



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, près de douze millions de foyers sont abonnés à un service de distribution de radiodiffusion, soit par câble, par satellite, par protocole Internet (IP) ou, pour un petit nombre, par d'autres techniques, dont la distribution multipoint ou la distribution par ligne téléphonique<sup>1</sup>. Depuis 2010, c'est environ 85 % des foyers canadiens qui sont abonnés à l'un ou l'autre de ces services. Le câble reste l'option la plus populaire, avec 64,3 % 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 presque 24 points en treize ans. Alors que les services par satellite de radiodiffusion, aussi appelés SRD, ont connu une certaine expansion jusqu'en 2010, où ils atteignaient 24,9 % des parts de marché, c'est maintenant une nouvelle venue, l'offre de télévision par protocole Internet (IPTV), qui gruge des parts de marché. En 2013, les SRD représentaient 23,4 % des abonnements, et l'IPTV se situait à 12 %.

En 2013, les cinq grandes entreprises de distribution au pays se partageaient environ 85 % du marché. Comme le montre le tableau 1, Shaw détient à lui seul 29,0 % de la part de ces cinq entreprises avec près de 2,9 millions d'abonnés, surtout situés dans l'ouest et le centre du pays<sup>2</sup>. Bell Télé rejoint environ 2,3 millions de foyers (23,2 %), alors que Rogers compte de son côté environ 2,1 millions d'abonnés (21,2 % des parts de marché de ce groupe) à son service,

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Les données sur les abonnés aux principales entreprises de distribution étant plus récentes que celles concernant les abonnés des petites entreprises, il nous est impossible de faire un ratio sur l'ensemble des abonnements.

majoritairement en Ontario, mais aussi au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve-et-Labrador. Vidéotron est le choix de 1,8 millions d'abonnés (18,2 %) au Québec, alors que Cogeco ferme la marche avec 816 000 abonnés (8,2 % des parts de ce groupe) au Québec et en Ontario.

### *Revenus*

D'année en année, les revenus reliés aux activités de distribution de radiodiffusion<sup>3</sup> ne cessent d'augmenter (graphique 2). En 2013, les activités de distribution par câble ont généré des revenus de 5,4 milliards de dollars aux entreprises du domaine, comparativement à 3,3 milliards en 2003, une hausse de plus de 64 % en 10 ans. Il s'agit toutefois d'une baisse de 3,7 % 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 2,4 % depuis le sommet de 2,6 milliards de dollars atteint en 2011. À 2,5 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 se rapprochaient du milliard de dollars en 2013, en hausse de 58,2 % sur 2012.

Ces activités génèrent d'importants bénéfices d'exploitation. En 2013, celui de la distribution par câble et par protocole Internet<sup>4</sup> a atteint 1,3 milliard, ce qui représente un taux de rendement de 20,1 % (graphique 3). La tendance est toutefois à la baisse depuis 2004, alors qu'il atteignait 35,9 %. À l'inverse, les distributeurs satellite et multipoint ne cessent de voir leur taux de rendement s'améliorer depuis 2003, dernière année où ces activités étaient déficitaires. Celui-ci était de 33,5 % pour 2013, une hausse de 3,2 points de pourcentage sur l'année précédente, grâce à un bénéfice de 0,8 milliard de dollars.

## B) Au Québec

### *Entreprises et abonnements*

En 2013, près de 2,3 millions de foyers québécois étaient abonnés à un service de

---

3 . 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.

<sup>4</sup> Les données du CRTC combinent les deux types de distributeur pour ce type de données.

