

LA TÉLÉDISTRIBUTION AU QUÉBEC

1995-1998

Étude

Février 2001

Direction des médias et des télécommunications

Étude produite par la Direction des médias et des télécommunications

- Recherche et rédaction : Jean-Marc Veilleux
- Édition : Direction des communications du ministère de la Culture et des Communications
du Québec
- Dépôt légal : 2001
- Bibliothèque nationale du Québec
- ISBN : 2-550-37094-5
- Gouvernement du Québec, 2001

Table des matières

page

	Introduction : Objectifs de l'étude.....	7
Chapitre 1	Situation de l'industrie de la télédistribution.....	9
Chapitre 2	Structure.....	17
Chapitre 3	Situation financière.....	25
Chapitre 4	Tendances	39
	Conclusion.....	45



Introduction

Objectifs de l'étude :

- faire le point sur l'industrie de la télédistribution de 1995 à 1998;
- évaluer la performance de l'industrie québécoise par rapport à celle de l'Ontario et du Canada;
- identifier les tendances du secteur.



Chapitre 1

Situation de l'industrie de la télédistribution



Abonnement à la télédistribution

- Plus de 2 millions de ménages québécois sont abonnés à la télédistribution en 1998.
- Les abonnés québécois représentent 24,9 % des abonnés au Canada cette année-là.
- Depuis 1995, c'est au Québec que la croissance annuelle moyenne du nombre d'abonnés est la plus forte, soit 3,4%.

Nombre d'abonnés à la télédistribution

	1995	1996	1997	1998 ¹	Croissance (%)
Québec	1 851 800	1 891 900	1 925 700	2 054 600	3,4
Ontario	2 968 700	3 023 300	3 022 400	3 153 100	2,0
Canada	7 565 800	7 833 200	7 956 800	8 254 200	2,5

1. À compter de 1998, les données de Statistique Canada tiennent compte non seulement de la câblodistribution mais aussi des services de radiodiffusion directe par satellite (SRD).

Source : Statistique Canada, *Télédistribution*, catalogue 56-205-XIB, 1995-1998.

La concurrence dans la télédistribution

- Depuis 1997, deux autres modes de distribution des signaux télévisuels concurrencent la câblodistribution : les services de radiodiffusion directe par satellite (SRD), soit ExpressVu et Star Choice, qui ont 102 700 abonnés au 31 août 1999, et le service numérique de distribution multipoints et multiplexes (SDMM), offert par Look Communications au Québec dont les abonnements sont encore minimaux (4 400) étant donné son arrivée plus tardive (janvier 1999 à Montréal).

	1998		1999 ¹	
	Nombre d'abonnés	%	Nombre d'abonnés	%
Câble	2 012 000	97,9	2 016 200	95,0
SRD	42 600	2,1	102 700	4,8
SDMM	-	-	4 400	0,2
Total	2 054 600	100,0	2 123 300	100,0

¹ Estimations du MCC.

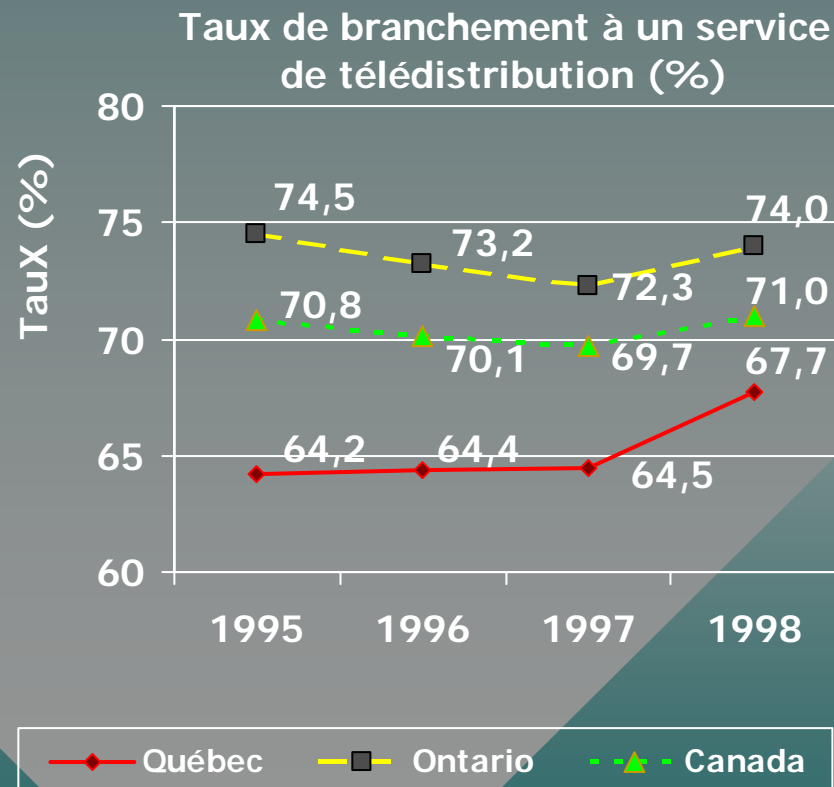
Sources : Statistique Canada, *Télédistribution*, 1998; Mediastats, *Banques de données*, 1998 et 1999.

