

Combien de Canadiens s'abonnent-ils à la télévision par câble ou par satellite?

Estimés des abonnés à la télévision par câble ou SRD, profil des non-abonnés et résultats d'une enquête spéciale

Préparé à l'intention du CRTC

Canadian Media Research Inc.
Août 2006

Ce rapport est disponible en version électronique à www.crtc.gc.ca

Canadian Media Research Inc. a rédigé la version originale du *Combien de Canadiens s'abonnent-ils à la télévision par câble ou par satellite?* qui a été traduit par un tiers.

This document is also available in English.

- Introduction

Dans ce rapport, nous tentons d'estimer le nombre de foyers canadiens qui, en 2006, ont accès à la télévision par câble ou à la télévision par satellite de radiodiffusion directe (SRD) par des moyens légaux ou autres. Notre objectif est de fournir un estimé précis du nombre de Canadiens qui ont la télévision par câble ou par satellite et du nombre d'entre eux qui captent les stations de télévision par la voie des ondes. Nous analysons en outre les tendances à long terme liées aux niveaux d'abonnement au câble par comparaison à la télévision SRD aux échelons national et provincial et nous examinons le profil démographique et le mode de vie des personnes qui ne sont abonnées ni à la télévision par câble ni à la télévision SRD.

Les niveaux combinés d'abonnement à la télévision par câble et à la télévision SRD ont augmenté au cours de la dernière décennie, et le rapport traite de l'incidence d'une telle augmentation sur les principaux radiodiffuseurs publics et privés. Plus particulièrement, nous analysons pour chaque radiodiffuseur les tendances relatives au pourcentage de l'auditoire qui utilise la réception d'antenne par comparaison au pourcentage utilisant le câble ou le satellite.

Nous nous appuyons sur les données de la période 1995-2006 publiées par Sondages BBM et Nielsen Media Research et sur différentes sources de données de l'industrie, y compris l'édition 2006 du Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC et la publication annuelle *Radiodiffusion et télécommunications* de Statistique Canada, pour déterminer le nombre de foyers canadiens (et de Canadiens) ayant la télévision par câble ou la télévision SRD.

Le rapport traite aussi de l'attitude du public à l'égard de la télévision à partir des résultats de l'enquête TV Quality Survey de 2005.

La TV Quality (TVQ) Survey est une enquête d'envergure nationale portant sur l'attitude des Canadiens anglophones à l'égard de la télévision et menée chaque année par le CMRI auprès d'un échantillon représentatif minimal de 1 500 adultes anglophones. Elle vise essentiellement à vérifier dans quelle mesure les consommateurs sont conscients du nombre de chaînes aujourd'hui offertes par la télévision par câble, par la télévision SRD ou par la voie des ondes. L'enquête mesure également le degré de satisfaction des téléspectateurs.

Le CRTC a aussi commandé une enquête spéciale à mener au début de septembre 2006 par Comquest, filiale de Sondages BBM. L'enquête portera sur un échantillon de 1 000 personnes qui sont d'anciens répondants aux enquêtes sur la télévision de Sondages BBM ayant indiqué qu'ils n'avaient pas la télévision par câble ou par satellite. L'enquête vise à mieux comprendre pourquoi ces Canadiens ne sont abonnés ni à la télévision par câble ni à la télévision SRD. Les résultats obtenus seront ajoutés au présent rapport dès qu'ils seront disponibles.

Barry Kiefl
CMRI

1. Tendances liées aux abonnements à la télévision par câble et à la télévision SRD

- Édition 2006 du Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC

L'édition 2006 du Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion du CRTC fait mention du nombre d'abonnés au service de base des différents types d'entreprises de distribution de radiodiffusion ou EDR (entreprises de télévision par câble, par satellite, etc.). En août 2005, le CRTC indiquait qu'il y avait 9 094 000 abonnés aux services de télévision par câble, de télévision SRD ou autres EDR (tableau 4.1 du Rapport). Ce nombre n'inclut pas les abonnés des petits fournisseurs de télévision par câble, qui ne sont pas tenus de déclarer leur nombre d'abonnés et autres données au Conseil. Seules les grandes entreprises de classe 1 comptant 6 000 abonnés ou plus sont tenues de présenter un compte rendu annuel au CRTC. Il existe au Canada des centaines de petites entreprises de câblodistribution dont le nombre total d'abonnés n'est pas pris en compte dans les données officielles du Conseil.

Le Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion reconnaît que l'exclusion de ces petites entreprises donne lieu à un dénombrement incomplet des abonnés. Il renferme par ailleurs des données sur les abonnés des six principaux distributeurs, données fondées sur leurs rapports trimestriels. Le tableau 4.3 du Rapport de surveillance de 2006 du CRTC indique qu'en 2006, les six principaux EDR comptaient à elles seules 9 396 000 abonnés au total. Cela montre clairement qu'il existe beaucoup plus de foyers ayant la télévision par câble ou SRD que ne l'indiquent les données officielles du CRTC pour les câblodistributeurs et les entreprises de satellite de classe 1.

Tableau 4.1 : Nombre d'abonnés au service de base (en milliers)

	Câble, classe 1*		SRD		SDM et TPA		Total	
	Abonnés	%	Abonnés	%	Abonnés	%	Abonnés	%
2001	6 857	81,0 %	1 520	18,0 %	87	1,0 %	8 465	100,0 %
2002	6 704	76,9 %	1 960	22,5 %	57	0,7 %	8 723	100,0 %
2003	6 581	74,9 %	2 152	24,5 %	50	0,6 %	8 783	100,0 %
2004	6 642	74,1 %	2 277	25,4 %	39	0,4 %	8 958	100,0 %
2005**	6 607	72,7 %	2 455	27,0 %	32	0,4 %	9 094	100,0 %

* Ici, comme dans l'ensemble du document, les EDR de classe 1 et les EDR par câble de classe 1, englobent les résultats des lignes d'abonnés numériques (LAN). Veuillez noter qu'à la suite de l'avis public 2004-39, certains câblodistributeurs de classe 1 ne sont plus tenus de présenter un rapport.
 ** Ici comme dans l'ensemble du document, les chiffres de la base de données financières du CRTC pour 2005 sont préliminaires.
 Note : Les chiffres de 2001 à 2004 ont été redressés pour refléter l'ensemble des résultats courants au 31 août.
 Source : Base de données financières du CRTC

Tableau 4.3 : Nombre d'abonnés au service de base des principaux distributeurs canadiens

Corporations	Number of subscribers (000)		
	2004	2005	2006
Rogers Cable Inc. (1)	2 266	2 249	2 260
Shaw Communications Inc. (2)	2 074	2 138	2 179
Bell ExpressVu LLP (1)	1 403	1 532	1 739
Vidéotron Ltée (1)	1 428	1 455	1 520
Star Choice Television Network Inc. (2,3)	814	830	862
Cogeco Cable Inc. (2)	829	831	836
Total pour les principaux distributeurs	8 814	9 035	9 396

(1) En date du 31 mars chaque année.
 (2) En date du 28 février chaque année.
 (3) Le Réseau de télévision Star Choice est contrôlé par Shaw Communications Inc.
 Sources : Rapports trimestriels des sociétés

- Rapport de Statistique Canada sur la radiodiffusion et les télécommunications



Statistique Canada a publié ses données les plus récentes sur les abonnés à la télévision par câble et à la télévision SRD en octobre 2005. Le rapport comprend des données se rapportant à la période se terminant le 31 août 2004. Bien que les résultats soient antérieurs d'une année à ceux du CRTC, Statistique Canada établit à 9 932 000 le nombre total d'abonnés à la télévision par câble et à la télévision SRD, c'est-à-dire 838 000 abonnés de plus que l'estimé fourni par le CRTC pour 2005. Statistique Canada explique la différence dans sa publication annuelle, *Radiodiffusion et télécommunications* : « En ce qui concerne l'année de base 2002, le CRTC a exempté un certain nombre de petits câblodistributeurs de produire un compte rendu annuel aux fins d'octroi de permis. Soucieux de continuer à fournir des estimés pour l'ensemble de l'industrie, Statistique Canada a poursuivi ses enquêtes auprès de ces petits fournisseurs au moyen toutefois d'un questionnaire simplifié. » Il est probable que la différence entre les données du CRTC et celles de Statistique Canada pour l'année 2005 soit de l'ordre de un million d'abonnés.

