

Des millions d'heures supplémentaires d'écoute pour la télé

Malgré la popularité croissante d'Internet, l'écoute de la télévision est en hausse. Ainsi, les Canadiens ont consacré, en moyenne, 1,7 heure de plus par semaine à regarder des émissions de télévision en 2005 qu'en 2003. Les données compilées par BBM montrent aussi que l'écoute des services américains de télévision a diminué tant au Québec (-7,7 %) qu'ailleurs au Canada (-8,2 %).

Ensemble, ces deux facteurs ont apporté 93 millions d'heures d'écoute supplémentaires par semaine aux différents diffuseurs canadiens au cours de l'année 2005 par rapport à l'année 2003 (+18 %). Pour le Québec seulement, il s'agit de 38 millions d'heures additionnelles. Cela représente une croissance appréciable de 24 % (graphique 1).

C'est sans doute ce qui a permis à la télévision de faire meilleure figure que les quotidiens auprès des annonceurs. Ceux-ci ont augmenté leurs dépenses de publicité à la télévision de 6,8 % entre 2003 et 2005, comparativement à une hausse de 5,1 % dans les quotidiens (cette donnée ne tient pas compte des annonces classées).

Les émissions canadiennes

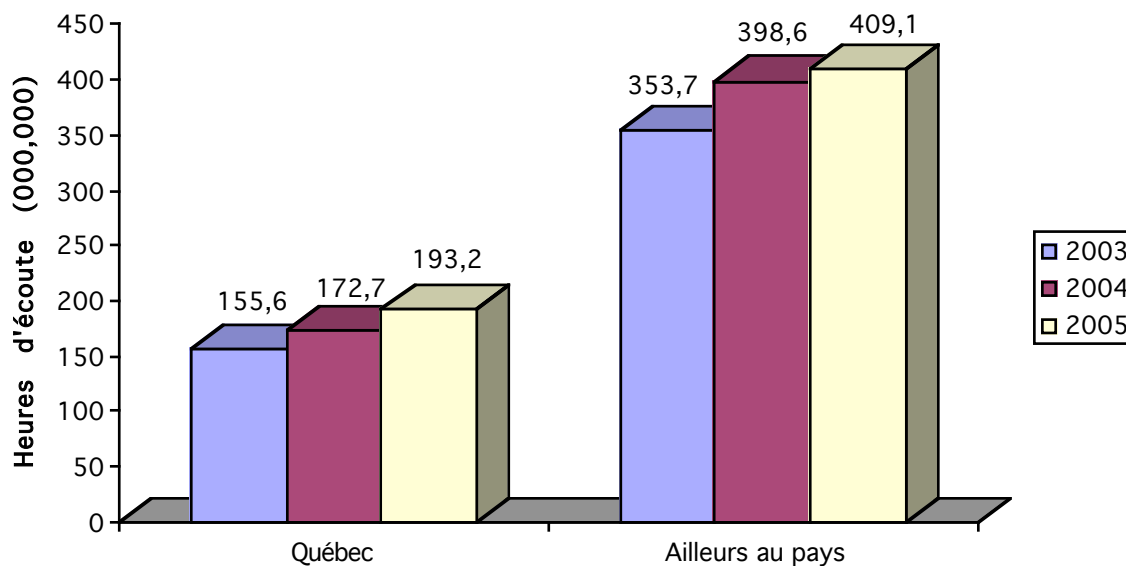
Toutefois, ce n'est pas parce que les chaînes canadiennes sont plus écoutées que les émissions canadiennes le sont nécessairement. Les chaînes canadiennes proposent nombre d'émissions américaines, particulièrement du côté anglophone où elles abondent. D'ailleurs, le bilan qu'on peut tracer à cet égard est bien différent pour la télé de langue française que pour celle de langue anglaise.

Les graphiques 2 et 3 montrent en effet que, sur l'ensemble de la journée, la part des heures d'écoute bénéficiant aux émissions canadiennes est demeurée inchangée entre 2003 et 2005 du côté francophone (66 %) alors qu'elle a diminué de 1 point du côté anglophone (31 % en 2005). Aux heures de grande écoute, la baisse est encore plus prononcée au Canada anglais (-3 % depuis 2003) alors que, au contraire, on note une hausse de 2 % à la télévision de langue française.

Au total, les millions d'heures d'écoute gagnées chaque semaine par les chaînes canadiennes-anglaises n'ont pu empêcher l'érosion des parts d'écoute des émissions canadiennes qu'on remarque depuis 2001. De leur côté, les émissions de langue française produites ici, déjà nettement plus populaires, réalisent encore des gains en soirée.

