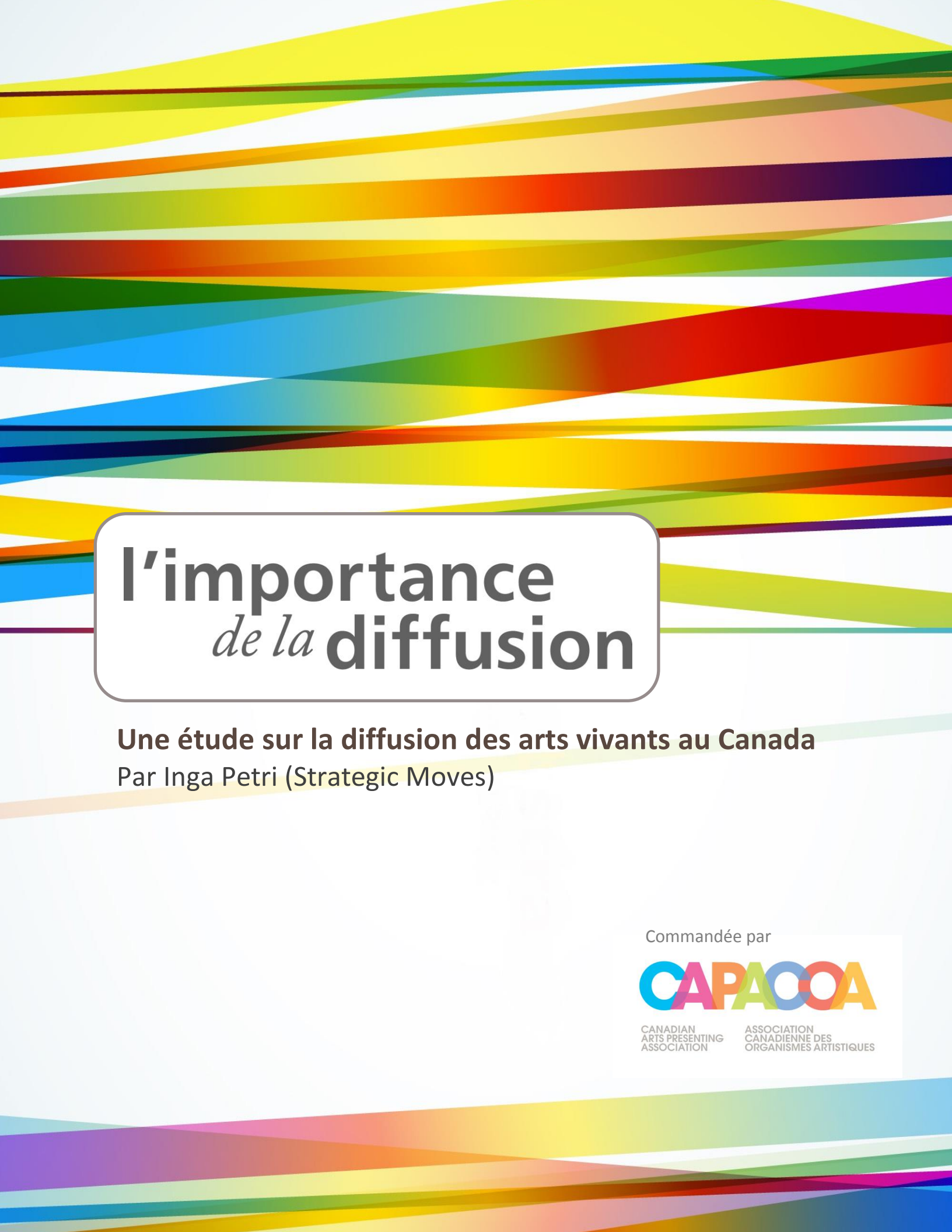




l'importance *de la* **diffusion**

Une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada
Par Inga Petri (Strategic Moves)

Commandée par



© 2013, Association canadienne des organismes artistiques (CAPACOA) et Strategic Moves
Nous vous encourageons à utiliser, à citer et à afficher des extraits de ce rapport. Vous pouvez même le réafficher en donnant la mention relative au droit d'auteur.

Ce rapport *L'Importance de la diffusion : Une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada* a été préparé pour les réseaux canadiens de diffusion, leurs membres et tous ceux et celles qui s'intéressent à l'avenir de la diffusion des arts vivants au Canada. Une documentation exhaustive est disponible sur le site web du projet, <http://www.importancedeladiffusion.ca/>, et au www.capacoa.ca.

Rédigé par :

Inga Petri, Présidente
Strategic Moves
458, rue McLeod
Ottawa (Ontario) Canada K1R 5P6
www.strategicmoves.ca

Commandé par :

CAPACOA
17, rue York, pièce 200
Ottawa (Ontario) Canada K1N 9J6
www.capacoa.ca

REMERCIEMENTS

Ce projet a été rendu possible grâce à l'aide financière du Conseil des arts du Canada, du gouvernement de l'Ontario, du Conseil des arts de l'Ontario, du gouvernement de la Nouvelle-Écosse et du Saskatchewan Arts Board.

Liste des réseaux de diffusion et organisations partenaires qui ont appuyé le projet :

(par ordre alphabétique)

- Arts Touring Alliance of Alberta
- Atlantic Presenters Association
- British Columbia Touring Council
- Calgary Arts Development
- Canadian Association of Fringe Festivals
- CanDance
- CAPACOA
- CCI – Ontario Presenting Network
- La danse sur les routes du Québec
- Manitoba Arts Network
- MT Space
- N3 Network
- Ontario Council of Folk Festivals
- Organization of Saskatchewan Arts Councils
- Prairie Debut
- Performance Creation Canada
- RADARTS
- Réseau des grands espaces
- Réseau des villes créatives du Canada
- Réseau Ontario
- Western Roots Artistic Directors

Comité consultatif :

(par ordre alphabétique du nom de famille)

- Colette Brouillé, RIDEAU (QC)
- Elizabeth Budd, Shell Theatre (AB)
- Jacinthe Comeau, RADARTS (NB)
- Ken Coulter, Oakville Centre for the Performing Arts (ON)
- Michele Emslie, Yukon Arts Centre (YK)
- Warren Garrett, CCI – Ontario Presenting Network (ON)
- Paul Gravett, Vancouver Recital Society (C.-B.)
- Michael Green, Performance Creation Canada (AB)
- Peter MacDonald, Ontario Council of Folk Festivals (ON)
- Joanna Maratta, British Columbia Touring Council (C.-B.)
- Caroline Obeid, Réseau des villes créatives du Canada
- Brenda O'Donnell, Arts Touring Alliance of Alberta (AB)
- Tim Yerxa, Fredericton Playhouse (NB)

Sincères remerciements à Warren Garrett, Paul Gravett et Tim Yerxa.

Remerciement spécial à Frédéric Julien, gestionnaire de projets, pour son précieux leadership et son soutien tout au long de ce projet.

