



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

Les entreprises de distribution de radiodiffusion

A) Ensemble du Canada

Entreprises et abonnements

D'un bout à l'autre du Canada, quelque 11,2 millions de foyers sont abonnés à un service de distribution de radiodiffusion, soit par câble, par satellite, par protocole Internet (IPTV)¹ ou, pour un petit nombre, par un service de distribution multipoint (SDM). En 2015, quelque 78,5 % des foyers canadiens sont abonnés à l'un ou l'autre de ces services. Cette proportion a diminué de 4,3 points de pourcentage depuis 2011. Le câble reste l'option la plus populaire, avec 60 % des abonnés (graphique 1). Cette avance des câblodistributeurs s'amenuise toutefois d'année en année. En effet, en 2000, 88 % des clients choisissaient le câble, ce qui représente une baisse de 28 points en quatorze ans. Alors que les services par satellite de radiodiffusion, aussi appelés SRD, ont connu une certaine expansion jusqu'en 2010, où ils occupaient 25 % du marché, c'est maintenant une nouvelle venue, l'offre de télévision par protocole Internet, qui gruge des parts de marché. En 2015, les SRD représentaient 21 % des abonnements, et la IPTV se situait à 19 % (contre 4 % en 2010).

Six grandes entreprises de distribution au pays se partagent 96 % du marché. Comme le montre le tableau 1, BCE détient à elle seule 27 % de la part de ces six entreprises avec quelque 2,7 millions d'abonnés, dont une partie au Québec. Shaw rejoint environ 2,5 millions de foyers (24 %), alors que Rogers compte de son côté environ 1,9 millions d'abonnés (18 %) à son service. Vidéotron est le choix de 1,7 millions d'abonnés (18 %), tous au Québec. Telus est crédité de 1 million d'abonnés, alors que Cogeco ferme la marche avec 755 000 abonnés (7 % des parts des principales entreprises), tous au Québec et en Ontario.

1. Il ne faut pas confondre la télévision par protocole Internet, qui nécessite un abonnement à un distributeur de radiodiffusion, avec le simple visionnement de contenus télévisés disponibles en ligne.

Revenus

D'année en année, les revenus liés aux activités de distribution de radiodiffusion² ne cessent d'augmenter (graphique 2). En 2015, les activités de distribution par câble ont généré des revenus de 5,1 milliards de dollars aux entreprises du domaine, comparativement à 3,3 milliards en 2003, une hausse de plus de 55 %. Il s'agit toutefois d'une baisse de 9 % sur le sommet de 5,6 milliards atteint en 2011. Les revenus des activités de distribution de radiodiffusion des entreprises offrant des services de radiodiffusion directe par satellite et de distribution multipoint suivent une tendance similaire, ayant baissé de 8 % depuis le sommet de 2,5 milliards de dollars atteint en 2011. À 2,3 milliards, ils restent toutefois deux fois plus élevés que les revenus de 1,2 milliard enregistrés en 2003. Ces dernières années, la croissance des revenus du secteur provient surtout de la distribution par protocole Internet, dont les revenus atteignaient 1,6 milliard de dollars en 2015, en hausse de 75 % par rapport à 2013.

Ces activités génèrent d'importants bénéfices d'exploitation. En 2015, celui de la distribution par câble et par protocole Internet³ a atteint 1,1 milliard, ce qui représente un taux de rendement de 16 % (graphique 3). La tendance est toutefois à la baisse depuis le sommet de 2004, alors qu'il atteignait 36 %. À l'inverse, les distributeurs par satellite et SDM ont vu leur taux de rendement s'améliorer considérablement depuis 2003, dernière année où ces activités étaient déficitaires. Celui-ci était de 28 % pour 2015, une baisse de 5 points de pourcentage sur l'année la plus profitable, soit 2013. Le bénéfice de ce secteur de l'industrie a été de 0,6 milliard de dollars en 2015.

