tarif de 25 \$ par mois ou moins, les distributeurs exemptés, comme les petites entreprises de câblodistribution, peuvent offrir un service comportant plus de chaînes à un prix plus élevé à titre de service d'entrée de gamme. Ces exemptions entraînent des prix supérieurs à 25 \$ dans les graphiques suivants.

Les graphiques à barres dans la présente section indiquent la fourchette de prix des différents services dans les centres urbains et les collectivités rurales du Canada. Le nombre de fournisseurs de services relevés est indiqué entre parenthèses. Lorsque plus d'un nombre s'affiche, par exemple (2/3), cela signifie qu'il y avait deux ou trois fournisseurs recensés dans la région.

Centres urbains

Dans les centres urbains du Canada, des forfaits de service de télédistribution à 25 \$ étaient offerts par des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR)²² autorisées, comme l'oblige la politique réglementaire de radiodiffusion 2015-96. Dans le Nord et les provinces de l'Atlantique, le prix le plus bas était 25 \$, alors que dans le reste du Canada les services de télévision de base étaient offerts au prix de 18 \$ et même de 14 \$ à Toronto, à London et à Kitchener-Waterloo.

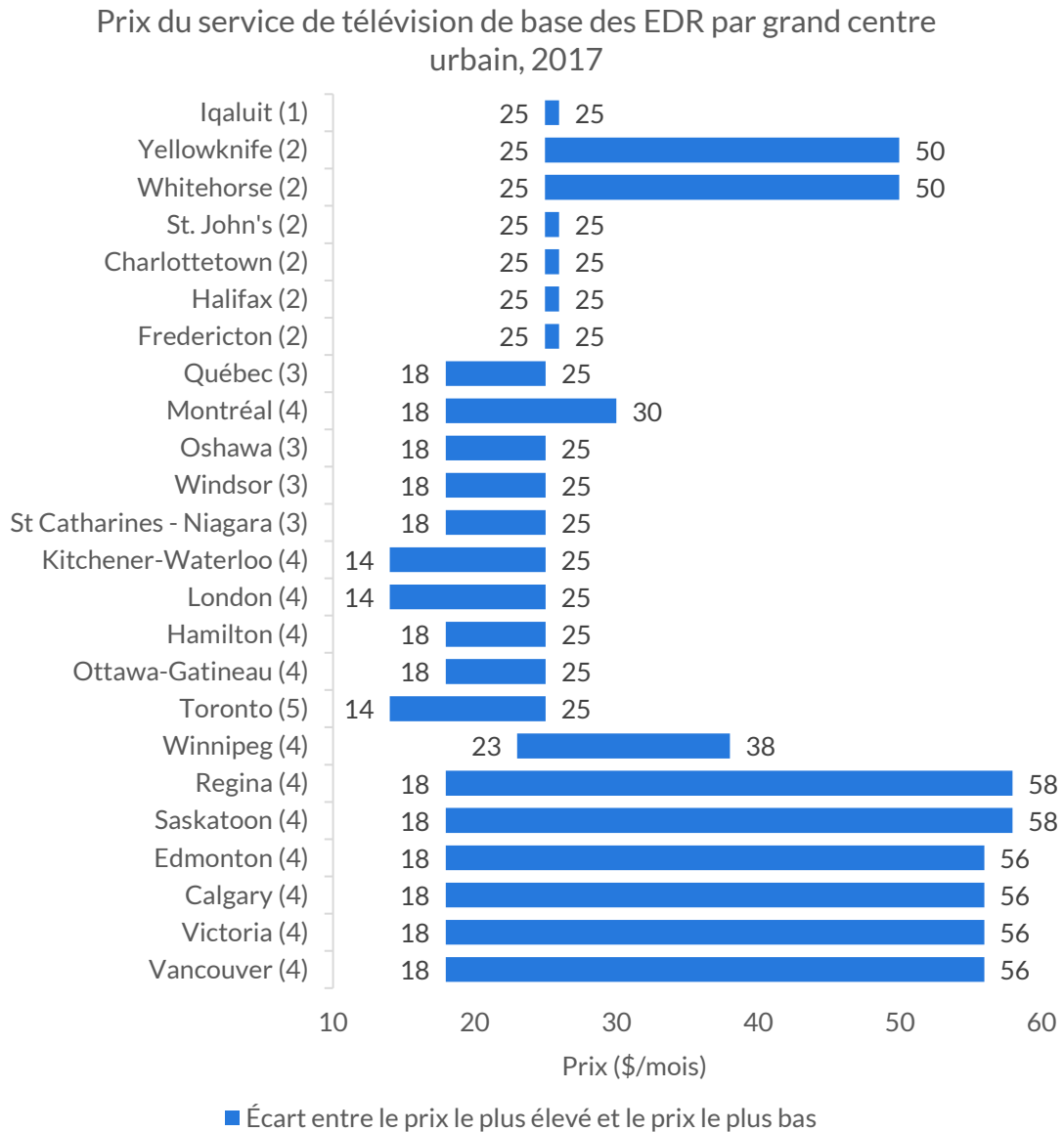
Sur les marchés où le service de télévision de base était offert au prix le plus bas, quatre concurrents ou plus étaient présents et comptaient parmi eux des fournisseurs de service de télévision sur protocole Internet (IPTV)²³.

²¹ Dans sa politique réglementaire (2015-96), suivant l'instance [Parlons télé](#), le Conseil a exigé que les entreprises de distribution autorisées offrent un service d'entrée de gamme d'au plus 25 \$ à compter du 1er mars 2016 et un service complètement à la carte à compter de décembre 2016.

²² 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).

²³ L'IPTV est un système par lequel des services de télévision sont distribués au moyen d'un protocole Internet sur un réseau privé géré (p. ex., Télé Fibe, Optik TV) plutôt que par la méthode traditionnelle sur les ondes, par câble ou par satellite. Elle exclut les services de diffusion Internet.

Graphique 2.4 Prix du service de télévision de base des EDR par grand centre urbain en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

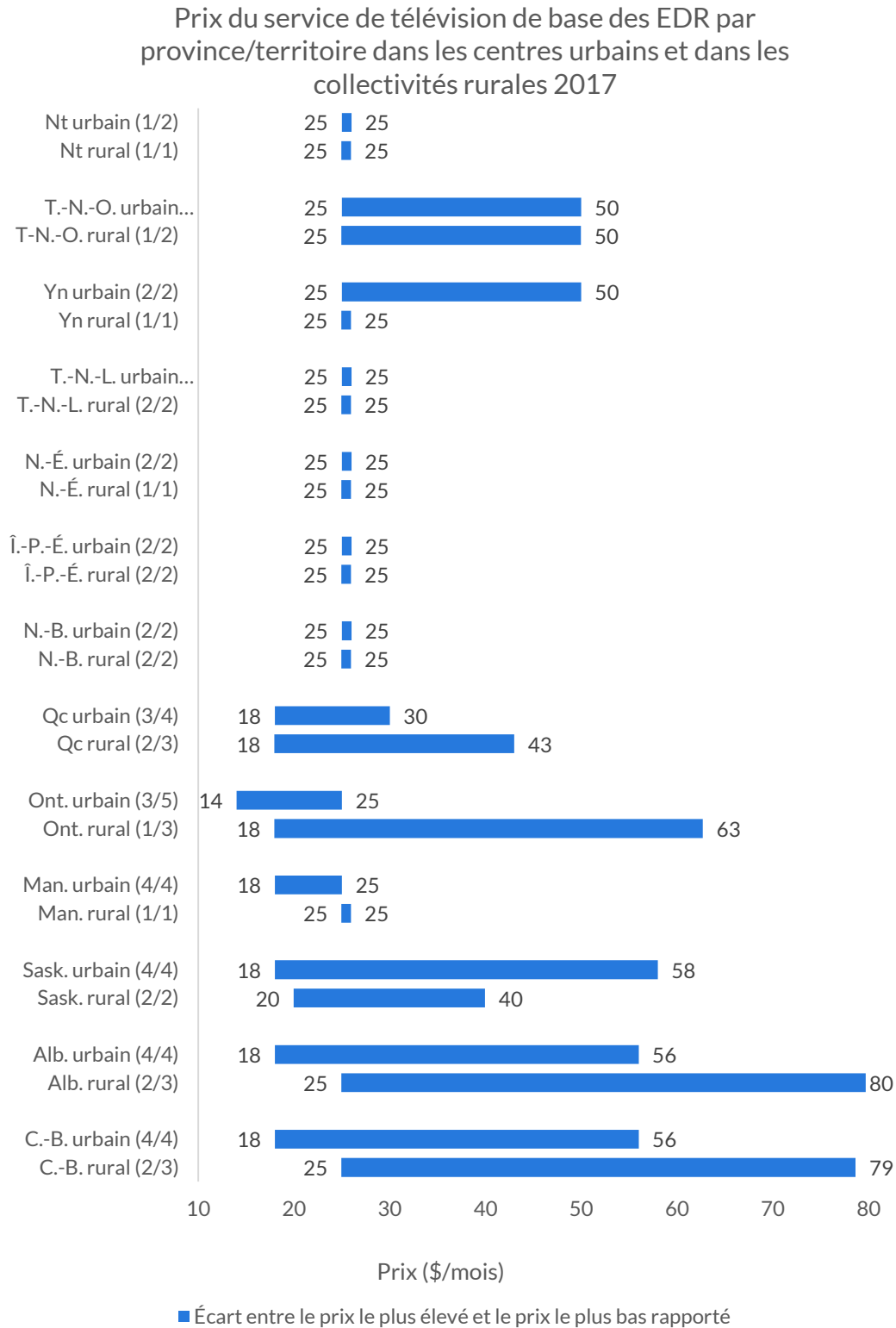
Comparaison entre les collectivités rurales et les centres urbains

En 2017, les prix pour le service de télévision de base étaient généralement plus bas dans les régions où trois fournisseurs de services ou plus étaient recensés. Le plus bas prix dans les centres urbains était de 14 \$ en Ontario.

Le plus bas prix dans les collectivités rurales était de 18 \$ en Ontario et au Québec, suivi de 20 \$ en Saskatchewan. Dans le reste du Canada, le plus bas prix en région rurale était de 25 \$.

De manière générale, il n'y avait pas de différence entre le plus bas prix dans les collectivités rurales et celui dans les centres urbains du Nord, des provinces de l'Atlantique et du Québec, alors que la différence allait de 2 \$ (Saskatchewan) à 7 \$ (Manitoba, Alberta, Colombie-Britannique) dans le reste du Canada.

Graphique 2.5 Prix du service de télévision de base des EDR par province/territoire dans les centres urbains et dans les collectivités rurales en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

ii. Services téléphoniques filaires locaux

Le service téléphonique filaire local était disponible dans tout le Canada pour approximativement 30 \$ alors que dans certaines régions le service était disponible pour moins de 25 \$.

Le service téléphonique local de base²⁴ comprend les appels illimités à l'intérieur d'une zone d'appel local délimitée, les services 9-1-1, les services de relais téléphoniques ainsi que l'accès aux services d'interurbain.

Les graphiques à barres de la présente section indiquent la fourchette de prix des différents services dans les centres urbains et les collectivités rurales du Canada. Le nombre de fournisseurs de services relevés est indiqué entre parenthèses. Lorsque plus d'un nombre s'affiche, par exemple (2/3), cela signifie qu'il y avait deux ou trois fournisseurs recensés dans la région.

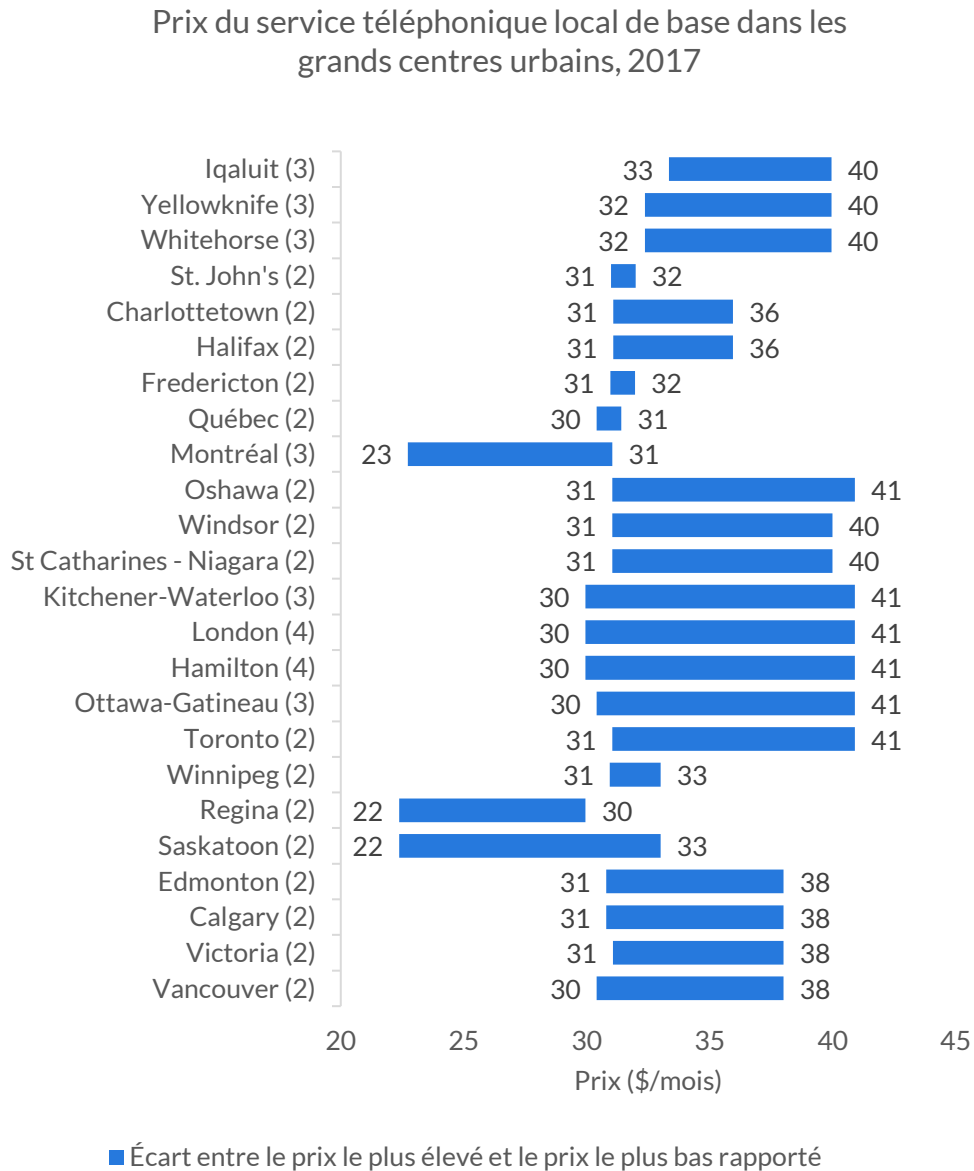
²⁴ Seuls les services dépendants de l'accès étaient compris dans l'analyse.

Centres urbains

De manière générale, les prix du service téléphonique filaire de base dans les centres urbains s'établissaient entre 30 à 40 \$ par mois. À Montréal, à Regina et à Saskatoon, les prix étaient inférieurs de près de 10 \$ (entre 22 \$ et 33 \$).

Le plus bas prix dans les centres urbains a été rapporté à Regina et à Saskatoon (22 \$), alors que le plus bas prix dans le Nord était 10 \$ plus élevé (32 \$), à Whitehorse et à Yellowknife.

Graphique 2.6 Prix du service téléphonique filaire de base (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



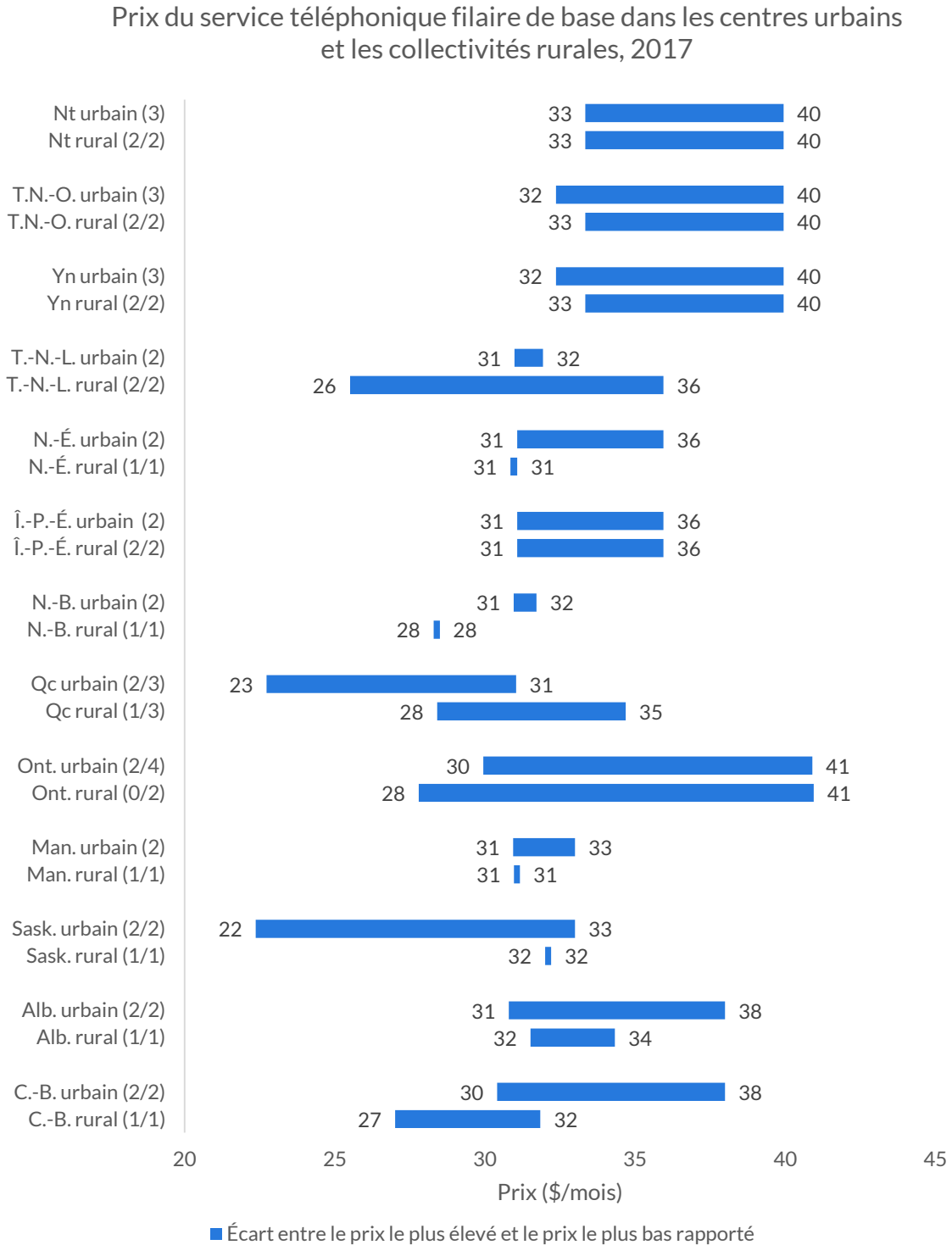
Source : Collecte de données du CRTC

Comparaison entre les collectivités rurales et les centres urbains

Les prix du service téléphonique étaient généralement uniformes entre les centres urbains et les collectivités rurales, le service étant disponible pour environ 30 \$ par mois. Les plus bas prix étaient dans les centres urbains de la Saskatchewan et du Québec (22 \$ et 23 \$ respectivement), suivis des collectivités rurales à Terre-Neuve-et-Labrador et en Colombie-Britannique (26 \$).

De manière générale, les prix dans les centres urbains s'établissaient entre 22 \$ en Saskatchewan et 41 \$ en Ontario, alors que les prix dans les collectivités rurales allaient de 26 \$ à Terre-Neuve-et-Labrador à 41 \$ en Ontario.

Graphique 2.7 Prix du service téléphonique filaire de base (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales par province/territoire en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

iii. Services Internet

Comme pour les années précédentes, les ménages urbains avaient généralement accès à des prix de service Internet plus bas en 2017 et à un plus grand choix de fournisseurs de services Internet (FSI) par rapport aux ménages ruraux. En moyenne, les collectivités rurales comptaient un accès à quatre FSI; les centres urbains, à huit FSI.

En 2017, on a demandé aux FSI de rapporter le prix des services répondant à la cible de l'objectif de service et à l'ancienne cible de l'objectif, ainsi que le prix d'un service intermédiaire :

- 5 Mbps pour le téléchargement et 1 Mbps pour le téléversement (5/1 Mbps) [l'ancien objectif de vitesse du service de base];
- 25 Mbps pour le téléchargement et 3 Mbps pour le téléversement (25/3 Mbps) avec au moins 100 Go pour le transfert de données mensuel;
- 50 Mbps pour le téléchargement et 10 Mbps pour le téléversement (50/10 Mbps) avec le transfert de données mensuel illimité (les nouveaux objectifs de vitesse du service universel).

Les graphiques à barres dans la présente section indiquent la fourchette de prix des différents services dans les centres urbains et les collectivités rurales du Canada. Le nombre de fournisseurs de services relevés est indiqué entre parenthèses. Lorsque plus d'un nombre s'affiche, par exemple (2/3), cela signifie qu'il y avait deux ou trois fournisseurs recensés dans la région.

Centres urbains

Les centres urbains de l'Ontario et du Québec comptaient davantage de FSI que ceux dans l'Ouest canadien, suivi des provinces de l'Atlantique. Ce sont les territoires qui comptaient le moins d'options en matière de FSI.

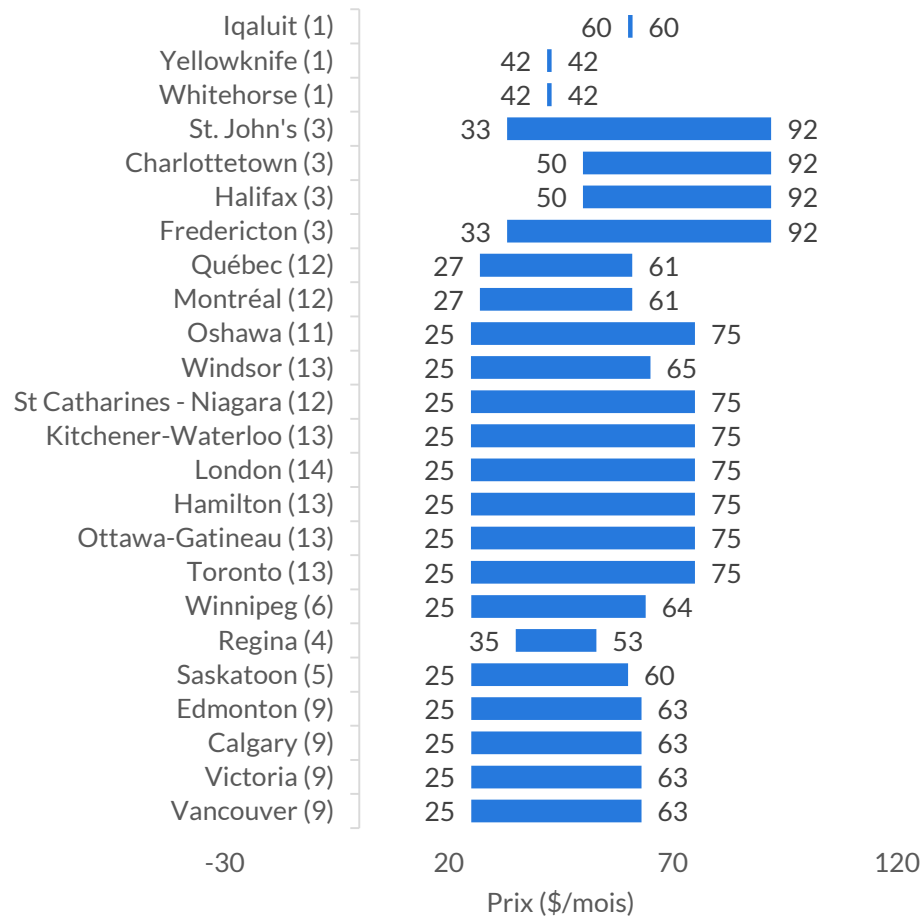
Service de 5/1 Mbps

Dans les centres urbains, le service Internet de 5/1 Mbps était disponible au coût de 25 \$ par mois en Colombie-Britannique, en Alberta, en Saskatchewan et en Ontario, l'exception étant Regina (35 \$), alors qu'au Québec, dans les provinces de l'Atlantique et dans le Nord, le plus bas prix variait de 27 \$ à 60 \$.

L'option de service de 5/1 Mbps rapportée affichant le plus bas prix offrait un transfert de données illimité et était fournie par deux ou trois FSI dans les provinces de l'Atlantique, au Manitoba et en Saskatchewan, et par cinq à sept FSI en Colombie-Britannique, en Alberta, en Ontario et au Québec. Ces régions affichaient également un plus grand nombre de FSI et une plus grande utilisation des services à large bande de gros. Aucun des services rapportés dans les territoires ne comportait de transfert de données illimité dans leur offre au prix le plus bas.

Graphique 2.8 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande de 5/1 Mbps et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017

Prix du service d'accès Internet à large bande (5/1 Mbps) de résidence dans les grands centres urbains, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Sauf à Iqaluit, les services par satellite sont exclus dans les centres urbains.

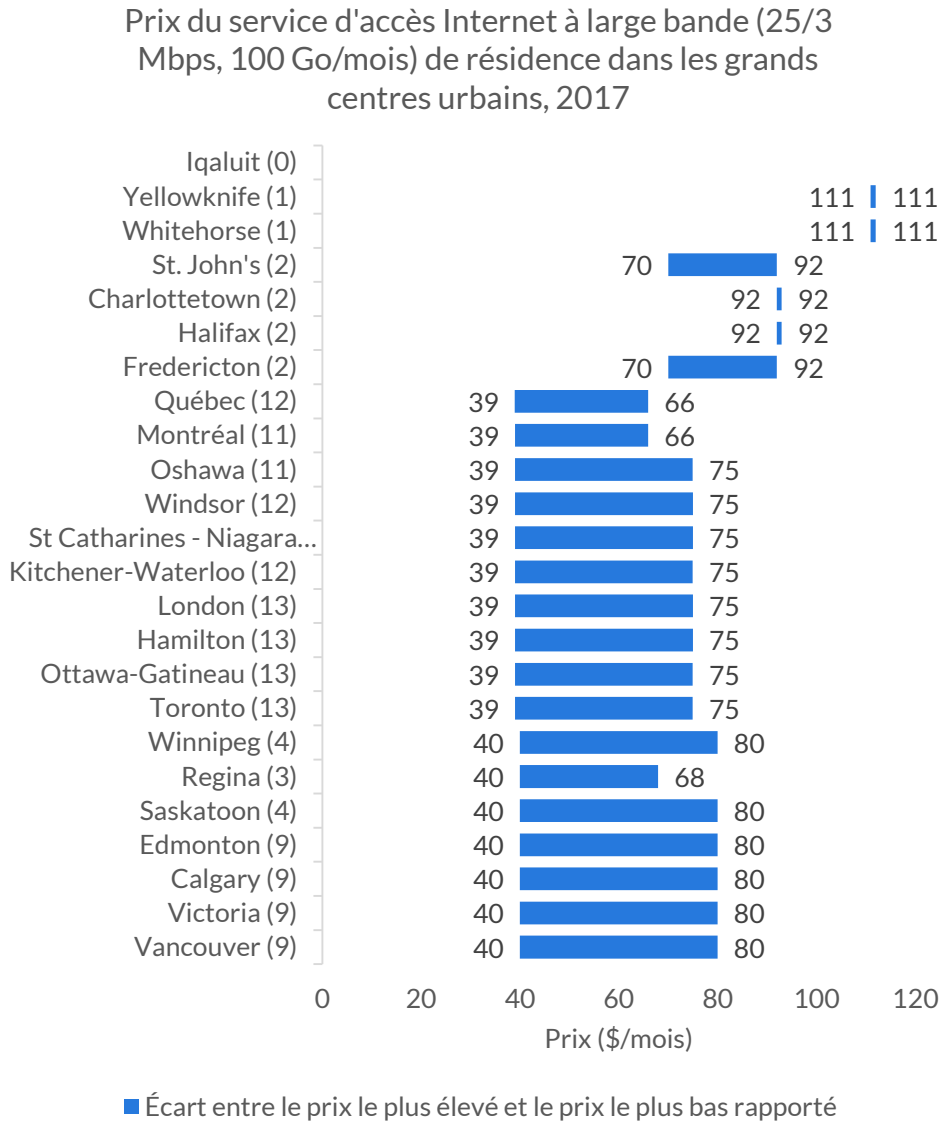
Service de 25/3 Mbps comprenant une capacité de transfert de données d'au moins 100 Go par mois

Le service Internet affichant une vitesse de téléchargement de 25 Mbps et une vitesse de téléversement de 3 Mbps ou plus était disponible au coût d'environ 40 \$ dans tous les centres urbains du Canada, à l'exception des provinces de l'Atlantique et du Nord. Le plus bas prix était de 39 \$ dans les centres urbains du Québec et de l'Ontario.

L'option de service de 25/3 Mbps rapportée affichant le plus bas prix offrait un transfert de données illimité et était fournie par deux fournisseurs dans la plupart des provinces de l'Atlantique, au Manitoba et en Saskatchewan, et par quatre ou cinq fournisseurs en Colombie-Britannique, en Alberta, en Ontario et au Québec. Tel qu'il a été susmentionné, ces régions affichaient également un plus grand nombre de FSI et une plus grande utilisation des services à large bande de gros. Aucun des services rapportés dans les territoires ne comportait de transfert de données illimité dans leur offre au prix le plus bas.

Le service de 25/3 Mbps le moins cher comportant une limite de transfert de données offrait généralement au moins 175 Go, alors que dans de nombreuses régions, certains FSI offraient jusqu'à 400 Go.

Graphique 2.9 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (25/3 Mbps, 100 Go/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017

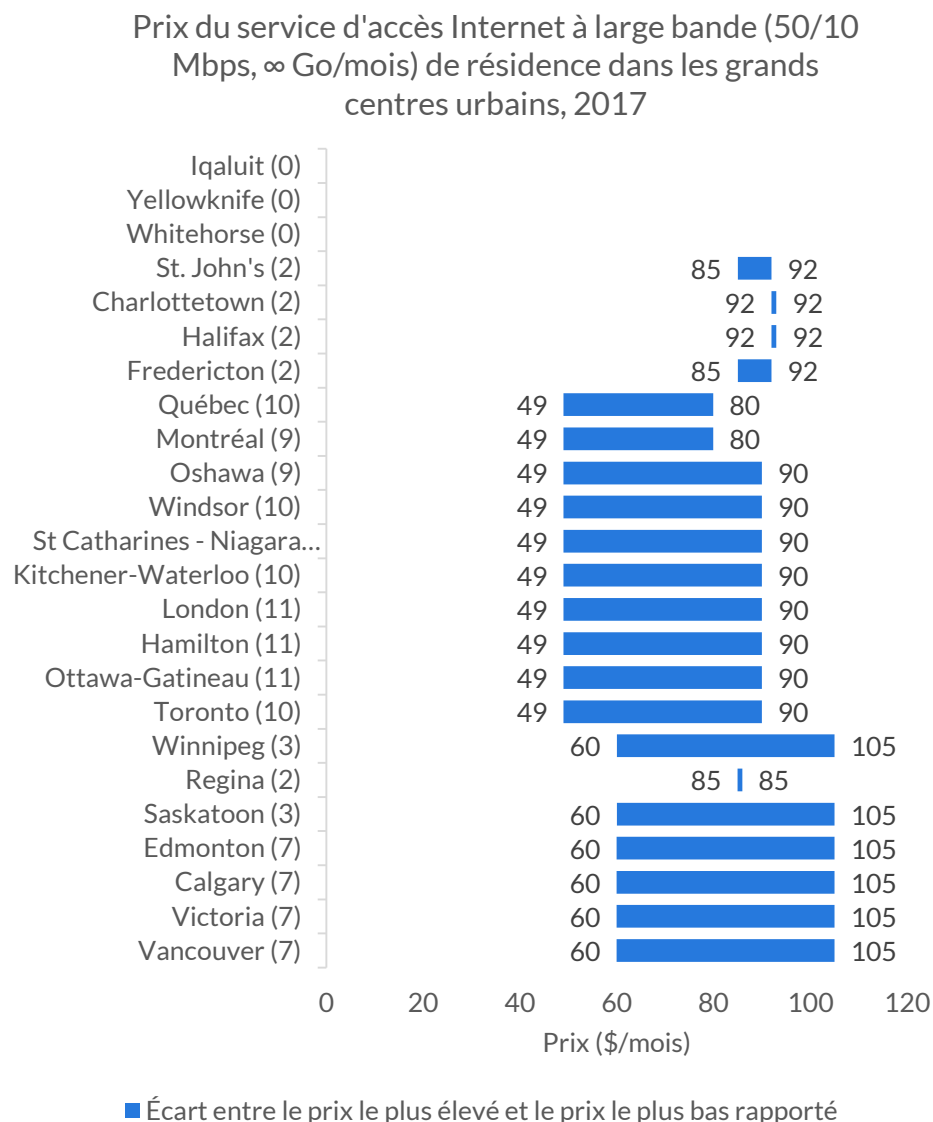


Source : Collecte de données du CRTC

Service de 50/10 Mbps comprenant une capacité de transfert de données mensuelle illimitée

Comme l'illustre la figure ci-dessous, le service comprenant un transfert de données illimité et des vitesses de téléchargement et de téléversement de 50 Mbps et de 10 Mbps était disponible dans tous les centres urbains autres que ceux des territoires. Les prix variaient de 49 \$ à 90 \$ en Ontario et au Québec, et de 60 \$ à 105 \$ dans les autres provinces. On peut également relever cette différence régionale dans le [prix moyen](#), qui est moins élevé en Ontario et au Québec que dans les autres régions.

Graphique 2.10 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (50/10 Mbps, transfert de données illimité) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Comparaison entre les collectivités rurales et les centres urbains

Les Canadiens qui résident dans des collectivités rurales ont généralement un choix de FSI plus restreint que les abonnés qui vivent dans des centres urbains. De toutes les régions rurales examinées, le nombre médian de FSI disponibles était de quatre; la moyenne était également de quatre. La médiane dans les centres urbains était de neuf et la moyenne, de huit.

Outre l'accès à un nombre moindre de FSI, les collectivités rurales avaient également accès à des vitesses de service Internet moins élevées. Des offres de service ont été rapportées dans l'ensemble des collectivités rurales pour le service de 5/1 Mbps, dans 89 % des collectivités rurales pour le service de 25/3 Mbps et dans 63 % des collectivités rurales pour le service de 50/10 Mbps.

Outre les prix généralement plus élevés, les offres de service dans les collectivités rurales comprenaient habituellement des limites mensuelles de transfert de données (moyenne de 181 Go pour les services de 25/3 Mbps et de 5/1 Mbps) plus bas que dans les centres urbains (moyenne de 224 Go pour les services 25/3 Mbps et de 5/1 Mbps), ainsi qu'un nombre plus restreint de FSI offrant le transfert de données illimité dans leur forfait le moins cher rapporté.

Le transfert de données illimité était inclus dans l'offre de service de 5/1 Mbps la moins chère rapportée dans près de 83 % des régions rurales et dans près de 54 % de ces régions pour l'offre de service de 25/3 Mbps.

Service de 5/1 Mbps

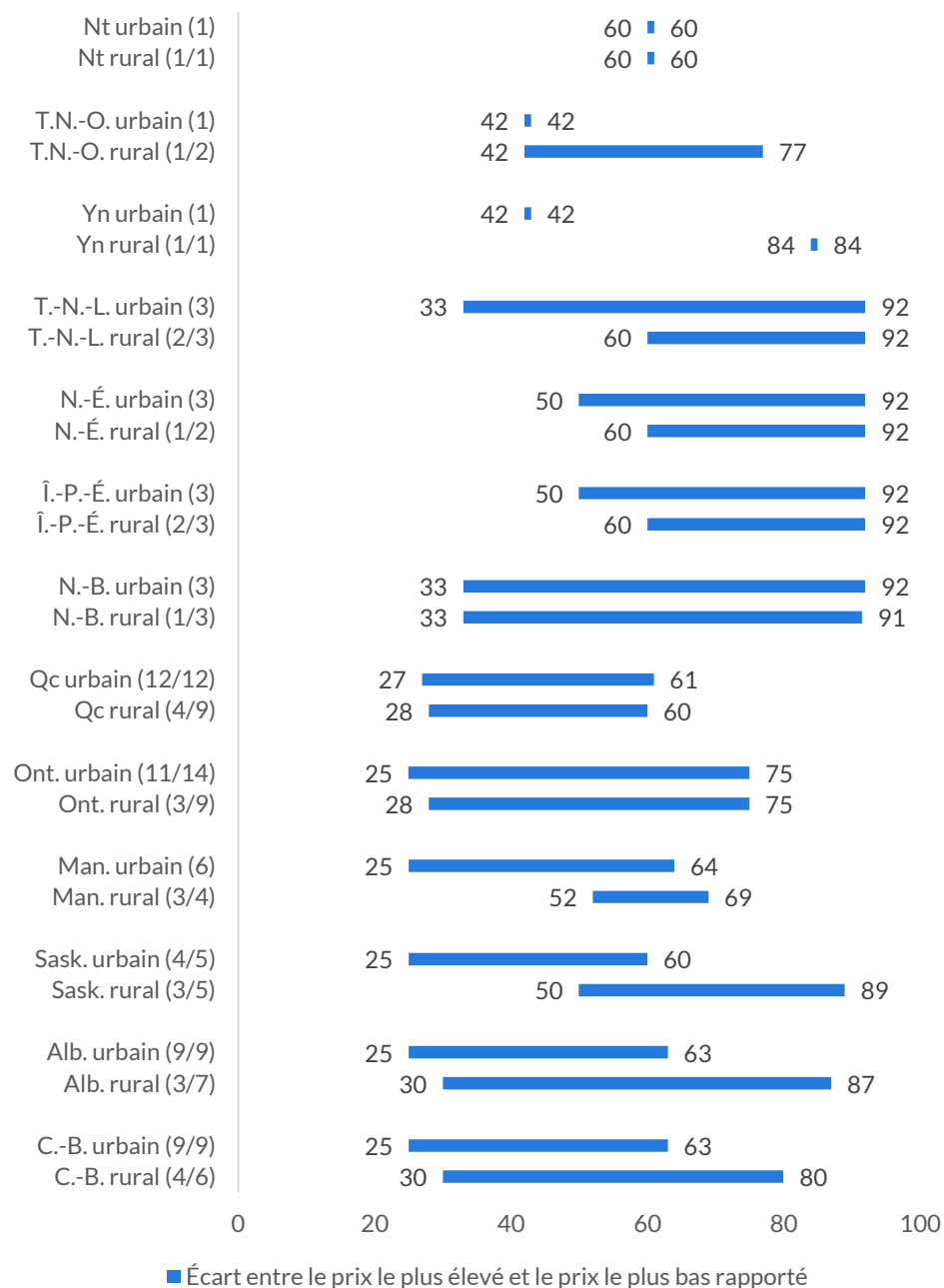
Le prix le plus bas pour le service de 5/1 Mbps dans les centres urbains était de 25 \$ en Ontario, au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique, alors que le prix le plus bas pour le même service dans les collectivités rurales était de 28 \$ au Québec et en Ontario.

Les régions qui affichaient le plus grand écart de prix entre les collectivités rurales et les centres urbains étaient Terre-Neuve-et-Labrador et le Manitoba (écart de 27 \$), suivies de la Saskatchewan (écart de 25 \$).

Le Québec et l'Ontario affichaient le plus grand nombre de FSI rapportant des offres de service, le plus bas prix à l'échelle des collectivités rurales (28 \$) et le plus faible écart relativement au plus bas prix entre les collectivités rurales et les centres urbains (1 \$ et 2 \$, respectivement) parmi toutes les provinces.

Graphique 2.11 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande de 5/1 Mbps et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017

Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (5/1 Mbps) de résidence dans les centres urbains et les collectivités rurales, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Sauf à Iqaluit, les services par satellite sont exclus dans les centres urbains.

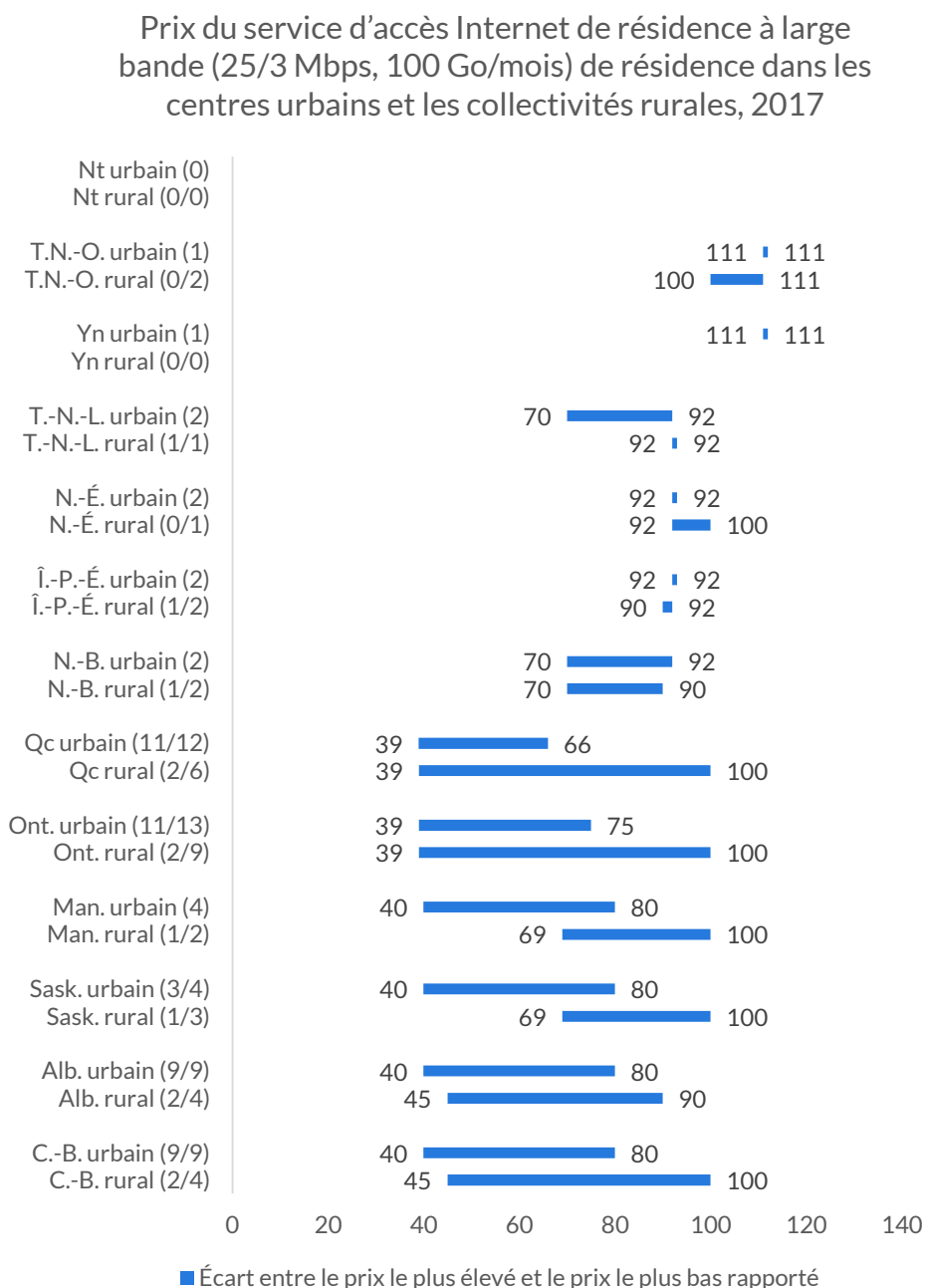
Service de 25/3 Mbps comprenant une capacité de transfert de données d'au moins 100 Go par mois

Les prix pour le service de 25/3 Mbps variaient de 39 \$ à 111 \$. Le plus bas prix dans les centres urbains était de 39 \$ au Québec et en Ontario, alors que dans le Nord, là où le service était disponible, les prix variaient de 100 \$ à 111 \$ par mois.

Dans les collectivités rurales, les prix pour ce service variaient de 39 \$ au Québec et en Ontario à 111 \$ dans le Nord, là où le service était disponible.

À l'instar des tarifs du service de 5/1 Mbps, les prix du service de 25/3 Mbps étaient habituellement supérieurs dans les régions rurales. L'écart de prix entre les collectivités rurales et les centres urbains variait de 0 \$ au Québec et en Ontario, où le plus grand nombre de FSI rapportant des offres de service était enregistré, à 29 \$ au Manitoba et en Saskatchewan.

Graphique 2.12 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (25/3 Mbps, 100 Go/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017



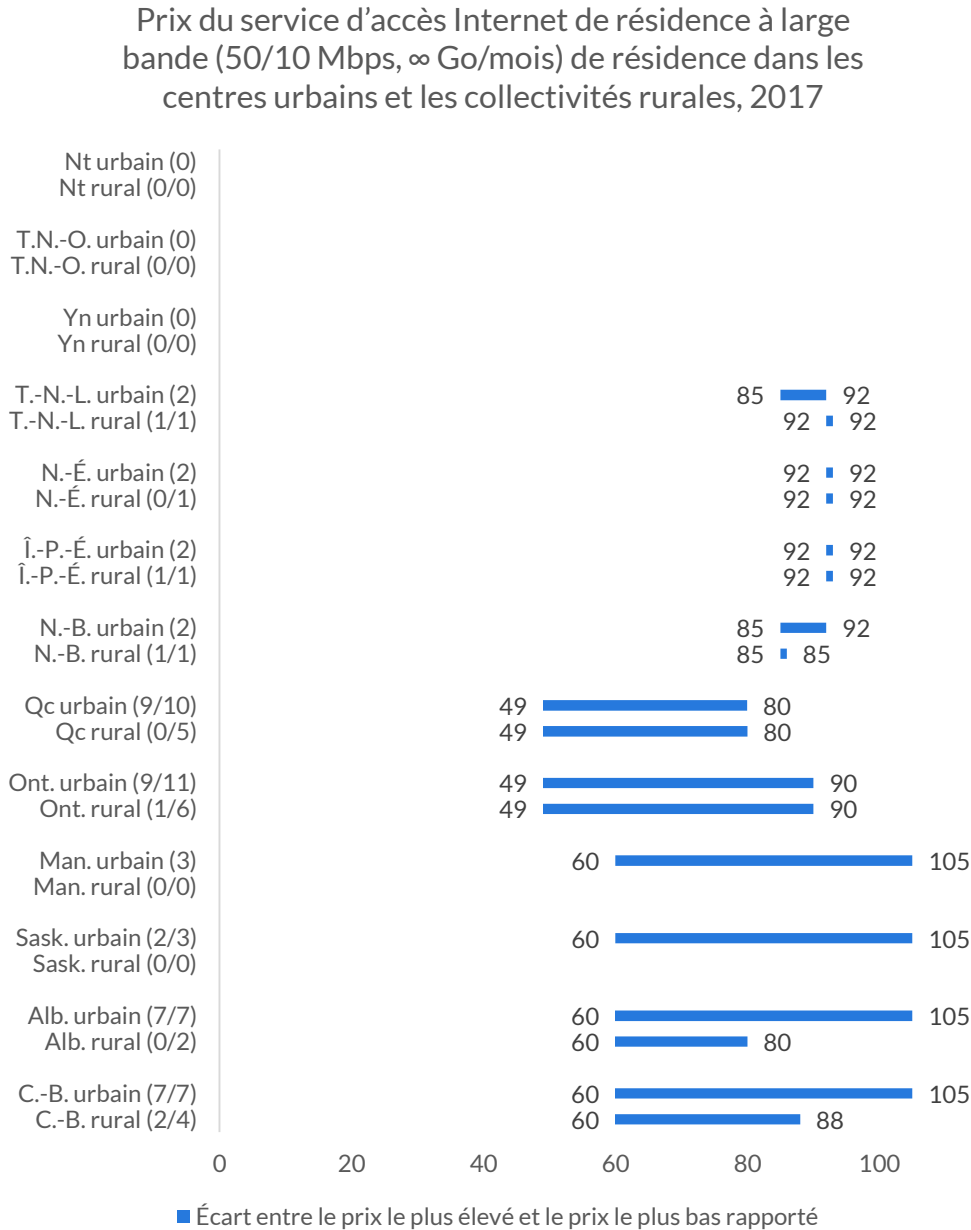
Source : Collecte de données du CRTC

Service de 50/10 Mbps comprenant une capacité de transfert de données mensuelle illimitée

Des offres de service de 50/10 Mbps ont été rapportées dans la plupart des provinces, à l'exception des régions rurales du Manitoba et de la Saskatchewan, qui dépendaient généralement d'offres de service sans fil fixe. Les prix variaient de 49 \$ au Québec et en Ontario à 105 \$ au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique.

Suivant les mêmes tendances que celles observées dans les offres de services Internet basse vitesse, les prix les plus bas étaient enregistrés dans les régions comptant le plus grand nombre d'offres de service rapportées, soit le Québec et l'Ontario. Ces deux provinces affichaient également une tarification uniforme entre les collectivités rurales et les centres urbains, alors que les plus grands écarts de prix entre les collectivités rurales et les centres urbains étaient recensés au Manitoba, en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique (écart de 45 \$).

Graphique 2.13 Prix du service d'accès Internet de résidence à large bande (50/10 Mbps, transfert de données illimité) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

iv. Services mobiles

En 2017, chaque marché à l'étude comptait au moins deux fournisseurs de services sans fil (FSSF), les centres urbains de l'Ontario se trouvant en tête de file avec cinq FSSF.

La structure de tarification des services mobiles est fondée sur l'utilisation. Pour évaluer les prix de ces services dans les centres urbains et les collectivités rurales, quatre ensembles de services ont été retenus, et les marques de service principales et complémentaires ont été prises en considération. Ces ensembles ont été modifiés en 2016 en vue d'accroître le nombre de données Internet comprises par mois dans les ensembles de niveaux 2, 3 et 4.

- L'ensemble de services de **niveau 1** représente les types de forfaits promotionnels ou de faible utilisation qui offrent 150 minutes d'appels par mois, sans messages texte ni données Internet.
- L'ensemble de services mobiles de **niveau 2** englobe les forfaits d'utilisation faible ou intermédiaire qui offrent aux clients au moins 450 minutes d'appels, 300 messages texte et 1 Go de données Internet par mois.
- L'ensemble de **niveau 3** comprend les forfaits représentatifs de l'utilisateur de téléphone intelligent moyen, offrant au moins 1 200 minutes d'appels, 300 messages texte et 2 Go de données Internet par mois.
- L'ensemble de **niveau 4** vise les utilisateurs de téléphone intelligent qui veulent un accès illimité aux appels et à la messagerie texte, ainsi que 5 Go de données Internet par mois.

Comme pour les années précédentes, l'écart entre le prix le plus élevé et le prix le plus bas a généralement augmenté, comme les ensembles de services comprennent une plus grande utilisation d'appels et de données.

Les graphiques à barres de la présente section indiquent la fourchette de prix des différents services dans les centres urbains et les collectivités rurales du Canada. Le nombre de fournisseurs de services relevés est indiqué entre parenthèses. Lorsque plus d'un nombre s'affiche, par exemple (2/3), cela signifie qu'il y avait deux ou trois fournisseurs recensés dans la région.

Centres urbains

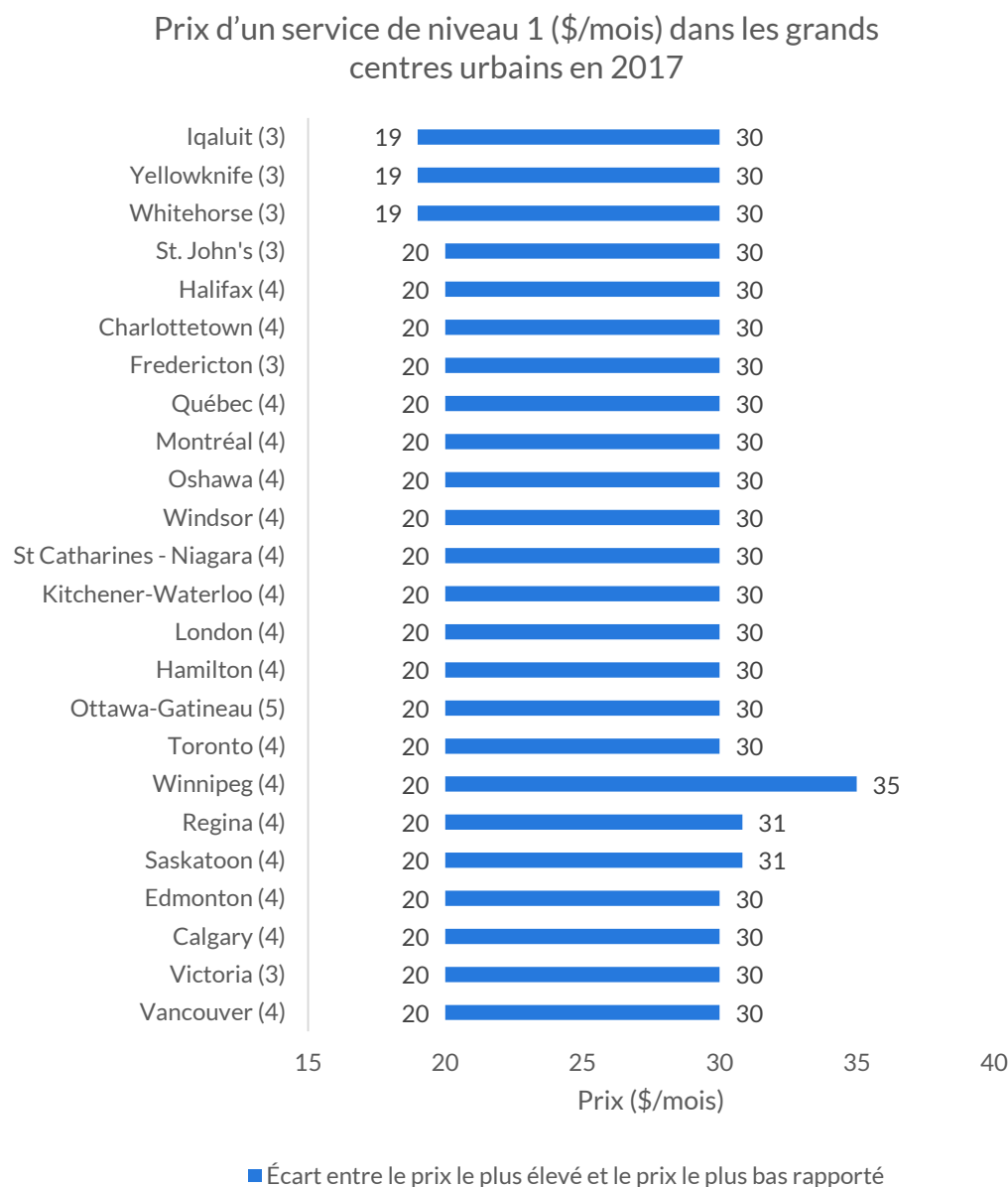
Les centres urbains ayant au moins quatre FSSF présentaient généralement le plus grand écart de prix entre le prix le plus bas et le prix le plus élevé rapportés, ainsi que les prix les plus bas rapportés pour trois des quatre ensembles de services. L'écart entre les prix les plus bas et les prix les plus élevés pour tous les ensembles de services, tous centres urbains confondus, variait de 5 \$ (plus bas) à 36 \$ (plus élevé). Les écarts de prix étaient les plus prononcés dans l'ensemble de services de niveau 4. Les écarts de prix moyens entre les prix rapportés les plus bas et ceux les plus élevés pour les ensembles de services de niveaux 1, 2, 3 et 4 étaient de 10 \$, 14 \$, 21 \$ et 30 \$, respectivement.

Services de niveau 1 : 150 minutes d'appels, aucun message texte, aucune donnée Internet

Les services de niveau 1 étaient disponibles pour environ 20 \$ partout au Canada. Les prix étaient les moins élevés dans le Nord, à 19 \$, alors que dans le reste du Canada, le plus bas prix était de 20 \$.

Les écarts de prix pour les services de niveau 1 étaient limités dans les centres urbains. Dans la plupart des villes, la fourchette était de 20 \$ à 30 \$, alors que le plus grand écart (15 \$) était recensé à Winnipeg, où les prix variaient de 20 \$ à 35 \$.

Graphique 2.14 Prix d'un service de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



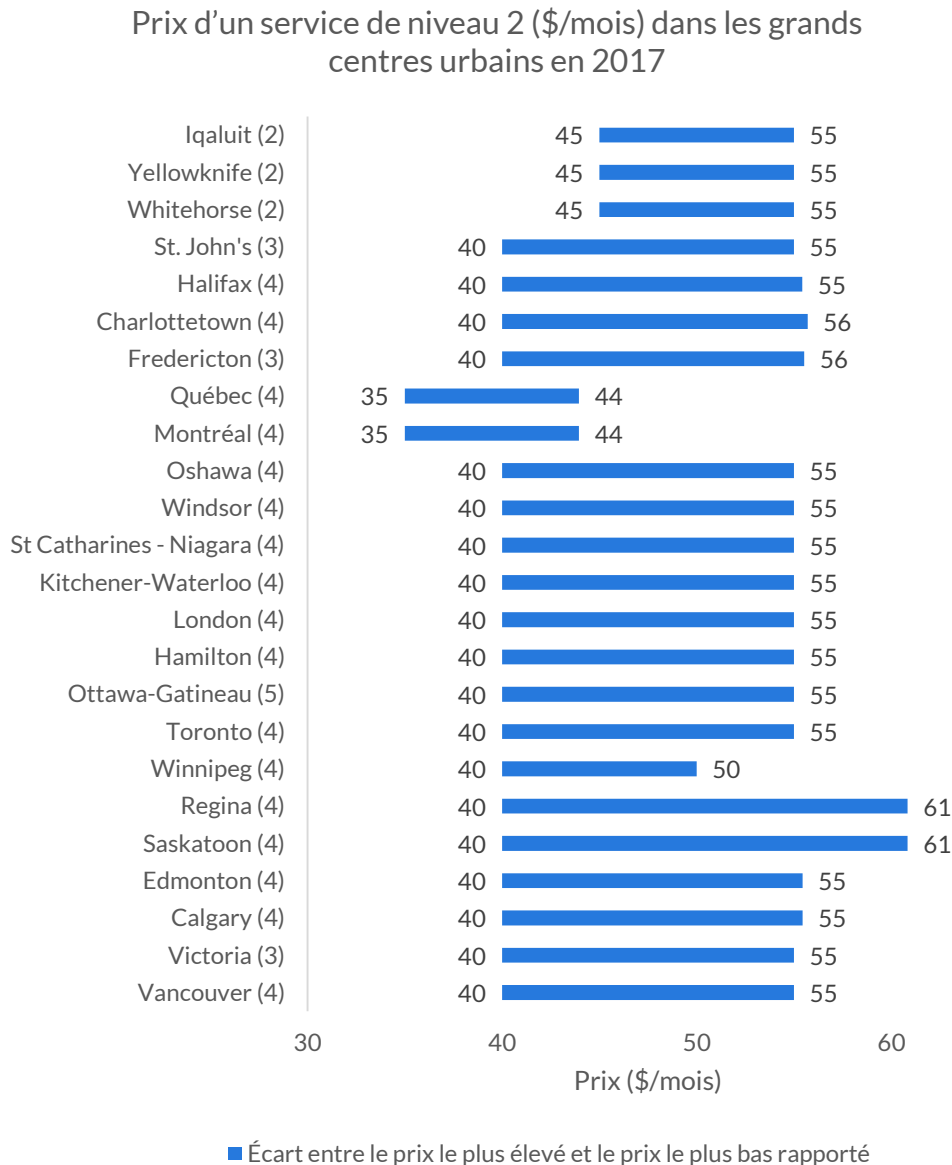
Source : Collecte de données du CRTC

Services de niveau 2 : 450 minutes d'appels, 300 messages texte, 1 Go de données Internet

Les plus bas prix dans les centres urbains pour les services de niveau 2 variaient de 35 \$ à Québec et à Montréal, à 45 \$ à Iqaluit, Yellowknife et Whitehorse. Dans toutes les provinces, les services de niveau 2 étaient disponibles au coût de 40 \$ ou moins, alors que dans le Nord, les prix commençaient à 45 \$.

De manière générale, les prix variaient de 35 \$ à 61 \$, alors que dans la plupart des régions, l'écart de prix était d'environ 15 \$.

Graphique 2.15 Prix d'un service de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



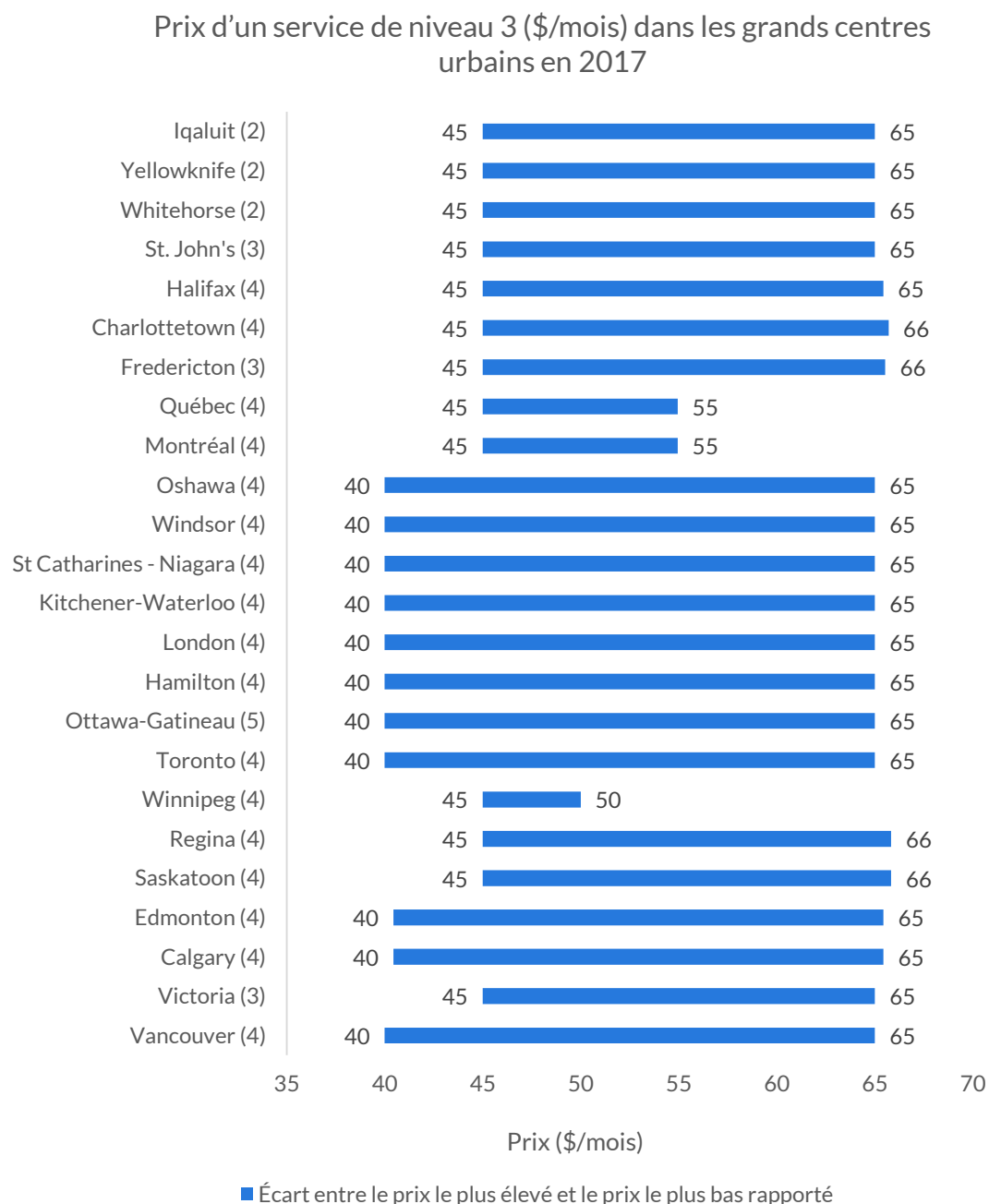
Source : Collecte de données du CRTC

Services de niveau 3 : 1 200 minutes d'appels, 300 messages texte, 2 Go de données Internet

Dans les centres urbains, les services de niveau 3 étaient disponibles au coût de 45 \$ ou moins. Le plus bas prix était de 40 \$ dans les villes de l'Ontario ainsi qu'à Edmonton, Calgary et Vancouver.

Les prix variaient de 40 \$ à 65 \$, et trois fournisseurs de services ou plus rapportaient des offres de service dans chaque centre urbain, sauf dans le Nord.

Graphique 2.16 Prix d'un service de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



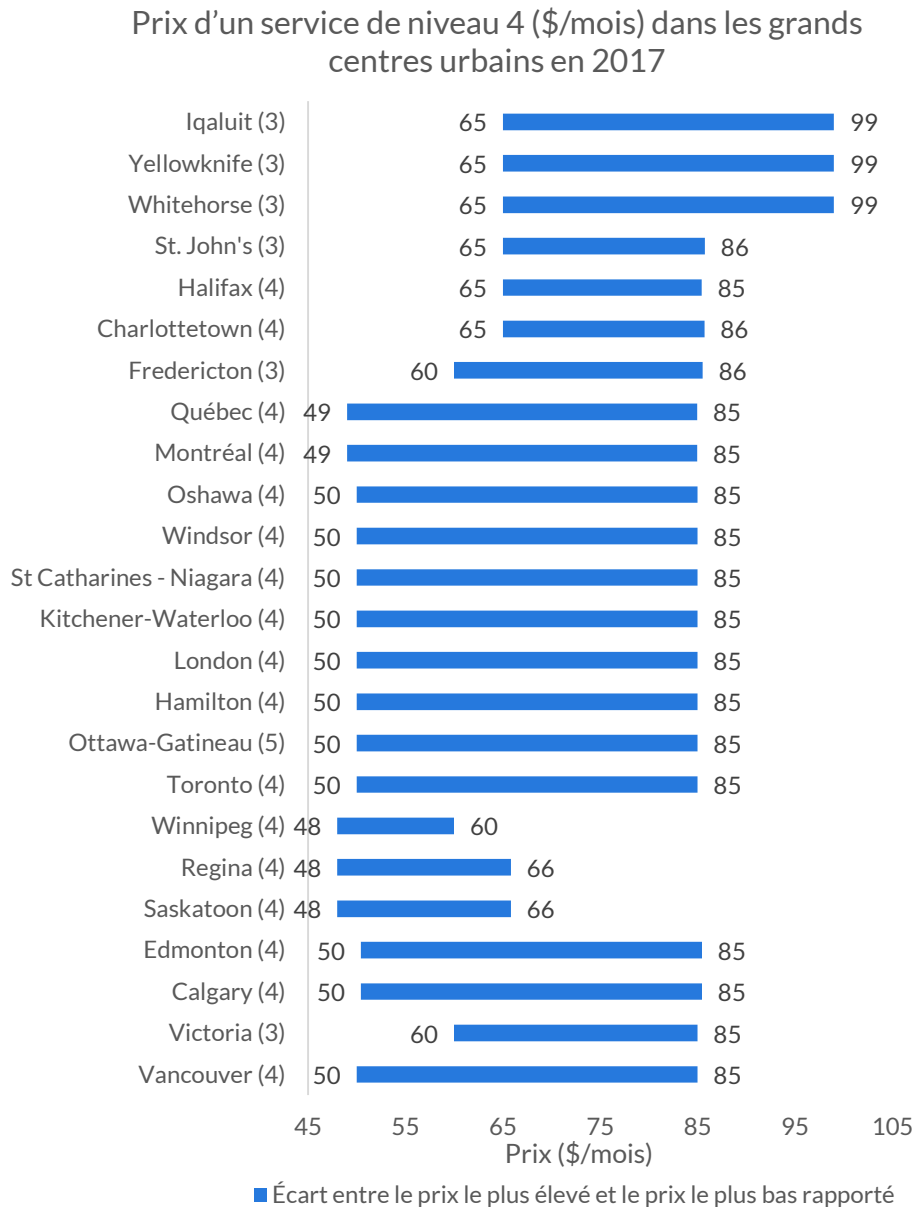
Source : Collecte de données du CRTC

Services de niveau 4 : Appels et messagerie texte illimités, 5 Go de données Internet

Le plus bas prix dans les centres urbains variait de 48 \$ au Manitoba et en Saskatchewan, le Québec étant non loin derrière avec 49 \$, à 65 \$ dans le Nord et dans les provinces de l'Atlantique (une offre de service à 60 \$ a toutefois été enregistrée à Fredericton).

La tarification était la plus uniforme au Manitoba et en Saskatchewan, où les offres de service variaient de 48 \$ à 66 \$. De manière générale, les prix pour les services de niveau 4 variaient de 48 \$ à 99 \$, le plus grand écart ayant été observé à Québec et à Montréal, où les prix variaient de 49 \$ à 85 \$ (écart de 36 \$).

Graphique 2.17 Prix d'un service de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les grands centres urbains en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Comparaison entre les collectivités rurales et les centres urbains

Les prix pour les services sans fil mobiles dans les collectivités rurales, tous ensembles de services confondus, étaient généralement identiques ou supérieurs à ceux dans les centres urbains, à l'exception de l'ensemble de services de niveau 4, dont les prix moyens les plus bas et les plus élevés étaient légèrement plus bas dans les collectivités rurales. Pour l'ensemble de service de niveau 4, les collectivités rurales de plusieurs provinces de l'Atlantique et des trois territoires avaient accès à des prix rapportés plus bas que dans les centres urbains.