Dans son dernier rapport, Statistique Canada indique aussi que ses estimés n'incluent pas les abonnés illégaux, les personnes qui ont acheté une antenne parabolique américaine ou une antenne parabolique canadienne permettant de capter les signaux de télévision canadienne sans être abonnées à une EDR autorisée ou celles qui volent les signaux de télévision par câble dans un immeuble d'habitation ou tout autre type de résidence. Le rapport mentionne également : « Les possibilités de croissance de ce marché sont limitées par la pénétration relativement importante des services vidéo multicanaux. La question du vol de signal se trouve de ce fait d'autant plus importante pour l'industrie. Selon certains estimés, il existerait plus de un million d'antennes paraboliques illégales au Canada, ce qui constitue une perte potentielle importante pour l'industrie. Dans la mesure où pareils estimés s'approchent de la réalité, environ 89 % du marché potentiel a déjà été accaparé par des moyens légaux ou illégaux, ce qui concorde avec les conclusions d'une autre étude, selon laquelle 87 % des foyers captent les émissions de télévision par câble ou par satellite, les 13 % restants utilisant la bonne vieille antenne en V. »

En septembre 2004, Mediastats, entreprise privée qui étudie l'abonnement à la télévision par câble et par satellite depuis de nombreuses années, estimait à 10,3 millions le nombre d'abonnés, c'est-à-dire environ 400 000 de plus que Statistique Canada. Dans son estimé, Mediastats inclut non seulement tous les câblodistributeurs, petits et grands, mais s'efforce aussi de comptabiliser les multiples abonnés d'immeubles d'habitation dont on ne tient pas toujours compte.

**Entreprises de distribution par câble, par satellite et multipoint
Certains indicateurs de rendement et de marché nationaux et régionaux**

	2001	2002	2003	2004
Abonnés par type de fournisseur	000			
Abonnés aux services de programmation	9,457.1	9,644.0	9,782.1	9,932.1
Clients de câblodistributeurs	7,847.9	7,625.4	7,576.9	7,607.5
Clients d'exploitants de services sans fil	1,609.2	2,018.6	2,205.2	2,324.6

Statistique Canada – N° 56-001-XIE au catalogue

- Nielsen Media Research

Comme c'est le cas pour Statistique Canada et le CRTC, les données de Mediastats proviennent d'enquêtes menées auprès des EDR. Les entreprises de télévision par câble ou SRD reçoivent et remplissent un questionnaire. Il leur est bien sûr impossible de déterminer le nombre de leurs abonnés illégaux ou des abonnés aux services américains de télévision par satellite. Seules les enquêtes menées auprès des consommateurs canadiens peuvent leur permettre d'espérer atteindre ce segment du marché.

Nielsen Media Research utilise son système de mesure électronique des auditoires depuis 1989 pour étudier les habitudes d'écoute des Canadiens. Nielsen et Sondages BBM sont considérées comme les sources les plus fiables de données sur les habitudes d'écoute de la télévision, ce qui s'explique en grande partie par la qualité de leurs échantillons et par la méthodologie de recherche utilisée. L'exactitude des enquêtes de Nielsen et de Sondages BBM a permis de produire des revenus de plus de trois milliards de dollars en publicité télévisée en 2005.

Nielsen utilise un échantillon aléatoire simple de ménages interviewés sur place par un personnel sur le terrain. Périodiquement, à intervalle de quelques années, tous les foyers canadiens sont interviewés par des statisticiens de Nielsen, et les résultats des enquêtes sont mis à jour chaque année. On trouve une description de la méthode d'enquête de Nielsen sur le site Web de l'entreprise à : https://www.nielsenmedia.ca/S_index.htm. Afin de bien rendre le contexte d'écoute de la télévision, l'échantillon de Nielsen doit représenter tous les types de foyers, y compris ceux qui bénéficient illégalement d'une antenne parabolique ou d'un branchement par câble. En 2005 (depuis fin août), Nielsen a estimé à 10 933 000 le nombre de ménages canadiens ayant la télévision par câble ou SRD, ce qui représente 87 % de tous les foyers canadiens ayant la télévision. En d'autres mots, Nielsen établit le nombre de foyers abonnés à presque 11 millions, quelque 2 millions de plus que l'estimé paru dans le *Rapport de surveillance* du CRTC. L'estimé de Nielsen du nombre de foyers ayant la télévision (12,6 millions en 2005) découle des projections annuelles de Statistique Canada. En toute probabilité, son estimé du nombre de foyers ayant la télévision par câble ou SRD reflète fidèlement le contexte de l'industrie canadienne de la télévision.

Total des ménages canadiens avec télévision, télévision par câble/SRD ou réception en direct 1995-2005

Année	Total des ménages avec tél. (000)	Ménages avec câble/SRD (000)	Ménages avec réception en direct (000)	Ménages avec câble/SRD %	Ménages avec réception en direct %
1995	10639	7979	2660	75	25
1996	10816	8004	2812	74	26
1997	11392	8544	2848	75	25
1998	11549	8662	2887	75	25
1999	11725	8794	2931	75	25
2000	11800	8850	2950	75	25
2001	11935	9071	2864	76	24
2002	12067	10233	1834	85	15
2003	12267	10430	1836	85	15
2004	12361	10560	1801	85	15
2005	12629	10933	1697	87	13

Source : CMRI (Nielsen)

- Enquête auprès des consommateurs de Statistique Canada

Fait intéressant, Statistique Canada procède aussi à une enquête annuelle auprès des consommateurs portant sur les équipements et les dépenses des foyers canadiens et dont l'échantillon compte quelque 17 500 répondants. La dernière enquête, en date de 2003, confirme les données de Nielsen : « Le nombre de foyers ayant la télévision par câble a légèrement baissé pour s'établir à 65 %. Par ailleurs, 23 % des foyers affirment avoir une antenne parabolique de télévision, une hausse par rapport au 21 % trouvé l'année précédente. » (Statistique Canada : Catalogue n° 62-202-XIE, tableau 1). En d'autres mots, l'enquête auprès des consommateurs de Statistique Canada permet de conclure que 88 % des foyers canadiens possédaient déjà la télévision par câble ou SRD en 2003.

Il y a quelques années, Statistique Canada faisait référence aux données de son enquête auprès des consommateurs dans sa publication annuelle des données d'enquête sur l'industrie. Pour la plupart des années, les données de l'enquête auprès des consommateurs indiquent un nombre nettement supérieur d'abonnés. Cependant, au cours des dernières années, l'agence nationale de statistique n'a établi aucun recoupement entre les deux sources.

Tableau 1
Provinces et territoires, 2003 – suite
Équipement ménager (au 31 décembre)²

	Canada	Terra-Nouve- et-Labrador	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Québec	Ontario
Matériel de communication et de divertissement au foyer							
Avec un téléphone (régulier ou cellulaire)	98,8	98,2	99,0	98,9	98,6	98,5	98,9
Téléphones (inclut l'utilisation commerciale)	96,3	97,0	98,7	96,6	96,8	96,1	97,2
1	21,3	18,2	16,9	16,9	21,8	23,2	20,2
2	33,6	34,9	38,2	36,4	35,4	35,2	32,9
3 ou plus	41,4	43,9	43,6	44,3	39,6	37,7	44,1
Téléphone cellulaire	53,9	44,0	41,9	53,6	40,7	44,6	57,6
Lecteur de disques compacts	76,1	74,9	75,9	76,4	72,9	74,0	75,5
Télédistribution	65,1	65,0	55,8	63,1	61,6	57,0	69,4
Antenne parabolique	22,6	28,5	34,5	25,5	29,2	21,9	22,0
Lecteur DVD	51,5	43,9	46,1	50,1	46,3	43,9	53,4
Graveur de disques compacts	32,1	27,1	28,5	31,5	26,7	26,3	33,3
Magnétoscopes	90,3	90,5	89,3	90,9	89,2	88,9	90,7
1	58,0	56,8	61,4	57,6	56,9	58,0	57,6
2 ou plus	32,2	33,7	27,9	33,2	32,4	31,0	33,1
Ordinateur personnel	66,8	51,9	57,3	61,8	53,5	59,5	71,6
Utilise Internet à la maison	56,9	41,0	48,9	52,4	44,9	48,1	62,6
Type de connexion à Internet							
Connexion téléphonique régulière à un ordinateur	21,2	22,5	26,6	16,7	25,0	21,6	25,6
Connexion téléphonique haute vitesse à un ordinateur	17,3	8,6	19,1	19,2	17,4	15,2	16,6
Connexion câble à un ordinateur	18,1	9,8	F	16,4	2,4	10,9	20,2
Autre type de connexion	0,3	F	F	F	F	F	F
Téléviseurs couleurs	99,0	99,7	99,7	98,9	99,7	99,2	98,9
1	37,8	27,7	29,1	29,9	36,8	38,5	37,8
2	36,0	36,7	38,6	37,3	35,4	38,7	34,8
3 ou plus	25,2	35,2	32,0	31,7	27,5	22,0	26,3

Source: Stastique Canada

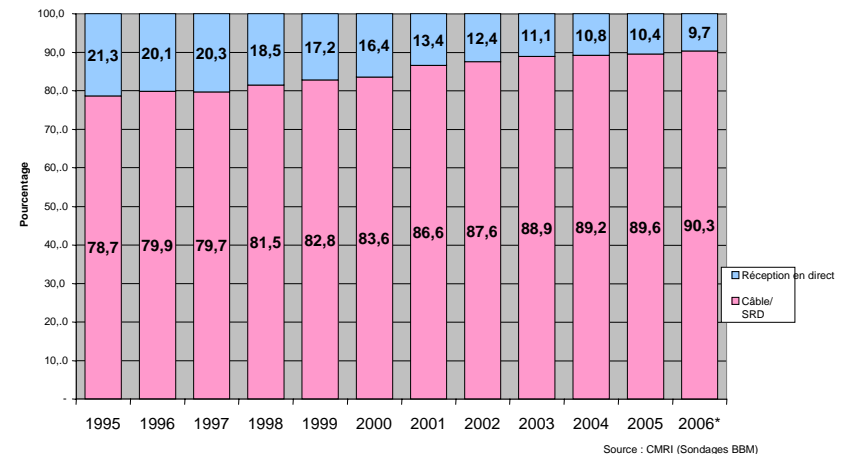
- Sondages BBM

Les enquêtes de Sondages BBM nous renseignent sur le nombre de Canadiens, et non pas de ménages canadiens, qui ont la télévision par câble ou SRD ou qui dépendent de la réception en direct. Comme les foyers qui ont la télévision par câble ou par satellite sont généralement de jeunes familles avec enfants, le pourcentage de personnes ayant la télévision par câble ou SRD sera naturellement supérieur au pourcentage de foyers.

