



# Bulletin de service

## Radiodiffusion et télécommunications

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

Vol. 35, n° 4

Octobre 2005

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Prix : 11 \$CAN l'exemplaire, 35 \$CAN pour un abonnement.

Périodicité : irrégulier / ISSN 1499-1462

Pour commander les publications de Statistique Canada, veuillez composer le numéro national sans frais 1-800-267-6677 ou par Internet : [infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)

### Câble, satellite et systèmes de distribution multipoint, 2004

Les statistiques présentées dans le présent bulletin portent sur l'année prenant fin le 31 août.

#### Le marché des services vidéo multi-canaux augmente lentement

Le nombre d'abonnés aux services vidéo multi-canaux, tant pour les câblodistributeurs que pour les fournisseurs de services sans fil, a augmenté de 1,5 %, pour atteindre 9,9 millions entre août 2003 et août 2004, soit une hausse à peu près similaire à celle des 12 mois précédents (+1,4 %). Au cours de la période de deux ans, la croissance de ce marché a à peine suivi l'augmentation du nombre de ménages.

Cela semble signaler la fin d'une période de croissance robuste de la demande, qui avait suivi l'avènement de la concurrence à la fin de 1997. La première indication d'une perte de vitesse s'est manifestée en 2002, lorsque le nombre d'abonnés a connu une hausse relativement modeste de 2,0 %. Entre 1998 et 2001, l'augmen-

tation annuelle du nombre d'abonnés est passée d'un creux de 3,5 % en 1998 à un sommet de 5,7 % en 2001.

Les possibilités de croissance de ce marché sont limitées par le taux relativement élevé de pénétration des services vidéo multi-canaux. Cela accentue encore davantage le problème de vol des signaux pour l'industrie. Selon certaines estimations, il y aurait jusqu'à 1 million d'antennes paraboliques illégales au Canada, ce qui pourrait représenter une perte importante pour l'industrie<sup>1</sup>.

Si ces estimations se rapprochent de la réalité, environ 89 % du marché potentiel est déjà exploité par des méthodes légales ou illégales. Cela correspond aux résultats d'une autre étude, selon laquelle 89 % des canadiens vivent dans des ménages qui reçoivent leurs émissions de télévision par câble ou par satellite, les 11 % qui restent ayant recours aux bonnes vieilles antennes en oreilles de lapin<sup>2</sup>.

1. Voir le site Internet de l'Association canadienne des télécommunications par câble, <http://www.ccta.com/francais/View.asp?t=&x=45>

2. Statistique Canada, Banque de données sur l'écoute de la télévision. Pour plus de renseignements sur le programme statistique, voir [http://www.statcan.ca/francais/sdds/00108t\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/sdds/00108t_f.htm)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada.

© Ministre de l'Industrie, 2005 Tous droits réservés. L'utilisation de ce produit est limitée au détenteur de licence et à ses employés. Le produit ne peut être reproduit et transmis à des personnes ou organisations à l'extérieur de l'organisme du détenteur de licence.

Des droits raisonnables d'utilisation du contenu de ce produit sont accordés seulement à des fins de recherche personnelle, organisationnelle ou de politique gouvernementale ou à des fins éducatives. Cette permission comprend l'utilisation du contenu dans des analyses et dans la communication de résultats et conclusions de ces analyses, y compris la citation de quantités limitées de renseignements complémentaires extraits du produit de données dans ces documents. Cette documentation doit servir à des fins non commerciales seulement. Si c'est le cas, la source des données doit être citée comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, les utilisateurs doivent d'abord demander la permission écrite aux Services d'octroi de licences, Division du Marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

### **Les câblodistributeurs ont-ils stoppé l'érosion?**

L'entrée de fournisseurs de services par satellite et sans fil sur le marché de la vidéo multi-canaux, à la fin de 1997, a élargi les options qui s'offraient au consommateur. Un certain nombre d'abonnés étaient destinés à changer de fournisseur, et certains l'ont fait.

Le nombre d'abonnés à la télévision par câble a atteint un sommet en 1999, à un peu plus de 8,0 millions, puis a diminué au cours des quatre années qui ont suivi. Au cours de cette période, l'industrie a perdu au total 441 691 abonnés aux services vidéo multi-canaux, et sa part de marché est passée de 93,5 % à 77,5 %.

Le premier signe de la fin de l'érosion de la base traditionnelle de clients de l'industrie s'est manifesté en 2004. Cette année-là, l'industrie a recruté 30 623 abonnés de plus, une hausse modeste de 0,4 %. Les câblodistributeurs des provinces de l'Ouest (+25 200), du Québec (+21 400) et des territoires (+136) ont recruté de nouveaux clients, tandis que ceux de l'Ontario (14 900) et de l'Atlantique (1 200) en ont perdu.

En dépit de ce revirement apparent, la part de marché des câblodistributeurs a continué de diminuer. Elle se situait à 76,6 % à la fin d'août 2004, comparativement à 77,5 % un an plus tôt.

Les câblodistributeurs des collectivités de petite et de moyenne tailles, qui ont été les plus durement touchés par la concurrence des fournisseurs de services par satellite, ont continué de perdre des clients en 2004, mais à un rythme beaucoup moins rapide qu'auparavant. La baisse de 0,7 % enregistrée en 2004 est inférieure de moitié à celle de l'année précédente, et elle est beaucoup moindre que celles de 4,6 % et 5,5 % enregistrées en 2002 et 2001 respectivement.

Dans un marché très concurrentiel, l'industrie de la câblodistribution dépend beaucoup plus de la diversification pour assurer sa croissance, une stratégie visant à accroître la loyauté des clients et à augmenter les revenus par abonné. L'accès aux services Internet à haute vitesse a été et demeure au centre de cette stratégie.

### **Accès aux services Internet à haute vitesse par câble – Un pas de plus vers l'accès universel**

L'accès universel aux services Internet à haute vitesse a été l'un des éléments clés du programme de connectivité du gouvernement du Canada. Les initiatives du secteur privé ont joué un rôle essentiel à l'égard de la mise en œuvre de cette politique, et l'industrie de la câblodistribution, grâce à son réseau à large bande très étendu, a eu un rôle significatif à jouer.

L'accès aux services Internet à haute vitesse représentait la première tentative du secteur de la câblodistribution pour pénétrer sur le marché de masse des services de télécommunications. Au 31 août 2004, soit moins de 8 ans après le lancement de ces services dans quelques marchés, ils sont offerts à 93,5 % des 11,9 millions de foyers reliés au câble.