Table des matières

Introduction.....	1
Les objectifs	2
La portée de l'étude.....	2
La méthodologie.....	2
Les rapports détaillés.....	3
Une histoire de la diffusion des arts vivants au Canada.....	4
Les réseaux de diffusion.....	8
L'écosystème des arts vivants.....	9
Les fonctions du diffuseur	10
Les types de diffuseurs	11
L'importance des bénévoles.....	14
L'omniprésence des arts vivants.....	15
Dans le langage courant	15
Dans des cadres divers.....	15
Dans les médias.....	17
Les arts vivants intéressent tout le monde.....	18
Les disciplines auxquelles les gens ont assisté	20
Fréquentation par groupe d'âge	20
Les écarts dans les statistiques de fréquentation.....	21
L'importance d'assister en personne et à travers les médias	23
L'engagement du public envers les arts	24
Les bienfaits de la diffusion des arts vivants.....	26
Les bienfaits sont autant individuels que collectifs	26
Niveaux de bienfaits.....	27
Bienfaits pour l'individu	27
Bienfaits pour la collectivité.....	30
Bienfaits pour la société	32
Les partenariats aident à édifier des collectivités créatives.....	38
La voie à suivre.....	41
Évolution démographique d'ici 2031	41
Âge	41
Population autochtone.....	42
Immigration.....	43
Avancées technologiques.....	44
Un secteur adaptable dans un monde dynamique.....	45
Les vidéos.....	47
Annotations.....	48

La fréquentation *des* arts vivants au Canada

Les arts vivants transcendent
les différences socio-économiques
et culturelles

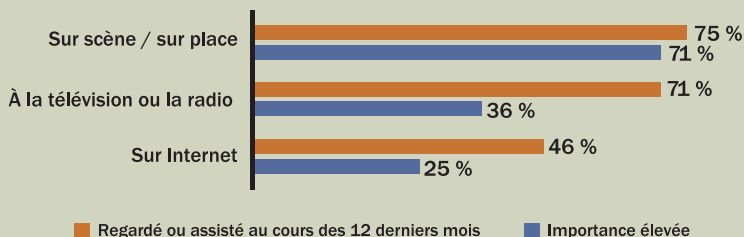


Deux Canadiens sur trois qui

- gagnent moins de 40 000 \$ ou
 - n'ont pas de diplôme universitaire ou
 - vivent dans une collectivité de moins de 25 000 habitants
- ... ont assisté à un spectacle en 2011.

L'accès aux arts vivants via les médias
électroniques ne remplace pas la
fréquentation en salle : il l'accroît

L'assistance en personne /
sur place et via les médias

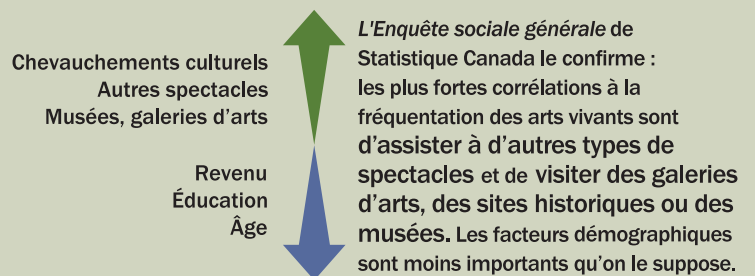


Les Canadiens sont deux fois plus susceptibles d'accorder une grande importance à un spectacle sur scène qu'à toute autre façon d'y assister par le biais d'un média.

Les médias favorisent l'accès : 75 % des personnes qui assistent rarement à des spectacles sur scène y accèdent néanmoins par le biais des médias.

Les médias favorisent la fréquentation : 94 % des personnes qui assistent fréquemment à des spectacles sur scène regardent également des spectacles diffusés sur les supports médias.

La fréquentation culturelle engendre
davantage de fréquentation



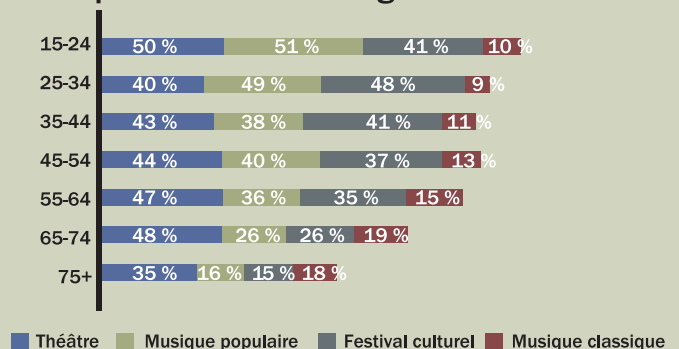
Les moins de 35 ans assistent
à davantage de spectacles que les
personnes plus âgées

Les jeunes Canadiens sont plus susceptibles
d'assister à un spectacle que les plus âgés :

83 % des 18-34 < 70 % des 55+



Fréquentation selon l'âge - 2010

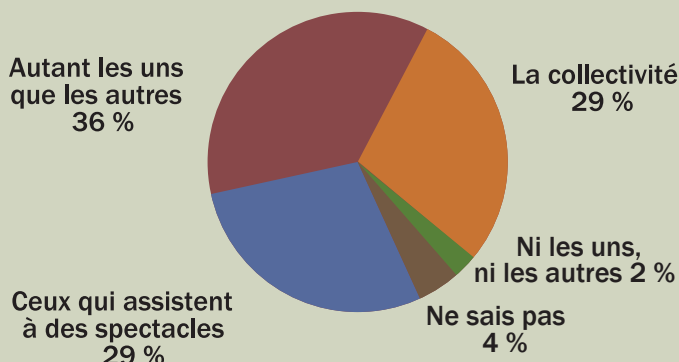


Source : Facteurs dans la fréquentation des activités artistiques par les Canadiens en 2010, Hill Strategies. D'après un échantillon de 7 500 personnes de L'Enquête sociale générale de Statistique Canada, marge d'erreur 1,1 %

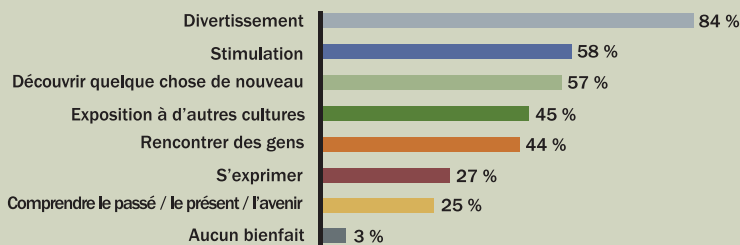
Les bienfaits *de la* diffusion — *des* arts vivants —

Les Canadiens estiment que les arts vivants profitent à leurs collectivités, qu'ils y assistent ou non

Qui en bénéficie le plus? (N=1 031)



Bienfaits individuels (N=1 021)

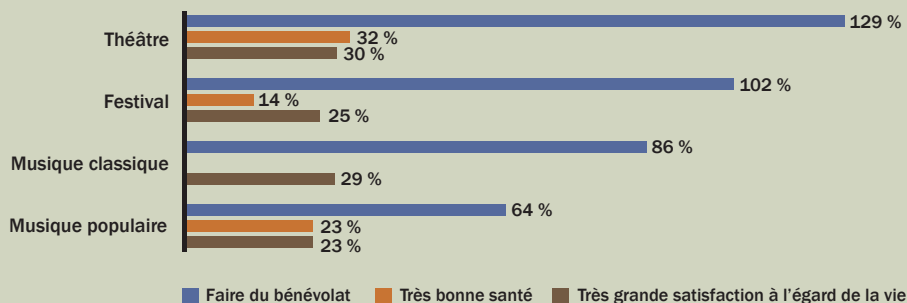


92 % des Canadiens estiment que les arts et la culture au sein d'une collectivité font en sorte qu'il est **plus agréable** d'y habiter.

90 % des Canadiens considèrent que les lieux de diffusion contribuent à **une meilleure qualité de vie**, apportent une **grande fierté à la collectivité** et contribuent au **développement économique**.

Il y a un lien très étroit entre l'assistance aux arts vivants et la santé, le bien-être et la participation citoyenne

L'incidence de la fréquentation sur le bien-être



Source : Les arts et le bien-être individuel au Canada 2010, Hill Strategies

Les Canadiens ont dépensé plus de deux fois plus pour des spectacles sur scène (soit 1,4 milliard de dollars) que pour des événements sportifs en 2008

Bienfaits individuels



Divertissement, amusement

Stimulation intellectuelle, affective et spirituelle

Découvrir quelque chose de nouveau

Exposition à d'autres cultures

Socialisation

Santé et bien-être

Bienfaits collectifs

Énergie et vitalité

Qualité de vie

Collectivités créatives

Compréhension interculturelle

Fierté et sentiment d'appartenance à la collectivité

Sécurité



Bienfaits sociaux

Bénévolat

Participation citoyenne accrue

Réussite scolaire

Cohésion sociale

Développement économique

INTRODUCTION

L'importance de la diffusion : Une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada (2011-2013) est l'aboutissement de deux années de recherche et d'exploration visant à définir les rôles actuels et futurs des diffuseurs dans l'écosystème des arts vivants, dans leurs collectivités et dans la société en général. Cette étude a été commandée par l'Association canadienne des organismes artistiques (CAPACOA), en partenariat avec les réseaux de diffusion et un comité consultatif formé de représentants du secteur. Le processus de consultation et de recherche a été conçu et réalisé par Strategic Moves en collaboration avec EKOS Research Associates pour la partie traitant des sondages quantitatifs.

