

Remises en question

Les chaînes généralistes demeurent les plus écoutées, mais continuent de se faire gruger des parts par les spécialisées. Et les cadres réglementaires qui régissent la télé commencent à être remis en cause.

Au début de 2009, les chaînes spécialisées canadiennes atteignaient 44,1 % de la population francophone du Québec. Cela représente une hausse de 2,3 % par rapport à 2008.

TVA demeure la station la plus regardée, avec 29,2 % des parts, suivie de Radio-Canada (13,6 %), TQS (5,7 %) et Télé-Québec (3,5 %). TVA continue aussi de dominer le palmarès des émissions les plus populaires au Québec francophone, avec huit des 10 premières positions, dont *Star Académie*, *Le Banquier*, *Dieu merci!* et *Occupation double*, ainsi que quelques éditions spéciales, comme *Les adieux de Céline à Las Vegas* et *Célébration 2008*.

Les cadres réglementaires qui régissent la télévision, notamment au plan du financement, sont de plus en plus remis en question. Ainsi, les diffuseurs généralistes réclament au Conseil de la radiodiffusion et des télé-

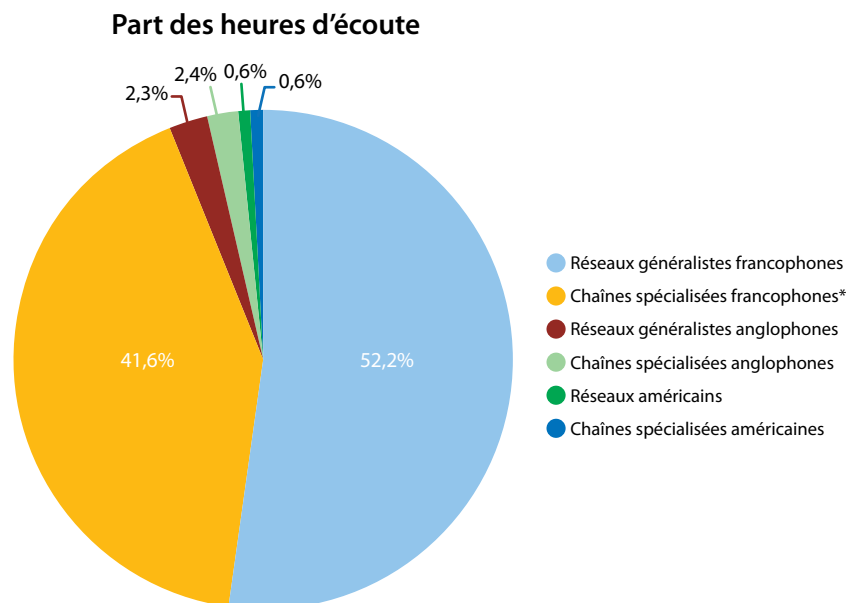
communications (CRTC) des redevances des distributeurs par câble et satellite, auxquelles ont droit les chaînes spécialisées, ce à quoi ces dernières s'opposent farouchement. Par ailleurs, Canwest, notamment propriétaire du réseau Global, connaît de sérieuses difficultés et tente tant bien que mal d'émerger de son gouffre financier.

En raison de l'incertitude économique, le CRTC a décidé d'octroyer des licences plus courtes. Des chaînes, notamment celles de CTV, Canwest, Sun TV et Citytv de Rogers, ont obtenu des licences de diffusion pour un an au lieu de sept.

Quant aux investissements publicitaires en télé, ils ont légèrement baissé de 0,6 %, pour s'établir à 745,5 millions\$.

À noter qu'un tableau présenté en axes x/y a été ajouté, afin de présenter les chaînes spécialisées et numériques francophones du Québec selon le sexe et l'âge des téléspectateurs. |

1. Répartition de l'écoute au Québec francophone



1.

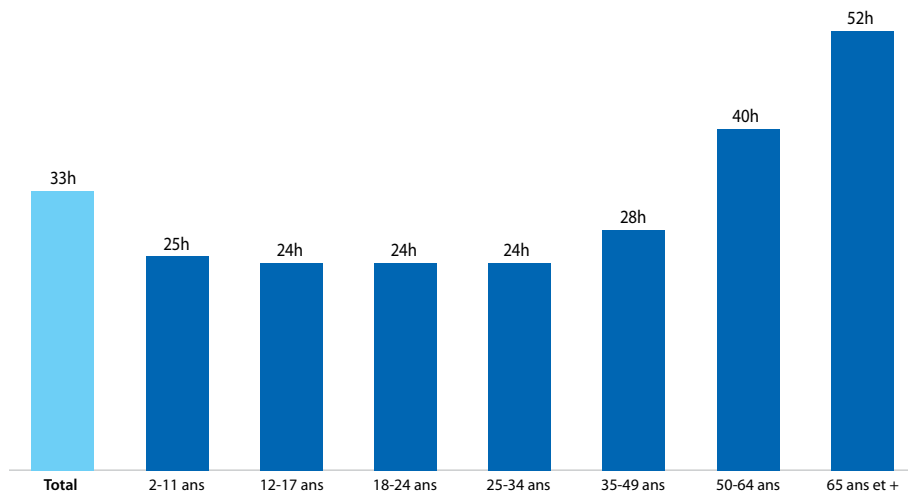
Les réseaux généralistes francophones demeurent les plus regardés, à 52,2 %, malgré une légère baisse de 0,8 % par rapport à 2008. Les chaînes spécialisées poursuivent, elles, leur montée, en gagnant 0,6 % depuis l'an passé, pour atteindre 41,6 %. Les diffuseurs francophones totalisent 93,8 % de l'écoute au Québec.

Télévision

Données générales d'auditoire

2. Écoute selon le groupe d'âge

MOYENNE DES HEURES D'ÉCOUTE PAR SEMAINE AU QUÉBEC FRANCOPHONE



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a

2.