Au cours des premières années, l'industrie a mis l'accent sur l'amélioration de son réseau dans les grands centres urbains. Cinq ans après le début de processus de mise à niveau du réseau, l'accès aux services Internet à haute vitesse par câble était offert à 96 % des foyers ayant accès au câble dans les régions métropolitaines de recensement (RMR), comparativement à 55 % à l'extérieur des RMR.

Même si les incitatifs économiques liés au déploiement de cette technologie dans les grands centres urbains sont clairs, ils ne sont pas aussi évidents ailleurs. Toutefois, il semble que l'industrie de la câblodistribution a perçu des possibilités dans les petites collectivités, ou peut-être est-ce devenu une question de survie pour elle.

La disponibilité des services Internet à haute vitesse par câble dans les collectivités de petite et de moyenne tailles<sup>3</sup> a augmenté graduellement au fil du temps, et l'écart avec les grandes collectivités s'est rétréci de façon constante. La proportion de foyers pouvant se procurer ce service est passée de 31,4 % à 81,1 % des foyers ayant accès au câble entre 2000 et 2004. Au cours de cette période, l'écart entre les grandes collectivités et les collectivités de petite et de moyenne tailles est passé de 54,3 points à 17,4 points.

3. Collectivités à l'extérieur des RMR.

Le déploiement de la technologie Internet à haute vitesse par câble à l'extérieur des RMR ne se limite pas aux collectivités servies par l'un des cinq principaux câblodistributeurs, mais les foyers des collectivités servies par un câblodistributeur important sont plus susceptibles d'avoir accès à cette technologie. Au 31 août 2004, les services Internet à haute vitesse par câble était offert à 90 % des foyers ayant accès au câble dans les collectivités servies par de grands câblodistributeurs, comparativement à 59 % dans les collectivités servies par de petits câblodistributeurs.

L'industrie de la câblodistribution a mené sa stratégie de diversification de main de maître, en élargissant la disponibilité aux services Internet à haute vitesse. Toutefois, la stratégie ne pouvait fonctionner que si les clients potentiels adoptaient la technologie et les nouveaux services, ce que de nombreux ont fait.

### **Près de 3 millions de foyers ont choisi les services Internet à haute vitesse par câble**

L'appétit des Canadiens pour l'accès rapide à Internet est à l'origine du renouveau que connaît le secteur de la câblodistribution. Après des débuts fulgurants, l'industrie a rapidement pris les devants sur ce marché. Les dernières statistiques officielles<sup>4</sup> montrent que l'industrie de la câblodistribution a continué de jouer un rôle de chef de file sur le marché résidentiel des services Internet à haute vitesse (proportion de 56,1 % en 2003), mais l'accès aux services Internet à haute vitesse par ligne téléphonique (LAN ou ligne d'accès numérique) gagne rapidement du terrain.

L'adoption des services Internet par câble a été impressionnante. À la fin d'août 2000, un peu moins de 4 ans après le lancement, on comptait 0,8 million d'abonnés. Quatre ans plus tard, 2 millions d'abonnés de plus avaient adopté cette technologie.

La rapidité avec laquelle l'industrie recrute de nouveaux clients a diminué avec le temps, mais l'Internet à haute vitesse est demeuré un marché en forte croissance pour les câblodistributeurs en 2004. Le nombre d'abonnés a augmenté de 20,1 % en 2004, ce qui est toutefois inférieur de beaucoup aux bonds de 26,1 % et de 35,4 % réalisés en 2003 et 2002 respectivement. L'essor du nombre d'abonnés en 2004 a été vigoureux, à la fois dans les grandes collectivités, où les gains ont été de 19,0 %, et dans les collectivités de petite et de moyenne tailles, où ils se sont situés à 25,3 %.

### **Câble numérique – Une autre arme dans la bataille pour recruter des clients**

Le câble numérique est la deuxième arme de l'arsenal de l'industrie de la câblodistribution pour susciter la loyauté des clients. La technologie numérique permet la distribution d'un nombre plus grand de canaux — dont certains sont uniquement mis à la disposition des abonnés dotés d'un décodeur numérique — et ouvre la porte à de nouveaux services, comme les services vidéo à la demande et la télévision haute définition. Ces nouveaux services sont non seulement importants pour maintenir l'avantage concurrentiel, mais ils fournissent aussi de nouvelles sources de revenus possibles.

Le déploiement de la câblodistribution numérique a suivi de près celui des services Internet à haute vitesse. En 2004, elle était offerte à 11,1 millions de foyers, soit un peu plus de 93 % des foyers reliés au câble. Cette proportion était plus forte dans les grandes collectivités (98,0 %) que dans les collectivités de petite et de moyenne tailles (81,0 %).

Même si elle n'est pas aussi populaire que les services Internet par câble, la câblodistribution numérique représente le segment du marché qui a connu la plus forte croissance l'an dernier. Le 31 août 2004, on comptait 1,8 million d'abonnés à ce service, soit une hausse vertigineuse de 33,4 % par rapport à l'année précédente. Un peu plus de 24 % des abonnés à la télévision par câble ont choisi la câblodistribution numérique, comparativement à 18 % en 2003.

4. CRTC, *Rapport au gouverneur en conseil, État de la concurrence dans les marchés des télécommunications au Canada, novembre 2003. Peut aussi être consulté à l'adresse <http://www.crtc.gc.ca>*

### Dépendance moins grande à l'égard des services vidéo multi-canaux

L'industrie de la câblodistribution, placée devant la perspective d'une concurrence féroce sur le marché qui était traditionnellement le sien, a décidé de réinventer son modèle d'affaires. Les répercussions de ce changement sont évidentes.

En 2004, les revenus d'abonnement aux services vidéo multi-canaux représentaient 73 % des revenus de l'industrie, qui se chiffraient à 4,8 milliards. En 1999, seulement cinq ans plus tôt, ils représentaient presque 92 % des revenus de l'industrie.

Une part importante des 27 % des revenus qui restent en 2004 est attribuable aux services de télécommunications, et la part la plus grande, aux services Internet à haute vitesse. L'importance relative des autres sources de revenus, comme la location et la vente d'équipement, le branchement et le rebranchement, ainsi que les annonces classées, est demeurée relativement constante, à environ 5 % tout au long de cette période.

Les revenus par abonné atteignaient 630,22 \$ en 2004, une hausse de 52 % par rapport aux 414,43 \$ générés en 1999.