Les enquêtes de Sondages BBM utilisant la méthode du cahier d'écoute répondent aux normes méthodologiques les plus élevées. Leurs échantillons extrêmement vastes en font des sources de données uniques. Les enquêtes d'automne de Sondages BBM sont menées auprès d'un échantillon d'au moins 75 000 répondants, et celle du printemps, auprès d'un échantillon d'au moins 50 000 répondants. On trouve une description de la méthode du cahier d'écoute sur le site Web de la société à <http://www.bbm.ca/en/reference.html>

Selon les résultats de l'enquête du printemps 2006, la pénétration combinée de la télévision par câble et SRD atteint environ 90,3 %, ce qui signifie qu'environ un téléspectateur canadien sur dix seulement dépend maintenant de la réception en direct. Au cours de la dernière décennie, le pourcentage de personnes dépendant de ce mode de réception est passé de plus de 20 % à moins de 10 %, ce qui correspond à une réduction de plus de la moitié de ce segment du marché. Il est à noter que les totaux enregistrés pour la télévision par câble incluent un faible pourcentage de foyers utilisant la télédistribution sans fil.

Pourcentage de Canadiens abonnés à la télévision par câble/SRD et de Canadiens dépendant de la réception en direct, ensemble du Canada, personnes de 2 ans et +, automne 1995 – printemps 2006



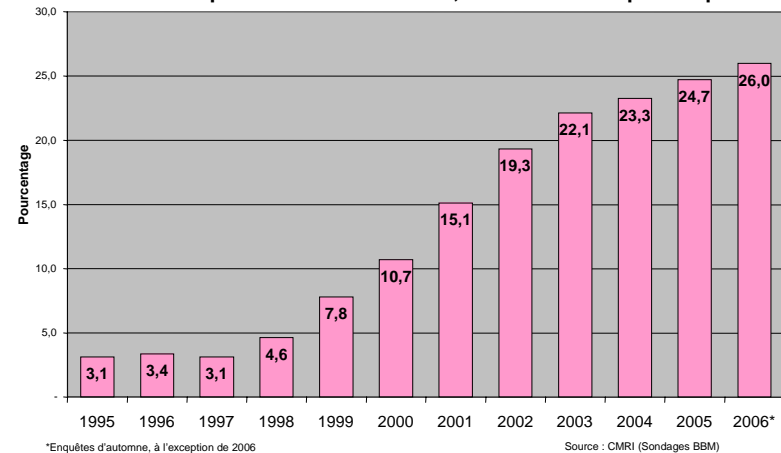
*Enquêtes d'automne, à l'exception de 2006

- Sondages BBM : tendances liées à la pénétration de la télévision SRD et de la télévision par câble sur le marché

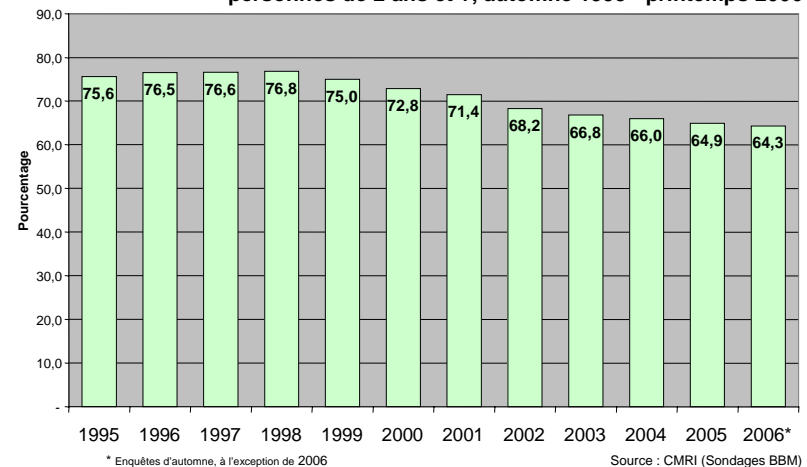
Selon Sondages BBM, la pénétration des antennes paraboliques s'est nettement accrue au cours des dernières années, comme l'illustre le graphique de droite. Il est important de noter que même avant l'arrivée sur le marché des deux fournisseurs canadiens de télévision SRD, Expressvu et StarChoice, un nombre limité de Canadiens bénéficiaient d'un service de télévision par satellite à la maison. Toujours selon Sondages BBM, entre 1995 et 1997, le pourcentage de Canadiens possédant une antenne parabolique à la maison se chiffrait à environ 3 %. Vers l'automne 1999, le taux de pénétration est passé à presque 8 % pour croître ensuite de 3 ou 4 % par année entre 1999 et 2003. La croissance du marché de la télévision SRD s'est stabilisée en 2004-2005.

Au cours de la même période, le pourcentage d'abonnements à la télévision par câble a chuté de 11 ou 12 points, comme l'indique le graphique ci-contre. Les pertes d'abonnés ont culminé avec la consolidation de la position des fournisseurs canadiens autorisés de services SRD sur le marché, c'est-à-dire aux environs de 1999. Il est à noter que les enquêtes d'automne de Sondages BBM utilisent un échantillon très substantiel de plus de 75 000 répondants et que la marge d'erreur statistique de ces estimés est très faible.

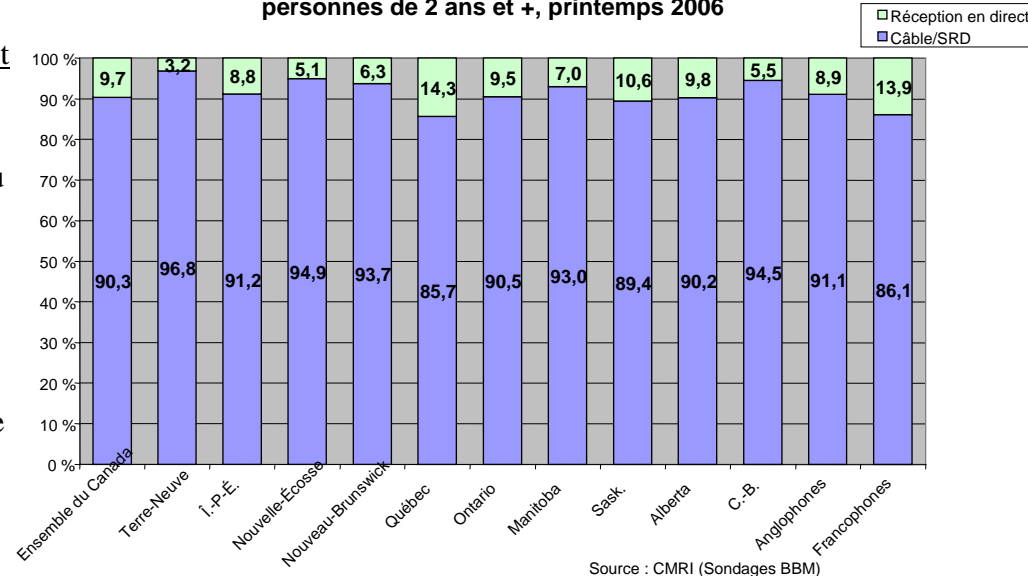
Pourcentage de Canadiens abonnés à la télé SRD, ensemble du Canada, personnes de 2 ans et +, automne 1995 - printemps 2006



Pourcentage de Canadiens abonnés à la télé par câble TV, ensemble du Canada, personnes de 2 ans et +, automne 1995 - printemps 2006



Pourcentage de Canadiens abonnés à la télévision par câble/SRD et de Canadiens dépendant de la réception en direct, Canada et provinces, personnes de 2 ans et +, printemps 2006