La concurrence...(suite)

- Cependant, la câblodistribution constitue encore le principal moyen de distribution des signaux télévisuels au Québec, celle-ci étant utilisée par 95 % des abonnés.
- La câblodistribution semble se ressentir de la venue de la concurrence, la croissance du nombre d'abonnés y étant plus lente entre 1998 et 1999.
- Environ 1 million de ménages québécois ne sont pas encore abonnés à la télédistribution.

Taux de branchement à un service de télédistribution

- 67,7 % des ménages québécois sont abonnés à un service de télédistribution en 1998.
- La proportion de ménages abonnés à un service de télédistribution est moins élevée au Québec qu'en Ontario et au Canada où elles est de 74,0 % et 71,0 %.

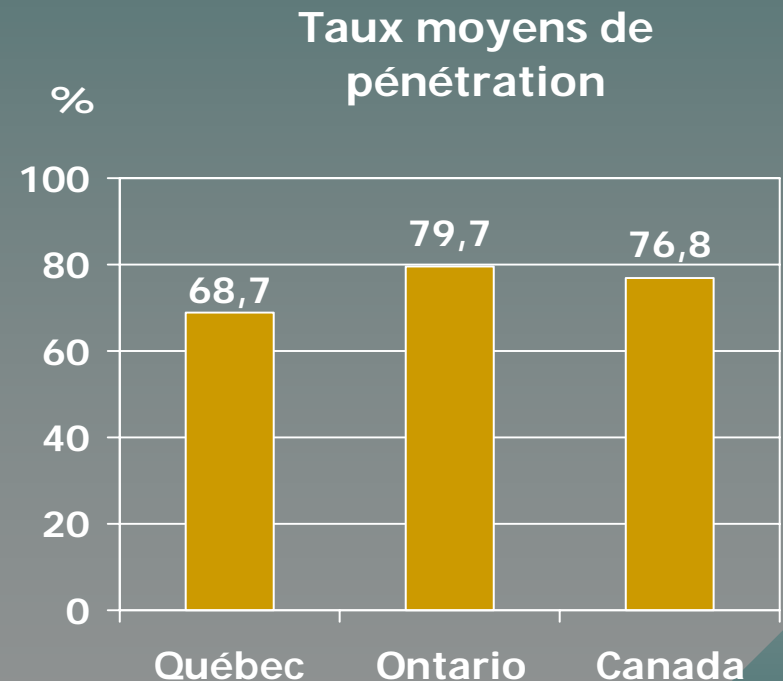


Note : Taux de branchement = $\frac{\text{nombre d'abonnés}}{\text{nombre de ménages total}} \times 100$

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.

Un taux moyen de pénétration du câble de 68,7 %

- De 1995 à 1998, les ménages québécois qui ont accès aux infrastructures du câble sont abonnés, en moyenne, dans une proportion de 68,7 %.
- En Ontario et au Canada, le taux moyen de pénétration atteint 79,7 % et 76,8 %.



Note : Taux de pénétration = $\frac{\text{nombre d'abonnés}}{\text{nombre de ménages desservis par le câble}} \times 100$

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.

Offre de câblodistribution (%)

- En 1998, 95,8 % des ménages québécois ont accès à des infrastructures de câblodistribution.
- Durant la période 1995-1998, les ménages, au Québec, ont davantage accès à des infrastructures de câblodistribution qu'en Ontario et au Canada.

	1995	1996	1997	1998
Québec	92,5	94,5	95,3	95,8
Ontario	91,7	91,9	91,6	90,4
Canada	91,0	91,4	91,4	91,2

Note : Offre de câblodistribution = $\frac{\text{nombre de ménages desservis par le câble}}{\text{nombre de ménages total}} \times 100$

Sources : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998, et de Statistique Canada, *Projection des ménages et des familles au Canada, les provinces et les territoires, 1994-2016*, catalogue 91-522 hors-série, Ottawa, 1995.

Chapitre 2

Structure



LES ENTREPRISES ET LES RÉSEAUX QUÉBÉCOIS EN 1998

- Les entreprises de télédistribution peuvent posséder un ou plusieurs réseaux (ou unités déclarantes).
- Nombre d'entreprises de télédistribution : 223
- Nombre de réseaux de télédistribution : 456
- Nombre de réseaux de classe 1 (6 000 abonnés et plus) : 28
- Proportion des abonnés rejoints par des réseaux de classe 1 : 84,6 %

Source : Mediatats, *Banques de données*, le 30 juin 1998.

ÉVALUATION COMPARATIVE

- Il y a plus de réseaux et d'entreprises de télédistribution au Québec qu'en Ontario en 1998. Les petits réseaux (1 000 abonnés et moins) y sont aussi plus nombreux, soit 375 contre 279.
- Les réseaux ontariens rejoignent, en moyenne, 8 179 abonnés tandis que les réseaux québécois en rejoignent 4 363.

