

Télévision

NOUVEAUTÉS ET INNOVATIONS

Alors que les réseaux de télévision généralistes s'adaptent aux nouvelles technologies, les spécialisés, eux, continuent de se multiplier.

Deux réseaux spécialisés ont vu le jour le printemps dernier: Yooopa, lancée par Quebecor et destiné à la petite enfance, et Zeste, propriété de Groupe Serdy et consacré à tout ce qui touche la cuisine.

D'autre part, le créneau du sport suscite l'intérêt. Groupe TVA a obtenu, au début de mars, une licence du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) pour exploiter un réseau sportif, TVA Sports. À la fin de juin, c'était au tour de Radio-Canada de recevoir une telle licence, pour Radio-Canada Sports. Ces deux réseaux, pas encore en ondes, ouvriront le marché des réseaux sportifs franco-

phones, jusqu'à maintenant détenu par RDS. Quebecor a également dévoilé un réseau d'information, Sun TV News, qui s'adressera au marché canadien anglophone.

Puis, après plusieurs années de batailles, une décision a enfin été rendue, à la fin de mars 2010, par le CRTC, sur la perception des redevances, réclamées depuis trois ans par les diffuseurs généralistes: la valeur des signaux est reconnue, mais les réseaux généralistes privés devront les négocier avec les câblodistributeurs. En cas d'échec des négociations, les généralistes pourront retirer leur signal. Radio-Canada est toutefois exclu

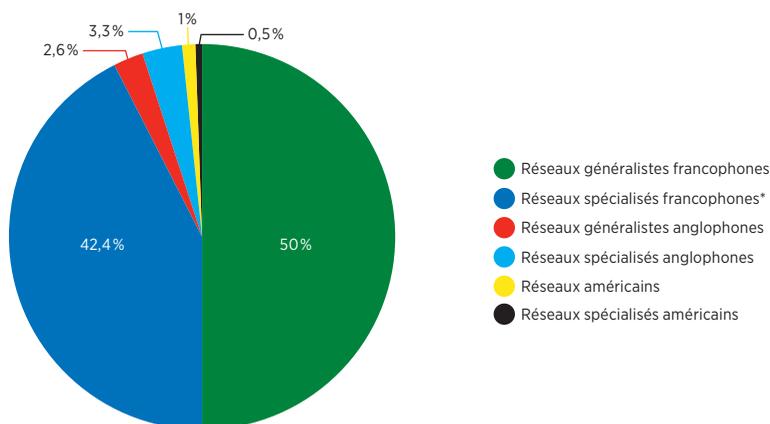
de cette décision, puisqu'il ne peut retirer son signal des ondes à cause de son statut de diffuseur public.

Enfin, Radio-Canada et Vidéotron ont diversifié leur offre en lançant des plateformes web. En janvier, Radio-Canada a mis en ligne Tou.tv, alors qu'en juin, Vidéotron, propriété de Quebecor, dévoilait Illicoweb.

Depuis septembre 2009, le Canada anglais, Toronto, Calgary et Vancouver sont mesurées avec la technologie PPM (Portable People Meter), soit quatre ans après Montréal et le Québec francophone. •

01 Répartition de l'écoute au Québec francophone

Parts des heures d'écoute



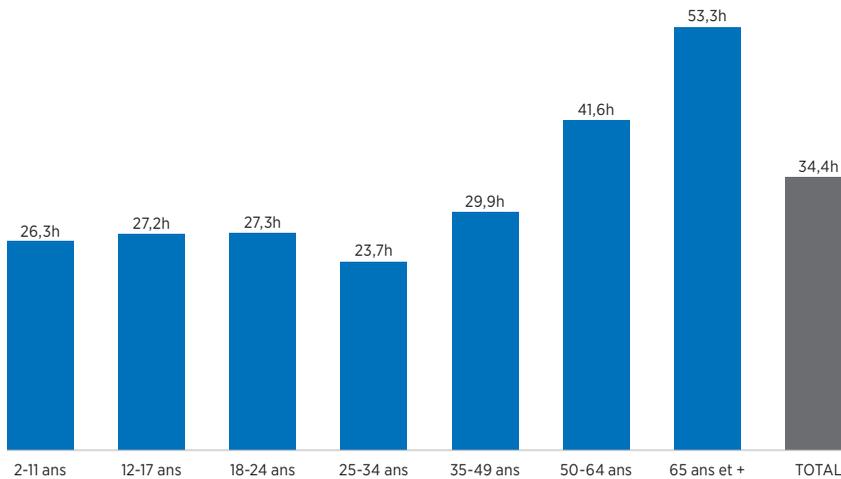
01 Les réseaux généralistes francophones demeurent les plus regardés, à 50 %, malgré une légère baisse de 2,2% par rapport à 2009. Les réseaux spécialisés poursuivent, eux, leur ascension, et ont gagné 0,8% depuis l'an dernier, pour atteindre 42,4%. Au Québec, les diffuseurs francophones totalisent 92,4% de l'écoute.

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
*Comprend réseaux spécialisés, numériques et payants