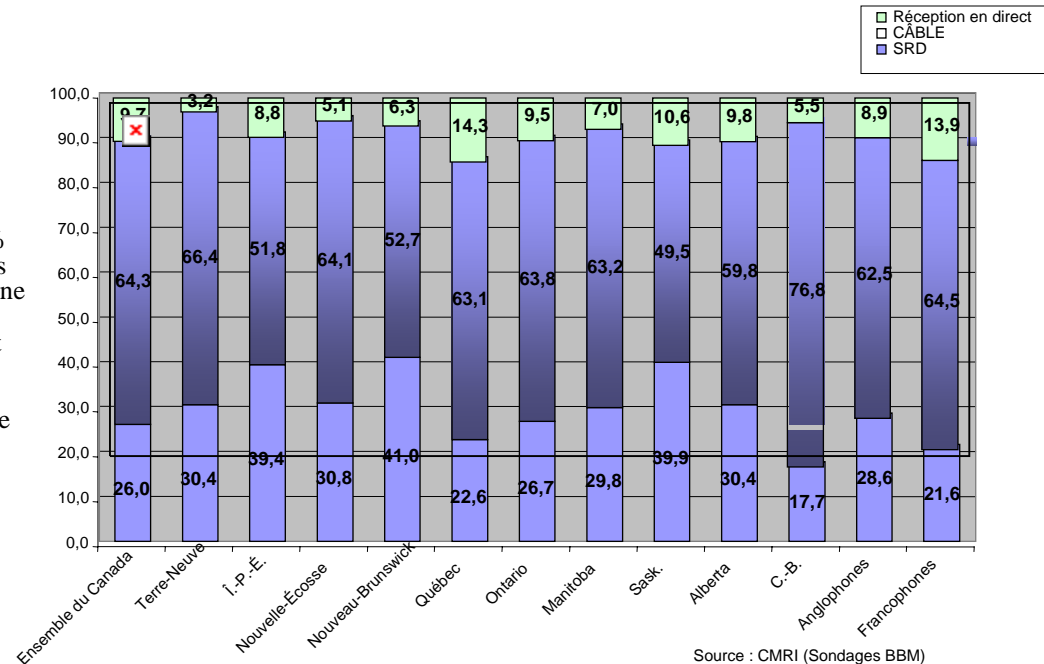
- Sondages BBM : tendances liées à la réception en direct par province

Selon les résultats des enquêtes de Sondages BBM, les pourcentages de réception en direct varient quelque peu d'une province à l'autre. Alors qu'à l'échelle nationale, 9,7 % des Canadiens dépendaient de la réception en direct au printemps 2006, le pourcentage d'utilisateurs atteignait un creux de 3,2 % à Terre-Neuve et un sommet de 14,3% au Québec. Un pourcentage important de Québécois ont choisi de ne pas s'abonner à la télévision par câble ou SRD. À l'instar d'une grande partie de l'Europe, l'industrie de la télévision de langue française est encore dominée par les télédiffuseurs en direct conventionnels.

Pourcentage de Canadiens abonnés à la télévision par câble/SRD ou dépendant de la réception en direct, Canada et provinces, personnes de 2 ans et +, printemps 2006

- Sondages BBM : tendances liées à la pénétration de la télévision par câble et SRD par province

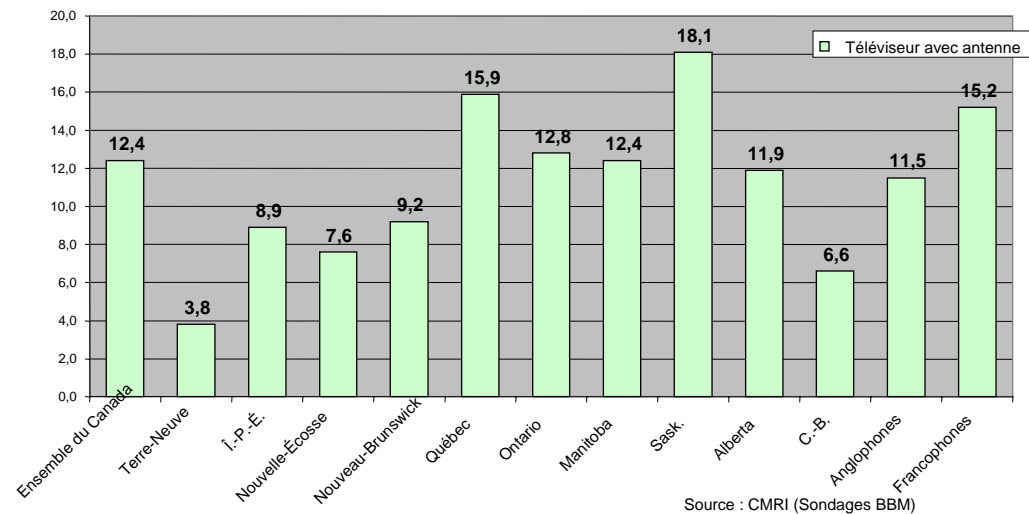
Les enquêtes de Sondages BBM nous apprennent que non seulement les niveaux de réception en direct diffèrent par province, mais aussi que les niveaux d'abonnement à la télévision par câble et SRD varient de façon marquée. Au printemps 2006, alors qu'à l'échelle nationale, quelque 26,0 % des Canadiens avaient la télévision SRD, le nombre d'abonnés atteignaient un creux de 17,7 % en Colombie-Britannique et une valeur maximale de 41,0 % au Nouveau-Brunswick. La Saskatchewan, province dont la population géographiquement dispersée est difficilement desservie par les entreprises de câblodistribution, se classait non loin derrière avec un taux de pénétration de 39,9 %. Toujours au printemps 2006, à l'échelle nationale, environ 64,3 % des Canadiens avaient la télévision par câble, les valeurs oscillant entre un minimum de 49,5 % pour la Saskatchewan et un maximum de 76,8 % pour la Colombie-Britannique.



- Sondages BBM : tendances liées à la réception en direct par province

Les personnes qui sont abonnées à la télévision par câble ou, à la télévision SDR en particulier, n'ont pas tous les téléviseurs de leur foyer raccordés au câble ou à un satellite. Tel que mentionné précédemment, la méthode du cahier d'écoute de Sondages BBM indique qu'environ 9,7 % des Canadiens dépendent exclusivement de la réception en direct. De plus, certains foyers abonnés au câble ou à la télé SRD comptent au moins un téléviseur captant des signaux au moyen d'une antenne. Nielsen et CMRI confirment que parmi les quelque 2 400 foyers abonnés au câble ou à la télé SRD répertoriés à l'échelle nationale par mesure électronique des auditoires, 84 ménages, c'est-à-dire environ 4 %, possèdent actuellement au moins un téléviseur captant des signaux de télévision en direct. En faisant le total des personnes qui dépendent exclusivement de la réception en direct et des abonnés au câble ou à la télé SRD possédant au moins un téléviseur recevant des signaux en direct, Sondages BBM évalue à 12,4 le pourcentage de l'ensemble des Canadiens recevant des signaux de télévision en direct (printemps 2006), les valeurs oscillant entre un minimum de 3,8 % pour Terre-Neuve et un maximum de 18,1 % pour la Saskatchewan.

Pourcentage de Canadiens possédant au moins un téléviseur branché à une antenne, Canada et provinces, personnes de 2 ans et +, printemps 2006
%



2. Tendances liées à l'auditoire dépendant de la réception en direct des radiodiffuseurs

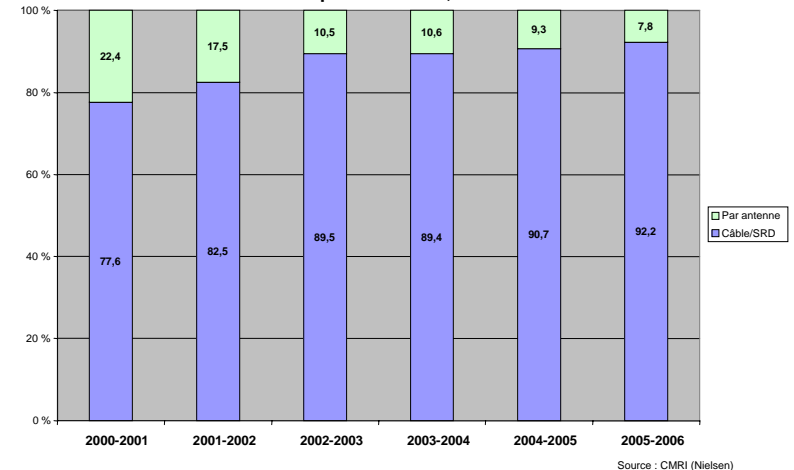
- Auditoire des radiodiffuseurs conventionnels qui dépend de la réception en direct (langue anglaise)

Le fait que moins de foyers dépendent d'une antenne en V ou autre depuis quelques années a eu pour conséquence d'énormes changements dans la composition de l'auditoire des radiodiffuseurs en direct. Prenons comme exemple Global TV : au cours de la présente décennie, le pourcentage de son auditoire utilisant la réception en direct est passé de 22,4 % en 2000-2001 à seulement 7,8 % en 2005-2006 (donnée de Nielsen). Global est un cas extrême, en partie parce que la société a davantage utilisé les émetteurs UHF, pour lesquels la réception en direct a toujours été plus difficile.