Certaines caractéristiques de l'industrie

	Québec	Ontario	Canada
Nombre d'entreprises	223	96	710
Nombre de réseaux	456	399	2 337
Nombre moyen d'abonnés	4 363	8 179	3 657

Source : Medliastats, *Banques de données*, le 30 juin 1998.

Concentration de l'industrie au Québec :

Vidéotron et Cogeco Câble regroupent 85 % et 92 % des abonnés en 1998 et en 1999. Ces entreprises appartiennent à deux groupes intégrés, soit le Groupe Vidéotron et Cogeco. La concentration existe également ailleurs au Canada.

% DES ABONNÉS REJOINTS PAR LES DEUX PLUS GRANDES ENTREPRISES

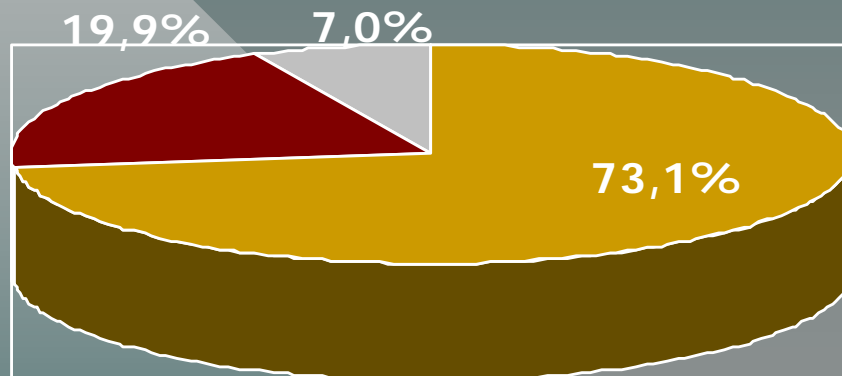
	1998	1999	
QUÉBEC	85,3	92,0	Vidéotron, Cogeco Câble
TERRE-NEUVE	83,6	85,7	Cable Atlantic, Regional Cable TV
NOUVELLE-ÉCOSSE	52,1	87,3	Access Communications, Eastlink Cable
ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD	81,6	100,0	Island Cable, Eastlink Cable
NOUVEAU-BRUNSWICK	96,8	98,4	Fundy Cable
ONTARIO	67,3	67,3	Rogers, Shaw
MANITOBA	82,0	82,1	Shaw, Videon
SASKATCHEWAN	65,7	73,8	Shaw, Regina Cablevision Cooperative
ALBERTA	82,1	74,8	Shaw, Videon
COLOMBIE-BRITANNIQUE	83,8	83,0	Shaw, Rogers

Source : Mediastats, *Banques de données*, 1998 et 1999. Ce tableau ne tient pas compte des changements survenus après cette date.

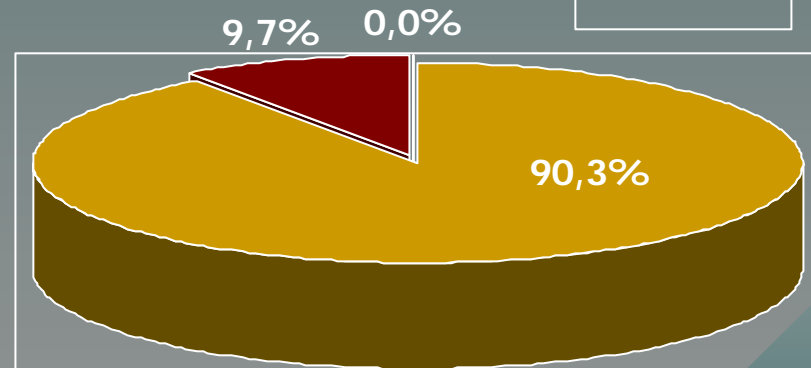
Sources de revenus des deux plus grandes sociétés-mères (%)



Le Groupe Vidéotron Itée



Cogeco inc.



En 1998, 73,1 % et 90,3 % des revenus du Groupe Vidéotron et de Cogeco proviennent des activités de câblodistribution et de télécommunications. Leurs revenus en provenance des services de télécommunications comptent respectivement pour 6,1 % et environ 1,5 % de leurs revenus totaux.

Sources : Le Groupe Vidéotron, *Rapport annuel 1998*; Cogeco, *Rapport annuel 1998*; Estimations du MCC.

Diversification dans l'Internet

Les grands câblodistributeurs enregistrent une croissance rapide des abonnés dans le marché résidentiel de l'Internet. Ils accaparent 29,2 % des ménages québécois abonnés à Internet en 1999 contre 22,1% en 1998.

	Abonnés Internet 1998	Abonnés Internet 1999	Abonnés Internet haute vitesse-1999
Vidéotron	56 700	103 100	32 900
Cogeco	7 600	12 600	8 900
Total partiel	64 300	115 700	41 800
Total Québec	290 800	396 500	61 500 ¹

¹ Estimations du MCC

Sources : Le Groupe Vidéotron, *Rapport annuel 1999*; Cogeco Câble, *Rapports trimestriels 1998 et 1999*; Communiqué du 29 octobre 1999 du Groupe Vidéotron.