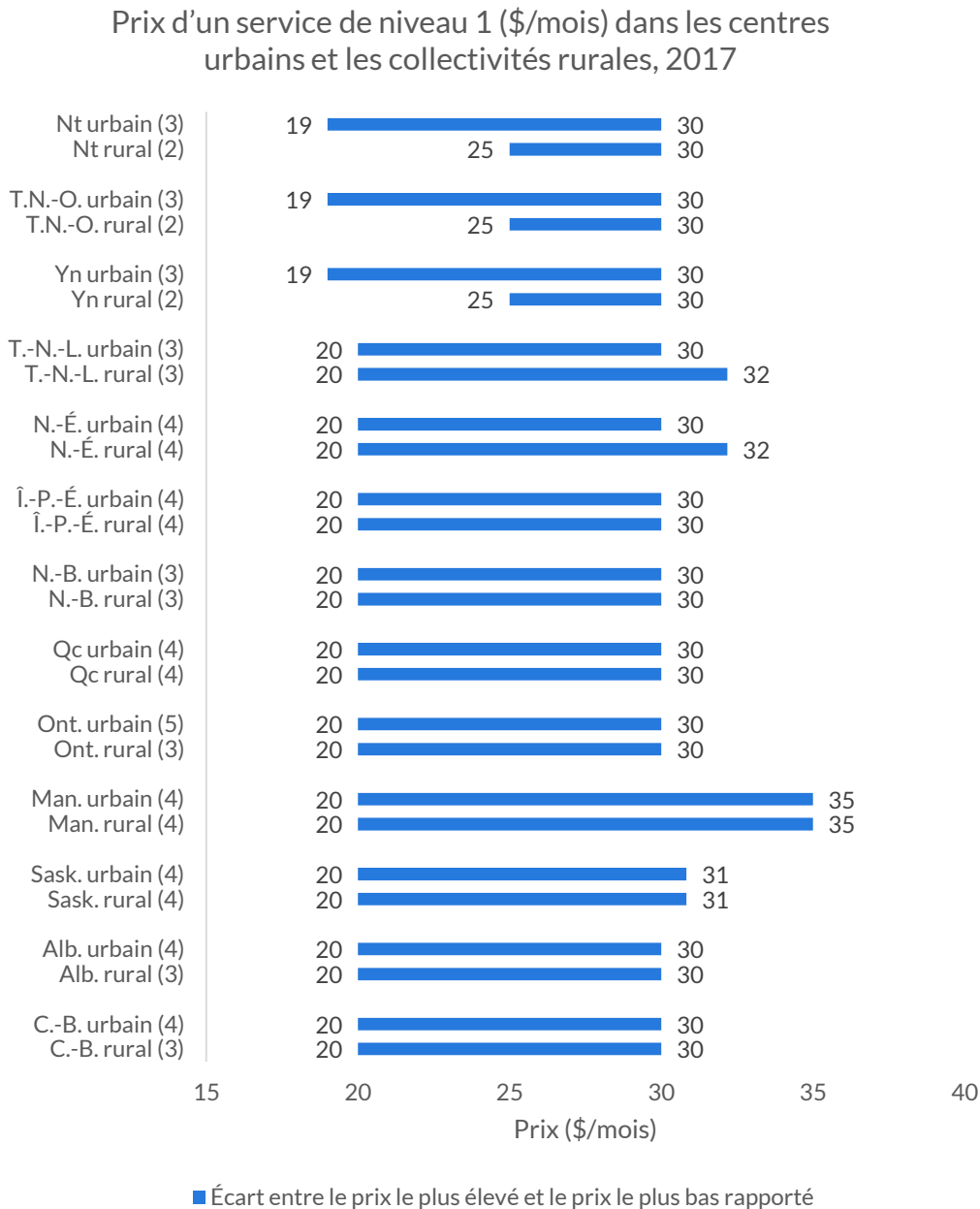
Les écarts moyens entre les prix les plus bas et ceux les plus élevés étaient légèrement moins importants dans les collectivités rurales que dans les centres urbains pour les ensembles de services de niveaux 3 et 4, alors que les écarts moyens étaient les mêmes pour les ensembles de services de niveaux 1 et 2. Les écarts de prix moyens entre les prix rapportés les plus bas et ceux les plus élevés pour les ensembles de services de niveaux 1, 2, 3 et 4 étaient de 10 \$, 14 \$, 19 \$ et 25 \$, respectivement.

Services de niveau 1 : 150 minutes d'appels, aucun message texte, aucune donnée Internet

Les prix les plus bas pour les services de niveau 1 étaient uniformes pour les centres urbains comme les collectivités rurales partout au Canada, à l'exception du Nord, où les prix étaient 6 \$ plus élevés dans les collectivités rurales (25 \$).

Le prix le plus bas pour un service de niveau 1 dans les collectivités rurales était de 20 \$ et offert dans toutes les provinces, alors que dans les centres urbains, il était de 19 \$ et offert dans le Nord.

Graphique 2.18 Prix d'un service de niveau 1 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017

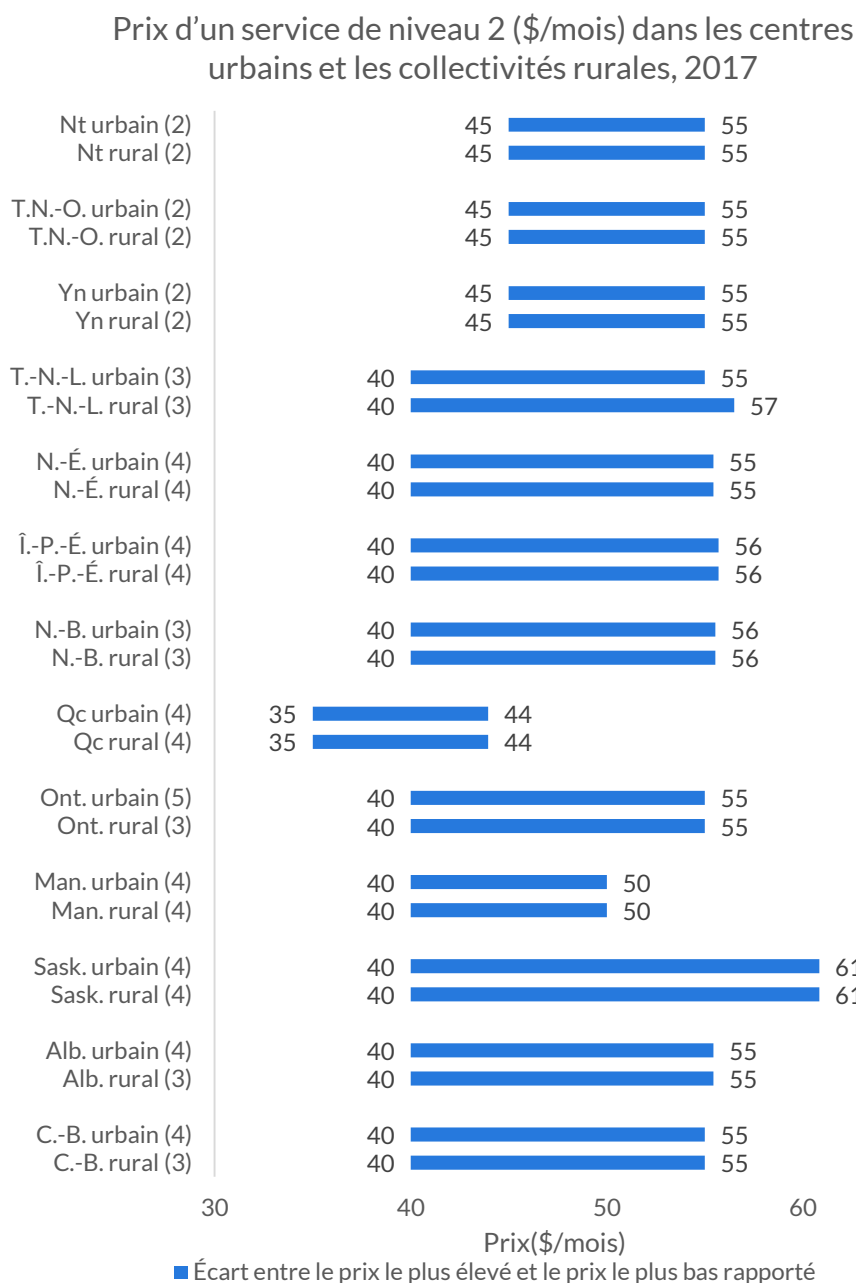


Services de niveau 2 : 450 minutes d'appels, 300 messages texte, 1 Go de données Internet

Les prix pour les services de niveau 2 étaient uniformes dans les centres urbains comme dans les collectivités rurales à l'échelle du Canada.

Le prix le plus bas pour le service de niveau 2 était de 35 \$ au Québec, suivi de 40 \$ dans les autres provinces et de 45 \$ dans le Nord.

Graphique 2.19 Prix d'un service de niveau 2 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017



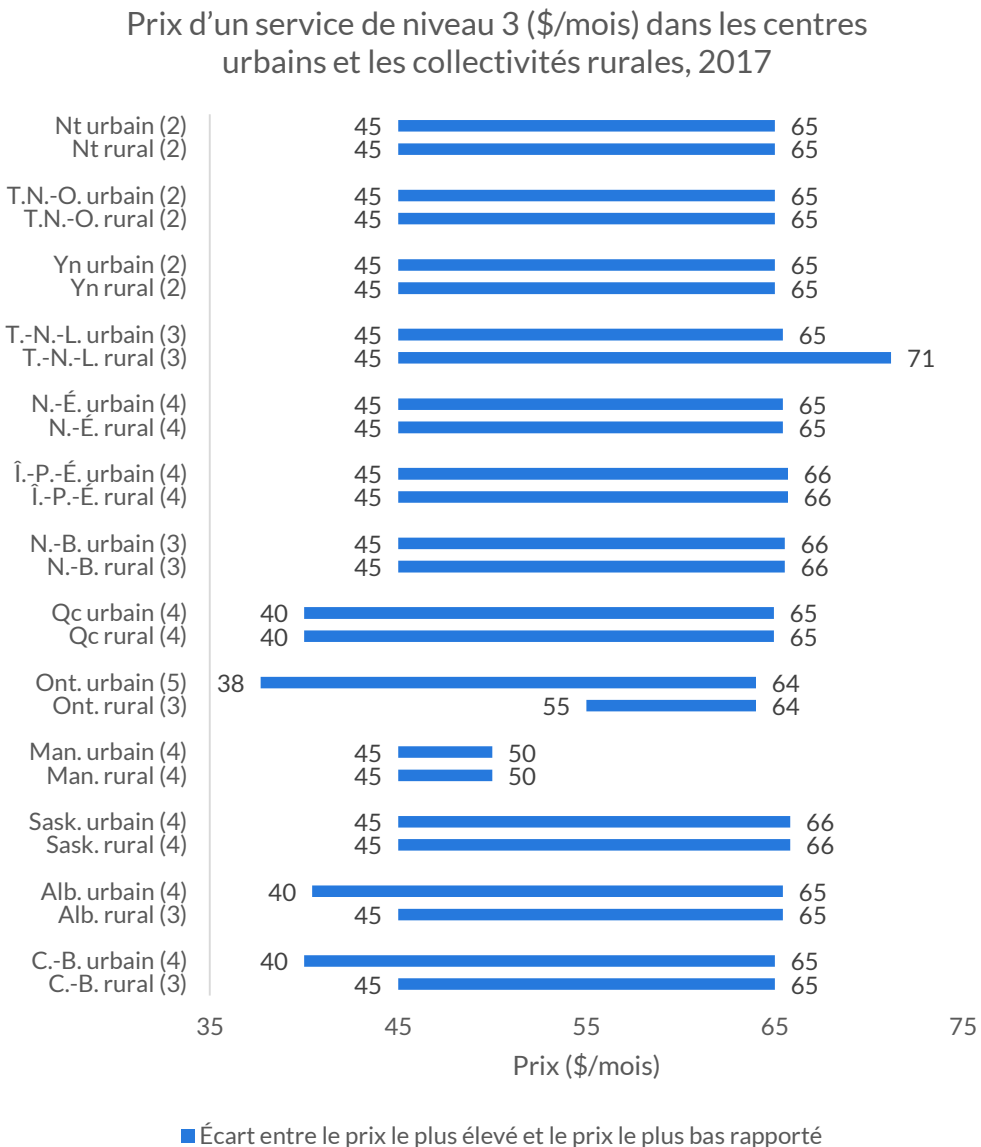
Source : Collecte de données du CRTC

Services de niveau 3 : 1 200 minutes d'appels, 300 messages texte, 2 Go de données Internet

Les prix pour les services de niveau 3 étaient plutôt uniformes dans les centres urbains comme dans les collectivités rurales, sauf en Ontario, où le prix le plus bas dans les centres urbains était 27 \$ moins élevé que le prix le plus bas dans les collectivités rurales. Dans les autres provinces, l'écart entre les prix les plus bas dans les centres urbains et les plus bas dans les collectivités rurales variaient de 0 \$ (Nord, provinces de l'Atlantique, Québec, Manitoba et Saskatchewan) à 5 \$ (Alberta et Colombie-Britannique).

Dans les collectivités rurales, les prix pour les services de niveau 3 variaient de 40 \$ au Québec à 55 \$ en Ontario, alors que dans la plupart des provinces et des territoires, les prix commençaient à 45 \$.

Graphique 2.20 Prix d'un service de niveau 3 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017



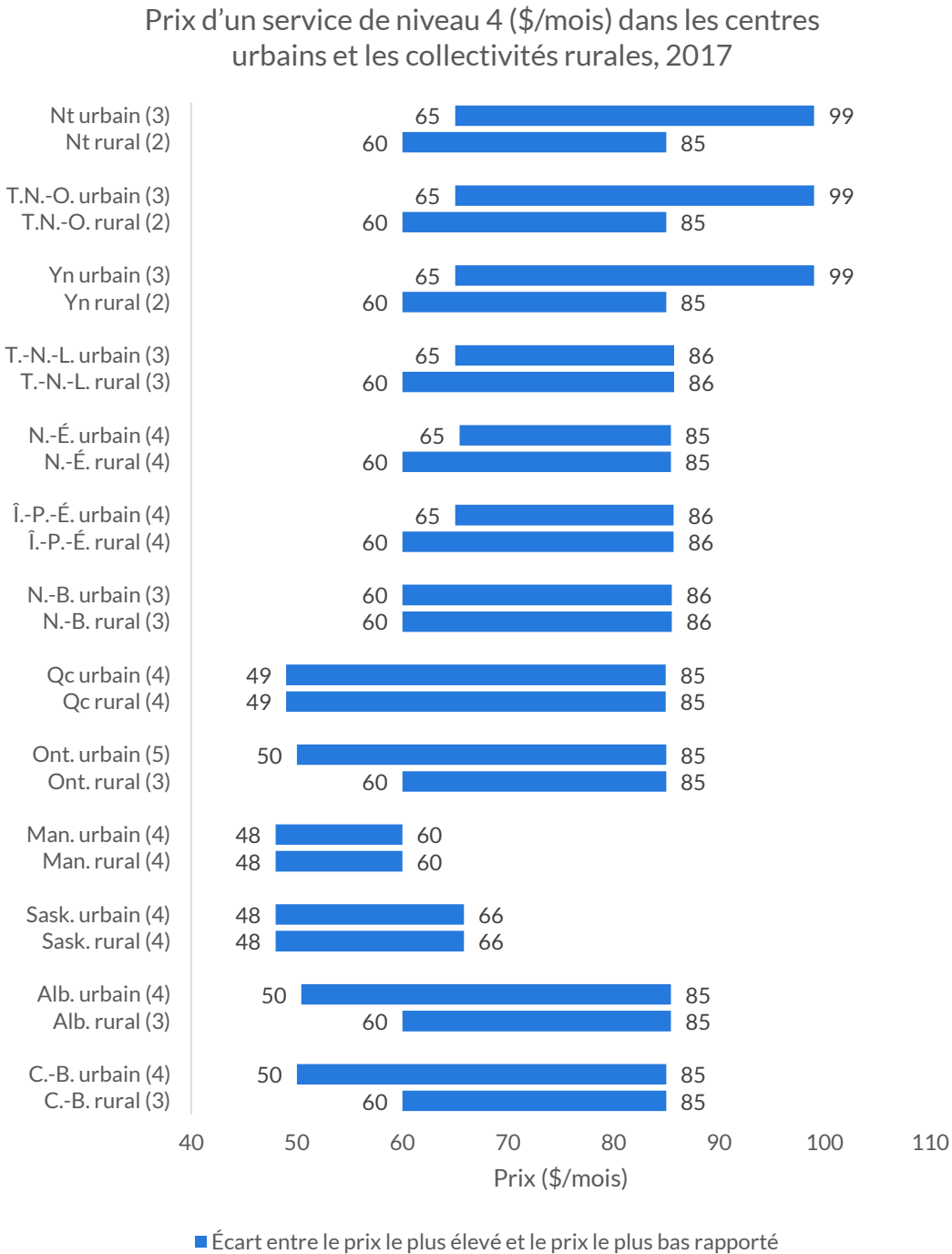
Services de niveau 4 : Appels et messagerie texte illimités, 5 Go de données Internet

L'écart de prix relevé pour les services de niveau 4 dans les centres urbains et les collectivités rurales variait de 0 \$ au Nouveau-Brunswick, au Québec, au Manitoba et en Saskatchewan, à 10 \$ en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique, alors que dans les autres provinces et les territoires, l'écart était de 5 \$.

Même si les services sont généralement plus dispendieux dans les collectivités rurales, c'était l'inverse dans le Nord, à Terre-Neuve-et-Labrador, en Nouvelle-Écosse et à l'Île-du-Prince-Édouard, où les prix les plus bas pour les services de niveau 4 étaient disponibles dans les collectivités rurales plutôt que dans les centres urbains.

Les prix les plus bas pour des services de niveau 4 dans les collectivités rurales variaient de 48 \$ au Manitoba et en Saskatchewan à 60 \$ dans le Nord, dans les provinces de l'Atlantique, en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique.

Graphique 2.21 Prix d'un service de niveau 4 (\$/mois) et nombre d'entreprises fournissant ce service dans les centres urbains et les collectivités rurales en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

v. Annexe

Les collectivités rurales ont été sélectionnées selon les critères suivants :

- la collectivité ne devait pas faire partie d'une des régions métropolitaines de recensement des 24 centres urbains énumérés dans le Tableau 2.1 ci-dessous;
- la densité de population de la collectivité devait être inférieure à 400 personnes par kilomètre carré ou le centre-ville devait compter moins de 1 000 personnes;
- le nombre de collectivités sélectionnées dans chaque province ou territoire devait être proportionnel à la population de la province ou du territoire;
- les collectivités ne devaient pas être regroupées sur un même territoire.

Tableau 2.1 Liste des centres urbains

Province/territoire	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
Québec	Montréal
	Québec
Nouveau-Brunswick	Fredericton
Île-du-Prince-Édouard	Charlottetown
Nouvelle-Écosse	Halifax
Terre-Neuve-et-Labrador	St. John's
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.

Tableau 2.2 Liste des collectivités rurales

Province/territoire	Collectivité	Province/territoire	Collectivité
Colombie-Britannique	Barriere	Ontario	Ingleside
	Bowser		Lion's Head
	Cobble Hill	Québec	L'Islet
	Hazelton		La Guadeloupe
	Kaslo		Lac-Des-Écorces
	Keremeos		New Carlisle
	Thrms		Laterrière
Alberta	Cremona		Rock Island
	Evansburg		Saint-Honoré (Témiscouata)
	Glendon	Nouveau-Brunswick	Cap-Pelé
	Hythe		Florenceville
	Wabasca		Lamèque
Saskatchewan	Broadview	Île-du-Prince-Édouard	Crapaud
	Gull Lake		Hunter River
	Naicam		Morell-St. Peters
	Redvers	Nouvelle-Écosse	Bear River
	Spiritwood		Mahone Bay
Manitoba	Ashern		Wedgeport
	La Broquerie	Terre-Neuve-et-Labrador	Burin
	Norway House		Harbour Main
	Pine Falls		New Harbour
	Southport	Yukon	Dawson City
Ontario	Bayfield		Mayo
	Ripley	Territoires du Nord-Ouest	Fort Simpson
	Bancroft		Fort Smith
	Echo Bay	Nunavut	Cape Dorset
	Emsdale		Igloolik



Rapport de surveillance des communications **2018**

Aperçu de l'industrie des
communications :
Télécommunications
et radiodiffusion

Aperçu de l'industrie des communications : Télécommunications et radiodiffusion

i. Aperçu

Infographie 3.1



Source : Collecte de données du CRTC

Cette section donne un aperçu de l'industrie des communications de 2013 à 2017, et met en lumière les tendances pertinentes observées dans les revenus et les caractéristiques clés de l'industrie. L'industrie des communications englobe les secteurs de marché que sont la radiodiffusion et les télécommunications. Les données présentées dans cette section sont extraites des sources du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

En 2017, les revenus totaux de l'industrie des communications étaient de 67,6 milliards de dollars.²⁵ Cela représente une croissance générale de 1,5 % par rapport à 2016 et un taux de croissance annuel moyen de 1,9 % depuis 2013. Il convient également de noter que la marge BAIIA [bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement] des fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires a baissé pour la première fois depuis 2014, à 38,1 % (comparativement à 39,1 % en 2016). De plus amples renseignements, y compris le rendement financier du marché, les données sur le paysage des propriétaires et les renseignements sur les prix des centres ruraux et urbains sont fournis dans les sections sur le secteur des télécommunications et de la radiodiffusion du *Rapport de surveillance des communications 2018*.

²⁵ Les données sur la radiodiffusion comprennent les revenus rapportés pour les services commerciaux et la Société Radio-Canada, mais elles excluent les données de service non commerciales et de la télévision par contournement.

ii. Revenus

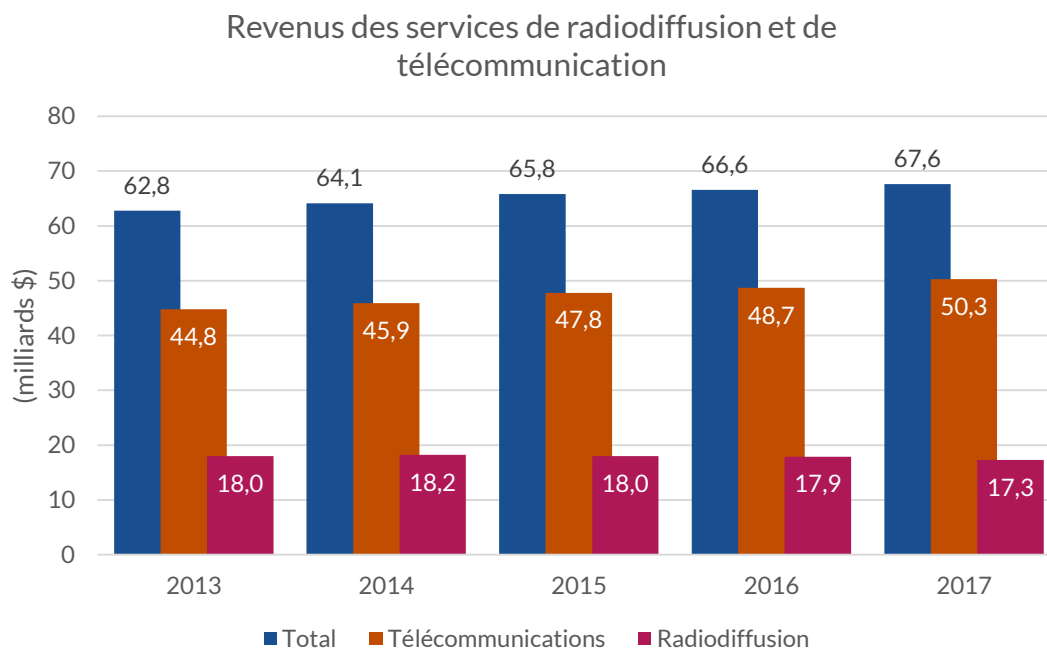
Infographie 3.2



Source : Collecte de données du CRTC

Les revenus constituent le principal outil utilisé pour mesurer le rendement de l'industrie des communications. En 2017, les revenus des services de communication ont atteint 67,6 milliards de dollars (voir Graphique 3.1). Dans l'ensemble, les revenus des services de télécommunication ont augmenté de façon constante au cours de la période de cinq ans de 2013 à 2017, ce qui se reflète dans la croissance annuelle des revenus totaux des services de communication. Cependant, les revenus des services de radiodiffusion ont diminué graduellement entre 2014 et 2017 (voir Graphique 3.2).

Graphique 3.1 Revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication

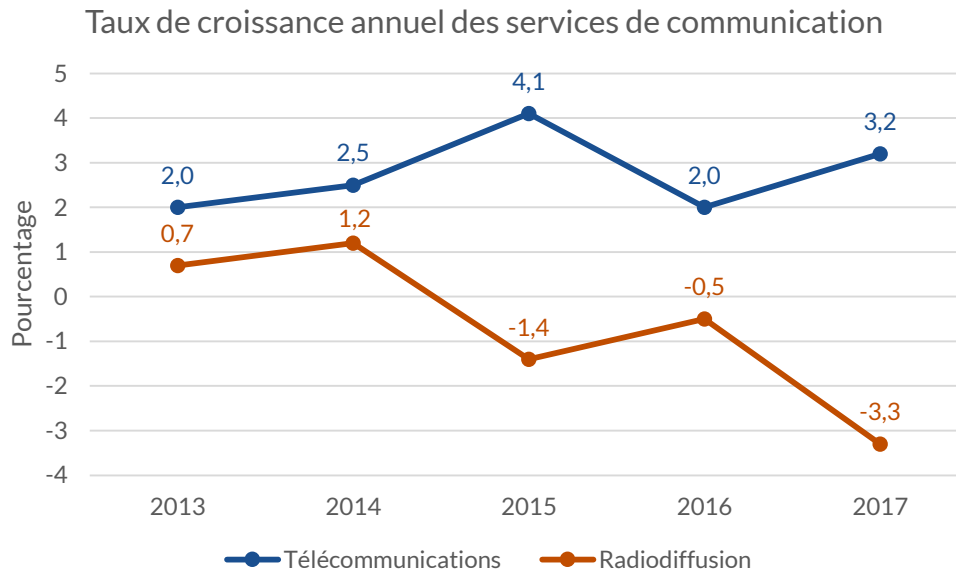


Source : Collecte de données du CRTC

Ce graphique montre les revenus des FST et des radiodiffuseurs (notamment tous les revenus de la Société Radio-Canada et des entreprises de distribution de radiodiffusion [EDR]) entre 2013 et 2017.

Tel qu'il est indiqué dans le graphique ci-dessus, les revenus totaux ont augmenté tous les ans entre 2013 et 2017. Entre 2014 et 2017, la croissance était exclusivement attribuable aux secteurs des télécommunications.

Graphique 3.2 Taux de croissance annuelle des revenus des services de communication

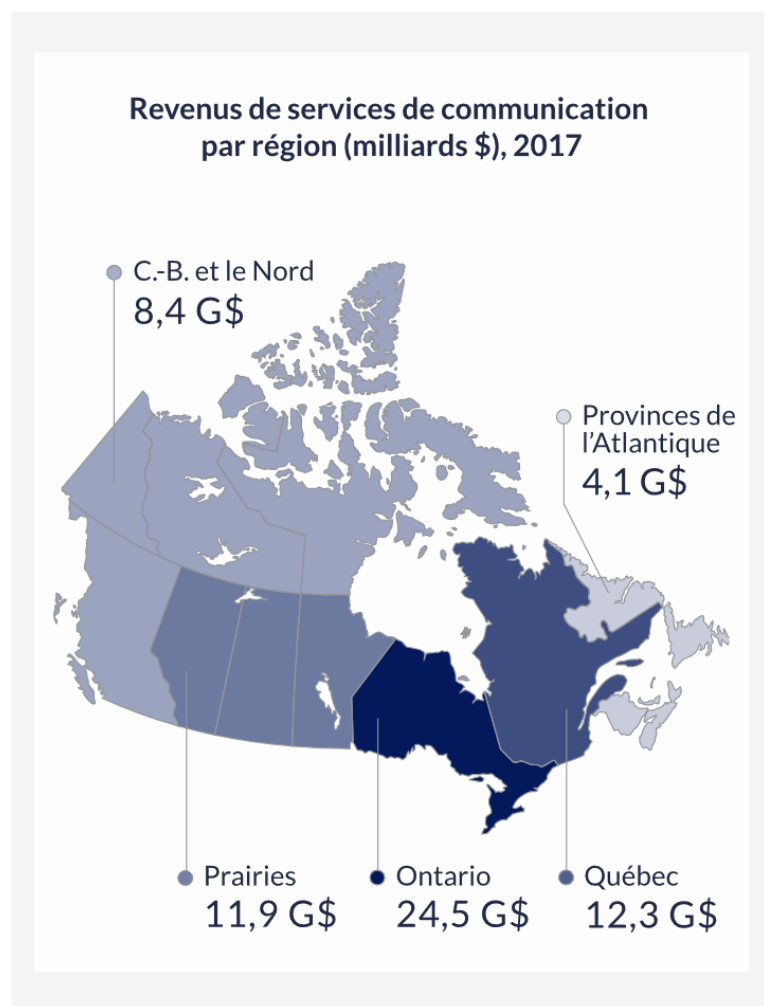


Source : Collecte de données du CRTC

Le taux de croissance annuelle des revenus est un indicateur des grandes tendances de l'industrie des communications. Ce graphique illustre le taux de croissance annuelle des revenus des secteurs des télécommunications et de la radiodiffusion entre 2013 et 2017.

Les taux de croissance des revenus ont suivi une tendance semblable dans les deux secteurs entre 2013 et 2014. Toutefois, les structures des revenus ont commencé à suivre des tendances opposées en 2014. Par exemple, en 2017, les taux de croissance des revenus de radiodiffusion ont chuté à -3,3 %, tandis que ceux des revenus de télécommunications ont augmenté à 3,2 %.

Infographie 3.3



Source : Collecte de données du CRTC^{26 27 28}

Cette infographie exclut les revenus en provenance des services de télévision facultatifs et sur demande, ainsi que des services des EDR par satellite de radiodiffusion directe (SRD), car ces services exploitent une licence nationale. Collectivement, ces services ont généré 4,4 milliards de dollars et 2,0 milliards de dollars en 2017, 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.

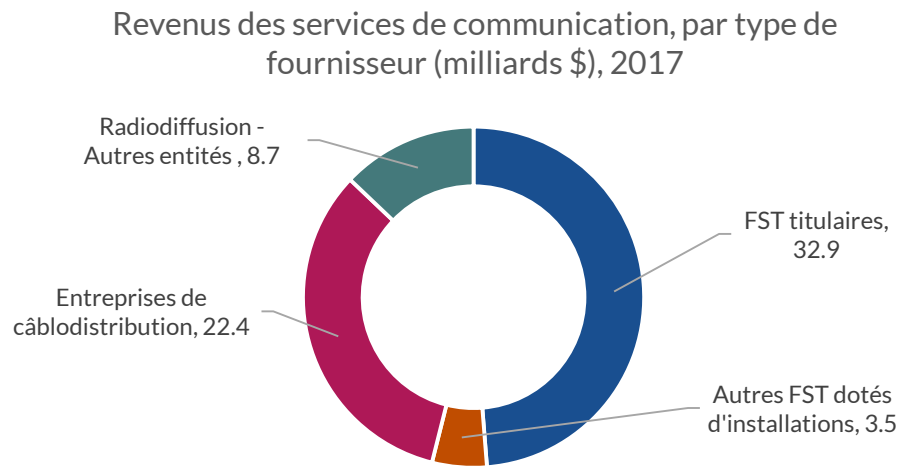
L'industrie des communications a desservi plus de 14 millions de ménages et plus de 1 million d'entreprises au Canada à l'aide d'installations filaires ou sans fil. Plus de 60 % (soit 37 milliards de dollars) de tous les revenus de services de communication, à l'exception des revenus en provenance des services de télévision facultatifs et sur demande, ainsi que des services des EDR par SRD, ont été générés dans les provinces de l'Ontario et du Québec. L'Ontario représentait 40 % des revenus à l'échelle nationale, elle occupait donc la première place au Canada avec les revenus les plus élevés.

²⁶ Les provinces de l'Atlantique comprennent le Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve-et-Labrador, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard.

²⁷ Le Nord fait référence aux Territoires du Nord-Ouest, au Nunavut et au Yukon.

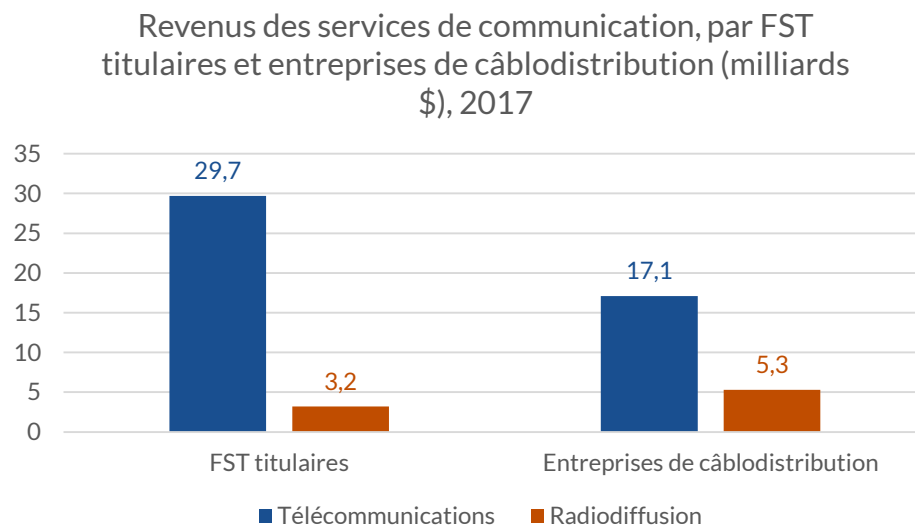
²⁸ Les Prairies comprennent l'Alberta, le Manitoba et la Saskatchewan.

Graphique 3.3 Revenus des services de communication, par type de fournisseur (milliards \$), 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 3.4 Composition des revenus des services de communication des FST titulaires et entreprises de câblodistribution (milliards \$), 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Les données comprennent tous les revenus des services de communication (filaire et sans fil). Les FST titulaires sont les entreprises qui fournissaient des services locaux de télécommunication sur une base monopolistique avant l'introduction de la concurrence. Les entreprises de câblodistribution sont les anciennes entreprises de câblodistribution monopolistique qui fournissent également des services de télécommunication.

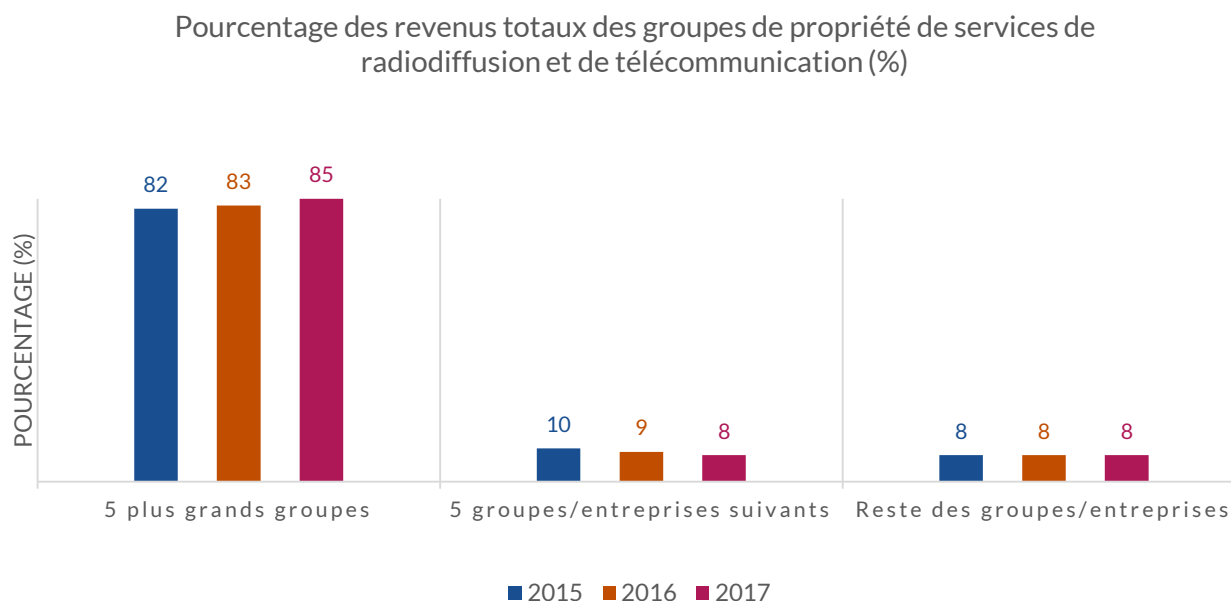
Le Graphique 3.4 compare les deux principaux types de fournisseurs de services. Les FST titulaires et les entreprises de câblodistribution détenaient la plus grande partie des revenus totaux des services de communication (voir

Graphique 3.3). Toutefois, la ventilation par secteur montre que plus de 75 % des revenus provenaient des services de télécommunication.

Entre 2013 et 2017, en termes de pourcentage des revenus totaux des services de communication, les revenus des entreprises de câblodistribution et des FST titulaires sont demeurés plus ou moins stables à environ 33 % et 49 %, respectivement. Pendant cette période, les revenus des services de télécommunication des entreprises de câblodistribution ont augmenté de 5,5 % par an en moyenne, soit de 13,8 à 17,1 milliards de dollars. Toutefois, au cours de la même période, les revendeurs affichaient la plus grande croissance, avec des revenus augmentant de 7,5 % par an en moyenne, passant de 1,5 milliard de dollars en 2012 à 2 milliards de dollars en 2017. Les revenus des EDR pour les entreprises de câblodistribution et les autres fournisseurs de services de radiodiffusion ont continué de diminuer d'une année à l'autre, respectivement de 3,5 % et de 1,4 % en moyenne sur cinq ans.

iii. Rendement financier

Graphique 3.5 Part des revenus totaux des groupes de propriété de services de radiodiffusion et de télécommunication (%)

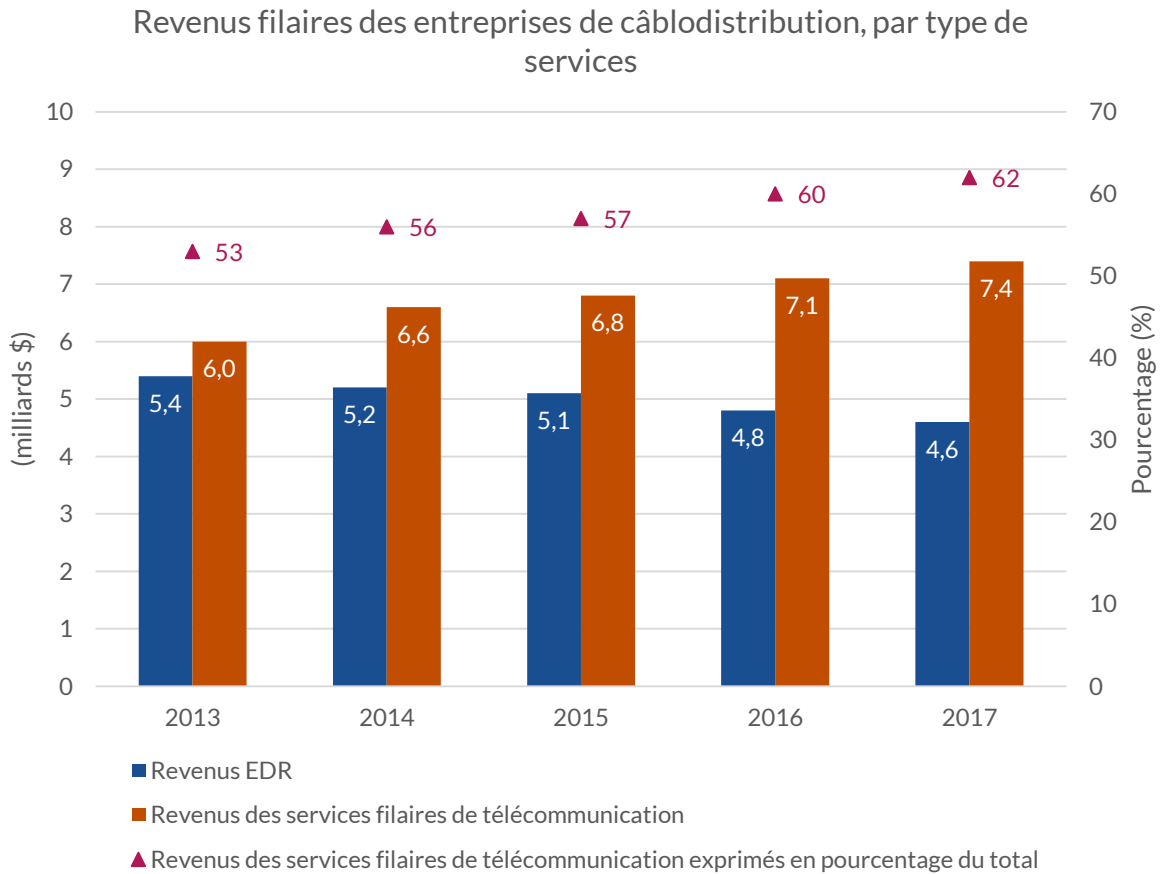


Source : Collecte de données du CRTC

Un petit nombre de grands groupes de propriété domine le marché canadien des services de communication. Les cinq plus grands groupes (Bell, Québecor, Rogers, Shaw et TELUS) percevaient environ 85 % des revenus totaux de l'industrie. Les cinq groupes/entreprises suivants réunissaient 8 % des revenus. Les autres groupes/entreprises se partageaient le dernier 8 %. Les revenus des groupes/entreprises incluent ceux de leurs affiliés. Les parts de marché en termes de revenus sont calculées à partir des montants exacts, bien que les pourcentages affichés aient été arrondis et, par conséquent, excèdent 100%.

Les revenus des cinq plus grands groupes de propriété représentaient environ 85 % des revenus totaux des services de communication en 2017, par rapport à 81 % en 2013. Parmi ces groupes d'entreprises, il y a deux groupes de FST titulaires (Bell et TELUS) et trois groupes d'entreprises de câblodistribution (Rogers, Shaw et Québecor).

Graphique 3.6 Revenus des services filaires des entreprises de câblodistribution, par type de services

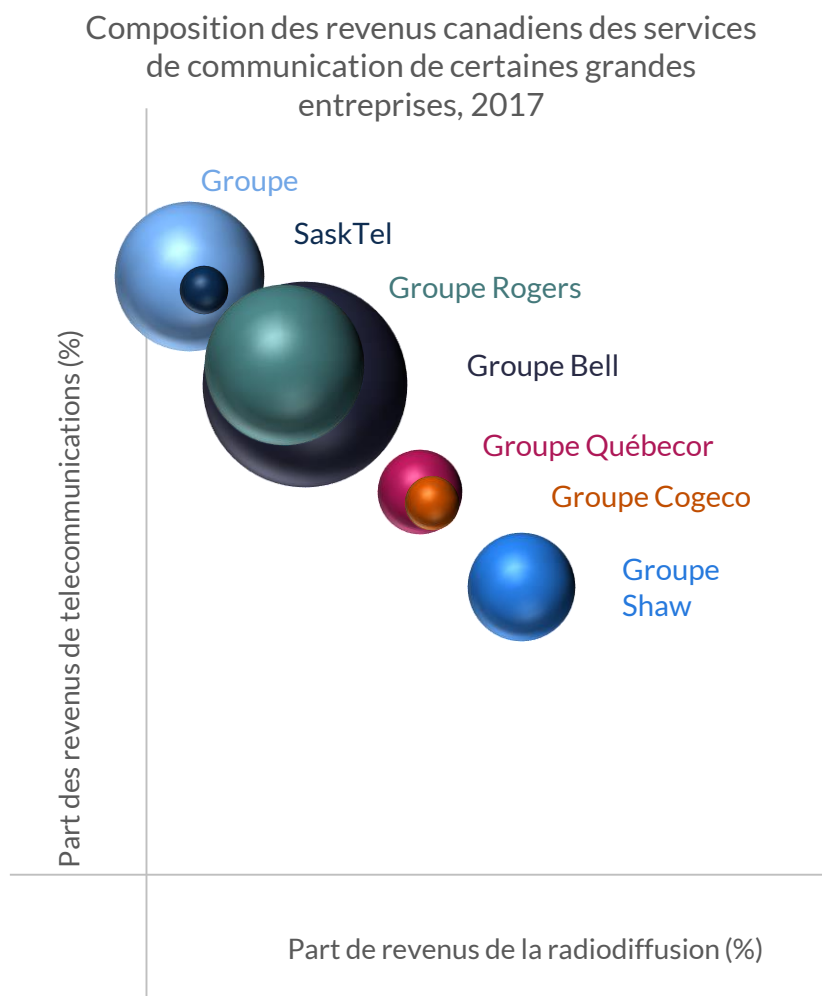


Source : Collecte de données du CRTC

Ce diagramme à barres compare les deux sources principales de revenus des services filaires 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 2013 et 2017. Ce diagramme exclut les revenus des services par satellite des EDR et des services mobiles sans fil.

Comme le montre le diagramme, les services filaires de télécommunication génèrent une partie de plus en plus importante des revenus totaux. En 2017, les revenus des services filaires de télécommunication représentaient la plus grande partie (62 %) des revenus totaux des entreprises de câblodistribution.

Graphique 3.7 Composition des revenus canadiens des services de communication de certaines grandes entreprises, 2017

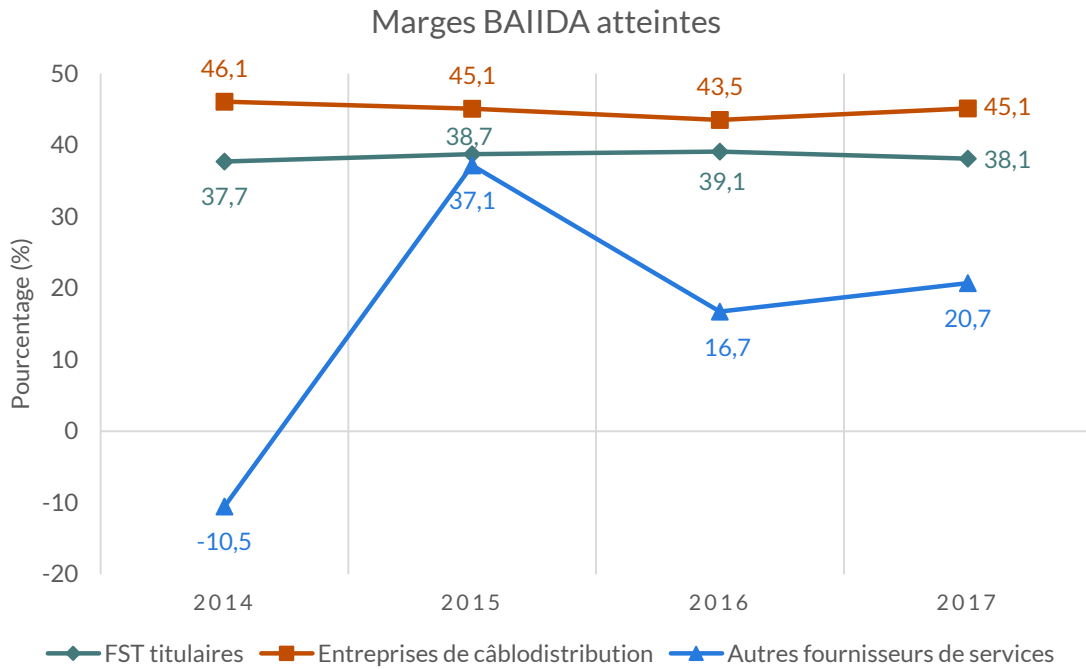


Source : Collecte de données du CRTC

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).

Comme on le voit dans le Graphique 3.7, le groupe Bell détient la plus grande part des revenus totaux et il est suivi par le groupe Rogers. Le groupe Telus détient la part plus élevée des revenus en ce qui concerne les services de télécommunication et le groupe Shaw à une longueur d'avance en ce qui a trait à la part des revenus de la radiodiffusion.

Graphique 3.8 Marges BAIIDA atteintes par les entreprises de câblodistribution, les FST titulaires et les autres fournisseurs de services



Source : Collecte de données du CRTC

Ce graphique montre les marges bénéficiaires avant intérêt, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) pour ce qui est des entreprises de câblodistribution, des FST titulaires et d'autres fournisseurs de services (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 2014 à 2017. La marge BAIIDA est une mesure de rentabilité; plus la marge BAIIDA est élevée, plus la rentabilité est forte. Seules les entreprises ayant des revenus de communication canadiens supérieurs à 80 % de leurs revenus totaux ont été incluses dans le calcul du BAIIDA. Les autres fournisseurs de services incluent les revendeurs et les entreprises dotées d'installations qui ne sont pas des titulaires ou des entreprises de câblodistribution.

Le graphique montre l'importante hausse des marges 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. La baisse en 2016 est due en majorité à la reclassification d'entreprises résultant d'activités de fusions et acquisitions.

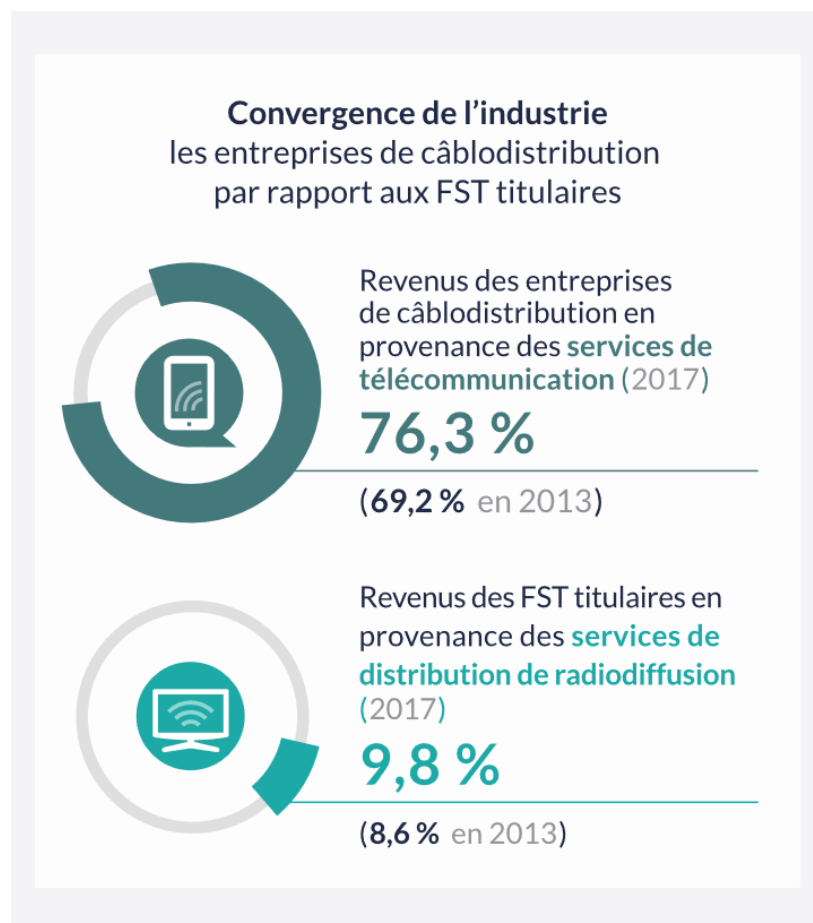
Les postes de comptabilité extraordinaires peuvent inclure des gains ou pertes suite à la vente d'actifs, une réduction de valeur d'un actif et d'autres éléments non-récurrents.

En 2017, les marges BAIIDA pour ce qui est des autres fournisseurs de services se sont stabilisées. Les marges BAIIDA ont augmenté pour ce qui est des entreprises de câblodistribution et diminué pour ce qui est des FST titulaires pour la première fois en trois ans.

iv. Caractéristiques de l'industrie

L'industrie des communications compte des services de télécommunication et de radiodiffusion et chaque secteur rapporte des revenus. Les revenus des fournisseurs de services sont répartis en fonction du secteur et la plus grande partie a tendance à venir des services de télécommunication. Cette section observe les revenus des fournisseurs de services de chaque secteur.

Infographie 3.4 Convergence de l'industrie – les entreprises de câblodistribution par rapport aux FST titulaires



Source : Collecte de données du CRTC

Comme on le voit dans l'Infographie 3.4, les services de télécommunication continuent de rapporter aux entreprises de câblodistribution la majorité de leurs revenus, qui augmentent graduellement tous les ans (voir [Données ouvertes](#)). Les services de télécommunication comprennent les services de téléphonie locale, de l'interurbain, de la transmission de données, des liaisons spécialisées, d'Internet et du sans-fil. En revanche, la partie des revenus des FST titulaires en provenance des services de radiodiffusion a diminué en 2017 pour la première fois en cinq ans. Dans l'ensemble, le graphique illustre une mesure de l'étape de convergence de l'industrie entre 2013 et 2017.

Tableau 3.1 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 ou opérant dans ces secteurs			Pourcentage des revenus des services de radiodiffusion et de télécommunication générés dans ces secteurs		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
10	3	3	3	59	60	62
9	0	0	0	0	0	0
8	7	7	6	30	29	29
7	0	2	2	0	0	0
6	2	2	1	0	0	0
5	17	18	16	1	2	1
4	27	35	29	1	1	1
3	39	43	73	4	5	4
2	45	42	47	2	1	1
1	220	212	218	3	2	2

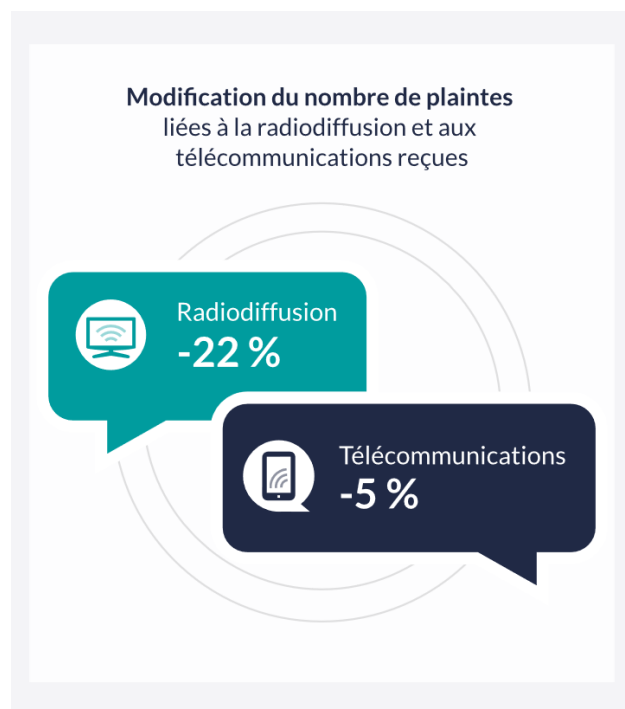
Source : Collecte de données du CRTC

Les données indiquent que trois fournisseurs de services de communication offraient des services dans l'ensemble des 10 secteurs de l'industrie des communications (radio, services de télévision, EDR, services facultatifs et services sur demande, services de téléphonie locale et d'accès, d'interurbain, Internet, sans fil, de la transmission des données et de liaison spécialisée) et génèrent 62 % des revenus totaux des services de communication. Par contre, 218 fournisseurs n'offrant qu'un seul service génèrent 2 % des revenus des services de communication.

L'industrie des communications est toujours fortement intégrée et la grande majorité des revenus sont générés par des entreprises qui exploitent huit secteurs ou plus.

v. Communications avec les consommateurs

Infographie 3.5



Source : Collecte de données du CRTC

Les plus récentes données du CRTC sur les plaintes montrent que le nombre de plaintes liées aux télécommunications reçues a diminué de 5 % rapport à l'année précédente, tandis que les plaintes liées à la radiodiffusion ont diminué de 22 %. Des données sur les plaintes au CPRST²⁹ se trouvent dans l'aperçu des télécommunications.

Tableau 3.2 Nombre de communications au sujet des services de radiodiffusion reçues par le CRTC, par type de sujet

Type de communication	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Contacts liés à la radiodiffusion ¹	18 272	14 652	14 269	12 898	10 123
Plaintes liées à la radiodiffusion ¹	12 202	9 778	9 579	8 317	6 879

Pour une période de 12 mois du 1er septembre au 31 août

Tableau 3.3 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet

Type de communication	2013	2014	2015	2016	2017
Contacts liés aux télécommunications ²	25 153	27 077	23 453	18 243	16 805
Plaintes liées aux télécommunications ²	18 624	19 818	16 613	11 724	11 142

Pour une période de 12 mois : du 1er janvier au 31 décembre

²⁹ Le CPRST est le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications

Tableau 3.4 Nombre de communications au sujet des services de communication reçues par le CRTC, par type de sujet

Type de communication	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Soumissions liées au commerce électronique (Centre de notification des pourriels)	s.o.	264 821	291 145	373 943	343 799
Plaintes liées aux télécommunications (règles sur les télécommunications non sollicitées)	113 641	107 293	129 984	79 417	95 978

Pour une période de 12 mois : du 1er avril au 31 mars

Le centre de notification des pourriels (CNP) a débuté sa collecte de données en juillet 2014.

Pour de l'information détaillée les règles sur les télécommunications non sollicitées (RTNS), veuillez consulter le rapport sur la [liste nationale de numéros de télécommunication exclus \(LNTE\)](#).

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC, Centre de notification des pourriels et base de données sur règles sur les télécommunications non sollicitées

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. 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 soumissions font référence au nombre total de rapports envoyés par les Canadiens au Centre de notification des pourriels.

Le système de suivi du CRTC compte plusieurs communications du même client au sujet de la même plainte qui figurent en tant qu'unités séparées. Par conséquent, le nombre de plaintes réelles reçues peut être légèrement inférieur.



Rapport de surveillance des communications **2018**

Aperçu du secteur
des services de
télécommunication



Aperçu du secteur des services de télécommunication

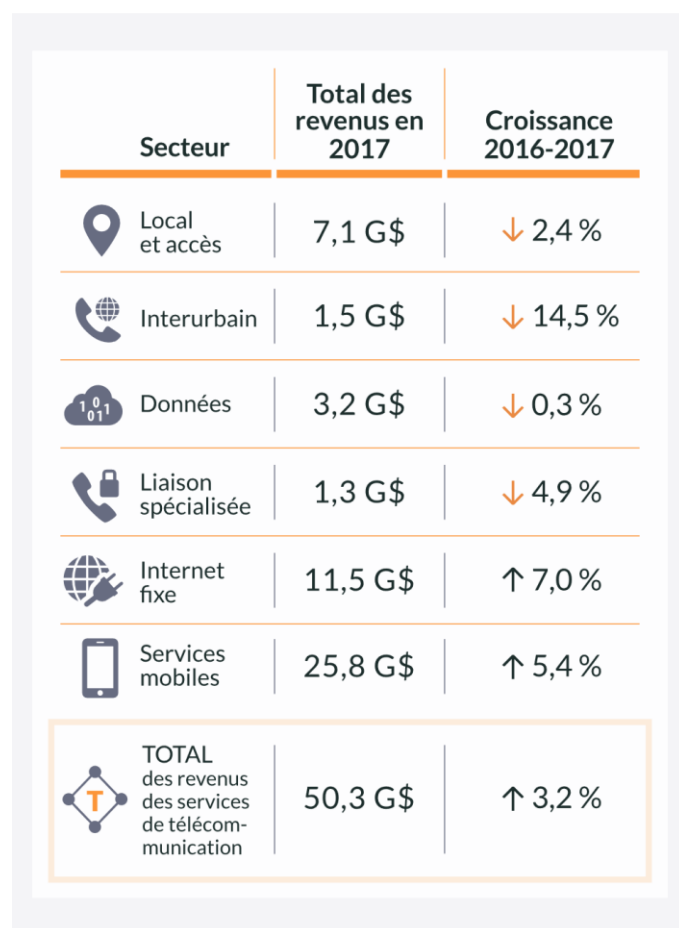
L'Aperçu du secteur des services de télécommunication donne un aperçu des divers aspects des services de télécommunication au Canada. La section i, Environnement concurrentiel, comporte une description des entités qui offrent des services de télécommunication; la section ii, Secteurs des services de télécommunication, présente la répartition des revenus générés dans les six secteurs (local et accès, interurbain, données, liaison spécialisée, Internet fixe et services mobiles); la section iii, Rendement financier, présente diverses mesures telles que les dépenses en immobilisations et les bénéfices avant intérêts, impôts et amortissement; la section iv, Sources de croissance des revenus de détail, donne un aperçu des sources de croissance des revenus; la section v, La voix des consommateurs, fait ressortir les communications avec les clients; et la section v, Résumés des secteurs, fournit des résumés des six secteurs, des descriptions plus longues étant disponibles dans les sections subséquentes du *Rapport de surveillance des communications* de 2018 (pour les services Internet fixe de détail et les services mobiles de détail).

À moins d'indication contraire, les trois premières sections traitent des revenus totaux (c'est-à-dire les revenus de détail et les revenus de gros), alors que la section vi, Résumés par secteur, traite des revenus de détail (exception faite de la section relative aux services de gros).

i Environnement concurrentiel

En 2017, les revenus des services de télécommunication canadiens totalisaient 50,3 milliards de dollars, les Canadiens utilisant des quantités toujours plus importantes de données au moyen des services Internet fixe et des services mobiles (le terme « utilisation de données » englobe l'utilisation de données pour les services de diffusion vidéo en continu tels que Netflix et YouTube, ainsi que les services de diffusion audio en continu tels que Spotify et diverses applications de radio, par l'intermédiaire d'appareils mobiles ou de services Internet fixe).

Infographie 4.1



Source : Collecte de données du CRTC

Le total des revenus des services de télécommunication est calculé avec les montants exacts et pourrait sembler différer du total des secteurs étant donné l'arrondissement.

Les fournisseurs de service sont répartis en deux grandes catégories : les fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires, à savoir les compagnies qui fournissaient des services de télécommunication locaux en situation de monopole avant l'arrivée de la concurrence, et les autres FST, qui englobent tous les autres types d'entités.

Les autres FST incluent les entreprises de câblodistribution, qui exerçaient auparavant un monopole au chapitre des services de câblodistribution et qui fournissent aussi actuellement des services de télécommunication; d'autres fournisseurs de services dotés d'installations; et des revendeurs, c'est-à-dire des compagnies qui fournissent des services principalement au moyen des d'installations appartenant à d'autres compagnies.

Les FST titulaires, de même que les entreprises de câblodistribution, possèdent et exploitent la majeure partie des infrastructures utilisées par d'autres fournisseurs de services.

Voir le Tableau 4.9 dans l'[annexe](#) pour plus de détails.

Infographie 4.2

Type de FST	Part des revenus totaux (%) en 2017
Grands FST titulaires	58,2 %
Petits FST titulaires	1,0 %
Entreprises de câblodistribution	34,0 %
Autres FST	3,2 %
Revendeurs	3,6 %

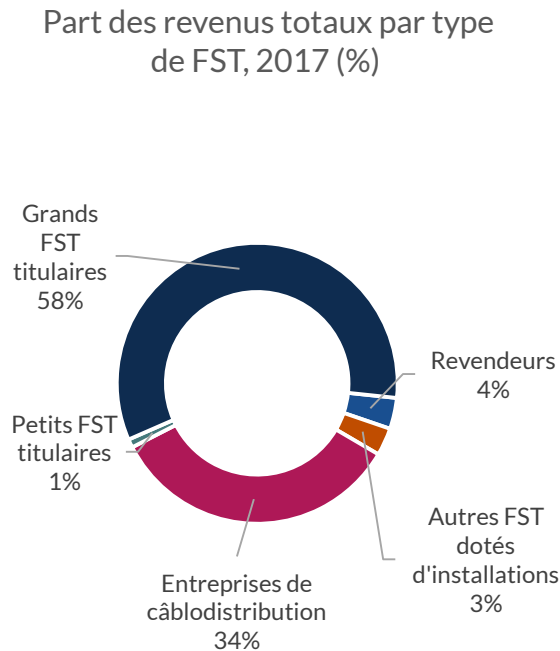
Source : Collecte de données du CRTC

Ensemble et groupés pour tenir compte de leurs affiliées, les cinq premiers fournisseurs de services de télécommunication en importance représentaient 87 % des revenus totaux en 2017. Ces groupes de compagnies sont Bell, Québecor, Rogers, Shaw et TELUS. Ils sont une combinaison de FST titulaires et d'entreprises de câblodistribution, bien que tous soient des fournisseurs de services dotés d'installations. Le pourcentage de revenus que représentent les cinq premiers FST en importance varie légèrement d'une année à l'autre étant donné l'accroissement des revenus, mais les changements les plus considérables s'expliquent généralement par des facteurs plus importants tels que les transferts de propriété occasionnels. Un exemple récent est l'acquisition de MTS par BCE en 2017, qui a contribué à la croissance de la part des revenus des premiers fournisseurs en importance au Canada.

Généralement, depuis 2013, la part de revenus des FST titulaires (grands et petits) est à la baisse d'environ un point de pourcentage par année, ayant atteint 59 % en 2017.

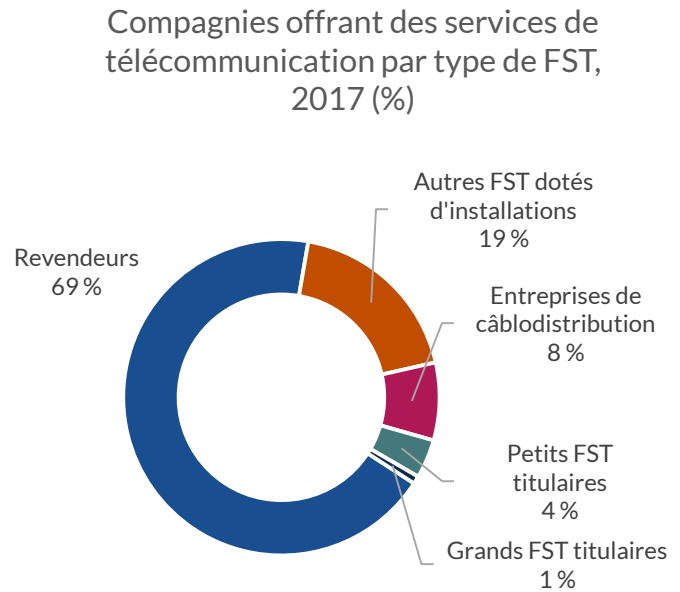
Même si les grands FST titulaires ne représentaient que 1 % du nombre de fournisseurs de services de télécommunication³⁰ en 2017, ils ont généré 58 % des revenus. Les entreprises de câblodistribution représentaient 8 % du nombre total de compagnies et ont généré 34 % des revenus. Avec relativement peu d'obstacles à l'entrée sur le marché, particulièrement dans le secteur du service interurbain, les revendeurs représentaient près de 69 % des fournisseurs de service, tout en n'ayant généré que 4 % des revenus.

Graphique 4.1 Part des revenus totaux par type de FST, 2017 (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 4.2 Compagnies offrant des services de télécommunication par type de FST, 2017 (%)



Source : Collecte de données du CRTC

³⁰ En fonction du nombre d'entités qui soumettent des données au CRTC.

ii Secteur des télécommunications

Dans le *Rapport de surveillance des communications*, les services de télécommunication sont répartis en six différents secteurs :

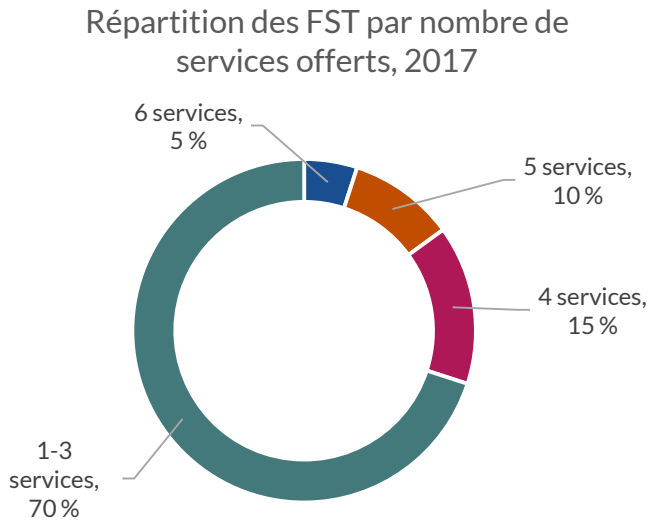
Infographie 4.3 Secteurs des services de télécommunication et parts des revenus

Type	Sous-type	Secteur	Part des revenus totaux (%) en 2013	Part des revenus totaux (%) en 2017
Services filaires	Services filaires – Voix	Local et accès	18,7	14,1
		Interurbain	5,3	3,0
	Services filaires – Données	Données	5,0	6,3
		Liaison spécialisée	5,6	2,5
		Internet fixe	18,2	22,9
Services mobiles	Services mobiles – Voix et données	Services mobiles	47,2	51,2

Source : Collecte de données du CRTC

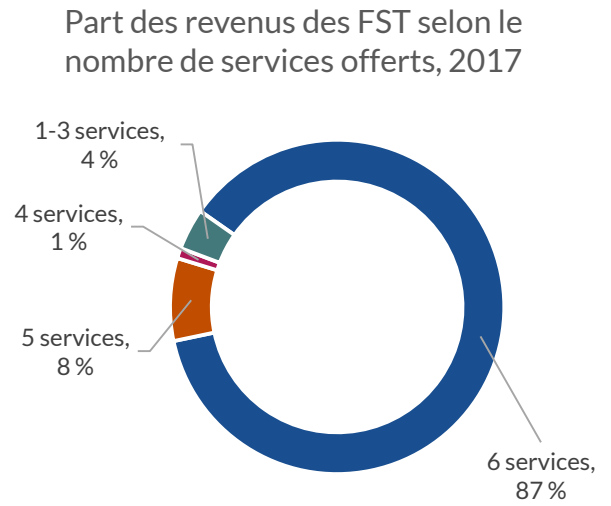
En 2017, huit compagnies ont offert des services dans les six secteurs de télécommunication, représentant 86 % des revenus totaux des services de télécommunication au Canada. Ces grandes entités dotées d'installations ont tendance à offrir une gamme de services plus vaste que celle de leurs homologues plus petites. À l'autre extrémité du spectre, les compagnies fournissant d'un à trois services offraient généralement des services d'accès Internet, des services de téléphonie locale ou des services interurbains. Ces entités plus petites, souvent des revendeurs, représentaient 70 % du nombre de FST, mais ont généré 4 % des revenus des services de télécommunication en 2017.

Graphique 4.3 Répartition des FST par nombre de services offerts, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 4.4 Part des revenus des FST selon le nombre de services offerts, 2017



Source : Collecte de données du CRTC

Revenus – Service de détail et service de gros

Les revenus générés par les services de télécommunication découlent des ventes auprès des consommateurs résidentiels et des commerces (services de détail) et des ventes auprès d'autres fournisseurs de services (services de gros).

Infographie 4.4

Catégorie	Description du service	Type de FST	Part des revenus totaux (%) en 2017
 Services de détail	Services offerts directement à l'utilisateur final.	Les services de détail sont généralement fournis par tous les FST.	92
 Services de gros	Services offerts par un FST à un autre, puis à l'utilisateur final.	Les services de gros sont généralement fournis par des FST dotés d'installations.	8

Source : Collecte de données du CRTC

Les revenus des services de détail représentaient 92 % des revenus totaux des services de télécommunication en 2017, un pourcentage qui s'est maintenu au cours de la période 2013-2017. Au total, 95 % des revenus des services mobiles ont été générés à partir des services de détail, comparativement à 89 % pour les services filaires; les chiffres n'ont pratiquement pas changé depuis 2013.