La diversification des sources de revenus devrait s'accélérer avec le lancement de services téléphoniques (système vocal sur Internet ou voix sur IP) dans plusieurs marchés au pays en 2005. Jusqu'au début de 2005, seulement certains foyers de régions déterminées de l'Atlantique pouvaient s'abonner à des services téléphoniques auprès de leur câblodistributeur local.

Le déploiement de services téléphoniques par les câblodistributeurs constitue le point culminant du remaniement fondamental du modèle d'affaires de l'industrie qui a été entrepris il y a huit ans.

### Vers l'extrémité supérieure de la courbe en S

Le nombre d'abonnés aux services vidéo multi-canaux par satellite et sans fil a continué d'augmenter en 2004, mais à un rythme moins grand qu'au cours des années précédentes. On

comptait 2,3 millions d'abonnés à ces services au 31 août 2004, une augmentation de 5,4 % comparativement à l'année précédente. Cela faisait suite à des bonds de 9,2 % en 2003, de 25,4 % en 2002 et de 66,4 % en 2001.

La part de marché des fournisseurs de services sans fil, et principalement des fournisseurs de télévision par satellite, a augmenté, passant de 22,5 % en 2003 à 23,4 % en 2004. Il s'agit du gain le plus faible d'une année à l'autre depuis l'avènement de la concurrence à la fin de 1997.

Un tel repli n'est pas inhabituel. Le cycle de vie des nouvelles technologies a souvent suivi cette tendance, un phénomène appelé courbe en S. Le cycle se caractérise par une période initiale d'accélération de la croissance (période dynamique), suivie par une période de décélération de la croissance (période du palier), et enfin par une période de stagnation (période de saturation)<sup>5</sup>.

Il semble que la technologie de télédistribution par satellite et sans fil arrive à la fin de la période dynamique très tôt au cours de son cycle de vie. Il existe quelques explications possibles à cette situation.

- Contrairement aux technologies comme la télévision, les ordinateurs ou Internet, la télédistribution par satellite et sans fil n'a pas constitué un marché entièrement nouveau. Ces technologies sont des substituts d'une technologie bien établie et avancée. Le marché possible se limitait par conséquent dans une certaine mesure aux collectivités non servies ou mal servies, principalement à l'extérieur des villes.
- Le déploiement de ces technologies est parfois limité par des obstacles techniques.
- Les technologies titulaires profitent souvent de l'inertie des clients.

Toutefois, la télédistribution par satellite et sans fil a contribué à une innovation technologique plus large. L'adoption de la télévision par satellite et de la télévision numérique par câble par un nombre croissant de Canadiens modifie lentement

5. Pour plus de renseignements, voir la Série sur la connectivité, *Découvrir la fracture numérique*, George Sciadas, n° 56F0004MIF au catalogue, n° 7, octobre 2002.

mais sûrement le visage des services vidéo multi-canaux. Un nombre sans cesse croissant de foyers s'abonne à la télévision numérique. En 2004, 42 % des 9,9 millions d'abonnés aux services vidéo multi-canaux avaient choisi les services numériques de préférence aux services analogiques. En 2000, la proportion était à peine supérieure à 15 %.

### **Amélioration du rendement financier pour les deux segments de l'industrie**

Le rendement financier de l'industrie de la câblodistribution s'est amélioré de façon significative l'an dernier. Les revenus ont augmenté de 7,4 % pour atteindre 4,8 milliards de dollars, tandis que les bénéfices d'exploitation ont fait un bond de 39,2 %, pour s'établir à 1,1 milliard de dollars. Les câblodistributeurs ont enregistré 23,2 cents de bénéfices d'exploitation pour chaque dollar de revenus en 2004, ce qui est nettement supérieur aux 17,9 cents de l'année précédente.

Le rendement financier du secteur des services s'est également amélioré, mais l'état des résultats était encore dans le rouge.

Les fournisseurs de services sans fil ont connu des pertes avant intérêts et impôts chaque année depuis leur entrée dans l'industrie, mais ils sont maintenant sur le point d'atteindre le seuil de rentabilité. En 2004, les pertes du segment des services sans fil se sont chiffrées à 92,9 millions de dollars, comparativement à 110,1 millions de dollars en 2003 et à 245,9 millions de dollars en 2002.

De 1998 à 2004, les pertes de ce segment avant intérêts et impôts ont totalisé 1,5 milliard de dollars, soit 32,5 cents pour chaque dollar de revenus au cours de cette période.

### **Enquêtes et publications connexes**

L'enquête annuelle sur laquelle cette publication est fondée vise toutes les entités titulaires d'une licence du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), leur permettant d'exploiter une entreprise de câblodistribution ou de télédistribution sans fil. Du point de vue de la classification des industries, la population de l'enquête appartient à la classe

51751, Câblodistribution et autres activités de distribution d'émissions de télévision, du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 2002).

Le présent numéro du bulletin contient des statistiques sommaires pour les câblodistributeurs et les fournisseurs de services sans fil. Des statistiques pour la télédiffusion, la radiodiffusion et les télécommunications figurent dans d'autres numéros de la présente publication.

### **Qualité des données**

Les données contenues dans le présent bulletin sont de bonne qualité et peuvent être utilisées avec confiance. Cette évaluation est fondée sur les mesures disponibles de l'exactitude des données et sur le jugement des analystes chargés de cette enquête. Ces statistiques sont toutefois sujettes à révisions, généralement par suite de la réception en retard des données, de révisions apportées par les répondants à des données soumises précédemment ou encore d'erreurs décelées après la publication des données. Elles n'ont habituellement pas de répercussions concrètes sur les résultats provisoires. Les révisions passées ont touché moins de 1 % de la valeur des variables clés, comme le total des revenus, les salaires et traitements ainsi que le nombre d'abonnés. Il existe une seule exception digne de mention, à savoir la révision des revenus de l'industrie pour les territoires, afin de tenir compte de l'inclusion d'une activité qui était exclue auparavant. Cette modification a eu des répercussions significatives sur les mesures des bénéfices.

Pour l'année de référence 2002, le CRTC a exempté un certain nombre de petits câblodistributeurs de l'obligation de remplir une déclaration annuelle aux fins de l'octroi d'une licence. Afin de toujours fournir des estimations complètes, Statistique Canada a continué de sonder ces petits exploitants, mais en utilisant un questionnaire simplifié. Certaines variables concernant ces petites entreprises sont donc estimées, et pourraient être de moins bonne qualité. Ces estimations n'ont pas de répercussions concrètes sur les statistiques présentées ici.

