

## Diversification de l'offre télévisuelle

Les chaînes spécialisées gagnent en popularité, mais le contenu canadien, lui, connaît une baisse.

L'écoute d'émissions canadiennes de langue française connaît une baisse de 3 % depuis 1995, bien qu'elle demeure toujours élevée (à 75 % du total) en 2003. Par ailleurs, l'offre télévisuelle s'est fortement accrue durant cette même période. Sur le marché francophone, nous observons l'entrée de 11 nouveaux canaux spécialisés depuis 1990, ce qui donne en 2004 4 chaînes généralistes et 17 canaux spécialisés et payants. Cette diversification de l'offre a-t-elle un effet sur la popularité des émissions canadiennes ?

Les diffuseurs spécialisés francophones occupent maintenant une part de marché, au Québec, de près de 20 %. Ils s'imposent comme joueurs permanents de l'univers télévisuel. De plus, cette croissance s'est réalisée dans un contexte de diminution de l'écoute globale. Ainsi, mis à part une récupération du temps auparavant accordé aux diffuseurs anglophones de l'ordre de 2 % de l'écoute totale, chaque heure attribuée aux canaux spécialisés a été perdue par les chaînes généralistes.

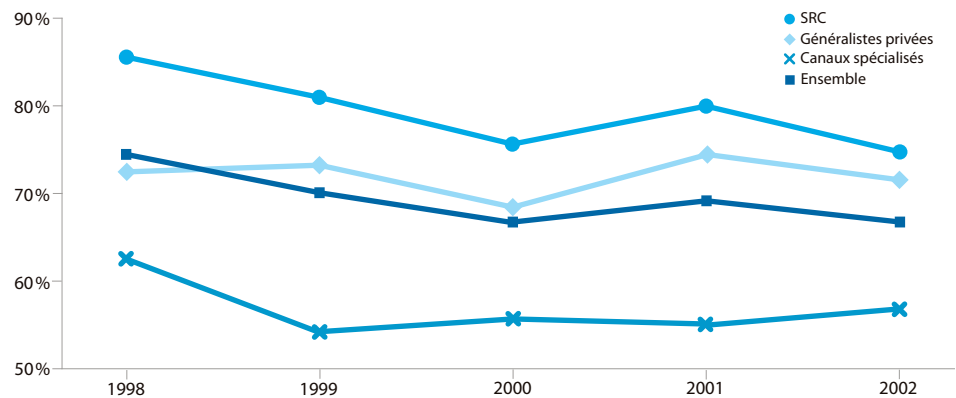
Dans ce contexte, l'écoute de la programmation canadienne ne pourra se maintenir à moins que l'offre d'émissions canadiennes soit aussi élevée chez les spécialisés que chez les généralistes et que ces émissions y soient tout aussi populaires.

### Offre et écoute moins importantes

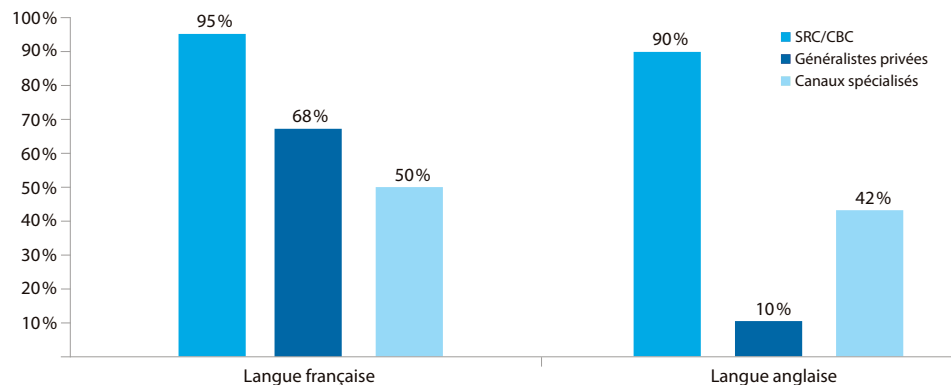
Les données du CRTC sur l'offre de programmes par les différents diffuseurs montrent que la part d'émissions canadiennes chez les diffuseurs spécialisés est nettement inférieure à ce que nous observons chez les diffuseurs traditionnels (graphique 1). Malgré une forte augmentation du nombre total des heures de programmation canadienne, associée à l'entrée des nouveaux diffuseurs, la part d'émissions étrangères à l'antenne est plus grande qu'avant.

L'écoute d'émissions canadiennes peut alors être affectée. Au graphique 2, nous remarquons que l'auditeur francophone, devant la grille qui lui est offerte, regarde moins d'émissions canadiennes aux canaux spécialisés qu'aux chaînes généralistes. Ainsi, le transfert d'heures d'une chaîne généraliste à un canal spécialisé réduit à la marge

1. Évolution du contenu canadien chez les services de langue française (% des heures diffusées)



2. Part (%) de l'écoute accordée à des émissions canadiennes selon le type de diffuseurs (2001-2003)



l'écoute d'émissions canadiennes. La situation est différente sur le marché anglophone, où, au contraire, un transfert d'heures des diffuseurs généralistes privés vers les spécialisés augmente l'écoute de contenu canadien.

Dans la mesure où nous prévoyons pour les années à venir une croissance continue des canaux spécialisés, la tendance à la baisse de l'écoute d'émissions canadiennes se poursuivra, mais pas de façon marquée. En effet, la croissance des spécialisés sera plus faible que celle que nous avons observée jusqu'à maintenant, les auditeurs ne donnant aucun signe de délaisser

certaines émissions que les réseaux généralistes sont les seuls à diffuser. De plus, les auditeurs francophones accordent toujours leur préférence à des émissions d'ici. Les diffuseurs spécialisés peuvent ainsi juger rentable d'augmenter leur programmation canadienne, maintenant que leurs revenus sont en hausse.

Il apparaît donc que, dans le contexte du nombre actuel de diffuseurs, toutes choses étant égales par ailleurs, la programmation et l'écoute d'émissions canadiennes sur le marché francophone n'évoluera pas de façon inquiétante pour l'identité culturelle. ●

Sources : CRTC, diverses éditions du *Rapport de surveillance*; Groupe de recherche et d'analyse économique, CRTC, *Contenu canadien en % des heures diffusées*, automne, 1998-2002, 6 h à 2 h.