Revenus – Services faisant l’objet d’une abstention de la réglementation

Au fil du temps, le Conseil s’est abstenu 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 de télécommunications, tel qu’il est décrit à l’article 7 de la *Loi 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. Par exemple, les tarifs de détail pour les services mobiles font l’objet d’une abstention de la réglementation, alors que les tarifs pour les services d’accès haute vitesse (AHV) de gros (p. ex. service d’accès Internet fixe) ne le sont pas. Les tarifs des services d’AHV sont établis en fonction des tarifs approuvés par le Conseil.

Tableau 4.1 Pourcentage des revenus des services de télécommunication faisant l’objet d’une abstention de la réglementation

Secteur	2013	2014	2015	2016	2017
Local et accès	78	79	80	82	83
Interurbain	99	98	98	98	98
Internet fixe	97	97	96	97	97
Données	91	96	96	96	96
Liaison spécialisée	71	71	71	72	72
Services mobiles	100	100	100	100	100
Total	94	94	95	95	96

Source : Collecte de données du CRTC

Depuis 2013, environ 96 % des revenus des services de télécommunication ont été générés par des services faisant l’objet d’une abstention de la réglementation. En 2017, le pourcentage de revenus découlant des services faisant l’objet d’une abstention de la réglementation a varié de 83 % pour les services locaux et d’accès (pourcentage le moins élevé) à 100 % pour les services mobiles (pourcentage le plus élevé).

Revenus – 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.

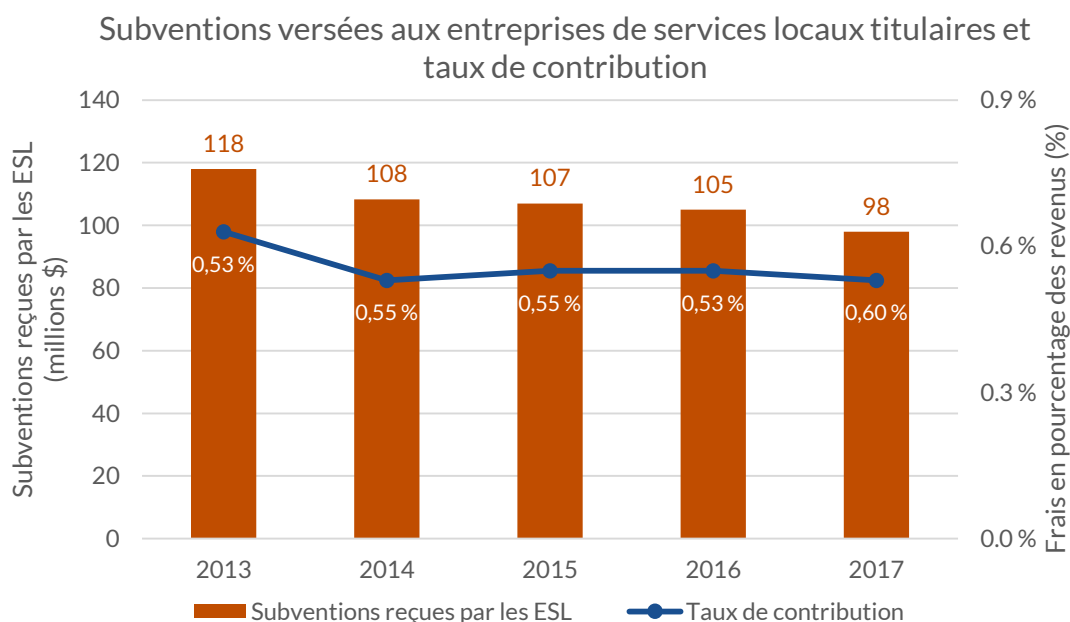
Sauf certaines exceptions, l'article 16 exige que les entreprises de services de télécommunication qui possèdent ou exploitent une installation de transmission et réalisent des revenus de services de télécommunication canadiens de plus de 5 milliards de dollars (10 % du total des revenus des services de télécommunication canadiens) soient possédées et contrôlées par des Canadiens.

Aux fins de l'application des dispositions de l'article 16, le Conseil a déterminé que les revenus totaux annuels découlant de la prestation de services de télécommunication au Canada s'élevaient à 50,3 milliards de dollars en 2017.

Revenus – Contribution

Le montant total des subventions versées aux entreprises de services locaux (ESL) s'élevait à 98 millions de dollars en 2017, une baisse par rapport au montant de 105 millions de dollars (7,1 %) enregistré en 2016.

Graphique 4.5 Subventions versées aux entreprises de services locaux titulaires et taux de contribution



Sources : Collecte de données du CRTC et décisions du CRTC

Cette subvention représente les contributions de revenus envers la prestation d'un service téléphonique résidentiel dans des zones de desserte à coût élevé (ZDCE) par des FST, ou des groupes de FST liés, ayant au moins dix millions de dollars en revenus annuels provenant des services canadiens de télécommunication. Les ZDCE sont des zones pour lesquelles le coût associé à la prestation d'un service est considérablement plus élevé que dans d'autres secteurs d'un territoire d'une ESL titulaire. Les ZDCE sont souvent des régions rurales ou éloignées. En 2017, 32 compagnies ont reçu des subventions (même nombre qu'en 2016).

Dans la politique réglementaire de télécom 2016-496, le Conseil a déclaré que, dans le but d'aider à atteindre le nouvel objectif du service universel, il commencerait à orienter ses cadres de réglementation non plus sur les services vocaux filaires, mais plutôt sur les services d'accès Internet à large bande.

iii Rendement financier

Infographie 4.5

Mesure	Catégorie	2013	2017
Dépenses en immobilisations (milliards \$)	Services filaires	6,9 G\$	9,7 G\$
	Services mobiles	2,0 G\$	2,3 G\$
Intensité de capital (%)	Fournisseurs de services mobiles	9,8 %	9,1 %
	FST titulaires	33,0 %	42,8 %
	Entreprises de câblodistribution et autres fournisseurs de services dotés d'installations	26,8 %	47,2 %
Marges BAIIA (%)	Services filaires	32,9 %	37,0 %
	Services mobiles	43,3 %	39,5 %
Investissements en spectre (millions \$)	Services mobiles	277,4 M\$	442,4 M\$

Source : Collecte de données du CRTC

Dépenses en immobilisations et intensité de capital

Les dépenses en immobilisations sont des investissements importants effectués principalement dans le but d'entretenir ou de mettre à niveau des réseaux de services de télécommunication. En 2017, les FST aux revenus supérieurs à 100 millions de dollars ont dépensé 12,1 milliards de dollars relativement aux dépenses en immobilisations, et 9,7 milliards de ce montant ont été consacrés aux réseaux filaires.

Bien que les dépenses en immobilisations relatives aux services filaires aient augmenté selon un taux de croissance annuel de 9 % au cours de la période de 2013 à 2017, la part des dépenses en immobilisations des grands fournisseurs de services de télécommunication (FST) titulaires continue à décroître, passant de 71 % en 2013 à 60 % en 2017, alors que celle des entreprises de câblodistribution est passée de 28 % en 2013 à 38 % en 2017.

L'intensité de capital (le rapport entre les dépenses en immobilisations et les revenus) a progressé dans le cas des grands FST titulaires et des entreprises de câblodistribution, passant d'environ 30 % en 2013 à 45 % en 2017. En revanche, celle des fournisseurs de services mobiles se situait dans la fourchette des 10 % au cours de la période de 2013 à 2017.

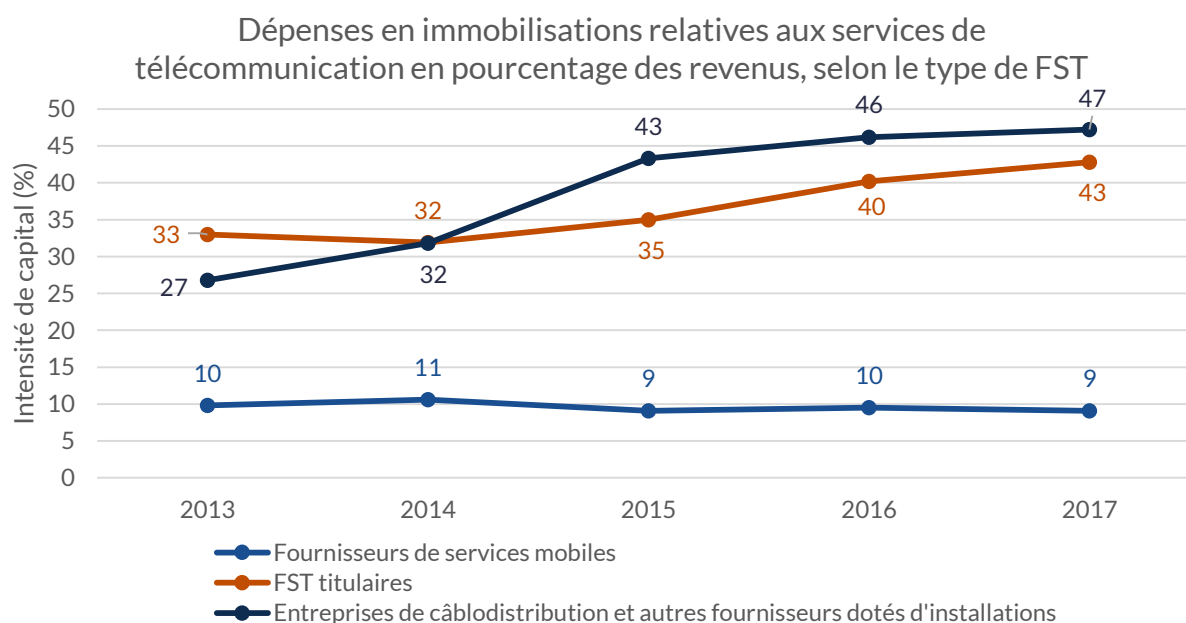
À 40 %, l'intensité de capital pour les services de télécommunication en 2017 venait en deuxième position derrière les services publics à 79,2 % (et bien au-dessus de la moyenne de toutes les industries de 6,6 %) en raison de la nécessité de maintenir et de mettre à niveau une vaste infrastructure de réseau.

Infographie 4.6 Intensité de capital pour les industries présentant les rapports d'intensité de capital les plus élevés pour 2017

Industrie	Intensité de capital (%)
Services publics	79,2
Télécommunications	40,0
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	27,8
Services d'enseignement; Soins de santé et assistance sociale	26,1
Transport et entreposage	16,2
Arts, spectacles et loisirs	15,8
Services immobiliers et services de location et de location à bail	11,7
Industrie de l'information et industrie culturelle	10,5
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	8,7
Services d'hébergement et de restauration	4,0
Moyenne de toutes les industries	6,6

Source : Collecte de données du CRTC et tableaux 34-10-0035-01 et 33-10-0007-01 de Statistique Canada

Graphique 4.6 Dépenses en immobilisations relatives aux services de télécommunication en pourcentage des revenus, selon le type de FST



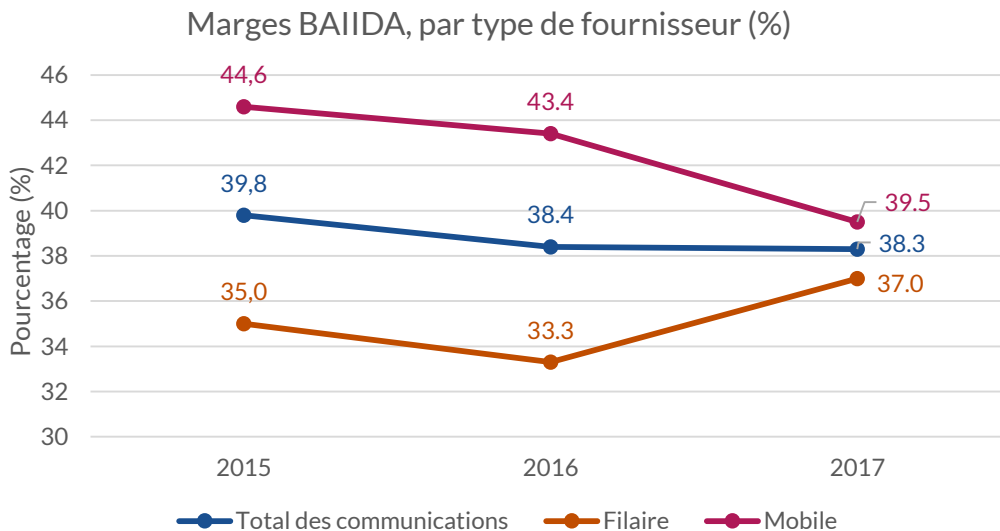
Source : Collecte de données du CRTC

Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissements (BAIIDA)

Les marges BAIIDA (BAIIDA en tant que pourcentage des revenus totaux des services de télécommunication) sont essentielles dans l'évaluation du rendement financier d'une compagnie ou d'un groupe de compagnies. Les marges sont calculées pour les FST avec au moins 80 % de leurs revenus totaux provenant de services de télécommunications.

Au cours de la période de 2014 à 2017, les marges des fournisseurs de services mobiles étaient systématiquement supérieures à celles des services filaires; l'écart s'étant élargi quelque peu pour atteindre 10 % alors que les marges des fournisseurs de services mobiles ont atteint 41 % en 2017.

Graphique 4.7 Marges BAIIDA, par type de fournisseur (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Au cours de la période de 2014 à 2017, les marges BAIIDA ont affiché une stabilité relative à 45 % dans le cas des entreprises de câblodistribution et à 38 % pour les FST titulaires.

Investissements en spectre

Les investissements annuels dans le spectre de 2013 à 2016 se sont élevés à 0,28 milliard de dollars, à 5,26 milliards de dollars, à 2,96 milliards de dollars et à 0,15 milliard de dollars, respectivement (afin de réduire le fardeau réglementaire, les données comprennent que les FST dont les revenus étaient supérieurs à 100 millions de dollars). Les montants dont il a été fait état en 2013 reflètent les investissements effectués principalement par les entreprises de transmission par satellite. Les investissements effectués entre 2014 et 2016 reflètent ceux qui visaient à acquérir le spectre des SSFE-3 (services sans fil évolués), de 700 mégahertz (MHz) et de 2 500 MHz.

iv Sources de croissance des revenus de détail

En 2017, les revenus des services de télécommunication canadiens ont atteint 50,3 milliards de dollars. Cela représente une augmentation de 3,2 %, ce qui est légèrement plus rapide que le taux de croissance annuel moyen enregistré sur cinq ans (2,9 %). Les revenus de télécommunications de détail qui représentent la vaste majorité des revenus de télécommunications ont atteint 46,3 milliards de dollars en 2017, une hausse de 3,6 % par rapport à 2016. De 2013 à 2017, ces revenus ont augmenté en moyenne de 3,0 % par année.

Infographie 4.7

Secteur (2017)	Internet fixe	Services mobiles
Revenus de détail (milliards \$)	11,0 G\$	24,5 G\$
Croissance des revenus de détail	7,7 %	5,3 %
Abonnés des services de détail (millions)	14,0 M	31,7 M
Croissance du nombre d'abonnés des services de détail	3,9 %	3,1 %

Source : Collecte de données du CRTC

Pour ce qui est des revenus de détail, les sources de croissance des revenus en 2017 – de même que pendant la période 2013-2017 – étaient les secteurs des services Internet et des services mobiles, lesquels ont connu une augmentation de 7,7 % et de 5,3 %, respectivement, en 2017. Ces secteurs représentaient 77 % des revenus de détail en 2017, comparativement à 68 % en 2013.

Sources de croissance des revenus de détail – Internet fixe et services mobiles

Les revenus liés au service Internet fixe ont continué d'augmenter, comme les Canadiens s'abonnaient à des services Internet qui proposaient davantage de données dans leurs allocations de données mensuelles.

En 2017, la croissance des revenus pour les secteurs des services Internet fixe et des services mobiles était plus importante que la croissance du nombre d'abonnés. Les revenus moyens des services mobiles par abonné ont augmenté de 59,97 \$ en 2013 à 65,33 \$ en 2017, les abonnés ayant utilisé davantage de données (et payé davantage pour celles-ci), alors que les revenus moyens par abonné à un service Internet fixe résidentiel ont augmenté de 44,50 \$ en 2013 à 58,49 \$ en 2017.

Il est possible d'obtenir des descriptions et des données supplémentaires concernant les services Internet fixe et les services mobiles dans la section vi Résumés par secteur.

v La voix des consommateurs

En 2016-2017, le service à la clientèle du CRTC et la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) ont reçu plus de 35 000 communications de Canadiens au sujet des services de télécommunication. De ces communications, 48 % ont été traitées par le CRTC et 52 % l'ont été par la CPRST. Les raisons les plus souvent citées pour les communications avec le CRTC en 2017 étaient celles relatives aux services mobiles (25 %), suivies par les services Internet (22 %) et ceux relatifs au télémarketing (22 %). Les sujets sous-jacents de ces plaintes étaient des erreurs de facturation liées aux services mobiles (46 %) reçues par la CPRST en 2016-2017, suivies par les plaintes relatives aux services Internet (31 %) et celles liées aux services téléphoniques locaux (20 %).

Infographie 4.8

Les services mobiles et ceux liés à Internet ont été le sujet de la majorité des communications lorsqu'ils ont été combinés aux données du CRTC et de la CPRST :

- Les **services mobiles** ont fait l'objet de **36 % de toutes les communications consignées** par le CRTC et la CPRST.
- Les **services Internet** ont fait l'objet de **27 % de toutes les communications consignées** par le CRTC et la CPRST.

Source : Collecte de données du CRTC et la CPRST

Qu'est-ce que la Commission des plaintes relatives aux services de télécom-télévision (CPRST) :

La CPRST est un organisme indépendant voué à résoudre les plaintes des clients relatives aux services de télécommunication et de télévision. La structure et le mandat de la CPRST ont été approuvés par le CRTC. La 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. La CPRST est aussi responsable de l'administration du Code sur les services sans fil. Pour obtenir de plus amples renseignements, voir le site Web www.ccts-cprst.ca/fr.

Tableau 4.2 Nombre de communications au sujet des services de télécommunication reçues par le CRTC, par type de sujet et de service, 2017

Sujet	Politiques/décisions du CRTC	Facturation/tarifs	Qualité du service	Prestation du service	Modalités de service	Autres	Total
Services de télécommunication	1 505	1 151	1 258	214	264	123	4 515
Services mobiles	895	1 196	1 236	151	726	39	4 243
Services Internet	1 234	581	1 119	478	228	40	3 680
Télémarketing	3 579	7	4	0	0	69	3 659
FST titulaires	63	167	120	12	78	1	441
Entreprises de services locaux concurrentes	23	30	30	5	30	2	120
Services VoIP	22	11	18	12	6	0	69
Autres fournisseurs de services interurbains	10	12	8	2	8	0	40
Services de téléphones payants	6	11	16	4	0	1	38
Total	7 336	3 166	3 809	878	1 340	275	16 805

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Tableau 4.3 Résumé des sujets soulevés dans les plaintes sur les services de télécommunication traitées par la CPRST (2016-2017)

Services	Erreur de facturation	Différend au sujet du contrat	Prestation du service	Gestion du crédit	Total
Services mobiles	3 826	2 907	1 368	442	8 543
Internet	2 156	2 009	1 454	144	5 763
Service téléphonique local	1 356	1 491	815	104	3 766
Interurbain	204	79	80	5	368
Assistance-annuaire	6	1	-	-	7
Annuaire des pages blanches	1	-	-	-	1
Services de téléphoniste	-	-	-	-	-
Total	7 549	6 487	3 717	695	18 448

Source : Rapport annuel de la CPRST

vi Résumés par secteur

Secteur des services mobiles de détail

Infographie 4.9

Services mobiles – détail	2013	2017
Revenus (milliards \$)	20,2 G\$	24,5 G\$
Abonnés (millions)	28,4 M	31,7 M
Croissance annuelle des revenus (%)	3,4	5,3 %
Taux de croissance annuel composé du revenu de 2013 à 2017 (%)	s.o.	4,9 %
Canadiens ayant accès aux services LTE avancée (%), 2016, 2017	83 % (2016)	92 %
Principales routes et autoroutes desservies par les services LTE (%)	s.o.	86 %
Abonnés ayant un forfait de données (%)	62 %	83 %
Utilisation mensuelle moyenne de données (Go)	0,96 Go (2014)	2,0 Go
Revenu moyen par utilisateur (RMPU) mensuellement (\$)	59,97 \$	65,33 \$
Taux mixte de résiliation des services prépayés et postpayés des 3 plus grands fournisseurs de services mobiles au Canada (%)	1,6 %	1,3 %

Source : Collecte de données du CRTC

Taux de résiliation : Mesure du nombre de clients qu'un fournisseur de services perd mensuellement par rapport au total des abonnés de ce fournisseur de services. 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.

Tableau 4.4 Composantes des revenus des services sans mobiles et de téléappel de détail (millions \$)

Composante	2013	2014	2015	2016	2017	Croissance (%) 2016- 2017	TCAC ³¹ (%) 2013- 2017
Téléphonie de base	8 818,7	8 665,5	8 689,0	8 834,3	9 219,7	4,4	1,1
Interurbain	1 160,3	880,4	656,1	547,0	481,9	-11,9	-19,7
Téléappel	18,4	17,3	12,6	11,1	8,9	-19,5	-16,6
Équipement terminal (incluant les appareils portatifs)	1 501,5	1 673,7	2 129,8	1 911,1	1 896,1	-0,8	6,0
Données	7 546,1	8 672,6	10 034,9	10 980,5	11 832,4	7,8	11,9
Itinérance et autres	1 152,8	1 035,7	1 001,9	960,0	1 047,2	9,1	-2,4
Données, itinérance et autres – Total partiel	8 698,8	9 708,3	11 036,8	11 940,4	12 879,6	7,9	10,3
Total	20 197,7	20 945,2	22 524,3	23 243,9	24 486,2	5,3	4,9

Source : Collecte de données du CRTC

³¹ Taux de croissance annuel composé

Avec des revenus de 24,5 milliards de dollars, et un taux de croissance de 5,3 % comparativement à 2016, les services mobiles sans fil sont demeurés le secteur le plus important, représentant plus de 52 % de tous les revenus des services de télécommunication de détail en 2017.

Le nombre d'abonnés aux services mobiles a atteint 31,7 millions de dollars en 2017, les réseaux de services mobiles couvrant environ 20 % de l'étendue géographique du Canada et atteignant 99 % des Canadiens. En 2017, des réseaux de services sans fil évolués tels que le réseau d'évolution à long terme avancée (LTE-A) ont permis des vitesses supérieures à celles des réseaux des générations antérieures. Le réseau LTE-A était disponible pour environ 92 % des Canadiens, comparativement à 83 % en 2016. En 2017, le réseau d'évolution à long terme (LTE) était disponible pour 99 % des Canadiens, comparativement à 98,5 % en 2016.

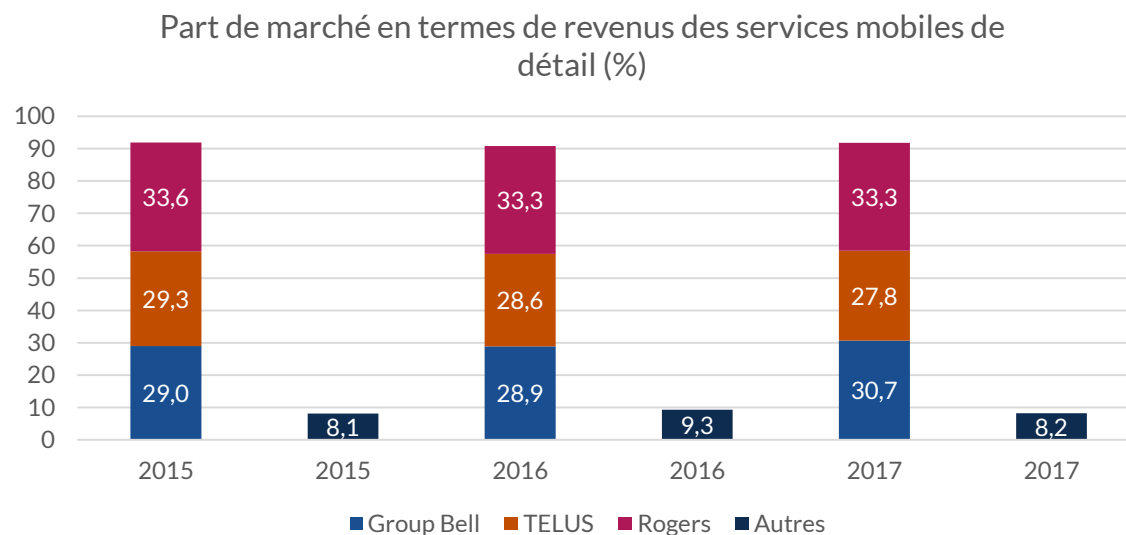
L'utilisation mensuelle moyenne de données par abonné s'élevait à plus de 2,0 Go, comparativement à 0,96 Go en 2014. Une augmentation de l'utilisation des données de 30 % a été enregistrée de 2016 à 2017.

En 2017, le revenu moyen par utilisateur (RMPU) a atteint 65,33 \$ par mois, comparativement à 59,97 \$ en 2013. En 2017, l'Alberta a enregistré le RMPU mensuel le plus élevé (73,60 \$), alors que le RMPU le moins élevé a été enregistré au Québec (56,07 \$).

Le secteur des services mobiles a continué d'être dominé par les 3 plus grands fournisseurs de services mobiles (« 3 plus grands »), et ce, de façon accrue. En 2017, ces entités représentaient 92 % des revenus des services mobiles de détail, comparativement à 90 % en 2015 et à 91 % en 2016. Les 3 plus grands détenaient la majorité de la part des revenus dans l'ensemble des provinces et des territoires, exception faite de la Saskatchewan, où les autres fournisseurs détenaient 62 % de la part dans ce secteur, une baisse par opposition à 68 % en 2013. Les 3 plus grands sont composé du Groupe Bell³², Rogers et TELUS.

³² Le Groupe Bell comprend Bell Canada, Bell Mobilité, KMTS, Latitude Wireless, NorthernTel, Norouestel Mobilité et Télébec. En 2017, MTS Inc. a été ajouté au Groupe Bell.

Graphique 4.8 Part de marché en termes de revenus des services mobiles de détail (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Parmi d'autres fournisseurs de services mobiles figurent SaskTel, Freedom Mobile, Vidéotron et Bragg Communications ainsi que des revendeurs.

Il est possible d'obtenir des données supplémentaires sur les services mobiles et les autres services de télécommunication sur données ouvertes.

Secteur des services Internet fixe de détail

Infographie 4.10

Internet fixe de détail	2013	2017
Revenus des services Internet fixe de détail (milliards \$)	7,7 G\$	11,0 G\$
Nombre d'abonnés aux services Internet fixe de détail (millions)	12,3 M	14,0 M
Revenus (%)	7,3 %	7,7 %
Taux de croissance annuel composé du revenu de 2013 à 2017 (%)	s.o.	9,2 %
Ménages ayant accès à un service de 50/10 Mbps avec option de données illimitées (%)	s.o.	84 %

Internet fixe résidentiel	2013	2017
Ménage ayant un abonnement à un service Internet fixe (%)	80 %	86 %
Vitesse de téléchargement moyenne (Go)	15,6 Go	68,3 Go
Abonnés à un service de 50+ Mbps (%)	5,0 %	38,6 %
Utilisation mensuelle moyenne de données (Go)	50,8 Go	166,2 Go
Revenu moyen par utilisateur (RMPU) mensuellement (\$)	44,50 \$	58,49 \$

Source : Collecte de données du CRTC

Tableau 4.5 Revenus des services Internet de détail (millions \$)

Type	Sous-type	2013	2014	2015	2016	2017	Croissance (%) 2016-2017	TCAC (%) 2013-2017
Services résidentiels	Accès	5 938	6 554	7 265	8 091	8 804	8,8	10,3
	Applications, équipements et autres services Internet connexes	160	162	210	289	314	8,5	18,3
	Total	6 098	6 716	7 475	8 380	9 118	8,8	10,6
Services d'affaires	Accès et transport	1 243	1 320	1 394	1 442	1 502	4,1	4,8
	Applications, équipements et autres services Internet connexes	384	378	380	356	347	-2,6	-2,5
	Total	1 626	1 698	1 774	1 798	1 849	2,8	3,3
Tout	Total	7 725	8 414	9 249	10 178	10 967	7,7	9,2

Source : Collecte de données du CRTC

Un nombre croissant de Canadiens (86 %) s'abonnent à des services Internet. Les Canadiens continuent d'utiliser une plus grande quantité de données, de s'abonner à des forfaits de taille et de vitesse accrues et de consacrer des sommes plus importantes aux services Internet.

En 2017, les services Internet fixe étaient le secteur ayant connu la croissance la plus rapide, avec une augmentation des revenus de 7,7 % et une augmentation des abonnements de 3,9 %. De 2013 à 2017, le secteur des services Internet fixe a connu une croissance selon un taux annuel moyen de 9,2 %.

En 2017, les services Internet étaient fournis par un éventail de fournisseurs de services Internet (FSI), y compris les FST titulaires et les entreprises de câblodistribution, les fournisseurs de services sans fil et les revendeurs. Les abonnés aux services résidentiels ont atteint 12,8 millions, soit une hausse de 3,9 % par rapport à 2016 et près de trois fois le taux de croissance de la population. Les entreprises de câblodistribution et les FST titulaires représentaient la majorité des abonnés, à savoir 87 %, alors que les autres entités représentaient 13 % des abonnés, une augmentation par rapport à 2013 (10 %).

Les Canadiens s'abonnent de plus en plus à des services Internet plus rapides. Les abonnements aux services ayant des vitesses de téléchargement moins élevées que 16 Mbps représentaient 68 % du total en 2013 comparativement à 35 % en 2017, alors que les abonnements aux services proposant des vitesses de 50 Mbps et plus ont augmenté, passant d'à peine 5 % des abonnements à des services haute vitesse résidentiels en 2013 à 39 % en 2017.

Les Canadiens utilisent aussi plus de données qu'avant. Les quantités de données moyennes mensuelles téléchargées par les abonnés des services résidentiels ont augmenté de 36 % par an de 2013 à 2017, et de 31 % de 2016 à 2017, pour atteindre 153 Go par mois. Les quantités moyennes de téléversement ont également augmenté de 14,8 % en 2017, atteignant une moyenne de 13 Go par mois.

Le déploiement de la fibre optique s'est poursuivi en 2017, la disponibilité des services Internet fibre jusqu'au domicile (FTTH) ayant augmenté à 35 % des ménages, par opposition à 28 % en 2016. Ces déploiements ont principalement eu lieu dans les grandes régions urbaines.

Secteur des services téléphoniques filaires de détail

Infographie 4.11

	2013	2017
Revenus des services téléphoniques filaires de détail (milliards \$)	9,5 G\$	7,5 G\$
Nombre d'abonnés aux services téléphoniques filaires de détail (millions)	18,3 M	14,5 M
Croissance des revenus	-3,4 %	-4,4 %
Taux de croissance annuel composé du revenu de 2013 à 2017	s.o.	-5,8 %

Source : Collecte de données du CRTC

Tableau 4.6 Revenus des services locaux et interurbains de détail (millions \$)

Mesure	2013	2014	2015	2016	2017	Croissance (%) 2016-2017	TCAC (%) 2013-2017
Revenus bruts des services locaux	7 661	7 441	7 146	6 635	6 474	-2,4	-4,1
Moins : Revenus de contribution	118	108	107	105	98	-7,1	-4,5
Revenus des services locaux de détail	7 544	7 333	7 039	6 529	6 376	-2,3	-4,1
Revenus des services interurbains	1 949	1 755	1 506	1 287	1 095	-15,0	-13,6
Total des revenus des services locaux et interurbains de détail	9 493	9 088	8 545	7 817	7 471	-4,4	-5,8

Source : Collecte de données du CRTC

En 2017, les revenus générés par les services téléphoniques filaires de détail s'élevaient à 7,5 milliards de dollars, une baisse d'environ 6 % des revenus depuis 2013. Les revenus générés par les services locaux (exception faite des revenus de contribution) représentaient 85 % des revenus des services téléphoniques filaires de détail en 2017. Les revenus des services téléphoniques interurbains s'élevaient à 1,1 milliard de dollars, ayant diminué d'un taux annuel moyen de 14 % depuis 2013.

De 2013 à 2017, les revenus générés par les services téléphoniques filaires résidentiels par ligne ont chuté de 2,97 \$ pour passer à 36,28 \$ par mois, alors que les revenus des services d'affaires ont diminué de 6,28 \$ pour passer à 52,38 \$ par mois.

Les entreprises titulaires représentaient approximativement 63 % des revenus des services filaires de détail dans le secteur résidentiel et 81 % dans le secteur des affaires, avec une légère diminution depuis 2013 alors que les parts de revenus des entreprises de câblodistribution ont connu une augmentation au cours de la même période.

Bien que l'introduction des services VoIP indépendants de l'accès³³ ait ouvert le secteur des services téléphoniques filaires aux fournisseurs non traditionnels, ces services n'ont pas affiché de croissance au chapitre du nombre d'abonnés au cours des dernières années. En 2017, il y avait approximativement 600 000 abonnés aux services VoIP indépendants de l'accès, ce qui représente 4 % des lignes téléphoniques locales de détail. Ce pourcentage est demeuré constant depuis 2013.

En 2017, il y avait approximativement 45 000 téléphones payants, lesquels ont généré en moyenne 430 \$ en revenus annuels par unité, comparativement à 85 000 téléphones payants ayant généré 560 \$ par unité en 2013. Le nombre de téléphones payants a chuté de 12 000 ou de 21 % en 2017 par rapport à 2016, alors que le revenu moyen par téléphone a augmenté de 45 \$ ou environ 12 %.

³³ Les services VoIP indépendants de l'accès sont des services VoIP offerts par l'intermédiaire du réseau Internet public par opposition à un réseau exclusif ou géré.

Secteur des services de transmission de données et de liaison spécialisée

Infographie 4.12

	2013	2017
Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée (milliards \$)	3,6 G\$	3,3 G\$
Croissance des revenus	2,9 %	-1,8 %
Taux de croissance annuel composé du revenu de 2013 à 2017	s.o.	-2,2 %

Source : Collecte de données du CRTC

Tableau 4.7 Revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée de détail (millions \$)

Secteur	Sous-secteur	2013	2014	2015	2016	2017	Croissance (%) 2016-2017	TCAC (%) 2013-2017
Données	Protocoles de données	1 917	1 952	1 920	1 870	1 864	-0,3	-0,7
	Autres	832	857	779	731	694	-5,0	-4,4
	Total	2 749	2 809	2 699	2 600	2 558	-1,6	-1,8
Liaison spécialisée	Total	834	784	754	738	721	-2,3	-3,6
Total	Total	3 583	3 593	3 453	3 339	3 279	-1,8	-2,2

Source : Collecte de données du CRTC

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 ou du trafic voix. Ces voies de transmission assurent des communications privées et très sécurisées entre des endroits. Les revenus des services de transmission de données et de liaison spécialisée connaissent un déclin depuis 2014.

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

des protocoles de données récents comme Ethernet et protocole Internet (IP) ou des protocoles traditionnels comme X.25, le mode de transfert asynchrone (MTA) et le relais de trame³⁴. Les revenus des services traditionnels représentent moins de 1 % des revenus de l'ensemble des services. La sous-catégorie Autres comprend la gestion et l'équipement du réseau.

Les services de liaison spécialisée fournissent une connexion de communication dédiée non commutée entre deux ou plusieurs points pour transporter des données, des vidéos ou le trafic voix.

Les FST titulaires représentent environ 15 % de l'ensemble des entités qui fournissent des services de transmission de données et de liaison spécialisée, mais ils recueillent 65 % des revenus de détail qui en découlent.

³⁴ Consulter le Glossaire de télécommunications pour obtenir les définitions et des exemples : <https://crtc.gc.ca/fra/scd/glossaryt.htm>.

Services de gros

Infographie 4.13

	2013	2017
Revenus des services de gros (milliards \$)	3,7 G\$	4,0 G\$
Croissance des revenus	-1,0 %	-0,9 %
Taux de croissance annuel composé du revenu de 2013 à 2017	s.o.	2,1 %

Source : Collecte de données du CRTC

Tableau 4.8 Revenus des services de télécommunication de gros, par secteur (millions \$)

Type	Sous-type	Secteur	2013	2014	2015	2016	2017	Croissance (%) 2016-2017	TCAC (%) 2013-2017
Services filaires	Communication vocale	Local et accès	704	646	603	615	599	-2,6	-4,0
		Interurbain	433	414	423	458	407	-11,2	-1,5
		Total partiel	1 137	1 060	1 026	1 073	1 006	-6,3	-3,0
	Sauf communication vocale	Internet	434	481	556	589	558	-5,3	6,5
		Données	525	576	604	600	634	5,6	4,8
		Liaison spécialisée	657	628	615	593	546	-8,0	-4,5
		Total partiel	1 616	1 685	1 776	1 782	1 737	-2,5	1,8
	Tous les revenus	Services filaires	2 753	2 745	2 801	2 855	2 743	-3,9	-0,1
Services mobiles	Tous les revenus	Services mobiles	953	1 038	1 123	1 200	1 277	6,4	7,6
Tous les revenus	Total	Total	3 706	3 783	3 925	4 055	4 020	-0,9	2,1

Source : Collecte de données du CRTC

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.

En 2017, le marché des télécommunications de gros représentait 4 milliards de dollars, dont 32 % se rapportaient à la fourniture de services sans fil et 68 %, à la fourniture de services filaires. Les services mobiles de gros sont une partie de plus en plus importante du paysage des télécommunications. De 2013 à 2017, les revenus des services mobiles de gros ont augmenté selon un taux annuel moyen de 7,6 %, comparativement à la diminution de 0,1 % enregistrée pour les revenus des services filaires de gros.

Les 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.

De 2013 à 2017, les revenus des services téléphoniques de gros ont diminué en moyenne de 3,0 % par an, alors que les revenus pour les services filaires sauf de communication vocale ont augmenté, en moyenne, de 1,8 % par an au cours de la même période.

Avec 70 % des revenus des services de gros, les FST titulaires détiennent la plus grande part du marché des services de gros. Il en est ainsi depuis 2013, bien que leur part ait légèrement diminué, en partie en raison de changements de propriété. La majeure partie des revenus des services de gros provient des services d'itinérance mobiles.

vii Annexe

Tableau 4.9 Types de FST, descriptions et exemples

Type de FST (par ordre alphabétique)	Description	Exemples (liste partielle)
Autre fournisseur de service	Toute entité qui ne correspond pas à la définition d'un FST titulaire.	Rogers, Shaw, Vidéotron, Distributel, TekSavvy
Autre fournisseur de services doté d'installations	Parmi les autres fournisseurs de services dotés d'installations figurent les fournisseurs de services publics (p. ex. électricité ou gaz) et les entreprises qui possèdent des installations de transmission physiques.	Zayo, Hydro One Telecom
Entreprise de câblodistribution	Ancienne entreprise de câblodistribution monopolistique qui fournit également des services de télécommunication.	Rogers, Shaw, Videotron
Entreprise de services locaux titulaire	Entité titulaire qui fournit des services téléphoniques locaux.	Bell Canada, SaskTel, TELUS, Sogotel, Execulink Telecom
Fournisseur de services de télécommunication (FST)	Toute entité qui offre des services de télécommunication.	
Fournisseur de services doté d'installations	Toute entité qui possède ses propres installations.	Rogers, Shaw, Vidéotron, Bell Canada, SaskTel, TELUS
Fournisseur de services sans fil	Entités qui fournissent des services filaires.	Rogers, Shaw, Videotron Bell Canada, SaskTel, TELUS
Fournisseur de services sans fil (FSSF)	Toute entité qui fournit des services sans fil.	Rogers, Shaw, Videotron Bell Canada, SaskTel, TELUS
Fournisseurs de service sans fil fixe	Entité qui fournit ses services au moyen d'un réseau sans fil qui utilise du spectre autorisé ou non pour la prestation de services de communication, où les services ont pour but d'être utilisés à un emplacement fixe.	Xplornet, Corridor Communications
FSI indépendant	Fournisseur non titulaire et autre qu'une entreprise de câblodistribution qui fournit des services Internet.	TekSavvy, Xplornet, Distributel, Verizon Canada
FST titulaires	Entreprises qui fournissaient des services locaux de télécommunication sur une base monopolistique avant l'introduction de la concurrence.	
Grands FST titulaires	Les grands fournisseurs 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.	Bell Canada, SaskTel, TELUS
Petits FST titulaires	Les petits fournisseurs titulaires desservent des superficies relativement petites. 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.	Sogetel, Execulink Telecom
Revendeur	Les revendeurs – ou fournisseurs de services non dotés d'installation – font généralement l'achat de services de télécommunication auprès d'autres fournisseurs soit pour les	Distributel Communications, TekSavvy Solutions et Verizon Canada

	revendre, soit pour créer leur propre réseau à partir duquel ils peuvent offrir des services à leurs clients.	
--	---	--



Rapport de surveillance des communications **2018**

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

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

Infographie 5.1

- Les **revenus pour l'année 2017** ont **totalisé 11 milliards de dollars**, une augmentation de 7,7 % par rapport à 2016 (les revenus des services de résidence ont affiché une hausse de 8,8 %; les revenus de services d'affaires, une hausse de 2,8 %).
- De 2013 à 2017, la **croissance des revenus** était en moyenne de **9,2 % par année**.
- **86 % des ménages** étaient abonnés à un **service Internet**, soit un nombre d'abonnements en hausse de 3,9 % par rapport à 2016.
- L'utilisation mensuelle des données par les **abonnés aux services Internet haute vitesse** a **augmenté de 30 %** de 2016 à 2017.
- Le **revenu moyen par abonné à un service résidentiel** a affiché **une hausse de 5,5 %** par rapport à 2016, pour s'établir à **58,49 \$ par mois**.
- Le **service Internet fibre jusqu'au domicile (FTTH)** est maintenant disponible à **35 % des ménages**, dont 11 % sont abonnés.
- Répartition des revenus :
 - **Accès résidentiel : 8,8 milliards de dollars** (80 % du secteur en termes de revenus).
 - **Applications, équipement et autres services résidentiels liés à Internet : 0,3 milliard de dollars** (3 % du secteur).
 - **Accès d'affaires et transport : 1,5 milliard de dollars** (14 % du secteur).
 - **Applications, équipement et autres services d'affaires liés à Internet : 0,3 milliard de dollars** (3 % du secteur).

Source : Données recueillies par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et le CRTC

Les applications Internet incluent notamment le courriel, l'hébergement web, les centres de traitement de l'information, etc.

En 2017, le secteur des services Internet fixes de détail (ci-après le secteur des services Internet) était le secteur affichant la plus rapide croissance de tous les secteurs des télécommunications. Les revenus ont augmenté de 7,7 % alors que le nombre d'abonnements a augmenté de 3,9 % par rapport à l'année précédente. De 2013 à 2017, la croissance des revenus dans ce secteur était en moyenne de 9,2 % par année. La grande majorité des revenus (80 % ou 8,8 milliards de dollars) ont été générés par les services d'accès résidentiels, suivi des services d'accès d'affaires et des services de transport (14 % ou 1,5 milliard de dollars). Les autres types de revenus, comme les revenus découlant de la vente ou la location d'équipement ainsi que des applications Internet, constituaient le reste et représentaient seulement une mince partie des revenus des fournisseurs de services de télécommunication (FST).

Un plus grand nombre de Canadiens sont abonnés à des services Internet; 86 % des ménages étaient abonnés à ces services en 2017. Les Canadiens ont continué d'utiliser une plus grande quantité de données, se sont abonnés à des forfaits de taille et de vitesse accrues et ont consacré des sommes plus importantes aux services Internet.

Les revenus liés aux services Internet d'affaires ont affiché une croissance beaucoup plus lente que ceux liés aux services résidentiels. Cependant, un plus grand nombre d'entreprises canadiennes se sont abonnées à des forfaits Internet, le nombre d'abonnements croissant de 4,2 %.

Le déploiement de la fibre s'est poursuivi, la disponibilité des services Internet FTTH passant de 29 % à 35 %. Ces déploiements ont principalement eu lieu dans les grandes régions urbaines.

Les fournisseurs de services Internet (FSI) sont catégorisés en trois groupes principaux : les FST titulaires³⁵, les entreprises de câblodistribution³⁶ et les autres fournisseurs de services³⁷.

³⁵ Bell, SaskTel et TELUS sont des exemples de FST titulaires. Les FST titulaires comptent aussi de plus petites entreprises, comme Sogetel et Execulink.

³⁶ Rogers, Shaw et Vidéotron sont des exemples d'entreprises de câblodistribution.

³⁷ La catégorie des « autres fournisseurs de services » peut être subdivisée en d'« autres entreprises », comme Xplornet et Allstream Business, et en « revendeurs », comme Distributel et TekSavvy.

i. Marché résidentiel

Infographie 5.2

- ➔ **86 % des ménages** étaient abonnés à des **services Internet** en 2017, une hausse par rapport aux 84 % en 2016.
- ➔ Le **marché résidentiel** représentait **83 % des revenus** du secteur des services Internet.
- ➔ Le **marché résidentiel** représentait **91 % des abonnements** du secteur des services Internet.
- ➔ Les **FSI indépendants** cumulaient **13 % des abonnements résidentiels** en 2017.
- ➔ La **vitesse moyenne de téléchargement** des services auxquels les Canadiens sont abonnés **continue de croître**, la moyenne pondérée **atteignant 68 Mbps** en 2017, une vitesse hautement plus rapide que la moyenne de 15 Mbps en 2013.
- ➔ Le pourcentage des **abonnements à des forfaits Internet sans limites de transfert mensuel de données** est passé de 12 % en 2013 à 37 % en 2017.
- ➔ **L'utilisation mensuelle des données** par les abonnés aux **services Internet haute vitesse résidentiels a augmenté de 30 %** depuis 2016, pour s'établir à **166 Go**.
- ➔ Le **revenu moyen par abonné** a atteint **58,49 \$**, une augmentation de 5,5 % par rapport à 2016.
- ➔ Les **abonnements aux services FTTH** représentaient **12 % des abonnements aux services Internet résidentiels**.

Source : Collecte de données du CRTC

Tel que mentionné précédemment, un plus grand nombre de Canadiens sont maintenant abonnés à des services d'accès Internet. Les ménages canadiens continuent d'utiliser une plus grande quantité de données, s'abonnent à des forfaits de taille et de vitesse accrues et consacrent des sommes plus importantes aux services Internet.

Abonnements

Infographie 5.3

- Les **FSI indépendants** cumulaient **13 % des abonnements aux services Internet** contre 49 % pour les entreprises de câblodistribution et 39 % pour les FST titulaires.
- Les abonnements aux forfaits Internet offrant des **vitesse de 50 Mbps ou plus ont doublé, passant de 19 %** de tous les abonnements en 2015 **à 39 %** en 2017. Le pourcentage des **ménages abonnés** à ces forfaits a aussi augmenté, passant de 16 % à 33 % durant la même période.
- **12 % des abonnements résidentiels** étaient pour un **service Internet FTTH**, par rapport à seulement 3 % en 2013.

Source : Collecte de données du CRTC

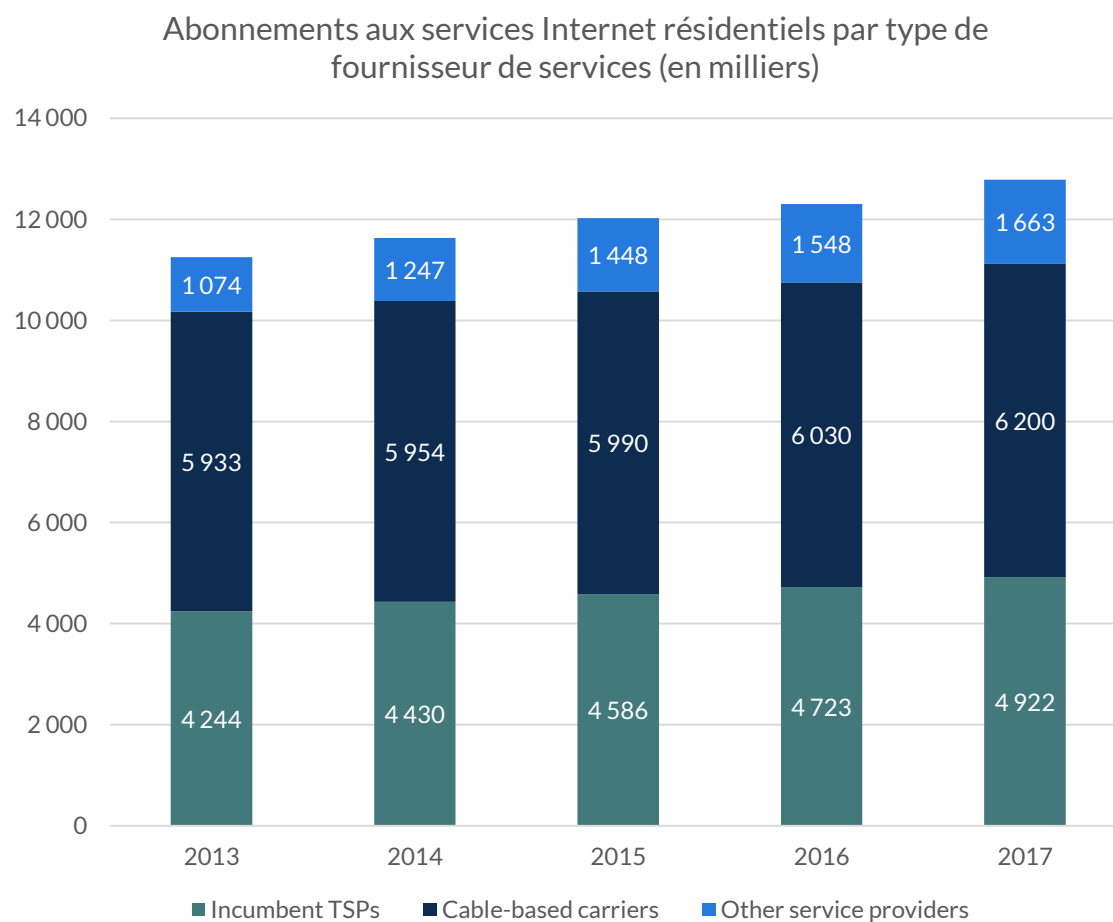
Les FSI indépendants sont définis comme des FSI qui ne sont pas des entreprises de câblodistribution ni des FST titulaires. Les parts de marché en termes d'abonnés sont calculées à partir des montants exacts, bien que les pourcentages affichés aient été arrondis et, par conséquent, excèdent 100%.

En 2017, divers FSI ont fourni des services Internet, dont certaines compagnies de téléphonie ou de câblodistribution traditionnelles, des fournisseurs de services sans fil fixes et des revendeurs. Les abonnements résidentiels ont atteint le nombre de 12,8 millions (86 % des 14,8 M de ménages), soit une hausse de 3,9 % par rapport à 2016 et près de 3 fois le taux de croissance de la population³⁸. Les entreprises de câblodistribution et les FST titulaires cumulaient la grande majorité des abonnements du marché (87 %). Les autres entités ont continué d'augmenter leur part du marché, atteignant 13 %, une hausse par rapport aux 10 % en 2013.

Les taux de croissance des abonnements à des services Internet étaient de 2 à 4 fois supérieurs aux taux de croissance de la population de 2013 à 2017.

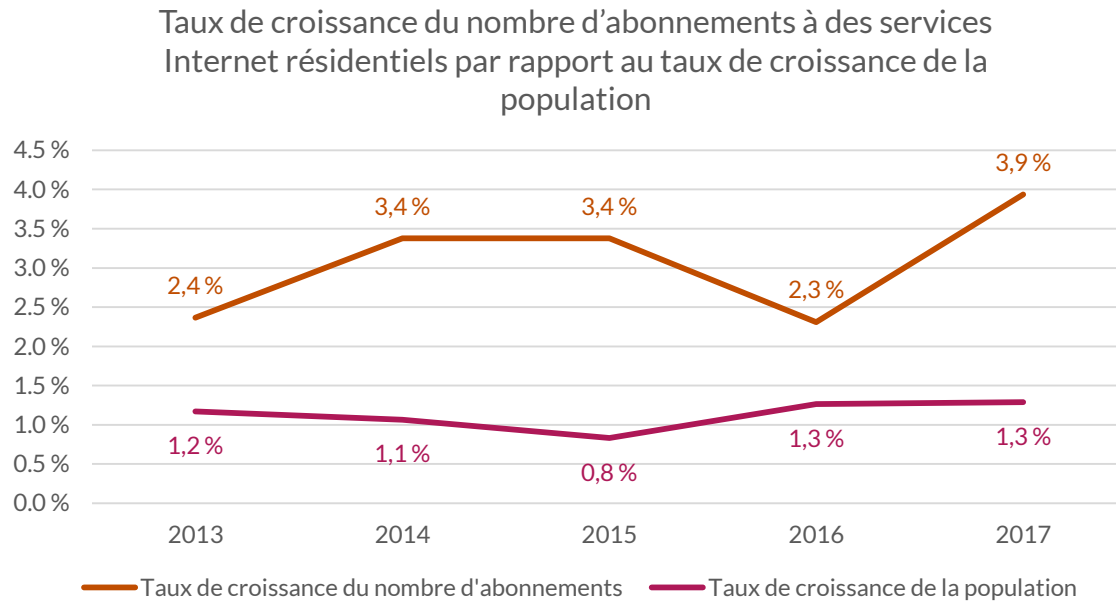
³⁸ Le taux de croissance de la population était de 1,3 % de 2016 à 2017 selon Statistique Canada (Tableau : 17-10-0009-01 – Estimations de la population, trimestrielles).

Graphique 5.1 Abonnements aux services Internet résidentiels par type de fournisseur de services (en milliers)



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 5.2 Taux de croissance du nombre d'abonnements à des services Internet résidentiels par rapport au taux de croissance de la population



Source : Collecte de données du CRTC et estimations de la population de Statistique Canada³⁹

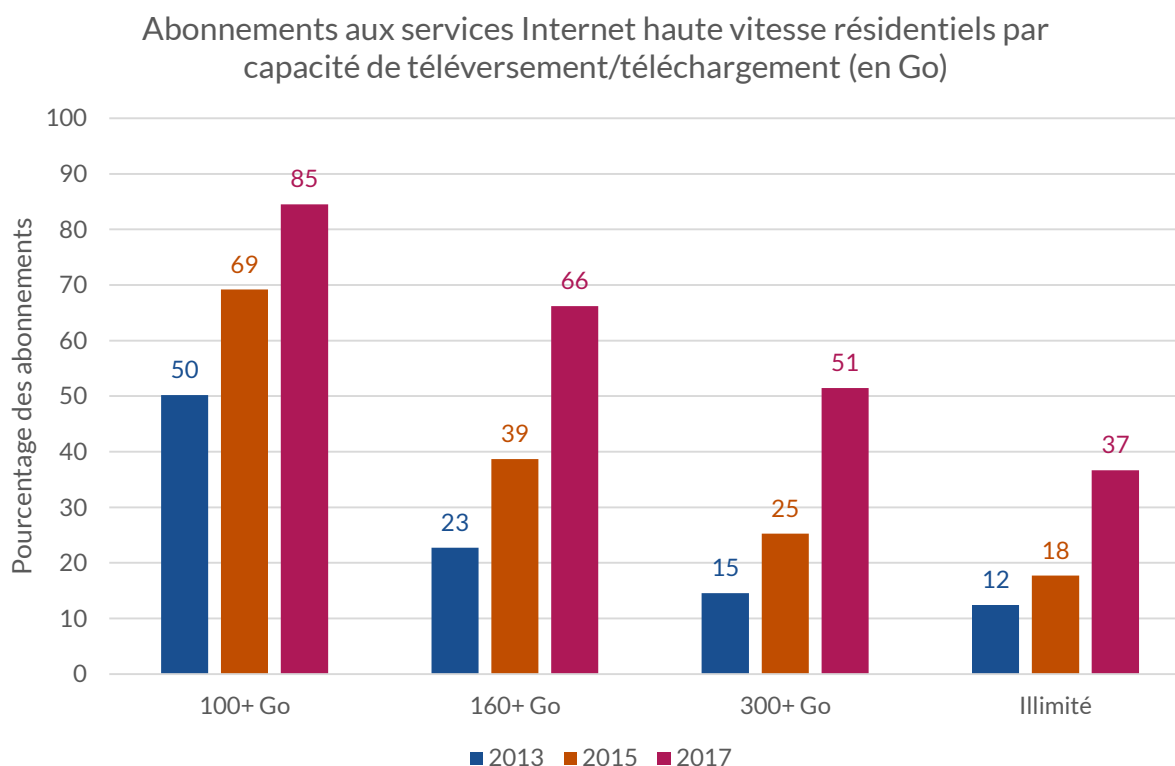
Les Canadiens ont continué de s'abonner à des services Internet comportant des allocations supérieures de données mensuelles. En 2017, même si la plupart des abonnements (51 %) comportaient des limites mensuelles de transfert de données de 300 gigaoctets (Go) ou plus, environ 2 % des abonnés avaient une limite de transfert sous les 20 Go. L'utilisation moyenne des données a continué d'augmenter simultanément : une hausse de près de 30 % de l'utilisation moyenne combinée des téléchargements et des téléversements depuis 2016, atteignant 166,2 Go par mois en 2017.

En 2017, les ménages canadiens payaient environ 94 millions de dollars en frais d'utilisation excédentaire Internet, ce qui représente à peu près 1 % des revenus liés aux services Internet résidentiels et une baisse par rapport aux 100 millions de dollars payés en 2016. Moins de 5 % des abonnés ont dépassé leur limite en 2017, ce qui est cohérent avec les données de 2016.

Tous les renseignements dans cette section relatifs à l'utilisation en gigaoctets par mois et aux abonnements par vitesse et capacité de téléchargement annoncées proviennent des grands FSI. Ils ont rapporté près de 87 % de tous les abonnements à des services Internet haute vitesse résidentiels en 2017.

³⁹ Statistique Canada, Tableau : 17-10-0009-01 – Estimations de la population, trimestrielles

Graphique 5.3 Abonnements aux services Internet haute vitesse résidentiels par capacité de téléversement/téléchargement (en Go)



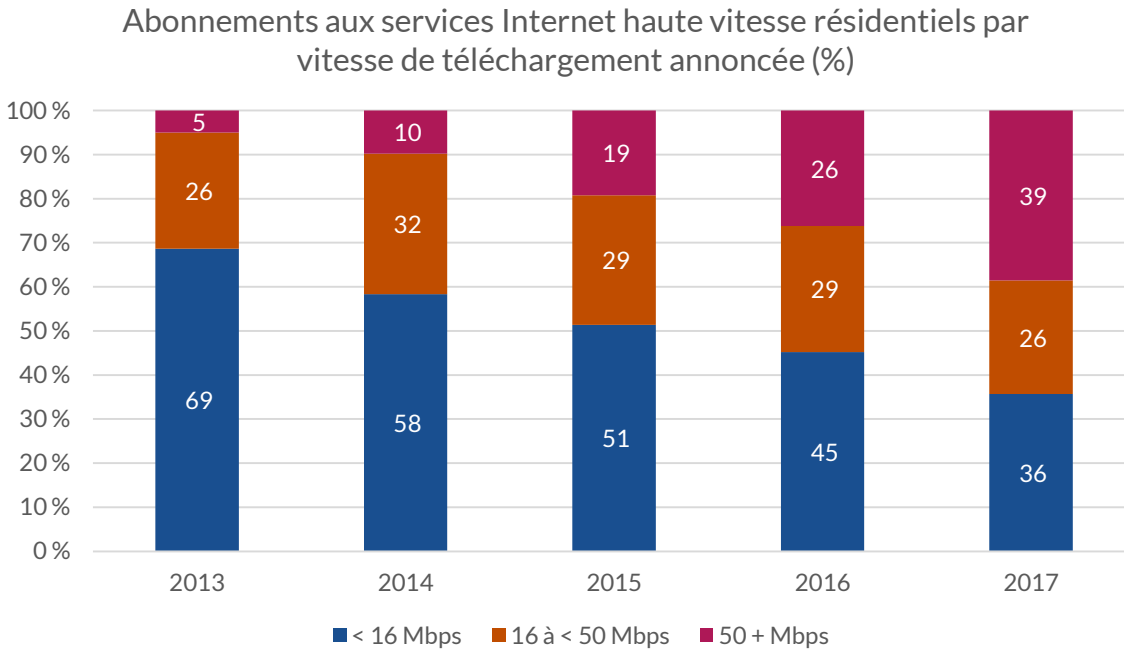
Source : Collecte de données du CRTC

Les forfaits comportant une capacité de téléversement illimitée ont été catégorisés en fonction de leur limite de téléchargement.

En 2017, 36 % des abonnements à des services Internet haute vitesse résidentiels étaient pour un service répondant aux objectifs de vitesse du Conseil, soit 50 Mbps de téléchargement et 10 Mbps de téléversement, par rapport à 23 % en 2016. Les abonnements à des services respectant ces vitesses (50/10) et offrant un transfert mensuel illimité de données ont plus que doublé, passant de 14 % en 2016 à 28 % de tous les abonnements à des services haute vitesse.

La majorité des Canadiens ne se sont pas abonnés à un service Internet répondant aux objectifs de vitesse du Conseil de 50 Mbps de téléchargement et de 10 Mbps de téléversement (50/10), mais ils s'abonnaient de plus en plus à des services Internet rapides. Les services dont les vitesses étaient plus lentes que 16 Mbps représentaient 69 % des abonnements à des services Internet haute vitesse résidentiels en 2013, par rapport à 36 % en 2017, alors que les abonnements à des services offrant des vitesses de 50 Mbps ou plus représentaient seulement 5 % de ces abonnements en 2013, par rapport à 39 % en 2017.

Graphique 5.4 Abonnements aux services Internet haute vitesse résidentiels par vitesse de téléchargement annoncée (%)



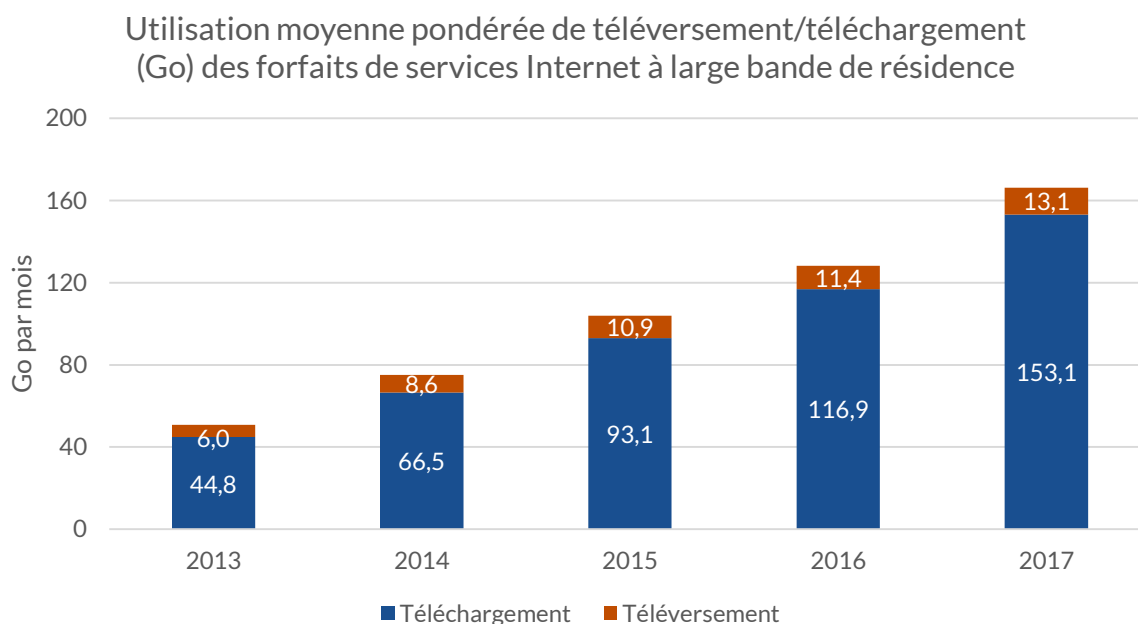
Source : Collecte de données du CRTC

Ce tableau indique qu'au fil du temps, des services de plus grande vitesse sont venus à représenter une grande part des abonnements. 85,9 % des ménages canadiens étaient abonnés à un quelconque service Internet haute vitesse en 2017. La haute vitesse se définit par une vitesse de 256 kbps ou plus.

En 2017, les services gigabit, définis par des vitesses de 940 Mbps ou plus, représentaient 1,2 % des abonnements et généraient un revenu moyen de 83,65 \$ par mois, ce qui est beaucoup plus faible que le plus bas prix rapporté pour la plupart des forfaits pour ce type de service. Cet écart pourrait s'expliquer par les promotions et les groupements. Tous les services gigabit rapportés offraient une allocation illimitée de données.

Bien que les Canadiens s'abonnent à des services de plus grande vitesse, ils consomment également plus de données. La quantité moyenne de données téléchargées par les abonnés à des services Internet résidentiels a augmenté de 31 % de 2016 à 2017 pour s'établir à 153 Go par mois, et en moyenne de 36 % annuellement de 2013 à 2017. La quantité moyenne de téléversement a aussi augmenté de 15 % en 2017 pour s'établir à 13 Go par mois. Ces augmentations de 2013 à 2017 ont eu pour résultat que la quantité moyenne de données téléchargées par abonné a doublé, tandis que le nombre moyen de données téléchargées a triplé.

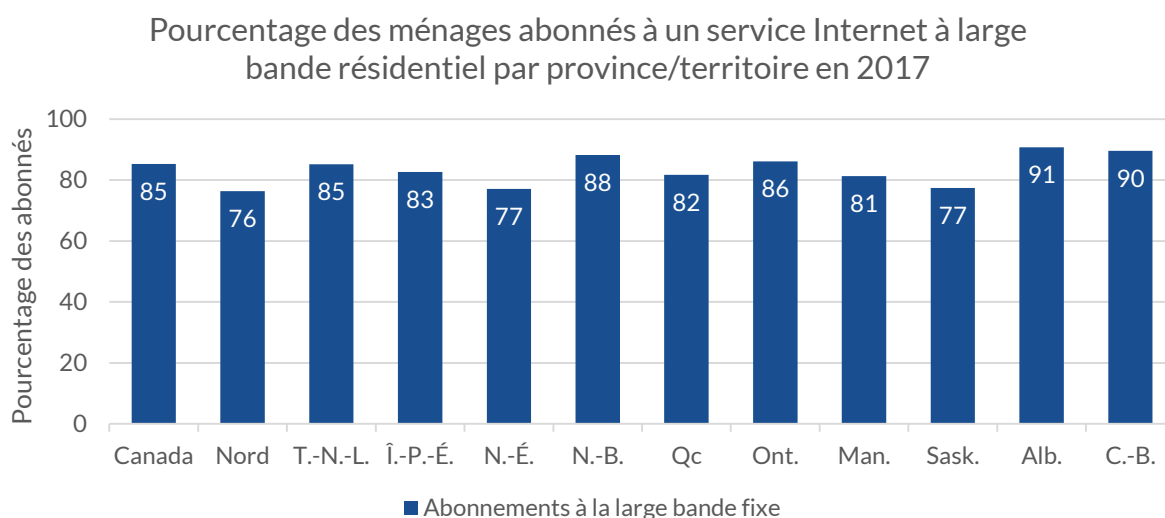
Graphique 5.5 Utilisation moyenne pondérée de téléversement/téléchargement (Go) des forfaits de services Internet à large bande de résidence



Source : Collecte de données du CRTC

Bien que 85 % des ménages soient abonnés à un service Internet à large bande⁴⁰, des différences régionales existent. La Colombie-Britannique et l'Alberta étaient en tête avec près de 90 % de leurs ménages abonnés à des services Internet à large bande, alors que la Saskatchewan, la Nouvelle-Écosse et le Nord⁴¹ étaient en queue à 77 %.

Graphique 5.6 Pourcentage des ménages abonnés à un service Internet à large bande résidentiel par province/territoire en 2017



Source : Collecte de données du CRTC

⁴⁰ La « large bande » signifie tout service Internet offrant une vitesse de téléchargement annoncée d'au moins 1,5 Mbps.

⁴¹ « Le Nord » fait référence aux Territoires du Nord-Ouest, au Nunavut et au Yukon.

Revenus

Infographie 5.4

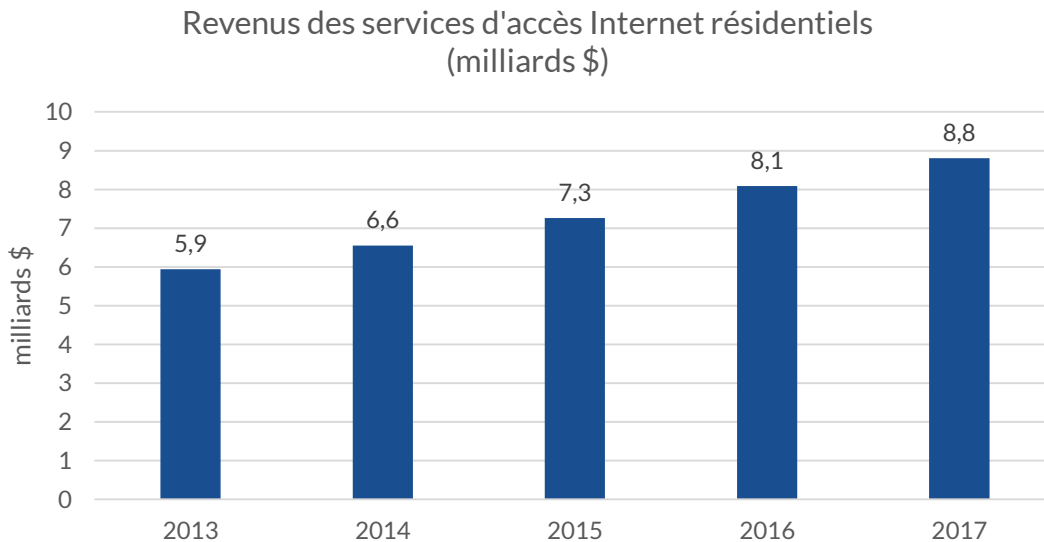
- ➔ Croissance des revenus de **8,8 %**; de **10,3 % en moyenne par année** depuis 2013.
- ➔ Les **5 entreprises en tête** ont généré **74 % des revenus** dans le marché des services Internet résidentiels.

Source : Collecte de données du CRTC

La part des revenus pour les services Internet des 5 plus grandes entreprises (Bell, Rogers, Shaw, TELUS et Vidéotron) a légèrement diminué de 74,8 % en 2016 à 74,3 % en 2017.

Entretemps, les FSI indépendants ont lentement accru leur part des revenus de 8 % en 2013 à 12 % en 2017. Ces données reflètent leur part limitée du marché des services Internet résidentiels.