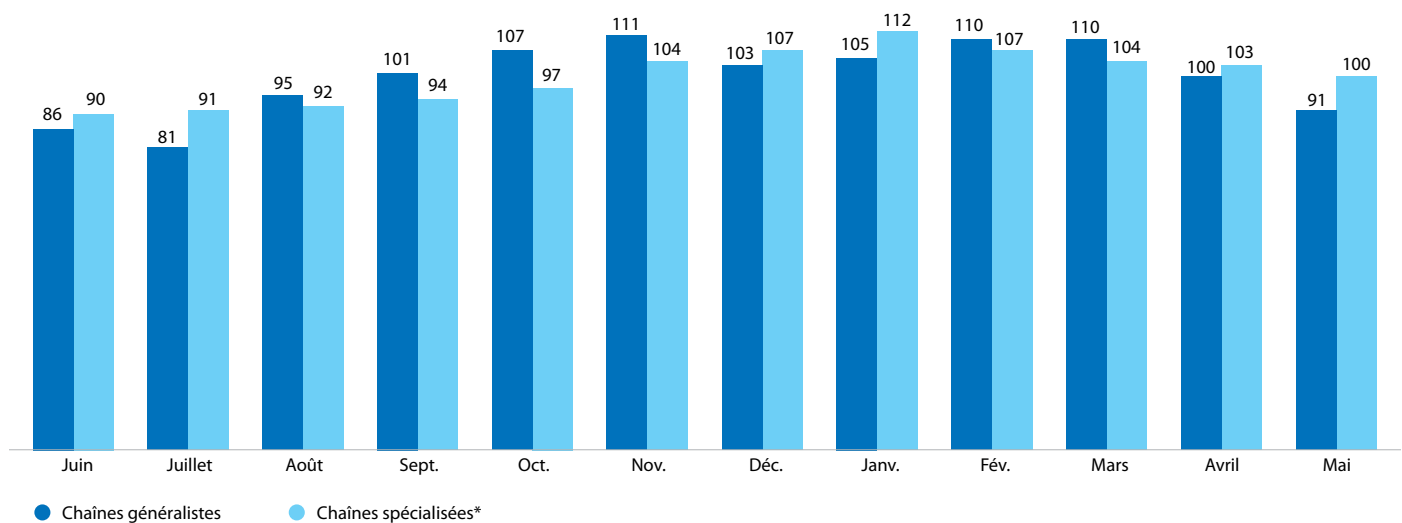
Les Québécois ont passé en moyenne le même nombre d'heures par semaine devant la télévision qu'en 2008, soit 33 heures. Jusqu'à 49 ans, l'écoute demeure sous la moyenne québécoise. Elle atteint ensuite un sommet de 52 heures chez les 65 ans et plus. C'est de 12 à 34 ans que la moyenne d'heures d'écoute est la plus basse, avec 24 heures. On remarque la plus importante baisse chez les 25-34 ans, soit deux heures. À noter qu'aucun groupe d'âge n'a augmenté sa moyenne d'heures d'écoute depuis 2008.

3.

La dominance de l'écoute au Québec des chaînes généralistes s'étend d'août à novembre et de février à mars. Fait à noter, les chaînes spécialisées gagnent les mois de décembre et janvier, mais perdent août et mars au profit des généralistes. Dans la dernière édition du *Guide annuel des médias*, les chaînes généralistes dominaient plutôt au moment de la diffusion de leurs programmations courantes, soit de septembre à février.

3. Écoute par mois des chaînes généralistes et spécialisées (canadiennes)

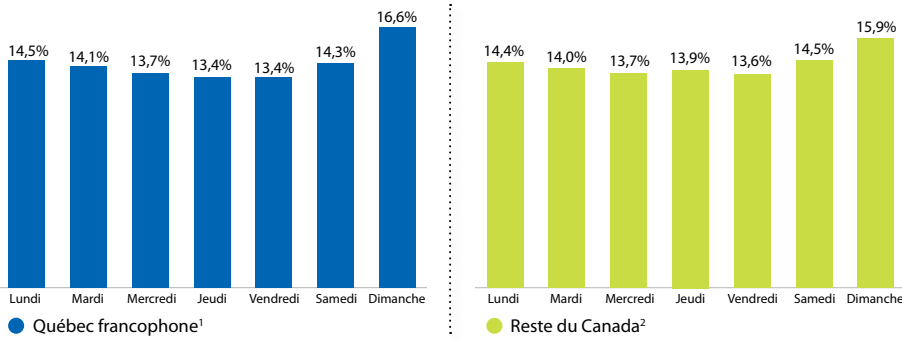
INDICE D'ÉCOUTE AU QUÉBEC FRANCOPHONE



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, juin 2008 à mai 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus, heures d'écoute par jour
* Ne comprend pas les chaînes numériques et payantes

4. Répartition des heures d'écoute par jour

ENTRE 6 H ET 6 H



Source¹: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus, auditoires moyens à la minute
 Source²: Sondages BBM, audimétrie BBM-NMR, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus, auditoires moyens à la minute

4.