Ce projet constitue la plus grande étude pancanadienne à ce jour dans le domaine des arts vivants. Il a été conçu de façon à prendre en considération plusieurs tendances qui ont une influence sur le milieu des arts vivants :

- **Les changements démographiques** : Le Canada traverse une période de changements démographiques importants marqués par une population vieillissante, des changements dans les tendances de l'immigration, la croissance rapide des populations autochtones et l'urbanisation continue.
- **Les changements technologiques** : L'évolution rapide de l'Internet et des technologies mobiles a créé de nouvelles possibilités d'information et de divertissement. Ces nouvelles technologies ont provoqué des changements de comportement chez les consommateurs, ont fait augmenter la compétition indirecte et ont créé à la fois de nouveaux défis et de nouvelles occasions pour l'ensemble du secteur des arts.
- **La fragmentation du marché** : Le public a un choix beaucoup plus vaste pour ce qui est des activités artistiques, culturelles et de loisir. Cela segmente l'auditoire en créneaux de plus en plus étroits. Cette fragmentation remet en question la viabilité des organismes de diffusion des arts.
- **L'évolution des genres artistiques** : L'intérêt et la capacité croissante des artistes à créer des œuvres qui franchissent les frontières traditionnelles ont fait naître de nouvelles pratiques artistiques interdisciplinaires et de nouveaux arts médiatiques.
- **La planification culturelle municipale** : Le concept de la ville créative est de plus en plus reconnu. Relativement récent, ce concept doit s'adapter aux priorités changeantes des municipalités et des collectivités.
- **L'incertitude économique** : La crise financière mondiale qui a débuté aux États-Unis en 2007 et qui a provoqué une récession au Canada et dans plusieurs autres pays a été suivie par une période de faible reprise. L'incertitude économique persistante qui a suivi et les menaces de réduction de l'aide gouvernementale ont posé des défis à l'ensemble du secteur des arts vivants, notamment en ce qui concerne la prévisibilité du financement public, les commandites d'entreprises et les dons individuels.

LES OBJECTIFS

- Identifier, comprendre et communiquer l'importance et les bienfaits de la diffusion des arts vivants pour les Canadiens.
- Définir et promouvoir le rôle des diffuseurs au sein de l'écosystème des arts vivants, des collectivités et de la société en général pour les 20 prochaines années
- Identifier les points communs et les différences entre les organismes qui travaillent dans les divers champs de la diffusion.

À cette fin, nous avons examiné la diffusion des arts vivants selon plusieurs perspectives, notamment du point de vue des artistes, des créateurs, des producteurs, des équipes techniques, des gérants et des agents, de même que du point de vue des instances municipales et des personnes œuvrant dans des secteurs connexes comme la santé, les services sociaux, l'éducation, les bailleurs de fonds et finalement le grand public et les diffuseurs eux-mêmes.

LA PORTÉE DE L'ÉTUDE

L'étude porte sur la diffusion de spectacles des arts vivants professionnels au Canada. Par arts vivants¹, on entend tous les genres de musique classique et de musique populaire (pop, rock, jazz, hip-hop et autres); le ballet, la danse contemporaine et les autres formes de danse; le théâtre, qu'il s'agisse de drame ou de comédie, de dîner-théâtre ou de théâtre musical du type Broadway; l'opéra et les arts du cirque de même que la création parlée et le conte. Les festivals artistiques et culturels en font aussi partie, bien que certains de ces événements ne se consacrent pas principalement aux arts vivants.

Les Canadiens peuvent assister à des spectacles en direct dans une grande diversité de lieux de diffusion et non pas uniquement dans les salles de spectacle et de concert traditionnelles avec sièges. Il peut s'agir de restaurants et de bars, de lieux comme des bibliothèques, des centres communautaires, des écoles, des musées, des lieux de culte, des espaces extérieurs, des stades, des cirques et même des lieux privés.

Tous les auditoires, les diffuseurs et autres intervenants consultés dans le cadre de cette étude proviennent de villes et villages de chacune des dix provinces et des trois territoires du Canada. On n'a tenu aucun compte du fait que les artistes habitent ou non au Canada.

LA MÉTHODOLOGIE

Nous avons utilisé l'approche de la recherche-action, qui a permis de partager les données et l'information à l'état de brouillon sur le site web du projet pendant une période de deux ans (www.importancedeladiffusion.ca) Tout au long du projet, nous avons encouragé la rétroaction et la saisie de données par l'entremise des réseaux sociaux et de nombreux ateliers. Voici la liste des principales activités du projet de recherche :

- Une revue de la littérature, présentée en juin 2011 et mise à jour en avril 2012.
- Un survol historique de la diffusion au Canada, complété en 2011 et mis à jour en avril 2012.
- Une série de 45 entretiens en profondeur avec des gens provenant des secteurs de la diffusion, de la tournée, du financement, de l'éducation, de la santé et des services sociaux.

- Un sondage des diffuseurs des arts vivants. 288 diffuseurs y ont répondu². Un rapport a été publié en février 2012 et comprend un résumé en français ainsi que des tableaux détaillés.
- Un sondage du grand public auquel 1 031 personnes ont répondu³. En mars 2012, nous avons publié un rapport qui comprend un résumé en français et une série de tableaux détaillés.
 - Nous avons sondé un échantillon additionnel de 57 francophones hors-Québec, portant ainsi le l'échantillon total de ce sous-groupe à 103. Ces données ont servi de base à la rédaction d'un rapport complémentaire.
- Une série de 23 ateliers et présentations et de sept webinaires regroupant 1 087 participants. Sept de ces ateliers et présentations ont été menés en français, tous les autres ont été menés en anglais. Les résultats de ces rencontres ont été publiés dans la langue où elles se sont tenues sur le site www.importancedeladiffusion.ca.
 - Impact11 : Staging Displacement—Producing and Presenting Difference (Kitchener, ON)
 - RIDEAU, Rencontre annuelle générale (Montréal, QC)
 - First Annual Arts Champions Congress 2011 (Calgary, AB)
 - Contact Est 2011 (Summerside, IPE)
 - OCFE Conference 2011 (Niagara Falls, ON)
 - Alberta Showcase 2011 (Edmonton, AB)
 - Breakout West 2011 (Whitehorse, YK)
 - FrancoFête en Acadie 2011 (Moncton, NB)
 - CAPACOA conférence 2011 (Toronto, ON)
 - Parcours Danse 2011 (Montréal, QC)
 - Contact Ontariois 2012 (Ottawa, ON)
 - CITT Rendez-vous 2012 (London, ON)
 - Contact Ouest 2012 (Whitehorse, YK)
 - Contact Est 2012 (Fredericton, NB)
 - ARIM, chapitre des Prairies (Winnipeg, MB)
 - Manitoba Showcase 2012 (Virden, MB)
 - Alberta Showcase 2012 (Fort Saskatchewan, AB)
 - Conférence nationale de l'ACD/Canadian Dance Assembly (Ottawa, ON)
 - Sommet des villes créatives 2012 (Victoria, C.-B.)
 - BC Touring Council/Arts Alliance - atelier (Vancouver, C.-B.)
 - CAPACOA conférence 25^e anniversaire 2013 (Toronto, ON)



35 participants au Manitoba Showcase en Octobre 2012.