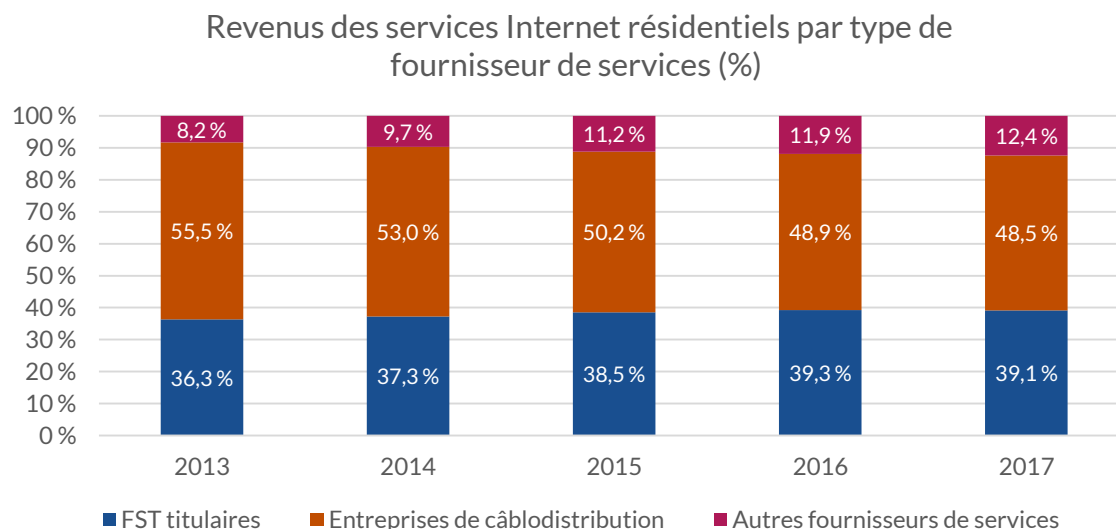
Graphique 5.7 Revenus des services d'accès Internet résidentiels (en milliards de dollars)



Source : Collecte de données du CRTC

De 2013 à 2017, les FSI indépendants et les FST titulaires ont accru leur part des revenus pour les services Internet résidentiels aux dépens des revenus des entreprises de câblodistribution. Les FSI indépendants étaient le seul type de fournisseur à augmenter sa part des revenus de 2016 à 2017. Les entreprises de câblodistribution ont conservé leur part la plus élevée des revenus pour les services Internet résidentiels.

Graphique 5.8 Revenus des services Internet résidentiels par type de fournisseur de services (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Infographie 5.5

- ➔ Le **revenu moyen par utilisateur** (RMPU) a atteint **58,49 \$ par mois** en 2017, une **augmentation de 5,5 %** par rapport à 2016.
- ➔ Le **RMPU des revendeurs** était de **48,62 \$ par mois** en 2017, par rapport à une moyenne de l'industrie de 58 \$.
- ➔ Les **fournisseurs de services dotés d'installations** qui ne sont pas des FST titulaires ou des entreprises de câblodistribution affichaient un **RMPU de 70,01 \$ par mois**.

Source : Collecte de données du CRTC

Les fournisseurs de services dotés d'installations qui ne sont pas des FST titulaires ou des entreprises de câblodistribution comprennent principalement les fournisseurs de services sans fil fixes et satellites.

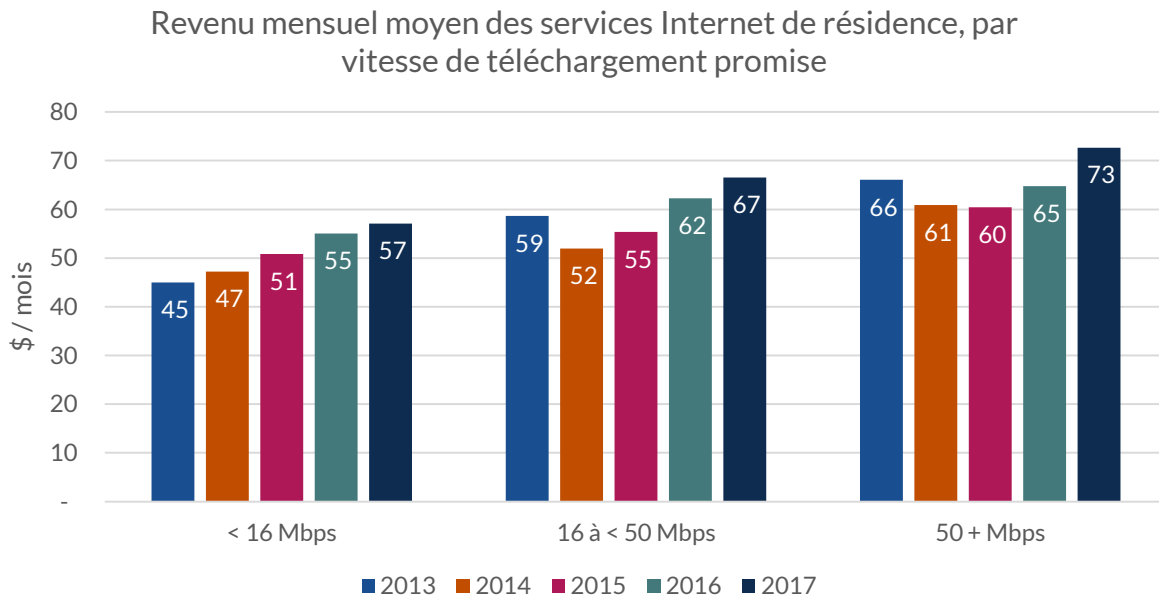
Les revendeurs ont constamment rapporté le plus faible RMPU, alors que le RMPU le plus élevé a été attribué à la catégorie des autres FST dotés d'installations, qui comprennent principalement les fournisseurs de services sans fil fixes et satellites.

Le RMPU à l'échelle de l'industrie a augmenté de 5,5 % de 2016 à 2017, le taux de croissance moyen étant de 7,1 % de 2013 à 2017.

Le RMPU peut varier de celui du Graphique 5.9 ci-dessous, qui comprend seulement les données des grands fournisseurs, qui détiennent 89 % de tous les abonnements à des services Internet haute vitesse résidentiels. Le RMPU est calculé en fonction des revenus de l'année complète et des données sur les abonnements en fin d'exercice et non en fonction de données d'un mois donné. Ce tableau contient également les données provenant des services commutés.

Les revenus par abonné ont augmenté rapidement pour les forfaits Internet haute vitesse de plus en plus populaires. Par exemple, les revenus mensuels moyens rapportés pour les forfaits Internet offrant des vitesses de téléchargement de 50 Mbps ou plus ont augmenté de 12 % par rapport à 2016. Cette augmentation a une incidence particulière sur le marché, car ces forfaits représentent 39 % du marché, tel que démontré dans le Graphique 5.8. Entretemps, les forfaits offrant des vitesses de téléchargement de moins de 16 Mbps (36 % des parts de marché) ont admis une augmentation des revenus mensuels moyens de 3,6 %. Les revenus moyens générés par abonné en ce qui concerne les services offrant des vitesses de 16 à 50 Mbps ont augmenté de 6,8 % de 2016 à 2017. Ces services représentaient 26 % du marché des services Internet en 2017.

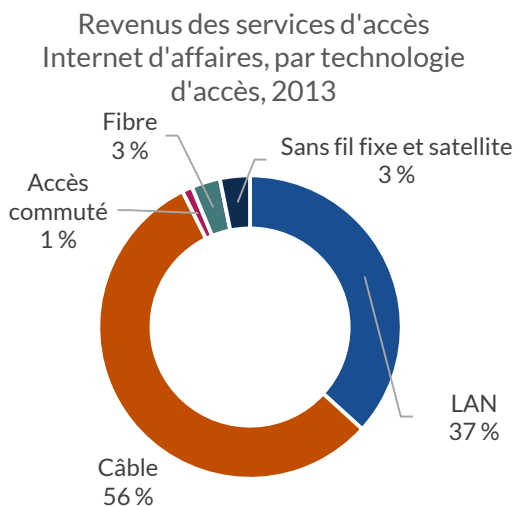
Graphique 5.9 Revenu mensuel moyen des services Internet résidentiels par vitesse de téléchargement annoncée (en dollars)



Source : Collecte de données du CRTC

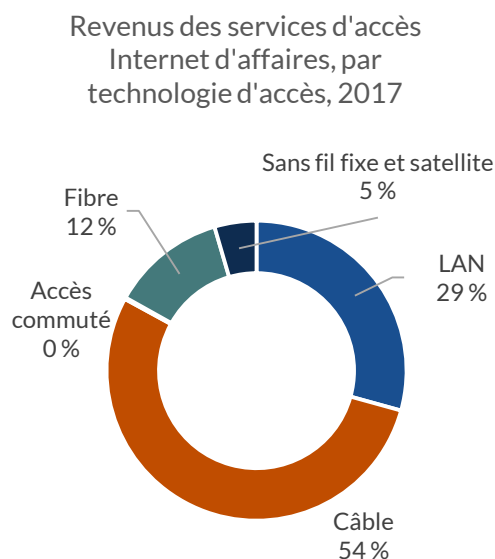
Dans le cadre de leurs efforts pour faire concurrence aux entreprises de câblodistribution, les FST titulaires ont continué de bâtir leurs réseaux FTTH et de promouvoir les services d'accès Internet par fibre. Le résultat a été une importante croissance de leur part des abonnements à des services d'accès Internet par fibre, qui est passée de 3 % en 2013 à 12 % en 2017.

Graphique 5.10 Abonnements à des services d'accès Internet résidentiels par technologie d'accès, 2013 (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 5.11 Abonnements à des services d'accès Internet résidentiels par technologie d'accès, 2017 (%)



Source : Collecte de données du CRTC

ii. Marché d'affaires

Infographie 5.6

- Les **revenus des services d'accès et de transport** ont **augmenté de 4,1 % pour s'établir à 1,5 milliard de dollars** en 2017.
- Le **nombre d'abonnements à des services d'accès** a **augmenté de 4,2 % pour s'établir à 1,2 million** en 2017.
- Les **FST titulaires** détenaient **la plus grande part des revenus** des services d'accès (**42 %**), suivis des entreprises de câblodistribution (34 %) et des autres fournisseurs de services (24 %).
- Les **revenus d'accès par fibre** représentaient **27 % des revenus d'accès**, l'accès par ligne d'abonné numérique (LAN), 37 %, et l'accès par câble, 27 %.
- Les **FSI indépendants** généraient **24 % des revenus des services d'accès** dans le marché d'affaires.

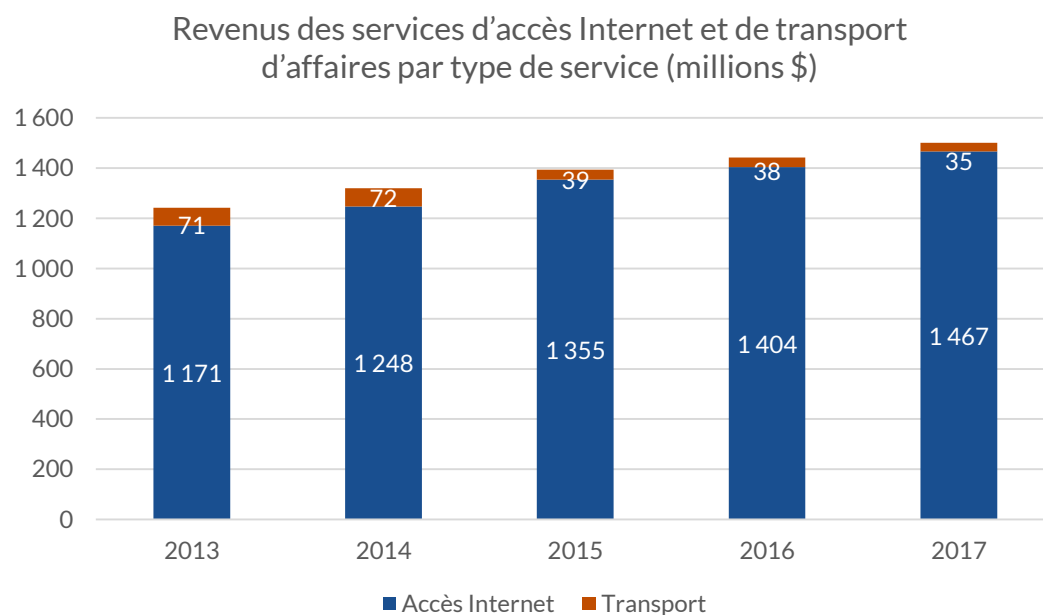
Source : Collecte de données du CRTC

Revenus

Les FSI indépendants, qui ne sont pas affiliés aux FST titulaires canadiens ou aux entreprises de câblodistribution, généraient 24 % des revenus des services d'accès tout en affichant 13 % des abonnés en 2017. Ces données s'expliquent possiblement d'une grande proportion des revenus des FSI indépendants provenant de fournisseurs de services de TI d'affaires qui offrent des branchements de grande capacité aux grandes entreprises.

Les entreprises canadiennes ont payé près de 2,3 millions de dollars en frais d'utilisation excédentaire Internet, alors que seul près de 1 % des abonnements ont dépassé leur limite mensuelle dans un mois moyen.

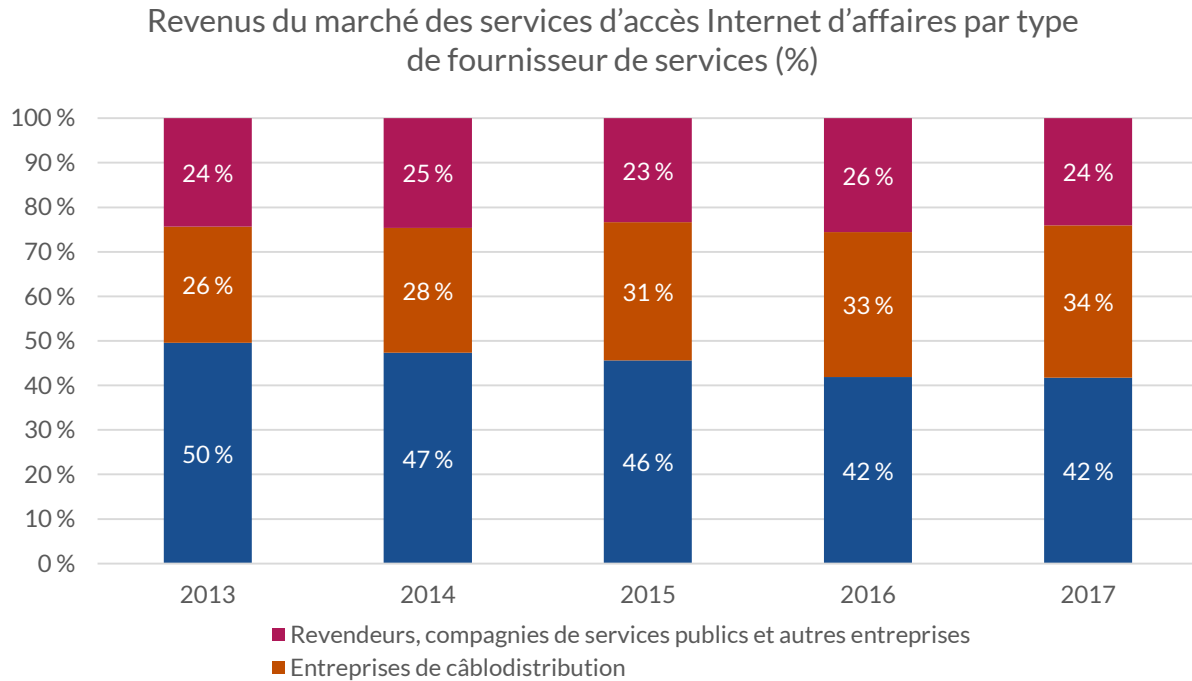
Graphique 5.12 Revenus des services d'accès Internet et de transport d'affaires par type de service (millions \$)



Source : Collecte de données du CRTC

En raison d'un changement dans l'établissement des rapports d'entreprises, les revenus des services de transport à partir de 2015 ne sont pas comparables à ceux des années précédentes.

Graphique 5.13 Revenus du marché des services d'accès Internet d'affaires par type de fournisseur de services (%)



Source : Collecte de données du CRTC

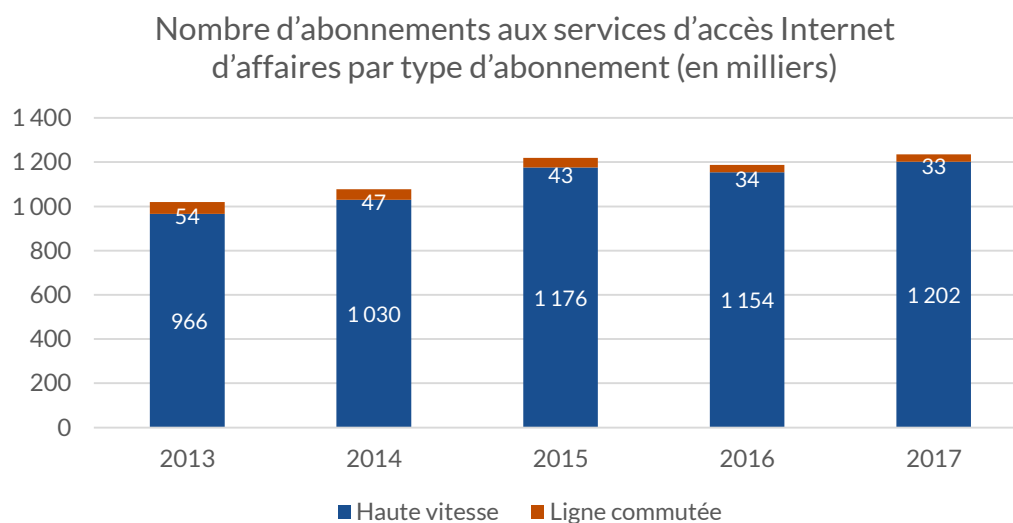
Une partie de la croissance des revenus des entreprises de câblodistribution est attribuable à un reclassement des revenus à compter de 2015. En raison d'un changement dans la manière de rapporter les données des entreprises, les données de 2016 des revendeurs, compagnies de services publics⁴² et autres entreprises, y compris les FST titulaires, ne sont pas nécessairement comparables aux années précédentes.

⁴² Les compagnies de services publics sont des FST dont l'entrée sur le marché des services de télécommunication, ou celle de leur groupe de sociétés, est ultérieure aux exploitations d'une entreprise membre du groupe dans le secteur de l'électricité, du gaz ou d'autres services publics.

Abonnements

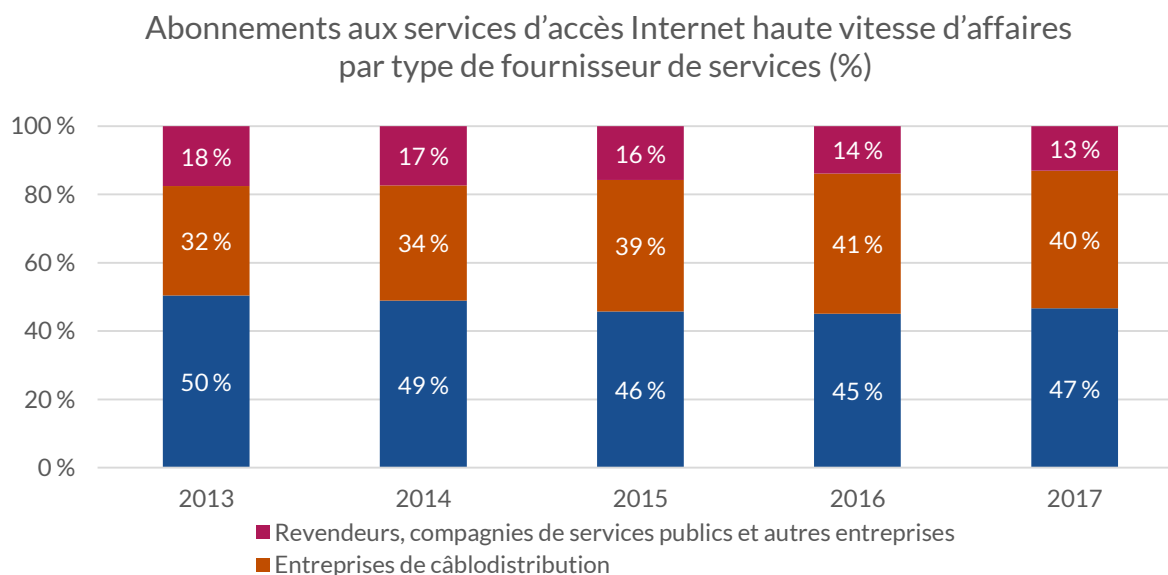
De 2013 à 2017, la croissance du nombre d'abonnements à des services d'accès d'affaires a été forte et a surpassé les taux de croissance des abonnements aux services résidentiels (parfois selon de grands écarts), sauf en 2016, lorsque des changements dans l'établissement des rapports des entreprises ont entraîné un changement dans les résultats.

Graphique 5.14 Nombre d'abonnements aux services d'accès Internet d'affaires par type d'abonnement (en milliers)



Source : Collecte de données du CRTC

Graphique 5.15 Abonnements aux services d'accès Internet haute vitesse d'affaires par type de fournisseur de services (%)



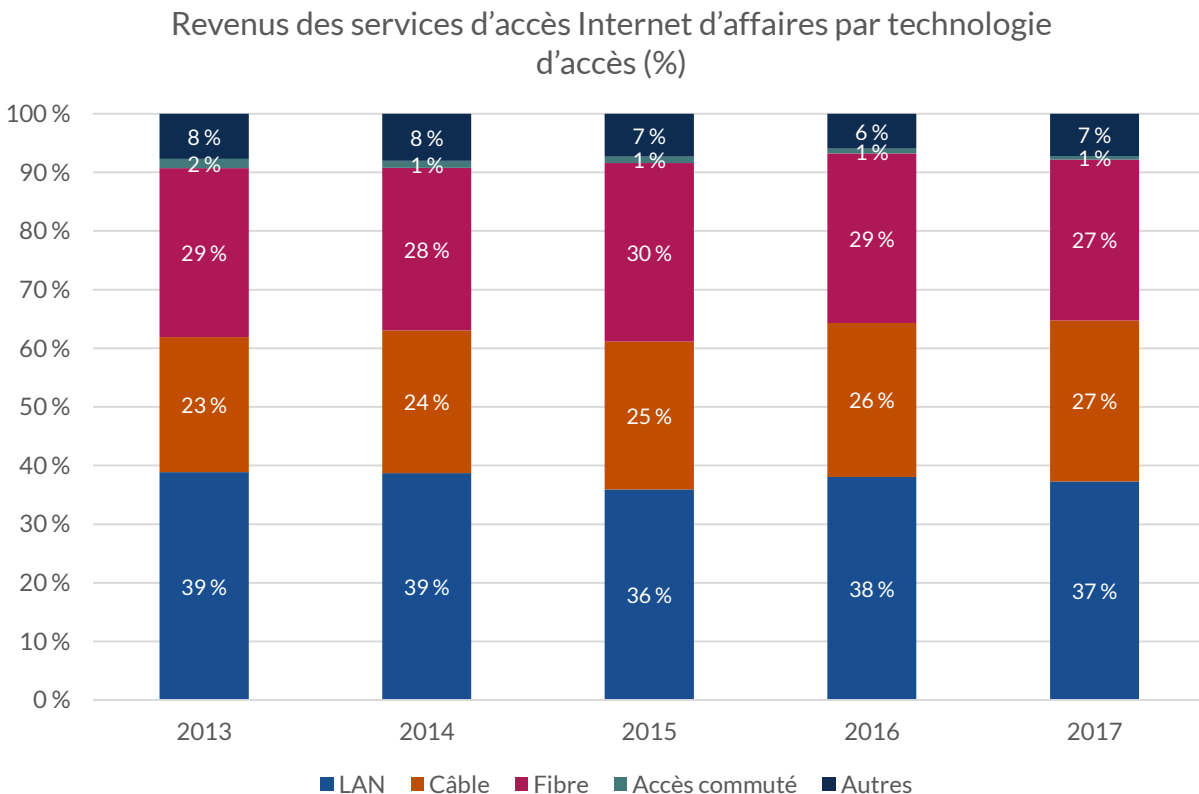
Source : Collecte de données du CRTC

En raison d'un changement dans la manière de rapporter les données des entreprises de câblodistribution en 2015 et des revendeurs, des compagnies de services publics et d'autres entreprises en 2016, celles-ci ne sont pas nécessairement comparables aux années précédentes.

Technologie

Les services d'accès Internet par modem câble ont affiché une croissance constante de leur part du marché de 2013 à 2017. Cette croissance a fait de l'offre de services aux entreprises au moyen des réseaux de câbles DOCSIS [norme d'interface de service de données sur câble] une partie de plus en plus importante des opérations des entreprises de câblodistribution. D'autres technologies, comme l'accès sans fil fixe ou satellite, ne détenaient qu'une mince part du marché d'affaires.

Graphique 5.16 Revenus des services d'accès Internet d'affaires par technologie d'accès (%)



Source : Collecte de données du CRTC

Les revenus des services d'accès Internet d'affaires découlent des services fournis au moyen de diverses technologies d'accès. Le segment « autre » fait référence aux autres technologies, comme les technologies d'accès sans fil fixe ou satellite. « Fibre » fait référence à la fibre jusqu'aux locaux des abonnés (FTTP).

iii. Disponibilité des services à large bande

Infographie 5.7

- Un **service 50/10** au **transfert de données illimité** était disponible pour **84 % des ménages canadiens** (aucun changement par rapport à 2016).
- Les **services FTTH** étaient disponibles pour **35 % des ménages**, une augmentation par rapport aux 28 % en 2016.
- La **technologie d'évolution à long terme avancée (LTE-A)** a **crû**, passant d'une disponibilité de **83 %** de la population en 2016 à **92 %** en 2017.
- Un total de **26 % des ménages ruraux** dépendaient seulement de la **technologie sans fil fixe pour leur accès à la large bande** et **ne disposaient pas d'accès à un service à large bande filaire** (câble, LAN ou fibre). Il s'agit d'une **amélioration par rapport au résultat de 31 %** de 2016. Les satellites offrent une couverture nationale, mais, en raison de limites de capacité, n'ont pu desservir que jusqu'à 2 % des ménages.
- Parmi les **ménages ruraux**, **66 %** pouvaient obtenir un service offrant une **vitesse de téléchargement de 25 Mbps ou plus, une hausse par rapport aux 60 %** en 2013.

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

Le déploiement de la large bande s'est amélioré de certaines façons depuis 2016, mais la disponibilité dans les régions peu peuplées ne s'est pas aussi bien améliorée que dans les régions plus denses, à l'exception de la couverture LTE-A. D'ailleurs, entre autres facteurs, de nouveaux renseignements plus précis que les anciens au sujet de la portée du déploiement ont fait en sorte de réduire la couverture dans certaines régions.

La disponibilité des services à large bande est calculée en fonction des renseignements fournis par les FSI. De 2013 à 2015, un emplacement était considéré comme desservi si le point représentatif de son îlot de diffusion se situait dans une zone de desserte de service à large bande. Depuis 2016, les pseudoménages⁴³ d'ISDE sont utilisés, de même que la démographie selon le recensement de 2016. Les données sur la

⁴³ Les pseudoménages sont des points représentant la population dans une région. Ces points sont placés le long des routes dans chaque région, et la population de la région, déterminée par Statistique Canada, est distribuée entre ces points. Les données supplémentaires sur les adresses et la position des logements sont utilisées pour orienter cette répartition. L'utilisation de pseudoménages vise à améliorer l'exactitude des indicateurs de disponibilité plutôt que de présumer que la population d'une région se situe au centre de cette dernière.

disponibilité des services à large bande pourraient ne pas tenir compte des questions liées à la capacité ou à la visibilité directe⁴⁴.

Sauf indication contraire, les données sur la disponibilité des services à large bande excluent la technologie sans fil mobile. Les « services d'accès satellite » dans la présente section font référence aux satellites de radiodiffusion directe à domicile et non à la technologie utilisée pour brancher les collectivités à Internet (p. ex., le transport par lien satellite).

Tableau 5.1 Principaux indicateurs de la disponibilité des télécommunications (en pourcentage des ménages)

Type de service	Sous-type	2015	2016	2017
Large bande mobile	3G/équivalent 3G	99	99	99
	HSPA+	99	99	99
	LTE	97	98	99
	LTE-A		83	92
Large bande filaire	LAN	82	77	72
	Modem câble	82	84	84
	FTTH	22	28	35
Filaire et sans fil fixe	Total	98	98	99
Objectif de service universel	Téléchargement de 50 Mbps	-	84	84
	Téléversement de 10 Mbps			
	Option de transfert de données illimité			
Services des EDR	IPTV	70	75	77
	Satellite numérique	Échelle nationale	Échelle nationale	Échelle nationale

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

Remarques : Le déclin de l'accessibilité de la LAN [ligne d'abonné numérique] en 2016 et en 2017 était attribuable au déploiement de la fibre optique, mais l'amélioration de l'établissement de rapports des entreprises a également joué un rôle à cet égard. L'accroissement de la disponibilité de l'accès par modem câble en 2016 est principalement attribuable au changement à la méthodologie liée aux pseudoménages. La grande majorité des régions où un service 50/10 était disponible disposaient également d'options de transfert de données mensuel illimité.

La couverture mobile est présentée en termes de pourcentage de la population.

La disponibilité des services d'accès Internet par fibre a continué d'augmenter, passant de 28 % en 2016 à 35 % en 2017. Les FST titulaires ont utilisé leur infrastructure de fibre optique pour rendre le service gigabit disponible à plus de 3,9 millions de ménages, alors que les entreprises de câblodistribution ont principalement eu recours à la technologie DOCSIS 3.1 pour rendre ce service disponible à plus de 6,6 millions de ménages. Cependant, de manière générale, les services gigabit par fibre présentent des vitesses de téléversement beaucoup plus rapides que leurs homologues DOCSIS.

Les FST titulaires et d'autres fournisseurs de services de télévision non traditionnels ont continué d'accroître la disponibilité des services de télévision sur protocole Internet (IPTV), s'établissant comme concurrence aux systèmes traditionnels de diffusion par câble tout en mettant à profit leur infrastructure de

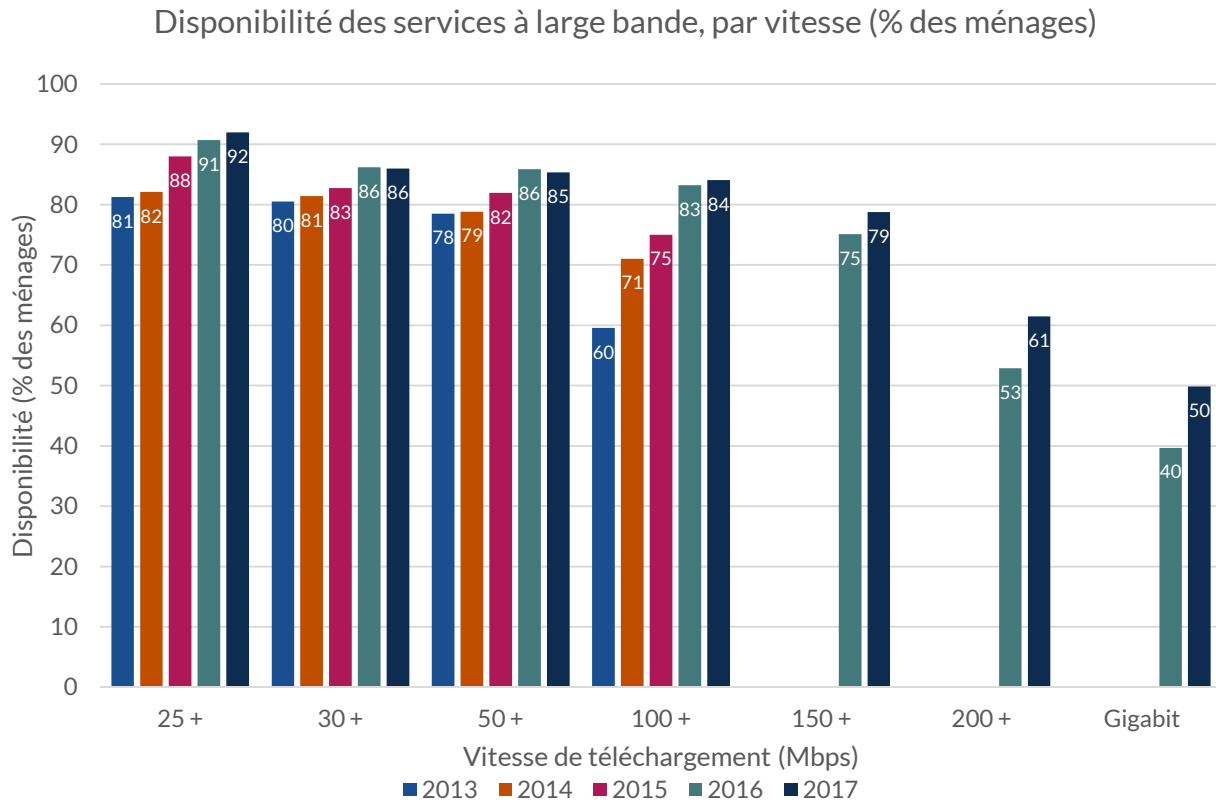
⁴⁴ Les renseignements figurant dans cette section ne tiennent pas compte des vitesses de téléversement.

large bande pour fournir des services autres qu'Internet et le service de téléphonie traditionnelle. Ces déploiements de FTTH ont principalement eu lieu dans les grandes régions urbaines.

Des services à des vitesses atteignant ou dépassant l'objectif de téléchargement et de téléversement de 50/10 du Conseil et offrant une option de transfert mensuel illimité de données étaient disponibles pour 84 % des ménages canadiens. Cependant, la disponibilité variait considérablement selon l'état urbain ou rural de la région : seulement 37 % des ménages ruraux avaient accès à ce type de service, contre 97 % des ménages urbains. Les abonnements à un service 50/10 offrant un transfert mensuel illimité de données ont plus que doublé dans les ménages canadiens, passant de 11 % en 2016 à 24 %.

L'empreinte totale de toutes les régions ayant un accès à des services à large bande de 30 Mbps et plus et de 50 Mbps et plus n'a pas augmenté en 2017, mais a plutôt légèrement diminué en raison de l'accroissement de la précision des renseignements déposés devant le Conseil (p. ex., l'utilisation de la couverture précise plutôt que de la modélisation).

Graphique 5.17 Disponibilité des services à large bande par vitesse (en pourcentage des ménages)



Source : Données recueillies par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et le CRTC

La disponibilité de services à large bande de haute vitesse est en croissance au Canada. Ce diagramme exclut les services à large bande fournis au moyen de technologies satellites et mobiles.

La croissance dans les tranches de vitesses de 50 Mbps et plus en 2015 était partiellement attribuable à la considération des effets des liaisons de lignes (utilisation de plus d'une ligne pour fournir un service) sur les LAN.

La croissance de la disponibilité des services à large bande par tranche de vitesses en 2016 était en partie attribuable à la plus grande précision de la méthodologie liée aux pseudoménages. Cette croissance de la disponibilité en raison de l'adoption de cette méthodologie va comme suit (en points de pourcentage) : 0,7 pour 1,5 à 4,9 Mbps, 1,0 pour 5 à 9,9 Mbps, 1,4 pour 10 à 15 Mbps, 1,7 pour 16 à 24,9 Mbps, 1,8 pour 25 à 29,9 Mbps, 2,7 pour 30 à 49,9 Mbps, 2,9 pour 50 à 99,9 Mbps, et 3,6 pour 100+ Mbps.

Un service gigabit est tout service dont la vitesse de téléchargement des données est de 940 Mbps ou plus.

La disponibilité est restée variable par province relativement aux services haute vitesse à large bande. La Saskatchewan et le Nord affichaient une couverture inférieure des services de 50 Mbps. La Colombie-Britannique, le Québec et l'Ontario étaient en tête relativement à la disponibilité des services de 50 Mbps.

La grande majorité des régions dans les provinces et les territoires qui présentaient un service à large bande présentaient un service de 5 Mbps ou plus, à l'exception du Nunavut, qui affichait une couverture virtuellement pleine à la vitesse de 1,5 Mbps, mais une couverture beaucoup moins grande à la vitesse de 5 Mbps ou plus. En fait, seulement 29,9 % des ménages avaient accès à des vitesses d'au moins 5 Mbps et aucun n'avait accès à des vitesses de 10 Mbps ou plus.

Tableau 5.2 Disponibilité des services à large bande par vitesse et par province/territoire en 2017 (en pourcentage des ménages)

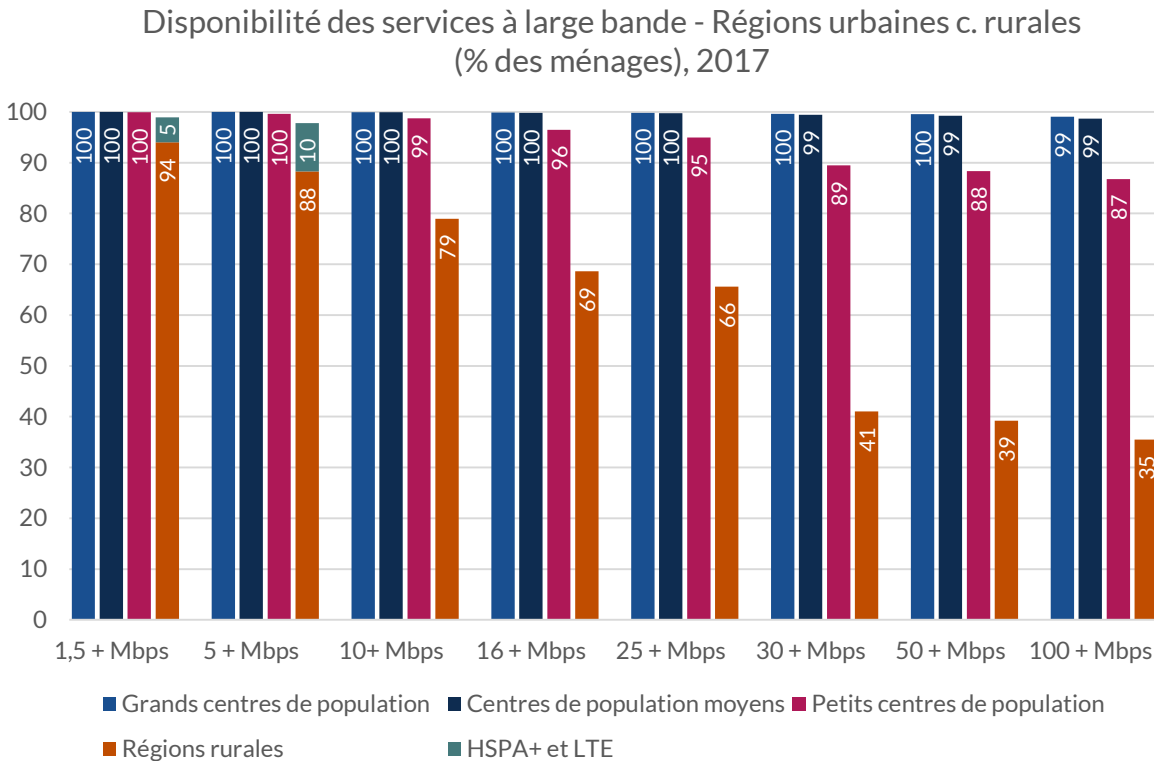
Province/territoire	5+ Mbps	10+ Mbps	16+ Mbps	25+ Mbps	50+ Mbps	50/10 Mbps et transfert illimité de données
Colombie-Britannique	97,6	96,7	94,5	94,3	92,8	91,0
Alberta	99,2	98,1	95,9	94,4	82,8	80,3
Saskatchewan	94,6	87,1	77,1	75,3	53,5	45,4
Manitoba	98,0	96,1	94,9	94,6	70,9	69,8
Ontario	98,3	96,4	94,5	93,5	87,4	86,9
Québec	98,1	96,2	93,3	92,5	88,9	88,5
Nouveau-Brunswick	94,3	91,9	91,9	91,9	81,2	81,2
Nouvelle-Écosse	87,4	83,4	79,1	79,1	78,7	77,8
Île-du-Prince-Édouard	93,4	87,7	87,7	87,7	59,8	59,8
Terre-Neuve-et-Labrador	89,0	80,8	80,7	78,1	70,9	70,9
Yukon	90,5	84,2	60,8	60,8	60,8	0
Territoires du Nord-Ouest	97,7	93,6	53,7	53,7	53,7	0
Nunavut	29,9	0	0	0	0	0
Canada	97,5	95,4	92,8	92,0	85,4	84,1

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

Le Nouveau-Brunswick et la Saskatchewan ont des ententes pour fournir des services à large bande d'une vitesse de 1,5 Mbps par satellite selon des modalités semblables à celles des services filaires. À l'Île-du-Prince-Édouard, la technologie HSPA+ [accès haute vitesse évolué par paquets] est offerte aux ménages qui n'ont pas accès à d'autres services à large bande selon des modalités équivalentes à celles des services filaires. Puisque le service par satellite a une couverture nationale, il est exclu du tableau.

Les populations rurales et les petits centres de population ont continué de fermer la marche en matière de disponibilité des services à large bande avancés : seulement 39 % des ménages ruraux avaient accès à des services de 50 Mbps ou plus; 88 %, dans le cas des petits centres. Cela contraste la disponibilité quasi-totale de ces services dans les centres de moyenne et de grande tailles.

Graphique 5.18 Disponibilité d'un service à large bande dans les centres urbains par rapport aux régions rurales en 2017 (en pourcentage des ménages)



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

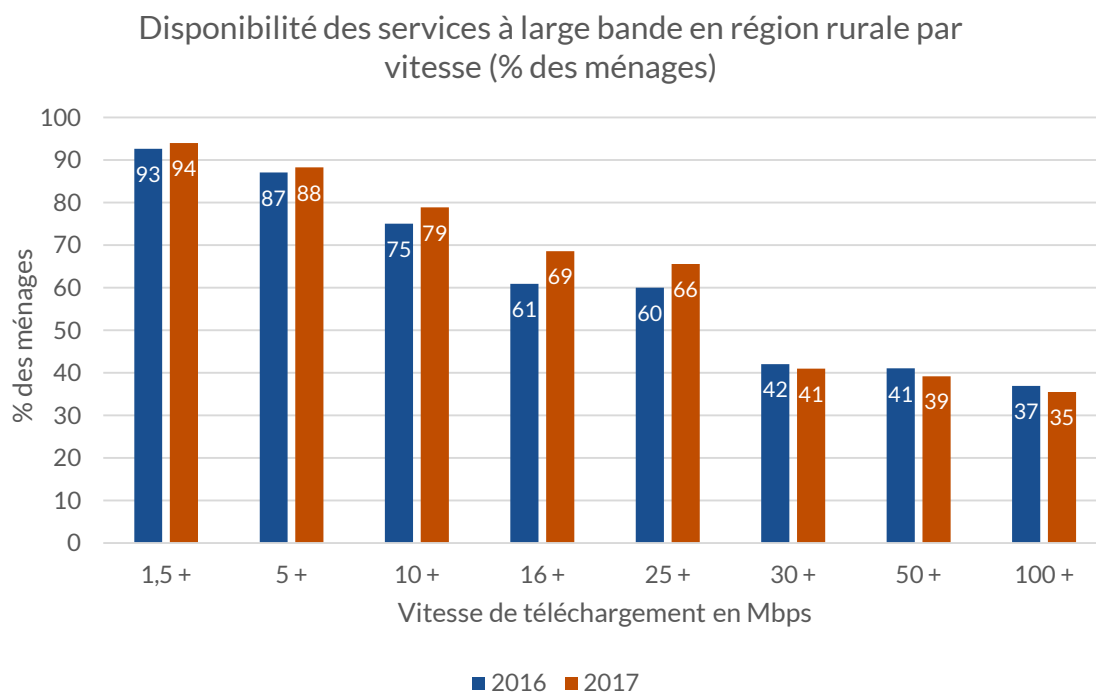
Il est déterminé que les petits centres de population sont ceux qui ont une population entre 1 000 et 29 999 habitants. Il est déterminé que les moyens centres de population sont ceux qui ont une population entre 30 000 et 99 999 habitants. Il est déterminé que les grands centres de population sont ceux qui ont une population de plus de 100 000 habitants. Les régions rurales ont une population de moins de 1 000 habitants, ou moins de 400 habitants par kilomètre carré.

Les barres associées aux technologies HSPA+ et LTE démontrent l'effet supplémentaire que l'inclusion de ces technologies aurait sur les catégories suivantes : les technologies HSPA+ et LTE sur la disponibilité d'un service de 1,5+ Mbps, et la technologie LTE sur la disponibilité d'un service de 5+ Mbps.

Les services par satellite sont exclus, puisqu'ils ont une couverture nationale.

Les progrès dans le déploiement de la large bande rurale se situaient principalement dans les tranches de 16+ Mbps et de 25+ Mbps, passant d'une couverture de 61 à 69 % pour la tranche de 16 Mbps ou plus et de 60 à 66 % pour la tranche de 25 Mbps ou plus. Ces progrès sont principalement attribuables aux déploiements continus de la technologie sans fil fixe LTE. Le déploiement relatif aux tranches de vitesses inférieures n'a pas progressé considérablement, puisque celui-ci s'est concentré majoritairement dans les régions où des services de faible vitesse étaient déjà établis. En raison de la présentation de données précises en remplacement des modèles de couverture précédemment utilisés, la disponibilité de certaines vitesses de service a légèrement diminué en 2017.

Graphique 5.19 Disponibilité des services à large bande en région rurale par vitesse (% des ménages)



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

iv. Applications de large bande

Infographie 5.8

	Utilisation des données et frais d'utilisation excédentaire moyens pour service filaire (par heure)	Utilisation des données et frais d'utilisation excédentaire moyens pour LTE (par heure)	frais d'utilisation excédentaire moyens sur service filaire (par heure)	frais d'utilisation excédentaire moyens sur LTE (par heure)
Netflix	2,74 Go	0,33 Go	6,50 \$	18,05
YouTube	2,95 Go	0,77 Go	7,02 \$	42,37
CBC Radio 1	0,05 Go	0,04 Go	0,12 \$	2,30 \$
Spotify	0,19 Go	0,09 Go	0,44 \$	5,06 \$

Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Remarque : Les frais d'utilisation excédentaire des services filaires sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services filaires en juin 2018.

Les frais d'utilisation excédentaire des services sans fil sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services sans fil en juin 2018.

Utilisation de données

Services de diffusion en continu

Les services de diffusion en continu sur Internet consomment des données selon des débits binaires différents. Ceux-ci sont mesurés en mégaoctets par seconde (Mbps) ou en gigaoctets par heure (Go/h). De manière générale, les services de diffusion vidéo en continu consomment des données à un débit binaire supérieur à celui des services de diffusion audio en continu, car la diffusion vidéo comporte plus d'information.

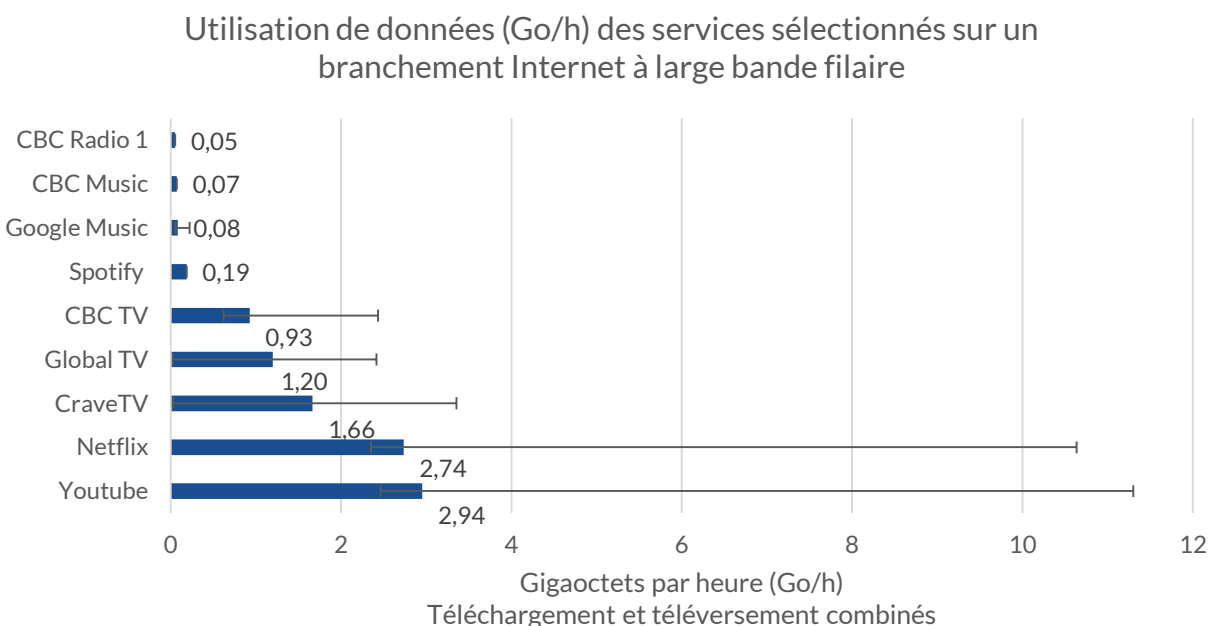
Normalement, un débit binaire élevé peut aussi permettre la diffusion audio ou vidéo de grande qualité. Cependant, selon l'appareil de l'utilisateur final, une diffusion de grande qualité pourrait être indiscernable d'une diffusion de faible qualité. Par exemple, sur un téléphone intelligent, vous pourriez ne pas être en mesure de distinguer une diffusion vidéo ultra-haute définition d'une diffusion de plus faible résolution en raison de la taille relativement petite de l'écran.

Le Graphique 5.20 et le Graphique 5.21 illustrent la moyenne et l'écart de données que peuvent consommer certains services de diffusion en continu par heure selon la nature du branchement Internet, soit filaire (large bande) ou sans fil (LTE) respectivement.

Les taux selon lesquels les services de diffusion en continu consomment des données peuvent varier significativement.

Certains services permettent à l'utilisateur de contrôler manuellement la qualité ou la quantité de données utilisée, alors que d'autres effectuent ces réglages automatiques. Voir la méthodologie et les observations ci-dessous pour plus de détails.

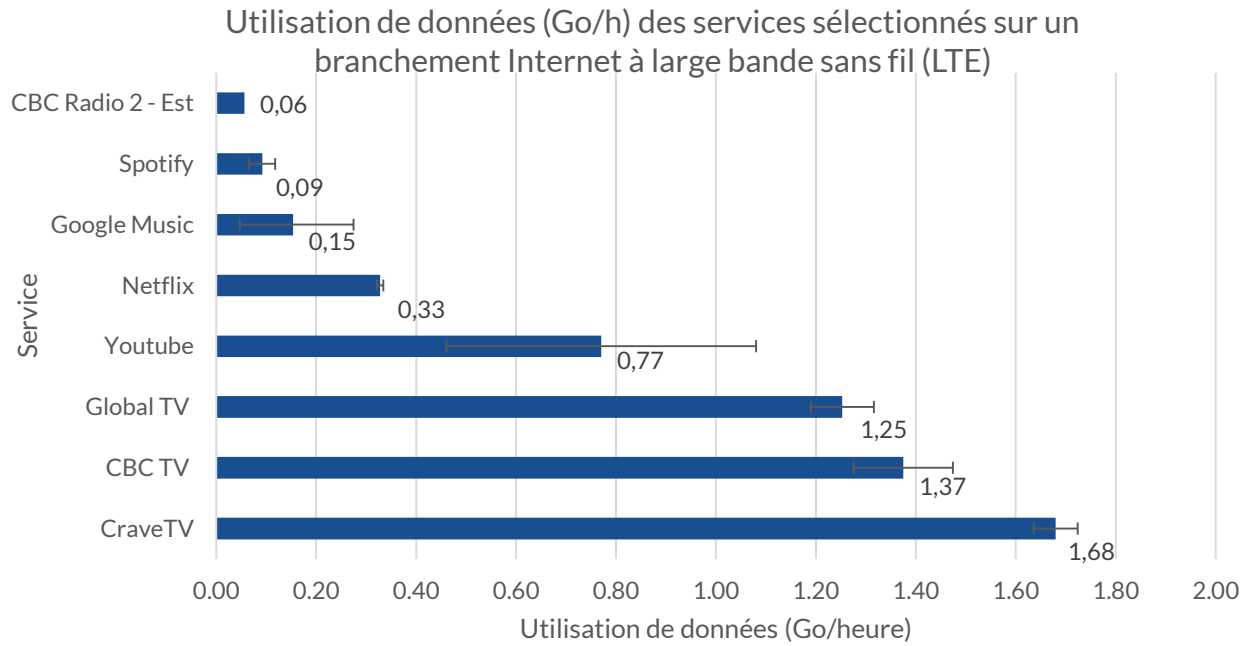
Graphique 5.20 Utilisation de données (Go/h) des services sélectionnés sur un branchement Internet à large bande filaire



Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Remarque : Les frais d'utilisation excédentaire sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services filaires en juin 2018.

Graphique 5.21 Utilisation de données (Go/h) des services sélectionnés sur un branchement Internet à large bande sans fil (LTE)



Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Remarque : Les frais d'utilisation excédentaire sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services sans fil en juin 2018.

Services limités et frais d'utilisation excédentaire de données

Si un client souscrit un forfait de données Internet limité et qu'il dépasse sa limite d'utilisation mensuelle, des frais d'utilisation excédentaire sont appliqués.

Généralement, les limites d'utilisation sont beaucoup plus faibles et les frais d'utilisation excédentaire beaucoup plus élevés pour les forfaits de données sans fil que pour les forfaits de services Internet à large bande filaires. À l'heure actuelle, les frais d'utilisation excédentaire moyens sont de 2,38 \$ par Go pour les services Internet à large bande filaires et de 55,00 \$ pour les services sans fil mobiles.

Pour régler la question des factures-surprises liées aux frais d'utilisation excédentaire des services sans fil mobiles, le [Code sur les services sans fil](#) exige que les fournisseurs de services sans fil limitent les frais excédentaires à 50 \$ par cycle de facturation mensuel, sauf si le titulaire du compte ou l'utilisateur autorisé donne son consentement exprès pour le paiement des frais supplémentaires.

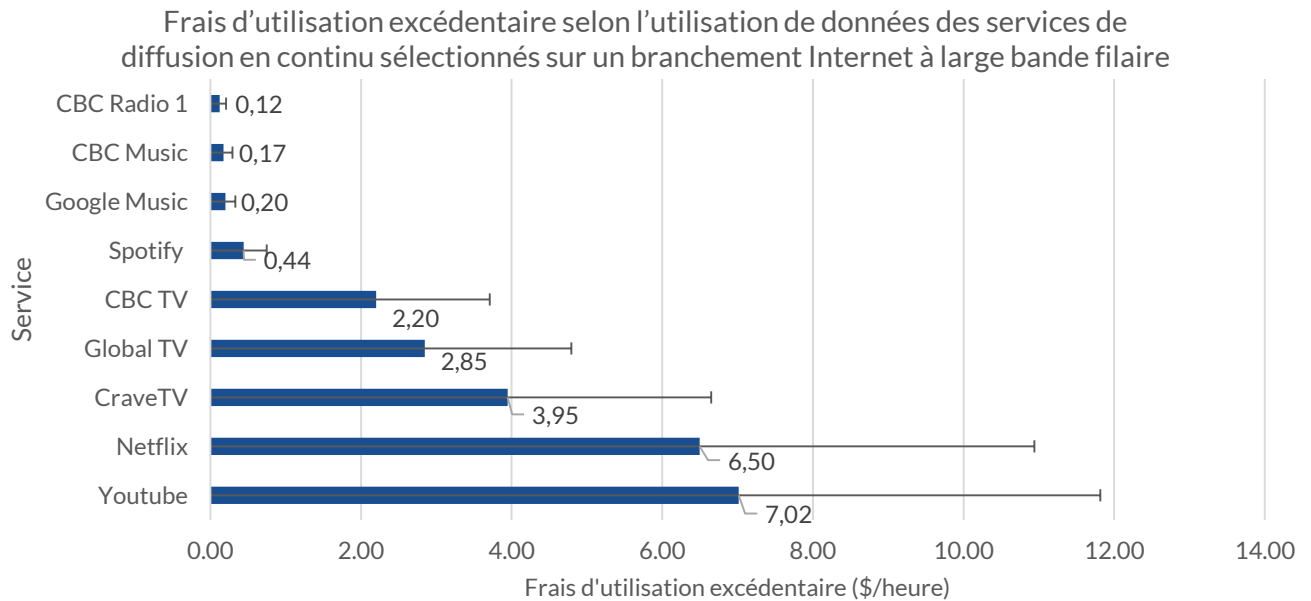
Le Graphique 5.22 et le Graphique 5.23 ci-dessous illustrent la façon dont les frais d'utilisation excédentaires (moyenne et écart) peuvent se traduire par les coûts d'utilisation de certains services (\$/h) selon la nature du forfait Internet, soit filaire ou sans fil respectivement.

En consultant les diagrammes ci-dessous, il est important de noter que les clients engagent des frais d'utilisation excédentaire seulement s'ils dépassent les limites de leur forfait. Les clients peuvent éviter ces frais s'ils utilisent moins que la quantité maximale de données incluse dans leur forfait chaque mois. Les fournisseurs de services offrent des forfaits de diverses limites et, dans certains cas, il peut être à l'avantage du client de choisir un forfait dont la limite est plus élevée s'il continue de dépasser sa limite d'utilisation chaque mois.

Comme de nombreux forfaits filaires offrent les données illimitées, le Graphique 5.22 fixe la valeur inférieure de l'écart à zéro.

La ligne sur la limite des frais d'utilisation excédentaire de données du code sur les services sans fil dans le Graphique 5.23 montre l'utilisation possible de chaque service par le client après avoir atteint sa limite de forfait, mais avant d'atteindre la limite des frais d'utilisation excédentaire.

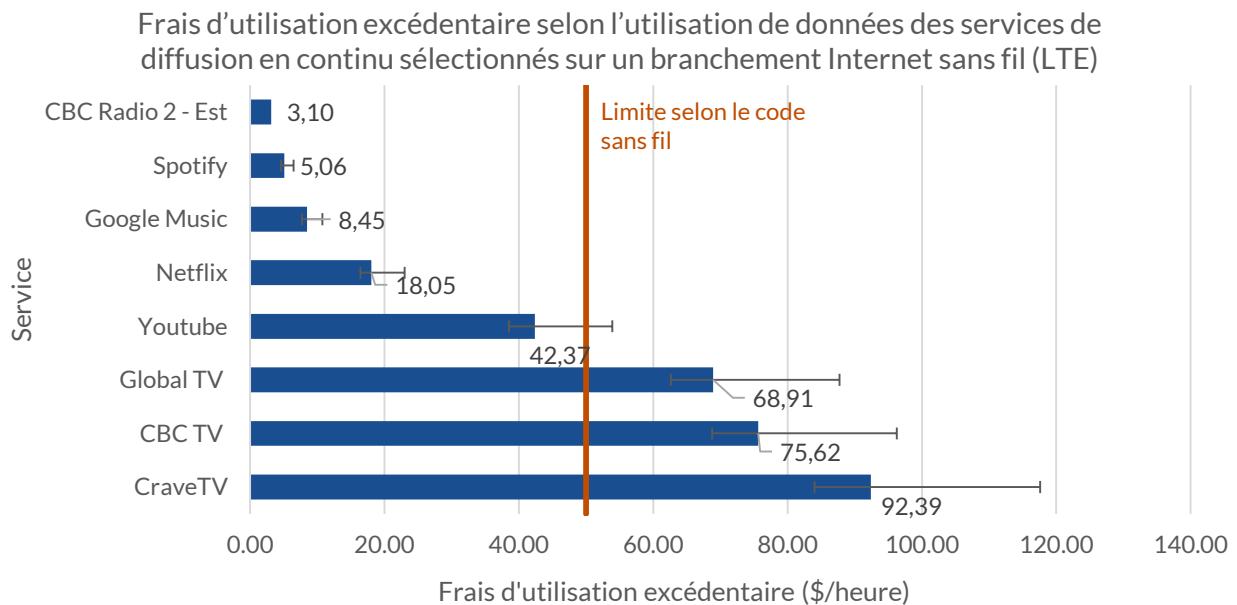
Graphique 5.22 Frais d'utilisation excédentaire selon l'utilisation de données des services de diffusion en continu sélectionnés sur un branchement Internet à large bande filaire



Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Remarque : Les frais d'utilisation excédentaire sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services filaires en juin 2018.

Graphique 5.23 Frais d'utilisation excédentaire selon l'utilisation de données des services de diffusion en continu sélectionnés sur un branchement Internet sans fil (LTE)



Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Remarque : Les frais d'utilisation excédentaire sont calculés en fonction de la moyenne des taux d'utilisation excédentaire publiés sur les sites Web des fournisseurs de services sans fil en juin 2018.

Services illimités et politiques d'utilisation équitable/acceptable

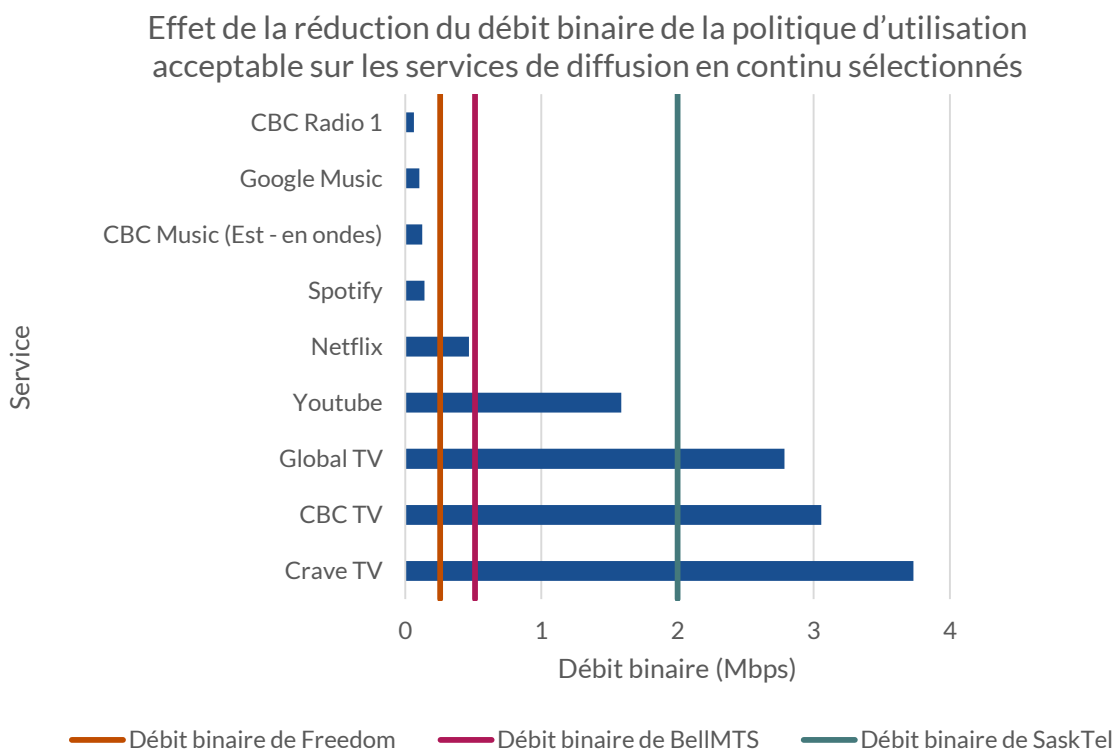
Pour ce qui est des forfaits sans fil illimités, le Code sur les services sans fil interdit à un fournisseur de services sans fil d'appliquer des frais d'utilisation excédentaire ou de limiter de quelque façon l'utilisation d'un tel service illimité, sauf si ces limites sont clairement expliquées dans la politique d'utilisation acceptable.

Pour ces plans, la politique d'utilisation acceptable peut réduire le débit binaire des données du branchement une fois qu'une limite précisée est atteinte et jusqu'au prochain cycle de facturation mensuel. La réduction du débit binaire à l'utilisateur final entraîne généralement la détérioration du service de manière à ce que les services essentiels (p. ex., les courriels, la navigation sur Internet) continuent de fonctionner, mais les autres services qui nécessitent un branchement rapide (p. ex., les services de diffusion en continu) sont interrompus.

Le Graphique 5.24 compare les spécifications moyennes de débit binaire de certains services à certains débits binaires de forfaits sans fil illimités visés par la politique d'utilisation acceptable. De manière générale, si les spécifications d'un service en matière de débit binaire dépassent le seuil de la politique d'utilisation acceptable, le service sera détérioré ou interrompu, ou deviendra inutilisable.

En consultant le diagramme ci-dessous, il est important de noter que les clients peuvent éviter d'activer les réductions de débit binaire en ne dépassant pas les limites d'utilisation de leur forfait.

Graphique 5.24 Effet de la réduction du débit binaire de la politique d'utilisation acceptable sur les services de diffusion en continu sélectionnés



Source : Évaluation de la large bande par le CRTC

Méthodologie de l'évaluation de la large bande et observations

Méthodologie

Pour recueillir les données dans cette sous-section, le CRTC s'est servi d'un environnement d'essai visant à recréer la manière dont un client typique utiliserait les services de diffusion en ligne et de communication en temps réel. L'accès aux services s'est effectué au moyen d'un service à large bande filaire résidentiel typique et d'un réseau national de données cellulaires LTE, sur des produits électroniques standards, comme des téléphones et tablettes Android et iOS, des télévisions intelligentes, des ordinateurs de bureau et portatifs Windows, et divers décodeurs. Un navigateur Web a été utilisé pour accéder aux services de diffusion en continu sur ordinateur, et les applications officielles, sur les autres appareils.

Pour mesurer la quantité de données consommée par ces services sur un branchement filaire, un ordinateur Windows spécialement configuré a été inséré entre la connexion Internet et le réseau local. Au moyen d'outils de mesure du trafic des données, toutes les données circulant de part et d'autre de l'appareil d'essai et d'Internet ont été saisies aux fins d'analyse. Pour le branchement LTE, des applications déjà disponibles ainsi que des capacités intégrées dans les systèmes d'exploitation des téléphones ont été utilisées pour mesurer le trafic des données.

Les débits binaires maximums des branchements Internet filaires et LTE ont été mis à l'essai, et il a été déterminé qu'ils étaient beaucoup plus élevés que les débits binaires maximums observés dans les services de diffusion en continu testés : en d'autres mots, les branchements Internet ne limitaient en aucun cas le débit binaire des diffusions. Pour s'assurer de l'exactitude des données, plusieurs mesures ont été saisies pour chaque service et niveau de qualité (lorsque ce réglage était disponible), et l'utilisation de données en arrière-plan (c.-à-d. l'utilisation des applications et services fonctionnant en arrière-plan, autres que celle ou celui mis à l'essai) a été minimisée.

Observations

Les services de diffusion en continu transmettent leurs données selon différentes cadences, parfois en grosses rafales de données intermittentes, parfois de manière plus continue. Les mesures ont été prises au cours de périodes de temps suffisantes à ce qu'une moyenne représentative puisse être obtenue. Il doit aussi être noté que la plupart des services peuvent modifier la taille des rafales dynamiquement, ce qui rend l'établissement d'un débit moyen un facteur important pour déterminer les spécifications de débit de données de la plupart des services.

Dans une situation typique de consommateur, la bande passante disponible à un moment peut varier en fonction de nombreux facteurs, comme le partage des ressources entre de multiples appareils sur un réseau résidentiel ou lors de déplacements entre différentes zones de couverture sur un réseau mobile. Même si la connexion Internet de l'utilisateur final constitue un facteur pour déterminer la qualité et la stabilité de la diffusion, d'autres facteurs peuvent comprendre la congestion du réseau, la charge du serveur, la latence du réseau et du serveur, et la fonctionnalité de l'appareil de l'utilisateur final. De plus, de nombreux services peuvent changer dynamiquement et automatiquement la qualité (et donc la quantité de données) livrée, en fonction de plusieurs facteurs qui contribuent à la stabilité du flux audio et vidéo transmis à l'utilisateur final.

Étant donné le nombre limité d'échantillons et la diversité de l'équipement et des réglages de réseau, les valeurs rapportées dans cette section devraient être envisagées comme des estimations de cas type et non comme des limites de pire cas.



Rapport de surveillance des communications **2018**

Secteur des services
mobiles de détail

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 cinquième 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 Canada⁴⁵, 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)-3⁴⁶;
- les enchères de 700 MHz, 2 500 MHz, 2 300 MHz et des blocs G du SCP-G⁴⁷;
- 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 :
 - rendre obligatoire l'accès aux services d'itinérance et le partage de pylônes;
 - réglementation des tarifs d'itinérance de gros;
 - placement du Code sur les services sans fil en 2013;
 - 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 fournisseurs⁴⁸ (ci-après « 3 plus grands »), les marques complémentaires des 3 plus grands fournisseurs⁴⁹ et d'autres fournisseurs de services (ci-après « d'autres fournisseurs ») dans l'analyse du secteur des services mobiles de détails⁵⁰.

⁴⁵ Dans 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.

⁴⁶ Services sans fil évolués.

⁴⁷ Services de communications personnelles – Bloc G.

⁴⁸ 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. (Mobility) 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.

⁴⁹ Les marques complémentaires des 3 plus grands comprennent des marques comme Fido, Koodo et Virgin Mobile.

⁵⁰ 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]).

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 %**.

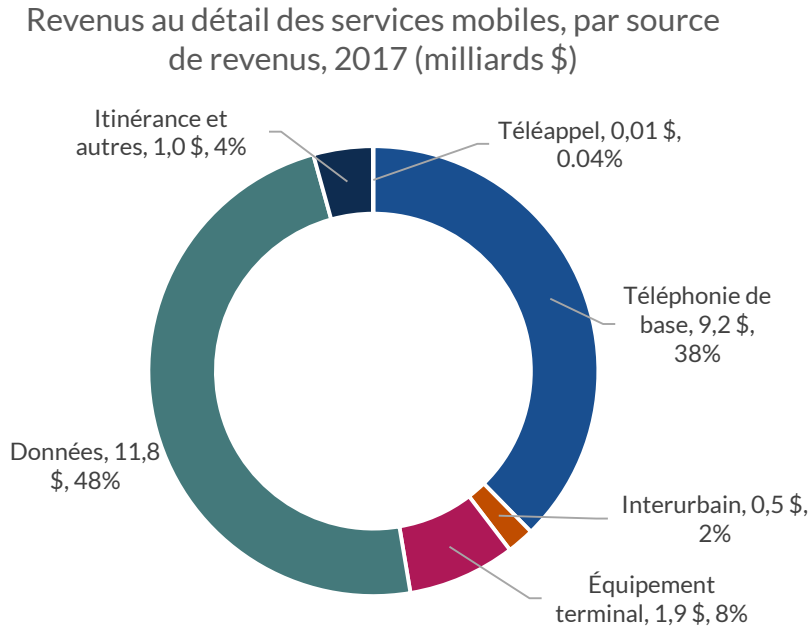
Source : Collecte de données du CRTC

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 cumulatif 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.