L'industrie québécoise de la télédistribution emploie près de 2 300 travailleurs

- Ils représentent 24,7 % de l'ensemble des travailleurs dans l'industrie canadienne de la télédistribution en 1998.
- Ils gagnent, en moyenne, un salaire annuel comparable à celui de leurs homologues ontariens en 1998, soit 48 400 \$ contre 49 500 \$.

	NOMBRE DE TRAVAILLEURS				
	1995	1996	1997	1998	Salaire moyen 1998
Québec	2 309	2 082	2 092	2 292	48 400 \$
Ontario	4 012	3 593	3 293	3 001	49 500 \$
Canada	10 487	9 453	9 321	9 272	46 700 \$

Sources : Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998, Calculs du MCC.

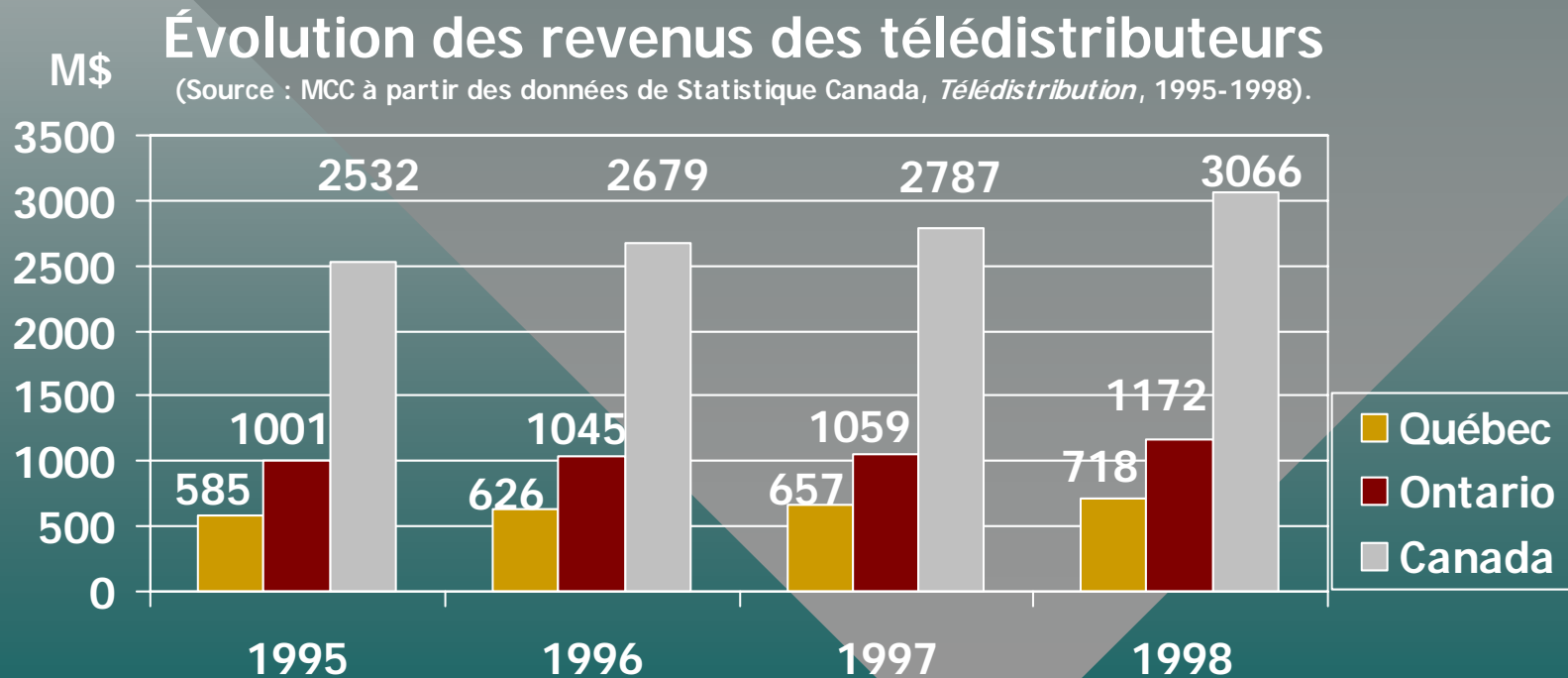
Chapitre 3

Situation financière



Des revenus s'élevant à 718 M\$ en 1998

- Par rapport à 1995, où les revenus des réseaux québécois s'établissent à 585 M\$, la croissance est de 22,7 % comparativement à 17,1 % pour les réseaux ontariens. Cette situation s'explique, en partie, par une augmentation plus forte du nombre d'abonnés à la télédistribution par câble au Québec.



Des revenus s 'élevant...(suite)

- La croissance annuelle la plus forte, soit 9,3 %, survient de 1997 à 1998, période au cours de laquelle est implanté au Québec le premier volet facultatif à haute pénétration Québec, qui intègre les quatre nouveaux canaux spécialisés (Le Canal Vie, Le Canal Nouvelles, Musimax et Télétoon) de langue française.
- Les sources de revenus des réseaux de télédistribution en 1998 sont : les abonnements (93,6 %), les branchements (2,3 %), la location de décodeurs (0,1%) et les autres sources (4,0 %).
- Les recettes des réseaux québécois comptent pour 23,4 % des revenus totaux des réseaux canadiens en 1998.