LES RAPPORTS DÉTAILLÉS

Tous les rapports et la documentation associée sont disponibles sur le site www.importancedeladiffusion.ca, y compris :

- Les rapports détaillés qui comprennent des renseignements sur la méthodologie de même que des tableaux bilingues portant sur le Sondage des diffuseurs des arts vivants et du Sondage du grand public.
- Quatre rapports complémentaires : 1) *La diffusion des arts vivants dans la francophonie canadienne*, 2) *Presenting and Aboriginal Communities*, 3) *Rural and Northern Canada*, et 4) *Dance : The Evolution of Canadians' Attendance*
- Des résumés de données provenant des entretiens, des consultations et des ateliers.

UNE HISTOIRE DE LA DIFFUSION DES ARTS VIVANTS AU CANADA

Au Canada, les arts vivants ont des racines beaucoup plus profondes qu'on pourrait l'imaginer⁴. Bien avant que les explorateurs européens arrivent au Canada, les peuples autochtones avaient déjà une vie artistique riche qui comprenait la musique, la danse, le théâtre et le conte. Ces traditions artistiques sont profondément enracinées et bien vivantes sur le continent depuis des millénaires. Cependant, ce sont les Européens plutôt que les Autochtones qui ont particulièrement influencé le développement du théâtre et des arts vivants au Canada.

La première représentation théâtrale documentée en Amérique du Nord a eu lieu en 1606 à Port-Royal, établissement fondé par Samuel de Champlain, près de ce qui est aujourd'hui Annapolis Royal, NE. La pièce racontait l'histoire de marins qui voyageaient vers le Nouveau Monde et de leur rencontre avec Neptune, le dieu de la mer. La pièce était jouée par les marins avec le soutien des autorités pour la santé et le bien-être de la population dans la jeune colonie.

À l'époque coloniale, des troupes présentaient des pièces de théâtre dans les tavernes et les édifices publics. Au début du 19^e siècle, les « soirées musicales », sur le modèle des soirées londonniennes, étaient offertes dans les maisons des politiciens et hommes d'affaires nouvellement arrivés. La danse a fait son apparition à la fin du XIX^e siècle grâce aux troupes de tournée européennes et américaines.

Avec l'industrialisation, l'augmentation de la population et le peuplement de l'ouest du Canada, les théâtres se sont développés au pays. Alors célèbre, l'empire Pantages (un théâtre de vaudeville et un cinéma) a pris de l'expansion dans tout le Canada, construisant des salles pouvant accueillir jusqu'à 2 000 personnes pour des spectacles de théâtre, de musique, de danse et de vaudeville. La plupart de ces spectacles mettaient en vedette des compagnies et des artistes en tournée. En même temps, des institutions artistiques, des troupes d'interprètes et des clubs musicaux se sont développés dans les villes partout au pays. Tout cela a favorisé le développement et la promotion du talent canadien.

Dans les années 1920 et 1930 se sont développées les associations communautaires de concert, de même que les festivals de tournée Chautauqua et les *Little Theatre* qui offraient des spectacles diversifiés aux collectivités de toutes tailles. À partir des années 1950, la danse a connu un essor grâce à l'immigration d'éminents professeurs de ballet.

En 1951, *Le Rapport Massey-Lévesque* sur la Commission royale d'enquête sur l'avancement des arts, des lettres et des sciences au Canada a mené à la création du Conseil des arts du Canada en 1957. Dans les années 1960 et au-delà, le soutien accru du gouvernement, de même que les célébrations du Centenaire du Canada, ont favorisé la construction de nombreuses salles de spectacle dans plusieurs villes du pays.



Ce dessin représente *Le Théâtre de Neptune*, la première pièce présentée au Canada.
Source : Bibliothèque et Archives Canada, no. 1972-26-83

Les réseaux régionaux de diffusion ont commencé à apparaître dès 1968 en Saskatchewan. Pour répondre au besoin de rassembler les artistes et les diffuseurs et de soutenir et coordonner les activités de tournée, le Conseil des arts de l'Ontario a créé Ontario Contact en 1971, le tout premier événement du genre au Canada. Créé en 1973, l'Office des tournées du Conseil des arts du Canada avait pour but de renforcer le rôle du Conseil qui était de soutenir la représentation sur scène et de rendre les arts vivants accessibles à tous les Canadiens. Le Conseil a créé Contact Est en 1975 et, la même année, l'Organization of Saskatchewan Arts Council offrait sa première Vitrine. Ces initiatives ont été déterminantes dans l'augmentation du nombre d'artistes se produisant en tournée au Canada et ont contribué à l'augmentation du nombre de tournées internationales par des compagnies canadiennes.

D'une certaine façon, les arts vivants ont connu des années fastes dans les années 1970 au Canada. En théâtre, on a assisté à l'émergence d'une voix distinctement canadienne. Les orchestres canadiens étaient nombreux et très actifs. Les troupes de danse moderne ont pris leur essor. Toutes les disciplines ont connu une période de croissance, avec une explosion de niches ou de formes d'art spécialisées pouvant répondre au goût de tous les auditoires.



Plusieurs compagnies autochtones de théâtre et de spectacle ont été fondées au cours des années 1980 et sont toujours actives, notamment Native Earth Performing Arts (1982), De-ba-jeh-muh-jig Theatre (1984) et Ondinnok (1985). Durant la même période, il y a eu également une croissance du nombre d'organismes autochtones offrant des services artistiques, des occasions de formation et des espaces de création de nouvelles œuvres. Aujourd'hui, bien qu'il y ait eu une augmentation marquée du nombre d'artistes et de compagnies de spectacle autochtones, d'aucuns diront qu'il manque toujours de lieux pour la diffusion d'œuvres professionnelles autochtones.

En 1980, le gouvernement fédéral a mis sur pied le *Programme spécial d'initiatives culturelles*. Géré par le ministère des Communications, ce programme d'une durée de deux ans disposait d'un budget de 29,4 millions de dollars. Un élément de ce programme intitulé *Événements spéciaux d'importance ou de caractère national* (7,6 millions de dollars), a eu des retombées importantes. D'abord conçu pour financer des œuvres à présentation unique, le programme a suscité des demandes d'organismes provenant de partout au Canada qui désiraient présenter des festivals et des événements. Les gestionnaires du programme se sont vite rendu compte que plusieurs festivals et événements soumettaient une demande de financement année après année. La bonne santé actuelle des festivals artistiques et culturels peut être attribuée en partie à ce *Programme spécial des initiatives culturelles*. En effet, les festivals font une contribution majeure à la vie culturelle, sociale et économique, que ce soit en favorisant la création de nouvelles œuvres en danse, la notoriété internationale d'événements touristiques importants comme le Festival international de Jazz de Montréal ou la TD Sunfest de London, ou en encourageant les diverses communautés à se regrouper dans un même espace culturel. En 1982, le programme a été renommé *Programme d'initiatives culturelles* et son financement a été renouvelé jusqu'en 2001. Il a ensuite été intégré au programme *Présentation des arts Canada*, qui faisait partie de l'initiative *Un avenir en art*.

Les années 1980 et 1990 ont été marquées par des problèmes financiers persistants et plusieurs compagnies artistiques ont dû réduire ou cesser leurs activités. Toutefois, ces pressions ont forcé les compagnies à améliorer leur mise en marché, leurs techniques de collecte de fonds et leurs capacités en gestion, et à relever leurs normes de rendement. En 1996, la politique *Remettre l'art au monde* au Québec a confirmé le rôle du diffuseur des arts vivants. Depuis ce temps, les diffuseurs jouent un rôle très important dans le développement des arts vivants et dans l'accès à ceux-ci. Une meilleure définition de leur rôle et de ses multiples facettes a conduit au développement de nouvelles politiques.