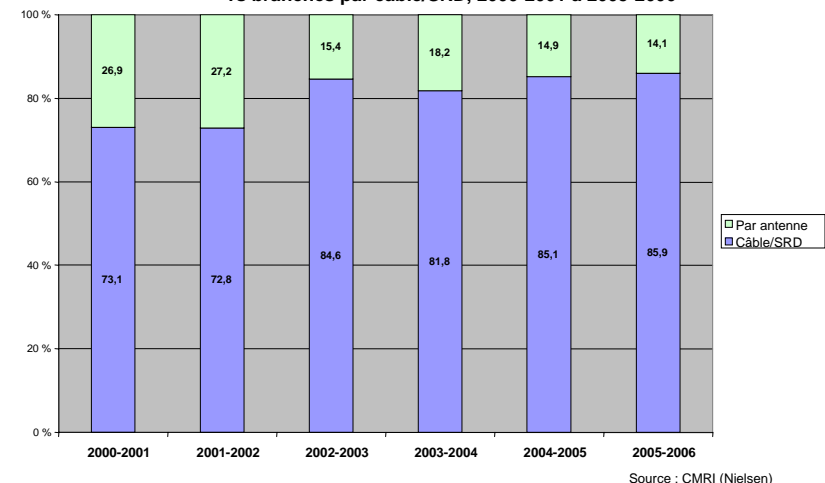
CTV a vu décliner la proportion de son auditoire en direct, qui est passée de 26,9 % en 2000-2001 à 14,1 % en 2005-2006.

Il est à noter que les données de 2005-2006 de la présente section correspondent à la période comprise entre septembre 2005 et mai 2006, alors que celles des autres années correspondent à la période de septembre à août; toutes les données de la présente section concernent les personnes âgées de deux ans et plus. Il faut aussi noter que les stations qui composent chacun des groupes peuvent avoir changé au cours de la période considérée.

Pourcentage de l'auditoire de Global composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



Pourcentage de l'auditoire de CTV composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006

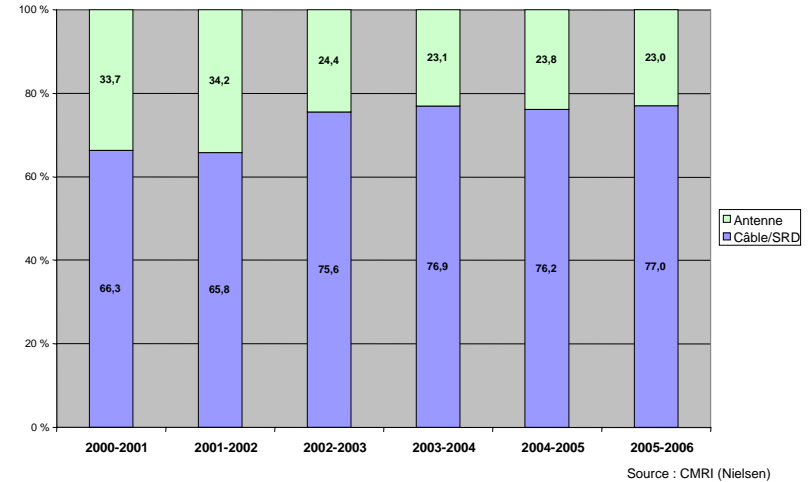


- Auditoire des radiodiffuseurs conventionnels qui dépend de la réception en direct (langue française)

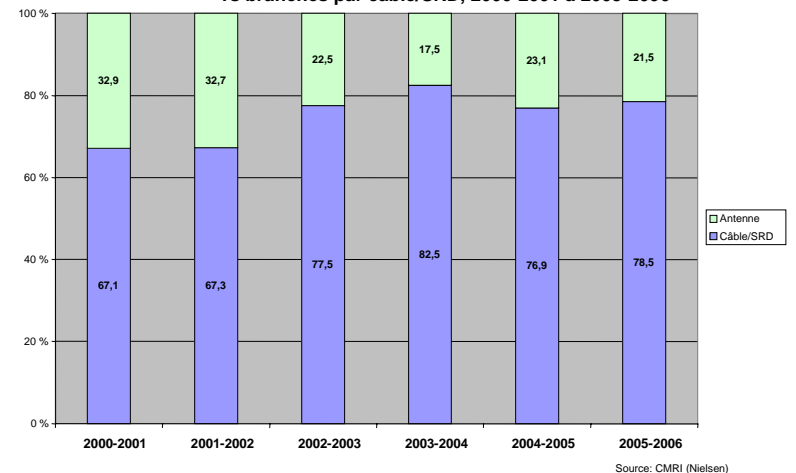
Au cours de la présente décennie, le pourcentage de l'auditoire de TVA utilisant la réception en direct est passé de 33,7 % à 23,0 %. Ainsi, presque le quart de son auditoire utilise la réception en direct, ce qui correspond à notre observation antérieure concernant le pourcentage élevé de Québécois dépendant de ce type de réception. Il est à noter que les personnes qui écoutent la télévision par la voie des ondes consacrent tout leur temps d'écoute aux radiodiffuseurs conventionnels, de sorte que si quelque 15 % des Québécois dépendent de la réception en direct, un pourcentage supérieur de l'auditoire des radiodiffuseurs conventionnels peut provenir de ces téléspectateurs utilisant la réception en direct.

TQS a connu une expérience similaire. La proportion de son auditoire dépendant de la réception en direct a chuté, passant de 32,9 % il y a six ans à 21,5 % en 2005-2006. En d'autres mots, plus du cinquième de l'auditoire des deux radiodiffuseurs privés de langue française correspond au segment utilisant la réception en direct.

Pourcentage de l'auditoire de TVA composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



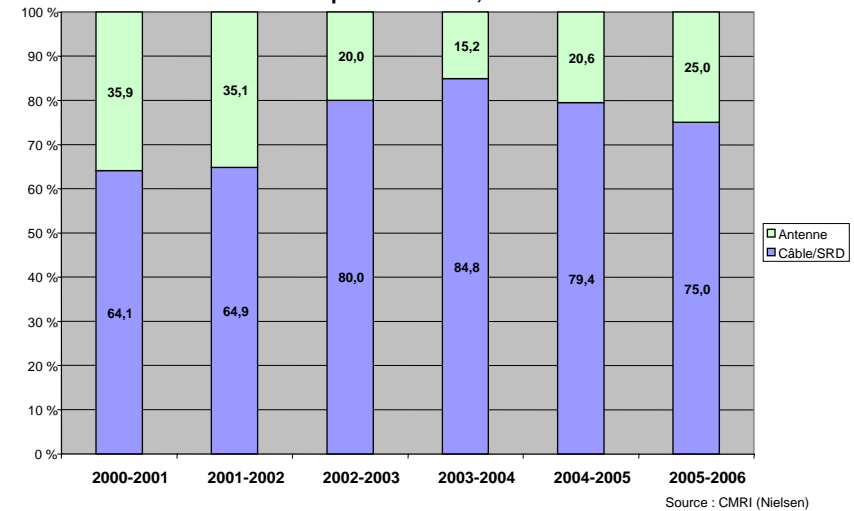
Pourcentage de l'auditoire de TQS composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



- Auditoire des radiodiffuseurs conventionnels qui dépend de la réception en direct (échelon provincial)

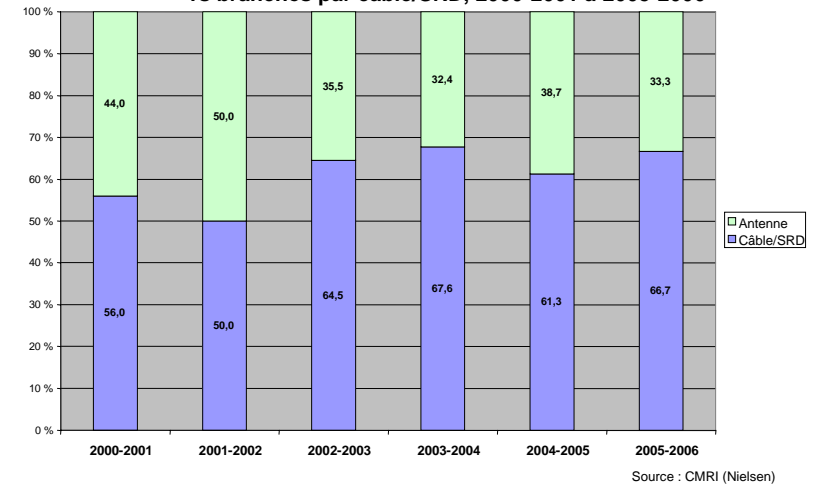
Le pourcentage de l'auditoire de TVO utilisant la réception en direct a toujours été supérieur à la moyenne. En 2000-2001, il était de 35,9 % et, bien qu'à la baisse, il était encore d'environ 25 % en 2005-2006. Nombre de téléspectateurs n'auraient manifestement pas accès à TVO si la société n'avait pas d'émetteurs en direct.

Pourcentage de l'auditoire de TVO composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



Télé-Québec fait face à une situation similaire. Depuis la saison télévisuelle de 2000-2001, le pourcentage de son auditoire utilisant la réception en direct a diminué, passant de 44,0 % à 33,3 %, ce qui signifie que un téléspectateur sur trois regarde la télévision par la voie des ondes.