Données générales d'auditoire

02 Écoute selon le groupe d'âge

Moyenne des heures d'écoute par semaine au Québec francophone



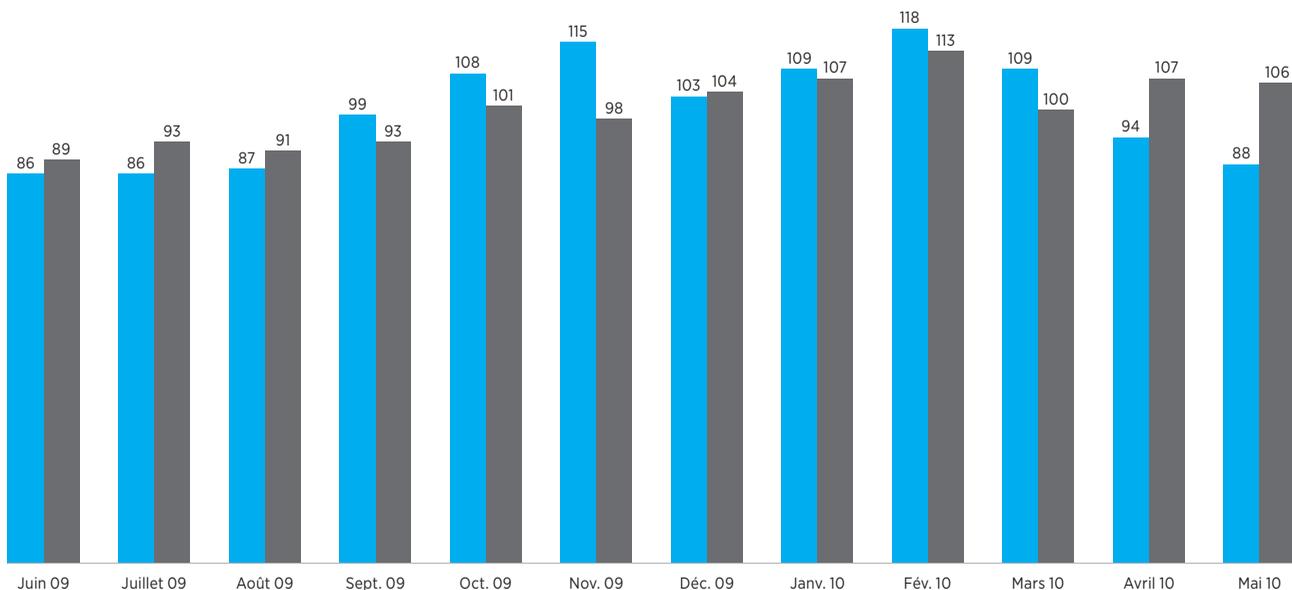
Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a

02 La moyenne des heures d'écoute par semaine au Québec a sensiblement augmenté comparativement à 2009, passant de 33 à 34 heures. Chez les moins de 49 ans, l'écoute demeure sous la moyenne québécoise. Elle atteint un sommet de 53 heures chez les 65 ans et plus. C'est chez les 25-34 ans que la moyenne est la plus basse, avec 24 heures. Il s'agit d'ailleurs du seul groupe qui n'a connu aucune augmentation de sa moyenne d'heures d'écoute.

03 Les réseaux généralistes au Québec dominent en octobre, novembre et de janvier à mars. Fait à noter, les réseaux spécialisés devancent les généralistes en décembre ainsi que du mois d'avril à août.

03 Écoute par mois des réseaux généralistes et spécialisés (canadiens)

Indice d'écoute au Québec francophone



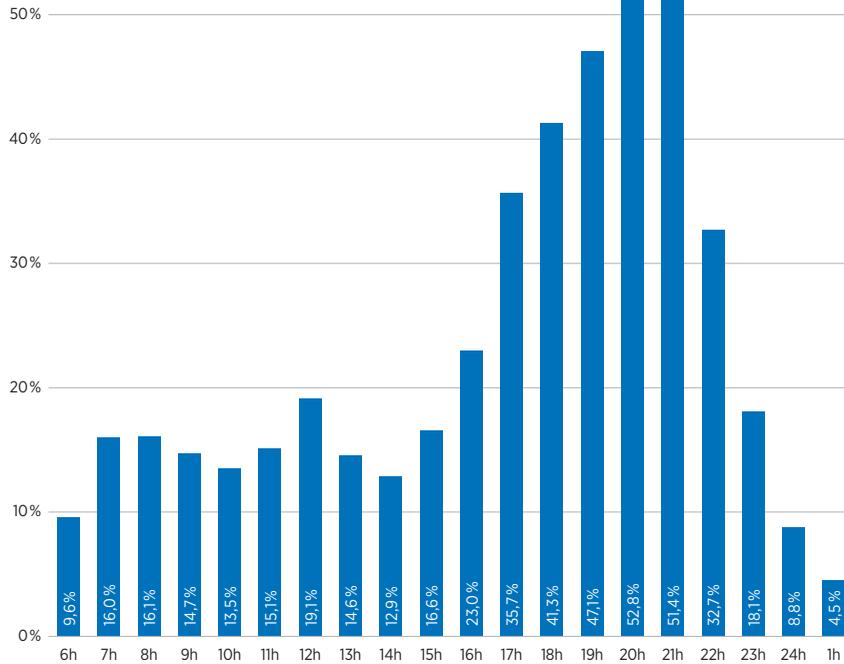
● Réseaux généralistes ● Réseaux spécialisés*

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, Juin 2009 à mai 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus, Heures d'écoute par jour
* Ne comprend pas les réseaux numériques et payants