Des revenus mensuels par abonné plus bas au Québec

- Ces revenus passent de 26,33 \$ en 1995 à 29,11 \$ en 1998. Malgré cette augmentation, ils demeurent inférieurs à ceux de l'Ontario et du Canada.
- L'écart entre le Québec et l'Ontario s'était pourtant réduit entre 1995 et 1997, celui-ci passant de 1,51 \$ à 0,74 \$. Au cours de la période 1997-1998, cependant, l'Ontario procède au lancement de 12 nouveaux canaux spécialisés de langue anglaise et à la création d'un troisième grand volet facultatif.

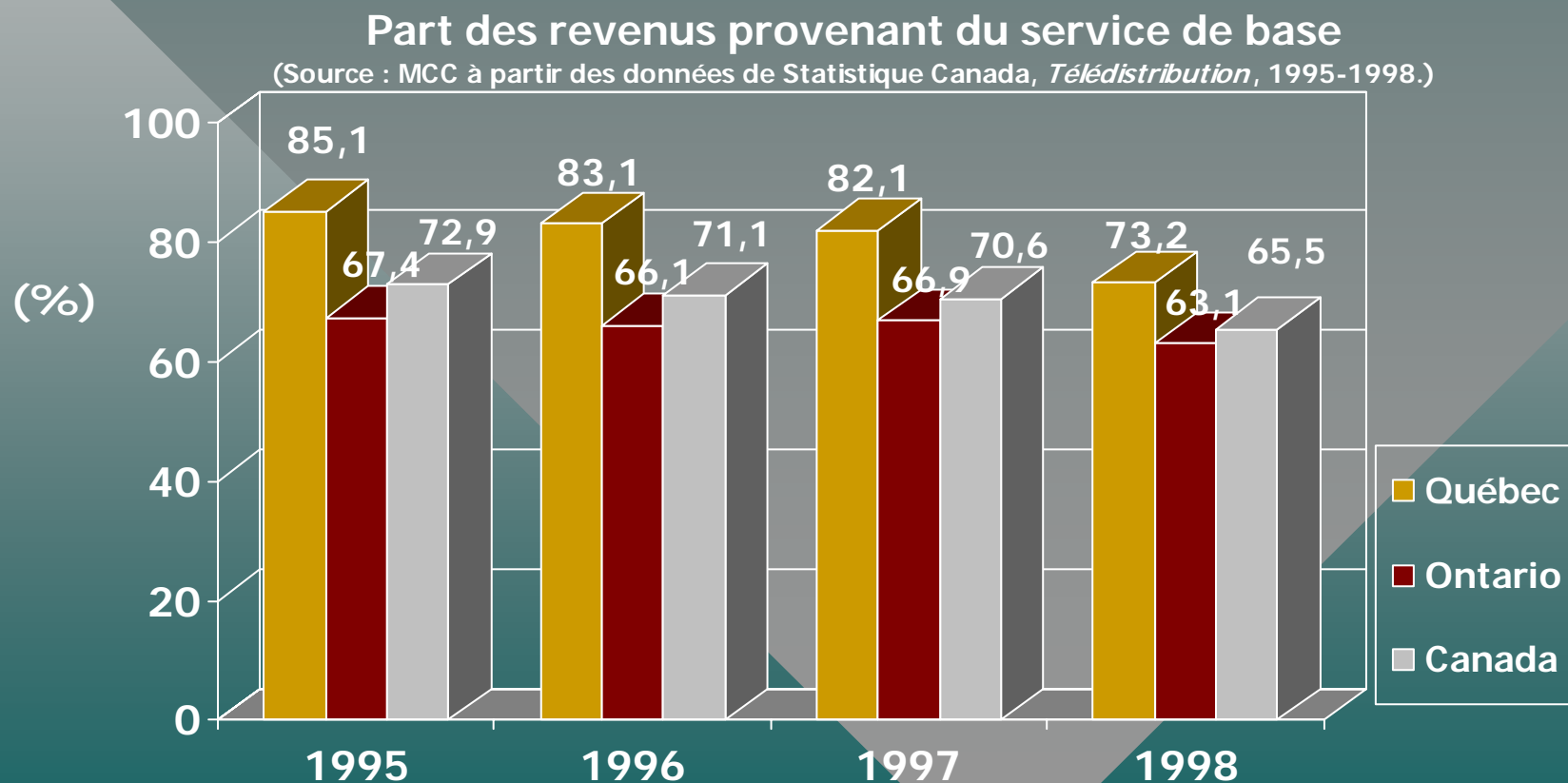
REVENUS MENSUELS PAR ABONNÉ (\$)

	1995	1996	1997	1998
Québec	26,33	27,58	28,45	29,11
Ontario	27,84	28,98	29,19	30,99
Canada	27,09	28,38	29,19	30,95
Écart Québec-Ontario	1,51	1,40	0,74	1,88

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.