B) Au Québec

Entreprises et abonnements

En 2015, près de 2,5 millions de foyers québécois étaient abonnés à un service de câblodistribution ou de distribution par protocole Internet (graphique 4), principalement par le

2. Les entreprises de distribution sont actives dans d'autres domaines qui ne sont pas pris en compte ici, notamment l'accès à Internet et la téléphonie par Internet.

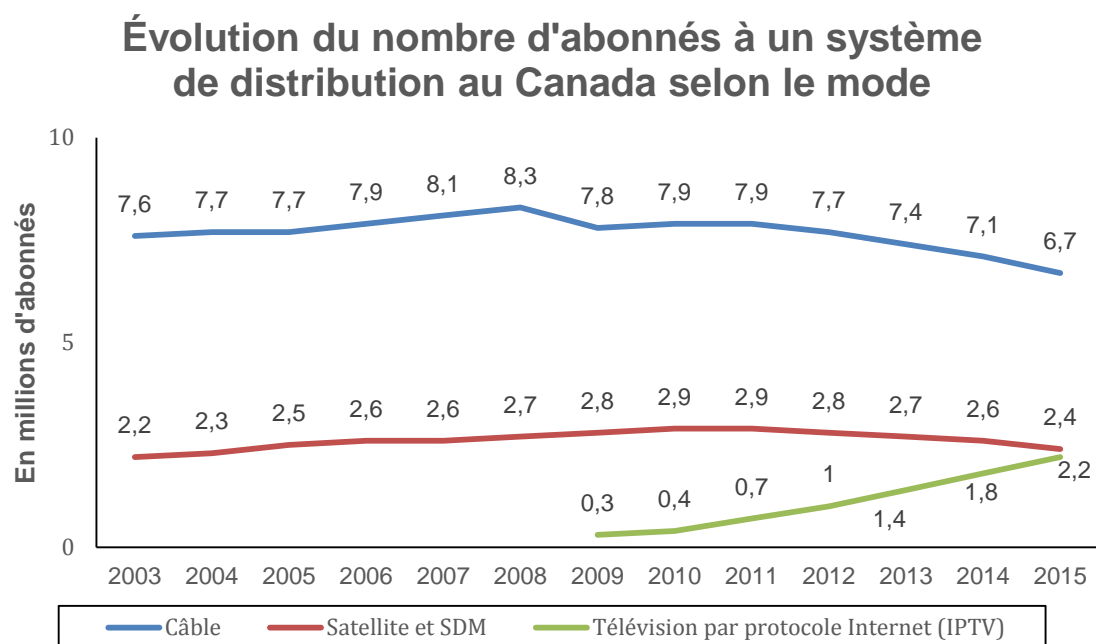
3. Les données du CRTC combinent les deux types de distributeur pour ce type de données.

biais de Vidéotron, Cogeco et par l'offre de télévision par protocole Internet de Bell Fibe et Telus Télé Optik (on ne peut connaître le nombre d'abonnés aux autres types de services de distribution pour la province).

Revenus et profits

Entre 2002 et 2015, les revenus des services de câblodistribution et d'IPTV ont plus que doublé (220 %) pour atteindre 1,6 milliard de dollars pendant que les dépenses croissaient de 285 % (graphique 5). Pour leur part, les marges bénéficiaires sont bien inférieures à ce qu'elles étaient au début des années 2000 alors que la concurrence entre les divers types de services était moins vive (graphique 6). La profitabilité avoisine maintenant 10 %. C'est moins qu'à l'échelle canadienne, où elle dépasse les 15 points de pourcentage. On peut notamment expliquer cet écart par la guerre de prix que se livrent les entreprises de distribution dans les marchés où Bell cherche à répandre son service de télévision par protocole Internet.

Graphique 1



Source : Différentes éditions de *Rapport de surveillance des communications* du CRTC.