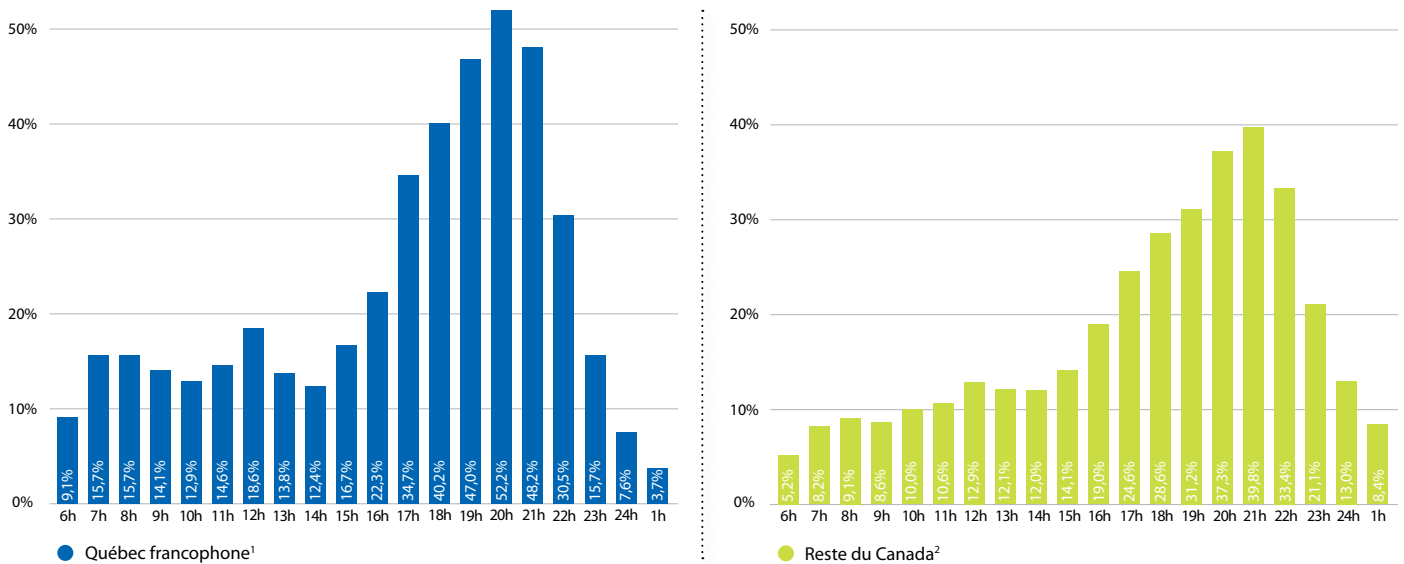
Au Québec, l'écoute de la télévision suit une courbe descendante à partir du lundi jusqu'au vendredi, puis grimpe ensuite le samedi et dimanche. Le dimanche demeure la journée où l'écoute télévisuelle est la plus élevée, avec 16,6% au Québec et 15,9% dans le reste du Canada. Au Québec, l'écoute est désormais plus élevée le lundi que le samedi, avec 14,5% contre 14,3%. Dans le reste du Canada, le samedi demeure la deuxième journée en importance dans l'écoute, avec 14,5%.

5.

Partout au pays, l'écoute augmente graduellement à partir de 15 h avant d'atteindre son point culminant à 20 h pour le Québec francophone et à 21 h pour le reste du Canada. Au Québec, une moyenne de 44,5% de la population se trouve devant le petit écran de 19 h à 22 h, avec un sommet à 20 h (52,2%). Dans le reste du Canada, durant la même période de trois heures, une moyenne de 35,4% de la population regarde la télévision, avec une pointe à 21 h (39,8%).

5. Pourcentage de la population à l'écoute de la télévision

PAR TRANCHE D'HEURE, DU LUNDI AU VENDREDI ENTRE 6 H AM ET 2 H AM



Source¹: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-ven 6a-2a, 2 ans et plus, cotes d'écoute
 Source²: Sondages BBM, audimétrie BBM-NMR, 19 janvier-19 avril 2009, lun-ven 6a-2a, 2 ans et plus, cotes d'écoute

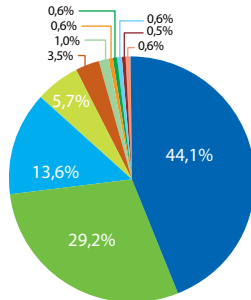
Télévision

Réseaux généralistes : parts de marché

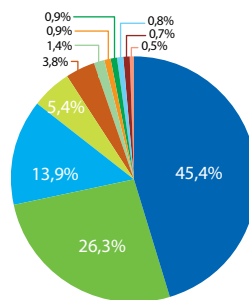
6. Parts d'écoute de la télévision au Québec

DANS LES PRINCIPAUX MARCHÉS

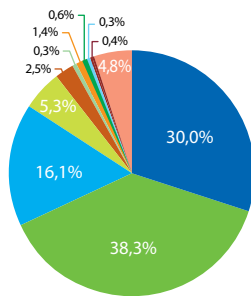
Province de Québec francophone¹



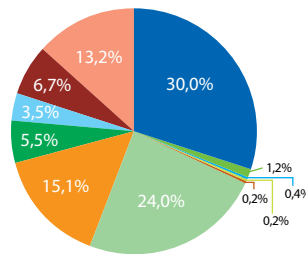
Montréal francophone¹



Québec²



Montréal anglophone²



- Chaînes canadiennes spécialisées*
- TVA
- Radio-Canada
- TQS
- Télé-Québec
- CTV
- Chaînes américaines conventionnelles
- Chaînes américaines spécialisées
- Global
- CBC
- Autres

6.

Les chaînes spécialisées canadiennes ont continué de gagner des parts d'écoute partout au Québec, avec une hausse moyenne de 2,3 %. Elles occupent plus de 44 % des parts du Québec francophone ainsi que dans le marché de Montréal francophone, et 30 % pour Québec et le Montréal anglophone. Radio-Canada et TQS ont, elles, connu des pertes pour le Québec francophone, spécifiquement dans les marchés du Montréal francophone et de Québec, tandis que TVA enregistre ses meilleurs résultats à Québec, avec 38,3 %, une hausse de 6,3 % par rapport à l'année précédente.

7.

TVA, qui demeure la station la plus regardée, augmente ses parts d'écoute partout au Québec, pendant que Radio-Canada, TQS et Télé-Québec accusent des pertes. Radio-Canada obtient ses meilleures parts dans la région d'Ottawa-Gatineau, avec 15,9 % ainsi qu'à Trois-Rivières, Rivière-du-Loup et Carleton, où ses parts atteignent 15,3 %. TQS, dont les parts ont presque diminué de moitié pour le Québec, affiche ses meilleurs résultats à Sherbrooke (5,1 %). La population de Saguenay est celle qui regarde le plus les chaînes spécialisées (34,2 %), suivie de près par celle de Rouyn (33,4 %).