Revenus provenant du service de base

- La part des revenus provenant du service de base diminue partout. Au Québec, elle passe de 85,1 % en 1995 à 73,2 % en 1998. L'implantation du premier grand volet à haute pénétration en septembre 1997 explique la réduction accélérée de cette part, laquelle chute de 82,1 % en 1997 à 73,2 % en 1998;



Revenus provenant du...(suite)

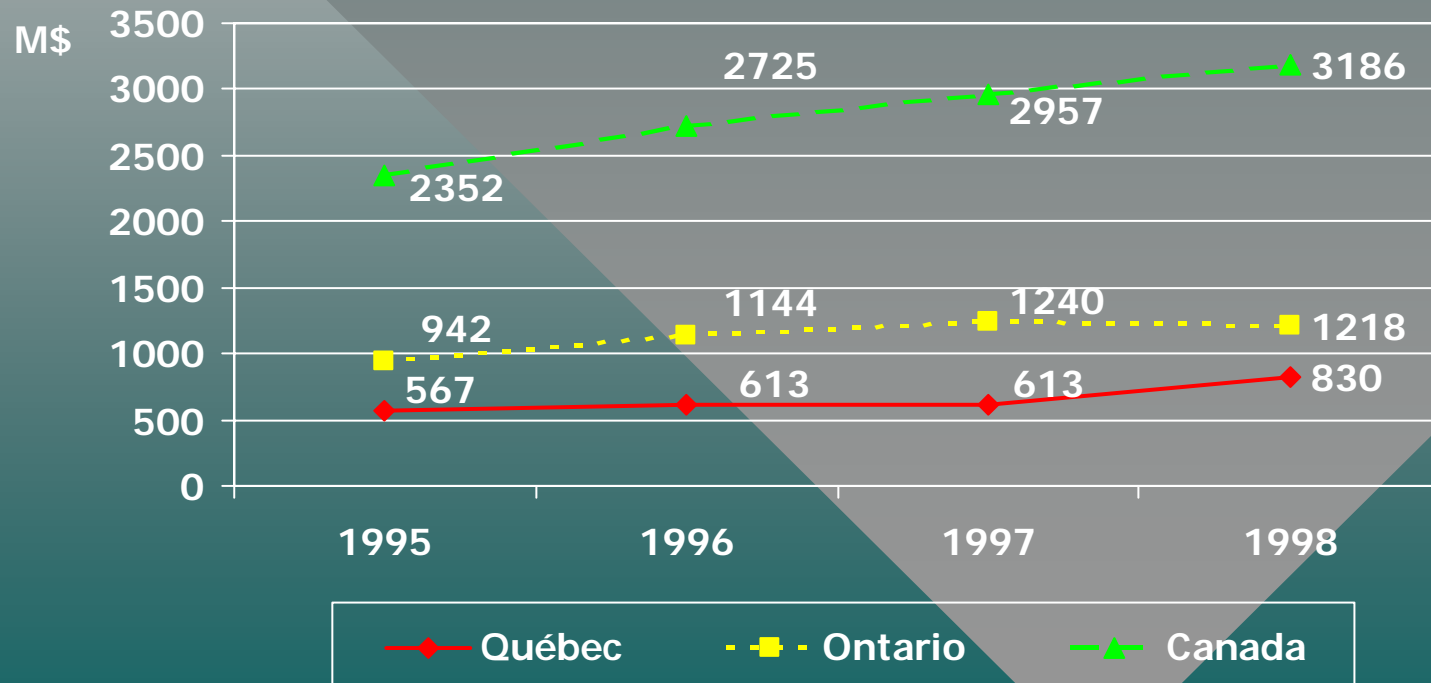
- en Ontario et au Canada, cette part des revenus est moins importante qu'au Québec, soit 63,1 % et 65,5 % en 1998. Cela s'explique par le fait que les câblodistributeurs, dans les marchés anglophones, offrent déjà trois grands volets facultatifs;
- avec l'implantation du décodeur numérique, l'offre possible d'autres grands volets, l'arrivée de nouveaux canaux spécialisés de langue française ainsi que le développement de la télévision à la carte et de la vidéo sur demande, la part des revenus provenant du service de base devrait continuer à décroître au Québec.

Des dépenses totales atteignant 830 M\$

- Elles se sont accrues rapidement pour les réseaux québécois, notamment de 1997 à 1998 où elles augmentent de 217 M\$. Trois raisons expliquent cette situation : l'augmentation des paiements d'affiliation attribuable à la venue de quatre nouveaux canaux spécialisés, la croissance des dépenses de promotion et des services techniques imputables à ces canaux.

Dépenses des réseaux de télédistribution

(Source : MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.)



Des dépenses totales...(suite)

- Cette hausse des dépenses totales au cours de l'année 1998 fait en sorte que les dépenses mensuelles par abonné sont légèrement plus élevées au Québec qu'en Ontario, soit 33,68 \$ contre 32,20 \$.
- Avant 1998, cependant, ces dépenses étaient plus faibles au Québec.