Graphique 1

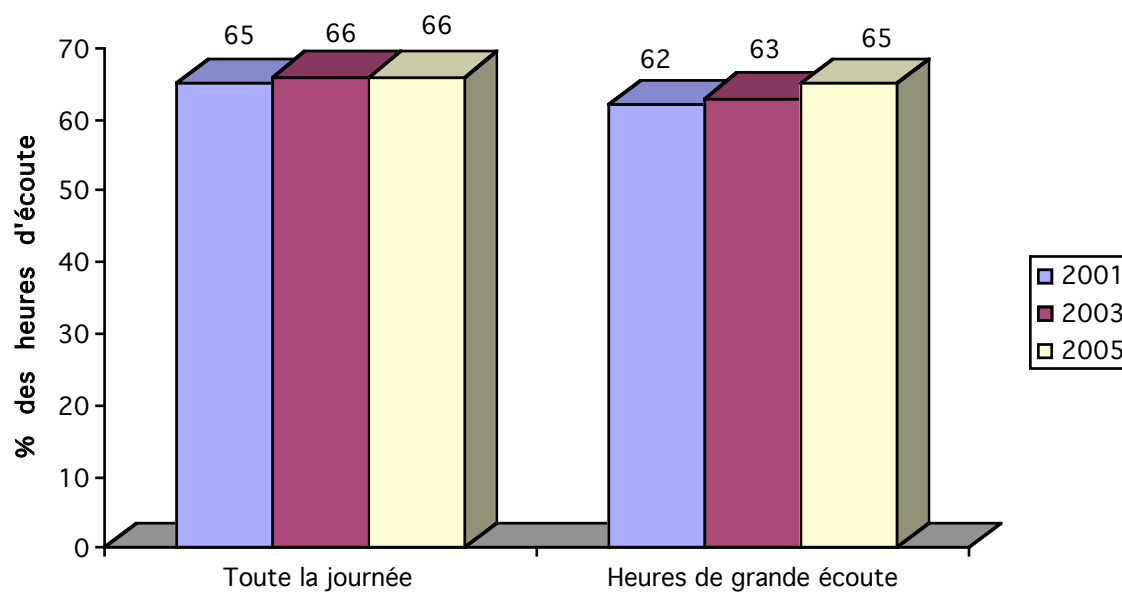
Évolution du nombre annuel d'heures d'écoute des services canadiens de télévision entre 2003 et 2005 (en millions d'heures par semaine)



Source : Compilation du CEM à partir des données des audimètres BBM rapportées dans CRTC, *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion*, décembre 2006, tableau 23.

Graphique 2

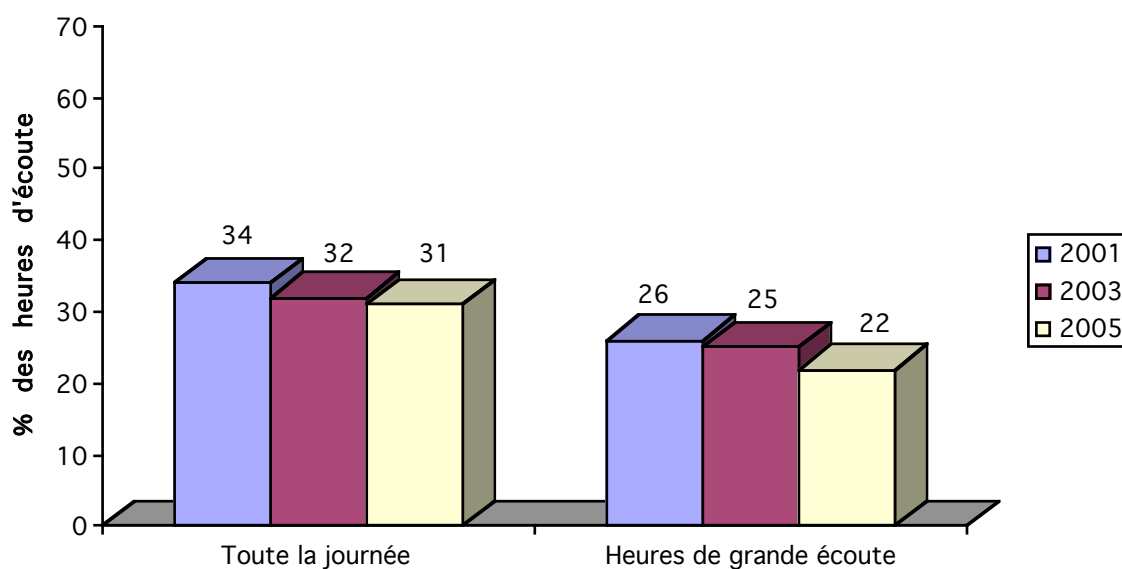
Évolution des parts d'écoute (% des heures d'écoute)
des émissions canadiennes à la télé de langue
française, pour l'ensemble du Canada



Source : Données Nielsen-CBC/Radio-Canada rapportées dans CRTC, *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion*, décembre 2006, tableau 34.

Graphique 3

Évolution des parts d'écoute (% des heures d'écoute) des émissions canadiennes à la télé de langue anglaise, pour l'ensemble du Canada



Source : Données Nielsen-CBC/Radio-Canada rapportées dans CRTC, *L'environnement futur du système canadien de radiodiffusion*, décembre 2006, tableau 33.