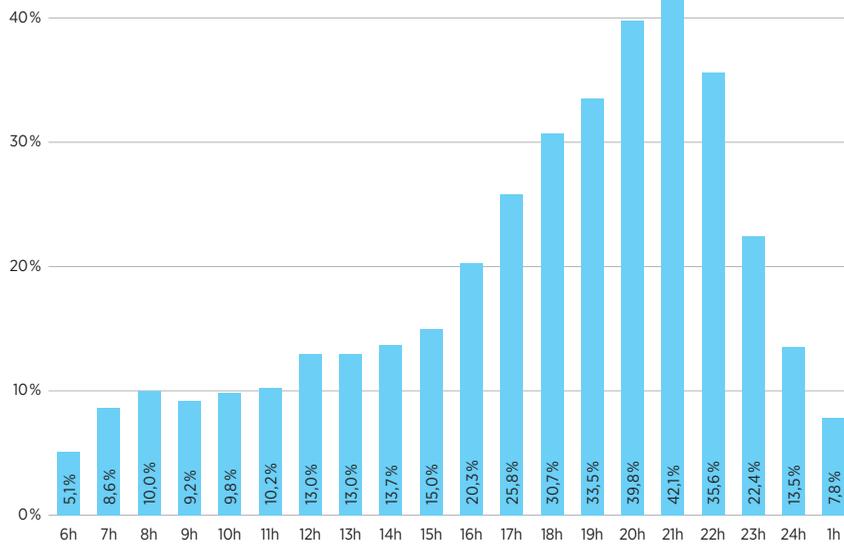
Données générales d'auditoire

04 Pourcentage de la population à l'écoute de la télévision

Par tranche d'heure, du lundi au vendredi entre 6h am et 2h am



04 L'écoute augmente graduellement à partir de 14h00 pour le Canada et 15h00 pour le Québec. Au Québec, une moyenne de 46% de la population se trouve devant le petit écran entre 19h et 23h, avec un pic à 20h (52,8%). Dans le reste du Canada, durant la même période de quatre heures, une moyenne de 37,8% de la population regarde la télévision, avec un pic à 21h (42,1%).



● Québec francophone ● Reste du Canada

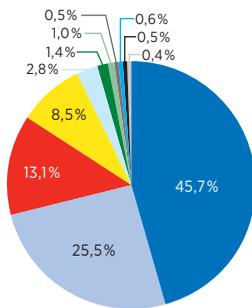
Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Ven 6a-2a, 2 ans et plus, Cotes d'écoute

Écoute de la télévision au Québec : parts de marché

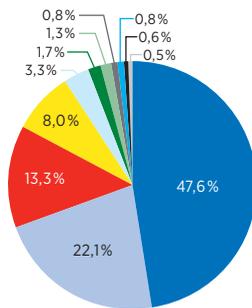
05 Parts d'écoute de la télévision au Québec

Dans les principaux marchés

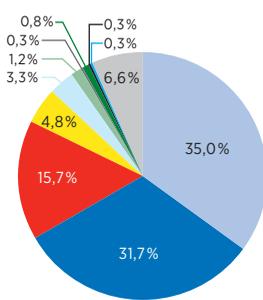
Province de Québec francophone¹



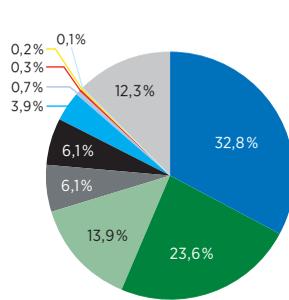
Montréal francophone¹



Québec²



Montréal anglophone²



Source¹: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
Source²: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Printemps 2010, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus
*Comprend réseaux spécialisés, numériques, payants, français et anglais.

05 Les réseaux spécialisés canadiens ont continué de gagner des parts d'écoute partout au Québec, avec une hausse moyenne de 1,6%. Ils détiennent près de 46% des parts de marché du Québec francophone ainsi que 48% du Montréal francophone, alors que ces parts sont de 35% pour la ville de Québec et d'un peu moins de 33% pour le Montréal anglophone. SRC et TVA ont connu des pertes pour le Québec francophone, spécifiquement dans les marchés du Montréal francophone et de Québec, tandis que V, anciennement TQS, connaît une hausse de 2,8%.

06 TVA, qui demeure le réseau le plus regardé, diminue ses parts d'écoute partout au Québec, tout comme SRC et Télé-Québec, alors que V augmente les siennes. SRC obtient ses meilleures parts d'écoute dans la région de Rivière-du-Loup, avec 16,3%, ainsi qu'à Saguenay (16,2%), à Trois-Rivières (16,1%) et à Carleton (15,2%). TVA affiche ses meilleurs résultats à Rivière-du-Loup, avec 41,9%, ainsi qu'à Rimouski/Matane/Sept-Îles (39,9%) et à Trois-Rivières (38,3%). La population de Rouyn est celle qui regarde le plus les réseaux spécialisés (35,9%), suivie de près par Ottawa-Gatineau francophone (35,5%).

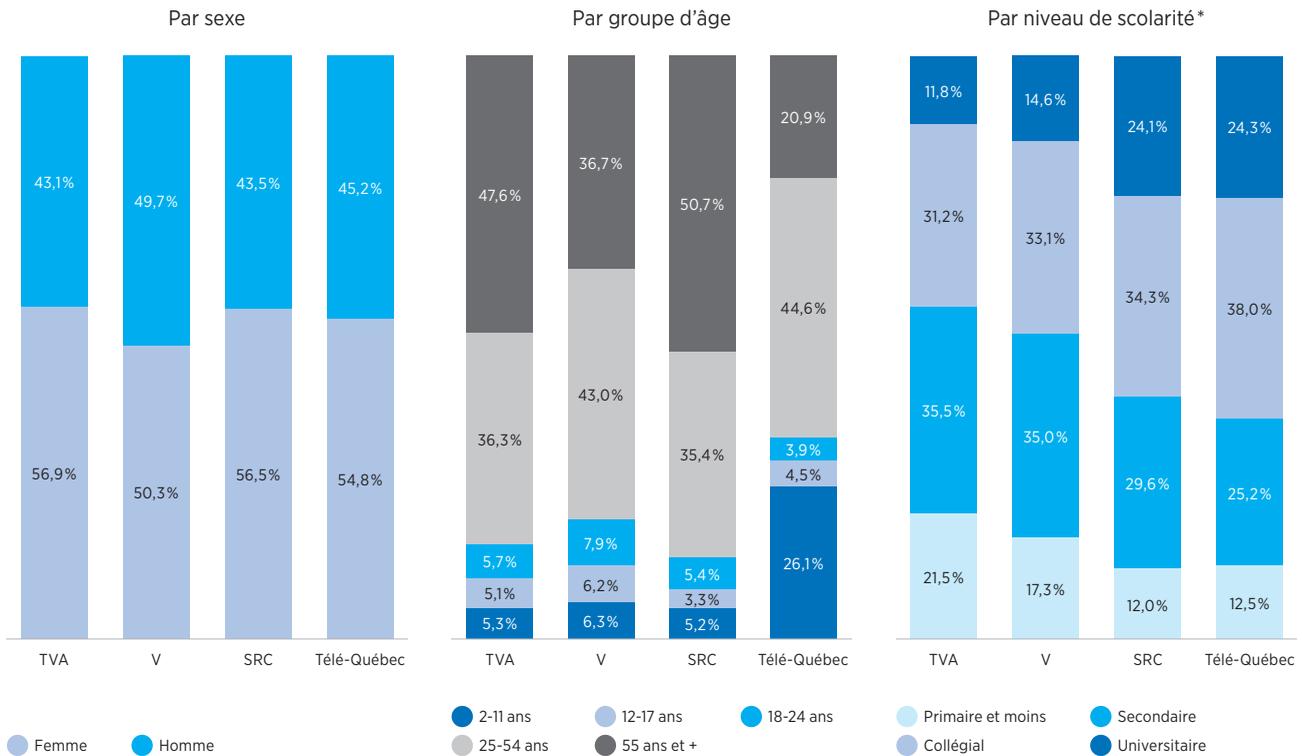
06 Parts d'écoute de la télévision pour les autres marchés du Québec