Dépenses mensuelles par abonné (\$)

	1995	1996	1997	1998
Québec	25,52	27,01	26,52	33,68
Ontario	26,21	31,75	34,19	32,20
Canada	25,16	28,87	30,97	32,17

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.

Structures des dépenses

- Les paiements d'affiliation versés aux canaux spécialisés et à la télévision payante (21,5 % en 1998) constituent la principale dépense des réseaux québécois. Les tarifs des services spécialisés sont d'ailleurs plus élevés en français qu'en anglais;
- en Ontario, ce sont les paiements d'intérêt qui absorbent la partie la plus importante des dépenses, soit 25,0 % en 1998, alors qu'ils s'établissent à 20,0 % en 1995.

Catégories de dépenses	Québec (%)		Ontario (%)	
	1995	1998	1995	1998
Programmation	3,5	2,4	3,4	2,6
Affiliation	20,9	21,5	21,8	20,9
Services techniques	18,7	17,1	18,7	15,2
Promotion	4,1	9,5	3,5	6,7
Administration	18,0	16,1	18,8	15,0
Amortissement	15,4	14,1	13,8	14,6
Intérêt	19,4	19,2	20,0	25,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

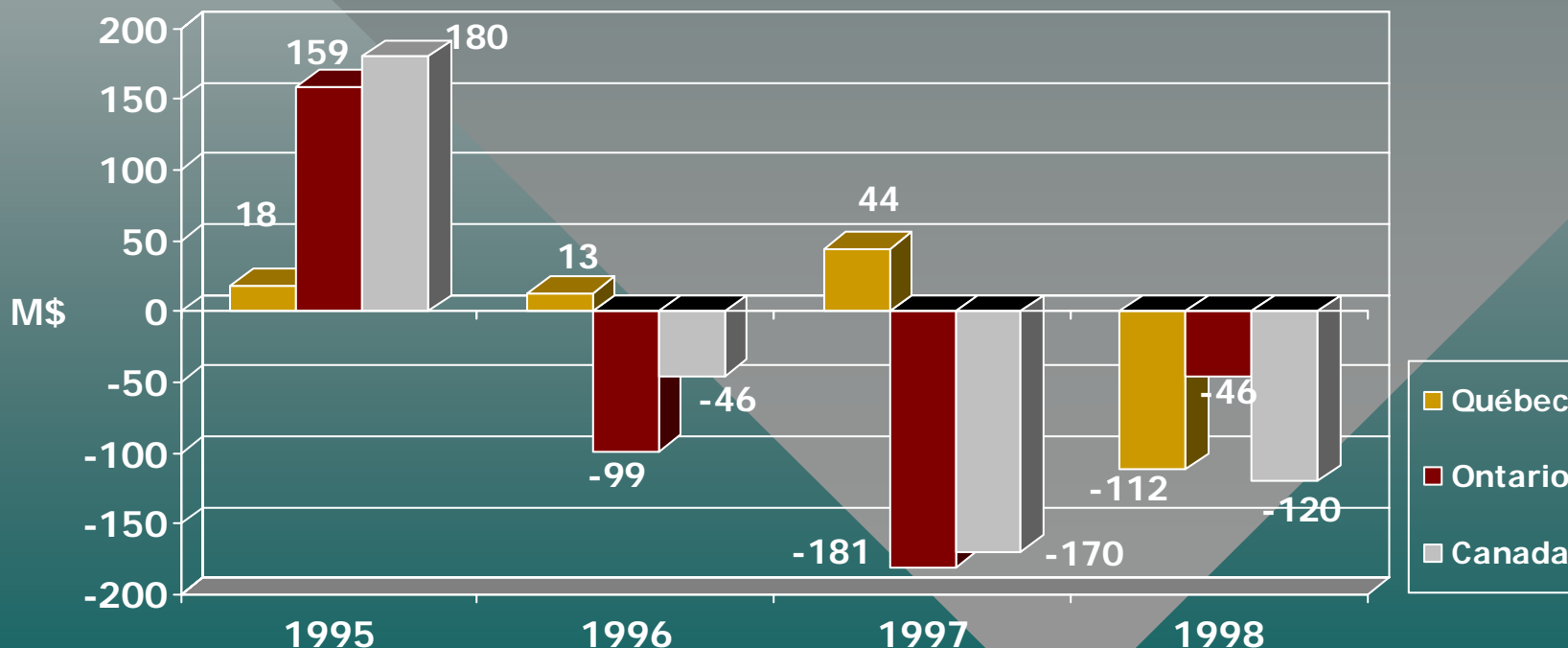
Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995 et 1998.

L'industrie enregistre des pertes en 1998

- Les pertes avant impôt s'élèvent à 112,7 M\$ au Québec. Deux phénomènes expliquent cette situation : les entreprises québécoise ont massivement investi dans la modernisation de leurs réseaux, ce qui a entraîné des frais accrus d'amortissement et d'intérêt; consécutivement à la venue de nouveaux services spécialisés, les grands réseaux ont lancé un volet à haute pénétration, faisant ainsi tripler les dépenses de promotion et hausser les frais techniques. Avant 1998, les réseaux québécois enregistraient des bénéfices variant de 13 M\$ à 44 M\$.
- En Ontario et au Canada, les pertes atteignent 46 M\$ et 120 M\$ en 1998. Les réseaux situés sur ces territoires réalisent aussi des pertes en 1996 et 1997.