Tableau 1

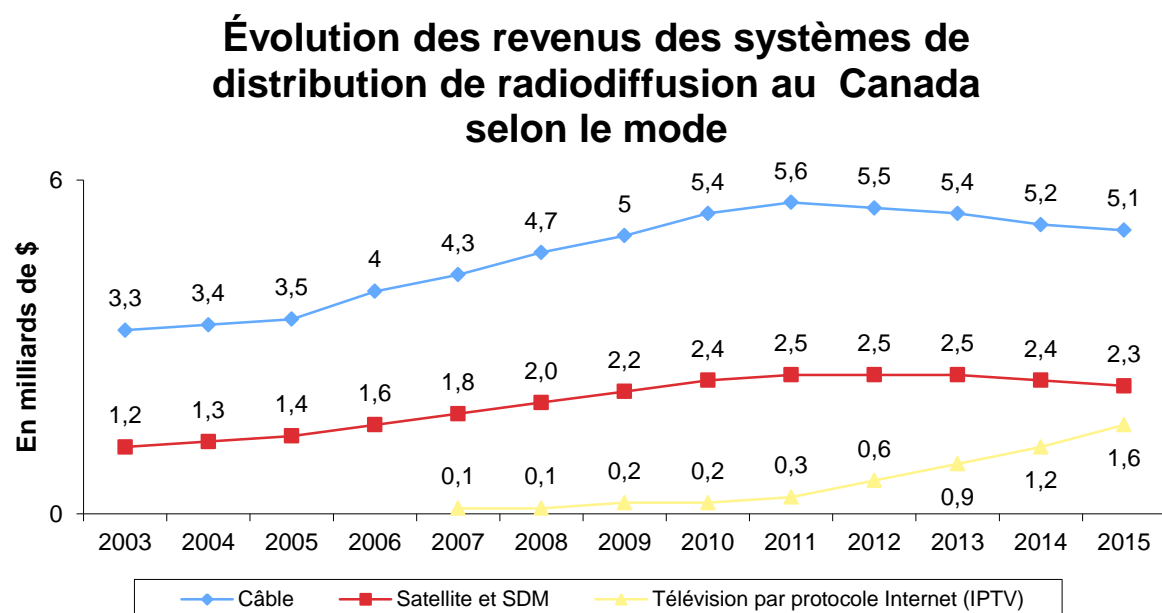
Principales entreprises de distribution de radiodiffusion au Canada en 2016		
Sociétés	Nombre d'abonnés (000)⁴	Parts de ce groupe (%)
BCE	2 749	25,9
Shaw	2 513	23,7
Rogers	1 870	17,6
Vidéotron (Québecor)	1 722	16,2
Telus	1 016	9,6
Cogeco	755	7,1
Total pour ces distributeurs	10 625⁵	100

Source : CRTC, *Rapport de surveillance des communications 2016*.

4. Nombre d'abonnés au service de base.

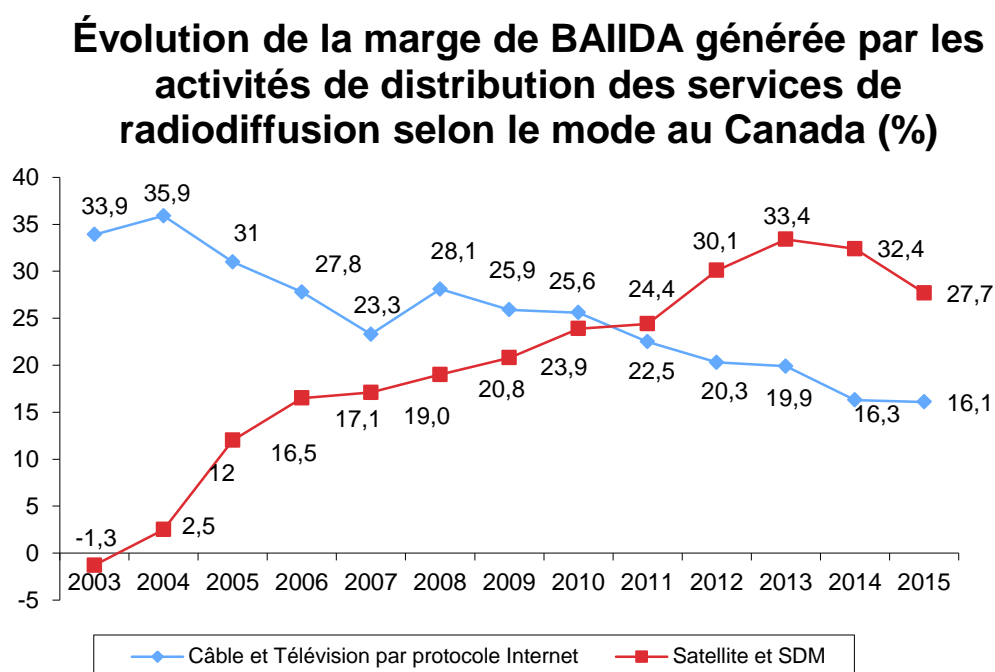
5. Totalise 96 % de tous les abonnés à un système de distribution.