Source 1 : Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus
 Source 2 : Sondages BBM, cahiers d'écoute, printemps 2009, lun-dim 6a-2a, 2 ans et plus
 *Comprend chaînes spécialisées, numériques, payantes; françaises et anglaises.

7. Parts d'écoute de la télévision pour les autres marchés du Québec

	Chaînes spécialisées*	TVA	Radio-Canada	TQS	Télé-Québec	CTV	Chaînes américaines convent.	Chaînes américaines spécialisées	CBC	Global	Autres
Ottawa –Gatineau franco	29,4%	25,8%	15,9%	3,1%	2,3%	4,1%	3,4%	2,0%	1,6%	1,9%	10,5%
Sherbrooke	29,7%	38,5%	14,1%	5,1%	2,3%	1,3%	1,9%	0,5%	0,5%	0,5%	5,6%
Trois-Rivières	28,8%	43,2%	15,3%	4,9%	2,0%	0,5%	1,2%	0,3%	0,1%	0,0%	3,7%
Saguenay	34,2%	40,0%	13,8%	4,1%	2,2%	0,2%	0,4%	0,2%	0,2%	0,1%	4,6%
Rouyn	33,4%	40,8%	12,7%	3,6%	2,0%	0,9%	1,1%	0,5%	0,4%	0,2%	4,4 %
Rimouski/Matane/Sept-Îles	31,8%	42,7%	14,0%	4,0%	2,1%	0,4%	0,9%	0,2%	0,3%	0,1%	3,5%
Rivière-du-Loup	29,6%	43,8%	15,3%	5,0%	2,0%	0,1%	0,5%	0,1%	0,2%	0,1%	3,3%
Carleton	29,6%	33,6%	15,3%	4,7%	1,6%	2,7%	3,7%	1,9%	1,0%	0,4%	5,5%

Source : Sondages BBM, cahiers d'écoute, printemps 2009, lun-dim 6a-2a, 2 ans et plus
 *Comprend chaînes spécialisées, numériques, payantes; françaises et anglaises.

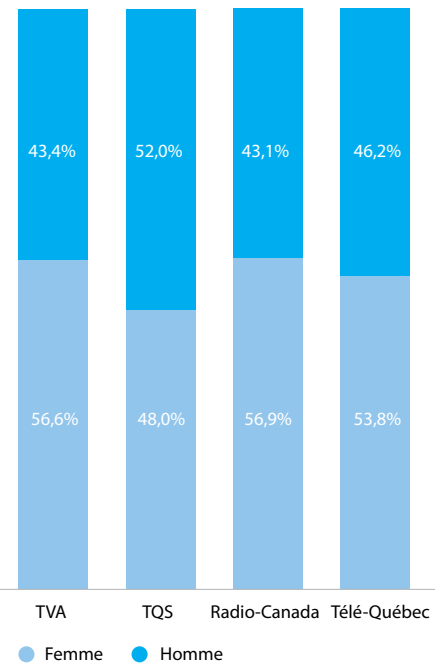
Télévision

Réseaux généralistes : profil des téléspectateurs

8. Répartition des auditoires des réseaux généralistes

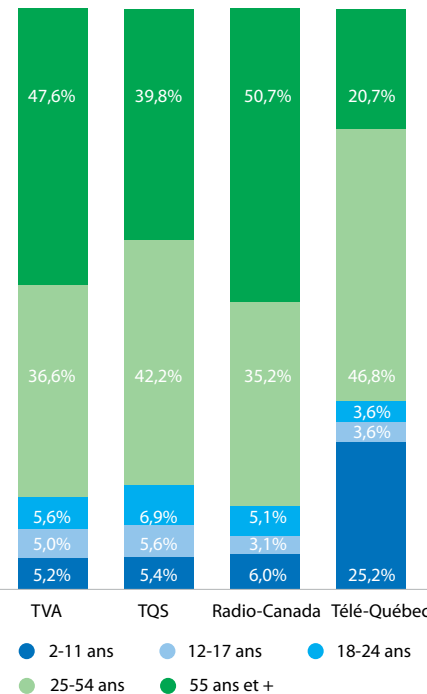
Par sexe

QUÉBEC FRANCOPHONE, 2 ANS ET PLUS



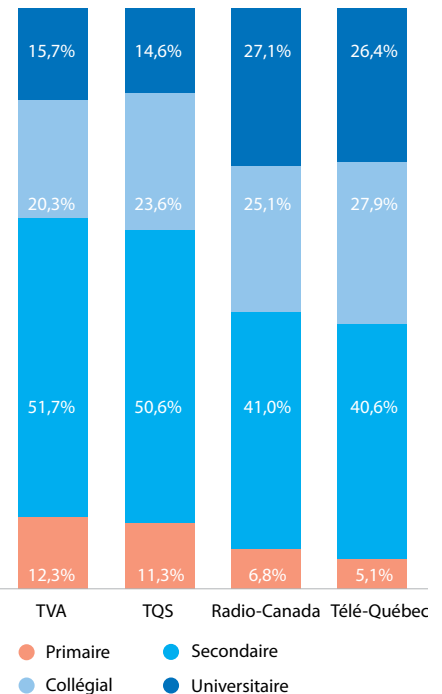
Par groupe d'âge

QUÉBEC FRANCOPHONE



Par niveau de scolarité

QUÉBEC FRANCOPHONE, 18 ANS ET PLUS



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 18 ans et plus

8.