Bénéfices avant impôt et redressements

(Source : MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.)



Des réseaux plus rentables au Québec ?

- Durant trois des quatre années étudiées, soit de 1995 à 1997, les réseaux québécois réalisent des bénéfices mensuels par abonné variant de 0,57 \$ à 1,93 \$, alors que les réseaux ontariens subissent des pertes. En raison de la hausse récente des frais d'exploitation, les réseaux québécois enregistrent des pertes mensuelles de 4,57 \$ par abonné en 1998.
- Si, on avait cependant, tenu compte des redressements (gains sur les placements, les investissements, etc.), les réseaux ontariens auraient été plus rentables que les réseaux québécois de 1995 à 1998. Ces gains (ou pertes) issus des redressements sont cependant inhabituels.

Bénéfices mensuels par abonné avant redressements (\$)

	1995	1996	1997	1998
Québec	0,81	0,57	1,93	-4,57
Ontario	1,63	-2,77	-5,00	-1,21
Canada	1,93	-0,49	-1,78	-1,22

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.

Des entreprises québécoises moins endettées

- Les coefficients d'endettement, c'est-à-dire le rapport entre les dettes totales et la valeur de l'actif, sont moins élevés au Québec qu'en Ontario. En d'autres termes, les entreprises québécoises sont moins endettées.

	Coefficients d'endettement ¹ (%)			
	1995	1996	1997	1998
Québec	85,5	86,7	82,3	78,2
Ontario	89,3	92,4	93,3	107,3
Canada	88,0	85,6	85,0	86,5

1. Coefficient d'endettement : $\frac{\text{Total du passif}}{\text{Actif total}} \times 100$

Source : Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Télédistribution*, 1995-1998.



Chapitre 4

Tendances



Tendances à court et à moyen termes

- Déploiement plus rapide des décodeurs numériques dans les réseaux câblés afin de concurrencer les SRD et les SDMM.
- Implantation de la «quasi-vidéo sur demande», laquelle permettrait aux câblodistributeurs d'offrir plus de 50 canaux de films à la carte.
- Désir d'une partie importante des consommateurs de choisir les services télévisuels qu'ils pourraient recevoir.
- Offre accrue de signaux étrangers distribués en mode numérique.
- Croissance du nombre de ménages délaissant la câblodistribution au profit des SRD et du SDMM.
- Formation d'alliances ou de fusions.
- Accès à Internet par l'entremise du téléviseur.

Tendances à court et....(suite)

- Distribution des signaux de télévision par Internet.
- Lancement de la téléphonie IP (téléphonie selon le protocole Internet) auprès des abonnés résidentiels.
- Avènement de la vidéo sur demande.
- Concurrence des entreprises de téléphonie qui offriront divers services vidéo par l'entremise de leurs infrastructures terrestres.

Tendances à long terme

- Déploiement de décodeurs numériques permettant la haute définition.
- Mise en marché d'assemblages de services comme la téléphonie, l'accès à Internet, la câblodistribution, la protection au foyer, etc., pour lesquels les consommateurs recevraient une seule facture.
- Émergence de quelques entreprises ou de conglomérats de télédistribution ou de télécommunication à l'échelle mondiale.



CONCLUSION

- Avec l'arrivée de la concurrence, la proportion de ménages québécois abonnés au câble devrait se stabiliser, sinon diminuer. Au total cependant, une plus grande proportion de ménages québécois seront desservis par des entreprises de distribution de services télévisuels.
- Les câblodistributeurs occuperont sans doute une place importante comme fournisseur d'accès à l'Internet, notamment pour l'Internet à haute vitesse. Par contre, les SRD et les SDMM auront un poids plus important dans la télédistribution.
- Le déploiement des terminaux numériques se fera en fonction des facteurs suivants: leur disponibilité sur le marché, la capacité et la volonté de payer des abonnés ainsi qu'une plus grande diversité de services offerts.
- L'avenir de l'industrie de la câblodistribution ne réside plus seulement dans la distribution de services télévisuels, mais également celle de services de télécommunications, d'accès à Internet, de commerce électronique et d'autres services.

BIBLIOGRAPHIE

Cogeco, *Rapport annuel 1998*.

Cogeco Câble, *Rapports trimestriels 1998 et 1999*.

Le Groupe Vidéotron, *Rapport annuel 1998*.

Le Groupe Vidéotron, *Communiqué* du 29 octobre 1999.

Mediastats, *Banques de données*, 1998 et 1999.

Statistique Canada, *Télédistribution*, catalogue 56-205 XIB, Ottawa, 1995-1998.

Statistique Canada, *Projection des ménages et des familles au Canada, les provinces et les territoires, 1994-2016*, catalogue 91-522 hors-série, Ottawa, 1995.