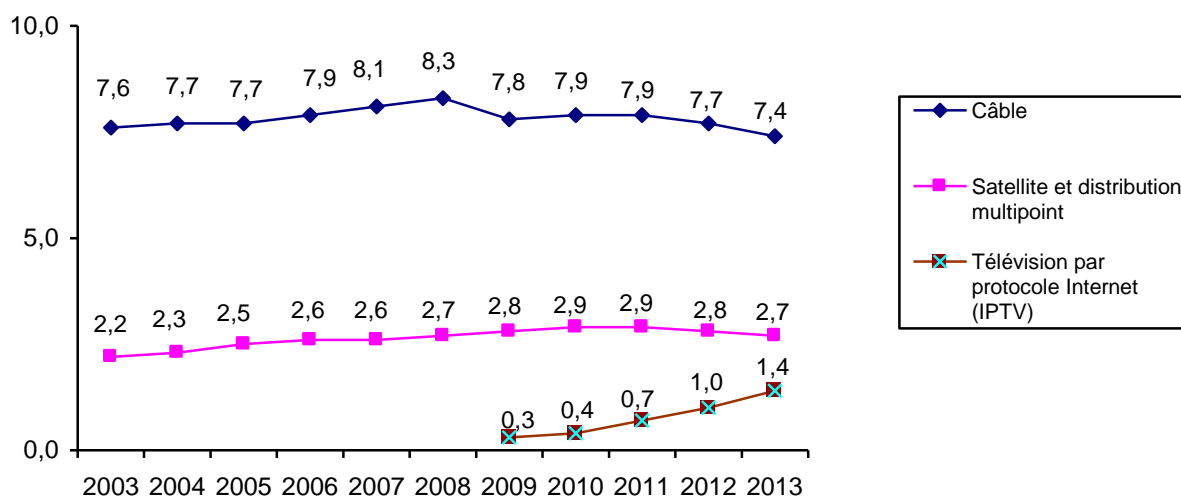
câblodistribution ou de distribution par protocole Internet (graphique 4), principalement par le biais de Vidéotron, Cogeco et, depuis 2010, par l'offre de télévision par protocole Internet de Bell Fibe (on ne peut connaître le nombre d'abonnés aux autres types de services de distribution pour la province). Au Québec, comme ailleurs au pays, le nombre d'abonnés aux services de câblodistribution a connu d'importantes baisses entre 1999 et 2005 au profit des services de radiodiffusion directe par satellite. Depuis 2006, les câblodistributeurs ont toutefois remonté la pente, pendant qu'en parallèle s'ajoute une masse grandissante d'utilisateurs de la télévision par protocole Internet.

### *Revenus et profits*

Entre 2002 et 2013, les revenus des services de câblodistribution et d'IPTV ont doublé (200 %) pour atteindre 1,4 milliard de dollars pendant que les dépenses croissaient de 250 % (graphique 5). Pour leur part, les marges bénéficiaires sont bien inférieures à ce qu'elles étaient au début de la décennie alors que la concurrence entre les divers types de services était moins vive (graphique 6). La rentabilité est à son plus bas depuis trois ans, avoisinant 10 %. C'est deux fois moins qu'à l'échelle canadienne. On peut entre autres expliquer cet écart par la guerre de prix que se livrent les entreprises de distribution dans les marchés où Bell cherche à implanter son service de télévision par protocole Internet.

## Graphique 1

Évolution du nombre d'abonnés à un système de distribution au Canada selon le mode, de 2003 à 2013



Source : Base de données financières du CRTC rapportée dans différentes éditions *Rapport de surveillance des communications* du CRTC.

## Tableau 1

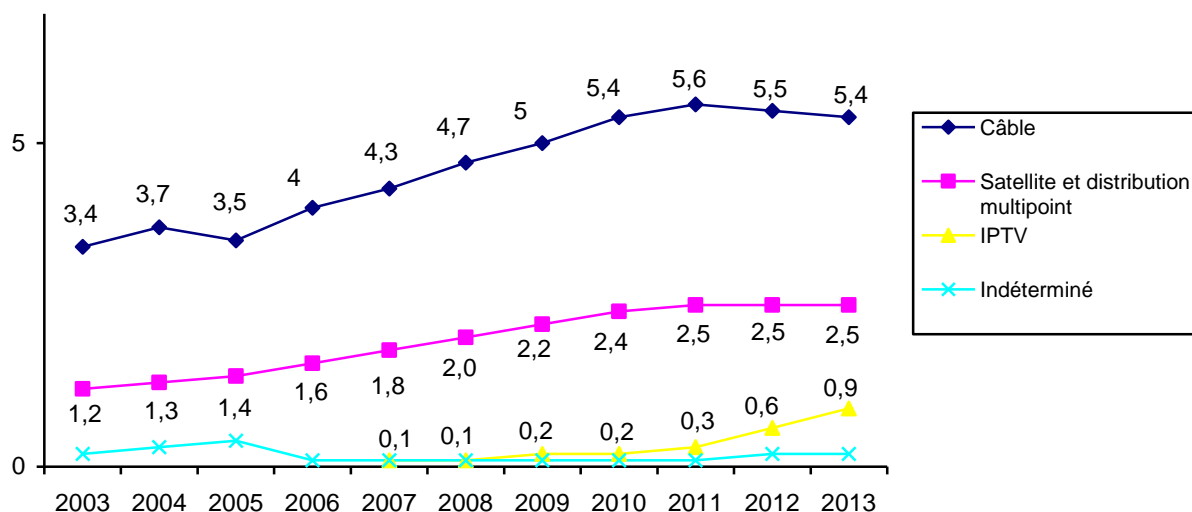
Principales entreprises de distribution de radiodiffusion au Canada en 2013		
Sociétés	Nombre d'abonnés (000) <sup>5</sup>	Parts de marché (%)
Shaw	2 883	29
Bell Télé	2 307	23,2
Rogers	2 107	21,2
Vidéotron (Québecor)	1 811	18,2
Cogeco	816	8,2
Total pour ces distributeurs	9 924	100

Source : Base de données financières du CRTC rapportée dans le *Rapport de surveillance des communications 2014* du CRTC.