En 2001, la série de programmes *Un avenir en art* a été créée avec l'appui de CAPACOA et de RIDEAU, le plus important réseau de diffusion au Québec. Cette initiative constitue toujours un énoncé politique important en soutien à la diffusion au Canada. Pour la première fois, un programme permettait un financement fédéral récurrent d'activités de diffusion plutôt que le simple financement d'événements à la pièce. *Un avenir en art* comprend deux programmes critiques pour les diffuseurs :

- *Le Fonds du Canada pour la présentation des arts* (initialement intitulé *Présentation des arts Canada*), a été conçu pour permettre aux Canadiens d'avoir accès aux expériences artistiques. Il s'agissait du premier programme national qui s'adressait aux diffuseurs qui présentent des saisons pluridisciplinaires. Son enveloppe initiale était de 72 millions de dollars en trois ans.
- *Le Fonds du Canada pour les espaces culturels* (initialement intitulé *Espaces culturels Canada*), sert à financer la construction et la rénovation des lieux de diffusion, de même que l'acquisition et le renouvellement d'équipement. Son enveloppe était de 80 millions de dollars en trois ans.

Le financement obtenu du *Fonds du Canada pour les espaces culturels* a permis de construire des lieux de diffusion communautaires à l'extérieur des centres urbains, facilitant ainsi l'accès des Canadiens aux arts vivants.

La professionnalisation du domaine de la diffusion s'est alors accélérée dans tout le pays. En 2007, lors du *Forum national sur la diffusion des arts vivants* organisé par RIDEAU et ses partenaires, les organismes de diffusion du Québec ont établi leurs priorités, ont clarifié et ont réaffirmé le rôle de la diffusion des arts vivants. La même année, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel, en collaboration avec le secteur de la diffusion, a publié un profil complet des compétences en arts, en marketing et en gestion pour les diffuseurs⁵.

La gestion des événements Contact a été transférée progressivement des agences de financement public aux réseaux de diffusion dans l'ensemble du Canada. En mettant l'accent sur les réseaux géographiques ou sur les réseaux disciplinaires, ces événements ont constitué un outil efficace qui a favorisé le rassemblement des diffuseurs, la mise en marché des artistes en tournée et la coordination de la programmation. De plus, au début des années 2000, les minorités francophones hors-Québec ont créé des réseaux et des événements Contact qui desservent un plus large éventail culturel et qui englobent les arts vivants.

Aujourd'hui, le paysage canadien des arts vivants englobe des formes artistiques traditionnelles comme le théâtre, la danse contemporaine et les divers genres musicaux de même que les arts du cirque. La création interdisciplinaire fait partie intégrante des arts vivants depuis toujours et continue d'évoluer à mesure qu'évoluent l'expression artistique, les capacités techniques, les auditoires et l'environnement de financement. Peu à peu, différentes traditions artistiques, qui reflètent la diversité tant de l'immigration que des populations autochtones, s'inscrivent dans les grands courants culturels au pays.

L'étude *L'importance de la diffusion : Une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada* – et la recherche exhaustive qui l'accompagne – cherche à établir des fondements factuels en vue de dégager, pour la prochaine génération, une vision commune pour le secteur de la diffusion des arts vivants au Canada.



Le Théâtre Capitol à Moncton, NB, fut restauré selon les plans originaux de 1922. Il a rouvert ses portes en tant que centre de diffusion des arts vivants en 1993.

Photo : gracieuseté du Théâtre Capitol.

LES RÉSEAUX DE DIFFUSION

Au cours des 40 dernières années, environ 40 réseaux de diffusion ont été créés. Ces réseaux offrent aux diffuseurs un marché où ils peuvent faire des affaires –souvent lors des événements Contact –faire du développement professionnel et avoir accès à des outils. Les réseaux offrent des services spécialisés comme la programmation en groupe qui améliore les conditions de tournée pour les artistes et qui augmente le rapport coût-efficacité des activités de tournées. Cela permet aux diffuseurs d'offrir plus de bienfaits à un plus grand nombre de collectivités.

Les réseaux de diffusion jouent un rôle important pour promouvoir le secteur de la diffusion auprès de ses partenaires dans le domaine de la tournée et auprès des bailleurs de fonds publics.

Le tableau ci-dessous dresse la liste des dates de création des réseaux de diffusion régionaux et spécialisés et donne la liste des premiers événements Contact.

	Réseaux de diffusion	Créé en	Événements « Contact »
OSAC	Organization of Saskatchewan Arts Councils	1968	1975 OSAC Showcase
BCTC	British Columbia Touring Council	1976	1976 Pacific Contact
	Début Atlantic	1979	
RIDEAU	Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis	1984	RIDEAU a été créé à partir de Réseau Accès, son prédécesseur (1978). La Bourse RIDEAU en 1988
CAPACOA	Canadian Arts Presenting Association (National Arts Service Organization)	1985	1988 Annual Conference
OCCF	Ontario Council of Folk Festivals	1986	1986 Annual Conference
MAN	Manitoba Arts Network	1988	
CCI	Ontario Presenting Network	1988	1971 Ontario Contact créé par le Conseil des arts de l'Ontario; en 2001 transféré à CCI
ATAA	Arts Touring Alliance of Alberta	1993	1978 Alberta Showcase
CAFF	Canadian Association of Fringe Festivals	1994	
	Prairie Debut	1995	
	Réseau Ontario	1997	1979 Contact ontariois ⁶ , en 2001 transféré à Réseau Ontario
	La danse sur les routes	1997	1999 Parcours Danse
	Les Voyagements	1997	
WRAD	Western Roots Artistic Directors	1999	Réseau informel depuis les années 1970
APA	Atlantic Presenters Association	2001	1975 Contact Est créé par le Conseil des arts du Canada; en 2001 transféré à APA
CanDance	Canadian Network of Dance Presenters	2001	Réseau informel depuis 1985
RADARTS	Réseau atlantique de diffusion des arts vivants	2001	La FrancoFête en Acadie depuis 1996
	Jazz Festivals Canada	2003	Réseau informel depuis 1999
PCC	Performance Creation Canada	2004	Réseau informel
RGE	Réseau des Grands Espaces	2007	2005 Contact Ouest
N3	N3 Network (Northern Presenters)	2011	Réseau informel depuis 2011

L'ÉCOSYSTÈME DES ARTS VIVANTS

Un écosystème est un ensemble d'organismes vivants qui interagissent entre eux et avec leur milieu. L'écosystème des arts vivants regroupe une variété de joueurs – des créateurs et des producteurs, des agents et des gérants, des diffuseurs et des gestionnaires de salle, des techniciens de scène et des bailleurs de fonds – qui sont tous interdépendants et qui doivent être capables de répondre et de s'adapter aux facteurs internes et externes.

Dans cet écosystème, la création est le fruit du travail des auteurs dramatiques, des chorégraphes, des compositeurs et des conteurs. Les artistes, groupes et compagnies artistiques utilisent ce matériau créatif dans leurs représentations sur scène. Ces artistes et compagnies de production emploient du personnel artistique et technique, dont des concepteurs de décors, de costumes, des accessoiristes, des menuisiers, des éclairagistes, des sonorisateurs et du personnel technique. Ces artistes et compagnies de production peuvent être représentés par des agents et des gérants qui recherchent activement pour eux des débouchés, que ce soit en tournée ou, dans certains cas, pour la télédiffusion ou l'enregistrement de disques.

Les diffuseurs choisissent des spectacles prêts pour la tournée et payent aux producteurs les droits de présentation. Ils fournissent un lieu de diffusion, tout comme le soutien technique et assurent la promotion des spectacles. Dans l'industrie de la musique, et plus particulièrement en ce qui concerne le secteur des entreprises à but lucratif, les diffuseurs sont communément appelés promoteurs.

Cet écosystème profite de l'aide financière de l'État pour la création et la production d'œuvres par des Canadiens afin que les diffuseurs soient en mesure de programmer des spectacles d'artistes en tournée et de les présenter à leur collectivité et pour assurer l'accès des Canadiens aux arts.