Graphique 2



Source : Différentes éditions de *Rapport de surveillance des communications* du CRTC.

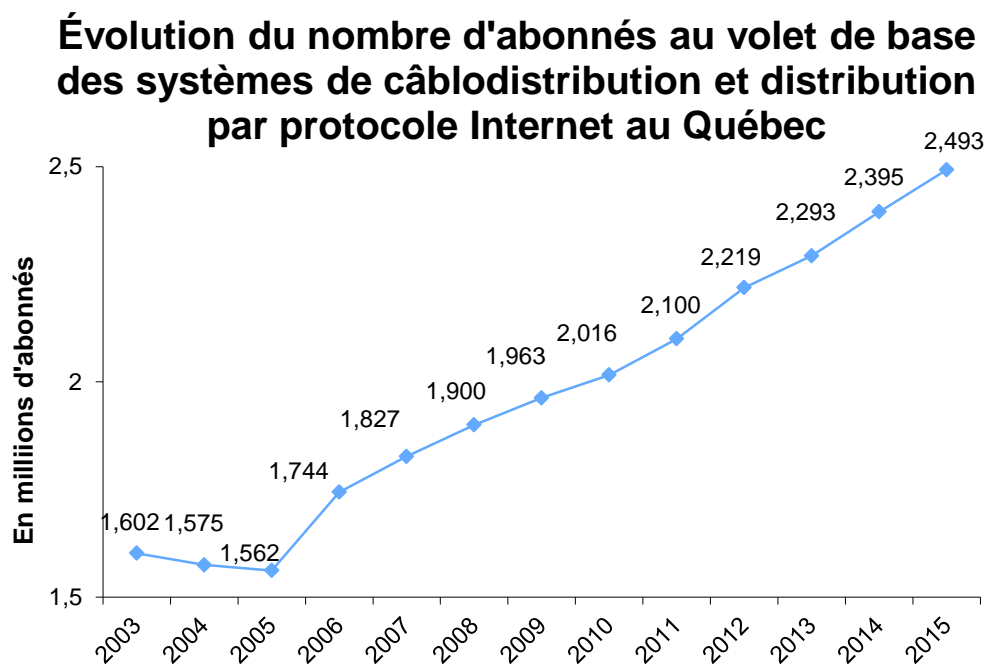
Graphique 3



Source : Différentes éditions de *Rapport de surveillance des communications* du CRTC.