5. Nombre d'abonnés au service de base.

## Graphique 2

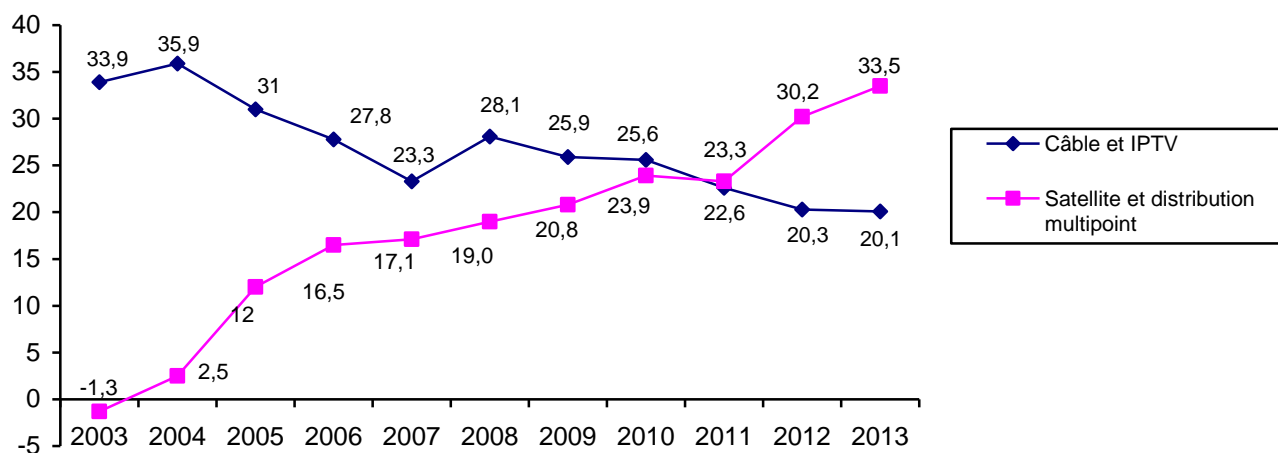
Évolution des revenus des systèmes de distribution de radiodiffusion au Canada selon le mode, de 2003 à 2013 (milliards de dollars)



Source : Base de données financières du CRTC rapportée dans différentes éditions *Rapport de surveillance des communications* du CRTC. La série « Indéterminé » regroupe les entreprises de distribution n'ayant pas produit de rapport. Pour la lisibilité du tableau, les données de cette catégorie n'ont pas été affichées, mais elles varient entre 0,1 et 0,4 milliard de dollars. On peut supposer qu'il s'agit d'entreprises de distribution par câble et, depuis quelques années, d'IPTV.

## Graphique 3

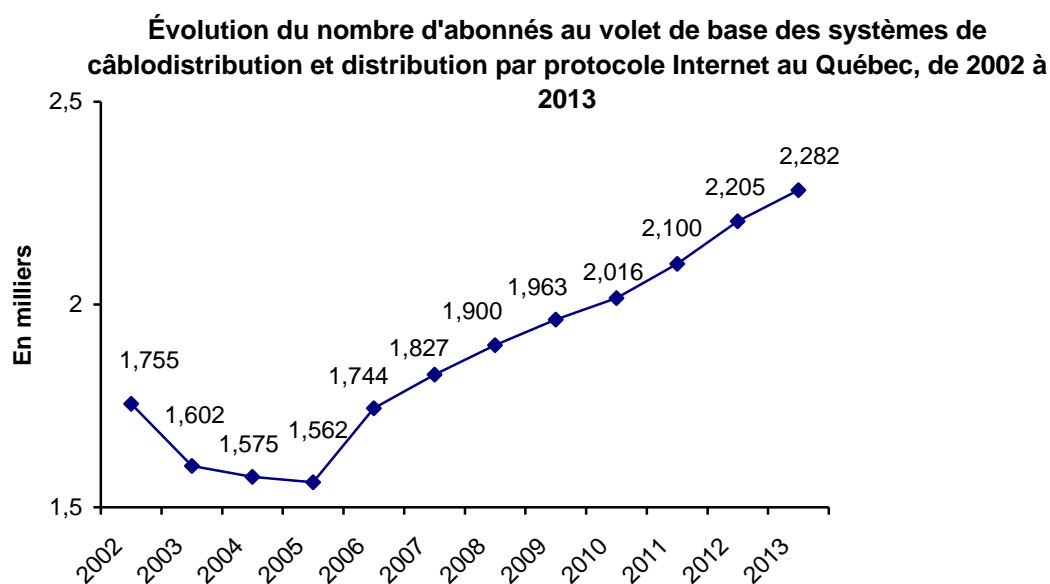
Évolution de la marge de BAIIDA générée par les activités de distribution des services de radiodiffusion selon le mode au Canada, de 2003 à 2013 (%)



