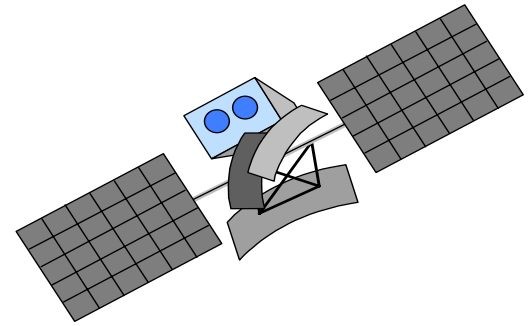
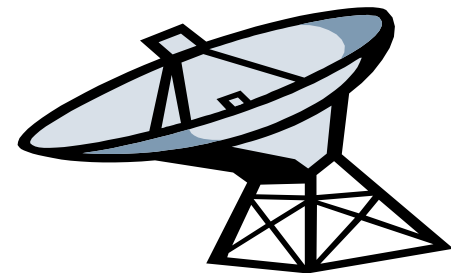
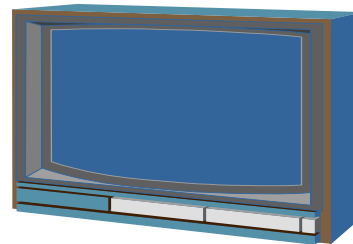
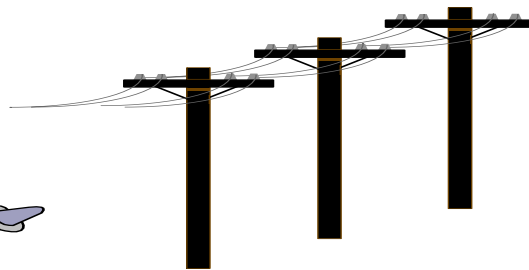
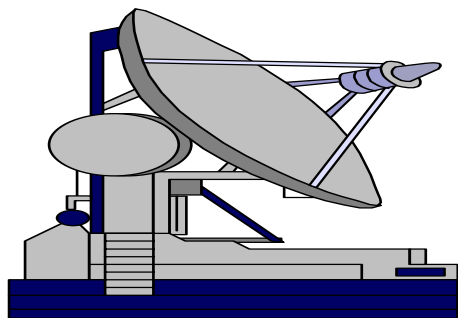


Conjoncture 2 :



La télévision payante au Québec



Octobre 2002

Ministère de la Culture et des
Communications du Québec



INTRODUCTION

Ce document vise à tracer l'évolution de la télévision payante au Québec depuis 1996 en tenant compte du nombre d'abonnés et du taux de pénétration. Il traitera notamment de la télévision payante de langue française mais il n'abordera pas la télévision à la carte. Les données utilisées proviennent de Mediastats. Cependant, nous avons dû estimer celles rattachées aux services de radiodiffusion directe par satellite (SRD) au Québec.

Voici les trois aspects qui seront analysés dans ce document :

1. L'évolution du nombre d'abonnés à la télévision payante au Québec;
2. L'évolution du nombre d'abonnés à Super Écran par mode de distribution;
3. Le taux de pénétration des services de télévision payante de 1996 à 2002 et celui de Super Écran par taille de réseaux.

DES SERVICES DE TÉLÉVISION EN EXPANSION

Quatre des six services de télévision payante sont offerts au Québec, soit Super Écran (films), The Movie Network (TMN-films), Family Channel (programmation familiale) et MoviePix (films avant 1990). Super Channel (films) et MovieMax (films avant 1990) ne sont disponibles qu'à l'ouest de l'Ontario. Notons que Super Écran est le seul service de télévision payante de langue française.

Tableau 1

Nombre d'abonnés aux services de télévision payante au Québec, 1996-2002

Année	Super Écran	The Movie Network	Family Channel	MoviePix
1996	224 300	26 900	3 200	12 100
1997	228 600	28 600	4 700	3 400
1998	227 800	34 300	11 900	7 200
1999	251 400	43 500	28 000	15 000
2000	306 300	57 400	61 500	27 100
2001	356 100	69 700	72 200	44 800
2002	374 100	74 000	82 100	50 700

Source : Estimations du MCC à partir des données de Mediastats, *Banques sur la distribution*, Toronto, 31 septembre 1996 – 31 septembre 2001 et 31 janvier 2002.