**Pour obtenir plus de renseignements**

En plus de l'information contenue dans la présente publication, des tableaux spéciaux et des services d'analyse sont disponibles, contre recouvrement des coûts, auprès de la Section des télécommunications de la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. Il est aussi possible d'accéder à des données sélectionnées sur la câblodistribution pour 1998 et les années subséquentes dans CANSIM, le système de recherche et de base de données lisibles par machine de Statistique Canada (tableau 353-0003). Certaines données pour des années précédentes sont disponibles dans le tableau 353-0001. La production de ce tableau a cessé et un nouveau tableau a été établi, afin de tenir compte des changements apportés à la structure du secteur et de l'enquête. Pour plus de renseignements, communiquez avec la Division des services consultatifs, (téléphone : 1 800 263-1136; télécopieur : 1 877 287-4369; courriel : [infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)).

---

**Note de reconnaissance**

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, et les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

**Normes de service à la clientèle**

*Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136. Les normes de services à la clientèle sont aussi publiées sur [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) sous À propos de Statistique Canada > Offrir des services aux Canadiens.*

## Signes conventionnels

**Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :**

.	indisponible pour toute période de référence
..	indisponible pour une période de référence précise
...	n'ayant pas lieu de figurer
0	zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
0 <sup>s</sup>	valeur arrondie à 0 (zéro) où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
P	préliminaire
r	rectifié
X	confidentiel en vertu des dispositions de la <i>Loi sur la statistique</i>
E	à utiliser avec prudence
F	trop peu fiable pour être publié

## Abréviations

n.c.a. non classé ailleurs

## Système de classification des industries de l'Amérique du Nord - SCIAN (N° 12-501-XPF) au catalogue

5175 Câblodistribution et autres activités de distribution d'émissions de télévision

**Câble, satellite et systèmes de distribution multipoints**  
**Indicateurs de performance et de marché nationaux et régionaux**

	2001	2002	2003	2004	01/02	02/03	03/04
<b>Abonnés selon le type de fournisseur</b>	milliers				%		
Abonnés aux services de programmation	9 457,1	9 644,0	9 782,1	9 932,1	2,0	1,4	1,5
Clients des câblodistributeurs	7 847,9	7 625,4	7 576,9	7 607,5	-2,8	-0,6	0,4
Clients des fournisseurs de services sans fil	1 609,2	2 018,6	2 205,2	2 324,6	25,4	9,2	5,4
<b>Part du marché selon le type de fournisseur</b>	%						
Câblodistributeurs	83,0	79,1	77,5	76,6	-4,7	-2,0	-1,1
Fournisseurs de services sans fil	17,0	20,9	22,5	23,4	23,0	7,7	3,8
<b>Pénétration du câble selon la taille de la collectivité</b>	milliers						
Abonnés aux services de câblodistribution de base							
Collectivités de grande taille <sup>1</sup>	5 734,4	5 608,3	5 587,1	5 632,0	-2,2	-0,4	0,8
Small and medium-size communities <sup>2</sup>	2 113,6	2 017,1	1 989,7	1 975,5	-4,6	-1,4	-0,7
<b>Total</b>	<b>7 847,9</b>	<b>7 625,4</b>	<b>7 576,9</b>	<b>7 607,5</b>	<b>-2,8</b>	<b>-0,6</b>	<b>0,4</b>
Foyers ayant accès aux services de base							
Collectivités de grande taille <sup>1</sup>	7 876,0	8 089,8	8 329,8	8 525,1	2,7	3,0	2,3
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>2</sup>	3 202,7	3 306,3	3 388,8	3 412,0	3,2	2,5	0,7
<b>Total</b>	<b>11 078,7</b>	<b>11 396,1</b>	<b>11 718,5</b>	<b>11 937,1</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>	<b>1,9</b>
<b>Pénétration du câble</b>	%						
Collectivités de grande taille <sup>1</sup>	72,8	69,3	67,1	66,1	-4,8	-3,2	-1,5
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>2</sup>	66,0	61,0	58,7	57,9	-7,6	-3,8	-1,4
<b>Total</b>	<b>70,8</b>	<b>66,9</b>	<b>64,7</b>	<b>63,7</b>	<b>-5,5</b>	<b>-3,4</b>	<b>-1,4</b>
<b>Pénétration du câble selon la région</b>	milliers						
Abonnés aux services de câblodistribution de base							
Provinces de l'Atlantique	574,2	546,1	542,2	541,1	-4,9	-0,7	-0,2
Québec	1 929,7	1 827,6	1 796,6	1 818,0	-5,3	-1,7	1,2
Ontario	2 981,8	2 932,6	2 908,4	2 893,5	-1,6	-0,8	-0,5
Provinces de l'Ouest	2 348,0	2 304,9	2 316,0	2 341,2	-1,8	0,5	1,1
Territoires	14,2	14,3	13,6	13,8	0,4	-4,5	1,0
Foyers ayant accès aux services de base							
Provinces de l'Atlantique	828,6	835,6	843,5	852,7	0,9	0,9	1,1
Québec	2 981,6	3 030,0	3 072,8	3 114,7	1,6	1,4	1,4
Ontario	3 934,3	4 077,2	4 210,7	4 308,3	3,6	3,3	2,3
Provinces de l'Ouest	3 308,6	3 427,7	3 566,2	3 636,5	3,6	4,0	2,0
Territoires	25,7	25,6	25,3	24,9	-0,2	-1,3	-1,4
<b>Taux de pénétration</b>	%						
Provinces de l'Atlantique	69,3	65,4	64,3	63,5	-5,7	-1,6	-1,3
Québec	64,7	60,3	58,5	58,4	-6,8	-3,1	-0,2
Ontario	75,8	71,9	69,1	67,2	-5,1	-4,0	-2,8
Provinces de l'Ouest	71,0	67,2	64,9	64,4	-5,2	-3,4	-0,9
Territoires	55,3	55,7	53,9	55,2	0,6	-3,2	2,4
<b>Performances financières selon le type de fournisseur</b>	millions de dollars				%		
<b>Recettes</b>							
Câblodistributeurs	3 861,1	4 168,2	4 465,1	4 794,4	8,0	7,1	7,4
Fournisseurs de services sans fil	679,4	946,8	1 203,6	1 354,7	39,4	27,1	12,5
<b>Bénéfices (pertes) avant intérêts et impôts</b>							
Câblodistributeurs	622,8	689,8	798,1	1 110,6	10,8	15,7	39,2
Fournisseurs de services sans fil	-310,4	-245,9	-110,1	-92,9	-20,8	-55,2	-15,7
<b>Marge bénéficiaire</b>	%						
Câblodistributeurs	16,1	16,5	17,9	23,2			
Fournisseurs de services sans fil	-45,7	-26,0	-9,1	-6,9			

1. Une grande collectivité correspond ici à une région métropolitaine de recensement (RMR). Une RMR désigne une très grande région urbaine qui comprend des régions urbaines et rurales adjacentes caractérisées par une intégration économique et sociale très marquée avec la région urbaine.