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 \$)



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'itinérance⁵¹ 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 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.

⁵¹ 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.

Environnement/point de vue concurrentiel

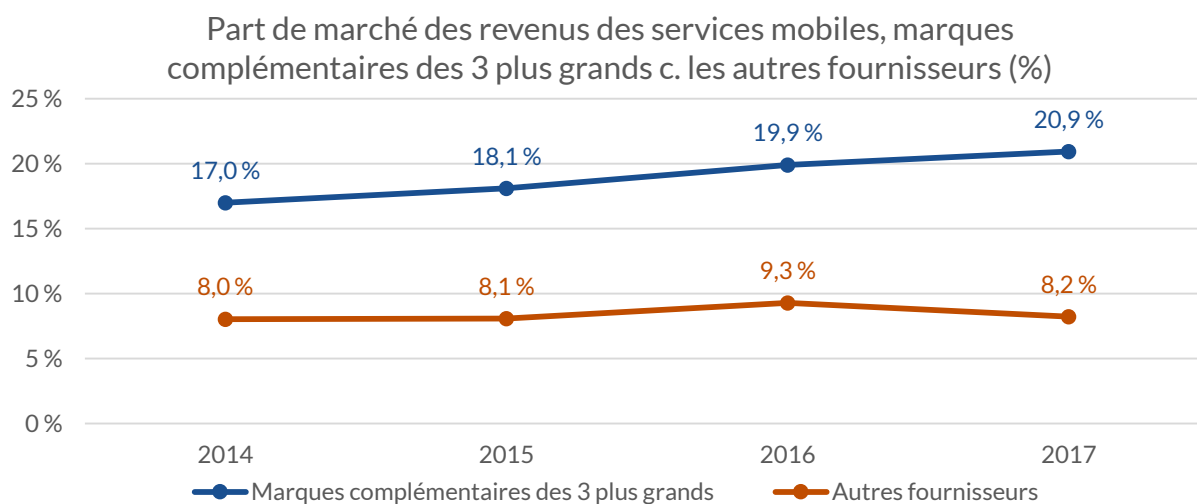
Infographie 6.5

	Marques complémentaires des 3 plus grands		Autres fournisseurs
Part de marché des revenus	21 %	c.	8 %
Part de marché des revenus	10,8 %	c.	-6,5 %
Revenus générés par les forfaits postpayés	95,9 %	c.	90,4 %

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.

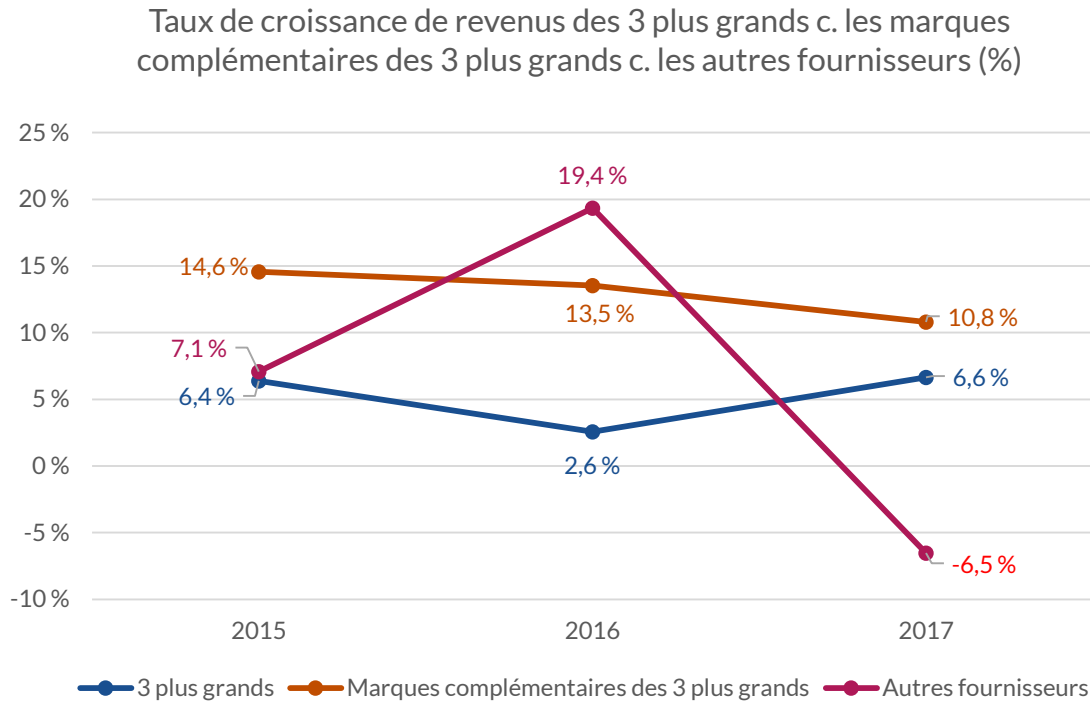
Graphique 6.2 Part de marché des revenus des services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



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.

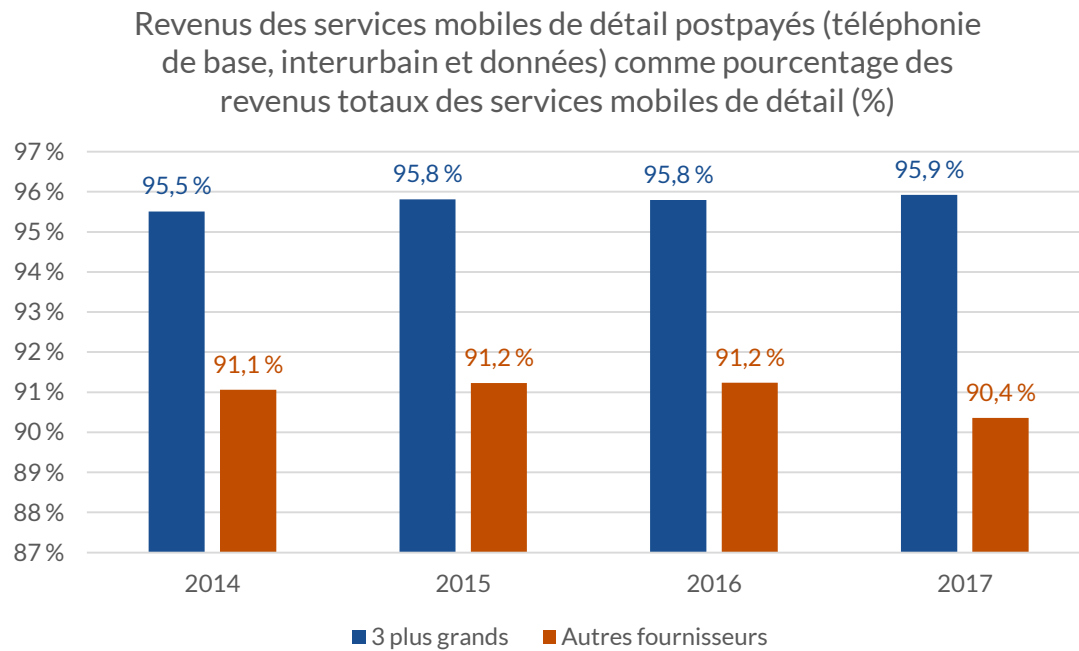
Graphique 6.3 Taux de croissance des revenus des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



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

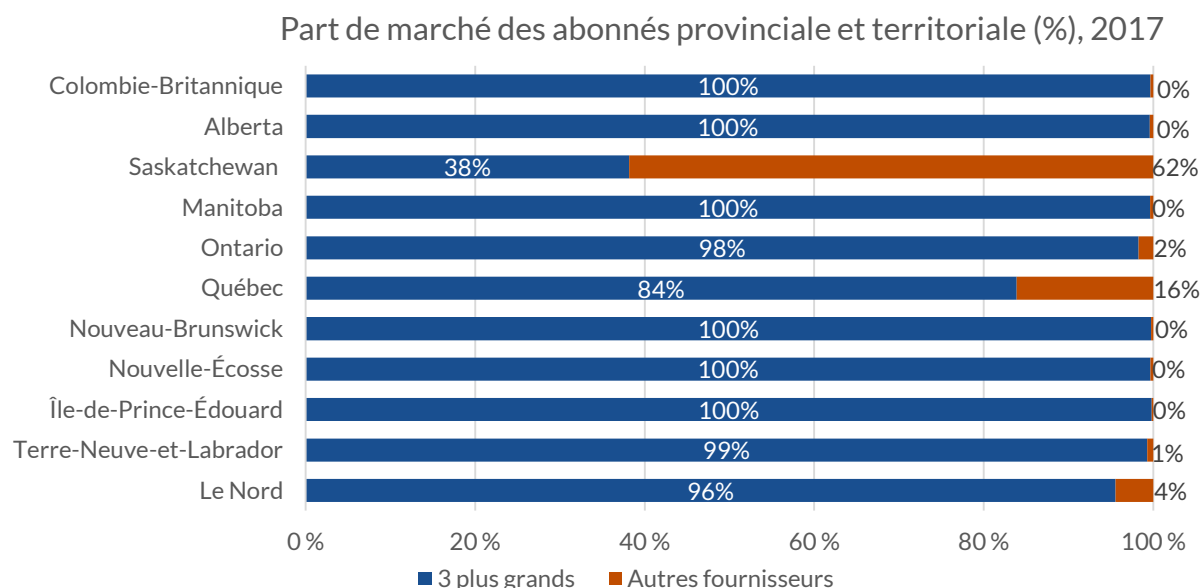
- ➔ **Nombre d'abonnés : 31,7 millions** en 2017, **une hausse de 3,1 %** par rapport à 2016.
- ➔ **Part de marché des abonnés aux services mobiles** : 3 plus grands – 90 % c. **autres fournisseurs – 10 %**.
- ➔ Pourcentage des abonnés qui se sont abonnés à un **forfait postpayé** en 2017 : **88 %**.
- ➔ 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](#).

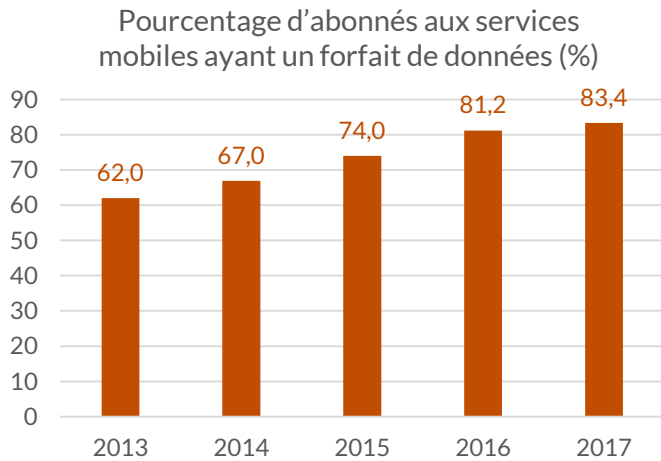
L'appétit pour les services mobiles a continué de croître en 2017. Plus de 60 % de tous les abonnés à des services de données se sont abonnés à un forfait de plus de 2 Go ou plus de données, par rapport à 54 % en 2016, tandis que 57 % des abonnés avaient des minutes d'appel illimitées et 99 % d'entre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

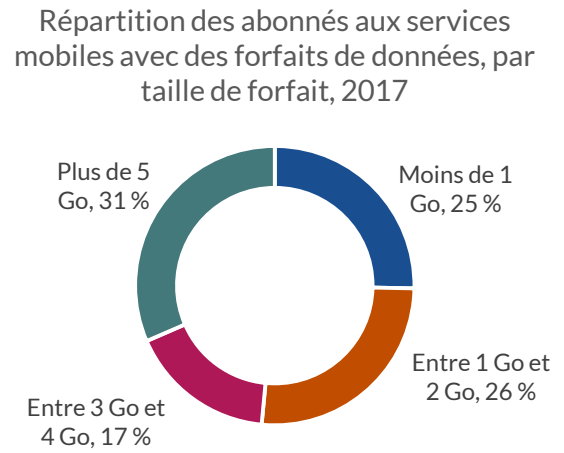
données et illustrent l'appétit croissant des forfaits de données alors que leur nombre a enregistré une croissance stable, passant de 62 % en 2013 à 83 % 2017.

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



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

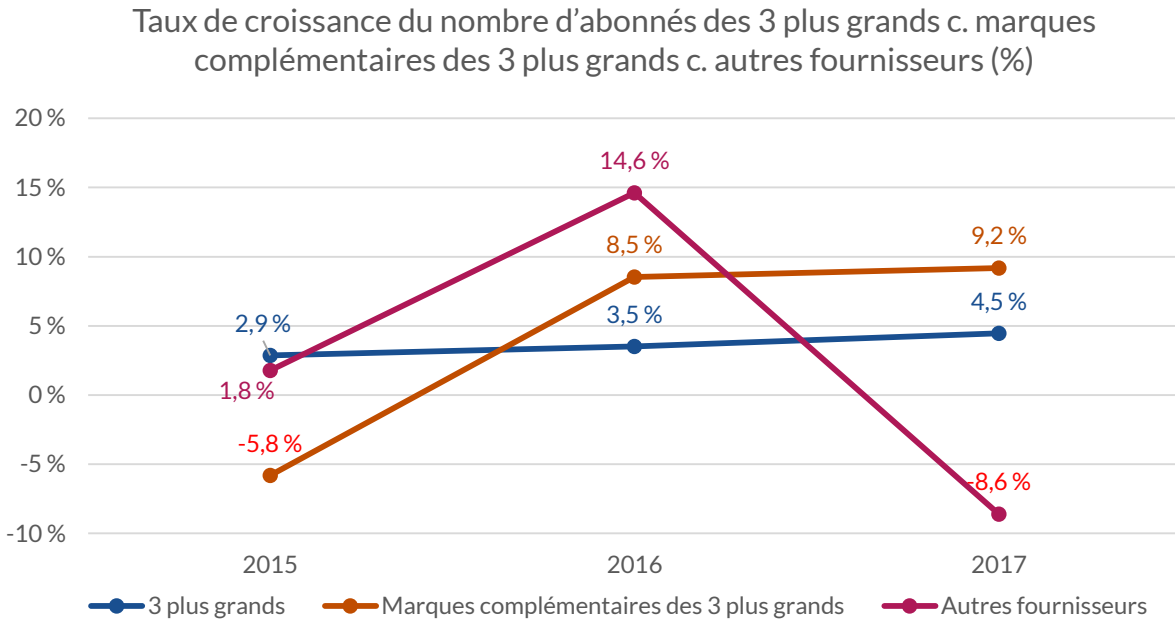
Infographie 6.7

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

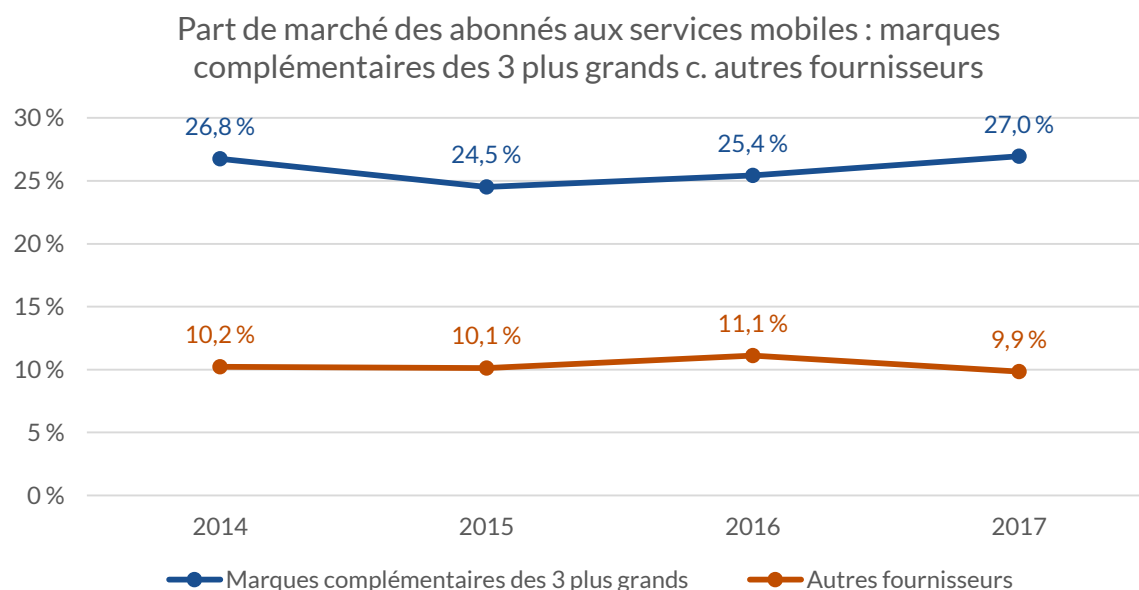
Graphique 6.8 Taux de croissance du nombre d'abonnés des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



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.

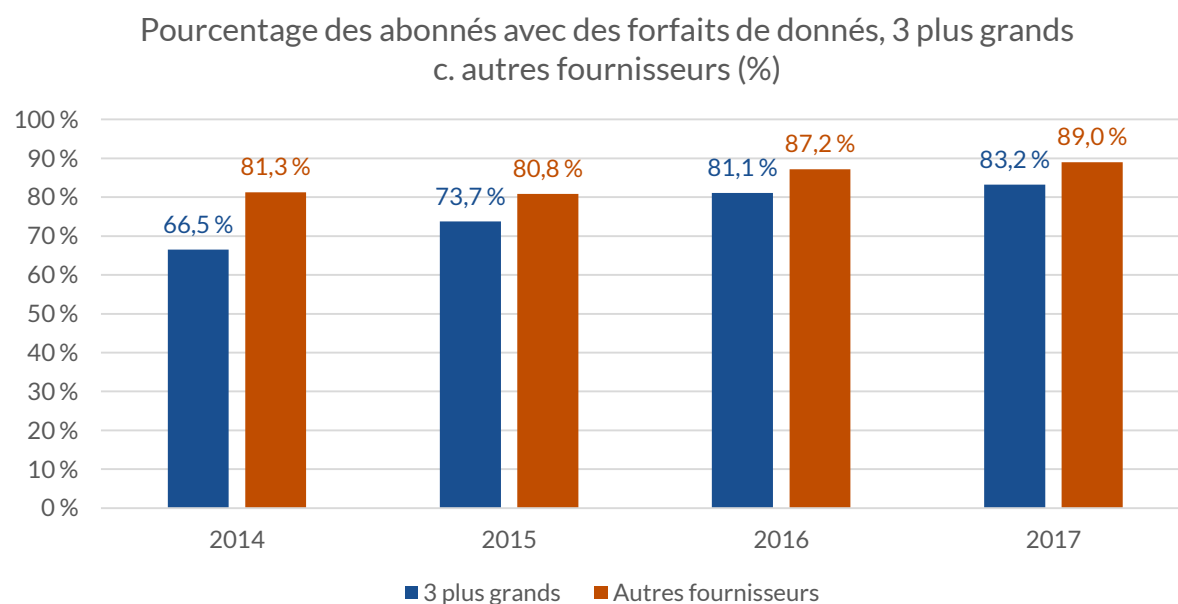
Graphique 6.9 Part de marché des abonnés aux services mobiles : marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs



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.

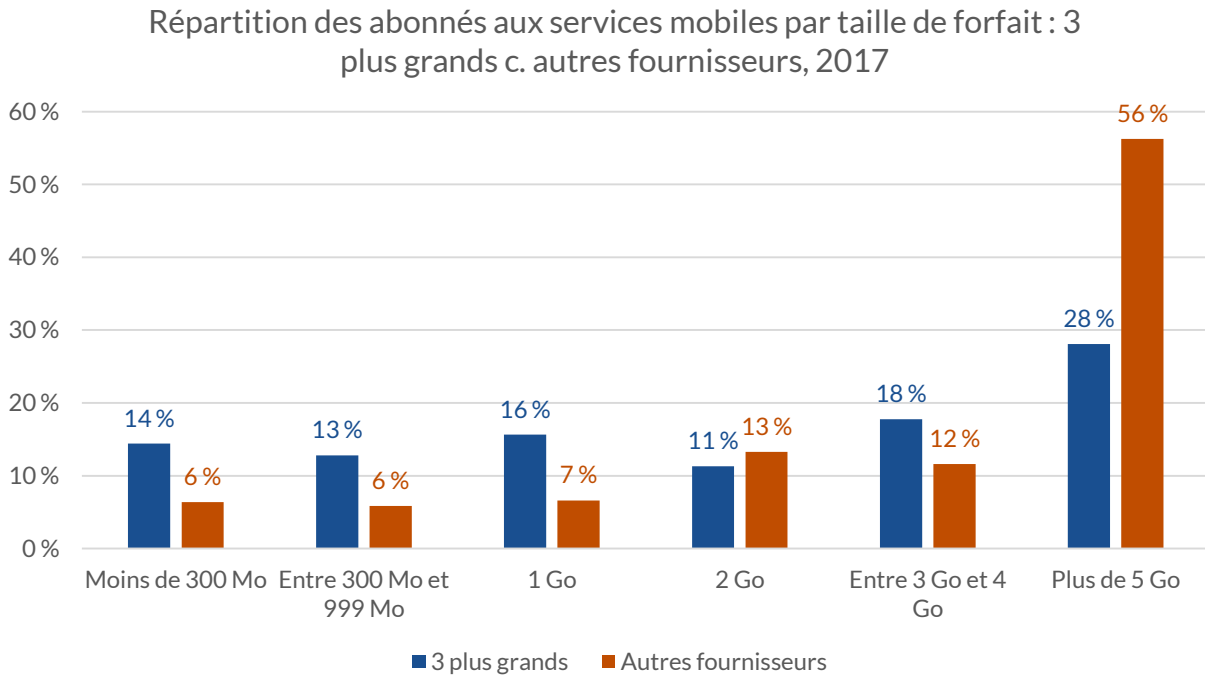
Graphique 6.10 Pourcentage des abonnés ayant un forfait de données : 3 plus grands c. autres fournisseurs



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/abonné⁵², 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 élevée⁵³ :
Alberta – 73,60 \$
 - Moyenne provinciale du RMPU la plus faible⁵⁴ :
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 ^{53 54}

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.

⁵² 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.

⁵³ C'était le RMPU le plus élevé déclaré parmi les dix provinces.

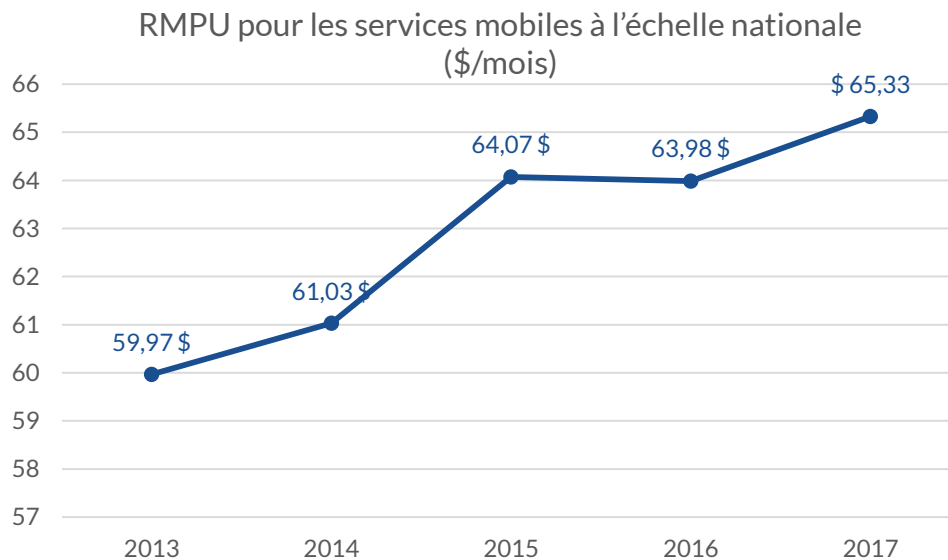
⁵⁴ C'était le RMPU le plus faible déclaré parmi les dix provinces.

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](#).

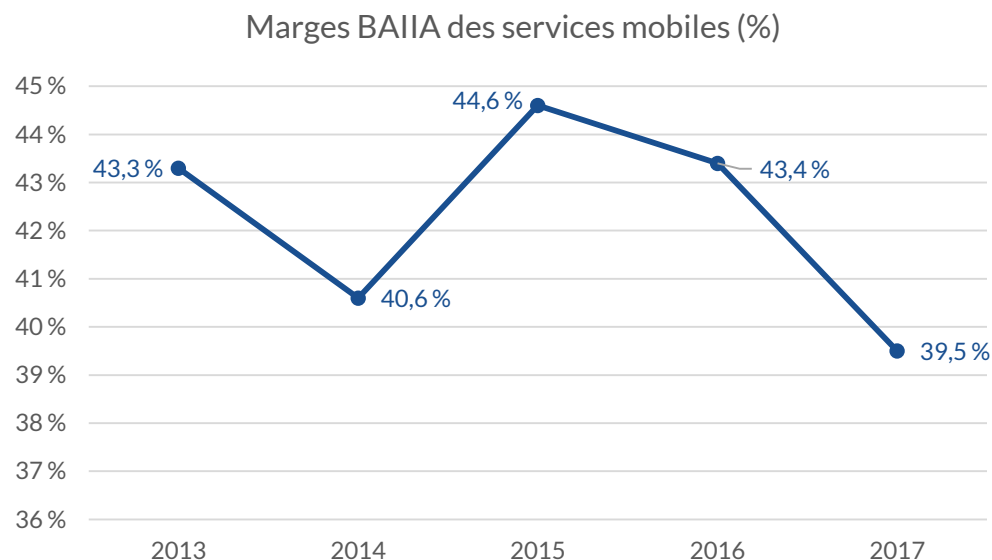
Graphique 6.12 RMPU pour les services mobiles à l'échelle nationale (\$/mois)



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.

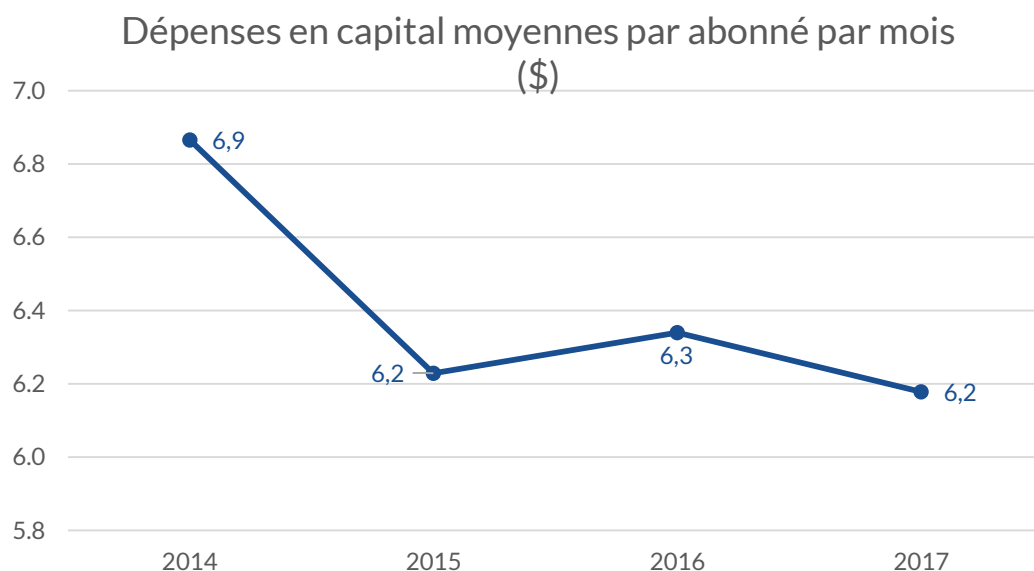
Graphique 6.13 Marges BAIIA des services mobiles (%)



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.

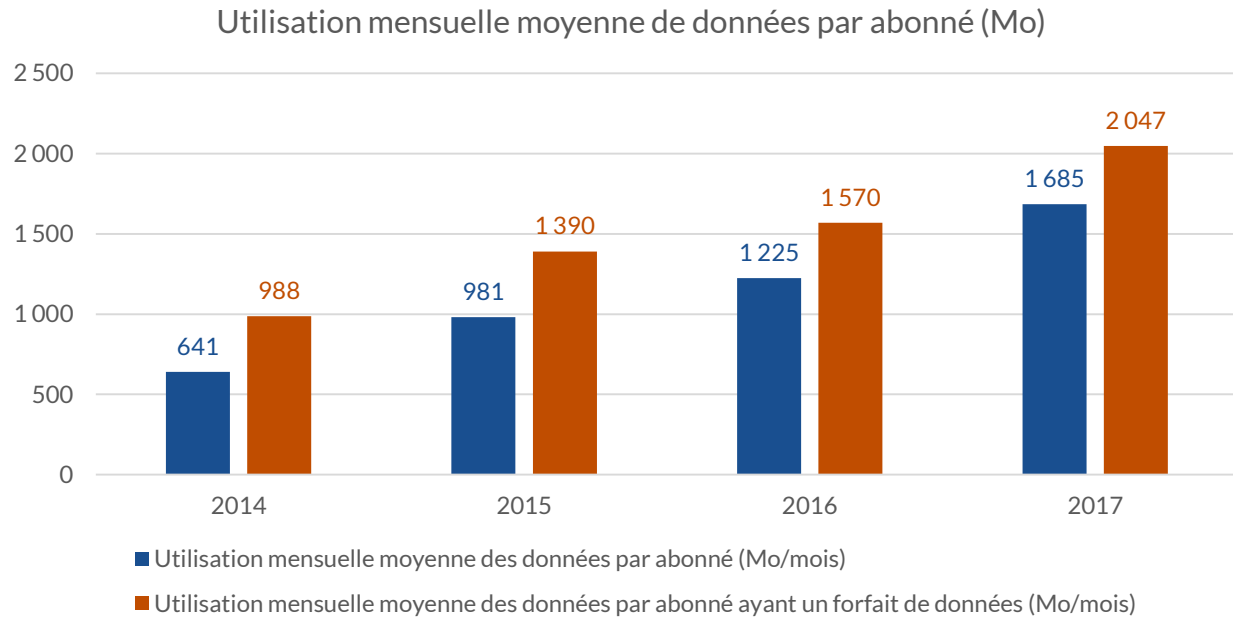
Graphique 6.14 Dépenses en capital moyennes par abonné par mois (\$)



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)



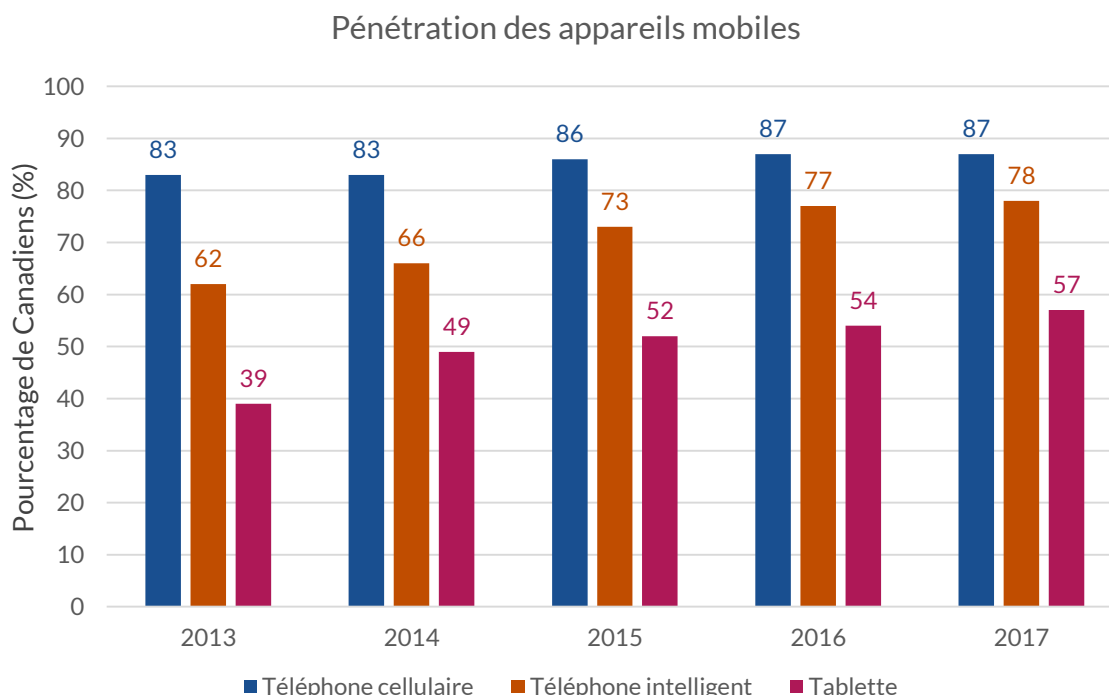
Source : Collecte de données du CRTC

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.

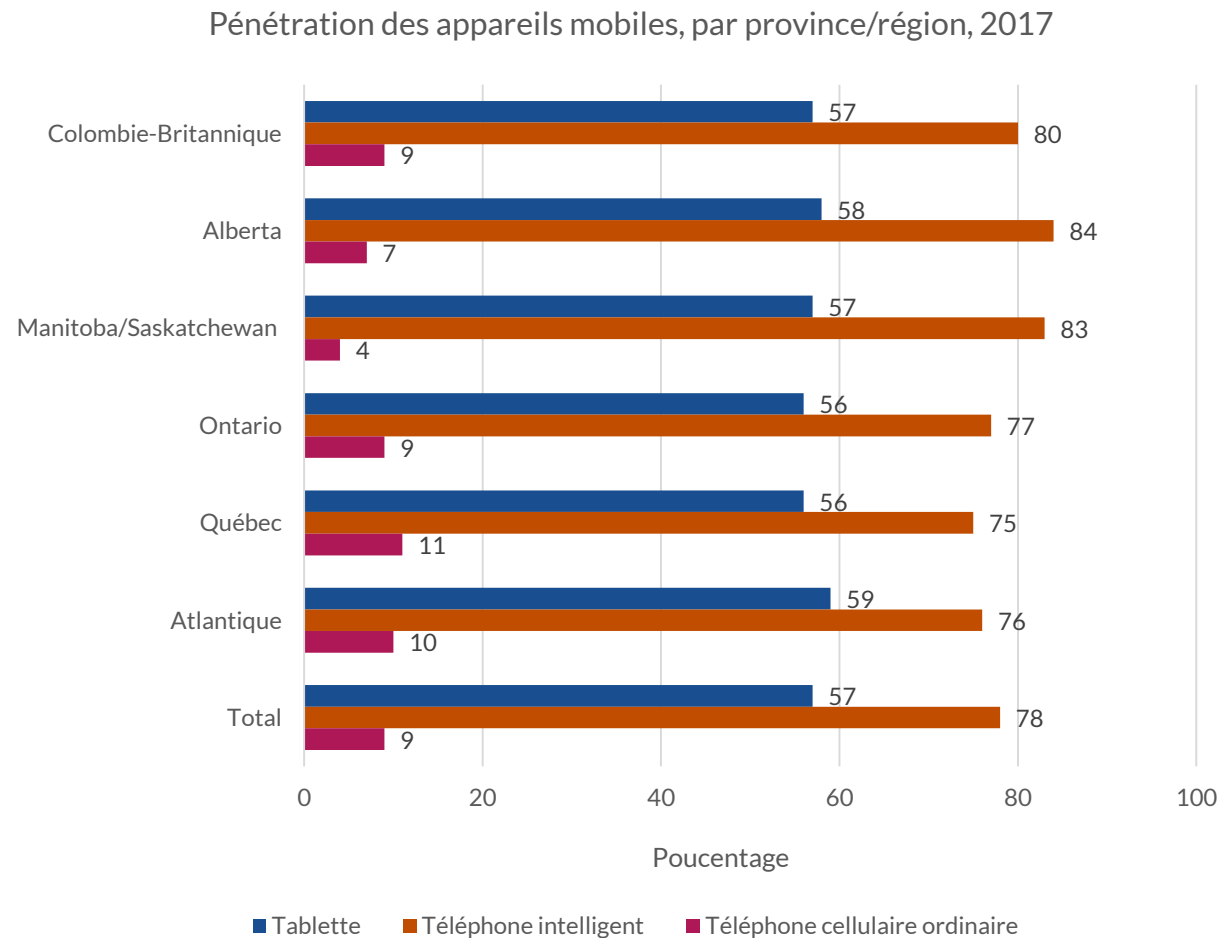
Tableau 6.1 Pénétration des appareils mobiles par groupe linguistique (%)

Types d'appareils mobiles	2013		2014		2015		2016		2017	
	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones	Anglo-phones	Franco-phones
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.

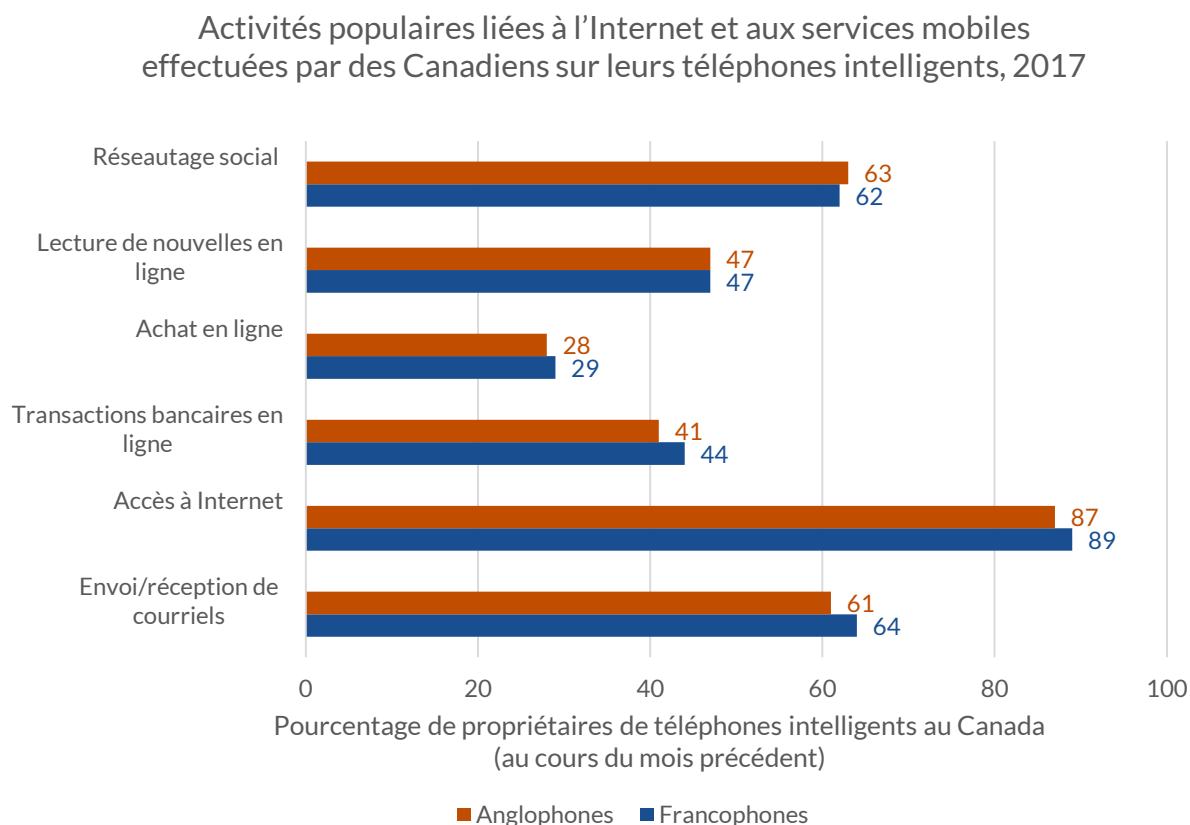
Graphique 6.17 Pénétration des appareils mobiles par province ou région, 2017



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

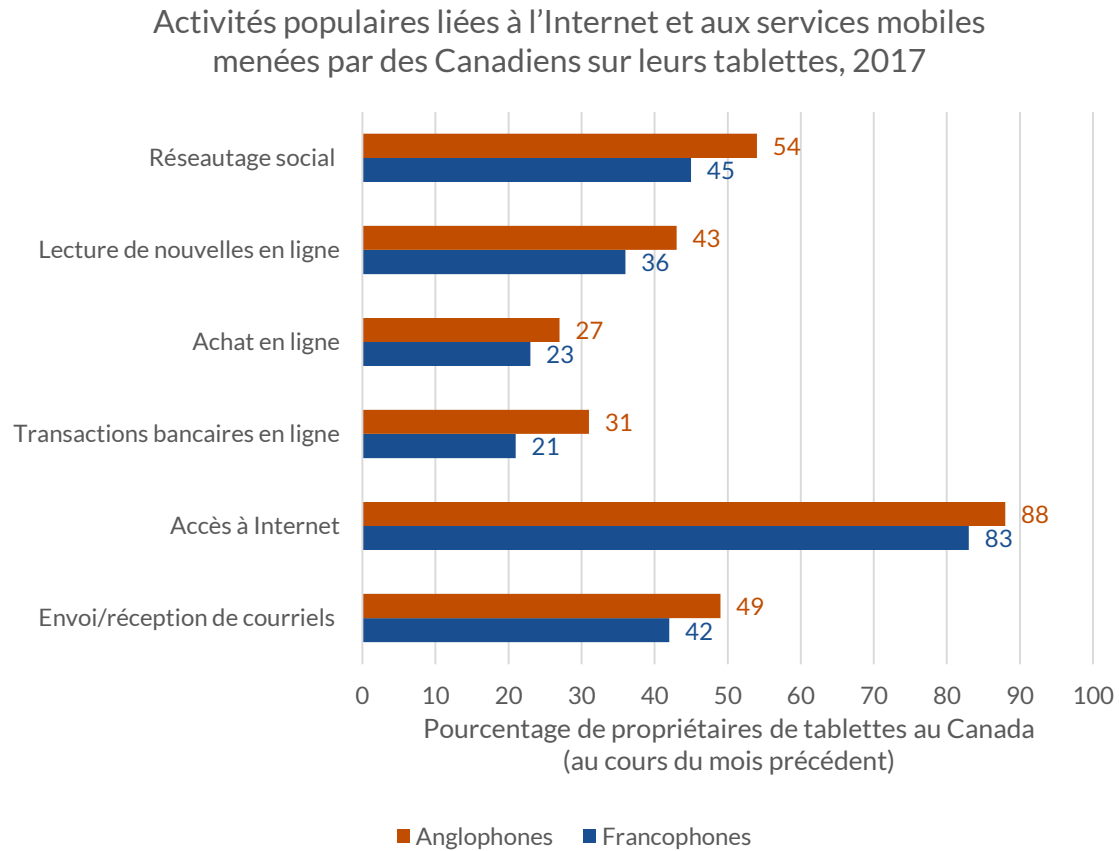


Source : Observateur des technologies média, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus).

« 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.

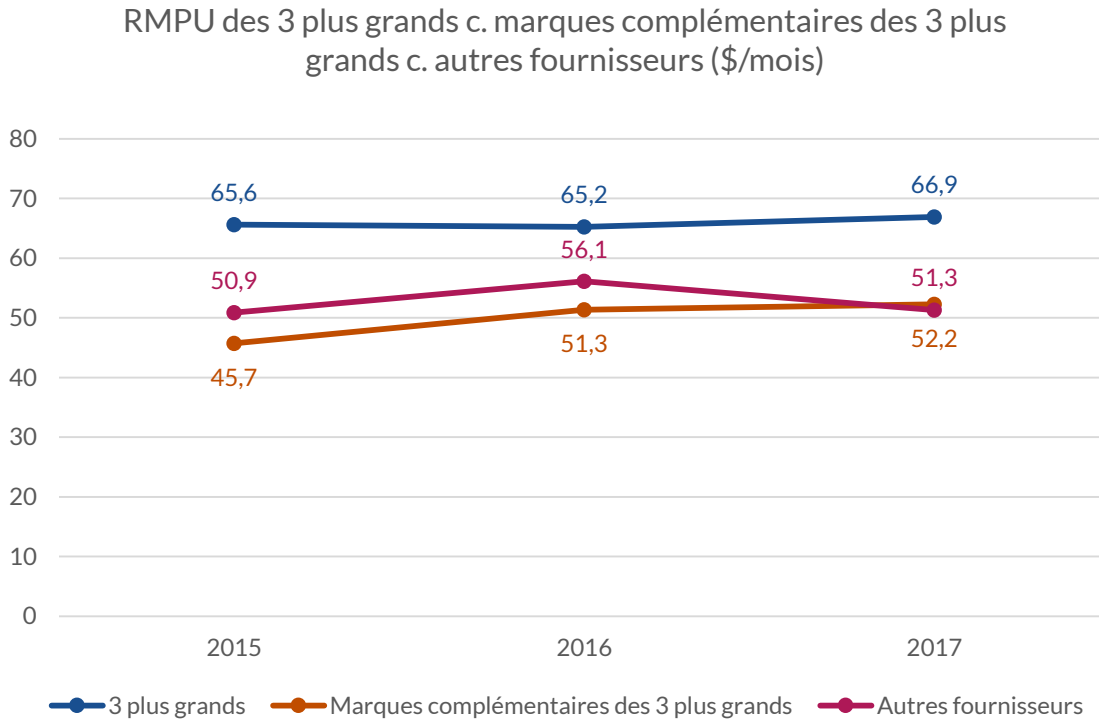
Infographie 6.9

	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.

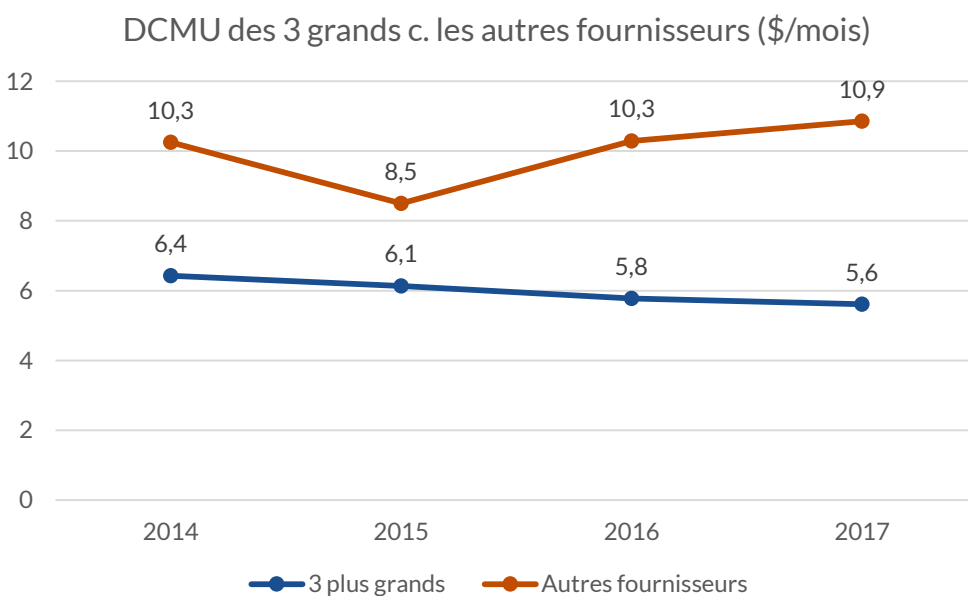
Graphique 6.20 RMPU des 3 plus grands c. marques complémentaires des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois)



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.

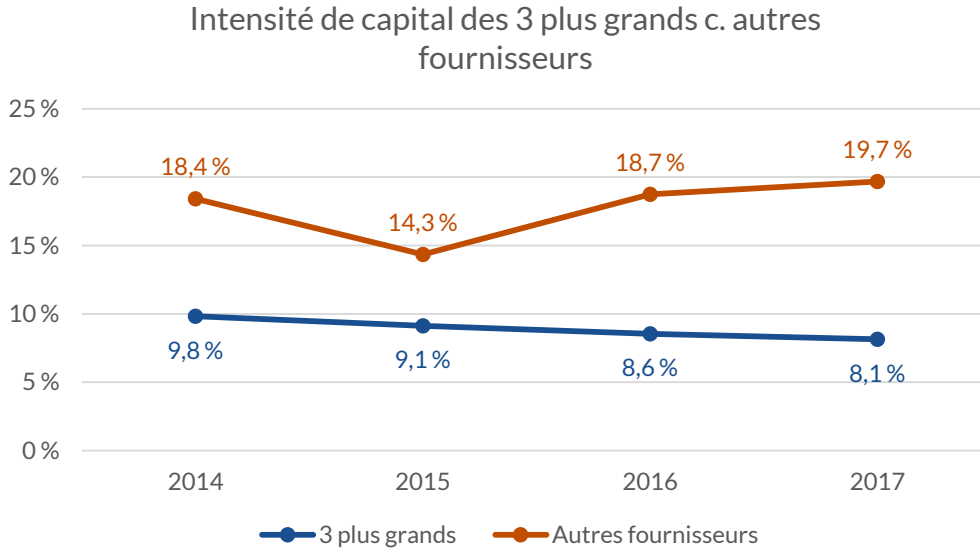
Graphique 6.21 DCMU des 3 plus grands c. autres fournisseurs (\$/mois)



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.

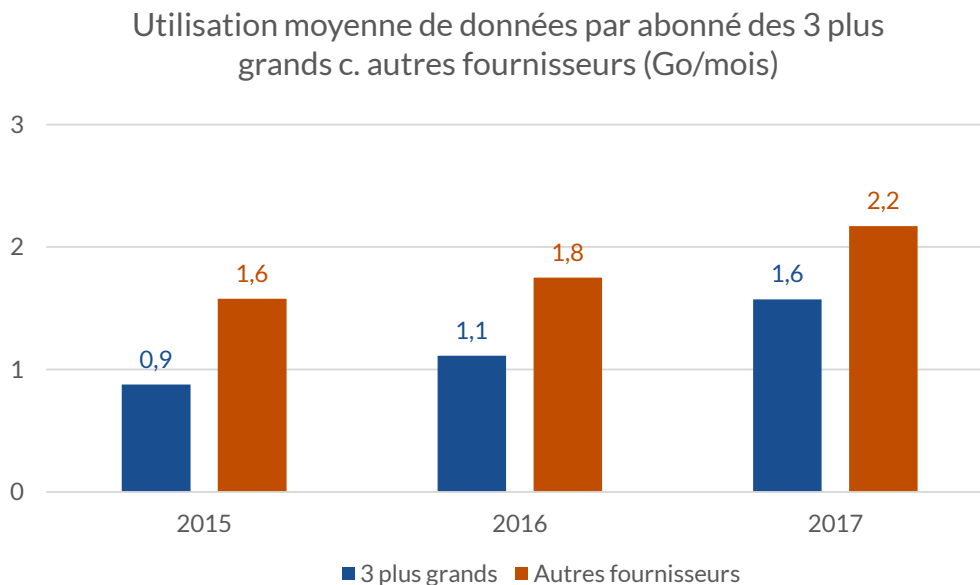
Graphique 6.22 Intensité de capital des 3 plus grands c. autres fournisseurs



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)



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+,⁵⁵ 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 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.

⁵⁵ Évolution de la norme HSPA (High-Speed Packet Access)

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.

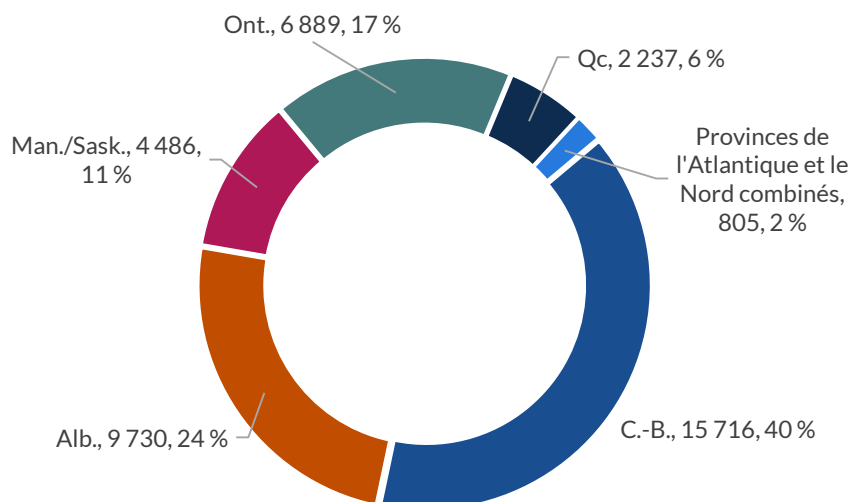
Pour ce qui est du choix du fournisseur de services, les Canadiens avaient accès, en moyenne, à deux ou trois fournisseurs de services dotés d'installations dans la plupart des provinces en 2017; la moyenne n'était cependant que d'un fournisseur dans le Nord. En 2017, 95 % des habitants de l'Île-du-Prince-Édouard 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.

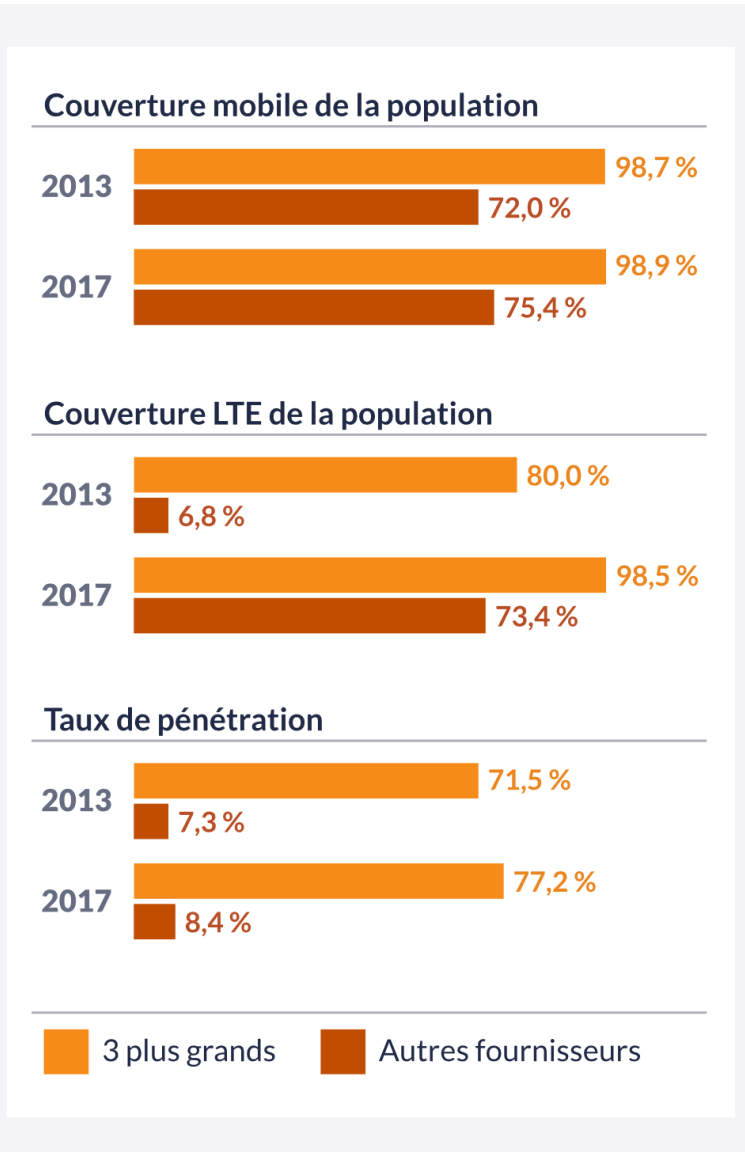
Seuls les points d'accès offerts par les grands FST sont inclus, ce qui peut exclure les points d'accès gratuits, gérés de façon indépendante par des hôtels, des restaurants et d'autres installations publiques.

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

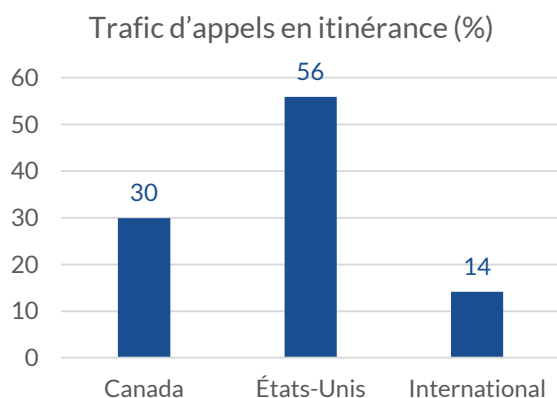
Infographie 6.11



Source : Collecte de données du CRTC

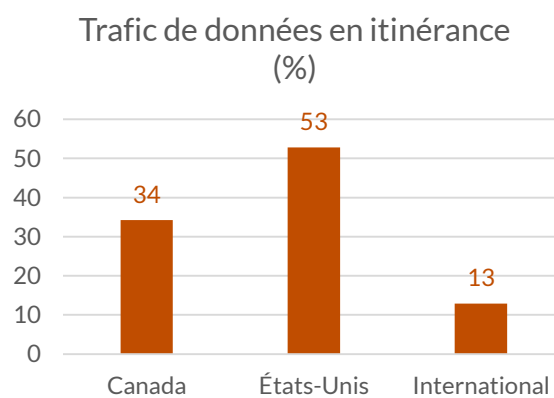
En général, les trois premiers fournisseurs et les autres fournisseurs essaient d'élargir la couverture de leurs services partout au Canada, et tentent de le faire de façon rentable en concluant des ententes de partage quant aux structures de soutien, aux emplacements des antennes et aux réseaux, et 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

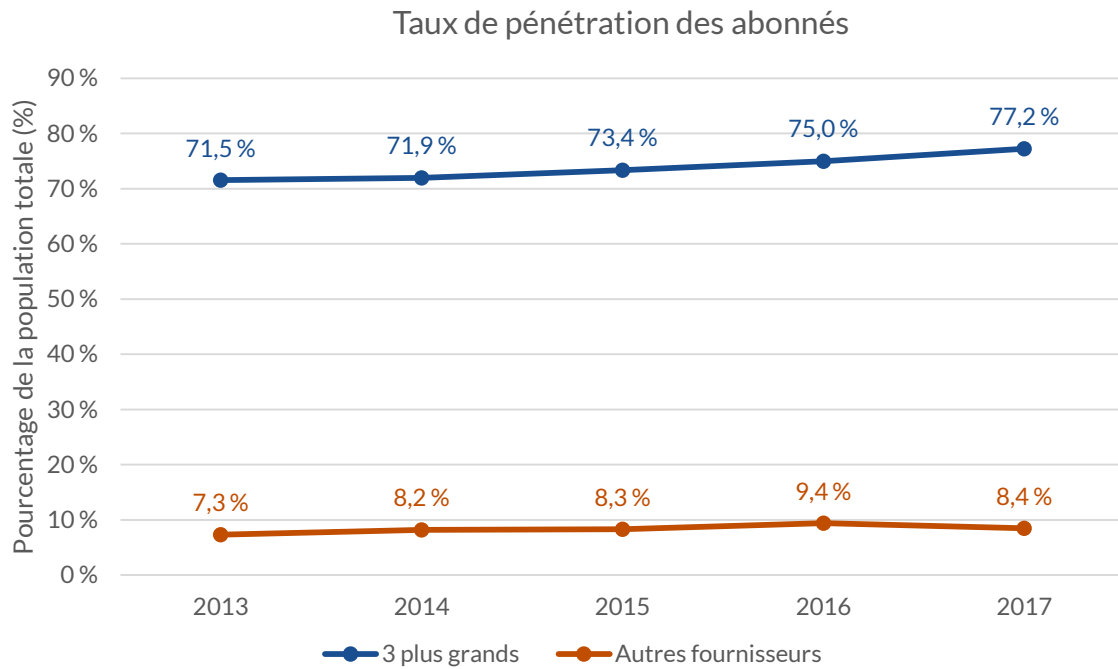


Source : Collecte de données du CRTC

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



Rapport de surveillance des communications **2018**

Aperçu de la
radiodiffusion



Aperçu de la radiodiffusion

Infographie 7.1

Revenus totaux de radiodiffusion	17 270 M\$ ¹
Croissance des revenus totaux de radiodiffusion 2016-2017	↓ 3,3 %
Total des contributions au développement de contenu canadien en radiodiffusion	3 396 M\$
Revenus estimatifs au Canada des services sonores et vidéo diffusés par Internet	2 748 M\$

¹ Le total des revenus de la radiodiffusion n'inclut pas les services sonores et vidéo diffusés par Internet.

Sources : Collecte de données du CRTC; et Ovum pour l'estimation des revenus des services sonores et vidéo diffusés par Internet.

Le total des revenus de la radiodiffusion n'inclut pas les services sonores et vidéo diffusés par Internet.

Le total des revenus de la radiodiffusion comprend les revenus de la télévision traditionnelle commerciale privée et de la SRC, des services de télévision facultatifs et sur demande, de la radio commerciale privée et de la SRC, de même que des entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR). Les contributions au développement du contenu canadien en radiodiffusion comprennent les contributions au titre du développement du contenu canadien (DCC), les contributions à la création et à la production d'émissions canadiennes provenant des EDR, et les avantages tangibles issus des transactions de propriétés sous la forme de contributions au titre du DCC et de dépenses en émissions canadiennes (DÉC).

L'Aperçu de la radiodiffusion donne un aperçu des divers aspects des services de radiodiffusion au Canada. 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).

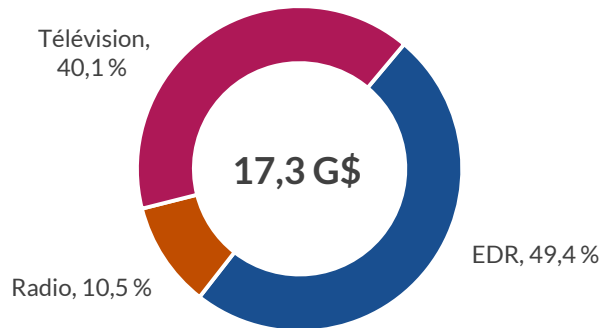
En 2017, les services de radiodiffusion ont généré au total des revenus de l'ordre de 17,3 milliards de dollars, une baisse de 3,3 % par rapport à 2016, et ils ont contribué pour environ 3,4 milliards de dollars, soit environ 20 % du total des revenus, au développement de contenu canadien dans l'ensemble des secteurs de la radio et de la télévision au moyen des mécanismes de financement pertinents.

Les EDR ont généré la plus grande part du total de 17,3 milliards de dollars en revenus, déclarant 8,5 milliards de dollars en 2017, presque la moitié du total des revenus de radiodiffusion, suivis des services de télévision (6,9 milliards de dollars, ou 40 %) et des stations de radio (1,8 milliard de dollars, ou 11 %).

Par comparaison, le total des revenus au Canada provenant des services sonores et vidéo diffusés par Internet a été estimé à 2,7 milliards de dollars⁵⁶, soit moins d'un sixième des revenus générés par les services de radiodiffusion traditionnels.

Graphique 7.1 Répartition du total des revenus issus des activités de la radiodiffusion, 2017

Répartition du total des revenus issus des activités de la radiodiffusion, 2017

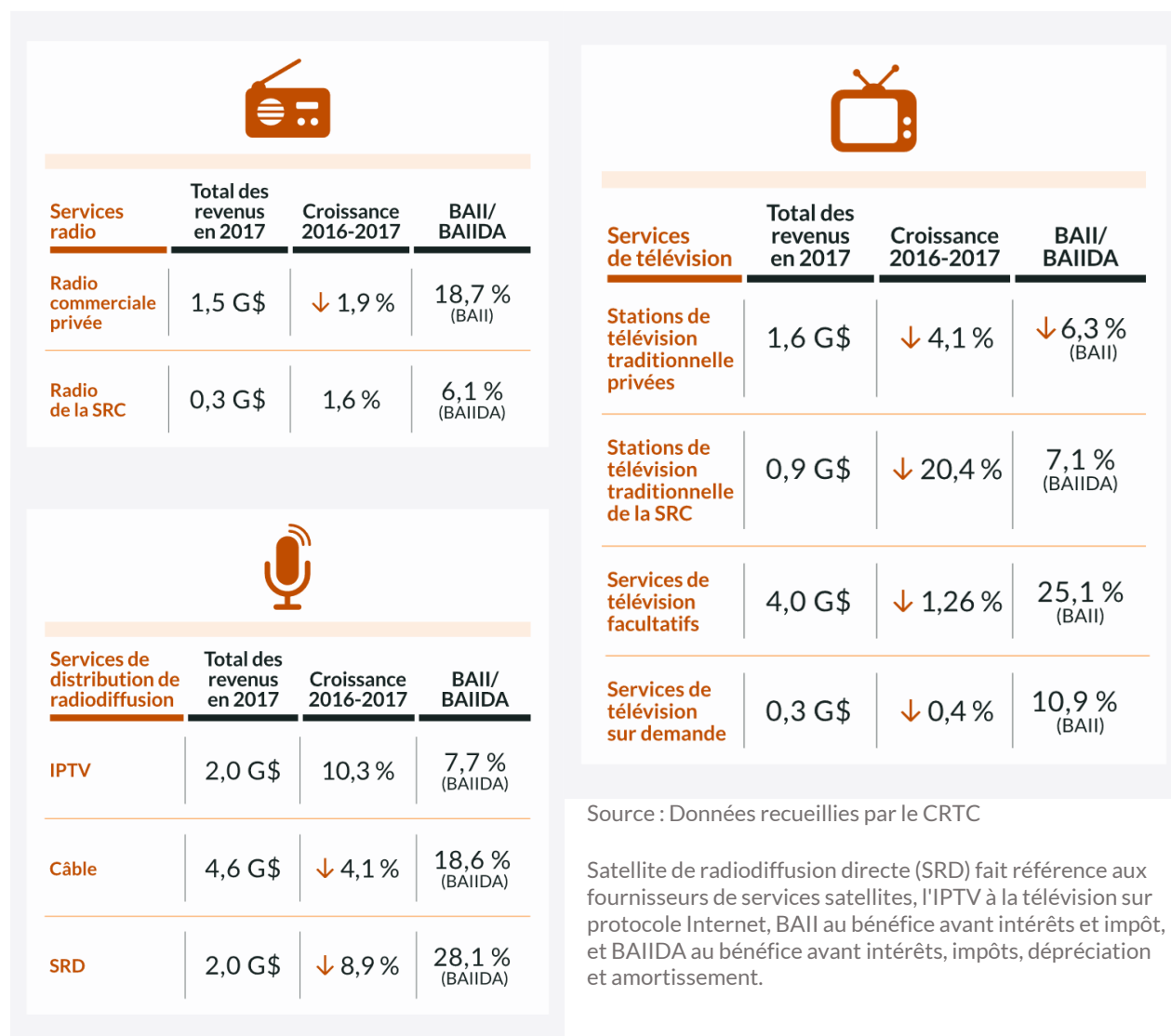


Source : Données recueillies par le CRTC

⁵⁶ Les 2,7 milliards de dollars de revenus estimatifs s'ajoutent aux 17,3 milliards de dollars en revenus des services de radiodiffusion traditionnels.

i. Revenus et rendement financier

Infographie 7.2



En 2017, la télédistribution par câble était toujours en tête des revenus générés, avec un total de 4,6 milliards de dollars, suivie des services sur demande avec 4 milliards de dollars. Ces deux types de services ont également affiché une rentabilité élevée, avec un BAIIDA de 18,6 % pour les services par câble et un BAIL de 25,1 % pour les services sur demande. De fait, l'ensemble des services de radiodiffusion était rentable en 2017, à l'exception des stations de télévision privées traditionnelles, qui ont déclaré collectivement un BAIL de -6,3 %.

Bien que tous les types de services sauf un ont affiché des profits en 2017, la plupart ont connu une baisse. La baisse apparente dans les revenus de la télévision de la SRC, en baisse de 20,4 % (241 millions de dollars) par rapport à 2016, est principalement attribuable à un changement dans la méthodologie de rapport de façon à exclure les revenus et crédits parlementaires associés aux activités numériques. Une partie de la baisse est également attribuable à une baisse de revenus publicitaires en ce qui concerne la télévision traditionnelle.

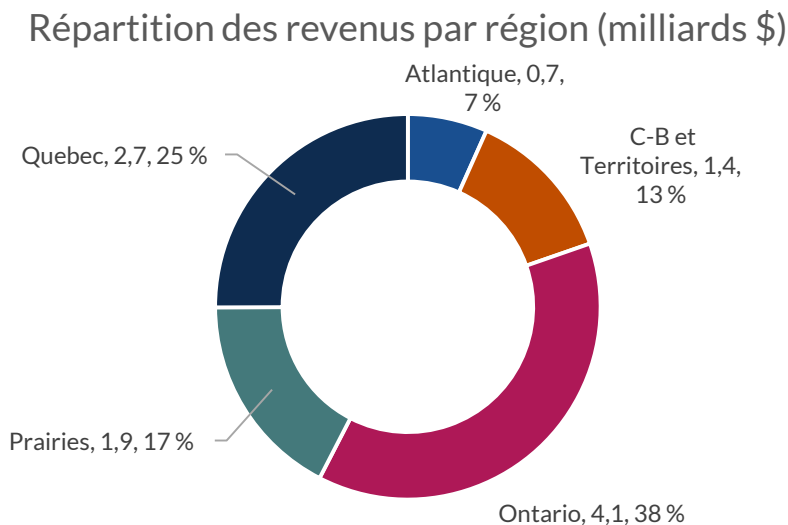
La majorité des revenus de la radio provenaient des services commerciaux (84 %), ce qui englobe les stations de radio AM et FM, en anglais, en français et en d'autres langues. Malgré la baisse dans les revenus des services de radio, il y a en moyenne 88 %⁵⁷ des Canadiens qui écoutent toujours la radio chaque mois.

Comme pour les années précédentes, la majorité des revenus de la télévision provenaient des services facultatifs (59 %), qui dépendaient des revenus provenant des abonnés pour générer la plus grande part (65 %) de leurs revenus.

Enfin, parmi les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR), l'IPTV demeure en tête pour ce qui est de la croissance, avec une augmentation de 10,3 % des revenus par rapport à 2016, alors que les services de radiodiffusion directe affichaient toujours la meilleure rentabilité parmi les services de distribution avec un BAIIA de 28,1 % en 2017.

Au chapitre de la répartition des revenus par région, les provinces les plus peuplées, soit le Québec et l'Ontario, ont accaparé 25 % et 38 % des revenus de radiodiffusion en 2017 respectivement, alors que selon le recensement de 2016⁵⁸, leurs populations représentaient respectivement 23 % et 38 % de la population canadienne.