Des secteurs non artistiques font également partie de cet écosystème. Par exemple, des écoles peuvent agir à titre de diffuseurs ; plusieurs municipalités sont propriétaires et gestionnaires de salles de spectacle ; les services sociaux et de santé font profiter leurs clients des bienfaits que procurent les présentations professionnelles d'arts vivants.

L'écosystème des arts vivants est très fluide. Les gens et les organismes peuvent y jouer différents rôles à divers moments. Par exemple, une compagnie de production théâtrale peut agir en tant que diffuseur d'un festival et un diffuseur attaché à une salle peut commander une œuvre originale ou mettre sur pied un programme d'artiste en résidence. Un diffuseur de festival peut augmenter sa programmation en y ajoutant un programme en milieu scolaire qui s'échelonne sur toute l'année. Certains artistes deviennent parfois les diffuseurs de leurs propres œuvres et de spectacles d'autres artistes. De la même manière, ceux qui forment le public ne sont plus uniquement des gens qui assistent au spectacle, mais ils sont aussi



Cette vidéo illustre la complexité et la fluidité de l'écosystème des arts vivants.

des participants. Ils achètent des billets, font des dons aux organismes artistiques, travaillent comme bénévoles à titre d'administrateurs d'un conseil ou de bénévoles à un festival et à des lieux de diffusion communautaires et, de plus en plus, ils deviennent partie prenante de l'expérience artistique⁷.

Cet écosystème a évolué différemment selon le contexte géographique. Au Québec par exemple, les arts vivants bénéficient de solides politiques culturelles qui soutiennent et encadrent la création, la production et la diffusion. Dans ce contexte particulier, les diffuseurs sont beaucoup moins susceptibles de remplir les deux fonctions de producteur et de diffuseur. Dans les régions rurales canadiennes, les organismes communautaires sont le plus souvent dirigés par des bénévoles. Dans les grandes villes, les diffuseurs bénéficient de la disponibilité de lieux de diffusion spécialisés, d'artistes professionnels et de compagnies de production qui œuvrent dans différentes disciplines et avec lesquels ils forment des partenariats créatifs.

LES FONCTIONS DU DIFFUSEUR

De nos jours, les diffuseurs des arts vivants jouent un rôle essentiel dans le rapprochement entre les artistes et les spectacles en tournée d'une part, et les auditoires des collectivités du Canada d'autre part.

La musique, le théâtre, la danse, l'humour, le conte, le slam, l'opéra, les comédies musicales et les formes interdisciplinaires font aujourd'hui tous partie des arts vivants au Canada. De plus, quelques diffuseurs offrent d'autres types d'expériences culturelles en arts visuels, en cinéma, en littérature, en arts médiatiques et dans quelques autres domaines. Alors qu'un diffuseur spécialisé aura tendance à axer sa programmation sur une seule forme d'art ou d'esthétisme, le diffuseur pluridisciplinaire présentera plusieurs disciplines artistiques.

Les organismes de diffusion choisissent la programmation artistique d'une saison ou d'un festival en fonction de leur vision artistique. Ils ont la connaissance requise des produits artistiques et la compétence pour rechercher les diverses productions et en évaluer la qualité, la faisabilité technique et les modalités de mise en marché.

Ils négocient les contrats et obtiennent du producteur le droit de présenter le spectacle. Ils gèrent ou louent des salles spécialisées, un autre lieu adéquat ou un site extérieur. Les diffuseurs vont souvent organiser des activités de développement du public ou des activités de médiation culturelle et font la mise en marché de leurs événements. De plus, ils s'occupent des tâches administratives comme la gestion des finances et des ressources humaines, ils soignent leurs relations avec les bailleurs de fonds, donateurs et commanditaires et ils travaillent en étroite collaboration avec les agences gouvernementales et les organes directeurs de leur organisme⁸.

Laquelle des disciplines suivantes votre organisme présente-t-il à ses publics?

Chansons/musique	83 %
Théâtre	58 %
Danse	55 %
Comédie/humour	51 %
Création parlée/conte	42 %
Variétés	41 %
Arts interdisciplinaires (y compris les arts du cirque)	39 %
Opéra/comédie musicale	29 %
Arts visuels	43 %
Film	33 %
Littérature	23 %
Arts médiatiques	19 %
Autre	9 %
N=288	

Source : L'importance de la diffusion – Sondage des diffuseurs des arts vivants, 2012 (EKOS / CAPACOA)

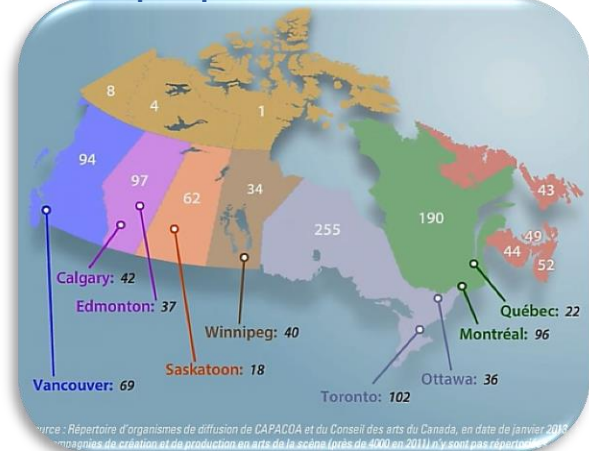
Dans le cas des organismes communautaires sans but lucratif, les diffuseurs ont souvent comme mandat d'élaborer une programmation équilibrée qui sert le bien public. Quelques-uns ont également le mandat de présenter des spectacles prêts pour la tournée et travaillent généralement au sein de réseaux.

Enfin, plusieurs diffuseurs sont également des chefs de file au sein de leur collectivité; ils connaissent bien leurs auditoires et les besoins de la collectivité. À cette fin, ils travaillent dans le cadre de partenariats à multiples volets qui leur permettent à la fois d'actualiser leur vision artistique et d'aider leur collectivité à atteindre ses objectifs à travers les arts vivants.

Bref, les diffuseurs des arts vivants partagent des passions communes pour le développement des artistes, des publics et des collectivités.

Pour atteindre leur but, plusieurs diffuseurs se joignent notamment aux réseaux de diffusion qui existent à travers le Canada.

Cliquez pour visionner la vidéo.



Cette vidéo montre une distribution géographique des diffuseurs au Canada.

LES TYPES DE DIFFUSEURS

La principale caractéristique de la diffusion des arts vivants au Canada est la diversité. Tous les types de diffuseurs sont présents au pays et ils se distinguent par leur vision artistique, la dimension de leurs salles, le type d'installation, leurs auditoires et le type d'organisme qu'ils gèrent. Certains n'organisent que quelques spectacles par année dans leur petite collectivité rurale alors que d'autres présentent à longueur d'année des festivals et des séries dans plusieurs disciplines artistiques. Les auditoires varient entre quelques centaines et plusieurs centaines de milliers de spectateurs.

Les diffuseurs travaillent dans une variété de contextes : des organismes artistiques à but non lucratif, des municipalités, des universités, des écoles et des festivals. Certains organismes de diffusion sont composés exclusivement de bénévoles alors que d'autres sont dirigés par des professionnels. Il y a un nombre croissant de diffuseurs pluridisciplinaires qui offrent des spectacles dans plusieurs disciplines. Il y a également plusieurs organismes qui présentent occasionnellement des spectacles professionnels même si leur mandat principal n'est pas centré sur les arts vivants. De plus, quelques artistes et compagnies de production organisent des activités de diffusion qui vont au-delà de la présentation de leurs propres œuvres.