	RÉSEAUX SPÉCIALISÉS CANADIENS*	TVA	SRC	V	TÉLÉ-QUÉBEC	CTV	RÉSEAUX AMÉRICAINS GÉNÉRALISTES	RÉSEAUX AMÉRICAINS SPÉCIALISÉS	CBC	GLOBAL	AUTRES
Ottawa-Gatineau franco	35,5%	21,2%	14,9%	3,9%	2,4%	4,6%	2,7%	2,2%	1,8%	1,8%	9,0%
Sherbrooke	30,2%	35,2%	15,0%	5,1%	2,8%	0,9%	2,4%	0,7%	0,4%	0,4%	6,9%
Trois-Rivières	30,7%	38,3%	16,1%	5,6%	2,4%	0,4%	1,1%	0,4%	0,3%	0,2%	4,5%
Saguenay	34,1%	34,8%	16,2%	5,5%	2,4%	0,2%	0,5%	0,2%	0,1%	0%	6,0%
Rouyn	35,9%	33,2%	14,6%	5,8%	2,2%	0,6%	1,2%	0,2%	0,4%	0,2%	5,7%
Rimouski/Matane/Sept-Îles	34,0%	39,9%	13,3%	4,7%	1,7%	0,3%	0,4%	0,2%	0,3%	0,1%	5,1%
Rivière-du-Loup	30,1%	41,9%	16,3%	4,5%	2,0%	0,2%	0,6%	0,2%	0,1%	0,1%	4,0%
Carleton	31,1%	30,6%	15,2%	4,1%	1,7%	3,1%	3,9%	1,6%	1,5%	1,4%	5,8%

Source: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Printemps 2010, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus
*Comprend les réseaux spécialisés, numériques, payants, français et anglais.

Réseaux généralistes : profil des téléspectateurs

07 Répartition des auditoires des réseaux généralistes au Québec francophone



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 18 ans et plus
*Définition des niveaux ayant changé en septembre 2009, pour correspondre à ceux du recensement de 2006

07 L'auditoire des réseaux généralistes demeure majoritairement féminin encore cette année. TVA atteint la plus forte proportion de femmes, avec 56,9%, contrairement à l'an dernier, où SRC dominait à ce chapitre. La SRC arrive deuxième (56,5%), devant Télé-Québec (54,8%). V demeure le réseau le plus regardé par les hommes, avec 49,7%, malgré une baisse de 2,3%.

V touche moins les 55 ans et plus (36,7%) qu'en 2009, au profit des autres groupes d'âge. SRC conserve les mêmes parts auprès des 55 ans et plus, avec 50,7%. Télé-Québec se concentre auprès des 25-54 ans (44,6%) et attire en plus forte proportion les 2-11 ans, avec 26,1%.

L'auditoire de Télé-Québec compte le plus haut taux d'universitaires, soit 24,3%. Le réseau est suivi de très près par la SRC avec 24,1%.

Réseaux généralistes : top des émissions

08-A Top 25 des émissions régulières

Les émissions régulières les plus regardées au Québec francophone

RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
01	TVA	La série Montréal-Québec - la prés. officielle des équipes	1	1887
02	TVA	Le Banquier	17	1852
03	TVA	Occupation double en République Dominicaine - dim.	11	1769
04	TVA	Occupation double - mercredi	10	1641
05	TVA	Lance et compte: Le grand duel	10	1570
06	TVA	Occupation double - mardi	11	1476
07	SRC	Tout le monde en parle	21	1372
08	TVA	Juste pour rire	2	1305
09	TVA	Dieu merci!	23	1279
10	TVA	Rock et Rolland	1	1260
11	SRC	Les Parent	24	1226
12	TVA	SP: Bloopers TVA	7	1213
13	TVA	La série Montréal-Québec - la soirée des champions	1	1211
14	TVA	La Classe de 5 ^e	13	1199
15	TVA	Testé sur des humains	1	1191
16	TVA	Peut contenir des Rachid	11	1177
17	TVA	Yamaska	22	1175
18	SRC	Trauma	10	1174
19	TVA	Toute la vérité	10	1139
20	TVA	La série Montréal-Québec - le match	7	1134
21	TVA	Le Gentleman	8	1119
22	SRC	Tout le monde en parle - Best	1	1117
23	TVA	SP: Bloopers TVA	1	1111
24	TVA	Destinées	27	1096
25	SRC	L'Auberge du chien noir	26	1081

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 1^{er} septembre 2009-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