Graphique 7.2 Répartition des revenus par région (milliards \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

Exclut les revenus en provenance des services de télévision facultatifs et sur demande, ainsi que des services de distribution par radiodiffusion directe, car ces services exploitent une licence nationale.

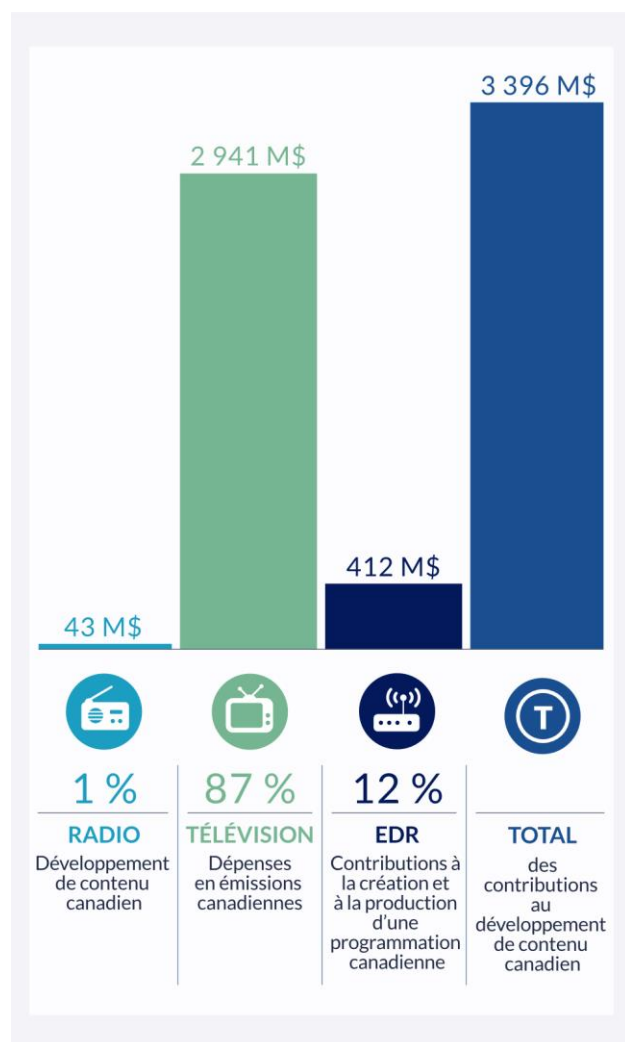
⁵⁷ Source : Observateur des technologies média, automne 2017

⁵⁸ [Chiffres de population et des logements – Faits saillants en tableaux, Recensement de 2016](#)

ii. Contributions au développement de contenu canadien

Les stations de radio commerciale contribuent généralement aux projets de développement de contenu canadien (DCC) pour soutenir le développement et la promotion de contenu musical et de créations orales destinés à la radiodiffusion, alors que les services de télévision versent une partie de leurs revenus de radiodiffusion aux dépenses en émissions canadiennes (DÉC), et les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) contribuent en remettant une partie de leurs revenus annuels de radiodiffusion à la création et à la production d'une programmation canadienne, ce qui va des contributions à des fonds de production aux contributions à la programmation communautaire.

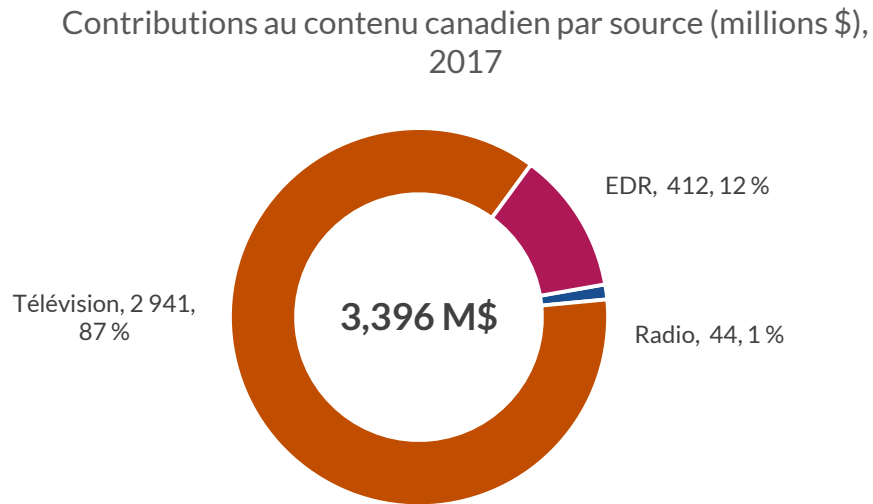
Infographie 7.3



Sources : Données recueillies par le CRTC pendant l'année de radiodiffusion 2017

En 2017, les radiodiffuseurs ont contribué au développement de contenu canadien à hauteur de 3 396 milliards de dollars. Les dépenses en émissions canadiennes constituent la grande majorité (87 %) des contributions au contenu canadien, suivi des contributions par les EDR (12 %) et les contributions au titre des DCC (1 %).

Graphique 7.3 Contributions au contenu canadien par source (millions \$), 2017

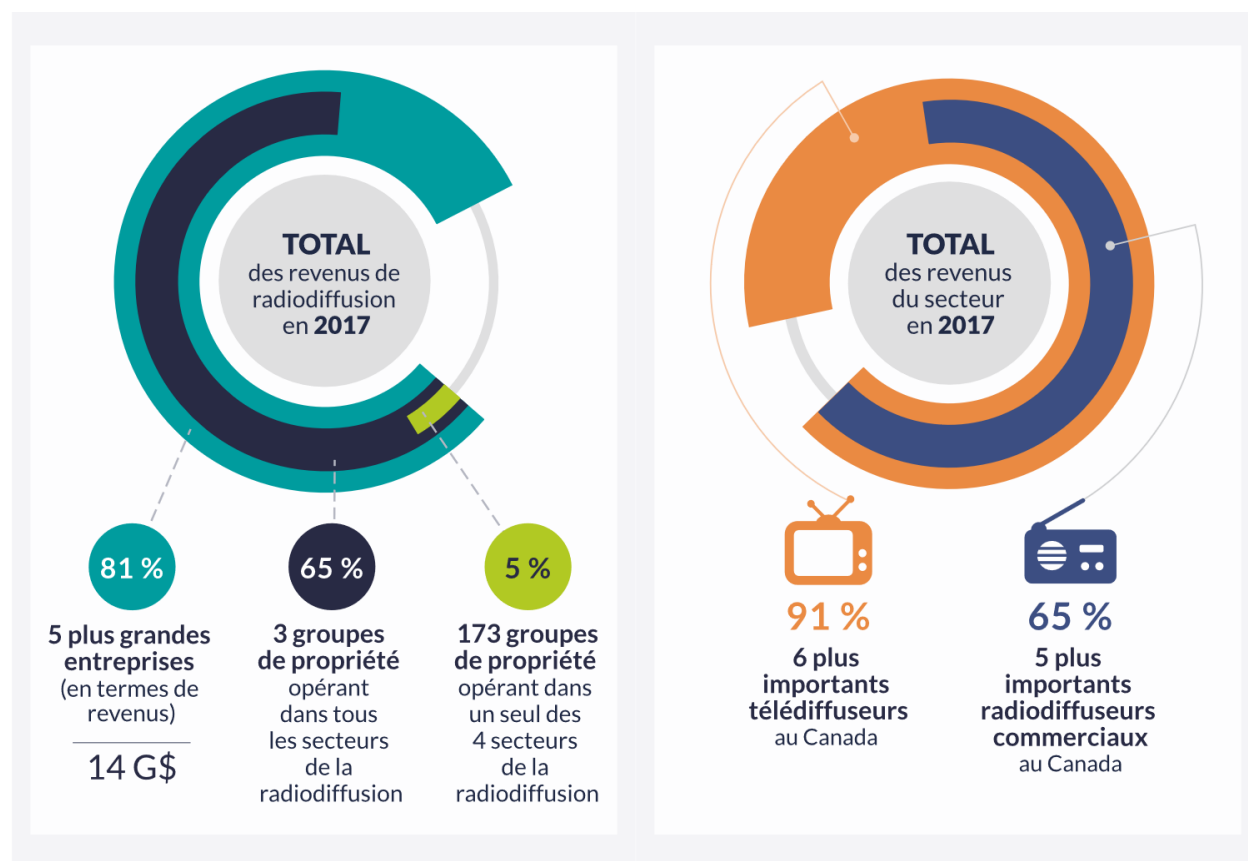


Source : Données recueillies par le CRTC

En plus de ces contributions, les télédiffuseurs et radiodiffuseurs canadiens ont apporté du soutien au contenu canadien de diverses façons, comme la présentation de programmation canadienne, le droit d'auteur et d'autres dépenses liées à la programmation, de même que la production de programmation canadienne à la radio.

iii. Caractéristiques de l'industrie

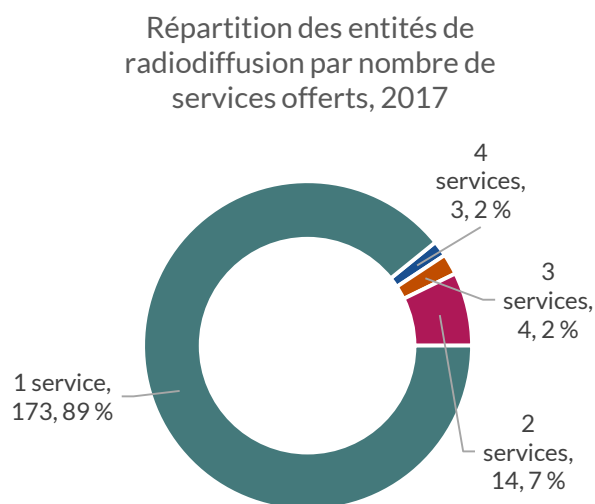
Infographie 7.4



Source : Données recueillies par le CRTC

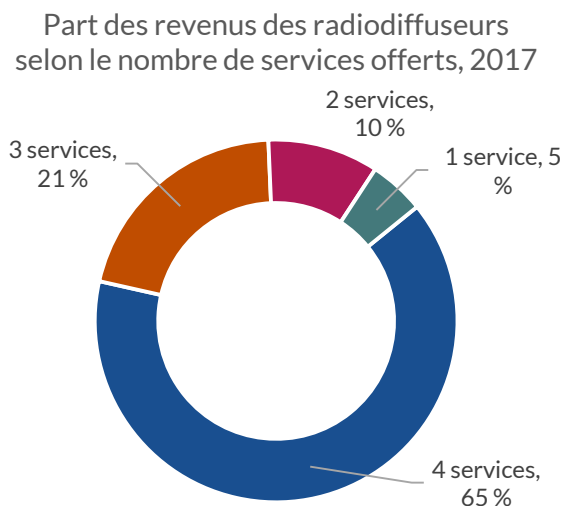
En 2017, comme pour les années précédentes, l'industrie de la radiodiffusion était dominée par quelques entités. Ensemble, les 5 premières entités ont généré environ 81 % du total des revenus de radiodiffusion. Les entités exploitant des stations de radio, des stations de télévision traditionnelle, des services facultatifs/sur demande et des entreprises de distribution de radiodiffusion ont généré 65 % des revenus de radiodiffusion en 2017, alors que les entités exploitant uniquement un type de ces services comptaient pour 5 % du total des revenus de radiodiffusion.

Graphique 7.4 Répartition des entités de radiodiffusion par nombre de services offerts, 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

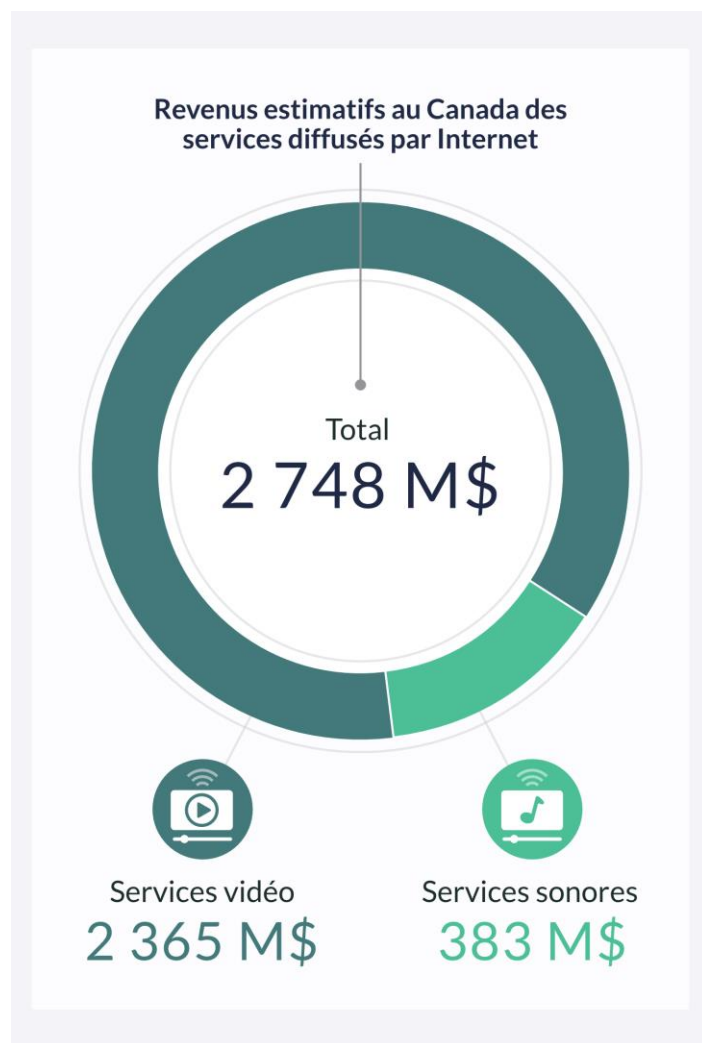
Graphique 7.5 Part des revenus des radiodiffuseurs selon le nombre de services offerts, 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

iv. Revenus estimatifs des services sonores et de télévision diffusés par Internet

Infographie 7.5

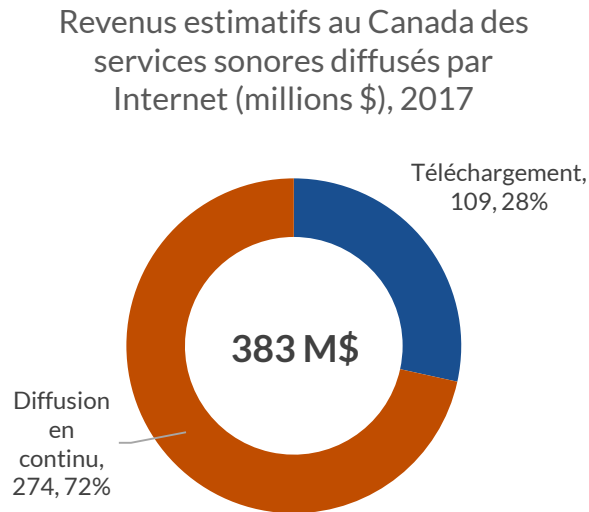


Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Les services sonores et vidéo diffusés par Internet, également connus comme les services de contournement, sont fournis par l'accès Internet. Ces services, selon l'entreprise spécialisée en recherche Ovum, ont généré des revenus estimés à 2,7 milliards de dollars au Canada en 2017, dépassant les revenus de la radio pour 2017 (1,7 milliard de dollars) et représentant 16 % du total des revenus de la radiodiffusion traditionnelle.

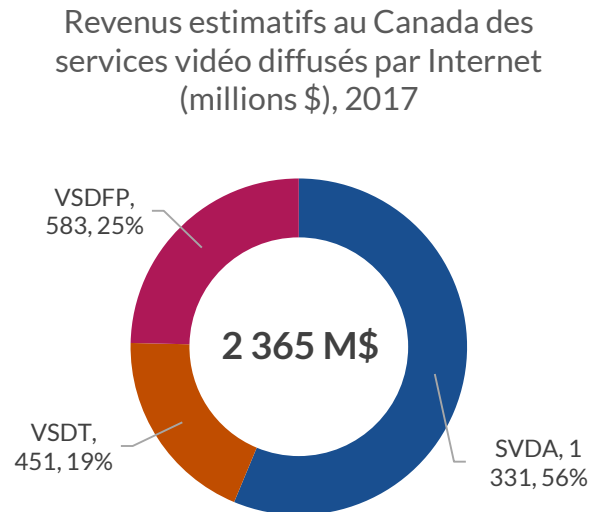
Les revenus estimatifs de contenu vidéo diffusé par Internet proviennent en majorité des services de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) comme ceux de Netflix, d'Amazon Prime Video et de CraveTV, alors que c'est la lecture qui mène pour ce qui est des revenus estimatifs dans le secteur du contenu sonore diffusé par Internet.

Graphique 7.6 Revenus estimatifs au Canada des services sonores diffusés par Internet (millions \$), 2017



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Graphique 7.7 Revenus estimatifs au Canada des services vidéo diffusés par Internet (millions \$), 2017



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Vidéo sur demande par abonnement (VSDA) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client paye des frais d'abonnement pour accéder à une bibliothèque de contenu. Exemples de services VSDA : Club illico, Crave et Netflix.

Vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client paye uniquement pour le contenu visionné. Habituellement, le client ne paye pas pour accéder au service. Exemples de ce type de service : iTunes, Microsoft Movies & TV et PlayStation Network.

Vidéo sur demande financée par la publicité (VSDFP) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client accède en général librement au contenu, mais est exposé à du contenu publicitaire. YouTube est un exemple de ce type de service.

Bien que les services par Internet gagnent en popularité, une grande majorité de Canadiens continuent de consommer des services de radio et de télévision traditionnels. Plus précisément, en 2017, les Canadiens étaient en moyenne 94 % à regarder la télévision traditionnelle et 88 % à écouter la radio chaque mois. Ces taux de pénétration sont beaucoup plus élevés que ceux de leurs équivalents sur Internet, qui affichaient 63 % pour la télévision par Internet et 59 % pour la lecture en continu de musique sur YouTube.

Pour obtenir davantage de renseignements sur les services sonores et vidéo diffusés sur Internet, et sur la méthodologie, consulter les sections Radio et Télévision du présent rapport.



Rapport de surveillance des communications **2018**

Secteur de
la radio



Secteur de la radio

Infographie 8.1

- Les **712 stations de radio commerciales privées** ayant soumis des rapports en 2017 ont généré des **revenus de 1,5 milliard de dollars** (en baisse de 1,9 % par rapport à 2016) avec une **marge bénéficiaire** avant intérêts et impôts (BAII) de **18,7 %**.
- En 2017, les **67 stations de radio de la Société Radio-Canada (SRC)** ont déclaré un total de **295 millions de dollars en revenus, soit une hausse de 1,6 % par rapport à l'année précédente**, et une **marge bénéficiaire** avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) de **6,1 %**.
- Les revenus des **stations de radio autochtones** ont atteint **17,5 millions de dollars** en 2017, soit une **hausse de 16,8 %** par rapport à l'année précédente, mais avec une **marge BAI** de -1,5 %.
- Les revenus issus de **services sonores diffusés par Internet** ont été estimés à **383 millions de dollars** en 2017, une hausse de **25,9 %** par rapport à 2016.
- En moyenne, les **Canadiens âgés de 18 ans et plus** ont écouté **15 heures de radio par semaine** en 2017, une **baisse de 1,7 %** par rapport à 2016.
- Il y avait **109 titulaires de stations de radio** en 2017, dont 19 ont déclaré des revenus dépassant les **10 millions de dollars**.
- Les **contributions aux projets de développement du contenu canadien (DCC)** ont **totalisé 43,5 millions de dollars** en 2017, soit une **baisse de 6,7 %** par rapport à 2016.
- En 2017, il y a eu **9 transactions de propriété en radio** totalisant **30 millions de dollars en avantages tangibles**.

Source : Données recueillies par le CRTC, Ovum, base de données interne du CRTC, Numeris, rapports cumulés

En 2017, les stations de radio commerciales et celles de la SRC ont déclaré 1,8 milliard de dollars en revenus, dont la vaste majorité (84 %) est allée aux stations de radio commerciales privées. En comparaison, les services sonores diffusés par Internet ont généré des revenus estimatifs de 383 millions de dollars au cours de la même année, soit l'équivalent de 21 % des revenus déclarés par les stations de radio traditionnelles (stations commerciales privées et stations de la SRC combinées).

En 2017, les Canadiens de 18 ans et plus écoutaient en moyenne 15 heures de contenu radio par semaine en syntonisant la radio. En plus de ce nombre d'heures d'écoute hebdomadaire, 7,2 heures en moyenne étaient consacrées à l'écoute de contenu audio diffusé en continu, pour un total de 22,2 heures d'écoute de contenu audio par semaine. Ces niveaux sont les niveaux observés les plus élevés pendant la période de 2013 à 2017.

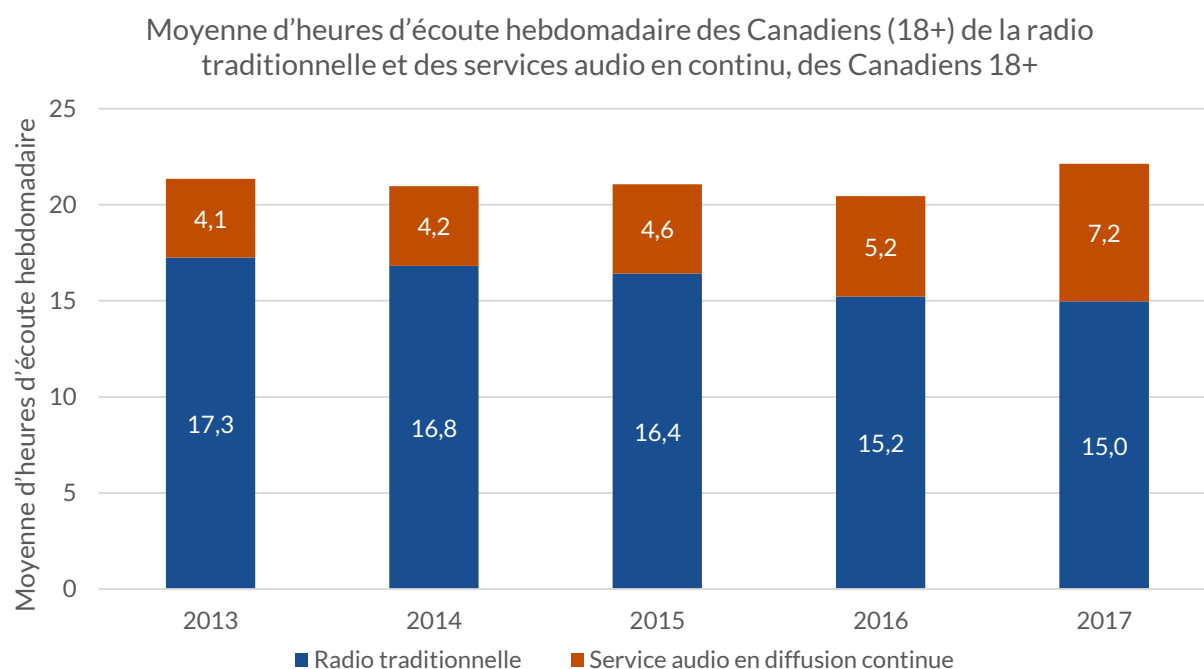
En 2017, les cinq principaux exploitants de radio, qui exploitent 282 stations de radio commerciales, ont déclaré 65 % des revenus totaux de la radio commerciale.

i. Mesure de l'auditoire

Le nombre d'heures hebdomadaires moyennes que les Canadiens de 18 ans et plus passent à écouter la radio traditionnelle a légèrement diminué, passant de 15,2 heures en 2016 à 15 heures en 2017, alors que le nombre d'heures hebdomadaires moyennes passées à écouter des services de diffusion audio en continu est passé de 5,2 en 2016 à 7,2 en 2017, une augmentation de 38 %. Par conséquent, le nombre d'heures hebdomadaires moyennes passées à écouter tous les services audio est passé de 20,4 en 2016 à 22,2 en 2017, le niveau d'écoute le plus élevé durant la période de 2013 à 2017.

Cela démontre que les Canadiens écoutent de plus en plus de contenu audio. De plus, outre l'abandon de la radio traditionnelle, cela laisse entendre que les heures d'écoute du contenu audio diffusé en continu sont complémentaires aux heures d'écoute du contenu de radio traditionnelle.

Graphique 8.1 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens (18+) de la radio traditionnelle et des services audio en continu, des Canadiens 18+, 2013-2017

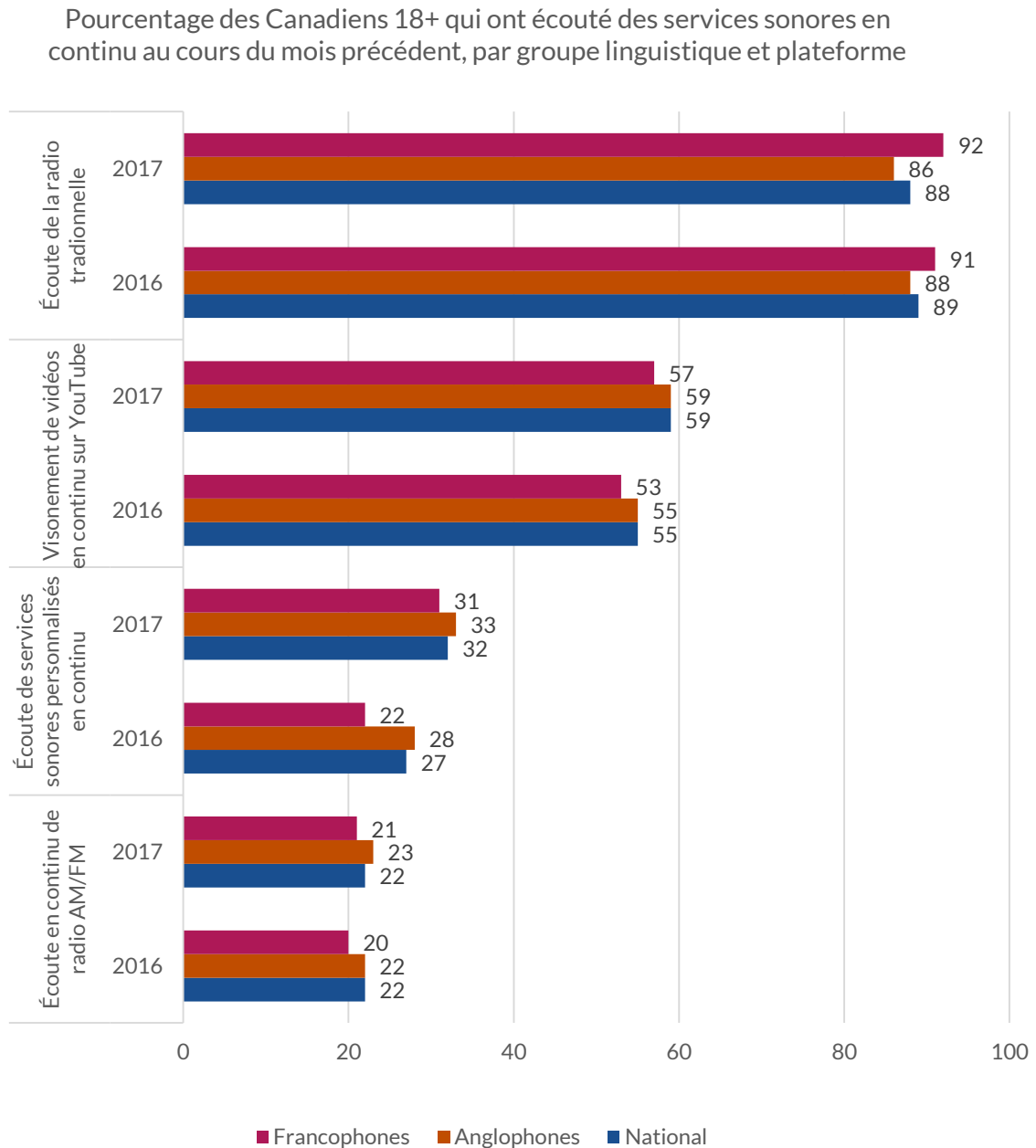


Source : Sondages d'automne par cahiers d'écoute de Numeris, lundi à dimanche, 5 h à 1 h, 18 ans et plus, total Canada
Remarque 1 : Cahier d'écoute radio en ligne instauré à l'automne 2016

Remarque 2 : Observateur des technologies média (OTM), automne 2013-2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus). Les données de l'OTM englobent tous les types de services de diffusion audio en continu, y compris la radio AM/FM diffusée sur Internet.

En 2017, la grande majorité des Canadiens syntonisaient toujours la radio traditionnelle. Lorsqu'on leur posait des questions sur leur consommation de radio et de services audio, 88 % des Canadiens de 18 ans et plus ont déclaré avoir écouté la radio à n'importe quel mois donné. Bien que le visionnement de vidéos de musique en continu sur YouTube et l'écoute de services de musique en ligne personnalisés ont continué de croître en popularité en 2017, joignant respectivement 59 % et 32 % des Canadiens de 18 ans et plus, les deux types de services en ligne ne joignent pas autant de Canadiens que la radio traditionnelle. Cependant, ces services en ligne dépassent la radio par satellite en ce qui concerne la pénétration. En 2017, 17 % des Canadiens ont déclaré être abonnés à un service de radio par satellite, soit une augmentation d'un point de pourcentage par rapport à 2016.

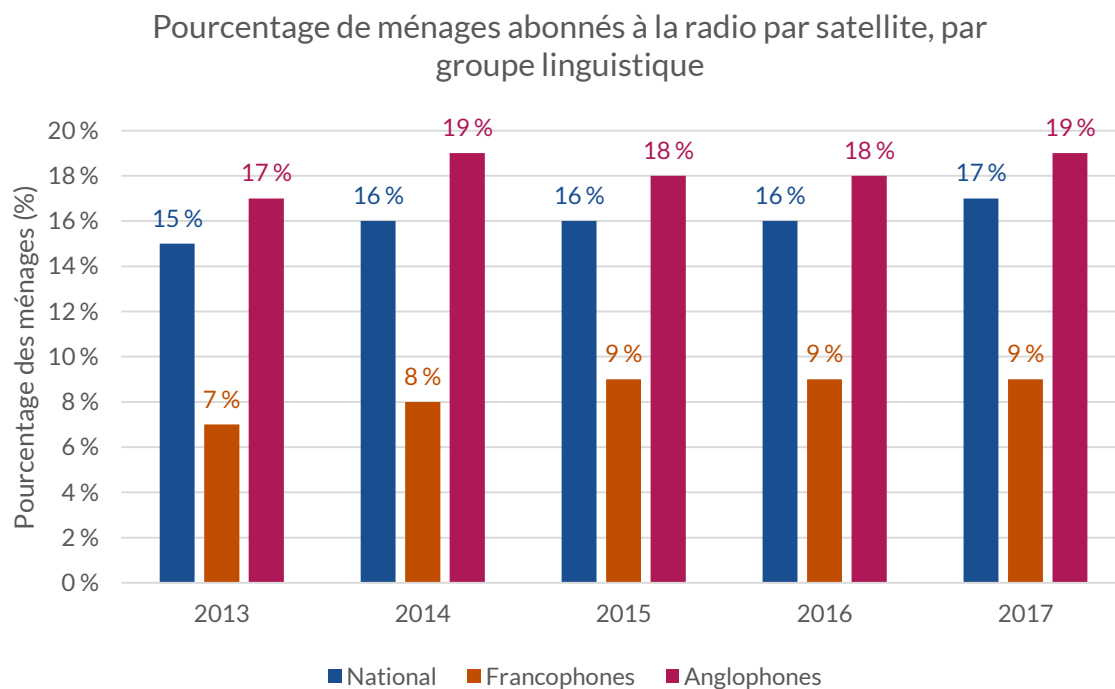
Graphique 8.2 Pourcentage des Canadiens 18+ qui ont écouté des services sonores en continu au cours du mois précédent, par groupe linguistique et plateforme



Source : OTM, automne 2016-2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus)

« Dernier mois » fait référence aux 30 jours précédant le moment où le répondant remplit le sondage.

Graphique 8.3 Pourcentage de ménages abonnés à la radio par satellite, par groupe linguistique

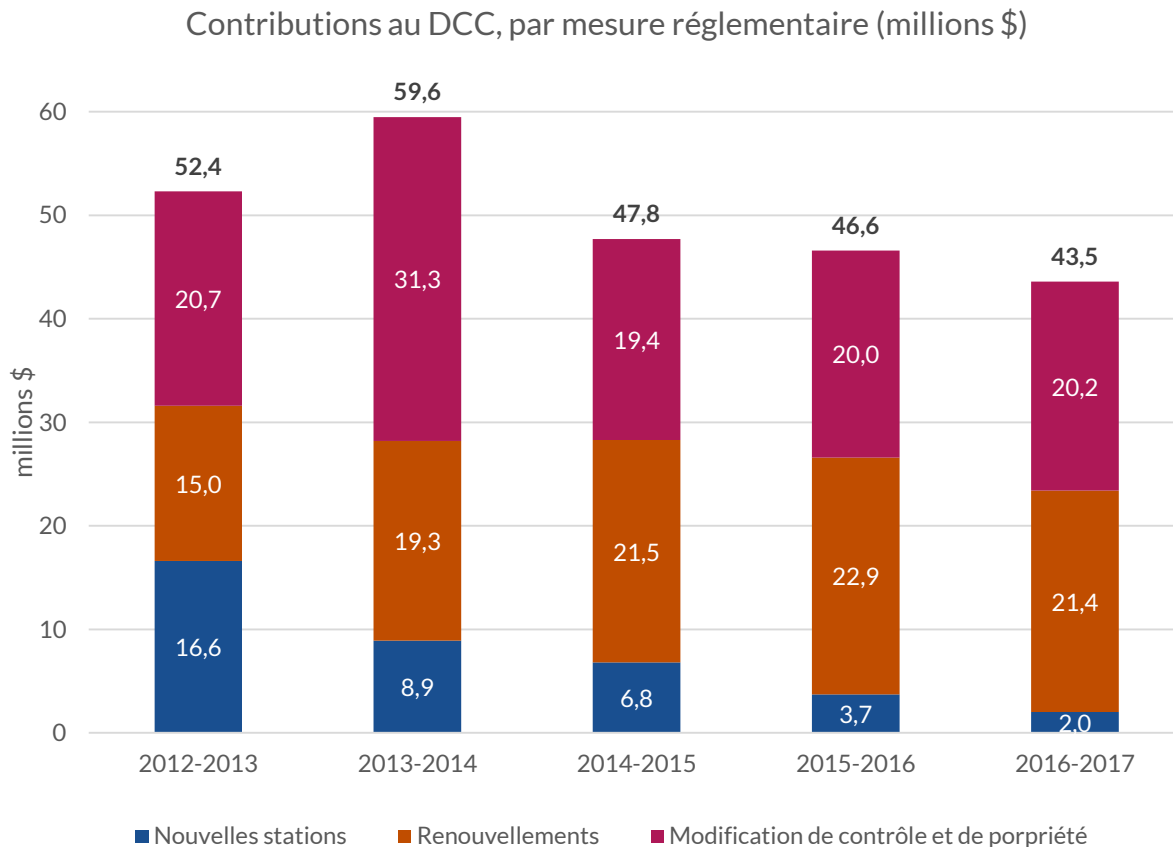


Source : OTM, automne 2013-2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus)

ii. Développement de contenu canadien

Les contributions au titre du développement de contenu canadien (DCC) sont des contributions financières faites par les radiodiffuseurs pour appuyer le développement et la promotion de contenu musical et de créations orales canadien destiné à la radiodiffusion. En 2017, les contributions au titre du DCC, y compris les contributions d'avantages tangibles, ont totalisé 43,5 millions de dollars, soit une diminution de 6,74 % par rapport à l'année précédente. Il existe trois sources de contributions au titre du DCC : les nouvelles stations pendant leur première période de licence (4,5 % des contributions au titre du DCC totales), les stations pour lesquelles les licences ont été renouvelées (49,1 % des contributions au titre du DCC totales) et les stations ayant connu un changement de propriété et de contrôle effectif (46,4 % des contributions au titre du DCC totales).

Graphique 8.4 Contributions au DCC par mesure réglementaire (millions \$)



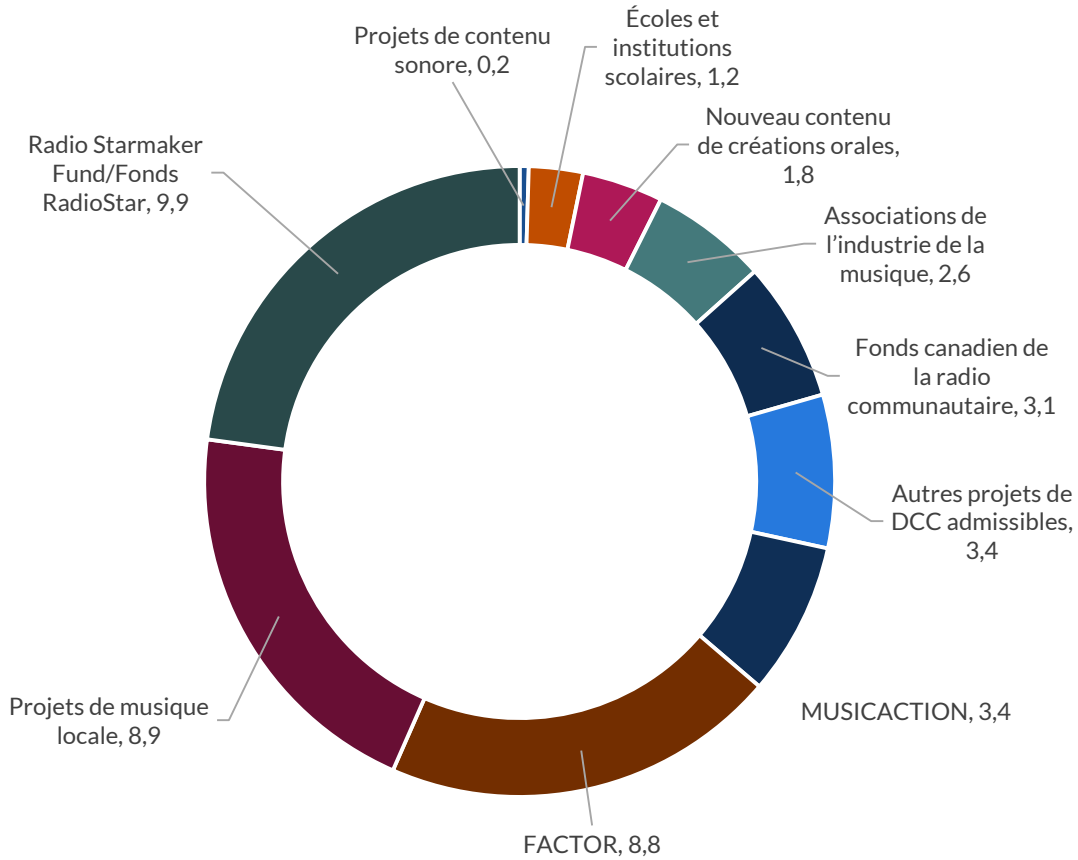
Source : Données recueillies par le CRTC

En 2017, les fonds Radio Starmaker et RadioStar étaient ensemble les principaux bénéficiaires des contributions au titre du DCC, recevant un total de 9,9 millions de dollars (ce qui représente 23 % des contributions au titre du DCC totales). Viennent ensuite les initiatives locales (8,9 millions de dollars) et FACTOR (8,8 millions de dollars). Ensemble, ces trois bénéficiaires ont reçu 63 % de toutes les contributions

au titre du DCC en 2017. MUSICTION a reçu environ 3,4 millions de dollars en contributions au titre du DCC, soit l'équivalent de 39 % des fonds reçus par FACTOR.

Graphique 8.5 Bénéficiaires des contributions en développement de contenu canadien (millions \$), 2017

Bénéficiaires des contributions en développement de contenu canadien (millions \$), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

iii. Avantages tangibles

En 2017, le Conseil a approuvé neuf transactions de propriété pour des services de langue anglaise et des services de langue française, ce qui a donné lieu à des avantages tangibles totaux de 30 millions de dollars.

Tableau 8.1 Nombre de transactions de propriété en radio, valeur de ces transactions (en millions de dollars) et les avantages tangibles qui en ont découlé (en millions de dollars), par langue de service, pour la période du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2017

Langue de service	Mesure	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Anglais	Nombre de transactions	4	9	6	4	8	31
	Valeur des transactions (M\$)	756,7	257,7	55,1	1,4	260,4	1 331,3
	Avantages tangibles (M\$)	52	15,5	4	0,8	15,6	87,9
Français	Nombre de transactions	1	0	6	4	1	12
	Valeur des transactions (M\$)	357,7	0	54,6	9,4	239,5	661,2
	Avantages tangibles (M\$)	25	0	3,9	0,6	14,4	43,9

Sources : Décisions et approbations administratives du CRTC

La transaction de propriété BCE/Astral (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.

La transaction de Sirius XM Canada en 2017 (voir les décisions de radiodiffusion 2017-114 et 2018-91) a donné lieu à des avantages tangibles de 28,7 millions de dollars. Dans ses décisions, le CRTC a ordonné que 27,1 millions de dollars soient répartis en parts égales entre les fonds de langue anglaise et les fonds de langue française. Le CRTC a également ordonné à Sirius XM Canada de verser les 1,6 million de dollars restants du bloc d'avantages tangibles au Fonds de participation à la radiodiffusion. Étant donné la répartition des contributions d'avantages tangibles entre les bénéficiaires de langue anglaise et ceux de langue française, la transaction de Sirius XM est indiquée dans les sections des bénéficiaires français et des bénéficiaires anglais, et sa valeur est divisée en parts égales entre chaque section.

iv. Radio commerciale

Infographie 8.2

2017	 Radio commerciale	 Stations de radio AM	 Stations de radio FM
Nombre de stations ayant produit des rapports	712	121	591
Revenus	1 520 M\$	273 M\$	1 247 M\$
Croissance des revenus en 2016-2017	↓ 1,9 %	↓ 4,0 %	↓ 1,5 %
Recettes publicitaires locales*	64 %	73 %	63 %
Recettes publicitaires nationales*	34 %	25 %	36 %
Marge BAII	18,7 %	6,0 %	21,4 %
Part d'écoute	93,9 %	15,8 %	78,1 %

* % des revenus totaux

2017	 Stations de langue anglaise	 Stations de langue française	 Stations de langue tierce
Nombre de stations ayant produit des rapports	589	98	25
Revenus	1 214 M\$	258 M\$	48 M\$
Croissance des revenus 2016-2017	↓ 2,3 %	↓ 1,2 %	2,7 %
Recettes publicitaires locales*	64 %	59 %	88 %
Recettes publicitaires nationales*	34 %	39 %	5 %
Marge BAII	18,7 %	18,9 %	16,1 %
Part d'écoute	73,8 %	20,2 %	s.o.

* % des revenus totaux

Source : Données recueillies par le CRTC, Numeris

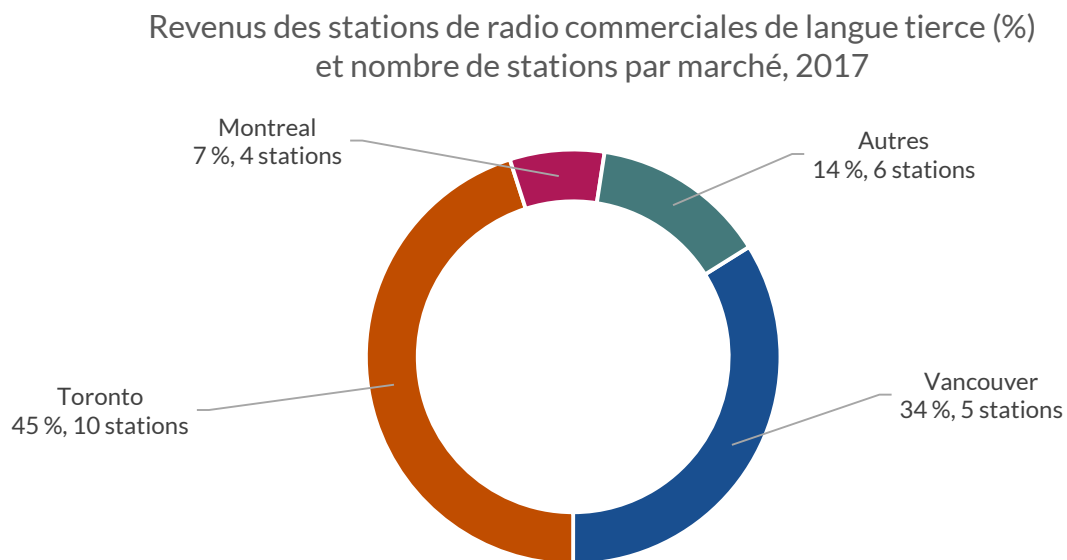
En 2017, 712 stations de radio commerciales produisant des rapports ont déclaré des revenus de 1,5 milliard de dollars, soit une baisse de 1,9 % par rapport à 2016. Cette baisse est légèrement supérieure à la baisse de revenus moyenne annuelle de 1,6 % pour la période de 2013 à 2017. Cependant, la marge de rentabilité globale de ces stations de radio commerciales, 18,7 %, est demeurée stable par rapport à celle de 2016 (18,6 %).

Les 591 stations commerciales FM produisant des rapports ont déclaré des revenus de 1,2 milliard de dollars en 2017, soit l'équivalent de 82 % des revenus totaux de la radio commerciale. Les stations FM ont une rentabilité supérieure aux stations AM : elles ont déclaré une marge BAII de 21,4 % par rapport aux 6,0 % déclarés par les stations AM.

Les stations commerciales FM dépendent moins des recettes publicitaires locales et plus des recettes publicitaires nationales que les stations AM. Alors que 63 % des revenus des stations FM proviennent de la publicité locale et 36 % de la publicité nationale, ces pourcentages sont respectivement de 73 % et de 25 % pour les stations AM.

Bien que la vaste majorité des revenus soient générés par des stations de radio de langue anglaise, la rentabilité des stations de langue anglaise, de langue française et de langue tierce était plutôt semblable en ce qui a trait aux marges BAIL. Ce qui distingue les stations de radio de langue tierce des stations de radio de langue française et de langue anglaise est la répartition des revenus : 88 % des revenus des stations de langue tierce proviennent de la publicité locale, par rapport à 64 % pour les stations de langue anglaise et à 59 % pour les stations de langue française. De plus, les stations de langue tierce sont principalement concentrées dans les grands marchés, et ont une présence limitée à l'extérieur de ces marchés.

Graphique 8.6 Revenus des stations de radio commerciales de langue tierce (%) et nombre de stations par marché, 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Composition du marché

En 2017, les cinq principaux groupes de propriété de radio au Canada ont cumulé 65 % des revenus totaux de la radio commerciale. Les deux principaux groupes, BCE (105 stations) et Rogers (54 stations) ont généré près de 40 % des revenus totaux de la radio pour la période de 2014 à 2017.

Infographie 8.3

2017	Nombre de stations ayant produit des rapports	Revenus	Revenus de la radio commerciale	2017	Revenus des stations de langue anglaise	Revenus des stations de langue française
BCE	105	373 M\$	25 %	BCE	280 M\$	\$93 M
ROGERS	54	220 M\$	14 %	ROGERS	220 M\$	
CORUS.	39	115 M\$	8 %	CORUS.	115 M\$	
NewCap RADIO	71	159 M\$	10 %	NewCap RADIO	159 M\$	
COGECO	13	105 M\$	8 %	COGECO	s. o.	s. o.
T	282	970 M\$	65 %	T	773 M\$	93 M\$

2017	Part d'écoute dans le marché anglophone	Part d'écoute dans le marché francophone
BCE	18 %	23 %
ROGERS	13 %	
CORUS.	12 %	
NewCap RADIO	9 %	
COGECO	s. o.	32 %
T	52 %	54 %

Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété, Numeris

Pour 2017, en plus de déclarer la majorité des revenus du secteur de la radio, ces cinq groupes de propriété détenaient la majorité des parts d'écoute dans les marchés francophone et anglophone. Dans le marché anglophone, ils détenaient ensemble 55 % des parts d'écoute : BCE en tête avec 18 %, suivie par Rogers avec 13 % et Corus avec 12 %. Dans le marché francophone, Cogeco et BCE détenaient ensemble 54 % des parts d'heures d'écoute hebdomadaires moyennes en 2017 : Cogeco en tête avec 32 %, suivie par BCE avec 23 %.

Formules

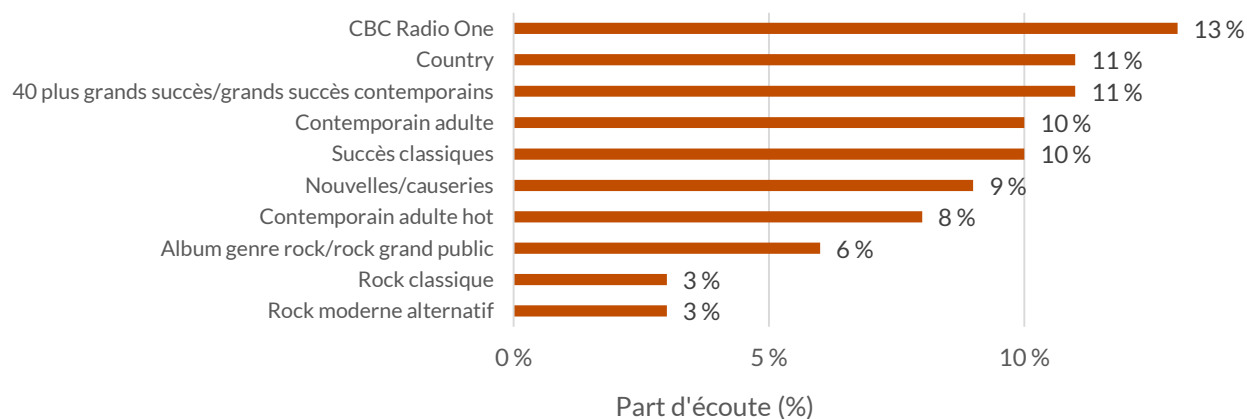
En 2017, l'écoute de la radio dans le marché anglophone était plus fragmentée que dans le marché francophone.

Les trois principales formules dans le marché anglophone détenaient environ 44 % des parts d'écoute : la radio à prépondérance verbale (Radio One de la SRC) et les nouvelles à prépondérance verbale en tête avec 22 %, suivies par les formules country et Top 40, détenant chacune environ 11 % des parts d'écoute.

Les trois principales formules dans le marché francophone détenaient environ 73 % des parts d'écoute : la radio à prépondérance verbale (nouvelles à prépondérance verbale et Radio Canada Première combinées) en tête avec 37 %, suivie par la formule adulte contemporain hot avec 29 % et la formule 40 plus grands succès/grands succès contemporains avec 7 %.

Graphique 8.7 Part d'écoute des formules du marché anglophone les plus populaires (%), 2017

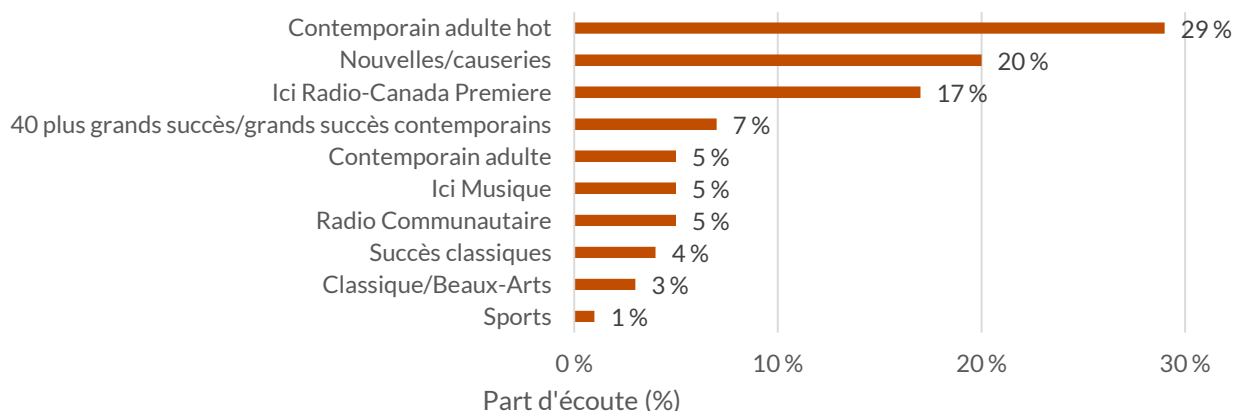
Part d'écoute des formules du marché anglophone les plus populaires (%), 2017



Source : Sondage de l'automne 2017 par cahiers d'écoute de Numeris, lundi à dimanche, 5 h à 1 h, 12 ans et plus

Graphique 8.8 Part d'écoute des formules du marché francophone les plus populaires (%), 2017

Part d'écoute des formules du marché francophone les plus populaires (%), 2017



Source : Sondage de l'automne 2017 par cahiers d'écoute de Numeris, lundi à dimanche, 5 h à 1 h, 12 ans et plus
Bien que les stations de radio de la CBC/SRC ne soient pas considérées comme étant une formule, elles ont été incluses puisqu'elles détiennent une importante part d'écoute.

v. Radio de la SRC

Infographie 8.4

SRC			
	TOUS Toutes les stations radio de la SRC	AM Stations radio AM de la SRC	FM Stations radio FM de la SRC
2017			
Nombre de stations ayant produit des rapports	67	14	53
Revenus	295 M\$	50 M\$	245 M\$
Croissance des revenus en 2016-2017	1,6 %	↓ 1,8 %	2,3 %
Crédits parlementaires*	97 %	98 %	96 %
Marge BAIIIDA	6,1	6,0	6,1
Part d'écoute	16,2 %	s. o.	s. o.

* % des revenus totaux

Source : Données recueillies par le CRTC, Numeris

La Société Radio-Canada (SRC) est le radiodiffuseur public du Canada. Ses 14 stations AM et ses 53 stations FM ont déclaré des revenus de 295 millions de dollars en 2017, soit une augmentation de 1,6 % par rapport à 2016. Cette augmentation est principalement attribuable à une augmentation semblable des crédits parlementaires, qui représentent 97 % des revenus de la SRC.

Depuis 2014, les ventes de publicités nationales représentent une source modeste de revenu pour les stations de la SRC. À leur sommet en 2015, elles représentaient 0,5 % des revenus totaux du radiodiffuseur public. En 2017, la SRC a cessé de recevoir des revenus provenant de ventes de publicités nationales (autre des revenus de 82 000 \$).

Radio One de la SRC et son équivalent francophone ICI Radio-Canada Première sont des services de radio à prépondérance verbale populaires. Il s'agit de la formule de radio anglophone la plus populaire avec 13 % des parts d'écoute en anglais, alors que le service francophone a des parts d'écoute en français de 17 %. Ensemble, ces services représentent 13,1 % de toutes les heures d'écoute hebdomadaires moyennes. Ces formules de radio à prépondérance verbale génèrent 80,5 % des parts d'écoute de la SRC dans les quatre réseaux.

vi. Radio non commerciale

Infographie 8.5

2017	Nombre de stations ayant produit des rapports	Revenus	Revenus moyens par station	2017	Croissance des revenus, 2016-2017	Taux de croissance annuel moyen des revenus, 2013-2017	Recettes publicitaires en pourcentage du total
Campus	48	11,0 M\$	229 000 \$	Campus	↓ 0,6 %	4,5 %	7 %
Communautaire	112	33,9 M\$	303 000 \$	Communautaire	↓ 4,5 %	1,2 %	46 %
Autochtone	32	17,5 M\$	548 000 \$	Autochtone	16,8 %	2,3 %	28 %
Religieuse	29	9,3 M\$	321 000 \$	Religieuse	↓ 3,1 %	4,9 %	32 %
TOTAL	221	71,8 M\$	325 000 \$	TOTAL	0,8 %	2,4 %	34 %

2017	Subventions publiques en pourcentage du total	Marge de BAII	Part d'écoute
Campus	16 %	3,3 %	0,3 %
Communautaire	18 %	4,3 %	1,7 %
Autochtone	19 %	↓ 1,5 %	0,3 %
Religieuse	5 %	5,0 %	0,3 %
TOTAL	16 %	2,8 %	2,7 %

Source : Données recueillies par le CRTC, Numeris

Les stations de radio non commerciales jouent un rôle important dans les collectivités qu'elles desservent et dans le secteur de la radiodiffusion dans son ensemble. En 2017, il y avait 221 stations de radio non commerciales produisant des rapports et appartenant à quatre catégories : campus, communautaire, autochtone et religieuse. Les revenus totaux déclarés de ces stations en 2017 étaient de 71,8 millions de dollars : les stations communautaires généraient près de la moitié de ces revenus (47 %), alors que les stations autochtones généraient près du quart (24 %).

Plus de 50 % des revenus des stations de radio autochtones proviennent de sources non conventionnelles et d'activités de financement. En 2017, les recettes publicitaires représentaient 28 % des revenus totaux (dont 89 % provenaient de la publicité locale) et les subventions gouvernementales représentaient 19 % des revenus totaux. D'après les revenus moyens par station, de toutes les stations de radio non commerciales, les stations de radio autochtones génèrent le plus de revenus par station. Par contre, leur marge de rentabilité est la plus faible de toutes les stations de radio non commerciales.

Les revenus des stations de radio de campus proviennent principalement de sources non conventionnelles et d'activités de financement. En 2017, les subventions gouvernementales représentaient 16 % des revenus de ces stations, alors que les recettes publicitaires représentaient 7 % des revenus (dont 96 % provenaient de la publicité locale).

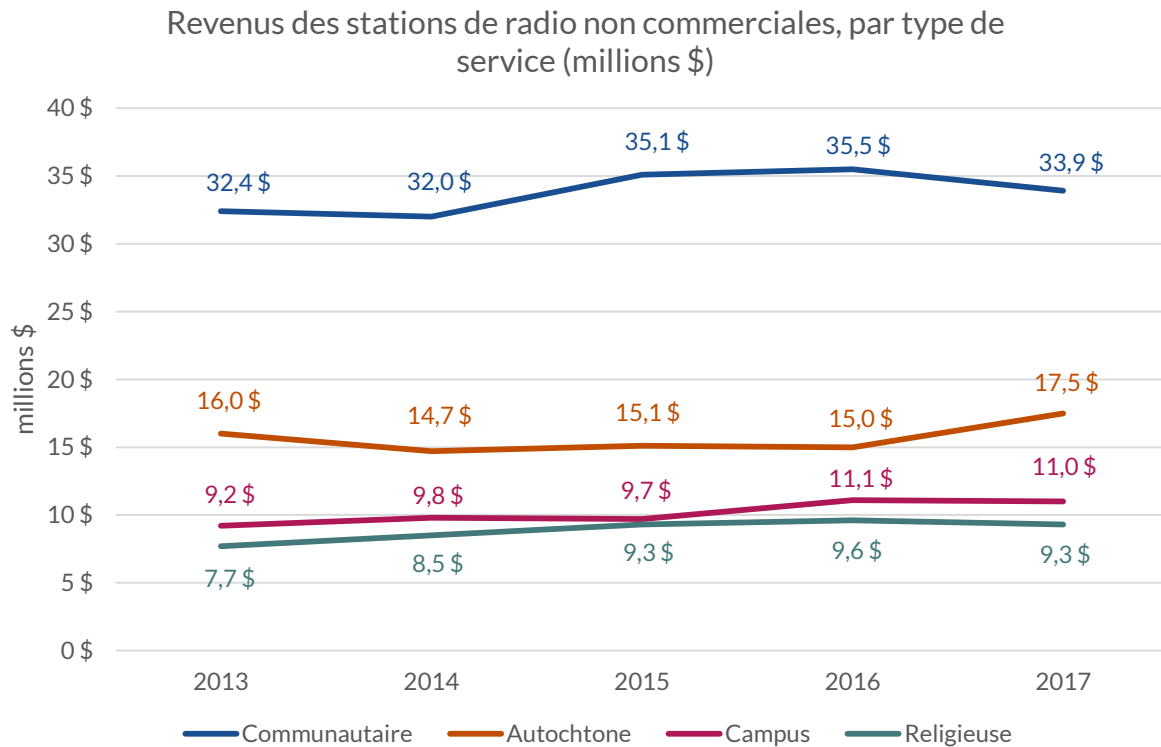
Bien que leur mandat soit semblable, les stations de radio communautaires ont des sources de revenus différentes des stations de radio de campus. En 2017, les recettes publicitaires représentaient 46 % des revenus des stations communautaires, dont 79 % provenaient de la publicité locale. Les subventions gouvernementales représentaient 18 % des revenus des stations communautaires.

Comme c'est le cas pour d'autres stations de radio non commerciales, en 2017, les sources non conventionnelles de financement étaient une importante source de revenus pour les stations de radio religieuses (54 % des revenus totaux). Les recettes publicitaires représentaient 32 % des revenus totaux (dont 98 % provenaient de la publicité locale). Les ventes de droits de diffusion représentaient 9 % et les subventions gouvernementales 5 % des revenus des stations de radio religieuses.

De 2013 à 2017, de tous les types de stations de radio non commerciales, les stations de radio religieuses ont déclaré la croissance annuelle moyenne des revenus la plus élevée (4,9 %), suivies par les stations de radio de campus (4,5 %) et les stations de radio autochtones (2,3 %).

Revenus

Graphique 8.9 Revenus des stations de radio non commerciales, par type de service (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

Bien que le nombre de stations ait légèrement diminué de 2013 à 2017 (passant de 228 à 221 stations), les revenus ont en moyenne augmenté de 2,4 % par année pendant la même période. Les revenus totaux de chaque type de station de radio non commerciale en 2017 étaient semblables à ceux de la période de 2013 à 2017 : les stations de radio communautaires avaient la plus grande part de revenus de radio non commerciale (stations de radio communautaires, 47 %; stations de radio de campus, 15 %, stations de radio autochtones, 24 %; stations de radio religieuses, 13 %).

Les sources de revenus des stations de radio non commerciales comprennent les ventes d'espace publicitaire, les ventes de droit de diffusion, les subventions publiques et d'autres revenus non liés à la radio. En 2017, les revenus provenant des subventions publiques représentaient un peu plus de 16 % des revenus totaux. Ces contributions ont diminué à un taux de 4,1 % chaque année de 2013 à 2017. Les revenus provenant des ventes de droit de diffusions représentaient une part négligeable des revenus totaux.

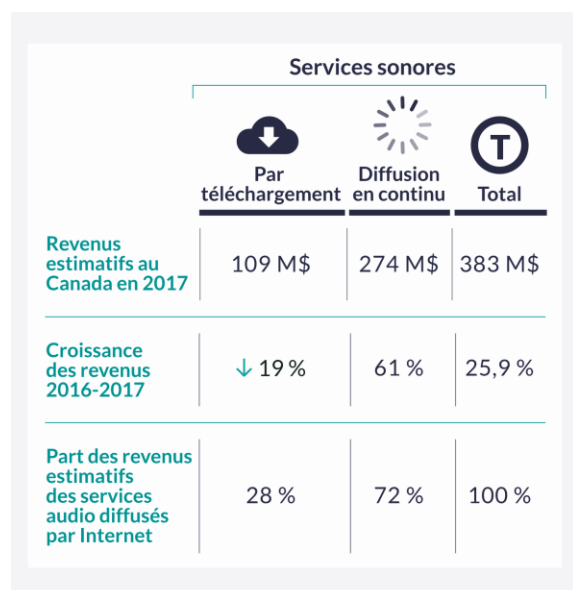
Les recettes publicitaires représentaient environ 34 % des revenus totaux. Les recettes publicitaires sont réparties en revenus locaux et en revenus nationaux. Les stations de radio non commerciales ont en commun d'être hyperlocales : 84 % de leurs recettes publicitaires totales proviennent de recettes publicitaires locales (par rapport à 65 % pour les stations de radio commerciales).

vii. Services sonores diffusés par Internet

Les services sonores diffusés par Internet sont de plus en plus utilisés par les Canadiens pour accéder à un contenu audio. Différents types de services sont offerts, qui peuvent être classés dans deux principaux types de modèles d'affaires :

- Les **services sonores diffusés par téléchargement** permettent aux consommateurs de télécharger des fichiers audio en échange de frais uniques (par exemple, iTunes).
- Les **services de diffusion audio en continu** désignent les services Internet qui permettent aux utilisateurs d'écouter du contenu audio en continu et qui contiennent de la publicité ou sont offerts en échange de frais d'abonnement (par exemple, Spotify).

Infographie 8.6



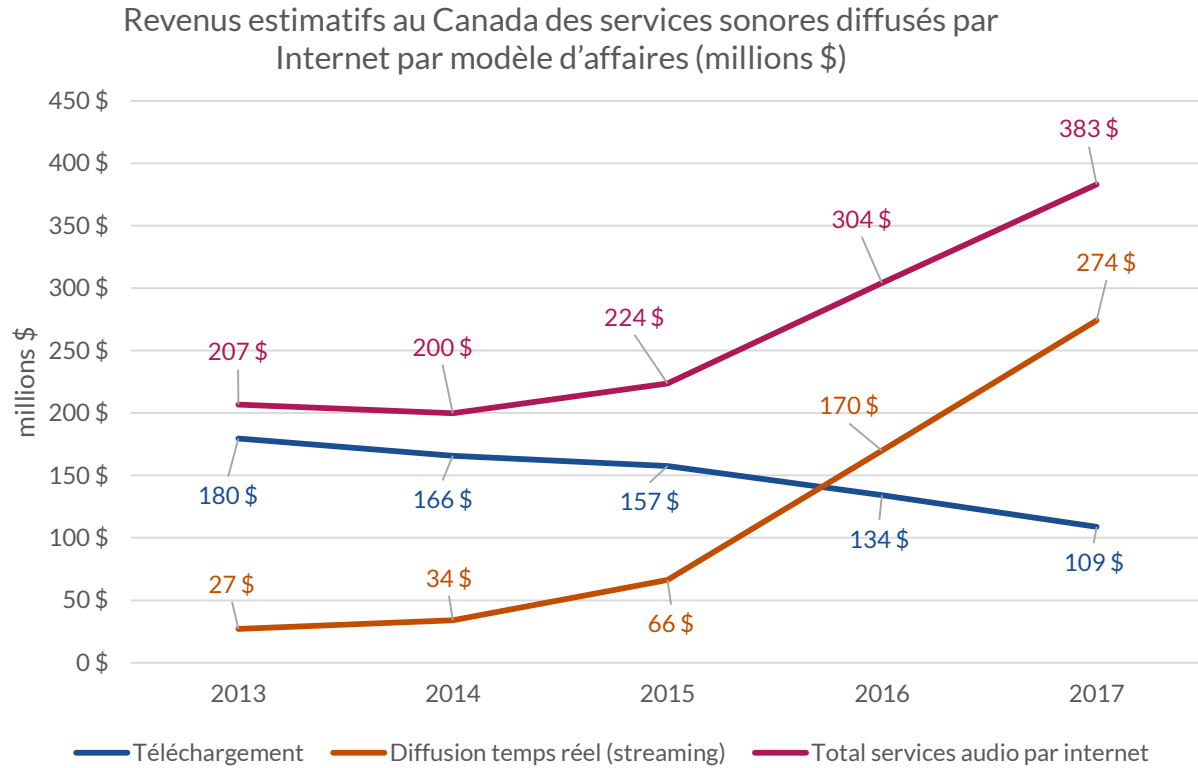
Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Les revenus estimatifs des services audio diffusés par Internet ont augmenté au Canada de 25,9 % de 2016 à 2017, atteignant 383 millions de dollars. Par rapport aux revenus de 1,8 milliard de dollars des stations de radio commerciales et de la SRC, les services sonores diffusés par Internet ne représentent que 21 % des revenus du secteur de la radio réglementé.

Alors que les revenus estimatifs des services de diffusion audio en continu augmentaient, ceux des services sonores diffusés par téléchargement diminuaient. En 2017, les services de diffusion audio en continu ont récolté 72 % des revenus estimatifs des services diffusés par Internet, alors que les services diffusés par téléchargement en ont récolté 28 %.

En 2013, les revenus des services sonores diffusés par Internet étaient stimulés par les services sonores diffusés par téléchargement, qui ont récolté 87 % des revenus estimatifs. Depuis, les revenus provenant du téléchargement ont diminué de 18,8 % par année, alors que les revenus récoltés par les services de diffusion en continu ont rapidement augmenté au cours de la même période, connaissant une croissance sur douze mois de 78,4 %. Les services de diffusion en continu ont récolté des revenus estimatifs de 274 millions de dollars en 2017, ce qui laisse croire que les Canadiens délaissent le téléchargement du contenu audio au profit de l'écoute en continu de ce type de contenu.

Graphique 8.10 Revenus estimatifs au Canada des services sonores diffusés par Internet par modèle d'affaires (millions \$)



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

viii. Disponibilité des services de radio et d'autres services sonores

Le tableau ci-dessous énumère le type et le nombre de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada en 2016 et en 2017. La liste comprend les stations de radio AM et FM commerciales, les stations de radio AM et FM non commerciales, les services de radio par satellite par abonnement, les services sonores spécialisés et les services sonores payants.

En 2017, 1 121 services de radios et services sonores étaient autorisés à diffuser au Canada, soit neuf services de radio en direct de plus qu'en 2016. Les stations de radio commerciales privées représentaient près des deux tiers de tous les services de radio et services sonores au Canada, alors que les stations communautaires, le deuxième type de service de radio le plus courant, représentaient 12 % de tous les services de radio et services sonores en 2017.

Tableau 8.2 Type et nombre de services de radio et de services sonores autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion

Type de station	Langue anglaise		Langue française		Autres langues		Toutes les langues	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
CBC Radio/Radio-Canada	53	53	35	35	0	0	88	88
Licences de réseau des stations de radio de la CBC/SRC	2	2	2	2	0	0	4	4
Commerciale privée – Stations AM	105	104	9	6	14	18	128	128
Commerciale privée – Stations FM	484	481	93	93	20	23	597	597
Licences de réseau des stations de radio commerciales privées AM et FM	0	0	1	1	0	0	1	1
Religieux (musique et création orale)	45	47	4	6	1	1	50	54
Communautaire	59	61	65	68	3	3	127	132
Stations en développement communautaire	2	3	1	1	0	0	3	4
Stations axées sur la communauté (campus)	42	42	5	5	0	0	47	47
Stations d'enseignement (campus)	0	0	0	0	0	0	0	0
Stations de radio autochtones	43	43	5	5	3	3	51	51
Autre (tourisme/circulation, etc.)	3	7	2	2	0	0	5	9
Nombre total de services de radio en direct	838	843	222	224	41	48	1 101	1,115
Service de radio par satellite par abonnement	2	2	0	0	0	0	2	2
Services sonores spécialisés (commerciaux/à but non lucratif, régionaux/nationaux)	2	2	0	0	5	5	7	7
Services sonores payants	0	0	0	0	2	2	2	2
Nombre total de services de radio et de services sonores	842	847	222	224	48	55	1 112	1,126

Source : Base de données interne du CRTC, au 31 décembre 2017

Ce tableau indique le nombre de services de radio et de services sonores approuvés par le Conseil. Ceux-ci ne sont pas nécessairement tous en exploitations. Les « services de radio en direct » excluent les entreprises de distribution de radiocommunication, les réémetteurs et les services de radio qui sont exemptés des exigences relatives à l'attribution d'une licence. « Autre langues » comprend les services en langues autochtones et en langue tierce.