L'auditoire des chaînes généralistes demeure majoritairement féminin encore cette année, à l'exception de celui de TQS. Radio-Canada atteint la plus forte proportion de femmes, avec 56,9%, contrairement à l'an passé, où TVA dominait à ce chapitre. Celle-ci arrive d'ailleurs deuxième (56,6%), devant Télé-Québec (53,8%). TQS demeure la station la plus regardée par les hommes, avec 52%, une hausse de 2,2%.

TQS touche moins de 55 ans et plus (39,8%) qu'en 2008, au profit des autres groupes d'âge. Radio-Canada a, elle, augmenté ses parts auprès des 55 ans et plus de 2,9%, pour atteindre 50,7%. Télé-Québec attire la plus grande proportion des 25-54 ans, avec 46,8%. La station attire aussi la plus forte proportion des 2-11 ans, avec 25,2%.

L'auditoire de Radio-Canada compte le plus haut taux d'universitaires, soit 27,1%, une augmentation de 2,6% par rapport à l'année dernière. La chaîne est suivie de près par Télé-Québec (26,4%), première au classement en 2008.

Télévision

Réseaux généralistes : top des émissions

9. Les émissions les plus regardées au Québec francophone

RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
1	SRC	Bye Bye 2008	1	3 059
2	TVA	Star Académie - Le variété	1	2 829
3	TVA	Star Académie - Le variété	9	2 419
4	TVA	Occupation double	2	2 074
5	TVA	Le Banquier	11	1 823
6	TVA	Céline sur les Plaines	1	1 764
7	TVA	Occupation Double	9	1 721
8	TVA	Annie et ses hommes la grande finale	1	1 720
9	SRC	Gala de l'Adisq 2008	1	1 689
10	SRC	Tout le monde en parle	1	1 658
11	TVA	Célébration 2009	1	1 628
12	TVA	Star Académie - La quotidienne	35	1 624
13	TVA	Occupation Double	10	1 525
14	SRC	SP : Infoman	1	1 479
15	TVA	Dieu merci l'année est finie!	1	1 461
16	SRC	Bye Bye 2008	1	1 453
17	TVA	Occupation Double	9	1 432
18	TVA	Dieu merci!	21	1 425
19	SRC	Tout le monde en parle	21	1 423
20	SRC	Gala prix Gémeaux	1	1 417
21	TVA	La Poule aux oeufs d'or - Spécial Gala 2009	1	1 411
22	TVA	Les Actions du Banquier	1	1 372
23	TVA	Annie et ses hommes : une grande aventure	1	1 296
24	TVA	Annie et ses hommes	19	1 282
25	TVA	Star Académie - La quotidienne	1	1 281

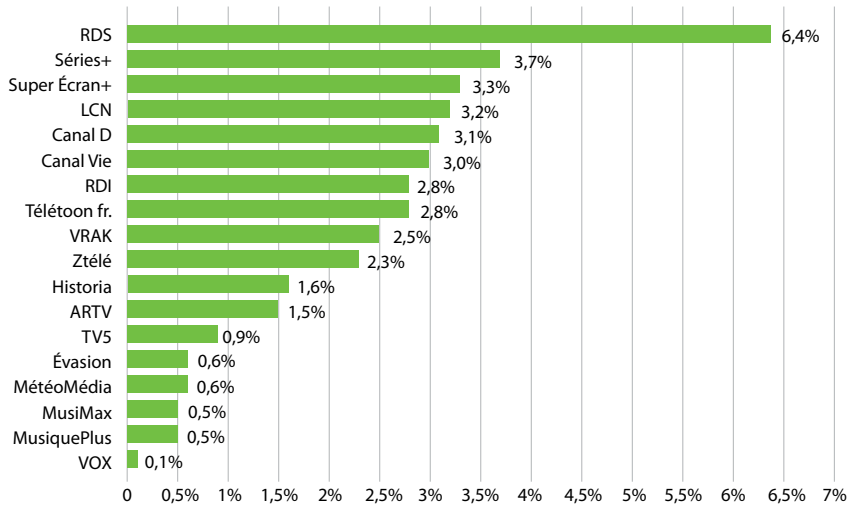
RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
26	TVA	Les Actions du Banquier	1	1 231
27	TVA	Véronic DiCaire au Centre Bell	2	1 226
28	SRC	Les Boys	13	1 217
29	TVA	La Classe de 5 ^e	11	1 216
30	SRC	SP : Moment de vérité	1	1 213
31	TVA	La Classe de 5 ^e : c'est la rentrée!	1	1 205
32	TVA	SP : Bloopers	1	1 195
33	TVA	Occupation Double	1	1 183
34	TVA	Les Auditions de Star Académie 2009	11	1 182
35	TVA	Red Bull Crashed Ice / Québec 2009	1	1 180
36	TVA	La Poule aux oeufs d'or - Gala country 2008	1	1 163
37	TVA	René Angélil : le maître du jeu	1	1 160
38	TVA	Dieu merci! piège Éric Salvail	2	1 154
39	TVA	Patrick Huard, juste pour rire	1	1 151
40	TVA	La Cour des grands	11	1 151
41	TVA	Que feriez-vous pour 1000 \$ - La finale	1	1 150
42	TVA	Salut, bonjour! C'est la rentrée TVA 2008	1	1 149
43	SRC	Les Boys	1	1 142
44	SRC	Noël chez les Paré	1	1 136
45	TVA	Taxi 0-22	11	1 133
46	TVA	SP: Bloopers TVA	5	1 115
47	SRC	L'Auberge du chien noir	26	1 113
48	TVA	Juste pour rire	10	1 109
49	TVA	Le Débat des chefs	1	1 074
50	SRC	Les Parent	20	1 068

Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 1 septembre 2008-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