2. Une petite et moyenne collectivité correspond ici à une collectivité située à l'extérieur d'une région métropolitaine de recensement (RMR).

**Câble, satellite et systèmes de distribution multipoints**  
**Indicateurs de performance et de marché nationaux et régionaux**

	2001	2002	2003	2004	01/02	02/03	03/04
<b>Déploiement d'Internet par câble selon la taille de la collectivité<sup>1</sup>      milliers</b>							
Foyers ayant accès à Internet par câble							
Collectivités de grande taille <sup>2</sup>	7 560,0	7 808,6	8 140,7	8 390,6	3,3	4,3	3,1
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>3</sup>	1 781,8	2 250,2	2 564,9	2 765,9	26,3	14,0	7,8
<b>Total</b>	<b>9 341,8</b>	<b>10 058,8</b>	<b>10 705,6</b>	<b>11 156,4</b>	<b>7,7</b>	<b>6,4</b>	<b>4,2</b>
<b>Foyers ayant accès à Internet par câble /      %</b>							
Foyers ayant accès au câble							
Collectivités de grande taille <sup>2</sup>	96,0	96,5	97,7	98,4	0,6	1,2	0,7
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>3</sup>	55,6	68,1	75,7	81,1	22,3	11,2	7,1
<b>Total</b>	<b>84,3</b>	<b>88,3</b>	<b>91,4</b>	<b>93,5</b>	<b>4,7</b>	<b>3,5</b>	<b>2,3</b>
<b>Adoption d'Internet par câble selon la taille de la collectivité<sup>1</sup>      milliers</b>							
Abonnés à Internet par câble							
Collectivités de grande taille <sup>2</sup>	1 182,2	1 561,7	1 949,3	2 319,0	32,1	24,8	19,0
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>3</sup>	202,7	313,0	414,1	518,8	54,4	32,3	25,3
<b>Total</b>	<b>1 384,8</b>	<b>1 874,7</b>	<b>2 363,3</b>	<b>2 837,8</b>	<b>35,4</b>	<b>26,1</b>	<b>20,1</b>
<b>Foyers ayant accès à Internet par câble /      %</b>							
Foyers ayant accès au câble							
Collectivités de grande taille <sup>2</sup>	15,6	20,0	23,9	27,6	27,9	19,7	15,4
Collectivités de petite et moyenne tailles <sup>3</sup>	11,4	13,9	16,1	18,8	22,3	16,1	16,2
<b>Total</b>	<b>14,8</b>	<b>18,6</b>	<b>22,1</b>	<b>25,4</b>	<b>25,7</b>	<b>18,4</b>	<b>15,2</b>
<b>Déploiement d'Internet par câble selon la région      milliers</b>							
Foyers ayant accès à Internet par câble							
Provinces de l'Atlantique	471,3	554,5	620,7	679,6	17,7	11,9	9,5
Québec	2 343,7	2 480,2	2 689,9	2 797,8	5,8	8,5	4,0
Ontario	3 560,5	3 825,6	4 016,0	4 191,1	7,4	5,0	4,4
Provinces de l'Ouest et Territoires	2 966,3	3 198,4	3 379,0	3 487,8	7,8	5,6	3,2
<b>Foyers ayant accès à Internet par câble /      %</b>							
Foyers ayant accès au câble							
Provinces de l'Atlantique	56,9	66,4	73,6	79,7	16,7	10,9	8,3
Québec	78,6	81,9	87,5	89,8	4,1	6,9	2,6
Ontario	90,5	93,8	95,4	97,3	3,7	1,7	2,0
Provinces de l'Ouest et Territoires	89,7	93,3	94,8	95,9	4,1	1,5	1,2
<b>Utilisation d'Internet par câble selon la région      milliers</b>							
Abonnés au service Internet par câble							
Provinces de l'Atlantique	51,9	77,4	112,5	142,9	49,1	45,4	27,1
Québec	226,0	309,5	414,9	525,0	37,0	34,0	26,5
Ontario	504,9	716,4	915,1	1 098,9	41,9	27,7	20,1
Provinces de l'Ouest et Territoires	602,0	771,4	920,8	1 071,0	28,1	19,4	16,3
<b>Abonnés à Internet par câble /      %</b>							
Foyers ayant accès à Internet							
Provinces de l'Atlantique	11,0	14,0	18,1	21,0	26,8	29,9	16,1
Québec	9,6	12,5	15,4	18,8	29,4	23,6	21,6
Ontario	14,2	18,7	22,8	26,2	32,0	21,7	15,1
Provinces de l'Ouest et Territoires	20,3	24,1	27,3	30,7	18,8	13,0	12,7
<b>Abonnés à la télévision numérique      milliers</b>							
Télévision numérique par câble	808,4	1 150,1	1 382,4	1 843,5	42,3	20,2	33,4
Télévision numérique sans fil	1 609,2	2 018,6	2 205,2	2 324,6	25,4	9,2	5,4
<b>Abonnés à la télévision numérique - Total</b>	<b>2 417,6</b>	<b>3 168,7</b>	<b>3 587,6</b>	<b>4 168,1</b>	<b>31,1</b>	<b>13,2</b>	<b>16,2</b>
<b>Pénétration de la télévision numérique      %</b>							
Taux de numérisation	25,6	32,9	36,7	42,0	28,5	11,6	14,4

1. Les statistiques pour la période de 2001 à 2003 ont été ajustées afin d'assurer la comparabilité avec celles de 2004.

2. Une grande collectivité correspond ici à une région métropolitaine de recensement (RMR). Une RMR désigne une très grande région urbaine qui comprend régions urbaines et rurales adjacentes caractérisées par une intégration économique et sociale très marquée avec la région urbaine.