Tableau 8.3 Nombre de services de radio publics/communautaires et privés autorisés à diffuser en direct au Canada, par province et langue de diffusion, 2017

Province/territoire	Langue anglaise		Langue française		Autres langues		Total	
	Public/ commu- nautaire	Privé	Public/ commu- nautaire	Privé	Public/ commu- nautaire	Privé	Public/ commu- nautaire	Privé
Colombie-Britannique	35	104	3	0	1	8	39	112
Alberta	12	103	5	0	0	5	17	108
Saskatchewan	14	43	2	0	0	0	16	43
Manitoba	10	34	3	0	0	1	13	35
Ontario	68	212	14	4	2	17	84	233
Québec	16	7	64	90	2	7	82	104
Nouveau-Brunswick	8	25	13	5	0	0	21	30
Nouvelle-Écosse	16	31	6	0	0	1	22	32
Île-du-Prince-Édouard	1	5	1	0	0	0	2	5
Terre-Neuve-et-Labrador	13	18	1	0	0	0	14	18
Le Nord	10	5	2	0	0	0	12	5
Canada	203	587	114	99	5	39	322	725

Source : Base de données interne du CRTC

Ce tableau indique le nombre de services de radio approuvés par le Conseil. Les services de radio non commerciale, d'information touristique et d'urgence, ainsi que les réémetteurs, sont exclus. « Autre langues » comprend les services en langues autochtones et en langue tierce. Les services ne sont pas tous nécessairement en exploitation.

« Le Nord » fait référence aux Territoires du Nord-Ouest, au Nunavut et au Yukon.

Tableau 8.4 Nombre de nouvelles stations de radio en direct autorisées, classées par langue, catégorie de licence, type de service et processus d'attribution de licence

Catégorie	Sous-catégorie	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Langue	Langue anglaise	20	24	10	10	6	70
	Langue française	5	2	3	2	2	14
	Langue tierce	0	3	1	3	0	7
	Total	25	29	14	15	8	91
Catégorie de licence	Commerciale	12	20	7	4	0	43
	Communautaire	7	6	2	6	2	23
	Campus	0	1	1	0	0	2
	Autochtone	0	2	1	5	6	14
	Autre	6	0	3	0	0	9
	Total	25	29	14	15	8	91
Type	Numérique autonome	0	0	0	0	0	0
	Radio numérique	0	0	0	0	0	0
	Fréquence AM	0	2	1	2	1	6
	Fréquence FM	25	27	13	13	7	85
	Conversions de la bande AM à la bande FM (incluses sous FM)	(5)	(0)	(2)	(0)	(1)	(8)
	Total	25	29	14	15	8	91
Processus	Concurrentiel	0	5	1	2	8	16
	Non concurrentiel	25	24	13	13	0	75
	Total	25	29	14	15	8	91

Source : Décisions du CRTC rendues au cours de la période du 1er janvier 2013 au 31 décembre 2017

Ce tableau indique le nombre de stations autorisées par langue, catégorie de licence, type de service et le processus utilisé pour attribuer la licence.

Dans la catégorie « Catégorie de licence », la sous-catégorie « Autre » comprend les stations à but non lucratif, notamment celles qui sont exploitées en anglais et en français par la CBC/SRC et Environnement et Changement climatique Canada.

ix. Programmation de grande qualité

La *Loi sur la radiodiffusion* prévoit que la programmation offerte par les entreprises de diffusion doit être de grande qualité. En plus du CRTC, deux organismes traitent les plaintes relatives à la programmation offerte par les radiodiffuseurs – le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) et Les normes canadiennes de la publicité (NCP). Le CRTC s'occupe également des questions qui n'entrent pas dans les paramètres des codes administrés par le CCNR.

Conseil canadien des normes de la radiotélévision

Le CCNR est un organisme indépendant créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) pour administrer les codes établis par les radiodiffuseurs privés du Canada. Le CCNR compte plus de 790 stations de radio et de télévision privées, services spécialisés, services payants et réseaux partout au Canada. Les membres comprennent les radiodiffuseurs qui diffusent leur contenu en anglais, en français et en langues tierces. Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web www.cbsc.ca/fr.

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

- le *Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code concernant la violence de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code sur la représentation équitable de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code de déontologie journalistique de l'Association des services de nouvelles numériques et radiotélévisées du Canada*.

Les normes canadiennes de la publicité

NCP est un organisme national d'autoréglementation de la publicité à but non lucratif qui répond aux plaintes des consommateurs et des groupes d'intérêt spécial portant sur la publicité dans tous les médias assujettis au Code canadien des normes de la publicité, le principal instrument d'autoréglementation de la publicité. NCP assume également des fonctions de préautorisation dans cinq catégories de l'industrie qui consistent à examiner des publicités en fonction des dispositions législatives, des règlements et des codes et lignes directrices de l'industrie applicables. Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 8.5 Nombre de communications au sujet des services de radio reçues par le CRTC, par type de sujet

Période	Politiques/ décisions du CRTC	Qualité du service/ prestation	Programmation	Intensité sonore	Autre	Total
2013-2014	1 535	146	1 024	11	197	2 913
2014-2015	1 184	89	865	11	136	2 285
2015-2016	1 027	157	515	14	90	1 803
2016-2017	774	248	480	7	90	1 599

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Pour une période de 12 mois : du 1er septembre au 31 août

Tableau 8.6 Nombre de plaintes concernant la radio reçues et nombre de plaintes concernant la radio renvoyées au Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR), par sujet

Sujet	2012-2013		2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
	Plaintes reçues	Renvois au CCNR	Plaintes reçues	Renvois au CCNR	Plaintes reçues	Renvois au CCNR	Plaintes reçues	Renvois au CCNR	Plaintes reçues	Renvois au CCNR
Propos offensants	47	22	57	15	43	3	58	4	24	1
Contenu pour adultes	8	1	6	1	11	2	5	0	1	0
Publicité sur l'alcool	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0
Stéréotypes sexuels	0	0	4	1	4	0	0	0	0	0
Commentaires offensants	573	449	432	130	414	117	198	33	304	108
Langage injurieux	42	12	46	13	38	7	33	4	16	2
Total	673	484	548	160	510	129	294	41	345	111

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Pour une période de 12 mois : du 1er septembre au 31 août

Ensemble, le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent un éventail de plaintes concernant la radio et les services de radio par abonnement. Ce tableau indique le nombre de plaintes reçues par le CRTC – et le nombre de plaintes renvoyées au CCNR – concernant diverses questions dans différents secteurs de marché pour la période de 2012-2013 à 2016-2017. Aucune plainte concernant la radio par satellite n'a été reçue pour la période de 2012-2013 à 2016-2017.

Le système de suivi de la correspondance du CRTC considère les communications multiples du même client au sujet de la même plainte comme des unités séparées. Par conséquent, le nombre de plaintes réelles reçues est probablement légèrement inférieur aux chiffres indiqués.

La catégorie « Propos offensants » comprend les plaintes alléguant de l'incitation à l'antenne à la haine ou au mépris contre l'un des groupes désignés dans le Règlement de 1987 sur la télédiffusion ou le Règlement de 1990 sur les services spécialisés (en 2017, le Règlement de 1990 sur les services spécialisés a été remplacé par le Règlement sur les services facultatifs).

La catégorie « Commentaires offensants » comprend les plaintes alléguant de l'humour offensant ou d'autres commentaires qui ne sont pas visés par la disposition de « propos offensants » dans les règlements du CRTC.

La catégorie « Langage injurieux » comprend les plaintes alléguant un langage injurieux dans des paroles de chansons ou dans la programmation de créations orales.

Tableau 8.7 Plaintes concernant la radio traitées par le Conseil canadien des normes de la radiotélévision en 2017, par langue et origine nationale

Catégorie	Sous-catégorie	Radio	Radio par abonnement (satellite)	Total
Langue de diffusion de l'émission	Anglais	205	3	208
	Français	1 459	0	1 459
	Langues tierces	2	0	2
	Autre	5	0	5
	Total	1 671	3	1 674
Origine nationale de l'émission	Canadienne	1 654	2	1 656
	Étrangère	8	0	8
	Autre	9	1	10
	Total	1 671	3	1 674

Source : Rapport annuel 2016-2017 du CCNR

Dans chaque cas, la catégorie « Autre » fait référence aux plaintes pour lesquelles le CCNR ne disposait pas de suffisamment de renseignements pour déterminer la langue de diffusion ou l'origine de l'émission.

Tableau 8.8 Plaintes traitées par Les normes canadiennes de la publicité

Statistiques	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre total de plaintes	1 310	1 274	1 774	1 639	1 808
Plaintes concernant les publicités à la radio	84	64	94	82	81
Plaintes concernant la radio en pourcentage du total (%)	6 %	5 %	5 %	5 %	4 %

Source : Rapports sur les plaintes de NCP

Ce tableau indique le nombre de plaintes traitées par NCP relativement aux publicités à la radio en tant que pourcentage du nombre total de plaintes traitées. En 2017, 4 % de ces plaintes étaient relatives aux publicités à la radio.

x. Méthodologie

Observateur des technologies média (OTM)

L'OTM mesure l'adoption et l'utilisation des technologies média par les Canadiens à deux moments différents pour surveiller les changements relatifs à la pénétration et à l'utilisation des médias au cours de l'année. Des entrevues téléphoniques sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif régional de Canadiens qui ont un service téléphonique filaire et ceux qui comptent exclusivement sur un service téléphonique mobile. Le sondage d'automne a été réalisé auprès de 8 000 Canadiens adultes (4 000 anglophones et 4 000 francophones). Parmi ces 8 000 répondants, 2 976 ont également répondu à un sondage en ligne présenté à l'automne. Un échantillon indépendant de 4 000 Canadiens (2 000 anglophones et 2 000 francophones) répondent au sondage au printemps.

www.mtm-otm.ca

Le *Rapport de surveillance des communications* utilise les données recueillies du sondage d'automne, sauf indication contraire.

Ovum

Services sonores diffusés par téléchargement

Les revenus de services sonores diffusés par téléchargement sont estimés en fonction des données accessibles au public, comme les rapports annuels d'entreprises, en plus des autres revenus des médias du pays, comme les ventes physiques d'albums de musique et les revenus liés à l'assistance aux spectacles musicaux. Ces estimations sont précisées davantage en utilisant des données sur les abonnements de services sonores en ligne sur le marché comme point de référence.

Dans certains cas où les renseignements ne sont pas disponibles, Ovum a fondé ses estimations sur la part du marché et les revenus du fournisseur de services dans un pays semblable à celui faisant l'objet de l'analyse.

Services de diffusion audio en continu

Les services de diffusion audio en continu sont composés de différents modèles d'affaires où des méthodologies différentes s'appliquent. Les revenus totaux des services de diffusion numérique en continu par abonnement, des services de diffusion numérique en continu de publicités et des services de diffusion vidéo (audio) en continu sont additionnés pour déterminer les revenus totaux des services de diffusion audio en continu.

- Les revenus des services de diffusion numérique en continu par abonnement (comme Spotify) sont estimés en fonction des données accessibles au public sur le nombre d'abonnés et les tarifs de services, notamment les rapports annuels des entreprises et les articles de presse. Ces données sont alors utilisées pour estimer un revenu d'abonnement mensuel moyen par abonné en tenant compte de tous les forfaits offerts par un fournisseur donné et distribués au nombre estimé d'abonnés. Le revenu d'abonnement mensuel estimatif moyen par abonné est ensuite multiplié par le nombre estimé d'abonnés.
- Les revenus des services de diffusion numérique et vidéo en continu de publicités sont estimés en fonction de données accessibles au public sur le trafic, le chargement et le prix des publicités ainsi que les prévisions de trafic vidéo et de publicités numériques. Ces estimations sont précisées davantage en fonction du rendement de chaque entité dans d'autres segments de marché vidéo.

Numeris

Les données concernant les cotes d'écoute sont importantes, non seulement pour les intervenants de l'industrie qui utilisent les données pour aider à vendre du temps d'antenne aux annonceurs, mais aussi pour le CRTC qui utilise les données pour évaluer l'efficacité de ses politiques en analysant la portée de la programmation dans l'ensemble du pays et dans divers groupes démographiques.

- Les données concernant les cotes d'écoute sont compilées par Numeris au moyen d'audimètres portatifs portables (appareils électroniques qui enregistrent les données d'écoute) et de sondages par cahiers d'écoute (registres écrits d'écoute). Les chiffres nationaux sont fondés sur les sondages par cahiers d'écoute seulement. Toutes les données recueillies par Numeris au cours des années antérieures ont été actualisées pour s'harmoniser aux changements méthodologiques.
- Les données concernant les cotes d'écoute sont fondées sur les données des sondages d'automne par cahiers d'écoute de Numeris partout au Canada, du lundi au dimanche de 5 h à 13 h, auprès de participants âgés de 12 ans ou plus.

NOUVEAUTÉ DE L'AUTOMNE 2016 : Le cahier d'écoute en ligne a été instauré sur tous les marchés de cahiers d'écoute⁵⁹. Pour la première fois, les ménages participants avaient le choix de remplir le cahier quotidien en utilisant le formulaire en papier traditionnel ou le nouveau formulaire en ligne. L'instauration du cahier d'écoute en ligne a une incidence sur la méthodologie de collecte de données. Par conséquent, les résultats de 2016 pourraient ne pas être comparables aux résultats de haute précision des années précédentes.

⁵⁹ Les marchés de cahiers d'écoute sont définis comme les marchés autres que ceux de Calgary, d'Edmonton, de Montréal, de Toronto et de Vancouver.



Rapport de surveillance des communications **2018**

Secteur de la
télévision



Secteur de la télévision

Infographie 9.1

- ➔ Les **revenus dans le secteur de la télévision**, hormis les services vidéo diffusés par Internet, ont **totalisé 6,9 milliards de dollars** en 2017 (une **baisse de 5 %** par rapport à 2016), ce qui représentait **40,1 % du total des revenus de radiodiffusion**.
 - En 2017, les **stations de télévision traditionnelle privées** ont généré **1,6 milliard de dollars** en revenus, soit une **baisse de 4,1 %** par rapport à 2016.
 - La même année, les revenus des **stations de télévision traditionnelle de la Société Radio-Canada (SRC)** ont totalisé **0,9 milliard de dollars**, soit une **diminution de 20,4 %** par rapport à 2016.
 - Les **services facultatifs et sur demande** ont généré des revenus de **4,4 milliards de dollars**, **1,2 % de moins** qu'en 2016.
- ➔ Selon les estimations de la firme Ovum, les revenus des **services vidéo diffusés par Internet** au Canada ont atteint **2,4 milliards de dollars** en 2017, ce qui représente une **croissance moyenne de 28,9 % par année** de 2013 à 2017.
- ➔ En 2017, **793 services de télévision étaient autorisés à distribuer** du contenu au Canada, et **447 (56 %) d'entre eux étaient canadiens**.
- ➔ En 2017 toujours, les **Canadiens âgés de 18 ans et plus** visionnaient en moyenne **27 heures de télévision traditionnelle par semaine**.
- ➔ La même année, les **services de télévision** ont déclaré **2,9 milliards de dollars en dépenses en émissions canadiennes (DÉC)**.
 - Les **dépenses liées aux nouvelles** représentaient **24 % de ce montant d'argent**. Le total de ces dépenses a **diminué en moyenne de 2,9 % par année** de 2013 à 2017.
 - Les **dépenses concernant les émissions d'intérêt national** ont totalisé **671 millions de dollars**, une **hausse de 4 %** par rapport à 2016.
- ➔ Quelque **76 groupes de propriété** ont exploité des services de télévision en 2017. Les **cinq principaux groupes ont déclaré 89 %** des revenus.
- ➔ De 2013 à 2017, les services facultatifs ont affiché une **croissance de leurs revenus d'abonnement et de publicité**, soit une **croissance de 2,6 % et de 0,6 %** respectivement.
- ➔ En 2017, **une transaction unique d'une valeur de 1,5 million de dollars** a généré **100 000 dollars en avantages tangibles**.

Source : Données recueillies par le CRTC, Ovum, base de données interne du CRTC, Numeris, divulgation publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété

En 2017, les stations de télévision traditionnelle commerciales privées et les stations de télévision traditionnelle de la SRC, ainsi que les services facultatifs et sur demande ont ensemble généré 6,9 milliards de dollars en revenus et dépensé près de 2,9 milliards de dollars en DÉC. La majorité des revenus (59 %) et des DÉC (59 %) ont été déclarés par les services facultatifs. Comparativement, selon les estimations d'Ovum, les revenus des services vidéo diffusés par Internet exploités au Canada ont atteint 2,4 milliards de dollars, une hausse de 21,3 % par rapport à 2016.

En 2017, les Canadiens âgés de 18 ans et plus ont écouté, par semaine, en moyenne 27 heures de contenu fourni par environ 800 services de télévision autorisés à la distribution au Canada. En plus de regarder la télévision traditionnelle, ce segment de la population canadienne a regardé en moyenne 3,4 heures de télévision sur Internet par semaine, pour un total de 30,4 heures de contenu par semaine.

Conformément aux années précédentes, les cinq principaux groupes de propriétés parmi près de 80 entités dans le paysage télévisuel canadien ont généré 89 % des revenus de télévision de 2017. Les cinq groupes principaux ont aussi cumulé 92 % des parts de cotes d'écoute du marché anglophone et 82 % des parts du marché francophone, selon les données de Numeris pour l'année 2017 (Canadiens de 2 ans et plus).

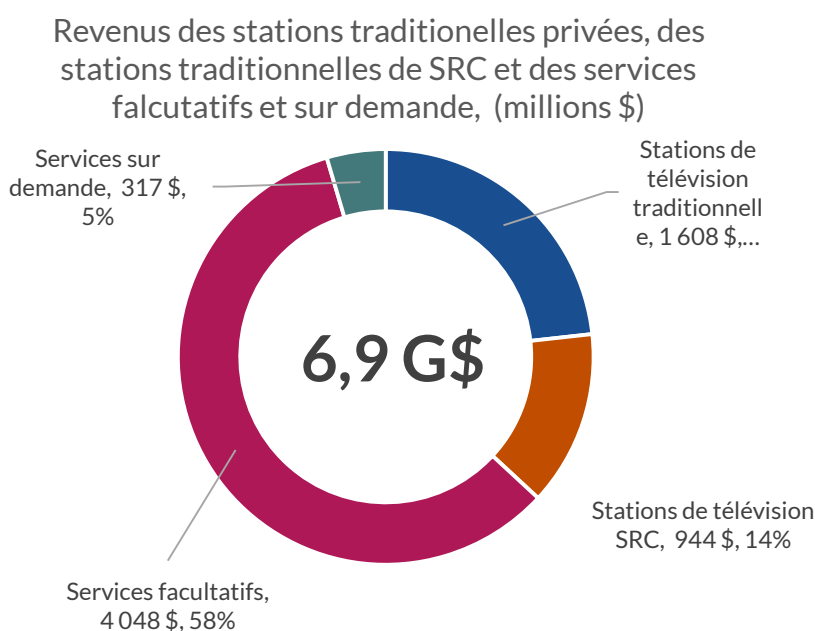
i. Aperçu du secteur

Types de services

Le secteur de la télévision traditionnelle est divisé en quatre segments principaux : les stations de télévision traditionnelle privées, les stations de télévision traditionnelle de la SRC, les services facultatifs et les services sur demande.

Les services facultatifs ont produit la plus grande partie des revenus de télévision, soit 4 milliards de dollars (59 %) déclarés en 2017, suivis des stations de télévision traditionnelle privées à 1,6 milliard de dollars (23 %), les stations de télévision traditionnelle de la SRC à 944 millions de dollars (14 %) et les services sur demande à 317 millions de dollars (5 %).

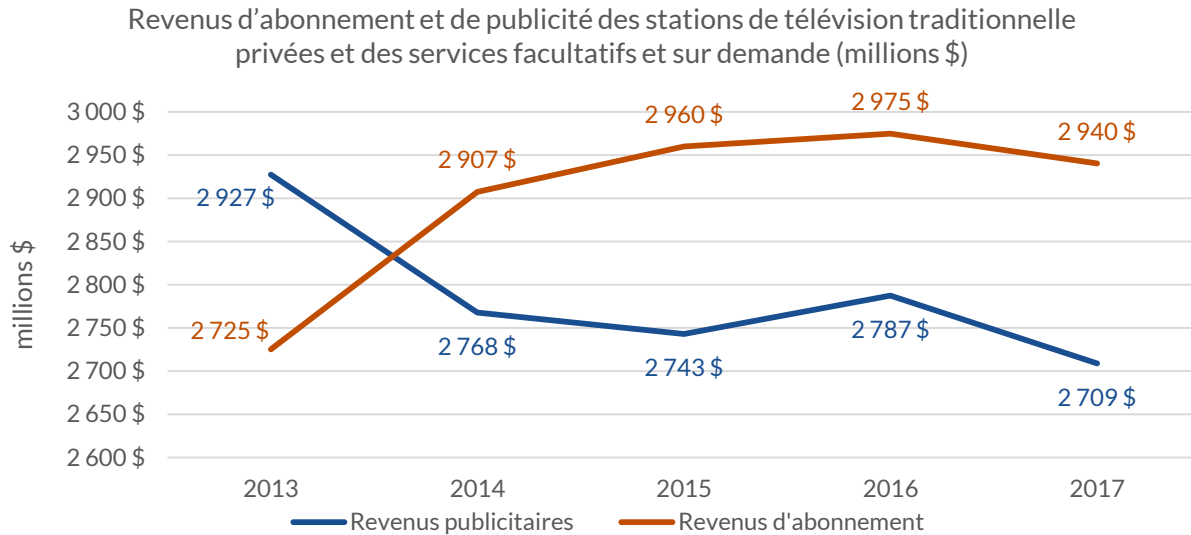
Graphique 9.1 Revenus des stations de télévision traditionnelle privées, des stations de télévision traditionnelle de la SRC, des services facultatifs et des services sur demande en 2017 (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

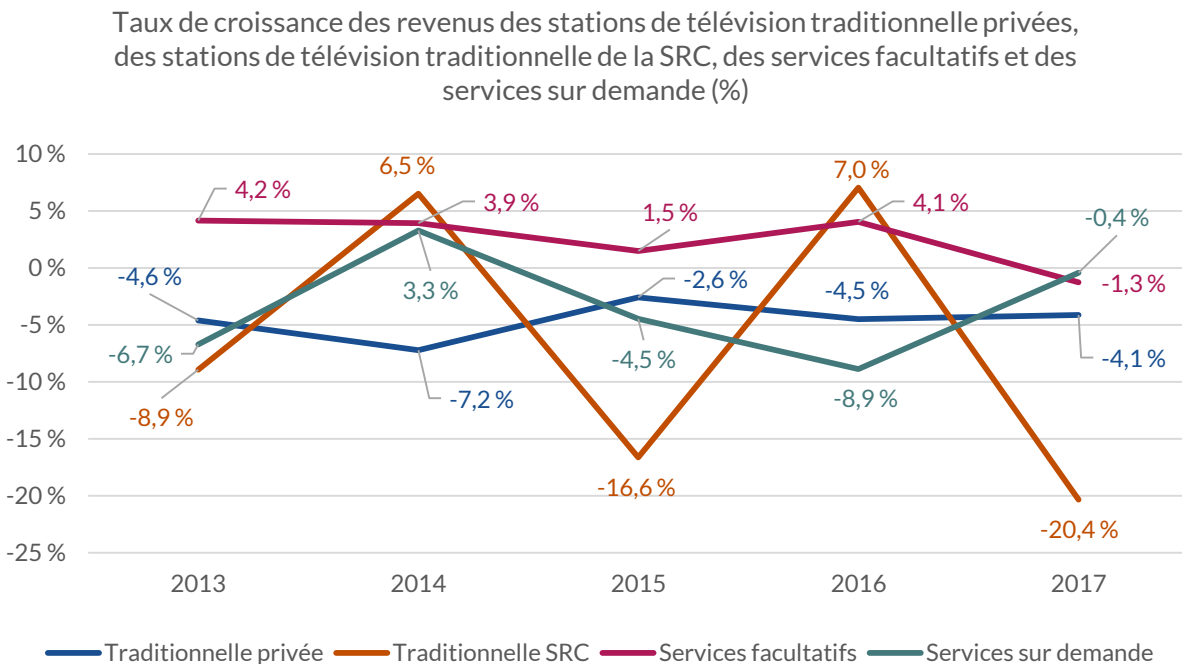
Un lent déclin des revenus de télévision a été enregistré de 2013 à 2017 : en moyenne, le total de ces revenus a diminué de 1,38 % par année. Cependant, à la même période, pour les services facultatifs, une croissance moyenne des revenus de 2,0 % par année a été déclarée, soutenue par les services spécialisés, principalement en raison des revenus d'abonnement plus robustes que les revenus de publicité.

Graphique 9.2 Revenus d'abonnement et de publicité des stations de télévision traditionnelle privées et des services facultatifs et sur demande (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 9.3 Taux de croissance des revenus des stations de télévision traditionnelle privées, des stations de télévision traditionnelle de la SRC, des services facultatifs et des services sur demande



Source : Données recueillies par le CRTC

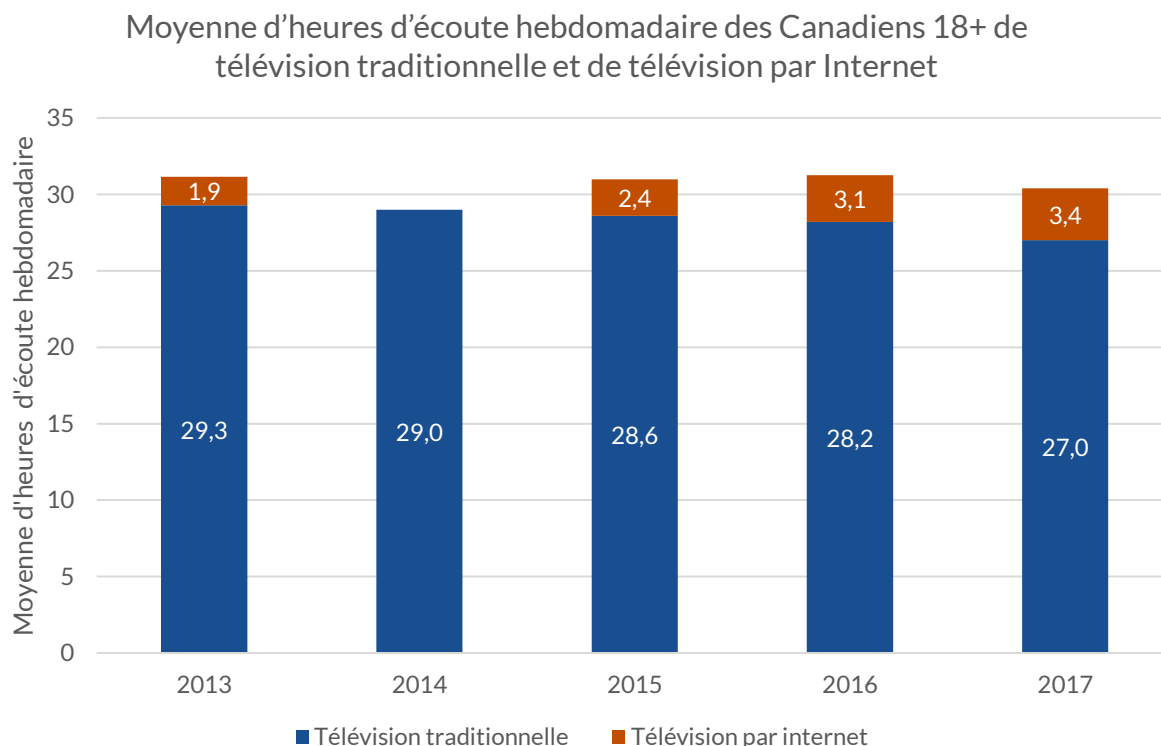
Même si le secteur de la télévision traditionnelle voit ses revenus diminuer, ceux-ci dépassent encore largement les revenus estimés des services vidéo diffusés par Internet au Canada, lesquels ont totalisé 2,3 milliards de dollars en 2017, soit environ le tiers des revenus du secteur de la télévision traditionnelle.

Mesure de l'auditoire

Télévision traditionnelle et télévision Internet

Bien que la majorité des Canadiens aient adopté les services vidéo diffusés par Internet, ils regardent encore largement plus la télévision traditionnelle que la télévision sur Internet. En 2017, les Canadiens âgés de 18 ans et plus regardaient en moyenne un total de 30,4 heures de télévision par semaine, la télévision traditionnelle représentant 89 % de ces heures et la télévision sur Internet, seulement 11 %.

Graphique 9.4 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire des Canadiens 18+ de télévision traditionnelle et de télévision par Internet



Source : Numeris, OTM (répondants : Canadiens âgés de 18 ans et plus)

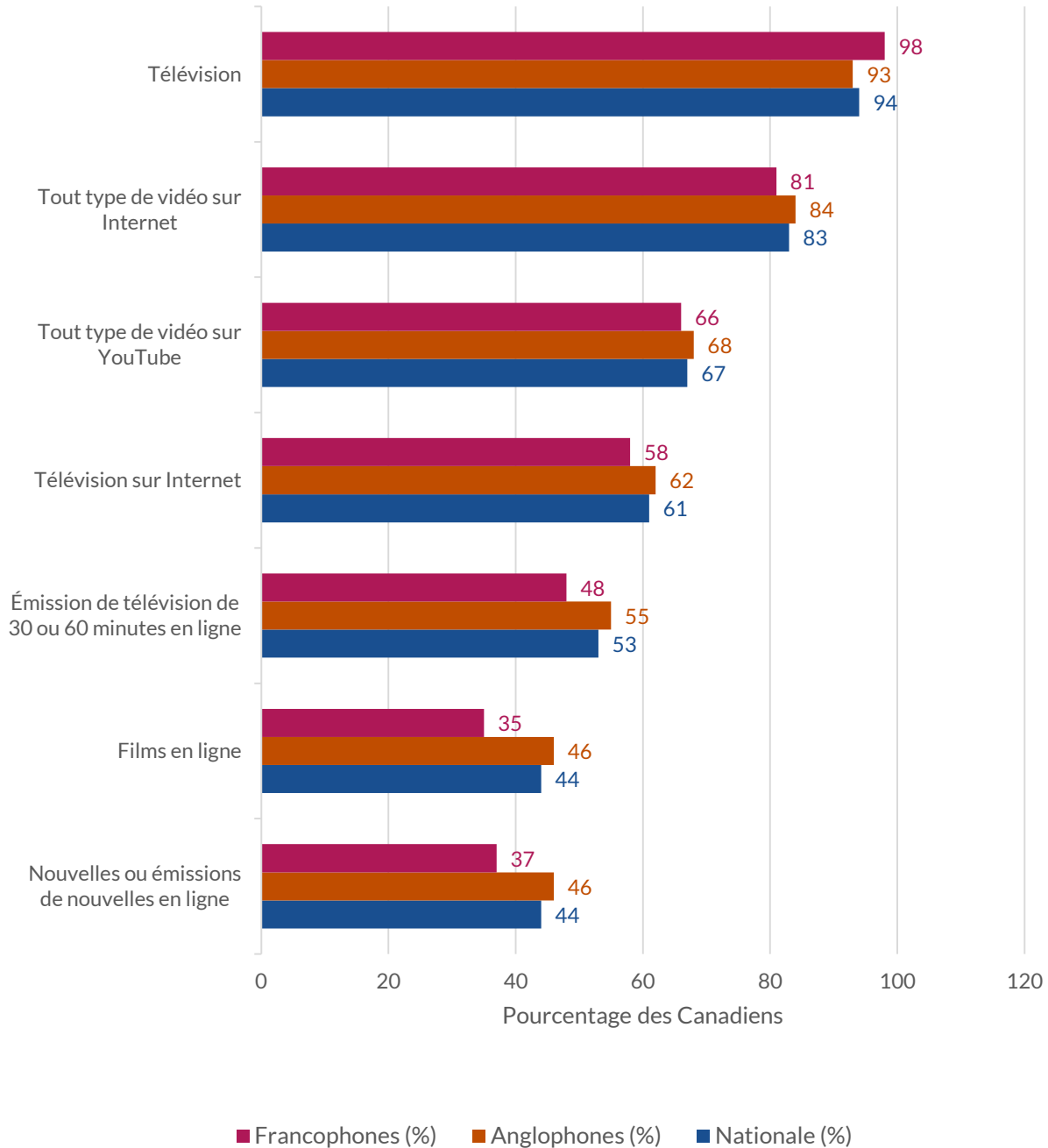
À noter que les données de 2014 sont indisponibles pour la télévision sur Internet.

Bien que l'auditoire des services vidéo diffusés par Internet soit en croissance, le nombre d'heures que les Canadiens de 18 ans et plus consacrent à regarder la télévision traditionnelle demeure plus de huit fois plus élevé que le nombre d'heures qu'ils consacrent à regarder la télévision sur Internet.

La télévision traditionnelle est en tête, tant en ce qui concerne ses parts d'auditoire que la pénétration de l'auditoire. En 2017, d'un mois à l'autre, 94 % des Canadiens âgés de 18 ans et plus ont regardé la télévision traditionnelle alors que 83 % ont regardé du contenu vidéo sur Internet.

Graphique 9.5 Pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui regardaient du contenu vidéo et de la programmation à la télévision et sur Internet le mois dernier par langue et par plateforme en 2017

Pourcentage de Canadiens de 18 ans et plus qui regardaient du contenu vidéo et de la programmation à la télévision et sur Internet le mois dernier par langue et par plateforme, 2017



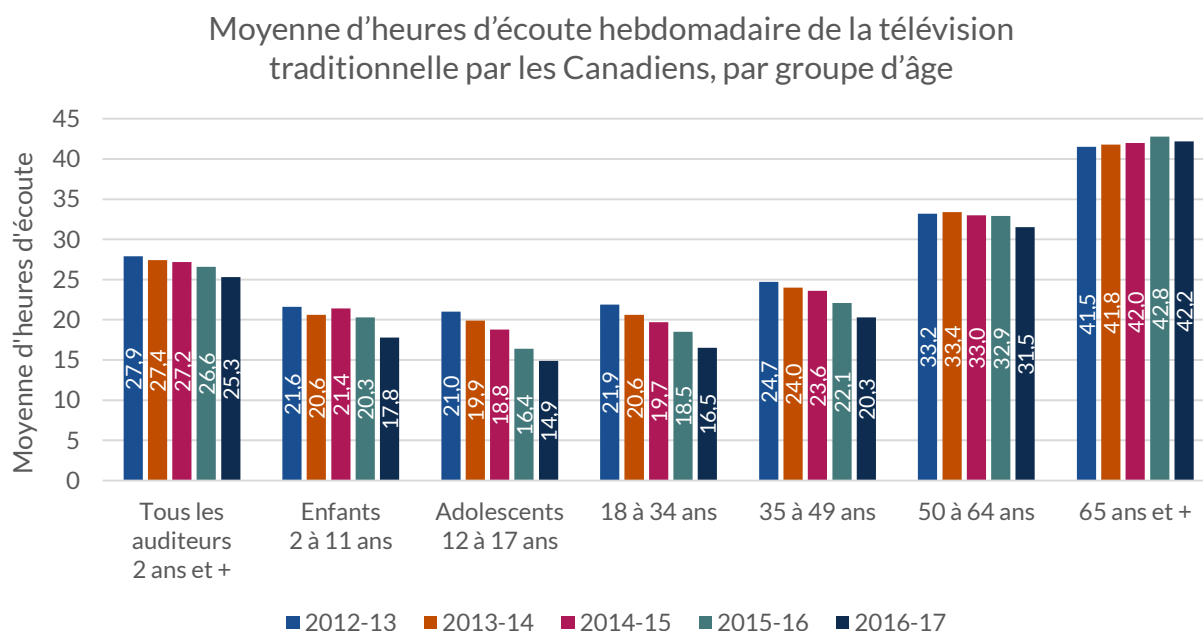
Source : OTM, automne 2017 (répondants : Canadiens de 18 ans et plus)

Le « mois dernier » fait référence aux 30 jours précédant le moment où le répondant remplit le sondage.

Télévision traditionnelle

En 2017, les Canadiens âgés de 2 ans et plus ont regardé en moyenne 25,3 heures de télévision traditionnelle par semaine⁶⁰, soit 1,3 heure de moins qu'en 2016. La segmentation des données sur l'auditoire par groupe d'âge montre que les Canadiens de 65 ans et plus regardent le plus la télévision, y consacrant 42,2 heures par semaine en moyenne, alors que les enfants âgés de 2 à 11 ans ont regardé en moyenne 17,8 heures de télévision par semaine.

Graphique 9.6 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire de la télévision traditionnelle par les Canadiens, par groupe d'âge



Source : Numeris

De 2012-2013 à 2016-2017, la moyenne des heures hebdomadaires consacrées à regarder la télévision traditionnelle a diminué en moyenne de 2,4 % par année. Cette baisse est plus prononcée chez les adolescents et dans le groupe d'âge des 18 à 34 ans que dans le groupe d'âge des 65 ans et plus, qui affiche une légère augmentation du temps passé devant de la télévision au cours de la même période.

⁶⁰ Les Canadiens de 18 ans et plus ont regardé en moyenne 27 heures de télévision par semaine (Graphique 9.4)

Marchés linguistiques et catégories d'émissions

En 2016-2017, 46 % de la moyenne des heures hebdomadaires du contenu en anglais et dans une langue tierce ont été passées à regarder des émissions canadiennes dans le marché anglophone, alors que 60 % des heures du temps passé à regarder du contenu en langue française sur le marché francophone ont concerné des émissions canadiennes.

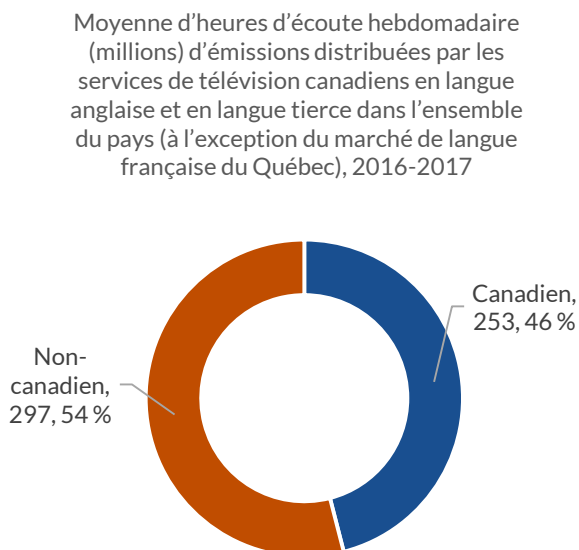
Émissions canadiennes

Pour ce qui est du temps passé devant la télévision, les habitudes des Canadiens n'ont pas beaucoup changé au cours de la dernière année pour ce qui est des catégories d'émissions de la télévision traditionnelle. C'est le cas tant pour le marché francophone qu'anglophone. La catégorie « Nouvelles » est la plus importante en ce qui concerne le temps passé à regarder des émissions canadiennes sur le marché anglophone et la deuxième en importance sur le marché francophone. En 2016-2017, les émissions de la catégorie « Nouvelles » ont cumulé en moyenne 26,7 millions d'heures d'écoute par semaine sur le marché francophone et 76,5 millions sur le marché anglophone.

Émissions canadiennes et non canadiennes

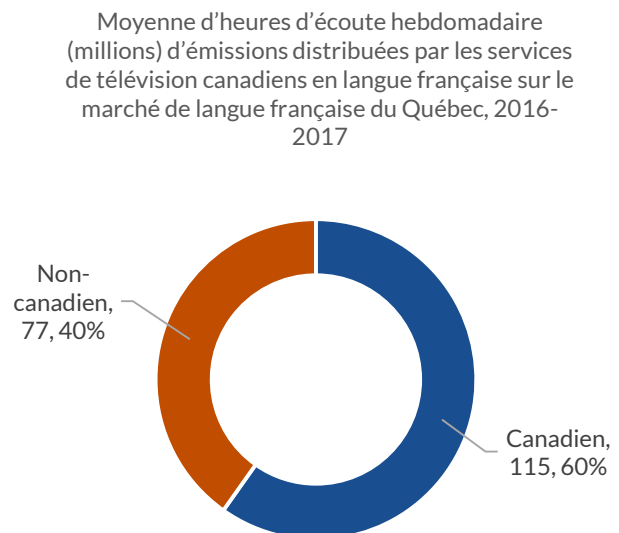
En tenant compte des émissions canadiennes et non canadiennes, la catégorie « Émissions dramatiques et comiques » est la plus populaire sur les deux marchés, cumulant 36 % de l'écoute en anglais et 39 % en français pour ce qui est de la moyenne des heures d'écoute des services de télévision canadiens. La deuxième catégorie d'émissions la plus regardée sur le marché anglophone est celle des sports avec 19 % d'écoute. Sur le marché francophone, la deuxième catégorie la plus regardée est « Émissions de divertissement général et d'intérêt général/de télé réalité » avec 20,2 % de l'écoute.

Graphique 9.7 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions distribuées par les services de télévision canadiens en langue anglaise et en langue tierce dans l'ensemble du pays (à l'exception du marché de langue française du Québec), 2016-2017



Source : Numeris (Canadiens de 2 ans et plus)

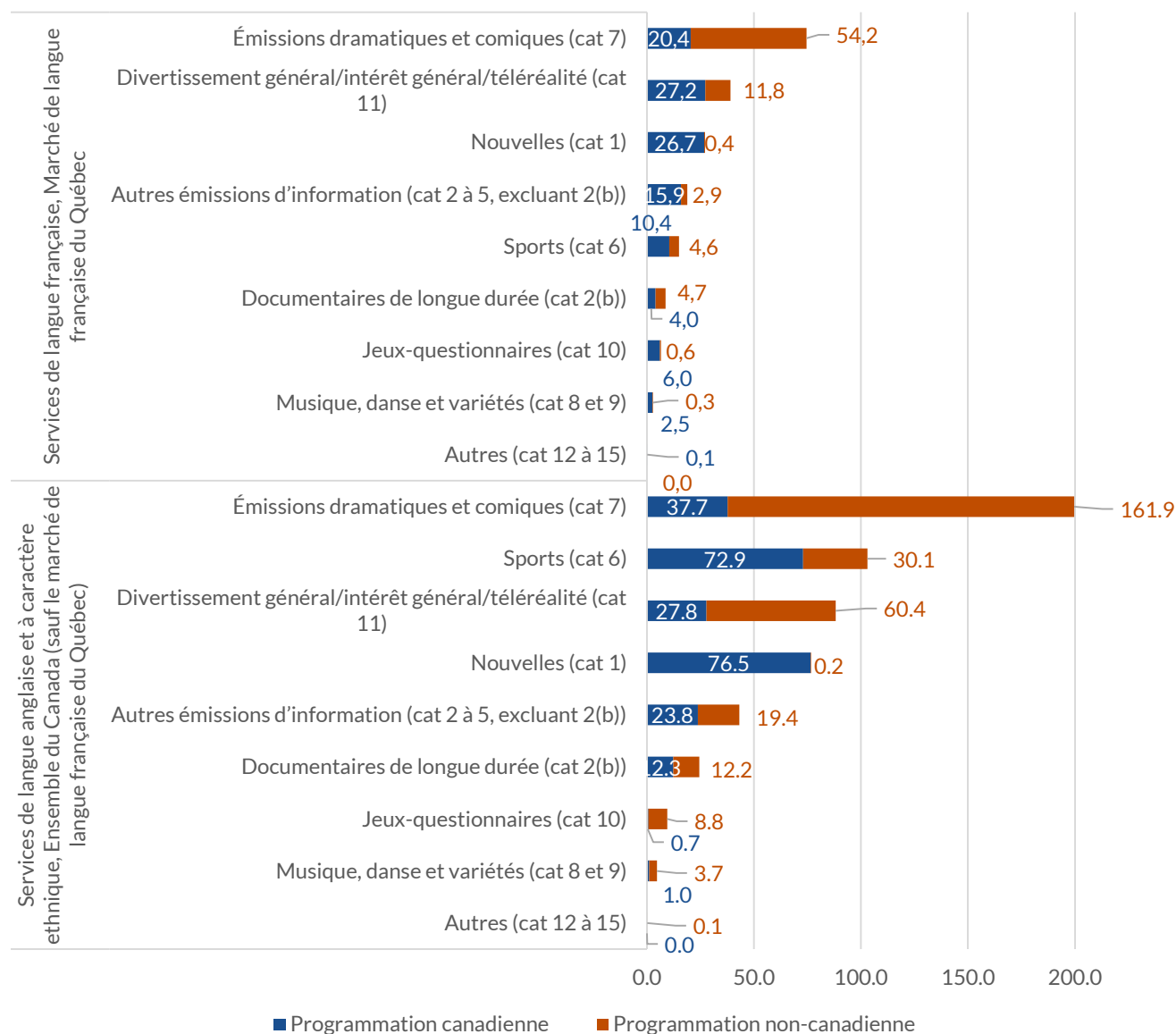
Graphique 9.8 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions distribuées par les services de télévision canadiens en langue française sur le marché de langue française du Québec, 2016-2017



Source : Numeris (Canadiens de 2 ans et plus)

Graphique 9.9 Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision canadiens, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation, 2017

Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire (millions) d'émissions canadiennes distribuées par les services de télévision canadiens, par marché linguistique, origine et catégorie de programmation, 2017



Source : Numeris (Canadiens de 2 ans et plus)

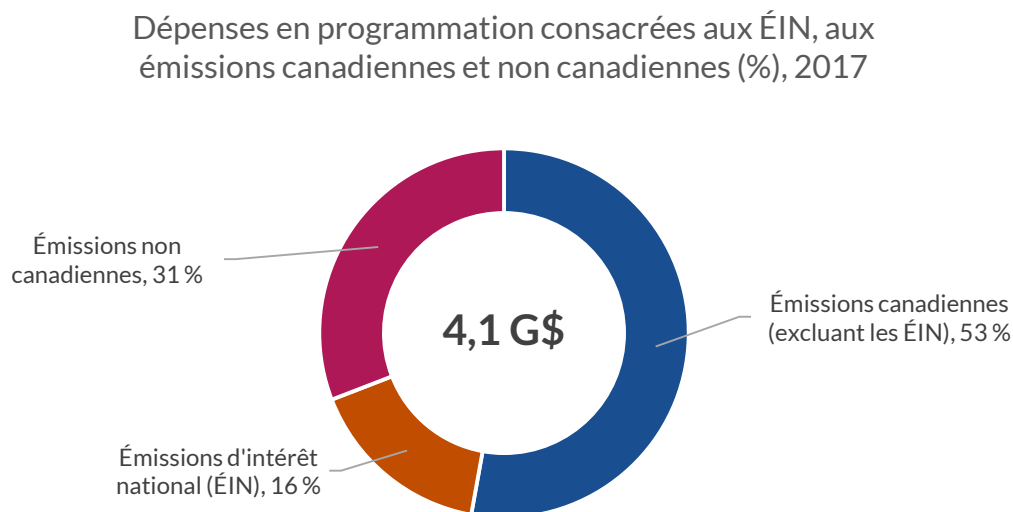
Les données ci-dessus proviennent des services canadiens dont les données de programmation disponibles précisent le pays d'origine et le genre d'émission.

Dépenses en programmation

Les services de télévision canadiens ont consacré un total de 4,1 milliards de dollars aux dépenses en programmation en 2017 (baisse de 4,7 % par rapport à 2016), dont la grande majorité (69 %) a été allouée aux dépenses en émissions canadiennes (DÉC) et à la sous-catégorie des émissions d'intérêt national (ÉIN).

Pour chaque dollar du chiffre d'affaires global des radiodiffuseurs en 2017, 0,33 \$ ont été consacrés à la programmation canadienne (sauf les ÉIN), 0,10 \$ aux ÉIN et 0,19 \$ à la programmation non canadienne. Ainsi, en faisant exception des services de TVC et de VSD et des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif, les radiodiffuseurs ont consacré 0,62 \$ en dépenses de programmation pour chaque dollar de revenu.

Graphique 9.10 Dépenses en programmation consacrées aux ÉIN, aux émissions canadiennes et non canadiennes (%), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Les dépenses en émissions des services de vidéo sur demande (VSD) et de télévision à la carte (TVC), ainsi que des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif sont exclues de ce graphique.

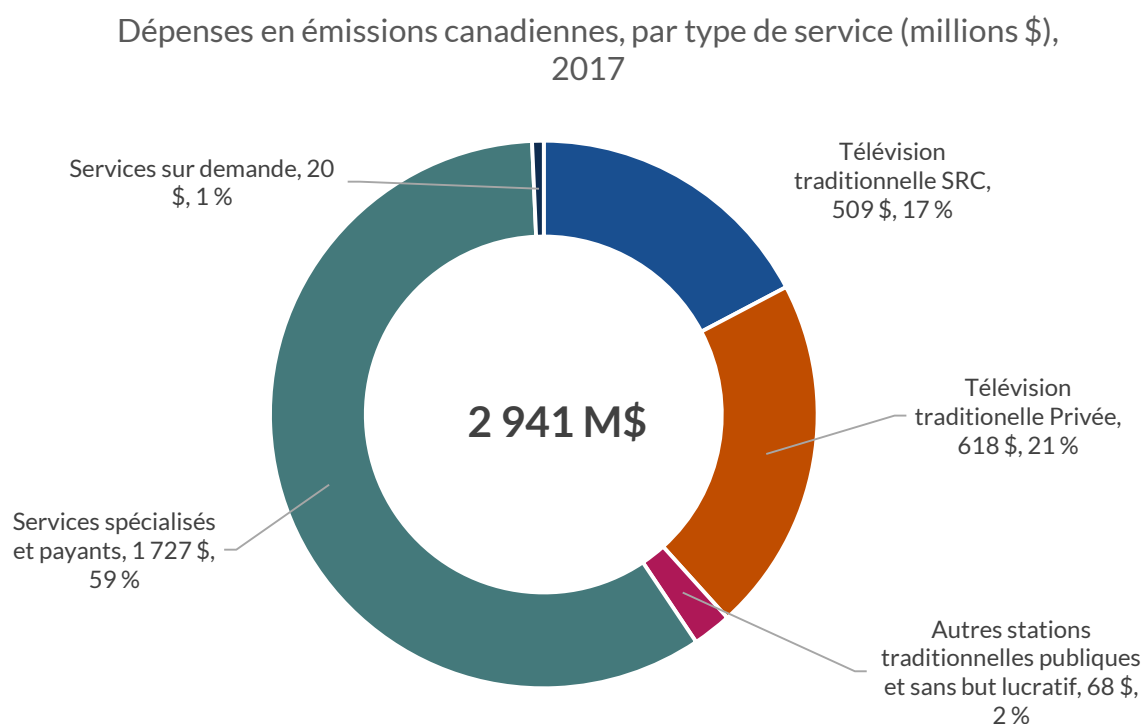
Aux fins du présent rapport, les dépenses en ÉIN incluent les dépenses dans l'une ou l'autre des catégories d'émissions suivantes :

- 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).

Dépenses en émissions canadiennes

Les services de télévision ont dépensé plus de 2,9 milliards de dollars en DÉC en 2017. Les services facultatifs figuraient en première place avec des DÉC totalisant 1,7 milliard de dollars, soit 59 % du total. Bien que les DÉC aient affiché une baisse de 4,0 % de 2016 à 2017, au cours des cinq dernières années, ces dépenses ont augmenté de 8,7 %, passant de 2,7 milliards de dollars en 2013 à 2,9 milliards de dollars en 2017.

Graphique 9.11 Dépenses en émissions canadiennes, par type de service (millions \$), 2017



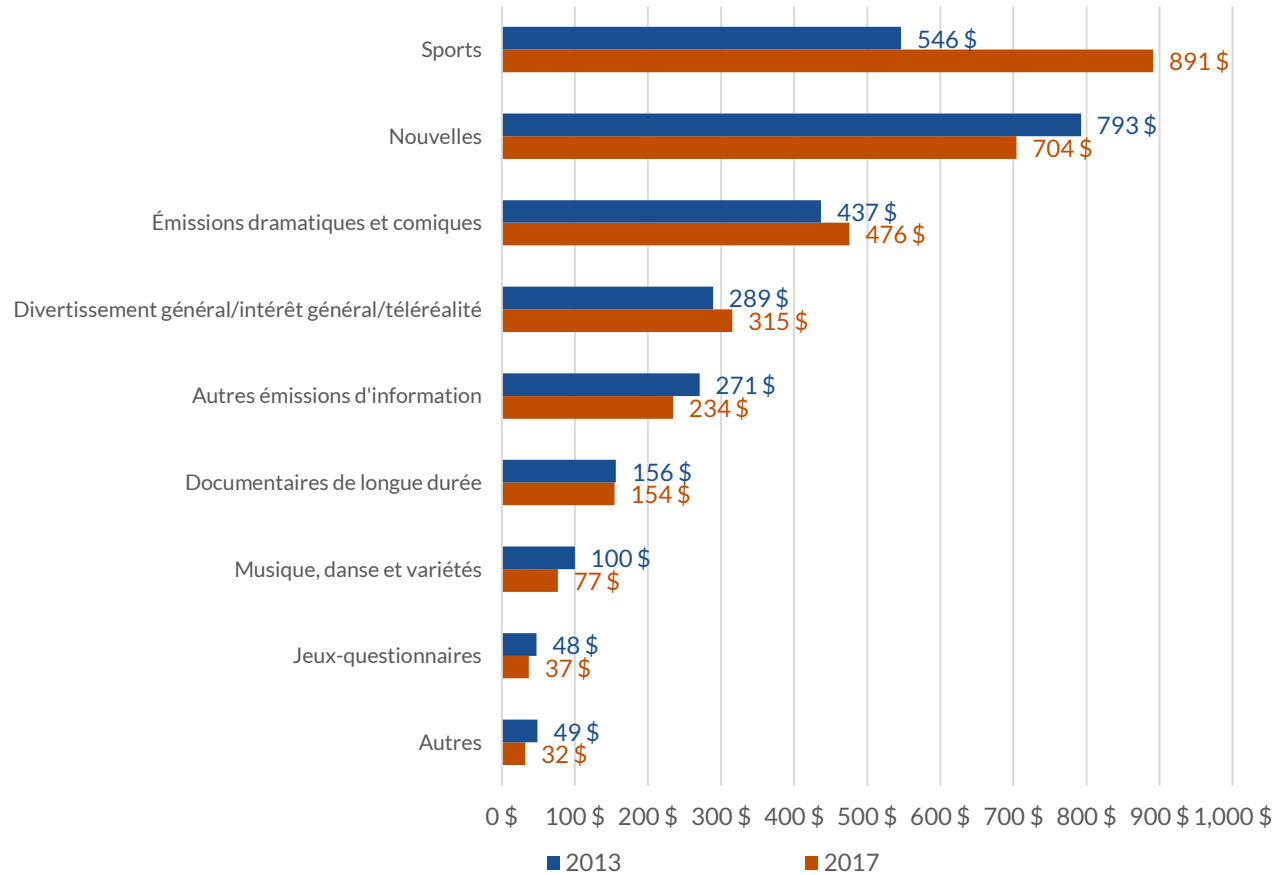
Source : Données recueillies par le CRTC

De 2013 à 2017, les DÉC ont crû et la catégorie « Sports » a représenté la plus grande part de l'ensemble des DÉC (30 % du total des DÉC), détrônant ainsi la catégorie « Nouvelles ». Les dépenses dans la catégorie « Sports » ont augmenté de 63,1 % par rapport à 2013. Par contre, les DÉC pour les nouvelles ont baissé de 11,1 % au cours de la même période. Ces DÉC représentaient 24 % du total des DÉC en 2017, par rapport à 29 % en 2013.

Au cours de la période de 2013 à 2017, des hausses appréciables ont caractérisé les DÉC dans les catégories « Émissions dramatiques et comiques » (hausse de 8,9 %) et « Émissions de divertissement général et d'intérêt général/de télé réalité » (hausse de 9,1 %), alors que les DÉC de la catégorie « Documentaires de longue durée » étaient relativement stables (baisse de 1,1 %).

Graphique 9.12 Dépenses en émissions canadiennes des stations de télévision traditionnelle et des services facultatifs par catégorie de programmation (millions \$), 2013 et 2017

Dépenses en émissions canadiennes des stations de télévision traditionnelle et des services facultatifs par catégorie de programmation (millions \$) 2013-2017

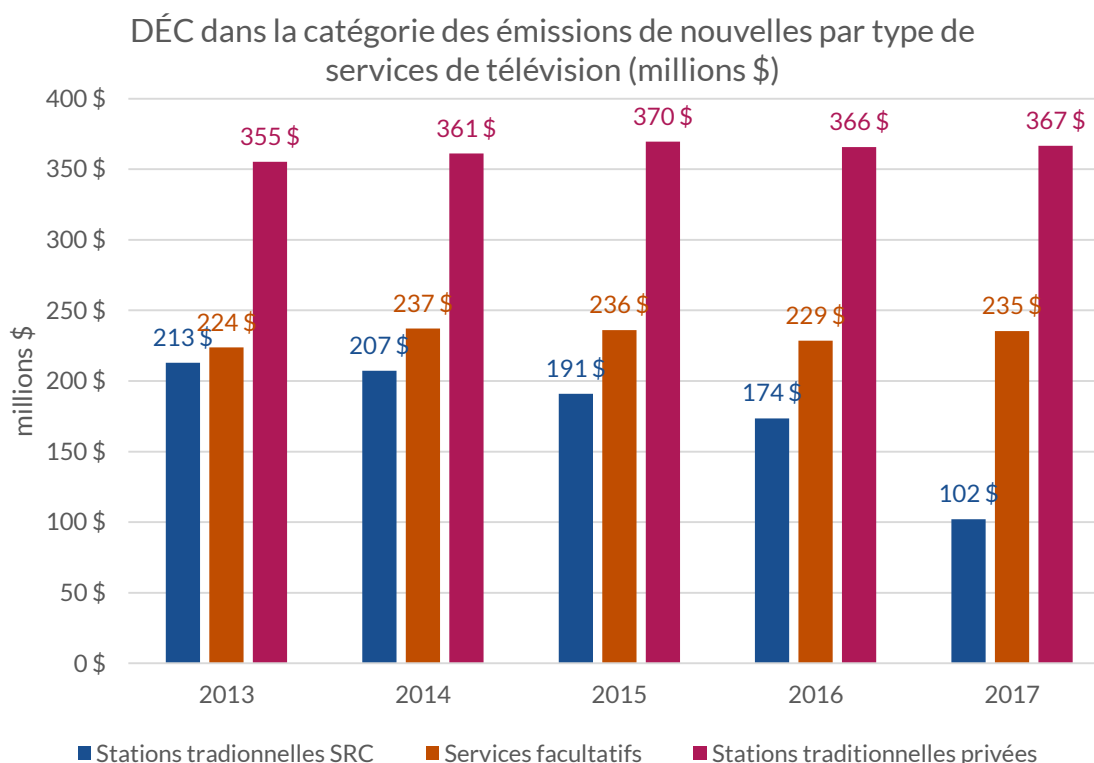


Source : Données recueillies par le CRTC

Nouvelles

Même si les dépenses des stations commerciales privées comptaient pour 21 % de l'ensemble des DÉC, ces stations ont contribué pour plus de la moitié des DÉC dans la catégorie « Nouvelles ». En fait, les dépenses liées aux nouvelles ont augmenté à la fois pour les stations privées et les services facultatifs (3 % et 5 % respectivement) depuis 2013.

Graphique 9.13 DÉC dans la catégorie des émissions de nouvelles par type de services de télévision (millions \$)

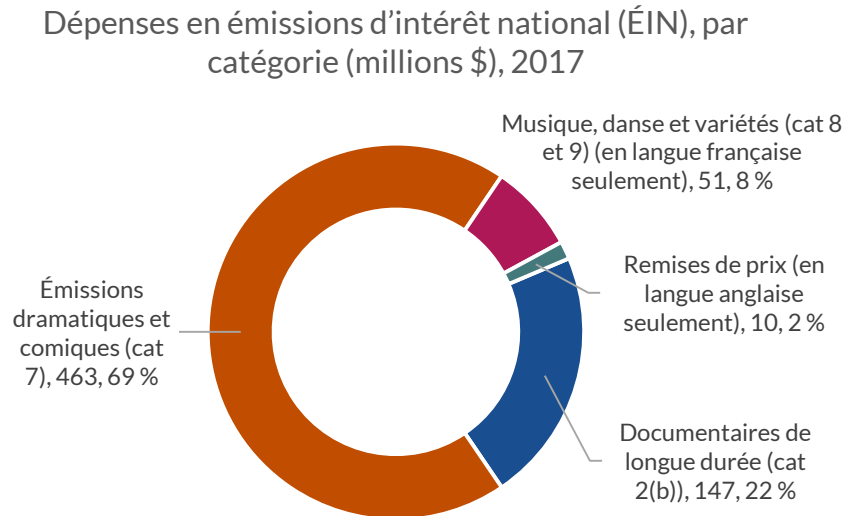


Source : Données recueillies par le CRTC

ÉIN

En 2017, les dépenses concernant les émissions d'intérêt national ont totalisé 671 millions de dollars, une hausse de 4 % par rapport à 2016. Tout comme en 2016, la majorité des ÉIN a concerné la catégorie des « Émissions dramatiques et comiques », suivie des « Documentaires de longue durée ».

Graphique 9.14 Dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN), par catégorie (millions \$), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Les dépenses en émissions des services de VSD et de TVC, ainsi que celles des autres services publics de télévision traditionnelle sans but lucratif sont exclues de ces graphiques.

Composition du secteur

Le secteur de la télévision était composé de 76 groupes de propriété en 2017. Les deux plus importants radiodiffuseurs, BCE et Corus, ont récolté plus de la moitié (52 %) du total des revenus de la télévision, ainsi qu'au-delà de 70 % de l'écoute sur le marché anglophone, alors que les cinq plus grands radiodiffuseurs ont généré plus de 89 % du total des revenus, déclaré 91 % des DÉC et ont obtenu plus de 92 % de l'écoute sur le marché anglophone.

Infographie 9.2

2017	Revenus de la télévision	Part des revenus totaux de télévision	DÉC	Part d'écoute	
				FRA marché francophone	ANG marché anglophone
BCE	2 321 M\$	34 %	821 M\$	17,3 %	36,9 %
CORUS. Shaw)	1 251 M\$	18 %	385 M\$	8,9 %	35,4 %
SRC	1 107 M\$	16 %	620 M\$	18,3 %	7,6 %
 ROGERS	1 030 M\$	15 %	526 M\$		12,3 %
 QUÉBECOR	453 M\$	7 %	264 M\$	37,6 %	
 groupe vmedia	72 M\$	1 %	36 M\$	8,4 %	

Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété, Numeris

BCE est en tête pour ce qui est des revenus, mais elle est en contrepartie celle dont le total des DÉC est le plus élevé, avec 821 millions de dollars, suivie de la SRC (620 millions de dollars) et de Rogers (526 millions de dollars).

Avantages tangibles

Les avantages tangibles représentent un autre moyen par lequel le CRTC s'assure une diversité des voix et intérêts dans le système de radiodiffusion canadien. Ces avantages représentent une portion de la valeur d'une transaction pour transférer la propriété ou pour modifier le contrôle effectif d'un service de télévision, habituellement payée pendant la période de licence. En 2017, une seule transaction de propriété d'une valeur de 1,5 million de dollars a généré 100 000 dollars sur le marché anglophone.

Tableau 9.1 Valeur des transactions et des avantages tangibles correspondants dans le secteur de la télévision du 1er janvier 2013 au 31 décembre 2017

Langue	Mesure	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Services de langue anglaise	Transactions	4	2	0	2	1	9
	Valeur (M\$)	944,4	174,3	0	5,7	1,5	1 125,9
	Avantages (M\$)	94,4	17,4	0	1	0,1	113
Services de langue française	Transactions	3	1	0	0	0	4
	Valeur (M\$)	1 512,8	22,9	0	0	0	1 535,7
	Avantages (M\$)	151,3	2,3	0	0	0	153,6

Source : Base de données interne du CRTC

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 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 spécialisés de télévision. 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 résultants 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. 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. Groupe V Média s'est engagé à verser environ 2,3 millions de dollars en avantages tangibles à des projets de langue française.

ii. Stations de télévision traditionnelle

Infographie 9.3

2017	 Stations de télévision traditionnelle privées	 Stations de télévision traditionnelle de la SRC
Nombre de stations ayant produit des rapports	93	27
Revenus	1,6 G\$	944 M\$
Croissance des revenus 2016-2017	↓ 4,1 %	↓ 20,4 %
DÉC	618 M\$	509 M\$
Bénéfice avant intérêts et impôts (BAII)/ Bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA)	↓ 6,3 % (BAII)	7,1 % (BAIIDA)
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire au Canada (à l'exception du marché de langue française du Québec)	176,3 M	28,3 M
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire sur le marché de langue française du Québec	66,0 M	27,1 M

Sources : Données recueillies par le CRTC, OTM automne 2017, Numeris

En 2017, les revenus combinés des stations de télévision traditionnelle privées et de la SRC s'élevaient à 2,6 milliards de dollars. Ces segments continuent de connaître une lente diminution des revenus, affichant une baisse moyenne de 5,4 % par année de 2013, alors qu'ils affichaient un total de 3,2 milliards de dollars, à 2017.

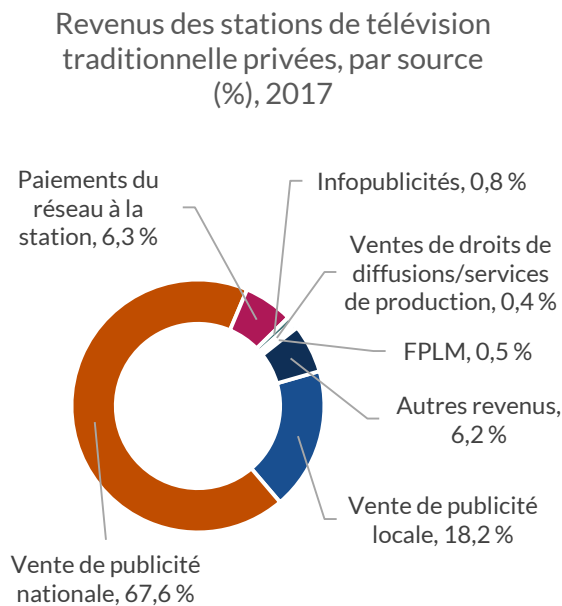
La moyenne d'heures d'écoute des stations de télévision traditionnelle privées totalisait 304,5 millions d'heures par semaine pour l'année de radiodiffusion 2017, une baisse de 6,8 % par rapport aux 327 millions d'heures par semaine de 2016.

En 2017, OTM a demandé aux Canadiens quel type de service de télévision ils regardaient, ils ont été 7 % à répondre les stations de télévision traditionnelle en direct, tout comme en 2016, année pour laquelle ce taux était supérieur de 1 % par rapport à 2015.

La publicité locale et nationale représente la grande majorité des revenus pour les stations de télévision traditionnelle privées. La baisse des revenus de ces stations est en grande partie observable dans les revenus de publicité. Pour les stations de télévision de la SRC, le déclin observé des revenus de 2016 à 2017 est en grande partie attribuable à un changement dans sa méthodologie de production de rapports visant à exclure les activités liées aux médias numériques de ses rapports. Une partie de la baisse est également attribuable à une baisse de revenus publicitaires en ce qui concerne la télévision traditionnelle.

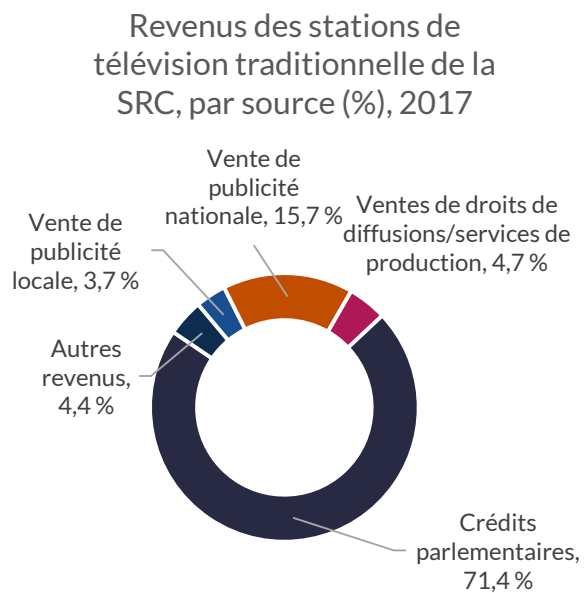
Comme mentionné précédemment, les revenus publicitaires constituent la grande majorité (86 %) des revenus des stations de télévision traditionnelle privées et représentent 19 % des revenus des stations de télévision traditionnelle de la SRC. Les crédits parlementaires représentaient 71 % des revenus des stations de télévision traditionnelle de la SRC.

Graphique 9.15 Revenus des stations de télévision traditionnelle privées, par source (%), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 9.16 Revenus des stations de télévision traditionnelle de la SRC, par source (%), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

« Paiements du réseau » : incluent les paiements nets aux affiliés en réduction des revenus. Pour les affiliés, cela devrait inclure leur part de recettes nettes du réseau, ou l'inverse, si tel est le cas.

« Infopublicités » : Programmation d'une durée supérieure à 12 minutes, alliant le divertissement ou l'information à la vente ou à la promotion de biens ou de services dans un tout presque indiscernable.

« Vente de droits de diffusion » : revenu perçu par la vente ou la diffusion d'une émission produite par un réseau à un autre réseau.

« FPLPM » : Fonds pour la programmation locale dans les petits marchés.

La « Vente de publicité locale » inclut les recettes tirées de la vente de temps d'antenne par des représentants locaux après déduction des commissions des agences de publicité et des rabais consentis.

« Vente de publicité nationale » : recettes tirées de la vente de temps d'antenne à l'échelle du pays après déduction des commissions des agences de publicité et des rabais consentis.

« Autres » : revenus liés à la radiodiffusion générés par la location des services d'artistes et d'installations techniques.

« Crédits parlementaires » : financement gouvernemental pour les dépenses de fonctionnement et les dépenses d'immobilisations.

Composition du marché des stations de télévision traditionnelle privées

En 2017, les deux plus importants radiodiffuseurs, BCE et Corus, ont obtenu 64 % du total des revenus de la télévision traditionnelle et ont déclaré 63 % des DÉC pour les stations de télévision traditionnelle, avec 46 des 93 stations.