DES SERVICES EN (suite)

- Le nombre d'abonnés à Super Écran atteignait 374 100 au 31 janvier 2002, soit une croissance de 66,8 % depuis 1996.
- De 1996 à 1998, le nombre d'abonnés à Super Écran était relativement stable alors que celui-ci augmentait de 27,5 % et de 272,0 % pour TMN et Family Channel. Quant à MoviePix, la baisse du nombre d'abonnés de 1996 à 1997 s'expliquerait par le retrait de ce canal dans la grille de programmation de Vidéotron en 1997.
- À partir de 1998, le nombre d'abonnés aux services de télévision payante a constamment augmenté. Cette situation survient un peu plus d'un an après le démarrage des services de radiodiffusion directe par satellite (SRD).
- En 1996, 97,6 % des abonnés à Super Écran résidaient au Québec. Depuis cette date, ce pourcentage a diminué graduellement pour se situer à 92,8% en janvier 2002. La venue des SRD, soit Bell ExpressVu et Star Choice, rendrait davantage disponible Super Écran à l'extérieur du Québec.
- Au 31 janvier 2002, 8,2 %, 1,7 % et 5,1 % des abonnés à TMN, Family Channel et MoviePix demeuraient au Québec.

Les satellites ont stimulé la croissance de Super Écran

Le nombre d'abonnés à Super Écran a augmenté de 149 800 depuis 1996. Les SRD ont stimulé la croissance de Super Écran. Ils ont amené près de 170 000 abonnés à Super Écran alors que la câblodistribution en a perdu 26 500 qui ont probablement décidé, pour la plupart, de s'abonner à Star Choice ou à Bell ExpressVu.

En moins de six ans, les SRD sont parvenus à rivaliser avec les entreprises de câblodistribution quant à la distribution de Super Écran. De fait, 45,3 % des abonnés à Super Écran utilisaient les SRD pour capter ce canal en 2002 alors que 52,9 % optaient pour la câblodistribution. Cette dernière accaparait 100 % des abonnés en 1996.

Tableau 2

Nombre d'abonnés à Super Écran selon le mode de distribution, Québec 1996-2002

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Câblodistribution	224 300	225 800	204 500	201 500	197 900	199 500	197 800
Satellites :							
Bell ExpressVu	0	0	10 600	26 600	54 900	79 200	95 200
Star Choice	0	2 800	12 700	22 300	46 100	69 000	74 400
Sous-total	0	2 800	23 300	48 900	101 100	148 200	169 600
SDM (1)	0	0	0	1 000	7 300	8 400	6 700
Total	224 300	228 600	227 800	251 400	306 300	356 100	374 100

(1) Système de distribution multipoint.