Chaînes spécialisées : audience et parts de marché

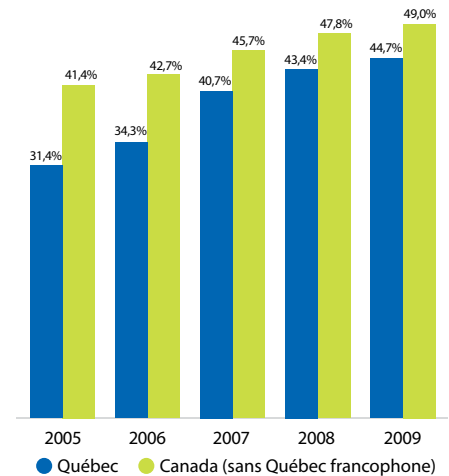
10. Parts de marché des chaînes spécialisées

QUÉBEC FRANCOPHONE



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

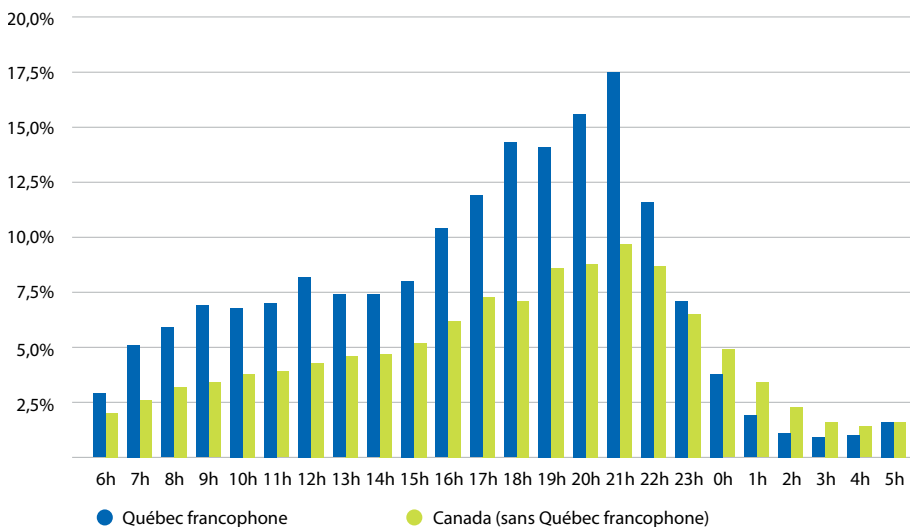
11. Évolution des parts des chaînes spécialisées, numériques et payantes (canadiennes et américaines)



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM et BBM-NMR, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

12. Écoute des chaînes spécialisées canadiennes* par tranche horaire

POURCENTAGE DE LA POPULATION À L'ÉCOUTE



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM et BBM-NMR, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus, cotes d'écoute
*Ne comprend pas les chaînes numériques et payantes.

10.

RDS occupe encore la tête du peloton, avec 6,4%, malgré une baisse de 1%. Cette année encore, Séries+ grimpe d'un échelon et se classe deuxième, avec 3,7% des parts. Super Écran baisse d'une position pour se retrouver troisième, avec 3,3%. LCN marque une remontée notoire, passant de la huitième à la quatrième place, avec une augmentation de 0,7%, pour s'établir à 3,2%.

11.

L'écoute des chaînes spécialisées, numériques et payantes a continué sa progression partout au pays. Au Québec, elle a augmenté de 1,3% comparativement à 2008 pour atteindre 44,7%. Dans le reste du Canada, elle a connu une hausse de 1,2% pour se chiffrer à 49%.

12.

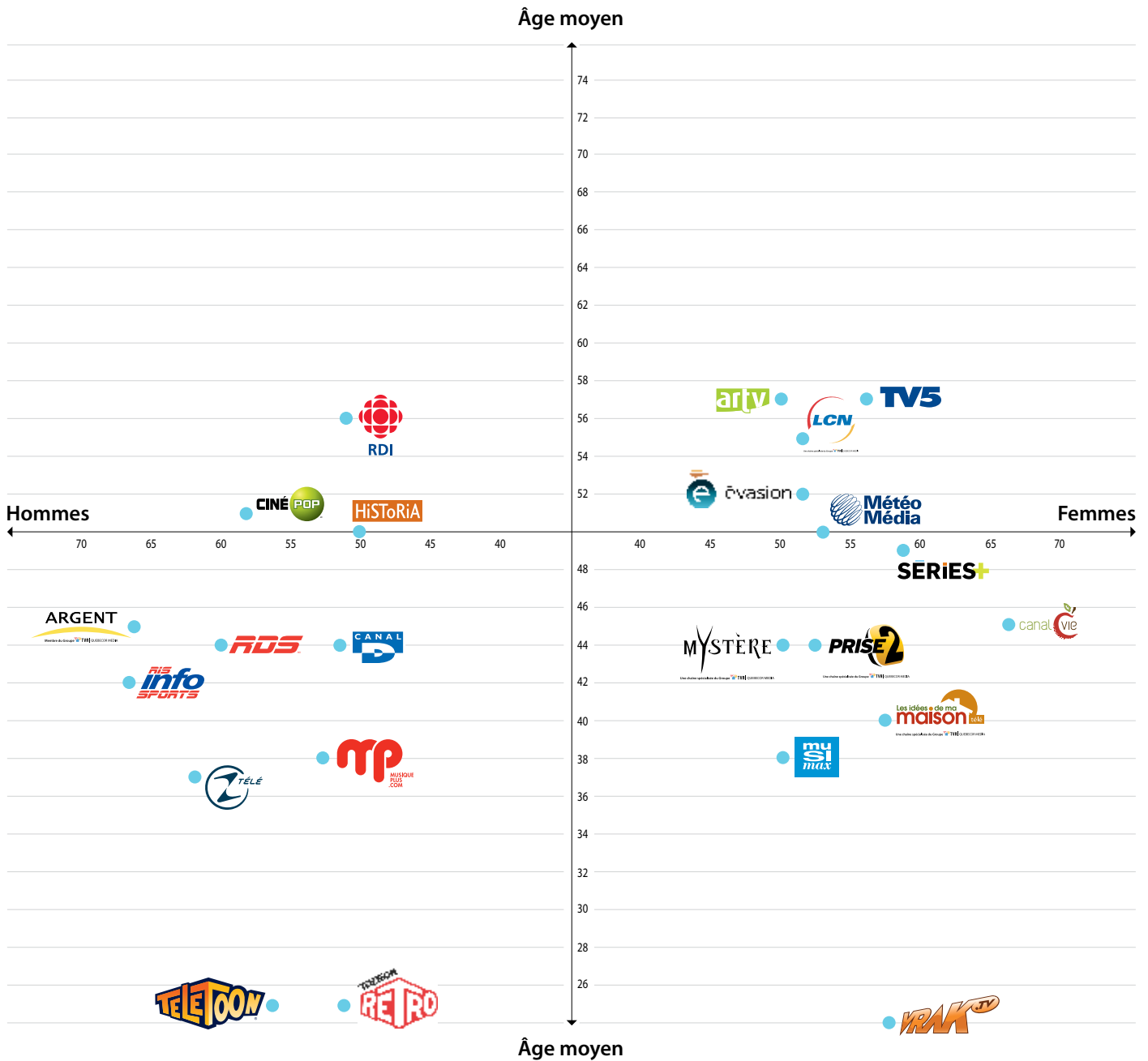
Partout au pays, c'est de 21 h à 22 h que l'écoute des chaînes spécialisées est la plus forte, regroupant 17,5% de la population du Québec francophone, comparativement à 18,2% l'an dernier, et 9,7% du reste du Canada, une hausse de 0,1%. L'écoute des spécialisées est plus élevée au Québec de 6 h à 24 h, alors que le reste du Canada est davantage à l'écoute pendant la nuit, à l'exception de 5 h à 6 h, un bloc qui arrive à égalité avec l'écoute du Québec francophone.