Pourcentage de l'auditoire de Télé-Québec composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006

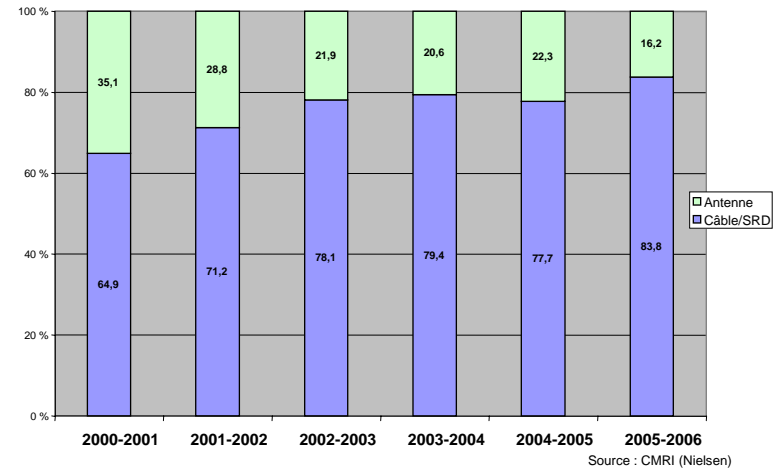


- Auditoire des radiodiffuseurs conventionnels (CBC/SRC) qui dépend de la réception en direct

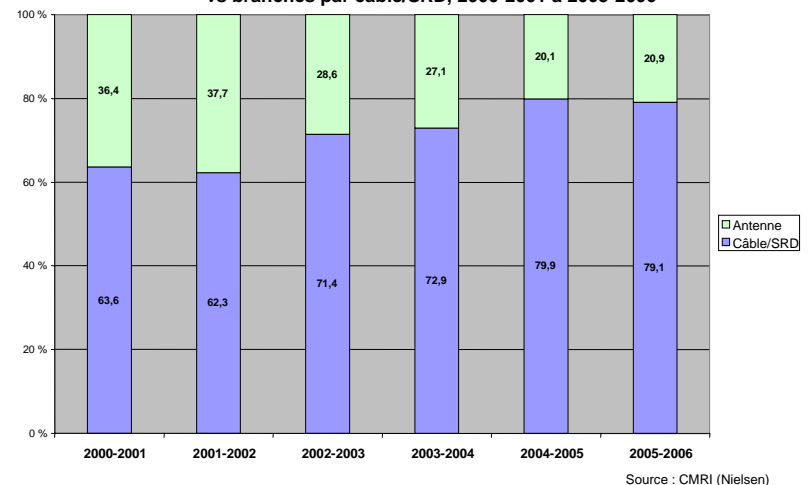
Du fait que moins de ménages dépendent d'une antenne en V ou autre, tous les radiodiffuseurs en direct ont constaté une diminution de leur auditoire par réception en direct. La CBC ne fait pas exception à la règle: au cours de la présente décennie, le pourcentage de l'auditoire de la télévision anglaise de CBC utilisant la réception en direct a diminué, passant de 35,1 à 16,2 % (données de mesure électronique des auditoires, Nielsen). C'est la principale raison expliquant les pertes de part d'auditoire enregistrées par la CBC au cours des dernières années. Plutôt que une personne sur cinq n'ayant accès qu'à trois ou quatre chaînes, comme c'était le cas il y a une décennie, une personne sur dix seulement a aujourd'hui accès à un choix limité.

Le même phénomène s'est produit à la télévision française de la SRC, mais de façon moins manifeste. Depuis la saison télévisuelle de 2000-2001, le pourcentage de l'auditoire de la SRC dépendant de la réception en direct est passé de 36,4 à 20,9 %. Toutefois, malgré les tendances récentes, une proportion importante de l'auditoire de la CBC et de la SRC dépend encore de la réception en direct.

Pourcentage de l'auditoire de CBC TV composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



Pourcentage de l'auditoire de Radio-Canada composé de ménages reliés par antenne vs branchés par câble/SRD, 2000-2001 à 2005-2006



3. Profil de l'auditoire dépendant de la réception en direct

Profil démographique et mode de vie des non-abonnés à la télévision par câble/SRD
Printemps 2006

• Profil démographique et mode de vie des non-abonnés

Tel que mentionné précédemment, les enquêtes d'automne de Sondages BBM portent sur un échantillon d'au moins 75 000 répondants, et celles du printemps, sur un échantillon d'au moins 50 000 répondants. La grande taille de l'échantillon permet de dresser le profil très détaillé de petits segments de la population canadienne, comme celui (1 personne sur 10) qui dépend de la réception en direct, tout en disposant encore de données significatives du point de vue statistique. Dans ses enquêtes, Sondages BBM pose aux répondants un éventail étonnant de questions sur leurs habitudes de vie. Le tableau de droite établit une comparaison entre l'ensemble des Canadiens âgés de deux ans et plus et ceux qui dépendent exclusivement de la réception en direct.

Le pourcentage correspondant à chaque groupe est indiqué dans les deux premières colonnes, et l'indice Réception en direct vs Ensemble des Canadiens, dans la troisième. L'indice correspondant à la première variable du tableau, Agriculteur/Ouvrier agricole, a pour valeur 260, ce qui signifie que ces personnes sont 2,60 fois plus susceptibles que les autres de dépendre de la réception en direct. Les personnes du groupe Arts et littérature sont 2,57 fois plus susceptibles que celles des autres groupes de dépendre de la réception en direct. Celles qui écoutent la radio sur les ondes de la CBC (indice : 195), qui écoutent peu la télévision (indice : 184), qui n'ont qu'un téléviseur (indice : 168), qui ont un revenu familial inférieur à 20 000 \$ (indice : 163), qui sont locataires plutôt que propriétaires (indice : 150) et qui ont de très jeunes enfants à la maison (indice : 146) sont toutes susceptibles de dépendre de la réception en direct. Les personnes qui ont visité une galerie d'art ou un musée dans la dernière année (indice : 141), les francophones (indice : 138) et celles qui ont assisté à une pièce de théâtre, à un ballet ou à un opéra (indice : 117) sont aussi plus susceptibles d'utiliser une antenne en V. Fait intéressant, elles tendent aussi à utiliser peu l'Internet (indice : 117). Pour terminer, le segment de la population dépendant de la réception en direct tend à être composé de ménages très nombreux (indice : 200) ou de célibataires (indice : 144).

		Ensemble des Canadiens %	Réception en direct %	Indice
Profession	Agriculteur/Ouvrier agr.	1,0	2,6	260
Profession	Arts/Litt./Loisirs	0,7	1,8	257
Taille du foyer	6 personnes	2,7	5,4	200
Radio de Radio-Canada	Oui	14,3	27,9	195
Quintile télévision	Q1-Occasionnel	20,0	36,7	184
Enfants de 2 à 11 ans à la maison	4 enfants	0,6	1,1	183
Ados de 12 à 17 ans à la maison	2 adolescents	7,5	12,9	172
Nbre de téléviseurs à la maison	1 téléviseur	34,0	57,1	168
Revenu familial	Moins de 20 000 \$	7,0	11,4	163
Radio classique/FA	Oui	4,8	7,7	160
Adultes de 18 ans et + à la maison	1 adulte	12,3	18,8	153
Propriétaire ou locataire	Locataire	17,3	26,0	150
Enfants < 2 ans à la maison	Oui	8,1	11,8	146
Lecteur DVD	Non	8,5	12,3	145
Location de films (dernier mois)	Au moins 6 fois	5,2	7,5	144
Taille du foyer	1 personne	8,9	12,8	144
Langue maternelle	Autre	6,0	8,5	142
Galerie/musée (dernière année)	Oui	18,0	25,4	141
Nbre d'heures de travail	20 - 29	4,4	6,2	141
Radio-Jazz	Oui	3,0	4,2	140
Langue parlée à la maison	Français	21,1	29,1	138
Langue officielle	Français	11,6	15,9	137
Niveau d'études	Diplôme	10,8	14,8	137
Dépenses, loterie (dernier mois)	Nil	30,8	42,0	136
Revenu familial	20 000 \$ - 29 999 \$	7,0	9,5	136
Langue officielle	Anglais et français	16,1	21,7	135
Dépenses, mobilier (dernière année)	Nil	35,7	47,6	133
Enregistreur pers. de vidéo (PVR)	Non	43,3	57,4	133
Profession	Professionnel	9,3	12,3	132
Console de jeux vidéo	Non	36,6	48,4	132
Revenu familial	30 000 \$ - 39 999 \$	9,4	12,4	132
Langue maternelle	Français	20,5	26,8	131
Niveau d'études	Études spécialisées	6,8	8,8	129
Âge	25 - 34	14,0	17,7	126
Âge	12 - 17	8,0	10,1	126
Si à temps partiel	Aide familial	6,9	8,5	123
Revenu familial	40 000 \$ - 49 999 \$	8,6	10,4	121
Niveau d'études	Diplôme universitaire	11,6	13,8	119
Théâtre/Ballet/Opéra/Concert (dernière année)	Oui	25,9	30,3	117
Navigation Internet personnelle	Non	19,7	23,0	117
Dépenses, réparations à domicile (dernière année)	Nil	29,9	34,9	117
Navigation Internet personnelle	1 - 5 heures	27,8	32,3	116
Si à temps partiel	Étudiant	19,5	22,6	116
Âge	7 - 11 ans	5,7	6,5	114
Consommation moy. de bière/sem.	Nil	43,6	49,1	113
Location de films (dernier mois)	1 ou 2 fois	20,3	22,6	111
Dépenses, électroménagers (dernière année)	Nil	50,5	56,1	111
Niveau d'études	Nil	3,7	4,1	111
Jardinage (dernière année)	Oui	30,3	33,5	111
Quintile télévision	Q2-Occasionnel/Habitue	20,0	22,1	111
Consommateur principal	Oui	25,6	28,1	110

Source : CMRI (cahier d'écoute de Sondages BBM)

Profil démographique et mode de vie des non-abonnés à la télévision par câble/SRD
Printemps 2006

- Profil démographique et mode de vie des non-abonnés

Le tableau ci-contre présente un autre ensemble de variables établissant une comparaison entre l'ensemble des Canadiens et le segment de la population utilisant la réception en direct. Ici, l'indice montre les caractéristiques des personnes les moins susceptibles d'utiliser ce type de réception, donc les plus susceptibles d'être abonnés au câble ou à la télé SRD. On y retrouve les personnes de foyers comptant plus de cinq adultes (indice : 20), celles qui possèdent un PVR (indice : 34) et celles qui ont un revenu familial supérieur à 125 000 \$ (indice : 44). Parmi les autres variables associées au fait de ne pas dépendre de la réception en direct, citons le fait de dépenser beaucoup sur le mobilier et les électroménagers, de jouer à la loterie, de jouer au golf, de fréquenter le casino, de passer beaucoup de temps à naviguer sur Internet et de boire beaucoup de bière.

		Ensemble des Canadiens %	Réception en direct %	Indice
Adultes de 18 ans et + à la maison	5 adultes	1,5	0,3	20
Enregistreur pers. de vidéo (PVR)	Oui	5,0	1,7	34
Profession	Haute direction	1,6	0,6	38
Dépenses, loterie (dernier mois)	20 \$ ou plus	9,2	3,8	41
Revenu familial	125 000 \$	8,5	3,7	44
Dépenses, mobilier (dernière année)	2 000 \$ et +	13,7	6,1	45
Dépenses, mobilier (dernière année)	1 000 \$ - 1 999 \$	11,1	5,2	47
Golf (dernière année)	Oui	12,4	6,3	51
Nbre de téléviseurs à la maison	3 ou plus	26,2	13,4	51
Casino (dernière année)	Oui	15,2	7,9	52
Consommation moy. de bière/sem.	13 ou plus	2,3	1,3	57
Quintile télévision	Q5-Assidu	20,0	12,1	61
Dépenses, réparations à domicile (dernière année)	7 500 \$	7,4	4,5	61
Dépenses, électroménagers (dernière année)	1 500 \$	6,2	3,8	61
Quintile télévision	Q4-Moyen/Assidu	20,0	12,4	62
Consommation moy. de bière/sem.	7 - 12	3,2	2,0	63
Profession	Cadre moyen	3,9	2,5	64
Niveau d'études	Diplôme études secondaires	17,3	11,1	64
Revenu familial	100 000 \$ - 124 999 \$	9,0	5,8	64
Profession	Pêcheur/Journalier	0,3	0,2	67
Navig. Internet personnelle	Plus de 15 heures	6,7	4,7	70
Adultes de 18 ans et + à la maison	4 adultes	6,9	4,9	71
Act. sportives prof. (dernière année)	Oui	20,5	14,7	72
Dépenses, loterie (dernier mois)	5 \$ - 19 \$	14,4	10,5	73
Si à temps partiel	Retraité	14,5	10,6	73
Nbre de téléviseurs à la maison	2 téléviseurs	39,8	29,5	74
Profession	Industrie des services	4,3	3,2	74
Profession	Commis/RP	5,1	3,8	75
Bar/Pub (dernier mois)	Oui	20,5	15,3	75
Ados de 12 à 17 ans à la maison	1 adolescent	15,5	11,6	75
Revenu familial	75 000 \$ - 99 999 \$	14,9	11,4	77
Âge	60 ans et +	18,7	14,4	77
Profession	Propriétaire de magasin	3,5	2,7	77
Navig. Internet personnelle	6 - 10 heures	11,1	8,6	77
Adultes de 18 ans et + à la maison	3 adultes	15,7	12,6	80
Téléphone cellulaire personnel	Oui	31,8	26,3	83
Consommation moy. de bière/sem.	4 - 6	5,3	4,4	83
Quintile télévision	Q3-Moyen	20,0	16,7	84
Restaurant chic (dernier mois)	Oui	18,3	15,4	84
Navig. Internet personnelle	11 - 15 heures	4,2	3,6	86
Taille du foyer	5 personnes	10,7	9,2	86
Dépenses, réparations à domicile (dernière année)	500 - 1 499 \$	11,5	9,9	86
Dépenses, réparations à domicile (dernière année)	2 500 - 7 499 \$	10,8	9,3	86
Transactions bancaires par téléphone/en ligne	Oui	29,5	25,5	86
Âge	18 - 24 ans	7,7	6,7	87
Langue maternelle	Anglais	61,4	53,6	87
Console de jeux vidéo	Oui	20,7	18,2	88
Taille du foyer	2 personnes	31,5	27,9	89
Langue officielle	Anglais	64,4	57,3	89

Source : CMRI (cahier d'écoute de Sondages BBM)

- La TV Quality Survey : les attitudes à l'égard de la télévision

La TV Quality Survey (ou TVQ) est une enquête annuelle menée auprès d'au moins 1 500 Anglophones âgés de 18 ans et plus. La méthode d'enquête est décrite en annexe. Compte tenu de l'échantillon d'au moins 1 500 répondants, la marge d'erreur statistique est de +/- 2,5 %, 19 fois sur 20.

L'enquête mesure la satisfaction des répondants et certaines de leurs attitudes à l'égard de la télévision. Le tableau de droite compare l'ensemble des Canadiens au segment dépendant de la réception en direct. Les résultats de l'enquête indiquent qu'à l'automne 2005, les personnes qui regardaient la télévision par la voie des ondes étaient nettement moins satisfaites que les autres téléspectateurs; le pourcentage de personnes de ce segment affirmant être insatisfaites, voire très insatisfaites de la télévision était presque le double de celui de l'autre groupe. Le pourcentage de ces personnes qui étaient fortement d'avis que la télévision joue un rôle important dans la société canadienne était d'environ la moitié seulement de celui de l'autre groupe (8,8 % vs 16,1 %). Fait intéressant, un pourcentage moindre de ce segment était fortement d'avis que les émissions d'information canadiennes sont importantes, et un pourcentage moindre encore par comparaison à l'autre groupe était fortement d'avis que les stations américaines présentent des émissions dramatiques et des émissions de comédie de meilleure qualité.

Attitudes à l'égard de la télévision, Ensemble des Canadiens vs Non-abonnés à la télé par câble Anglophones de 18 ans et +, automne 2005

		Ensemble des Canadiens	Réception en direct
Satisfaction générale à l'égard de la télévision	Très satisfait	13,4%	9,0%
	Satisfait	65,2%	54,1%
	Insatisfait	18,8%	32,1%
	Très insatisfait	2,6%	4,8%
Il est important de présenter des émissions d'information canadiennes à la télévision	Entièrement d'accord	62,6%	56,2%
	D'accord	35,8%	43,3%
	En désaccord	1,0%	0,5%
	Désaccord total	0,7%	0,0%
Il est important de présenter des émissions dramatiques canadiennes à la télévision	Entièrement d'accord	12,7%	13,4%
	D'accord	52,3%	51,8%
	En désaccord	25,8%	29,8%
	Désaccord total	9,2%	5,0%
La télévision joue un rôle important dans la société canadienne	Entièrement d'accord	16,1%	8,8%
	D'accord	63,9%	71,2%
	En désaccord	17,4%	18,6%
	Désaccord total	2,7%	1,4%
Les stations américaines présentent de meilleures émissions dramatiques et de comédie	Entièrement d'accord	24,6%	11,3%
	D'accord	51,4%	59,6%
	En désaccord	21,2%	28,3%
	Désaccord total	2,9%	0,9%

Source : CMRI (TV Quality Survey)

Résumé

- Dans cette étude, nous avons combiné différentes sources de données pour établir que parmi les 12,6 millions de ménages canadiens qui, selon les estimés, possèdent au moins un téléviseur, environ 11 millions (87 %) ont accès à domicile à la télévision par câble ou SRD, par des moyens légaux ou autres. Les données de Statistique Canada, de Nielsen et de Sondages BBM permettent toutes de corroborer le fait que presque neuf ménages sur dix possèdent maintenant la télévision par câble ou SRD et qu'environ un ménage sur dix seulement utilise une antenne en V ou autre pour capter la télévision.
- Les enquêtes de Sondages BBM indiquent que le pourcentage de Canadiens, et non le pourcentage de foyers canadiens, ayant la télévision par câble ou SRD était légèrement supérieur à 90 % au printemps 2006 et qu'à peine moins de 10 % d'entre eux dépendent de la réception en direct. Comme les foyers qui ont la télévision par câble ou par satellite sont généralement de jeunes familles avec enfants, le pourcentage de personnes ayant la télévision par câble ou SRD est supérieur au nombre de foyers.
- Les taux d'abonnement à la télévision par câble ou SRD combinés ont augmenté au cours de la dernière décennie. Au printemps 2006, Sondages BBM estimait que 26 % des Canadiens avaient la télévision SRD et qu'environ 64 % d'entre eux avaient la télévision par câble. Les taux d'abonnement à la télévision par câble ont décliné au cours de la dernière décennie, mais les taux d'abonnement à la télévision SRD ont connu une hausse marquée, hausse qui a compensé les pertes d'abonnés au câble et qui a accru le total cumulatif des abonnés aux services vidéo multicanaux. Il y a dix ans, un Canadien sur cinq dépendait de la réception en direct, proportion qui est maintenant de un sur dix seulement.
- Toutefois, le pourcentage de Canadiens qui, en 2006, dépendent de la réception en direct varie selon les provinces. Les Québécois sont les moins nombreux à s'abonner à la télévision par câble ou par satellite; environ 14 % d'entre eux regardent la télévision par la voie des ondes, alors que dans plusieurs provinces de l'Atlantique et en Colombie-Britannique, ce pourcentage est de 6 % ou moins.
- La conséquence nette d'une telle transformation est que les radiodiffuseurs en direct conventionnels ont constaté une très forte diminution du pourcentage de leur auditoire qui regarde la télévision par la voie des ondes. En 2005-2006, moins de 8 % de l'auditoire de Global dépend de la réception en direct, c'est-à-dire environ le tiers de ce qu'il était en 2000-2001, et l'auditoire de CTV qui regarde la télévision par la voie des ondes ne compte plus maintenant que pour 14 %, c'est-à-dire une diminution de moitié environ par rapport à ce qu'il était il y a six ans. Les radiodiffuseurs privés de langue française ont aussi observé une diminution de leur auditoire dépendant de la réception en direct, auditoire qui n'en continue pas moins de compter pour plus de 20 % de leur auditoire total. Les radiodiffuseurs publics n'ont pas non plus été épargnés, mais la proportion de leur auditoire qui écoute la télévision par la voie des ondes est supérieure à celle des radiodiffuseurs privés de langue anglaise.
- Une analyse spéciale des données de l'enquête du printemps 2006 de Sondages BBM montre que les personnes qui dépendent de la réception en direct sont généralement des agriculteurs ou des ouvriers agricoles, des personnes du milieu des arts, des personnes qui écoutent la radio sur les ondes de la SRC, qui écoutent peu la télévision, qui n'ont qu'un téléviseur, dont le revenu familial est inférieur à 20 000 \$ et qui sont plutôt locataires que propriétaires. Il est probable qu'elles aient visité une galerie d'art ou un musée ou qu'elles aient assisté à une pièce de théâtre, à un ballet ou à un opéra. Pour terminer, elles tendent à utiliser peu l'Internet. En d'autres mots, le segment de la population qui dépend de la réception en direct est constitué d'un groupe élitique de Canadiens peu intéressés par la télévision et d'un autre groupe qui, en raison d'un revenu disponible moindre, ne peut se permettre d'acheter des articles de consommation.
- Selon les résultats de la TV Quality Survey, à l'automne 2005, les personnes qui regardent la télévision par la voie des ondes étaient nettement moins satisfaites que les autres téléspectateurs; le pourcentage de personnes de ce segment affirmant être insatisfaites, voire très insatisfaites de la télévision était presque le double de celui de l'autre groupe. Le pourcentage des personnes fortement d'avis que la télévision joue un rôle important dans la société canadienne était d'environ la moitié seulement de celui de l'autre groupe.

ANNEXE

La TVQ Survey de 2005

Une enquête sur les attitudes des Canadiens à l'égard des chaînes de télévision et de la programmation télévisuelle

La TV Quality (TVQ) Survey est une enquête d'envergure nationale sur les attitudes des Canadiens à l'égard de la télévision menée chaque année par CMRI et à laquelle participent un grand nombre de chaînes spécialisées et de radiodiffuseurs classiques canadiens. Elle vise essentiellement à vérifier dans quelle mesure les consommateurs sont conscients du nombre de chaînes aujourd'hui offertes par la télévision par câble, par la télévision RSD ou par la voie des ondes. L'enquête mesure aussi le degré de satisfaction des téléspectateurs à l'égard des dizaines de services de télévision maintenant offerts, y compris les nouveaux réseaux numériques, dont bon nombre ont dû initialement lutter pour trouver un auditoire. La TVQ Survey sera particulièrement utile aux propriétaires de réseaux qui désirent comprendre les répercussions de leurs initiatives de commercialisation. Plus de 100 réseaux canadiens et américains ont été étudiés dans le cadre de l'enquête de 2005.

De plus, la TVQ Survey mesure le degré de connaissance qu'ont les téléspectateurs d'un grand nombre de séries télévisées canadiennes et américaines et leur taux de satisfaction à leur égard, quantifie la force de la marque des chaînes classiques et des chaînes payantes ou spécialisées et analyse les opinions relatives à un large éventail de questions touchant à la télévision.

Méthodologie

Au cours des quatre dernières années, la TVQ Survey a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif d'au moins 1 500 adultes anglophones. En ce qui concerne l'enquête de 2005, le travail sur le terrain a été mené en octobre et novembre 2005 par Comquest, filiale de Sondages BBM, au moyen d'un questionnaire de 19 pages expédié par la poste aux répondants d'enquêtes télévisuelles antérieures de Sondages BBM. Ce type d'enquête, souvent appelée enquête à échantillon récurrent, s'avère efficace pour recueillir des données sur les réactions qualitatives des téléspectateurs. Comquest/Sondages BBM procèdent à ce type d'enquête depuis de nombreuses années.

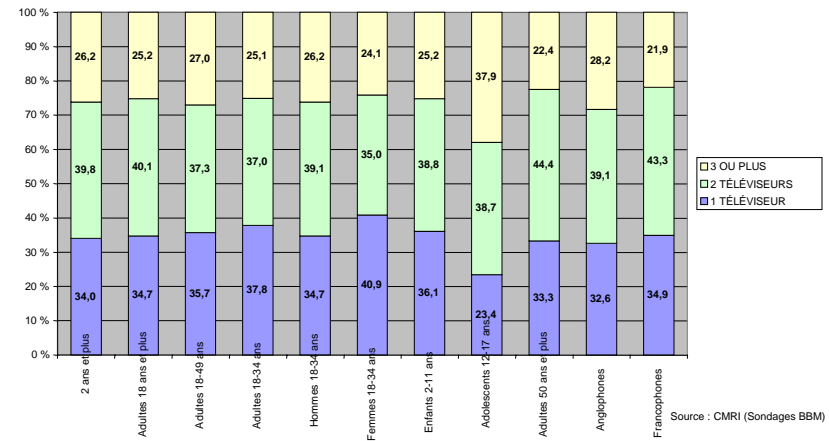
L'enquête de 2005 portait sur un échantillon de 1 614 répondants anglophones âgés d'au moins 18 ans. Une personne par ménage désignée de manière aléatoire devait remplir le questionnaire d'enquête. La marge d'erreur statistique correspondant à un échantillon de cette taille est de +/- 2,5 %.

Le taux de réponse à l'envoi postal initial a été d'environ 40 %, soit un taux relativement élevé pour une enquête postale. Pour inciter les destinataires à répondre, le questionnaire a été rédigé de la manière la plus simple possible et s'accompagnait d'un stimulant pécuniaire.

Pour participer à la TVQ Survey, veuillez communiquer avec M. Barry Kiefl, président, Canadian Media Research Inc., Ottawa (bkiefl@sympatico.ca)

ANNEXE

**Pourcentage de Canadiens possédant au moins un téléviseur
Printemps 2006**



- Taux de possession d'un téléviseur en 2006

Selon les résultats de l'enquête menée au printemps 2006 par Sondage BBM, presque chaque Canadien possède au moins un téléviseur, et la majorité d'entre eux en possède au moins deux.

Selon les résultats de la TV Quality Survey menée à l'automne 2005, le téléspectateur moyen capte environ 160 chaînes sur son téléviseur principal, dont l'achat remonte à un peu moins de sept ans. Le second téléviseur, d'environ un an plus ancien, permet de capter en moyenne 113 chaînes. Les personnes qui regardent la télévision par la voie des ondes affirment capter un moins grand nombre de chaînes, mais leurs téléviseurs datent environ de la même époque que ceux des personnes abonnées à la télévision par câble ou SRD.

**Nombre de chaînes captées, âge du téléviseur,
Anglophones de 18 ans et +, automne 2005**

	Total	Câble	Câble	SRD	En
	Moyenne	Moyenne	numérique Moyenne	Moyenne	direct Moyenne
Nombre maximal de chaînes captées sur le téléviseur PRINCIPAL	160	115	193	337	16
Nombre maximal de chaînes captées sur le 2e téléviseur	113	76	95	225	14
Âge du téléviseur PRINCIPAL en années	7,0	7,1	6,5	6,5	7,7
Âge du 2e téléviseur en années	7,9	8,6	8,9	6,8	7,0

Source : CMRI (TV Quality Survey)