Les principales catégories de diffuseurs sont⁹ :

Les diffuseurs communautaires (bénévoles)

Les diffuseurs communautaires sont généralement des organismes à but non lucratif formés de bénévoles qui organisent des spectacles dans leur collectivité. Certains d'entre eux n'offrent souvent qu'un ou deux concerts par année alors que d'autres en présentent une douzaine dans le cadre d'une programmation pluridisciplinaire. (Par exemple : Société Culturelle des Tracadilles, Tracadie-Sheila, NB)

Les diffuseurs attachés à une salle de spectacle (municipalités, universités, collèges et indépendants)

Plusieurs diffuseurs gèrent leur propre salle ou ont des contrats de location à long terme. Ces diffuseurs embauchent généralement des professionnels en administration, en opération, en billetterie et des techniciens en production et en commercialisation. Ces gens peuvent être des employés de la ville ou de l'université ou être employés par des organismes artistiques à but non lucratif qui gèrent une salle. Ces diffuseurs sont souvent pluridisciplinaires, mais ils peuvent également programmer une seule discipline artistique, que ce soit la danse, la musique jazz ou la musique classique. Ils s'occupent souvent de la location de la salle en plus d'assurer la diffusion. (Par exemple : Place des Arts, Montréal, QC; Northern Arts and Cultural Centre, Yellowknife, TN)



La Place des Arts, construite pendant l'essor du secteur de la construction de Montréal, ouvre ses portes en 1963. Elle compte six salles où sont présentés des symphonies, des opéras, des spectacles de danse, des pièces de théâtre, des concerts et diverses manifestations artistiques. Le complexe abrite également un musée, des boutiques et d'autres services.

Crédit : Caroline Bergeron

Les diffuseurs de festivals

La plupart des festivals au Canada sont à but non lucratif. Certains se concentrent sur une discipline particulière (par exemple, ils offrent un type particulier de musique ou des œuvres pour les enfants) alors que d'autres sont pluridisciplinaires et englobent des activités culturelles rattachées à l'alimentation, aux arts visuels et à l'artisanat. Les festivals ont généralement peu d'employés à l'année : ils dépendent souvent d'un important groupe de bénévoles et d'employés contractuels à court terme. (Par exemple : Festival de la Chanson de Tadoussac, Tadoussac, QC; Luminato, Toronto, ON)

Les diffuseurs spécialisés

Ce type de diffuseur se consacre souvent à une discipline en particulier ou à une forme d'art présentant une esthétique clairement définie. On trouve ces diffuseurs dans les grands centres

urbains ou dans les villes de taille moyenne. (Par exemples : La Maison Théâtre, Montréal, QC; New Works, Vancouver, C.-B.)

Les diffuseurs-artistes

Parfois, des artistes se chargent de présenter eux-mêmes leurs œuvres ou de diffuser celles de leurs pairs. Dans ce cas, l'artiste voit lui-même à la logistique et paie les dépenses avec les revenus de billetterie. Les diffuseurs artistes sont souvent présents dans les formes d'art telles que la musique folklorique et le conte – particulièrement dans des concerts privés et des présentations bénévoles – et dans les arts interdisciplinaires émergents qui ne sont pas faciles à catégoriser. Il y a également plusieurs groupes où l'on retrouve des diffuseurs artistes – et des producteurs indépendants – qui comprennent par exemple des artistes autochtones, des artistes immigrants et des artistes des minorités francophones hors-Québec. (Par exemple : Roger Dallaire, Edmonton, AB)

Les bibliothèques, les écoles et les divisions scolaires

Les bibliothèques, les écoles et occasionnellement les divisions scolaires agissent parfois comme diffuseur de spectacles et d'ateliers. Il arrive qu'ils s'associent à un organisme de diffusion locale ou encore tout simplement qu'ils s'engagent à acheter un certain nombre de billets pour une présentation en matinée dans une école. (Par exemple : les membres du réseau de diffusion Cerf-Volant, au Nouveau-Brunswick, sont des districts scolaires)

Les diffuseurs occasionnels

- **Les organismes de bienfaisance** peuvent engager un artiste pour une collecte de fonds.
- **Les détaillants**, comme les galeries d'art, les librairies, les centres d'achat, les cafés et les restaurants.
- **Les collèges et les universités**, où les départements, les facultés et les associations d'étudiants engagent des artistes.
- **Les groupes civiques**. De nombreux événements communautaires présentent des spectacles, que ce soit les foires communautaires ou les fêtes de quartier, ou encore la célébration de la fête du Canada. Dans les petites collectivités, c'est souvent un organisme bénévole comme la société agricole qui organise une foire et embauche les artistes. Dans les grands centres, il se peut qu'un organisme gouvernemental soit responsable d'organiser l'événement et recrute un diffuseur indépendant qui se chargera de programmer les artistes.



Cynthia Soudin et KoboTown. Alianait Arts Festival 2009, Iqaluit (Nunavut)

Crédit : Ed Maruyama

L'IMPORTANCE DES BÉNÉVOLES

Les bénévoles contribuent à la diffusion des arts vivants. Le *Sondage des diffuseurs* et des données récentes de Statistique Canada sur le bénévolat renforcent cette idée¹⁰.

Selon Statistique Canada, les Canadiens qui font du bénévolat dans le domaine des arts et de la culture ont donné, en 2010, plus de temps en moyenne (127 heures par année) que ceux qui font du bénévolat dans n'importe quel autre secteur. Cela représente une augmentation de 21 % à ce chapitre depuis 2007, soit la plus forte augmentation de tous les secteurs examinés, alors que 6 des 12 secteurs ont enregistré une baisse. Cet engagement est significatif par rapport aux autres secteurs, dans lesquels on compte un plus grand nombre de Canadiens qui sont bénévoles, mais qui y consacrent en moyenne un moins grand nombre d'heures. Quand on considère le nombre total d'heures, le temps consacré au bénévolat dans le domaine des arts et de la culture est d'environ 100 millions d'heures, soit l'équivalent de 50 000 emplois à temps plein.

Les diffuseurs qui ont participé au *Sondage des diffuseurs des arts vivants* nous ont fourni des données sur leur nombre d'employés et de bénévoles. Plus de la moitié des répondants ont indiqué avoir plus de bénévoles que d'employés, le ratio moyen étant de 17 bénévoles pour chaque employé. Ce rapport est considérablement plus élevé pour les organismes qui présentent des festivals, lesquels comptent 25 bénévoles pour chaque employé rémunéré. En d'autres mots, au plus fort de leurs activités, les festivals comptent en moyenne sur près de 200 bénévoles et dans certains cas jusqu'à 600 ou plus. Pour les diffuseurs qui présentent des saisons de spectacles, le rapport est de six bénévoles pour chaque employé rémunéré.

Cette grande dépendance à l'égard des bénévoles est encore plus marquée dans les organismes qui présentent des saisons de spectacles dans les petites collectivités de moins de 5 000 habitants. Ces organismes ont moins tendance à avoir du personnel rémunéré et sont plus souvent entièrement gérés par des équipes de bénévoles. Au quotidien, les organismes en milieu rural comptent en moyenne sur un effectif de 36 bénévoles. Ce nombre peut s'élever jusqu'à 167 au plus fort de la saison.

Ce fort engagement démontre l'importance que les Canadiens accordent à la diffusion des arts vivants et confirme le rôle inestimable que les bénévoles jouent afin d'amener les artistes dans leurs collectivités.

L'OMNIPRÉSENCE DES ARTS VIVANTS

DANS LE LANGAGE COURANT

Ça sonnait faux.

Ils ont orchestré ce grand événement.

Les avocats ont travaillé dans les coulisses.

Cette précision a planté le décor pour quelque chose de nouveau.

Elle a su puiser la force voulue pour faire face à la musique.

Le tintement des pièces est une douce musique à mes oreilles.