3. Une petite et moyenne collectivité correspond ici à une collectivité située à l'extérieur d'une région métropolitaine de recensement (RMR).

**Tableau 1. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, Canada, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	3 672 262 704	95,1	3 953 378 960	94,8	4 237 560 706	94,9	4 536 713 135	94,6
Branchement (installation / rebranchement)	54 096 866	1,4	62 733 744	1,5	48 699 067	1,1	33 647 033	0,7
Parrainage de canal communautaire	3 256 864	0,1	4 623 884	0,1	4 981 942	0,1	5 651 455	0,1
Autres revenus	131 516 082	3,4	147 478 580	3,5	173 856 464	3,9	218 390 536	4,6
<b>Total - Recettes</b>	<b>3 861 132 512</b>	<b>100,0</b>	<b>4 168 215 169</b>	<b>100,0</b>	<b>4 465 098 189</b>	<b>100,0</b>	<b>4 794 402 166</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	75 061 780	1,9	83 919 276	2,0	80 569 556	1,8	85 025 237	1,8
Paiements d'affiliation	918 877 151	23,8	949 725 614	22,8	1 000 583 032	22,4	1 075 151 798	22,4
Services techniques	615 376 888	15,9	609 718 428	14,6	670 025 369	15,0	754 251 812	15,7
Ventes et promotion	163 463 050	4,2	175 853 115	4,2	170 229 346	3,8	218 705 739	4,6
Administration et frais généraux	597 128 623	15,5	654 452 643	15,7	702 325 353	15,7	584 205 787	12,2
Amortissement	868 445 245	22,5	1 004 751 558	24,1	1 043 240 137	23,4	966 441 963	20,2
<b>Total - Dépenses</b>	<b>3 238 352 749</b>	<b>83,9</b>	<b>3 478 420 628</b>	<b>83,5</b>	<b>3 666 972 802</b>	<b>82,1</b>	<b>3 683 782 334</b>	<b>76,8</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>								
	<b>622 779 774</b>	<b>16,1</b>	<b>689 794 535</b>	<b>16,5</b>	<b>798 125 384</b>	<b>17,9</b>	<b>1 110 619 827</b>	<b>23,2</b>
Intérêts versés	594 919 918	15,4	582 541 268	14,0	458 741 969	10,3	478 027 787	10,0
Rémunération et avantages sociaux	625 631 595	16,2	631 376 452	15,1	612 510 609	13,7	656 899 071	13,7
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	12 570	...	12 065	...	11 375	...	12 518	...
Nombre d'abonnés (services de base)	7 847 918	...	7 625 409	...	7 576 862	...	7 607 485	...
Ménages desservis par le câble	11 078 704	...	11 396 127	...	11 718 534	...	11 937 053	...
Ménages dans le territoire attribué	11 229 512	...	11 592 054	...	11 898 106	...	12 122 334	...

**Tableau 2. Systèmes de télédistribution sans fil<sup>1</sup>, données financières et opérationnelles, Canada, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	655 443 180	96,5	922 989 225	97,5	1 160 891 620	96,4	1 327 523 689	98,0
Branchement (installation / rebranchement)	999 922	0,1	157 414	0,0	47 244	0,0	34 243	0,0
Parrainage de canal communautaire	136 296	0,0	80 399	0,0	0	0,0	203	0,0
Autres revenus	22 815 930	3,4	23 523 587	2,5	42 696 067	3,5	27 121 306	2,0
<b>Total - Recettes</b>	<b>679 395 327</b>	<b>100,0</b>	<b>946 750 626</b>	<b>100,0</b>	<b>1 203 634 931</b>	<b>100,0</b>	<b>1 354 679 440</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	634 054	0,1	89 291	0,0	74 573	0,0	75 980	0,0
Paiements d'affiliation	340 833 970	50,2	426 725 098	45,1	517 514 789	43,0	523 906 592	38,7
Services techniques	190 703 363	28,1	206 389 292	21,8	206 910 157	17,2	252 351 744	18,6
Ventes et promotion	249 844 379	36,8	229 826 641	24,3	279 820 491	23,2	325 639 663	24,0
Administration et frais généraux	125 133 106	18,4	170 092 007	18,0	181 670 014	15,1	201 315 446	14,9
Amortissement	82 636 062	12,2	159 553 991	16,9	127 761 833	10,6	144 243 593	10,6
<b>Total - Dépenses</b>	<b>989 784 932</b>	<b>145,7</b>	<b>1 192 676 320</b>	<b>126,0</b>	<b>1 313 751 855</b>	<b>109,1</b>	<b>1 447 533 018</b>	<b>106,9</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>	<b>-310 389 605</b>	<b>-45,7</b>	<b>-245 925 693</b>	<b>-26,0</b>	<b>-110 116 925</b>	<b>-9,1</b>	<b>-92 853 578</b>	<b>-6,9</b>
Intérêts versés	30 351 938	4,5	31 342 747	3,3	42 225 119	3,5	42 041 673	3,1
Rémunération et avantages sociaux	100 878 462	14,8	112 434 246	11,9	104 718 226	8,7	111 127 386	8,2
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	2 100	...	2 237	...	2 213	...	2 843	...
Nombre d'abonnés (services de base)	1 609 203	...	2 018 571	...	2 205 197	...	2 324 608	...