Par comparaison, les deux plus importants radiodiffuseurs de langue française combinés ont déclaré 17 % des revenus de la télévision traditionnelle, avec 11 stations de télévision et représentaient 22 % des DÉC pour les stations de télévision traditionnelle.

Les cinq plus importants télédiffuseurs traditionnels combinés représentaient 69 stations et ont déclaré 94 % des revenus en 2017.

Infographie 9.4 Stations de télévision traditionnelle privée détenues par les grands groupes de propriété

2017	Nombre de stations	Revenus des stations de télévision traditionnelle	Part des revenus des stations de télévision traditionnelle privées	Part d'écoute		
				2017	DÉC	Part d'écoute
						FRA : marché francophone / ANG : marché anglophone
BCE	30	675 M\$	42 %	BCE	229 M\$	0,8 % / 14,8 %
CORUS.	16	353 M\$	22 %	CORUS.	160 M\$	/ 9,3 %
ROGERS	12	206 M\$	13 %	ROGERS	56 M\$	/ 4,1 %
QUÉBECOR	6	219 M\$	14 %	QUÉBECOR	110 M\$	24,4 % /
groupe vmedia	5	47 M\$	3 %	groupe vmedia	28 M\$	6,7 % /

Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété, Numeris

iii. Services de télévision facultatifs et sur demande

Infographie 9.5

Services facultatifs				Services de télévision sur demande			
2017	Services spécialisés	Services payants	Total	2017	Services de télévision à la carte	Services de vidéo sur demande	Total
Nombre de services ayant produit des rapports	265	6	271	Nombre de services ayant produit des rapports	7	14	21
Revenus	3,7 G\$	0,3 G\$	4,0 G\$	Revenus	99,4 M\$	217,6 M\$	317,0 M\$
Croissance des revenus 2016-2017	0,2 %	↓ 14,7 %	↓ 1,3 %	Croissance des revenus 2016-2017	13,2 %	↓ 5,6 %	↓ 0,4 %
DÉC	1,6 G\$	0,1 G\$	1,7 G\$	DÉC	6,6 M\$	13,7 M\$	20,2 M\$
BAIL	25,6 %	19,9 %	25,1 %	BAIL	19,6 %	6,9 %	10,9 %
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire au Canada (à l'exception du marché de langue française du Québec)	s. o.	s. o.	336,7 M				
Moyenne d'heures d'écoute hebdomadaire sur le marché de langue française du Québec	s. o.	s. o.	105,3 M				

Source : Données recueillies par le CRTC, Numeris

Les services facultatifs et sur demande comprennent les services spécialisés et payants (services facultatifs) ainsi que les services à la carte et de vidéo sur demande (services sur demande). En 2017, pour la première fois dans les cinq dernières années, les services facultatifs et sur demande ont affiché un taux de croissance négatif par rapport à l'année précédente (-1,2 %). Néanmoins, ces services demeurent des entreprises très rentables, dont les revenus combinés s'élevaient à 4,4 milliards de dollars et la marge de rentabilité était de 24,1 % en 2017.

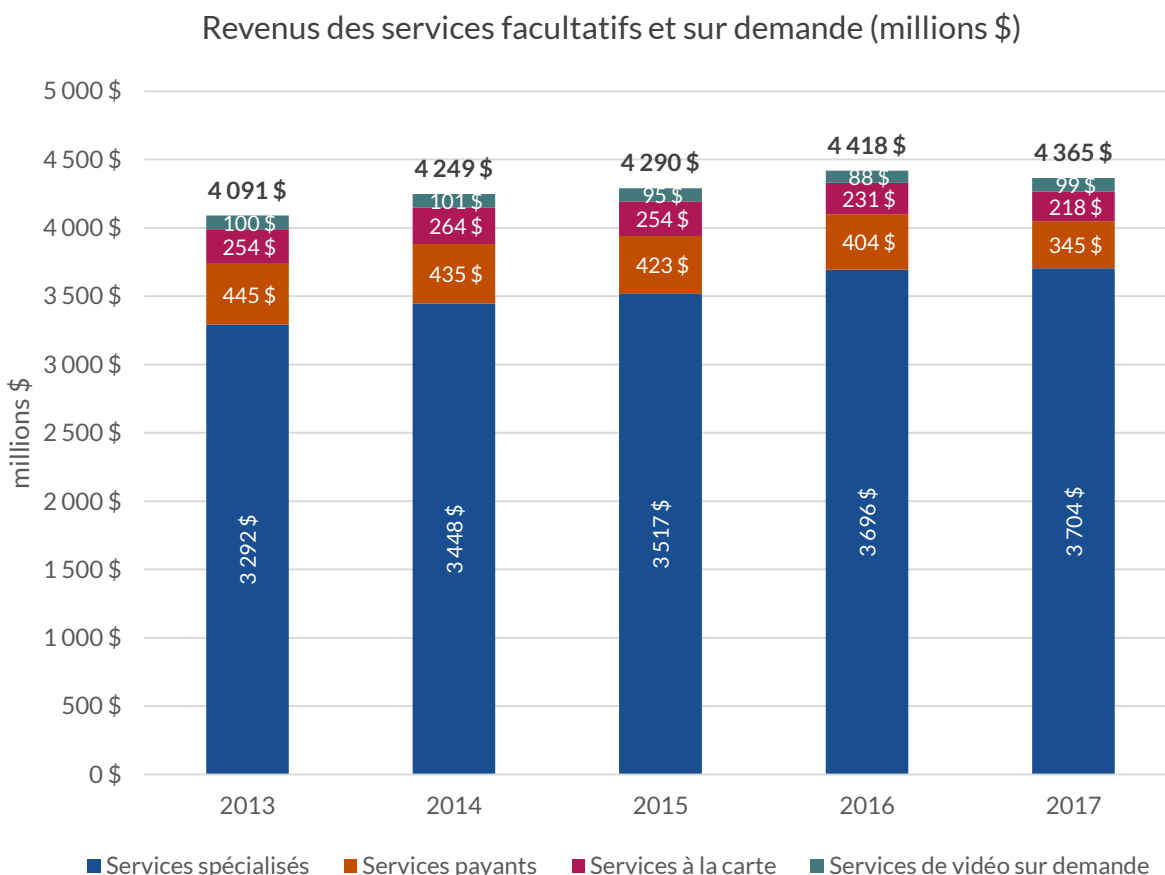
Les services facultatifs et sur demande ont comme fer de lance les services spécialisés, qui représentent près de 85 % du total des revenus dans cette catégorie. Leur croissance a été de 3 % par année au cours des cinq dernières années et leur marge de rentabilité a continuellement dépassé le seuil des 25 % au cours de la même période. Certains signes démontrent peut-être la saturation du marché, car la croissance enregistrée l'année dernière était de 0,21 %. Food Network, Sportsnet 360 et Canal D sont des exemples de services spécialisés.

Les revenus des services payants, qui s'élèvent à 345 millions de dollars, restent sur la même pente descendante que les dernières années. Une croissance négative de -14,7 % par rapport à l'année précédente est en partie attribuable à la fermeture de deux services. Ces fermetures portent le total des services payants produisant des rapports à six. The Movie Network et Super Écran sont des exemples de services payants.

Affichant des revenus de 318 millions de dollars en 2017, les services de vidéo sur demande sont aussi sur une pente descendante. Les revenus ont diminué à un rythme moyen de 3,5 % par année au cours des cinq dernières années. Il y a 14 services de vidéo sur demande, parmi lesquelles comptent Bell Télé sur demande et Illico sur demande.

Les services de vidéo sur demande représentaient les plus faibles revenus dans cette catégorie (99 millions de dollars en 2017), mais la plus forte croissance de l'année dernière (13,2 % par rapport à l'année précédente). Nombre des sept services ont affiché une croissance des revenus d'abonnement. Nonobstant le rendement financier de l'année dernière (BAII de 19,6 %), il s'agit d'un segment du marché dont la tendance est à un lent déclin des revenus (-0,1 % par année au cours des cinq dernières années). Shaw Pay-Per-View et Canal Indigo sont des exemples de ces services.

Graphique 9.17 Revenus des services facultatifs et sur demande (millions \$)



Source : Données recueillies par le CRTC

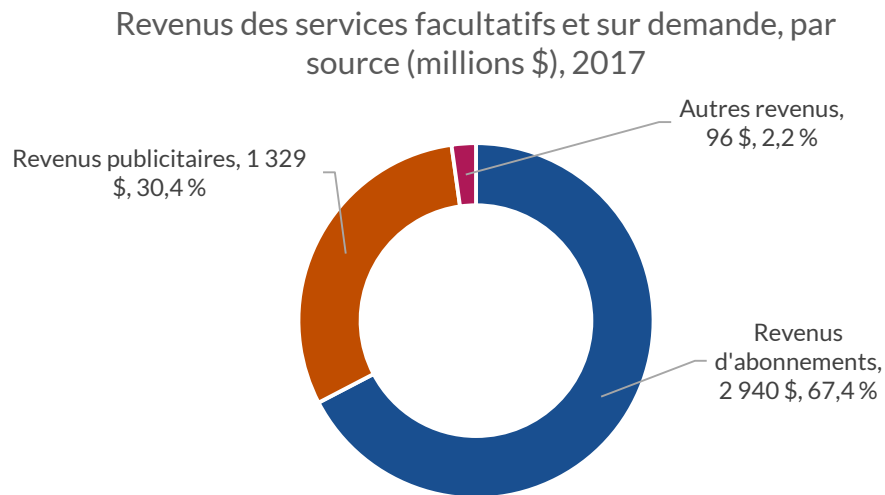
En 2017, les revenus d'abonnement représentaient 67 % des revenus, par rapport à 30 % pour les revenus de publicité. Ces proportions étaient similaires en 2013. Les revenus d'abonnement proviennent des abonnés terrestres (52 % du total des revenus en 2017) et des abonnés aux services de radiodiffusion directe (16 % du total des revenus). Les revenus de publicité sont divisés en publicités nationales (29 % du total des revenus en 2017) et en publicités locales (1 % du total des revenus).

Les revenus d'abonnement et de publicité ont l'un et l'autre enregistré une croissance dans les cinq dernières années (1,9 % par année pour les abonnements et 0,6 % par année pour la publicité). La croissance des revenus d'abonnement et de publicité est toutefois négative par rapport à l'année précédente (-1,2 % pour les abonnements et -1,4 % pour la publicité).

Les revenus d'abonnement et de publicité croissent lentement.

De 2013 à 2017, les cotes d'écoute pour les services facultatifs ont diminué de -1,6 % par année, quoique le plus fort déclin a été enregistré à la dernière année (-6,4 %).

Graphique 9.18 Revenus des services facultatifs et sur demande, par source (millions \$), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Composition du marché des services facultatifs et sur demande

En 2017, les deux plus importants radiodiffuseurs, BCE et Corus, ont récolté 59 % du total des revenus des services facultatifs et ont déclaré 47 % des DÉC pour ces services, ainsi que 48 % des cotes d'écoute du marché anglophone.

Même si Rogers arrive en troisième place au classement des revenus des services facultatifs avec 771 millions de dollars en 2017, l'entreprise a déclaré 460 millions de dollars en DÉC, ce qui la classe en deuxième place à cet égard, derrière BCE, qui a déclaré 590 millions de dollars en DÉC et 1 556 millions de dollars en revenus.

Infographie 9.6 Services facultatifs des grands groupes de propriété et de la SRC

2017	Nombre de services facultatifs	Revenus	Part des revenus des services facultatifs	2017	DÉC	Part d'écoute	
						FRA marché francophone	ANG marché anglophone
 BCE	32	1 556 M\$	38 %	 BCE	590 M\$	16,5 %	22,1 %
 CORUS.	44	832 M\$	21 %	 CORUS.	226 M\$	8,9 %	26,1 %
 ROGERS	10	771 M\$	19 %	 ROGERS	460 \$		8,2 %
 SRC	5	164 M\$	4 %	 SRC	112 M\$	4,9 %	2,0 %
 QUÉBECOR	7	184 M\$	5 %	 QUÉBECOR	151 M\$	13,2 %	
 groupe vmedia	2	24 M\$	0,4 %	 groupe vmedia	8 M\$	1,7 %	

Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété, relevés statistiques et financiers des services individuels facultatifs et sur demande, Numeris

En 2017, les quatre plus grands radiodiffuseurs ont récolté 82 % du total des revenus des services sur demande et déclaré 14,2 millions de dollars en DÉC pour 13 des 21 services.

Infographie 9.7 Services sur demande des grands groupes de propriété

2017	Nombre de services sur demande	Revenus	2017	Part des revenus des services sur demande	DÉC
BCE	6	89,1 M\$	BCE	28 %	1,9 M\$
 QUÉBECOR	2	49,2 M\$	 QUÉBECOR	16 %	2,8 M\$
 ROGERS	2	53,3 M\$	 ROGERS	17 %	9,5 M\$
Shaw)	3	65,8 M\$	Shaw)	21 %	

Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété, relevés statistiques et financiers des services individuels facultatifs et sur demande

iv. Services vidéo diffusés par Internet au Canada

Les services vidéo diffusés par Internet sont un segment du marché en croissance. En 2017, il a généré des revenus totaux estimés à 2,4 milliards de dollars au Canada. Étant donné que le secteur de la télévision traditionnelle a généré des revenus de 6,9 milliards de dollars en 2017, les services vidéo diffusés par Internet représenteraient approximativement 35 % de ce total, ce qui est comparable aux revenus des stations de télévision traditionnelle privées et de la SRC combinées.

Les services vidéo diffusés par Internet sont divisés en trois principaux modèles d'entreprise distincts :

Service de vidéo sur demande par abonnement (VSDA) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client paye des frais d'abonnement pour accéder à une bibliothèque de contenu. Cette catégorie comprend les services qui diffusent le contenu de leur bibliothèque selon un horaire précis (par exemple, Rogers LNH Live) et les services qui permettent à l'utilisateur de choisir ce qu'il veut dans un catalogue de contenu disponible peu importe l'heure de visionnement (par exemple, Club illico, Crave et Netflix).

Service de vidéo sur demande transactionnelle (VSDT) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client paye uniquement pour le contenu visionné. Habituellement, le client ne paye pas pour accéder au service. Exemples de ce type de service : iTunes, Microsoft Films et télé, et PlayStation Network.

Service de vidéo sur demande financée par la publicité (VSDFP) : modèle de service sur Internet en vertu duquel un client accède en général gratuitement au contenu, mais est exposé à du contenu publicitaire. YouTube est un exemple de ce type de service.

Infographie 9.8

2017	Revenus estimatifs au Canada en 2017	Croissance 2016-2017	Part des revenus estimatifs des services vidéo diffusés par Internet
VSDA	1 331 M\$	26,3 %	56 %
VSDT	451 M\$	8,7 %	19 %
VSDFP	583 M\$	21,2 %	25 %
TOTAL	2,4 G\$	21,3 %	s. o.

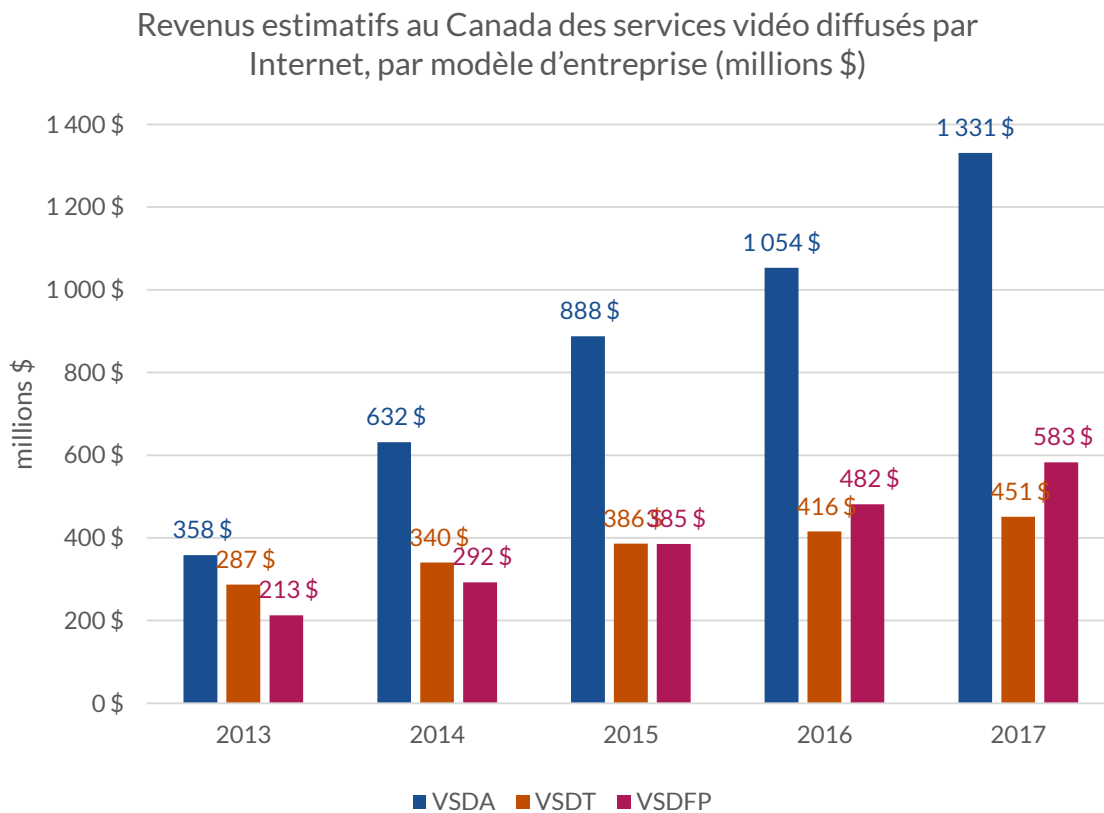
Source : Revenus estimatifs d'Ovum, OTM

Toutes les données liées aux services vidéo diffusés par Internet ont été obtenues d'un tiers et devraient être considérées comme des estimations.

Même si le secteur de la télévision traditionnelle a vu ses revenus diminuer de 1,3 % par année de 2013 à 2017, les revenus estimatifs des services vidéo diffusés par Internet au Canada ont crû au rythme moyen de 28,9 % par année pendant la même période.

Les services de VSDA étaient en tête des services vidéo diffusés par Internet en ce qui concerne le total des revenus et la croissance. En 2017, les services de VSDA ont récolté 56 % (ou 1,3 milliard de dollars) du total des revenus estimatifs des services diffusés par Internet et ont affiché une croissance moyenne de 38,8 % par année de 2013 à 2017. Les services de VSDFP et de VSDT sont arrivés en deuxième et troisième place respectivement en ce qui concerne le total des revenus estimatifs et la croissance.

Graphique 9.19 Revenus estimatifs au Canada des services vidéo diffusés par Internet, par modèle d'entreprise (millions \$)

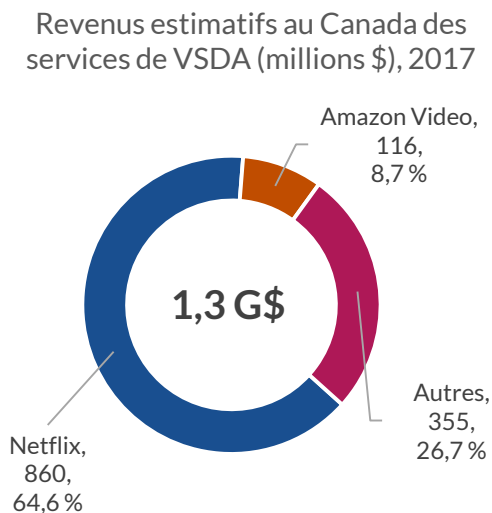


Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Comme pour le système de radiodiffusion traditionnel, quelques services produisent la majorité des revenus des services vidéo diffusés par Internet. En 2017, les trois services en tête de file, Netflix, iTunes et YouTube, ont généré des revenus estimatifs de 1,3 milliard de dollars, soit 55 % de tous les revenus des services vidéo diffusés par Internet. Fait saillant, chacun représente un différent type de service.

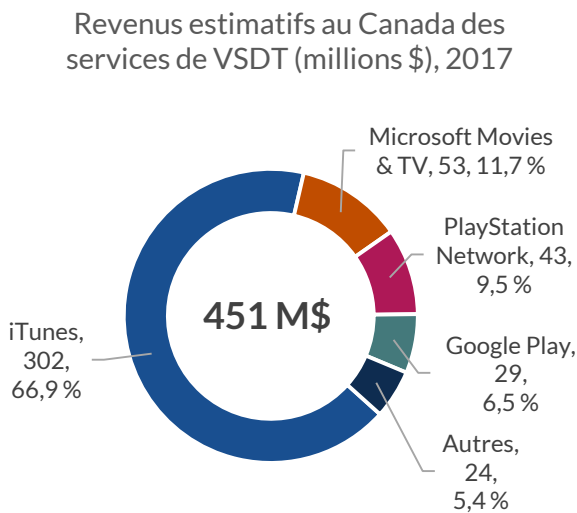
En 2017, sans surprise, Netflix a touché la plus grande part (65 %) des recettes des services de VSDA, suivie d'Amazon Video (9 %), tandis qu'iTunes récoltait 67 % des recettes des services de VSDT. On estime que 25 % des recettes des services de VSDFP sont allés à YouTube.

Graphique 9.20 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDA (millions \$), 2017



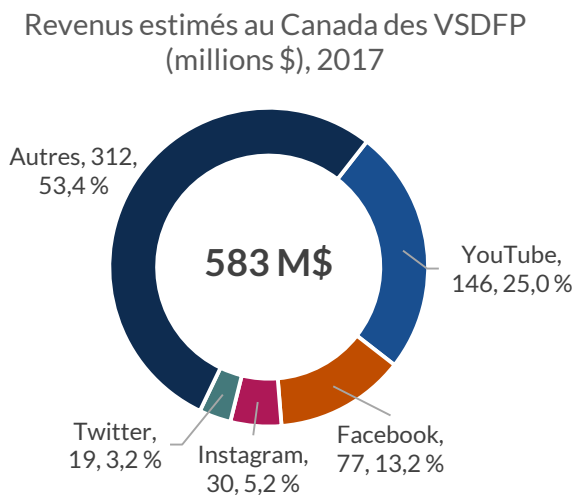
Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Graphique 9.21 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDT (millions \$), 2017



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

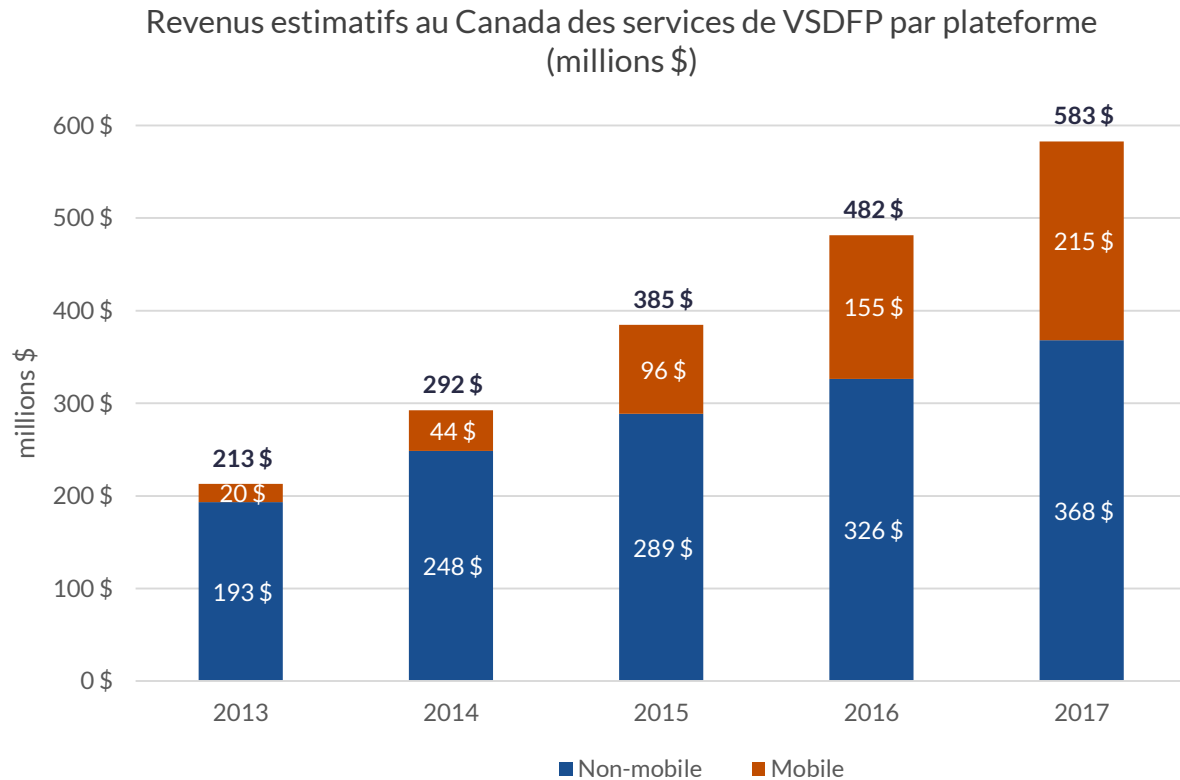
Graphique 9.22 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDFP (millions \$), 2017



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

Les plateformes mobiles génèrent une partie sans cesse croissante des recettes des services de VSDFP. À mesure que l'utilisation des appareils mobiles augmente, les recettes des services de VSDFP provenant des plateformes mobiles augmentent également. Selon les estimations, 37 % des recettes des services de VSDFP proviennent des plateformes mobiles en 2017, alors que cette portion n'était que de 9 % en 2013.

Graphique 9.23 Revenus estimatifs au Canada des services de VSDFP par plateforme (millions \$)



Source : Revenus estimatifs d'Ovum

v. Disponibilité des services de télévision et de vidéo

Voici la liste des services de télévision et de vidéo à la disposition des Canadiens. Elle comprend les services canadiens traditionnels, facultatifs et autres ainsi que les services non canadiens approuvés pour distribution au pays.

En 2017, un total de 793 services étaient autorisés à diffuser au Canada, une augmentation de sept services par rapport à 2016. Les services facultatifs comptaient pour 34 % des services de télévision, alors que les services traditionnels et autres représentaient 19 %.

Tableau 9.2 Nombre et type de services de télévision et de services vidéo autorisés à diffuser au Canada, par langue de diffusion

Catégorie	Sous-catégorie	Langue anglaise		Langue française		Langue tierce		Toutes les langues	
		2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Stations de télévision traditionnelle canadiennes	SRC (détenues et exploitées)	14	14	13	13	0	0	27	27
	Commerciales privées	67	67	20	20	6	6	93	93
	Religieuses comprises dans le nombre de stations privées commerciales	5	5	0	0	0	0	5	5
	Autres stations religieuses	2	2	0	0	0	0	2	2
	Éducatives	4	4	3	3	0	0	7	7
Services facultatifs canadiens	Services spécialisés de catégorie A	44	43	15	14	5	5	64	62
	Services spécialisés de catégorie B	84	79	10	11	109	104	203	194
	Services spécialisés de catégorie C	6	6	4	4	0	0	10	10
	Services de télévision payante	6	4	2	2	0	0	8	6
	Services de TVC (radiodiffusion directe et par voie terrestre)	11	11	0	0	0	0	11	11
	Services de vidéo sur demande	16	16	1	1	0	0	17	17
Autres services canadiens	Canaux communautaires	11	12	4	4	0	0	15	16
	Chambre des communes (CPAC)	1	1	1	1	0	0	2	2
Services non canadiens	Approuvés pour distribution au Canada	138	144	24	25	165	177	327	346
Total	Total	404	403	97	98	285	292	786	793

Source : Base de données interne du CRTC

Ce tableau montre le type et le nombre de services de télévision et de services vidéo dont la diffusion est autorisée au Canada. Ces types comprennent 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 canaux communautaires de la télévision traditionnelle et les autres canaux communautaires ont été ventilés. 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. La distribution des services non canadiens autorisés est à la discrétion de l'entreprise de distribution de radiodiffusion (EDR). L'annexe 2 de la Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2018-1 comprend la liste de tous les services de programmation non canadiens approuvés pour distribution au 20 décembre 2017. 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 9.3 Nombre de services canadiens publics, communautaires, éducatifs et traditionnels privés dont la diffusion est autorisée, par province et langue de diffusion

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	Publics, communautaires et éducatifs	Trad. privés
Colombie-Britannique	7	11	1	0	0	1	8	12
Alberta	3	13	1	0	0	2	4	15
Saskatchewan	2	6	1	0	0	0	3	6
Manitoba	2	4	1	0	0	0	3	4
Ontario	7	22	3	0	0	2	10	24
Québec	1	3	11	20	0	1	12	24
Nouveau-Brunswick	2	4	1	0	0	0	3	4
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	31	67	19	20	0	6	50	93

Source : Base de données interne du CRTC

Dans l'ensemble du pays, les Canadiens ont accès à 93 stations de télévision traditionnelle privées et à 50 services de télévision publics, communautaires et éducatifs. Le Québec se classe en tête de toutes les provinces pour ce qui est des stations publiques, communautaires et éducatives (12). L'Ontario et le Québec se classent en tête pour ce qui est des stations de télévision traditionnelle privées (24 chacune).

vi. Programmation de grande qualité

La Loi sur la radiodiffusion prévoit que la programmation offerte par les entreprises de diffusion doit être de grande qualité. En plus du CRTC, deux organismes traitent les plaintes relatives à la programmation offerte par les radiodiffuseurs – le Conseil canadien des normes de la radiotélévision (CCNR) et Les normes canadiennes de la publicité (NCP). Le CRTC s'occupe également des questions qui n'entrent pas dans les paramètres des codes administrés par le CCNR.

Conseil canadien des normes de la radiotélévision

Le CCNR est un organisme indépendant créé par l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) pour administrer les codes établis par les radiodiffuseurs privés du Canada. Le CCNR compte plus de 790 stations de radio et de télévision privées, services spécialisés, services payants et réseaux partout au Canada. Les membres comprennent les radiodiffuseurs qui diffusent leur contenu en anglais, en français et en langues tierces. Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web www.cbsc.ca/fr.

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

- le *Code de déontologie de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code concernant la violence de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code sur la représentation équitable de l'Association canadienne des radiodiffuseurs*;
- le *Code de déontologie journalistique de l'Association des services de nouvelles numériques et radiotélévisées du Canada*.

Les normes canadiennes de la publicité

NCP est un organisme national d'autoréglementation de la publicité à but non lucratif qui répond aux plaintes des consommateurs et des groupes d'intérêt spécial portant sur la publicité dans tous les médias assujettis au Code canadien des normes de la publicité, le principal instrument d'autoréglementation de la publicité. NCP assume également des fonctions de préautorisation dans cinq catégories de l'industrie qui consistent à examiner des publicités en fonction des dispositions législatives, des règlements et des codes et lignes directrices de l'industrie applicables. Pour obtenir de plus amples renseignements, visitez le site Web www.adstandards.com/fr/.

Tableau 9.4 Nombre de communications au sujet des services de télévision reçues par le CRTC, par type de sujet, pour les années de radiodiffusion 2013 à 2017

Année	Politiques/ décisions du CRTC	Qualité du service/ prestation	Programmation	Intensité sonore	Autre	Total
2013-2014	2 390	296	1 441	875	100	5 102
2014-2015	2 643	297	1 426	681	100	5 147
2015-2016	1 971	649	1 300	403	268	4 591
2016-2017	1 421	712	993	251	298	3 675

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Pour une période de 12 mois : du 1er septembre au 31 août

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

Tableau 9.5 Plaintes relatives à la programmation télévisuelle reçues par le CRTC et acheminées au CCNR par secteur et par enjeu, pour les années de radiodiffusion 2013 à 2017

Secteur de marché	Type de plainte	2013-2014		2014-2015		2015-2016		2016-2017	
		Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR	Plaintes reçues	Référées au CCNR
Télévision traditionnelle	Propos haineux	23	8	16	1	25	4	8	0
	Contenu pour adultes	84	14	76	12	33	5	14	2
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	13	1	16	1	10	0	3	0
	Stereotypes sexuels	4	0	4	0	1	0	0	0
	Insultes ou injures	178	52	179	31	78	17	178	24
	Langage vulgaire	62	8	57	16	42	4	28	3
	Violence à la télévision	67	13	64	6	20	0	9	0
	Total	431	96	412	67	209	30	240	29
Services spécialisés	Propos haineux	11	5	4	1	4	0	2	0
	Contenu pour adultes	43	11	31	6	22	4	20	2
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	3	4	0	0	2	0	0	0
	Stereotypes sexuels	4	2	0	0	0	0	0	0
	Insultes ou injures	62	24	60	24	19	1	55	10
	Langage vulgaire	14	6	11	5	9	4	9	2
	Violence à la télévision	9	5	23	4	3	1	8	7
	Total	146	57	129	40	59	10	94	21
Services payants et de TVC	Propos haineux	0	0	0	0	0	0	0	0
	Contenu pour adultes	1	0	8	2	3	0	1	0
	Publicité en faveur des boissons alcoolisées	0	0	0	0	0	0	0	0
	Stereotypes sexuels	0	0	0	0	0	0	0	0
	Insultes ou injures	1	0	1	1	0	0	0	0
	Langage vulgaire	0	0	1	0	0	0	2	0
	Violence à la télévision	0	0	2	0	1	0	2	0
	Total	2	0	12	3	4	0	5	0
Total	Total	579	153	553	110	272	40	339	50

Source : Système de suivi de la correspondance du CRTC

Ensemble, le CRTC et le CCNR reçoivent et traitent un éventail de plaintes concernant les stations de télévision traditionnelle et les services facultatifs. Ce tableau montre le nombre de plaintes reçues par le CRTC – et le nombre acheminé au CCNR – concernant divers enjeux au cours des années de radiodiffusion de 2013-2014 à 2016-2017 (c.-à-d. du 1er septembre au 31 août). D'avril 2016 à mars 2017, environ 12,6 % des plaintes liées à la télévision reçues par le CRTC ont été acheminées au CCNR.

Le système de suivi de la correspondance du CRTC considère les communications multiples du même client au sujet de la même plainte comme des unités séparées. Par conséquent, le nombre de plaintes réelles reçues devrait être légèrement inférieur aux chiffres indiqués. La catégorie « Propos offensant » comprend les plaintes alléguant de l'incitation à l'antenne à la haine ou au mépris contre l'un des groupes désignés dans le Règlement de 1987 sur la télédiffusion ou le Règlement sur les services facultatifs. La catégorie « Commentaire offensant » comprend les plaintes alléguant de l'humour offensant ou d'autres commentaires qui ne sont pas visés par la disposition de « propos offensant » dans les règlements. La

catégorie « Langage injurieux » comprend les plaintes alléguant un langage injurieux dans des paroles de chansons ou dans la programmation de créations orales.

Tableau 9.6 Plaintes liées à la télévision traitées par le CCNR, par langue de diffusion et origine de l'émission, 2017

Catégorie	Sous-catégorie	Télévision traditionnelle et spécialisée	Télévision payante	Total
Langue de diffusion	Anglais	872	4	876
	Français	238	3	241
	Langue tierce	3	0	3
	Autre	8	0	8
	Total	1 121	7	1 128
Origine de l'émission	Canadienne	855	0	855
	Étrangère	150	4	154
	Autre	116	3	119
	Total	1 121	7	1 128

Source : CCNR, rapport annuel de 2016-2017

Dans chaque cas, la catégorie « Autre » fait référence aux plaintes pour lesquelles le CCNR ne disposait pas de suffisamment de renseignements pour déterminer la langue de diffusion ou l'origine de l'émission.

Tableau 9.7 Plaintes liées au contenu publicitaire numérique et télévisuel, traitées par NCP en 2017

Statistiques	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre total de plaintes	1 310	1 274	1 774	1 639	1 808
Plaintes concernant les publicités à la télévision	528	500	671	652	716
Plaintes concernant les publicités à la télévision en pourcentage du nombre total de plaintes reçues	40 %	39 %	38 %	40 %	40 %
Plaintes concernant les publicités numériques	240	289	348	439	410
Plaintes concernant les publicités numériques en pourcentage du nombre total de plaintes reçues	18 %	23 %	20 %	27 %	23 %

Source : Rapports de NCP sur les plaintes liées à la publicité

vii. Méthodologie

Observateur des technologies média (OTM)

L'OTM mesure l'adoption et l'utilisation des technologies média par les Canadiens à deux moments différents pour surveiller les changements relatifs à la pénétration et à l'utilisation des médias au cours de l'année. Des entrevues téléphoniques sont réalisées auprès d'un échantillon représentatif régional de Canadiens qui ont un service téléphonique filaire et ceux qui comptent exclusivement sur un service téléphonique mobile. Le sondage d'automne a été réalisé auprès de 8 000 Canadiens adultes (4 000 anglophones et 4 000 francophones). Parmi ces 8 000 répondants, 2 976 ont également répondu à un sondage en ligne présenté à l'automne. Un échantillon indépendant de 4 000 Canadiens (2 000 anglophones et 2 000 francophones) répondent au sondage au printemps.

www.mtm-otm.ca

Le *Rapport de surveillance des communications* utilise les données recueillies du sondage d'automne, sauf indication contraire.

Ovum

Services de VSDA

Les revenus des services par abonnement sont estimés en fonction des données accessibles au public sur le nombre d'abonnés et les tarifs de services, notamment les rapports annuels des entreprises et les articles de presse. Ces données sont alors utilisées pour estimer un revenu d'abonnement mensuel moyen par abonné en tenant compte de tous les forfaits offerts par un fournisseur donné et distribués au nombre estimé d'abonnés. Le revenu d'abonnement mensuel estimatif moyen par abonné est ensuite multiplié par le nombre estimé d'abonnés.

Services de VSDT

Les revenus de services transactionnels (VSDT) sont estimés en fonction des données accessibles au public, comme les rapports annuels des entreprises, en plus des autres revenus des médias du pays, comme les revenus des services de vidéos domestiques et de la télévision payante. Ces estimations sont précisées davantage en utilisant des données sur les abonnements de services vidéo en ligne dans le marché comme point de référence.

Dans certains cas où les renseignements ne sont pas disponibles, Ovum a fondé ses estimations sur la part du marché et les revenus du fournisseur de services dans un pays semblable à celui faisant l'objet de l'analyse.

Services de VSDFP

Les revenus des services axés sur la publicité sont estimés en fonction des données accessibles au public et lorsque nécessaire sur des modèles quantitatifs (basés sur les connaissances des analystes et des hypothèses) sur le chargement et le prix des publicités ainsi que les parts de marchés. Celles-ci sont appliquées aux prévisions de trafic vidéo et de publicités numériques pour générer les revenus estimatifs. Ces estimations sont précisées davantage en fonction du rendement de chaque entité dans d'autres segments de marché vidéo.

Ovum définit les revenus de VSDFP comme des revenus générés par la vente de publicité à l'intérieur de la diffusion (publicité avant la diffusion, pendant la diffusion, après la diffusion et à l'intérieur du lecteur vidéo)

sur Internet. Ceci exclut les publicités hors diffusion (c'est-à-dire les annonces vidéo lues indépendamment du contenu vidéo, telles que les formats d'annonces vidéo dans la page web et dans le flux des médias sociaux).

Numeris

Les données concernant les cotes d'écoute sont importantes, non seulement pour les intervenants de l'industrie qui utilisent les données pour aider à vendre du temps d'antenne aux annonceurs, mais aussi pour le CRTC qui utilise les données pour évaluer l'efficacité de ses politiques en analysant la portée de la programmation dans l'ensemble du pays et dans divers groupes démographiques.

Sauf indication contraire, les données sur les cotes d'écoute qui sont fournies par Numeris ont été recueillies à l'aide d'audimètres portatifs portables.

Les données de Numeris présentées par marché linguistique divisent le Canada en deux segments : 1) tout le Canada, sauf les répondants francophones au Québec; 2) seulement les répondants francophones au Québec.

Les saisons de télévision utilisées par Numeris sont les suivantes :

- Du 27 août 2012 au 25 août 2013 (toutes les personnes de 2 ans et plus, du lundi au dimanche, de 2 h à 2h).
- Du 26 août 2013 au 31 août 2014 (toutes les personnes de 2 ans et plus, du lundi au dimanche, de 2 h à 2h).
- Du 1^{er} septembre 2014 au 30 août 2015 (toutes les personnes de 2 ans et plus, du lundi au dimanche, de 2 h à 2h).
- Du 31 août 2015 au 28 août 2016 (toutes les personnes de 2 ans et plus, du lundi au dimanche, de 2 h à 2h).
- Du 29 août 2016 au 27 août 2017 (toutes les personnes de 2 ans et plus, du lundi au dimanche, de 2 h à 2h).



Rapport de surveillance des communications **2018**

Secteur de la
distribution



Secteur de la distribution de radiodiffusion

Infographie 10.1

	2017	Croissance 2016-2017
Abonnés des EDR	10,7 M	↓ 1,9 %
Revenus des EDR	8,5 G\$	↓ 2,3 %
Marges BAIIA des EDR	18,3 %	s.o.
Total des contributions des EDR à la programmation canadienne	412 M\$	↓ 3,7 %
Total des paiements d'affiliation déclarés par les EDR	3,5 G\$	0,7 %
Total des paiements d'affiliation aux services canadiens	3,1 G\$	1,6 %
Pourcentage des ménages abonnés aux services d'EDR	72,3 %	s.o.

Source : Données recueillies par le CRTC

Les paiements d'affiliation renvoient à la rémunération que les fournisseurs de services de programmation facultatifs et sur demande (canadiens et non canadiens) reçoivent des EDR qui distribuent leurs services.

Les entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR) fournissent aux Canadiens un service de télévision par abonnement. Les EDR distribuent les stations de télévision traditionnelle ainsi que les services facultatifs et sur demande. La section du présent rapport consacrée à distribution de la radiodiffusion porte sur trois types d'EDR : les entreprises de câblodistributions, les fournisseurs de services de télévision sur protocole Internet (IPTV) et les fournisseurs de services satellites de radiodiffusion directe.

En 2017, les revenus des EDR⁶¹ s'élevaient à 8,5 milliards de dollars et représentaient près de la moitié du total des revenus de radiodiffusion. Même si les revenus ont connu une baisse de 2,3 % par rapport en 2016, les EDR ont déclaré une marge combinée du bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement (BAIIDA) de 18,3 % en 2017. Elles ont également investi plus de 400 millions de dollars dans la création et la production de programmation canadienne, en plus de 3,1 milliards de dollars en paiements d'affiliation aux services de télévision canadiens pour la diffusion de la programmation auprès de 11 millions d'abonnés ou presque, soit 72,3 % des ménages canadiens.

⁶¹ Les revenus des EDR font référence aux revenus générés par les services de base et d'autres services, mais excluent les revenus des services Internet, comme Netflix, Crave et Club illico; ils incluent toutefois les services IPTV, comme Bell Télé Fibe et Telus Optik TV.

i. Revenus et rendement financier

Infographie 10.2

2017	Revenus	Croissance des revenus 2016-2017	Abonnés	2017	Croissance du nombre d'abonnés 2016-2017	Revenus moyens par abonné	Marge BAIIDA
Câble	4 593 M\$	↓ 4,1 %	6,1 M	Câble	↓ 2,9 %	62,32 \$ /mois	18,6 %
IPTV	1 985 M\$	10,3 %	2,6 M	IPTV	5,5 %	65,24 \$ /mois	7,7 %
SRD	1 959 M\$	↓ 8,9 %	2,0 M	SRD	↓ 7,2 %	76,76 \$ /mois	28,1 %
TOTAL	8 538 M\$	↓ 2,3 %	10,7 M	TOTAL	↓ 1,9 %	65,85 \$ /mois	18,3 %

Source : Données recueillies par le CRTC

Satellite de radiodiffusion directe (SRD) fait référence aux fournisseurs de services satellites, alors qu'IPTV renvoie à la télévision sur protocole Internet, comme Fibe Télé ou Optik TV, mais exclut les services diffusés par Internet comme Netflix, Crave et Club illico.

Les revenus mensuels par abonné sont calculés en divisant les revenus annuels des EDR pour les services de base et facultatifs par le nombre moyen d'abonnements pendant l'année. Le résultat est ensuite divisé par 12 pour obtenir un montant mensuel. Le nombre moyen d'abonnés est déterminé en divisant par deux la somme du nombre d'abonnés au début et à la fin de l'année.

La marge BAIIDA est un indicateur utilisé pour mesurer le rendement financier : elle représente le bénéfice avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement, et elle est exprimée en pourcentage du total des revenus.

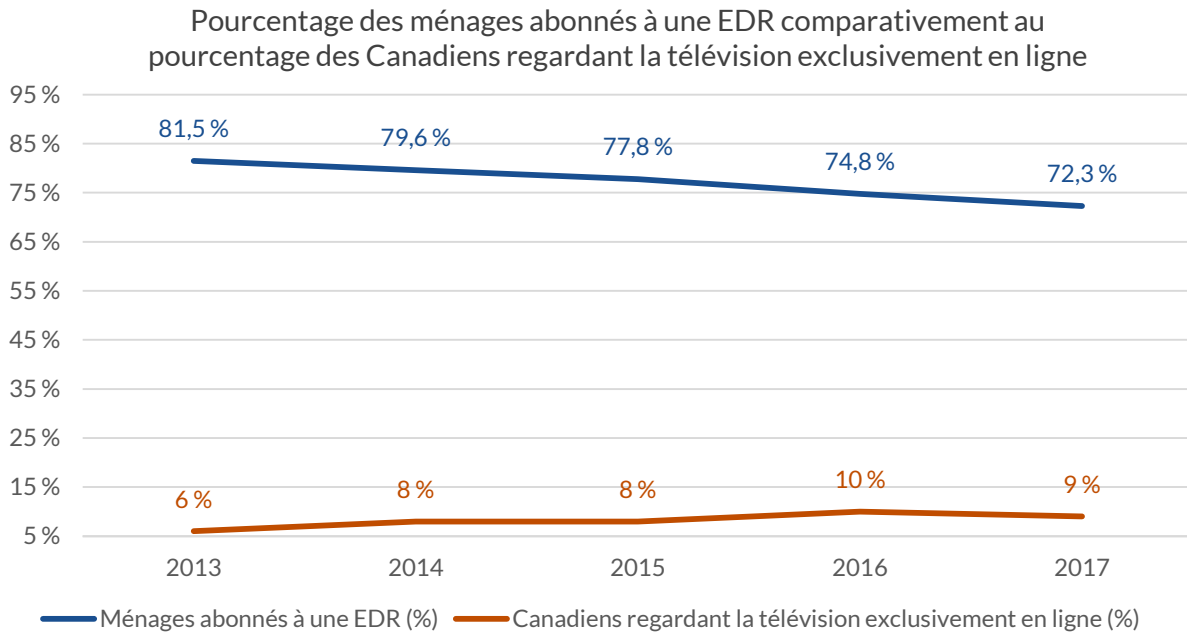
Comme mentionné précédemment, en 2017, les revenus des câblodistributeurs et des fournisseurs de services IPTV et satellites s'élevaient à 8 538 millions de dollars, une baisse de 2,3 % par rapport à l'année précédente, ce qui marque la troisième année consécutive affichant une diminution des revenus. Pour la première fois, les revenus des EDR ont affiché une baisse de leur taux de croissance annuel composé moyen sur cinq ans. En moyenne, les revenus ont diminué de 0,7 % par année de 2013 à 2017.

Les revenus pour les services IPTV ont maintenu leur tendance à la hausse et se sont élevés à 1 985 millions de dollars en 2017, dépassant pour la première fois les revenus de SRD et enregistrant une marge BAIIDA positive (7,7 %), aussi pour la première fois. Les services SRD quant à eux demeurent les plus rentables des trois catégories de service, enregistrant une marge BAIIDA de 28,1 %. Ces services ont également généré un plus grand revenu mensuel moyen par abonné (76,76 \$/mois) que les autres services, dépassant les services de câble et IPTV de plus de 10 \$/mois.

Ensemble, les services de radiodiffusion directe, de câblodistribution et IPTV ont fourni des services auxquels 72,3 % des ménages canadiens se sont abonnés. Même si la pénétration des EDR est en déclin depuis quelques années, les Canadiens ne semblent pas nécessairement remplacer leurs services par leurs équivalents en ligne. De 2013 à 2017, la pénétration des EDR a chuté, les ménages canadiens ayant recours

à leurs services passant de 81,5 à 72,3 %, mais le pourcentage des Canadiens qui déclarent regarder la télévision exclusivement en ligne est seulement passé de 6 à 9 % au cours de la même période.

Graphique 10.1 Pourcentage des ménages abonnés à une EDR comparativement au pourcentage des Canadiens regardant la télévision exclusivement en ligne



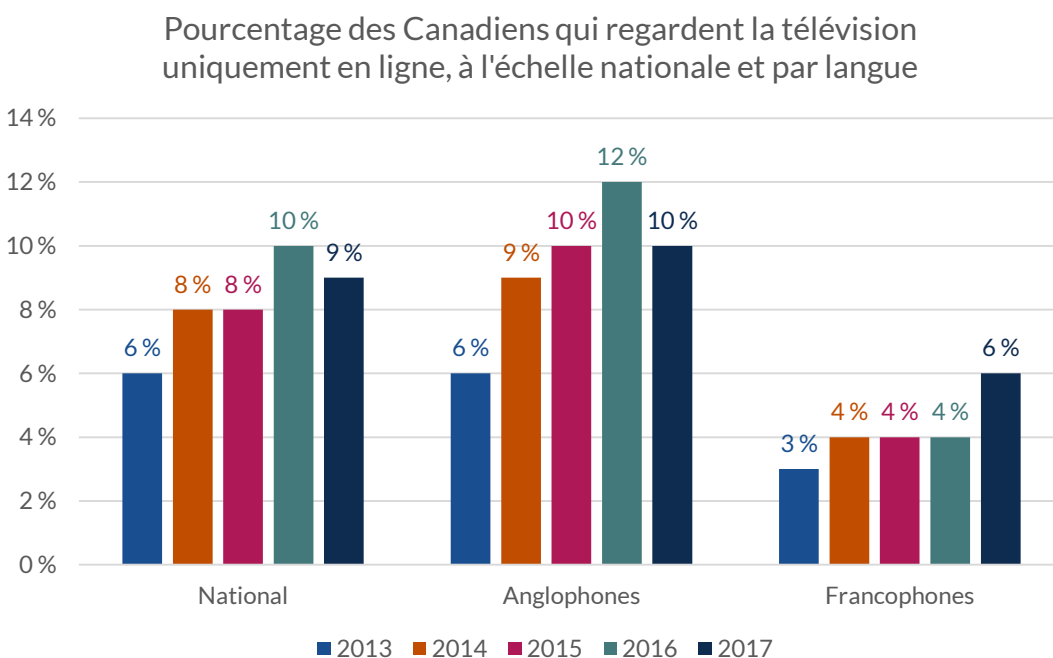
Source : Données recueillies par le CRTC; Observateur des technologies média (OTM), 2013-2017 (répondants : Canadiens âgés de 18 ans et plus); données du Recensement de Statistique Canada

Regarder la télévision exclusivement en ligne correspond aux personnes qui ne regardent pas la télévision en direct à la maison, mais qui choisissent plutôt de regarder la télévision exclusivement en ligne au moyen de divers services et sites Web de diffusion en continu. Un faible pourcentage de ces personnes peuvent encore avoir un abonnement à la télévision traditionnelle payante ou recevoir des signaux de radiodiffusion en direct, mais elles ne les utilisent pas et choisissent plutôt les services en ligne que de regarder la télévision.

En 2017, la télévision traditionnelle était regardée par 95 % des Canadiens, alors que la télévision sur Internet l'a été par 61 % d'entre eux. Même si 61 % des Canadiens regardaient du contenu télévisuel en ligne, seulement 9 % d'entre eux regardaient la télévision exclusivement en ligne. La plupart des Canadiens regardant la télévision exclusivement en ligne étaient anglophones et appartenaient généralement au groupe d'âge des 18 à 34 ans.

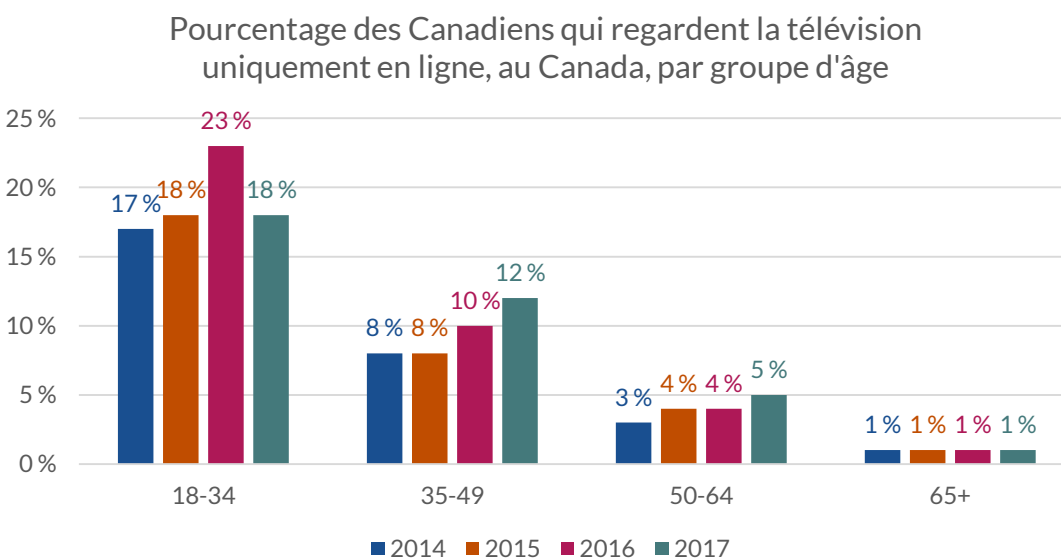
En 2017, 10 % des Canadiens anglophones et 6 % des Canadiens francophones regardaient la télévision exclusivement en ligne. Les jeunes Canadiens sont plus susceptibles de regarder la télévision exclusivement en ligne que les plus âgés. Plus précisément, la même année, 18 % des Canadiens âgés de 18 à 34 ans affirmaient ne regarder que la télévision en ligne, par rapport à seulement 12 % des 35 à 49 ans, 5 % des 50 à 65 ans et 1 % des plus de 65 ans.

Graphique 10.2 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision uniquement en ligne, à l'échelle nationale et par langue



Source : Observateur des technologies médias (OTM), 2013-2017 (répondants : Canadiens âgés de 18 ans et plus)

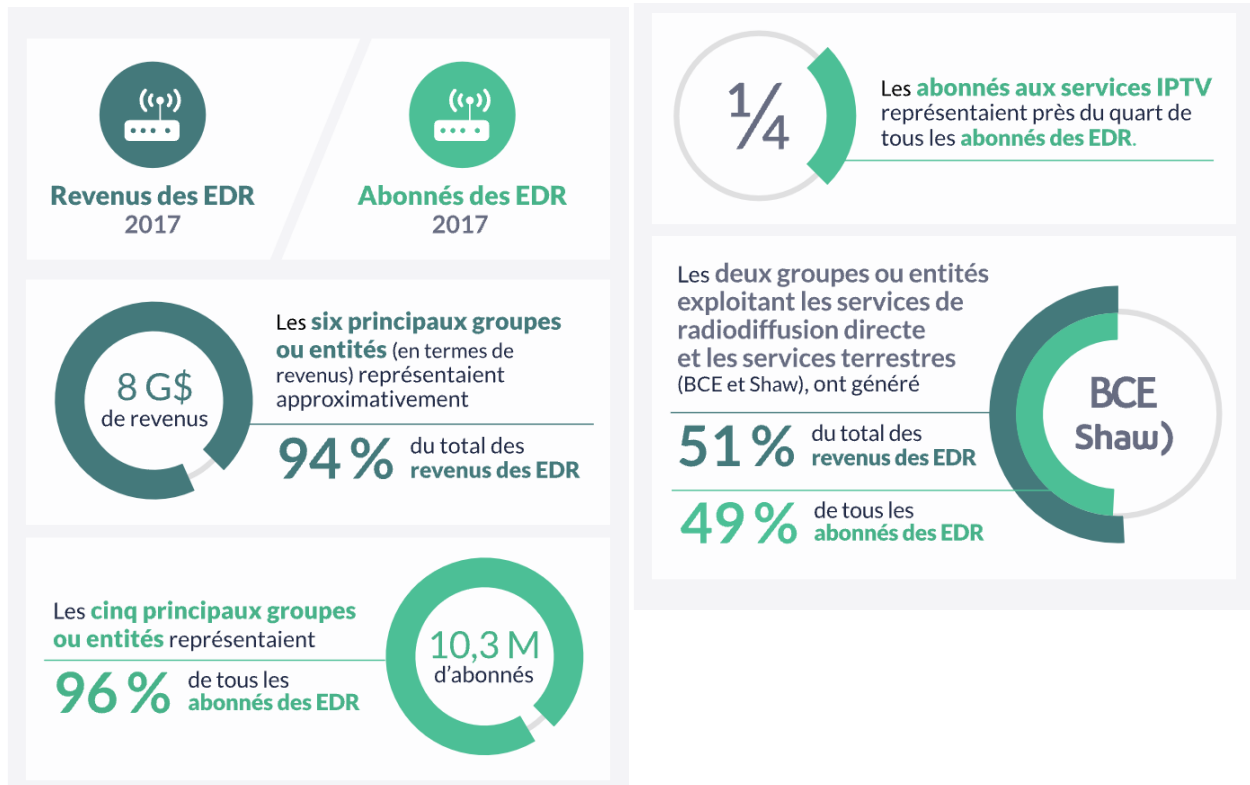
Graphique 10.3 Pourcentage des Canadiens qui regardent la télévision exclusivement en ligne au Canada par groupe d'âge



Source : Observateur des technologies médias (OTM), 2013-2017 (répondants : Canadiens âgés de 18 ans et plus)

ii. Caractéristiques de l'industrie

Infographie 10.3



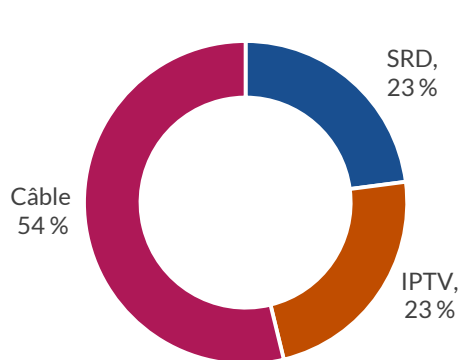
Source : Divulgence publique des rapports annuels cumulés des grands groupes de propriété

Comme dans le cas de l'industrie de la radiodiffusion en général, la majorité des revenus du secteur des EDR est générée par quelques grandes entités. En 2017, les six principaux groupes ou entités ont déclaré 94 % du total des revenus des EDR et cumulaient 96 % des abonnements aux EDR.

Bien que les services IPTV affichent toujours une croissance en ce qui concerne les revenus et le nombre d'abonnés, et qu'ils ont enregistré un BAIIA positif pour la première fois en 2017, les services de câblodistribution représentaient toujours plus de la moitié du marché des EDR, soit 54 % du total des revenus et 57 % des abonnés.

Graphique 10.4 Revenus par type de plateforme de distribution (%), 2017

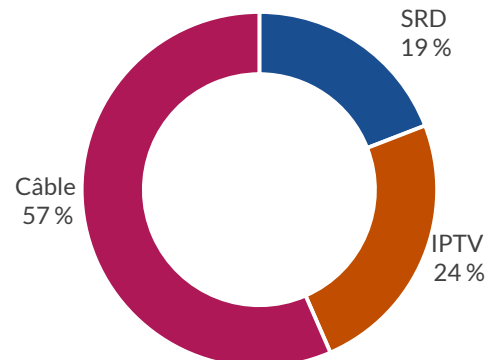
Revenus par type de
plateforme de distribution (%),
2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 10.5 Abonnés par type de plateforme de distribution (%), 2017

Abonnés par type de plateforme
de distribution (%), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

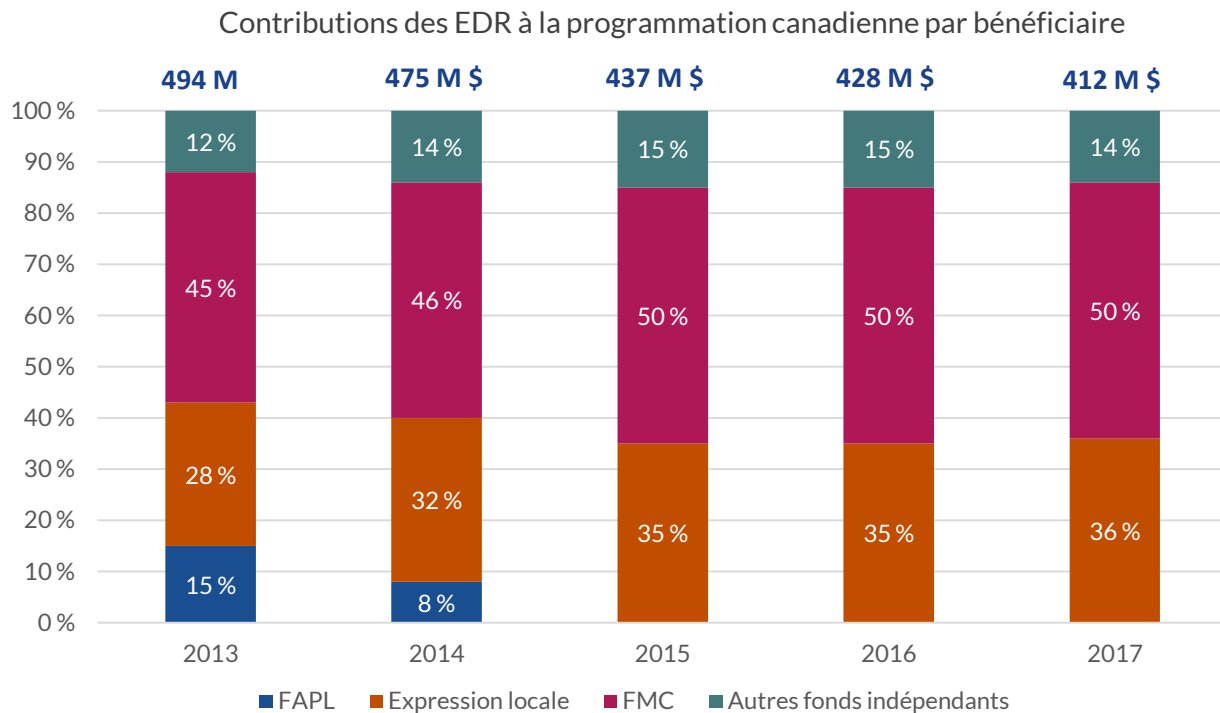
iii. Contributions

Les entreprises de câblodistribution et de services IPTV et satellites doivent investir au moins 5 % de leurs revenus de radiodiffusion à la création et à la production de programmation canadienne. Ces investissements peuvent prendre la forme de contributions à divers fonds de production indépendants certifiés, comme le Fonds des médias du Canada (FMC), ou d'expression locale, qui comprend la création et la distribution d'une programmation communautaire. De plus, en 2009, le Conseil a mis sur pied un autre fonds, le Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (FAPL), dans le but de soutenir la programmation locale par l'entremise des stations de télévision traditionnelles au cours d'une période financière difficile. De 2010 à 2014, les contributions au FAPL faites par les EDR cumulaient en moyenne 87 millions de dollars par année. Le 1^{er} septembre 2014, le FAPL a été abandonné.

Les contributions à la création et à la production de programmation canadienne par les entreprises de câblodistribution et de services IPTV et satellites ont totalisé 412 millions de dollars en 2017, soit une baisse de 3,7 % par rapport à 2016. De 2013 à 2017, les contributions ont diminué en moyenne de 4,4 % par année.

En 2017, près de la moitié des contributions des EDR à la programmation canadienne étaient destinées au FMC (206 millions de dollars), suivi de l'expression locale (36 % ou 149 millions) et des fonds indépendants (14 % ou 58 millions).

Graphique 10.6 Contributions des EDR à la programmation canadienne par bénéficiaire



Source : Données recueillies par le CRTC

Cette figure montre les contributions effectuées par les EDR au FMC, au FAPL et aux fonds de production indépendants, ainsi que les dépenses en matière d'expression locale, le tout sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année. Les contributions des EDR comprennent les contributions déclarées par EDR de

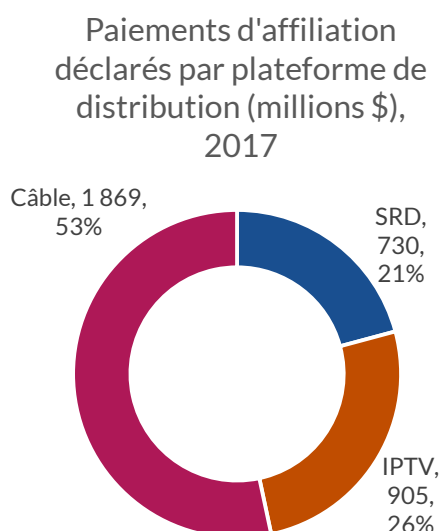
iv. Paiements d'affiliation

Les fournisseurs de services de programmation facultatifs et sur demande⁶² (canadiens et non canadiens) sont rémunérés par les EDR qui distribuent leurs services. Cette rémunération porte le nom de paiement d'affiliation et se fonde sur le nombre d'abonnés de l'EDR qui reçoivent le service de programmation.

De 2013 à 2017, les paiements aux sociétés affiliées canadiennes ont augmenté en moyenne de 3,1 % par année, alors que les paiements aux sociétés affiliées non canadiennes ont augmenté en moyenne de 2,6 % par année au cours de la même période. Au total, en 2017, 3 504 millions de dollars en paiements d'affiliation ont été versés à toutes les sociétés affiliées.

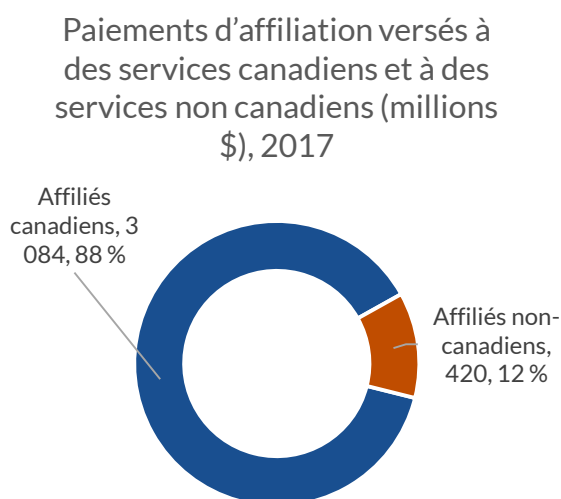
En concordance avec les revenus, les services de câblodistribution ont versé la majorité (53 %) des paiements d'affiliation aux services facultatifs et sur demande en 2017, suivis des services IPTV et de SRD. Les paiements d'affiliation versés aux services canadiens ont dépassé les 3 milliards de dollars, soit plus de sept fois le montant versé aux services non canadiens (420 millions de dollars).

Graphique 10.7 Paiements d'affiliation déclarés par plateforme de distribution (millions \$), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 10.8 Paiements d'affiliation versés à des services canadiens et à des services non canadiens (millions \$), 2017



Source : Données recueillies par le CRTC

Les données sont fondées sur une période de 12 mois se terminant le 31 août de chaque année.

⁶² Exemples de services facultatifs canadiens : CBC News Network et Radio-Canada. Exemple de service facultatif non canadien : CNN.

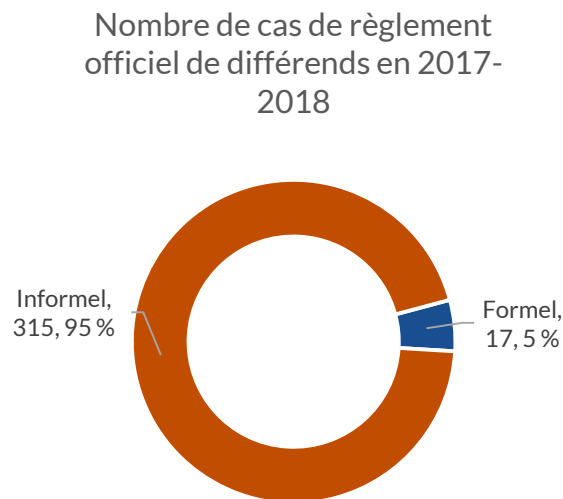
v. Règlement des différends

Le mécanisme de règlement des différends est conçu pour aider efficacement les parties à passer des accords mutuellement avantageux pour résoudre les conflits dans une industrie de radiodiffusion de plus en plus concurrentielle. Le processus et les procédures servant à régler les différends qui relèvent de la compétence réglementaire du Conseil sont établis dans le Bulletin de radiodiffusion et de télécommunication CRTC 2013-637, *Pratiques et procédures concernant la médiation assistée par le personnel, l'arbitrage de l'offre finale et les audiences accélérées*, 28 novembre 2013.

Les différends peuvent généralement être classés dans l'une des catégories suivantes : 1) différends opposant un distributeur de radiodiffusion à un service de programmation concernant les modalités de distribution; 2) différends opposant deux distributeurs de radiodiffusion concurrents sur l'accès aux bâtiments et aux utilisateurs finals; 3) différends opposant les fournisseurs de programmation en ce qui concerne les droits de programmation et les marchés desservis.

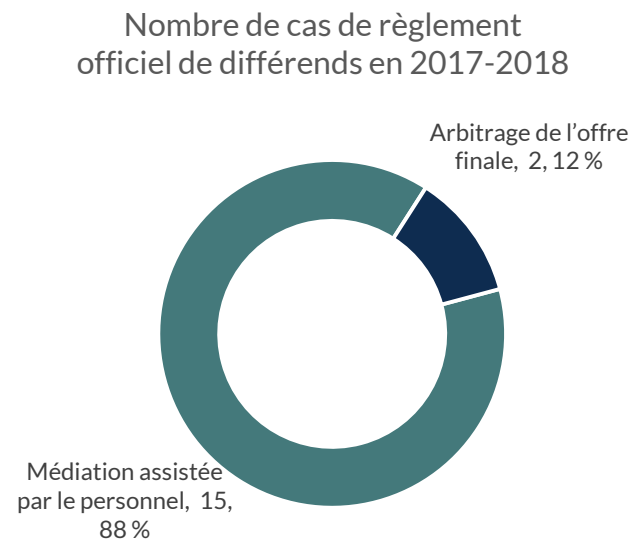
En 2017, un total de 332 cas ont été présentés : 95 % étaient des différends de type informel, alors que 5 % étaient des différends officiels. Parmi les différends officiels, seuls deux ont nécessité le recours à l'arbitrage de l'offre finale.

Graphique 10.9 Nombre de cas de règlement de différends en 2017-2018



Source : Données recueillies par le CRTC

Graphique 10.10 Nombre de cas de règlement officiel de différends en 2017-2018



Source : Données recueillies par le CRTC

Les données sont fondées sur une période de 12 mois se terminant le 31 mars de chaque année.