Télévision

Profil des chaînes spécialisées et numériques

13. Profil des chaînes selon le sexe et l'âge

QUÉBEC FRANCOPHONE



Source: Sondages BBM, Service audimétrique PPM, 19 janvier au 19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

13.

Canal Vie est la chaîne au profil le plus féminin, tandis que RIS est celle avec la plus forte concentration d'hommes, suivie de près par Argent. Télétoon, Télétoon Rétro et Vrak.tv présentent les profils les plus jeunes, Vrak.tv touchant davantage les jeunes femmes. RDI, Artv et TV5 ont, elles, les profils les plus âgés.

Chaînes spécialisées : top des émissions

14. Les émissions les plus regardées au Québec francophone

RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
1	RDS	Hockey des Canadiens - éliminatoires	2	1 173,5
2	RDS	Football CFL	1	1 061,5
3	RDS	Hockey NHL All Star	3	898,7
4	RDS	Hockey des Canadiens (samedi)	23	884,3
5	RDS	Hockey des Canadiens (mardi)	17	812,9
6	RDS	Hockey des Canadiens	42	737,5
7	RDS	Football Super Bowl	1	706,1
8	RDS	Hockey des Canadiens (présaison)	2	518,1
9	RDS	Football Super Bowl (après-midi)	1	382,5
10	RDS	Football Super Bowl (avant-match)	1	376,8
11	RDS	Hockey avant-match (samedi)	22	366,4
12	RDS	L'Après-match (samedi)	18	344,1
13	RDS	Hockey avant-match (mardi)	11	295,3
14	RDI	Investiture Barack Obama	4	269,6
15	Series+	Les Experts	16	223,8
16	Series+	C.S.I. Miami	15	221,1
17	Series+	Les Experts	1	219,5
18	Series+	Sans laisser de trace	25	219,1
19	RDI	Élections présidentielles américaines (soir)	7	217,1
20	RDS	Football CFL Mtl	9	214,3
21	VRAK	Les Frères Scott	2	211,7
22	RDS	Hockey championnat mondial jr	11	211
23	VRAK	Les Frères Scott	15	210,3
24	ARTV	Le Temps d'une paix	152	202,2
25	RDS	Hockey NHL - éliminatoire	9	193,3