08-B Top 25 des émissions spéciales

Les émissions spéciales les plus regardées au Québec francophone

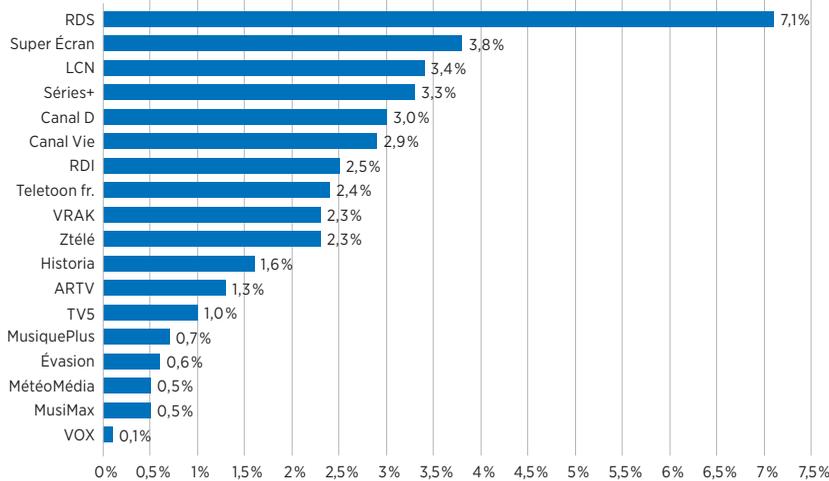
RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIERS)
01	SRC	SP: Petite vie Noël	1	2725
02	TVA	Le Banquier - Spécial Star Académie	1	2551
03	TVA	Le Banquier affronte les Canadiens	1	2477
04	SRC	SP: Tout le monde en parle	1	1936
05	TVA	Dieu merci, c'est la rentrée 2009	1	1838
06	TVA	Dieu merci, l'année est finie! - jeudi	1	1809
07	TVA	Célébration 2010	1	1684
08	TVA	Juste pour rire hommage à RBO	1	1634
09	SRC	15 ans de Petite vie	1	1523
10	TVA	Michel Jasmin, la 1000 ^e	1	1287
11	TVA	La Poule aux oeufs d'or - Spécial Gala 2010	1	1251
12	TVA	Céline sur les Plaines	1	1220
13	TVA	Maxime Landry Vox Pop	1	1220
14	SRC	SP: Infoman	1	1194
15	TVA	Mannequins d'un jour	1	1192
16	TVA	Dieu merci, l'année est finie! - red. vendredi	1	1164
17	SRC	Gala Prix Gémeaux	1	1153
18	TVA	Patrick Huard, juste pour rire...	1	1149
19	TVA	Laurent Paquin: Tout est relatif	1	1084
20	V	Olymp. cérémonie clôture	1	1081
21	TVA	Jean-Marc Parent: urgence de vivre	1	1039
22	TVA	Juste pour rire Hors série Oreilles sensibles s'abstenir	1	1021
23	TVA	Denis Lévesque rencontre Réjean Léveillé	1	1019
24	TVA	L'évènement Red Bull Crashed Ice de Québec 2010	1	986
25	TVA	Fraction de seconde	1	969

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 1^{er} septembre 2009-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

Réseaux spécialisés : auditoire et parts de marché

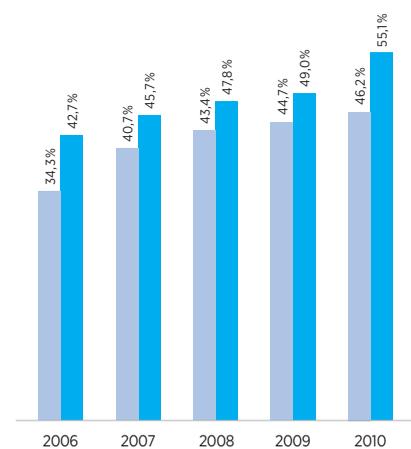
09 Parts de marché des réseaux spécialisés

Québec francophone



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

10 Évolution des parts des réseaux spécialisés, numériques et payants (Canadiens et américains)

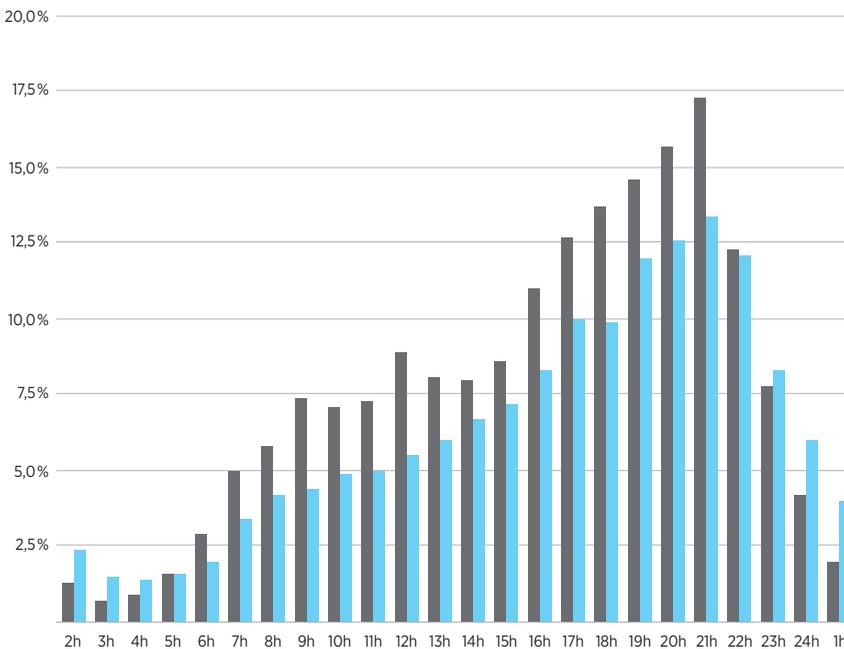


● Québec francophone

● Canada (sans Québec francophone)

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM et BBM-NMR, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

11 Écoute des réseaux spécialisés canadiens* par tranche horaire



● Québec francophone

● Canada (sans Québec francophone)

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus, Cotes d'écoute
* Ne comprend pas les chaînes numériques et payantes

09 RDS est encore en tête du peloton, avec 7,1%, une hausse de 0,7%. Super Écran grimpe d'un échelon et se classe deuxième avec 3,8% des parts. LCN, avec une hausse de 0,2%, passe à la troisième position alors que Série+ baisse de deux positions pour se retrouver quatrième, avec 3,3%.

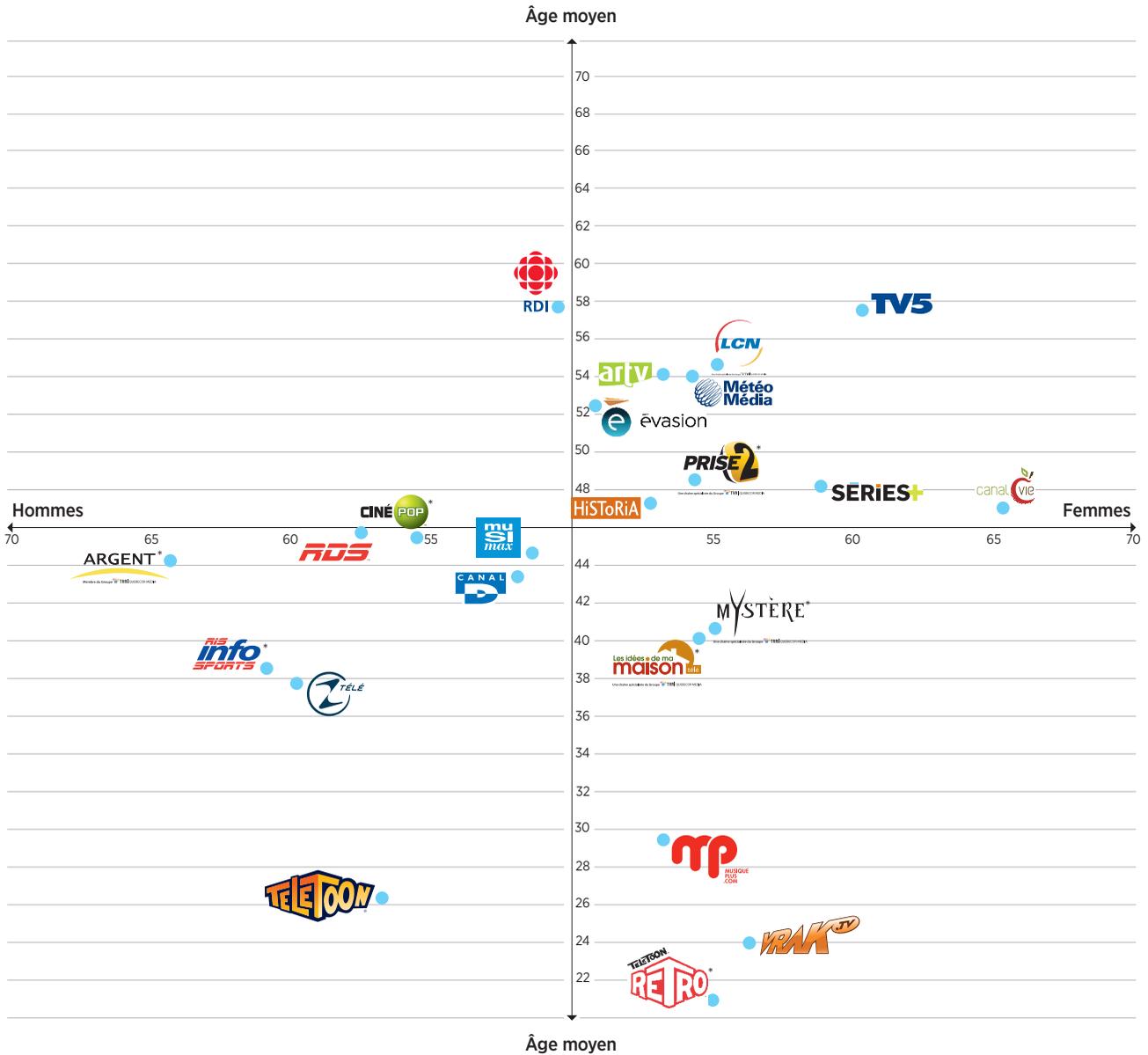
10 L'écoute des réseaux spécialisés, numériques et payants a continué sa progression partout au pays. Au Québec, elle a augmenté de 1,5% par rapport à 2009, pour atteindre 46,2%. Dans le reste du Canada, elle a connu une hausse de 6,1% et passe à 55,1%.

11 Partout au pays, c'est de 21h à 22h que l'écoute des réseaux spécialisés est la plus forte, regroupant 17,3% de la population du Québec francophone, comparativement à 17,5% l'an dernier, et 13,4% du reste du Canada, une hausse de 3,7%. Au Québec, les réseaux spécialisés sont plus regardés entre 16h et 22h, alors que pour le reste du Canada, ils le sont davantage entre 17h et 23h.

Profil des réseaux spécialisés et numériques

12 Profil des réseaux selon le sexe et l'âge

Québec francophone



Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus
 Note: La mise en onde des réseaux Zeste et Yoopa s'est faite après le début de la période d'analyse, ce qui les exclut des statistiques
 *Réseaux numériques

12 Canal Vie est le réseau au profil le plus féminin, alors qu'Argent est celui avec la plus forte concentration d'hommes, devant RIS. Télétoon, Télétoon Rétro et Vrak.tv présentent les profils les plus jeunes, Vrak.tv et Télétoon Rétro touchant davantage les jeunes femmes. RDI présente le profil le plus âgé. MusiquePlus, qui avait auparavant un profil plus masculin, présente maintenant une concentration de femmes davantage importante, alors que MusiMax connaît une tendance inverse.

Réseaux spécialisés : top des émissions

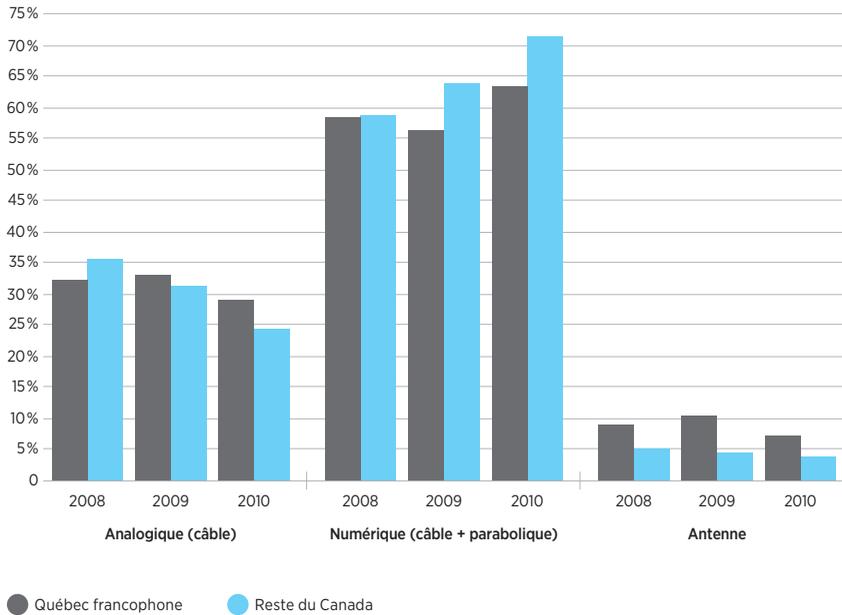
13 Top 50 des émissions les plus regardées au Québec francophone

RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIER)	RANG	RÉSEAU	ÉMISSION	NOMBRE DE DIFFUSIONS	AUDITOIRE (EN MILLIER)
01	RDS	Hockey Can élim. rd1	2	1265,3	26	RDS	En route coupe Grey	1	208,4
02	RDS	Hockey avant-match – cérémonie du Centenaire	1	1163,6	27	Canal D	Grand rire de Québec 2006: François Léveillé 1-2	1	206,7
03	RDS	Football CFL coupe Grey	1	992,6	28	RDS	Hockey avant-match (élim.)	2	202,4
04	RDS	La cérémonie d'ouverture des Olympiques	1	955,7	29	RDS	Avant-match Football CFL	6	199,6
05	RDS	Hockey Canadiens – samedi	24	760,9	30	Séries+	Sans laisser de trace – vendredi 21h	16	199,4
06	RDS	Hockey Canadiens – semaine	43	708,0	31	RDS	Hockey NHL élim. rd1	10	198,8
07	RDS	La cérémonie de clôture des Olympiques	1	696,8	32	Séries+	Sans laisser de trace – vendredi 22h	1	198,4
08	RDS	Hockey Canadiens – mardi	15	686,1	33	Séries+	Bones	26	193,4
09	RDS	Football Super Bowl	1	617,7	34	RDS	Hockey champ. mondial jr	10	190,9
10	RDS	Olympiques ouverture-pré	1	543,1	35	TV5	Apocalypse – mardi 21h55	1	183,1
11	RDS	Avant-match Super Bowl	1	518,2	36	TV5	Apocalypse – lundi 20h02	6	180,2
12	RDS	Hockey Canadiens – présaison	4	511,4	37	Séries+	C.S.I. Miami	25	179,9
13	RDS	Après-match Football CFL	2	490,6	38	RDS	Golf tournoi maîtres	5	176,5
14	RDS	Olympiques clôture-pré	1	481,4	39	RDI	Soirée Élections municipales 2009	12	176,4
15	RDI	Mission sociale	1	399,8	40	RDS	L'Antichambre	142	174,8
16	RDS	Olympiques clôture-post	1	315,9	41	ARTV	Temps d'une paix	68	173,2
17	RDI	Risques du direct	1	303,7	42	RDS	Football NFL (élim.)	6	171,6
18	RDS	Olympiques grande écoute	30	286,7	43	Séries+	L.A. enquêtes prioritaires	15	170,8
19	Canal D	Le Convoi de l'extrême	10	286,6	44	TV5	Apocalypse – lundi 20h55	2	159,7
20	RDS	Hockey avant-match – mardi	12	272,3	45	ARTV	Cormoran	75	158,8
21	RDS	Olympiques en journée	16	270,9	46	RDS	Auto: Formule 1	2	158,3
22	RDS	Football CFL	10	252,7	47	TV5	Apocalypse – mercredi 21h55	1	156,2
23	RDS	Football CFL (élim.)	4	249,1	48	Séries+	Victimes du passé	18	155,8
24	RDS	Hockey avant-match – samedi	22	229,0	49	RDS	Hockey NHL autres	24	153,6
25	Séries+	C.S.I.: les experts	24	218,3	50	Ztélé	Le Retour de K2000	15	153,5

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM, 1^{er} septembre 2009-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

Modes de réception de la télévision au Québec vs Canada

14 Pourcentage de l'auditoire selon le type de réception

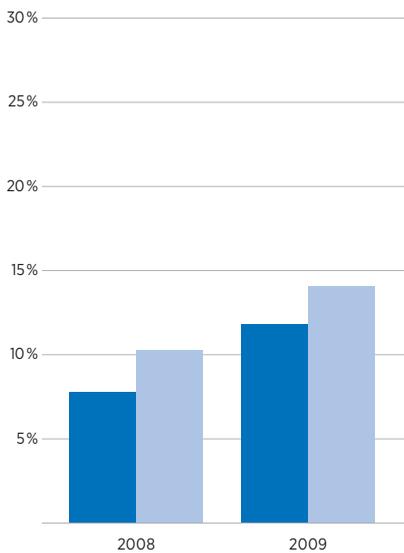


14 Dans le reste du Canada, le pourcentage des gens abonnés au signal numérique ne cesse d'augmenter encore cette année, avec une hausse de 7,6%, pour atteindre 71,6%. Le signal numérique a également connu une hausse dans le Québec francophone, gagnant 7,1% depuis l'an dernier, passant maintenant à 63,5%.

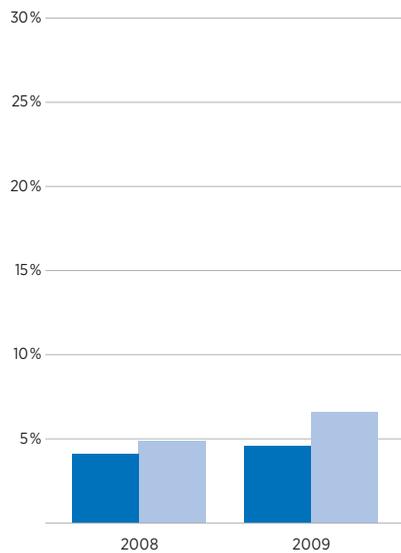
15 Pour l'ensemble du Canada, l'utilisation d'internet pour regarder la télévision a augmenté de 3,8% entre 2008 et 2009, et de 4% pour le Québec francophone, atteignant ainsi 11,8%. Parallèlement, l'utilisation d'internet pour télécharger une émission de télévision ainsi que l'utilisation d'internet en regardant la télévision ont respectivement augmenté de 1,7% et de 3% au Canada.

Source: Sondages BBM, Audimétrie PPM et BBM-NMR, 21 janvier-20 avril 2008, 19 janvier-19 avril 2009, 18 janvier-18 avril 2010, Lun-Dim 2a-2a, 2 ans et plus

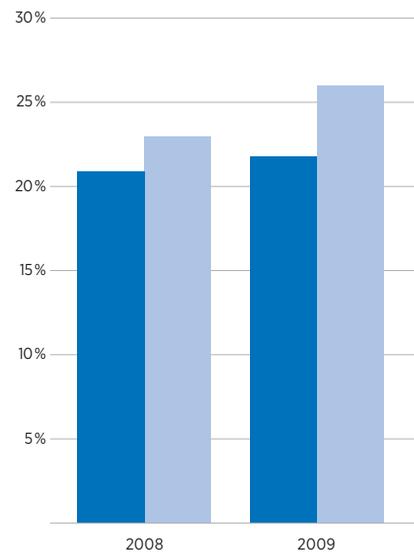
15-A Utilisation d'internet pour regarder la télévision



15-B Utilisation d'internet pour télécharger une émission de télévision



15-C Utilisation d'internet en regardant la télévision

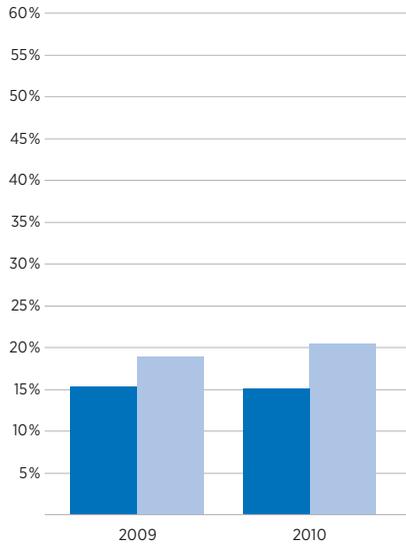


Source: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Automnes 2008 et 2009, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus, pourcentage de portée

Modes de réception de la télévision au Québec vs Canada

16-A Enregistreurs numériques

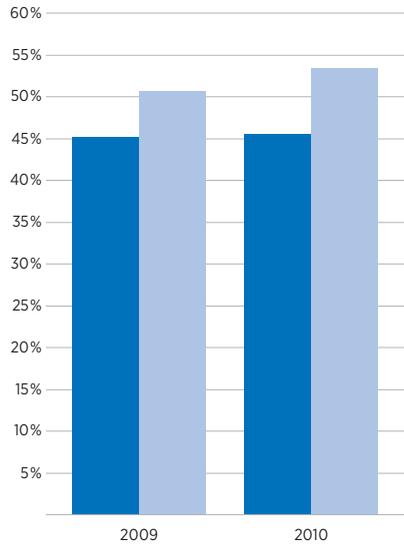
Taux de pénétration des enregistreurs numériques personnels (PVR)



● Québec ● Canada

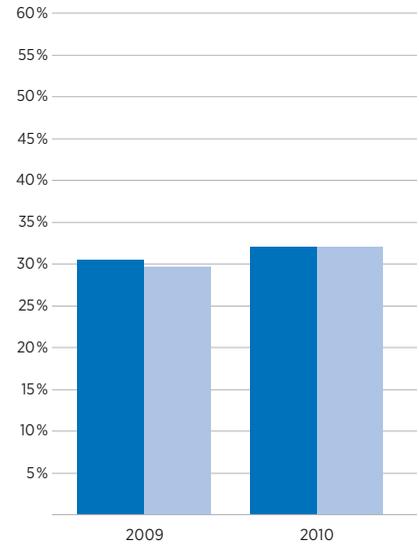
16-B Téléviseurs HD

Taux de pénétration des téléviseurs prêts pour la haute définition



16-C Réception HD

Taux de pénétration des téléviseurs HD reliés à un récepteur de signaux HD



Source: Sondages BBM, Cahiers d'écoute, Automne 2009 et printemps 2010, Lun-Dim 6a-2a, 2 ans et plus, pourcentage de portée

16 Partout au pays, de plus en plus de gens possèdent un enregistreur numérique, avec une hausse de 1,6%, pour atteindre 20,5%. Encore cette année, le taux canadien demeure plus élevé que celui du Québec, qui est de 15,1%, une diminution de 0,2%. Au pays, on observe également une augmentation du nombre de personnes possédant des téléviseurs prêts pour la haute définition (53,4%) et des téléviseurs reliés à un récepteur de signaux HD (32,1%).