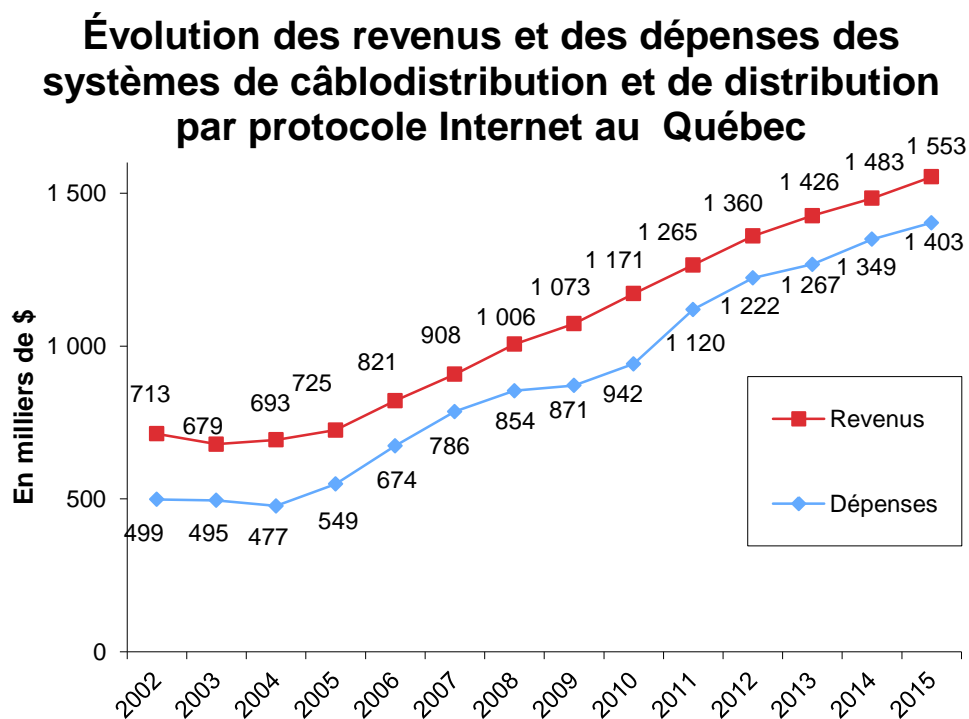
La marge de BAIIA désigne la marge bénéficiaire avant intérêts, impôts, dépréciation et amortissement.

Graphique 4



Source : CRTC, Diverses éditions de *Distribution de radiodiffusion, relevés statistiques et financiers*.

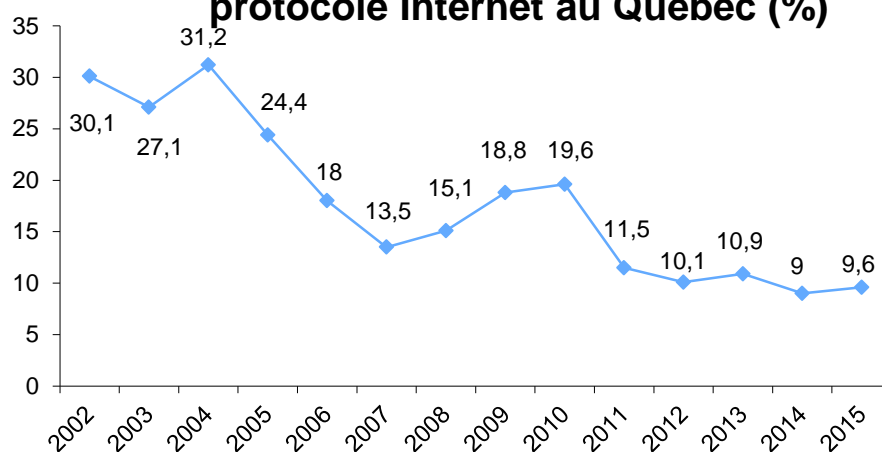
Graphique 5



Source : CRTC, Diverses éditions de *Distribution de radiodiffusion, relevés statistiques et financiers*.

Graphique 6

Évolution de la marge de BAIDA générée par les activités de distribution de services de radiodiffusion des systèmes de câblodistribution et de distribution par protocole Internet au Québec (%)



Source : CRTC, Diverses éditions de *Distribution de radiodiffusion, relevés statistiques et financiers*.

(mise à jour : janvier 2017)