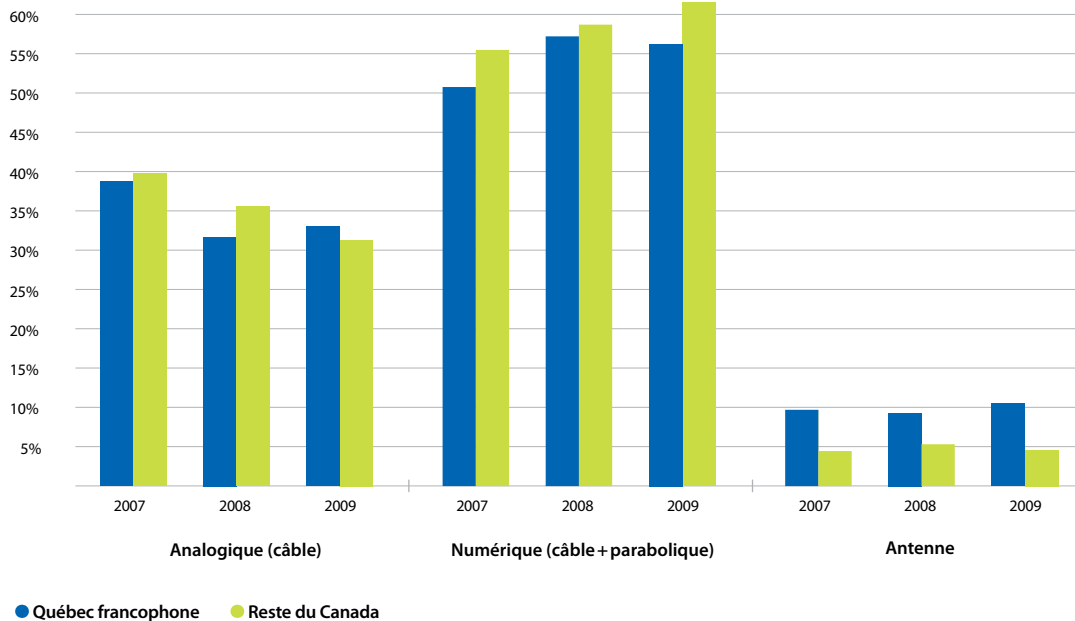
RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
26	Series+	Bones	23	191,6
27	Series+	La Loi et l'ordre: crimes sexuels	15	187,6
28	RDS	Formule 1 (R)	3	186
29	Series+	C.S.I. Miami	16	184
30	Z-tele	La Femme bionique	8	183,7
31	RDS	Football NFL - éliminatoires	5	183,5
32	RDI	Investiture Barack Obama	9	182,7
33	RDS	Football CFL - éliminatoires	4	182,5
34	RDI	Élections canadiennes 2008 - débat (français)	4	179,2
35	RDI	Élections québécoises 2008 - analyse	4	177,4
36	RDI	Bonsoir Bernard Derome	1	173,3
37	RDI	Crise politique Ottawa-Harper	4	171
38	RDS	Formule 1	2	167,7
39	RDI	Visite Barack Obama -AM	4	164,3
39	RDI	Élections québécoises 2008 - débat	4	163,5
41	RDS	L'Antichambre	104	162,8
42	VRAK	High School Musical 1, premiers pas sur scène	1	161,6
43	RDI	Visite Barack Obama -PM	8	161,4
44	RDS	Football CFL(avant-match)	6	157,8
45	RDS	Gr semaine hockey	1	156,7
46	RDI	Obama vers Maison-Blanche	1	155
47	VRAK	Camp Rock	1	154,5
48	RDS	Formule 1	10	153,9
49	Series+	L.A. enquêtes prioritaires	16	153,8
50	Series+	Victimes du passé	24	148,4

Source: Sondages BBM, audimétrie PPM, 1 septembre 2008-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

Télévision

Modes de réception de la télévision au Québec vs Canada

15. Pourcentage de la population selon le type de réception



Source: Sondages BBM, audimétrie PPM et BBM-NMR, 19 janvier-19 avril 2009, lun-dim 6a-6a, 2 ans et plus

15.

Dans le reste du Canada, le pourcentage des gens abonnés au signal numérique ne cesse d'augmenter, avec une hausse d'environ 5 % pour atteindre 64 %. Le signal numérique a toutefois connu un recul au Québec francophone, perdant 2,1 % depuis l'an passé, se chiffrant maintenant à 56,4 %.

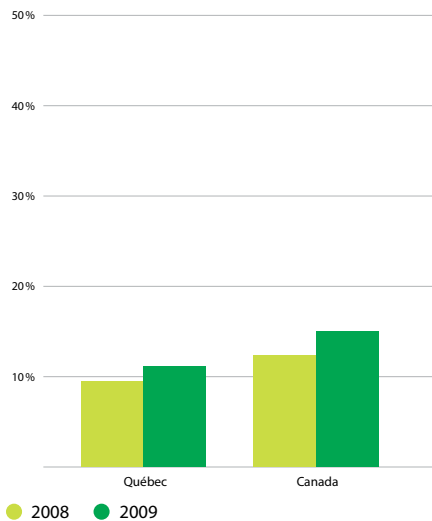
16.

Le taux de pénétration des enregistreurs numériques continue de progresser partout au Canada, avec une hausse de 7 points de pourcentage pour s'élever à 15 %. Encore cette année, ce taux demeure plus élevé que celui du Québec, qui atteint 11,1 %, une progression de 6 points de pourcentage. Au pays, une croissance s'observe également du côté des téléviseurs prêts pour la haute définition (49,5 %) et de ceux reliés à un récepteur de signaux HD (25,6 %).

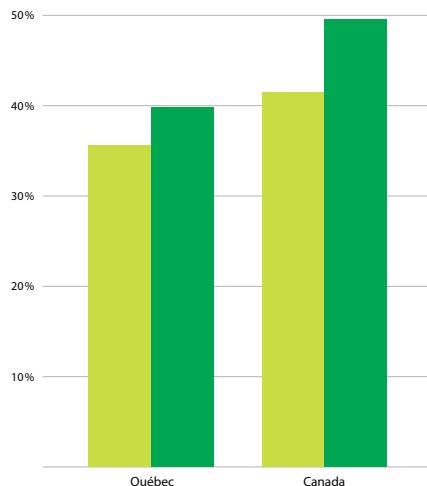
16. Enregistreurs numériques

TAUX DE PÉNÉTRATION DES ENREGISTREURS NUMÉRIQUES PERSONNELS, TÉLÉVISEURS HD ET RÉCEPTION HD (PVR) PAR LA MÉTHODE DES CAHIERS D'ÉCOUTE

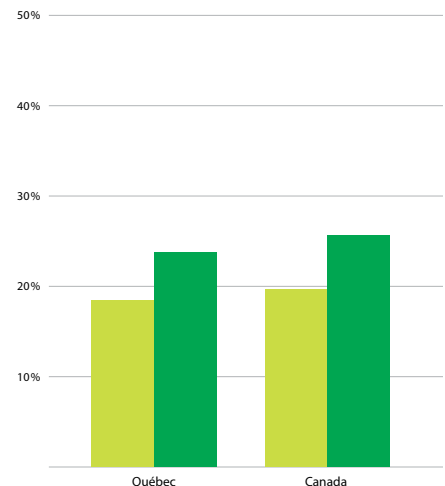
Enregistreurs numériques personnels (PRV)



Téléviseurs prêts pour la haute définition



Téléviseurs HD reliés à un récepteur de signaux HD



Source: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Automne 2008 et printemps 2009, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus