

Hausse spectaculaire des revenus de la radiodiffusion

Les revenus de l'ensemble des entreprises privées de radiodiffusion (radio, télé, câble, radiodiffusion directe par satellite, etc.) ont augmenté de 2,9 milliards au cours des cinq dernières années (2000-2005), passant de 6,5 à 9,4 milliards. Il s'agit d'une croissance remarquable de 45 %!

Comment la situation de la radiodiffusion se compare-t-elle vis-à-vis de celle des deux secteurs *concurrents* que sont les entreprises de télécommunication et les journaux ? Concurrents puisque les entreprises de télécom affrontent les services de câblodistribution pour l'offre de certains services (Internet en particulier) alors que quotidiens et hebdomadaires rivalisent avec les stations de télévision et de radio pour se mériter une part des importantes dépenses publicitaires des annonceurs.

Il s'avère que la radiodiffusion a fait beaucoup mieux que ses concurrents. Les recettes des services de télécom ont crû de 5,6 milliards pendant la période pour atteindre 34,5 milliards en 2005, soit une croissance de 19 %. Pour sa part, l'industrie des journaux n'a augmenté ses revenus que de 570 millions (12 %) au cours de la période. Cette industrie est aussi la benjamine du groupe par sa taille, puisque ses revenus s'élèvent à 5,2 milliards en 2005.

La croissance selon les secteurs de la radiodiffusion

Le taux de croissance de l'industrie de la radiodiffusion a été particulièrement influencé par l'explosion de 280 % des recettes des entreprises de radiodiffusion directe par satellite et de diffusion multipoints. Les deux principaux acteurs dans ce domaine sont Bell ExpressVu et Star Choice (graphique 1). Malgré une explosion des recettes, ce secteur affiche des pertes moyenne de 30,7 % depuis 2000 (graphique 2) en raison de très fortes dépenses : celles-ci ont dépassé les revenus au cours de quatre des cinq dernières années

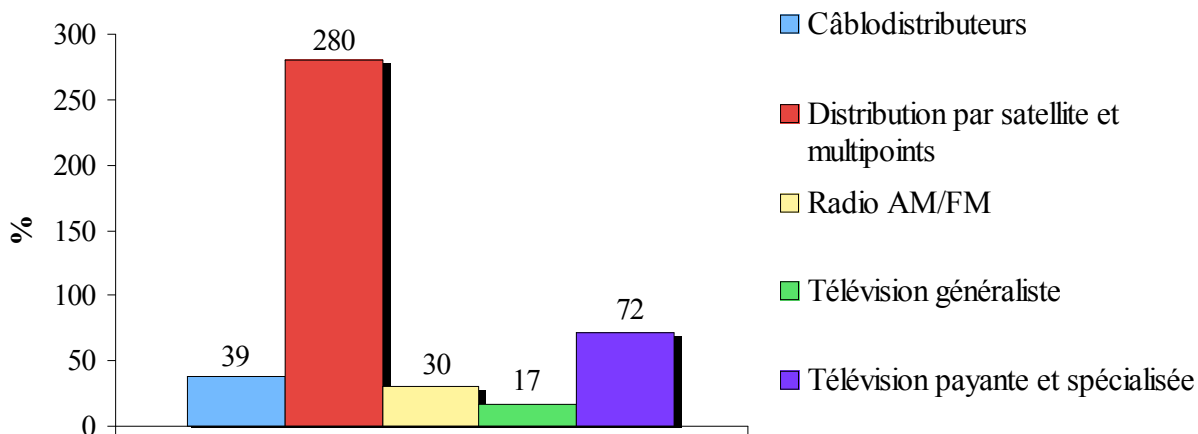
De son côté, la câblodistribution, avec un taux de croissance de ses revenus beaucoup moins élevé (39 %) est tout de même le secteur le plus rentable. Les Rogers, Shaw, Videotron, Cogeco et autres câblodistributeurs détiennent la plus grande marge bénéficiaire moyenne de l'industrie de la radiodiffusion pour la période de 2000 à 2005, soit 18,5 %.

La télévision payante et spécialisée a elle aussi connu une hausse rapide de ses revenus soit 72 %, tandis que les télévisions généralistes ont dû se contenter d'une croissance quatre fois plus modeste, soit 17 %. Tous deux ont atteint en 2005 le plateau de 2,2 milliards de recettes. Depuis 2000, les télévisions spécialisées ont également été plus profitables que les généralistes, les premières générant en moyenne 17,9 % de profits sur chaque dollar amassé contre 12,1 % pour les secondes. Les propriétaires des stations généralistes affirment qu'un tel écart ne peut perdurer sans que la qualité de leurs émissions en souffre. Ils réclament que les services de distribution leur versent des redevances comme cela se fait dans le cas des canaux spécialisés. C'est l'un des principaux sujets débattus présentement devant le CRTC dans le cadre de la révision de ses politiques concernant la télévision.

Le dernier secteur de l'industrie de la radiodiffusion, celui des stations de radio, a réussi à augmenter ses revenus de 30 % et à dégager des profits de l'ordre de 18 % pendant la période 2000-2005.

Graphique 1

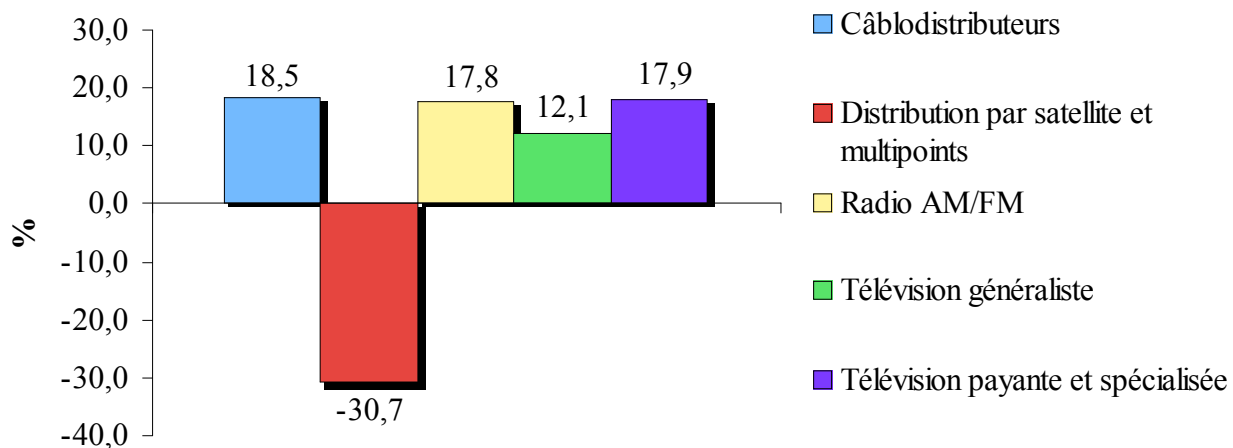
**Taux d'augmentation (%) des revenus
des divers secteurs de la radiodiffusion entre 2000-2005**



Source : Compilation du CEM à partir du Système de base de données financières du CRTC.

Graphique 2

**Marge bénéficiaire moyenne
des divers secteurs de la radiodiffusion pour la période 2000-2005**



Source : Compilation du CEM à partir du Système de base de données financières du CRTC.