1. Satellite, système de distribution multipoint et télévision par abonnement.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 3. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, provinces de l'Atlantique<sup>1</sup>, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	263 456 877	95,6	279 851 531	93,0	309 021 336	90,5	339 535 889	89,8
Branchement (installation / rebranchement)	3 454 444	1,3	3 143 098	1,0	3 242 680	0,9	2 678 494	0,7
Parrainage de canal communautaire	333 242	0,1	361 179	0,1	629 744	0,2	481 195	0,1
Autres revenus	8 374 723	3,0	17 689 539	5,9	28 489 750	8,3	35 514 692	9,4
<b>Total - Recettes</b>	<b>275 619 285</b>	<b>100,0</b>	<b>301 045 340</b>	<b>100,0</b>	<b>341 383 509</b>	<b>100,0</b>	<b>378 210 275</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	5 609 815	2,0	6 174 295	2,1	6 203 928	1,8	7 632 961	2,0
Paiements d'affiliation	59 121 862	21,5	61 796 440	20,5	77 472 542	22,7	83 309 879	22,0
Services techniques	42 814 807	15,5	38 297 876	12,7	42 569 973	12,5	45 245 997	12,0
Ventes et promotion	10 402 522	3,8	8 972 526	3,0	12 062 408	3,5	15 260 672	4,0
Administration et frais généraux	55 518 991	20,1	43 548 296	14,5	47 181 010	13,8	47 278 999	12,5
Amortissement	57 169 278	20,7	74 714 194	24,8	81 667 252	23,9	90 490 415	23,9
<b>Total - Dépenses</b>	<b>230 637 283</b>	<b>83,7</b>	<b>233 503 628</b>	<b>77,6</b>	<b>267 157 120</b>	<b>78,3</b>	<b>289 218 924</b>	<b>76,5</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>								
	<b>44 982 007</b>	<b>16,3</b>	<b>67 541 706</b>	<b>22,4</b>	<b>74 226 392</b>	<b>21,7</b>	<b>88 991 352</b>	<b>23,5</b>
Intérêts versés	59 066 319	21,4	66 545 986	22,1	57 181 690	16,7	62 507 114	16,5
Rémunération et avantages sociaux	46 938 445	17,0	40 022 738	13,3	43 724 179	12,8	45 933 233	12,1
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	1 298	...	1 322	...	1 287	...	1 126	...
Nombre d'abonnés (services de base)	574 208	...	546 092	...	542 241	...	541 068	...
Ménages desservis par le câble <sup>2</sup>	828 568	...	835 611	...	843 529	...	852 720	...
Ménages dans le territoire attribué <sup>2</sup>	846 172	...	855 129	...	860 977	...	869 972	...

1. Ce tableau n'inclut pas les résultats des systèmes de télédistribution sans fil.

2. Les statistiques pour 2001 et les années précédentes sous-estiment le nombre de ménages.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 4. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, Québec<sup>1</sup>, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	716 621 966	92,3	705 224 798	92,6	685 507 540	93,3	710 297 674	92,1
Branchement (installation / rebranchement)	15 120 378	1,9	14 524 202	1,9	11 450 757	1,6	4 540 426	0,6
Parrainage de canal communautaire	952 841	0,1	924 920	0,1	844 659	0,1	1 142 334	0,1
Autres revenus	43 786 935	5,6	40 855 166	5,4	36 686 055	5,0	55 468 688	7,2
<b>Total - Recettes</b>	<b>776 482 123</b>	<b>100,0</b>	<b>761 529 092</b>	<b>100,0</b>	<b>734 489 014</b>	<b>100,0</b>	<b>771 449 119</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	17 658 906	2,3	17 219 352	2,3	17 239 745	2,3	17 489 942	2,3
Paiements d'affiliation	206 981 366	26,7	212 002 212	27,8	213 157 612	29,0	220 636 482	28,6
Services techniques	137 680 495	17,7	126 496 872	16,6	128 794 377	17,5	175 870 001	22,8
Ventes et promotion	31 189 841	4,0	29 972 335	3,9	21 042 722	2,9	30 869 441	4,0
Administration et frais généraux	128 928 900	16,6	130 245 005	17,1	136 941 230	18,6	66 880 727	8,7
Amortissement	122 674 195	15,8	130 086 410	17,1	128 704 544	17,5	113 054 458	14,7
<b>Total - Dépenses</b>	<b>645 113 704</b>	<b>83,1</b>	<b>646 022 185</b>	<b>84,8</b>	<b>645 880 231</b>	<b>87,9</b>	<b>624 801 053</b>	<b>81,0</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>								
	<b>131 368 419</b>	<b>16,9</b>	<b>115 506 907</b>	<b>15,2</b>	<b>88 608 783</b>	<b>12,1</b>	<b>146 648 065</b>	<b>19,0</b>
Intérêts versés	127 299 849	16,4	95 268 452	12,5	79 986 733	10,9	57 647 318	7,5
Rémunération et avantages sociaux	174 322 261	22,5	148 032 555	19,4	137 792 936	18,8	162 909 601	21,1
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	2 983	...	2 374	...	2 503	...	2 886	...
Nombre d'abonnés (services de base)	1 929 748	...	1 827 617	...	1 796 578	...	1 817 976	...
Ménages desservis par le câble	2 981 569	...	3 029 994	...	3 072 834	...	3 114 690	...
Ménages dans le territoire attribué	3 006 732	...	3 070 289	...	3 114 376	...	3 160 959	...

1. Ce tableau n'inclut pas les résultats des systèmes de télédistribution sans fil.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 5. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, Ontario<sup>1</sup>, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	1 482 241 117	95,8	1 619 166 634	95,8	1 779 139 497	95,2	1 950 535 054	95,1
Branchement (installation / rebranchement)	21 032 379	1,4	21 061 839	1,2	15 741 458	0,8	9 537 782	0,5
Parrainage de canal communautaire	1 500 681	0,1	2 099 747	0,1	2 648 398	0,1	3 540 479	0,2
Autres revenus	42 123 990	2,7	48 458 885	2,9	70 484 206	3,8	87 682 887	4,3
<b>Total - Recettes</b>	<b>1 546 898 166</b>	<b>100,0</b>	<b>1 690 787 108</b>	<b>100,0</b>	<b>1 868 013 572</b>	<b>100,0</b>	<b>2 051 296 207</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	26 174 967	1,7	32 072 965	1,9	32 627 258	1,7	36 339 233	1,8
Paiements d'affiliation	337 930 479	21,8	366 923 309	21,7	408 168 534	21,9	450 073 057	21,9
Services techniques	251 175 069	16,2	253 789 712	15,0	305 239 755	16,3	325 624 239	15,9
Ventes et promotion	72 811 063	4,7	86 273 375	5,1	102 502 135	5,5	133 447 274	6,5
Administration et frais généraux	225 589 933	14,6	248 863 009	14,7	285 157 194	15,3	262 616 999	12,8
Amortissement	390 439 554	25,2	444 758 757	26,3	472 885 958	25,3	445 633 576	21,7
<b>Total - Dépenses</b>	<b>1 304 121 063</b>	<b>84,3</b>	<b>1 432 681 121</b>	<b>84,7</b>	<b>1 606 580 838</b>	<b>86,0</b>	<b>1 653 734 374</b>	<b>80,6</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>								
	<b>242 777 103</b>	<b>15,7</b>	<b>258 105 986</b>	<b>15,3</b>	<b>261 432 729</b>	<b>14,0</b>	<b>397 561 828</b>	<b>19,4</b>
Intérêts versés	210 454 335	13,6	186 872 060	11,1	224 681 697	12,0	253 315 404	12,3
Rémunération et avantages sociaux	222 374 467	14,4	218 751 691	12,9	226 262 074	12,1	236 583 183	11,5
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	4 172	...	3 493	...	3 495	...	4 153	...
Nombre d'abonnés (services de base)	2 981 763	...	2 932 583	...	2 908 384	...	2 893 470	...
Ménages desservis par le câble	3 934 295	...	4 077 237	...	4 210 654	...	4 308 261	...
Ménages dans le territoire attribué	3 985 314	...	4 135 998	...	4 268 499	...	4 366 100	...