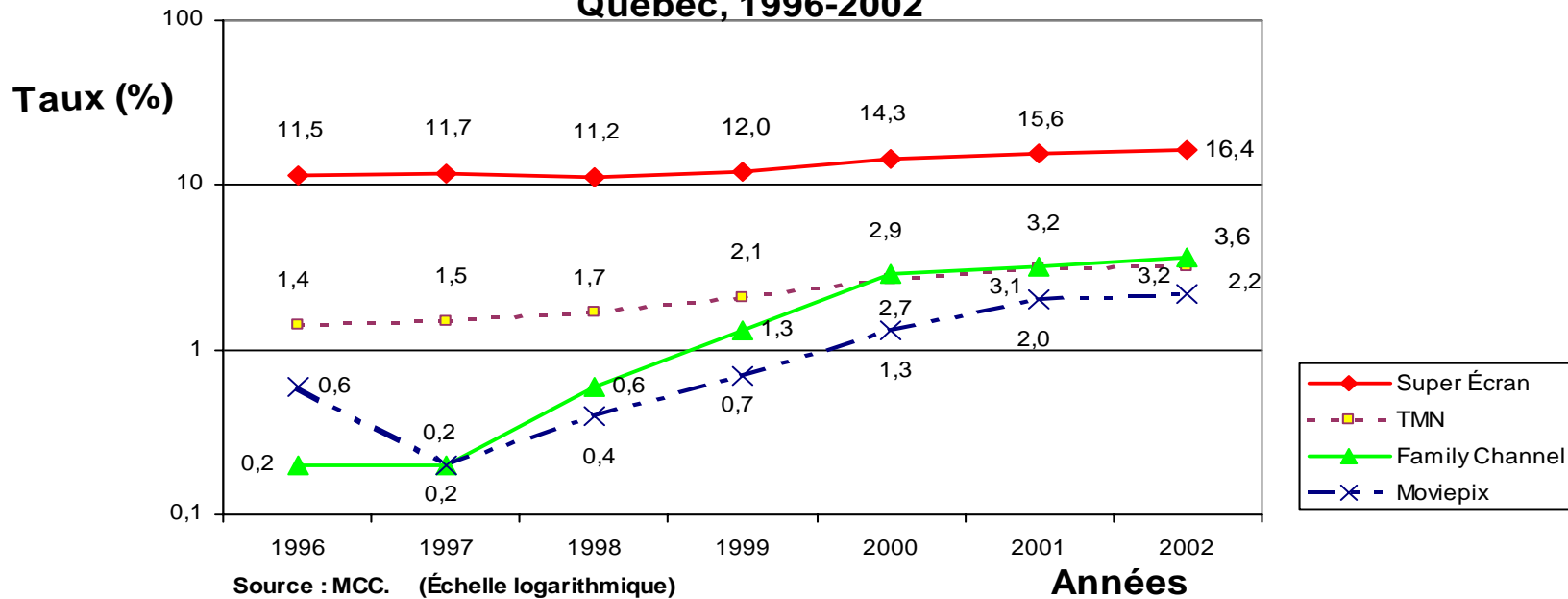
Source : Estimations du MCC à partir des données de Mediastats, *Banques sur la distribution*, Toronto, 31 septembre 1996 -31 septembre 2001 et 31 janvier 2002.

Les taux de pénétration(1) augmentent

Ceux de Super Écran sont passés de 11,5 % en 1996 à 16,4 % en 2002 au Québec. Bref, il y a un nombre de plus en plus grand d'abonnés à un service de télédistribution qui ont opté pour la télévision payante de langue française. Les autres services de télévision payante de langue anglaise ont vu leur taux de pénétration s'accroître plus rapidement, celui-ci variant entre 0,2 % et 3,6 % durant la période étudiée.

(1) Taux de pénétration = $\frac{\text{Nombre d'abonnés à un service de télévision payante}}{\text{Nombre d'abonnés aux services de télédistribution}} \times 100$

GRAPHIQUE 1
Taux de pénétration des services de télévision payante,
Québec, 1996-2002





Taux de pénétration de Super Écran dans les réseaux du Québec

- En 2002, le taux de pénétration de Super Écran atteignait 10,7 % dans l'ensemble des réseaux de câblodistribution du Québec. C'est particulièrement en milieu semi-urbain et rural que les abonnés au câble optaient davantage pour Super Écran. En effet, les taux de pénétration de Super Écran égalaient respectivement 18,7 % et 11,1 % dans les réseaux détenant moins de 2 000 abonnés et dans ceux ayant entre 2 000 et 6 000 abonnés alors que dans les grands réseaux, soit ceux ayant plus de 6 000 abonnés, ce taux se situait à 10,1 %. En général, les petits réseaux desservent des localités éparpillées dans les régions, celles-ci offrant un éventail de divertissement moins diversifié pouvant se substituer à la télévision payante.



Tableau 3

Taux de pénétration de Super Écran par taille de réseaux de câblodistribution, Québec, janvier 2002

(%)

	Moins de 2 000 abonnés	2 000 à 5 999 abonnés	Plus de 6 000 abonnés	Total
Québec	18,7	11,1	10,1	10,7

Source : Calculs du MCC à partir des données de Mediastats, *Banques de données sur la distribution*, Toronto, 31 janvier 2002.



CONCLUSION

Au cours des dernières années, les SRD, en offrant une flexibilité dans le choix de la programmation et en rendant accessibles des services télévisuels diversifiés partout au Québec, ont alimenté la croissance de Super Écran. Durant les prochains mois cependant, l'ampleur du piratage des SRD, notamment de Bell ExpressVu, pourrait tronquer la réalité concernant l'évolution de la télévision payante de langue française d'où l'obligation d'analyser, de façon minutieuse, les données de référence.

Jean-Marc Veilleux

Direction des médias, de l'audiovisuel
et des télécommunications