Source : Base de données financières du CRTC rapportée dans différentes éditions *Rapport de surveillance des communications* du CRTC.

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

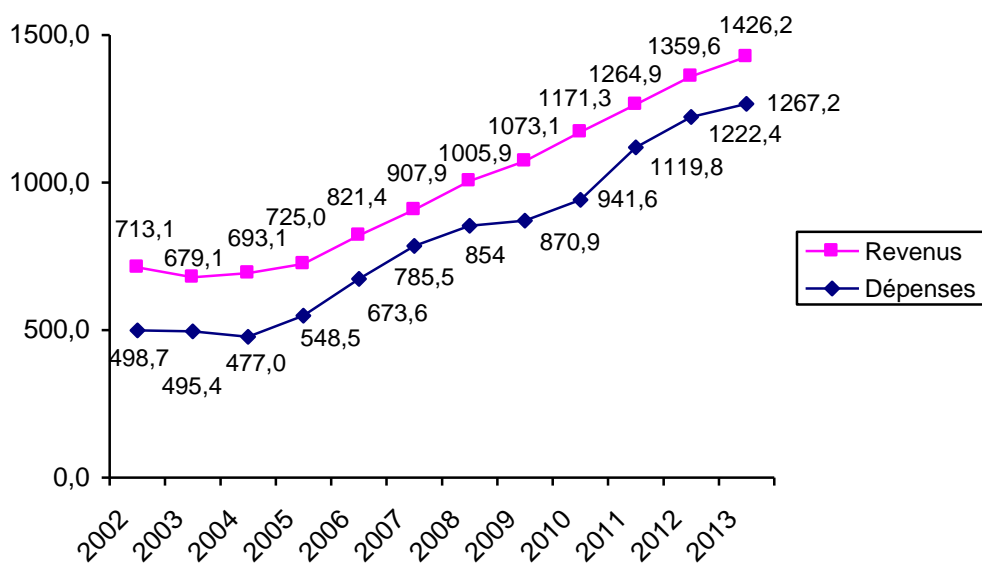
Graphique 4



Source : CRTC, *Distribution de radiodiffusion – Classe 1, 2 et 3, relevés statistiques et financiers 2002-2006, 2006-2010 et 2009-2013.*

Graphique 5

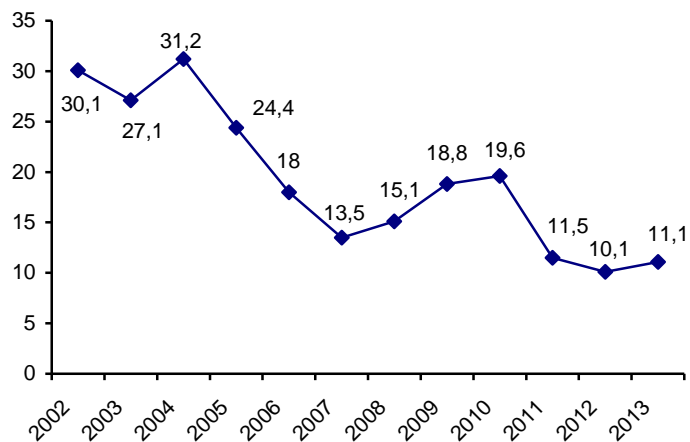
**Évolution des revenus et des dépenses des systèmes de câblodistribution et de distribution par protocole Internet au Québec, de 2002 à 2013  
(en millions de dollars)**



Source : CRTC, *Distribution de radiodiffusion – Classe 1, 2 et 3, relevés statistiques et financiers 2002-2006, 2006-2010 et 2009-2013.*

## Graphique 6

Évolution de la marge de BAIIA générée par les activités de distribution de services de radiodiffusion des systèmes de câblodistribution et de distribution par protocole Internet au Québec, de 2002 à 2013 (%)



Source : CRTC, *Distribution de radiodiffusion – Classe 1, 2 et 3, relevés statistiques et financiers 2002-2006*, 2006-2010 et 2009-2013.

(mise à jour : mars 2015)