1. Ce tableau n'inclut pas les résultats des systèmes de télédistribution sans fil.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 6. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, provinces de l'Ouest<sup>1</sup>, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	1 199 733 144	95,9	1 339 614 025	95,5	1 454 419 524	96,4	1 525 088 554	96,5
Branchement (installation / rebranchement)	14 303 280	1,1	23 752 490	1,7	17 983 965	1,2	16 608 954	1,1
Parrainage de canal communautaire	159 865	0,0	804 784	0,1	298 922	0,0	132 323	0,0
Autres revenus	36 520 057	2,9	38 981 785	2,8	36 156 508	2,4	38 110 782	2,4
<b>Total - Recettes</b>	<b>1 250 716 343</b>	<b>100,0</b>	<b>1 403 153 084</b>	<b>100,0</b>	<b>1 508 858 916</b>	<b>100,0</b>	<b>1 579 940 614</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	25 465 548	2,0	28 328 402	2,0	24 381 756	1,6	23 512 486	1,5
Paiements d'affiliation	312 744 760	25,0	307 098 450	21,9	299 604 713	19,9	318 834 006	20,2
Services techniques	181 991 105	14,6	189 365 947	13,5	191 836 971	12,7	205 924 479	13,0
Ventes et promotion	48 929 326	3,9	50 569 353	3,6	34 566 070	2,3	39 079 460	2,5
Administration et frais généraux	182 294 566	14,6	227 421 174	16,2	228 034 338	15,1	203 503 316	12,9
Amortissement	296 750 933	23,7	354 118 256	25,2	358 772 133	23,8	316 063 154	20,0
<b>Total - Dépenses</b>	<b>1 048 176 239</b>	<b>83,8</b>	<b>1 156 901 583</b>	<b>82,5</b>	<b>1 137 195 978</b>	<b>75,4</b>	<b>1 106 916 900</b>	<b>70,1</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>								
	<b>202 540 108</b>	<b>16,2</b>	<b>246 251 502</b>	<b>17,5</b>	<b>371 662 937</b>	<b>24,6</b>	<b>473 023 714</b>	<b>29,9</b>
Intérêts versés	197 741 595	15,8	233 683 955	16,7	96 631 931	6,4	104 364 916	6,6
Rémunération et avantages sociaux	179 726 982	14,4	222 218 073	15,8	202 667 676	13,4	208 982 082	13,2
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	4 074	...	4 832	...	4 053	...	4 317	...
Nombre d'abonnés (services de base)	2 347 990	...	2 304 852	...	2 316 037	...	2 341 213	...
Ménages desservis par le câble	3 308 597	...	3 427 672	...	3 566 242	...	3 636 453	...
Ménages dans le territoire attribué	3 364 186	...	3 504 200	...	3 628 800	...	3 700 234	...

1. Ce tableau n'inclut pas les résultats des systèmes de télédistribution sans fil.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 7. Câblodistribution, données financières et opérationnelles, T.N.-O, Nunavut, et Yukon<sup>1</sup>, 2001-2004**

	2001		2002		2003		2004	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
<b>Recettes :</b>								
Abonnements (directs et indirects)	10 209 600	89,4	9 521 972	81,4	9 472 809	76,7	11 255 964	83,3
Branchement (installation / rebranchement)	186 385	1,6	252 115	2,2	280 207	2,3	281 377	2,1
Parrainage de canal communautaire	310 235	2,7	433 254	3,7	560 219	4,5	355 124	2,6
Autres revenus	710 377	6,2	1 493 205	12,8	2 039 945	16,5	1 613 487	11,9
<b>Total - Recettes</b>	<b>11 416 595<sup>f</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>11 700 545<sup>f</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>12 353 178<sup>f</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>13 505 951</b>	<b>100,0</b>
<b>Dépenses :</b>								
Programmation (service de base)	152 544	1,3	124 262	1,1	116 869	0,9	50 615	0,4
Paiements d'affiliation	2 098 684	18,4	1 905 203	16,3	2 179 631	17,6	2 298 374	17,0
Services techniques	1 715 412	15,0	1 768 021	15,1	1 584 293	12,8	1 587 096	11,8
Ventes et promotion	130 298	1,1	65 526	0,6	56 011	0,5	48 892	0,4
Administration et frais généraux	4 796 233	42,0	4 375 159	37,4	5 011 581	40,6	3 925 746	29,1
Amortissement	1 411 285	12,4	1 073 941	9,2	1 210 250	9,8	1 200 360	8,9
<b>Total - Dépenses</b>	<b>10,304,460<sup>f</sup></b>	<b>90,3</b>	<b>9 312 111</b>	<b>79,6</b>	<b>10 158 635</b>	<b>82,2</b>	<b>9 111 083</b>	<b>67,5</b>
<b>Bénéfice avant intérêt et impôt sur le revenu</b>	<b>1 112 137<sup>f</sup></b>	<b>9,7</b>	<b>2 388 434<sup>f</sup></b>	<b>20,4</b>	<b>2 194 543<sup>f</sup></b>	<b>17,8</b>	<b>4 394 868</b>	<b>32,5</b>
Intérêts versés	357 820	3,1	170 815	1,5	259 918	2,1	193 035	1,4
Rémunération et avantages sociaux	2 269 440	19,9	2 351 395	20,1	2 063 744	16,7	2 490 972	18,4
Nombre de salariés (moyenne hebdomadaire)	43	...	44	...	37	...	36	...
Nombre d'abonnés (services de base)	14 209	...	14 265	...	13 622	...	13 758	...
Ménages desservis par le câble	25 675	...	25 613	...	25 275	...	24 929	...
Ménages dans le territoire attribué	27 108	...	26 438	...	25 454	...	25 069	...

1. Ce tableau n'inclut pas les résultats des systèmes de télédistribution sans fil.

Nota : Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.