Elle était sous
les feux de la
rampe

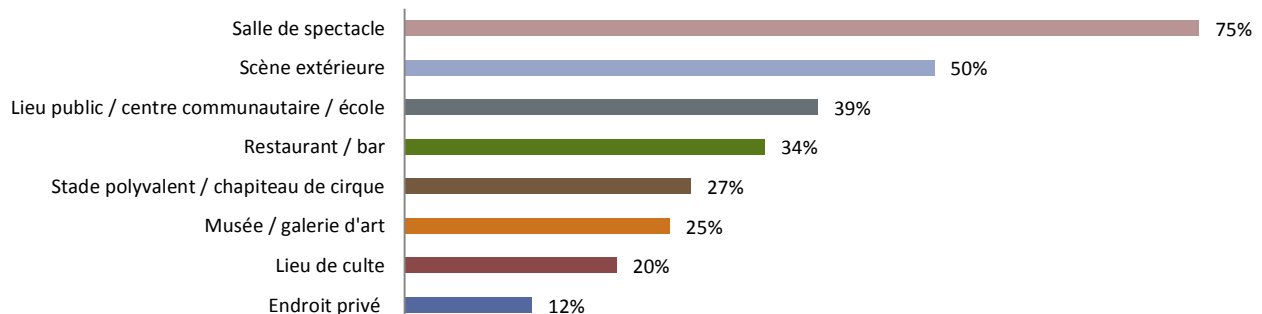
Il s'est placé
à l'avant-
scène.

Ces expressions populaires font ressortir l'omniprésence des arts vivants dans le langage courant, ce qui reflète leur influence très répandue sur la culture canadienne et dans la vie des Canadiens.

DANS DES CADRES DIVERS

Les résultats du *Sondage du grand public* indiquent que les Canadiens assistent à des représentations artistiques dans des cadres très diversifiés. Trois Canadiens sur quatre se rendent dans des lieux spécialisés, tels que les théâtres et les salles de concert. Les espaces en plein air figurent au deuxième rang, avec 50 % des voix. Compte tenu des centaines de festivals artistiques et culturels qui ont lieu dans les collectivités, grandes et petites, partout au Canada, ce résultat n'est pas surprenant. Il y a aussi de nombreux lieux non spécialisés où sont organisés des spectacles. Les espaces publics, comme les centres communautaires ou culturels, les écoles ou les bibliothèques sont mentionnés par environ quatre Canadiens sur 10, et les restaurants ou les bars, par un Canadien sur trois. Environ une personne sur quatre dit avoir assisté à un spectacle dans des espaces multifonctionnels, tels que les stades, cirques, musées ou galeries d'art. Enfin, certains Canadiens assistent à des représentations dans des lieux de culte et des établissements privés, tels que ceux utilisés pour des concerts de salon.

Genres d'endroit



Source : L'importance de la diffusion-Sondage du grand public, 2012 (EKOS Research Associates/CAPACOA) (N=751)

Question : Dans quels genres d'endroit, parmi les suivants, avez-vous assisté en direct à un spectacle d'artistes professionnels au cours des 12 derniers mois?

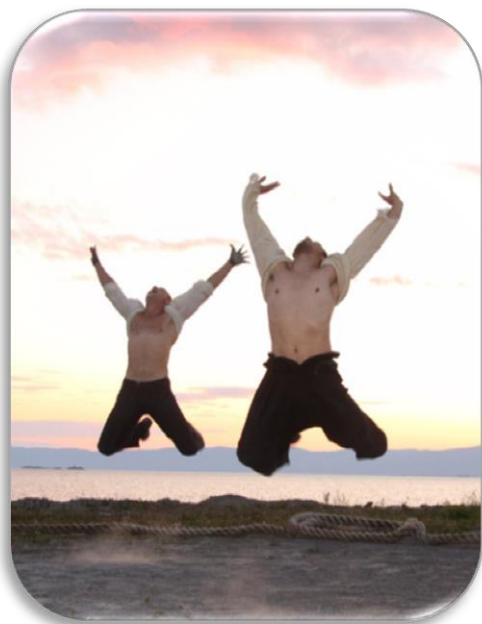
De plus, Patrimoine Canadien¹¹ a démontré que les Canadiens classent les centres de diffusion des arts vivants comme le lieu culturel le plus important dans leur collectivité après les bibliothèques.

Dans les collectivités rurales et éloignées, où les organismes de diffusion sont souvent entièrement gérés par des bénévoles, peu d'entre elles possèdent des lieux de diffusion spécialisés. Dans certaines collectivités, la diffusion n'est pas la fonction principale du lieu puisqu'il s'agit d'écoles, de galeries d'art ou de stades. Ces lieux sont parfois simplement loués par un diffuseur pour y présenter un spectacle. Parfois encore, une école ou un musée peuvent d'eux-mêmes programmer un spectacle.

Cette ampleur du domaine de la diffusion était également évidente dans le *Sondage des diffuseurs des arts vivants*, où 71 % des 288 diffuseurs répondants ont indiqué utiliser plus d'un lieu pour la présentation de leurs spectacles au cours d'une année. De plus, 31 % des diffuseurs ont indiqué avoir un mandat principal autre que celui de diffuseur des arts.

Enfin, étant donné qu'un nombre important de diffuseurs ont un mandat principal différent, leurs activités ne sont pas répertoriées dans les statistiques économiques de Statistique Canada. Aussi, la CAPACOA est-elle en train d'établir un répertoire exhaustif des organismes qui entreprennent des activités de diffusion, et elle en a répertorié quelque 1 400 en date de janvier 2013. On s'attend à ce que ce nombre s'accroisse à mesure que des artistes diffuseurs et des diffuseurs occasionnels sont identifiés.

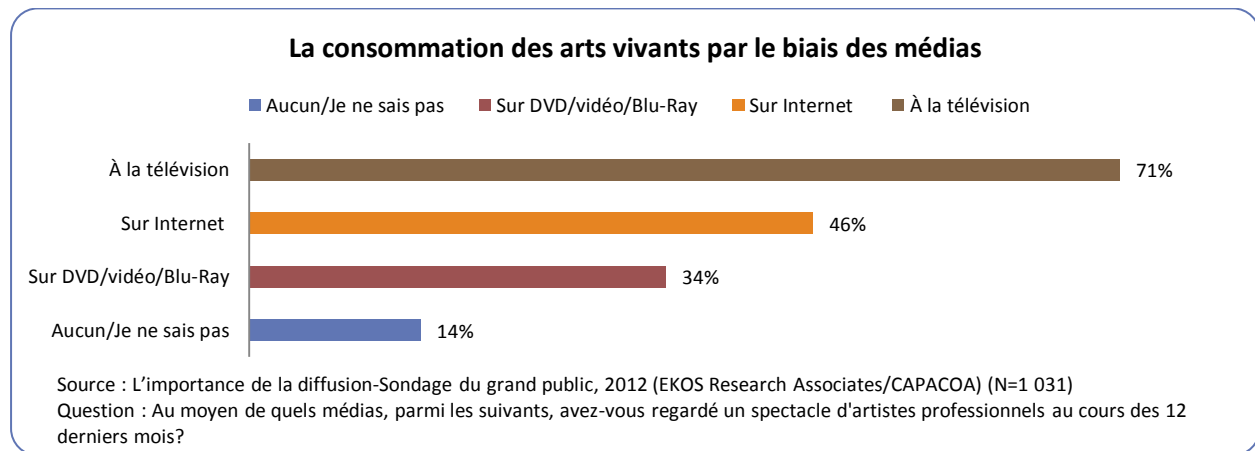
Compte tenu de ce vaste éventail de cadres de présentation et de types de diffuseurs, il paraît évident que toutes les représentations professionnelles d'arts vivants ne sont pas présentées par des diffuseurs professionnels travaillant dans des organismes exclusivement voués aux arts. Il semble plutôt que les représentations professionnelles devant public s'inscrivent dans le cadre de nombreux types d'activités dans la vie des Canadiens.



1.2.3 les pieds dans l'eau,
de Fleuve | Espace danse.
Crédit : Pilar Macias

DANS LES MÉDIAS

Selon le Sondage du grand public, 86 % des Canadiens indiquent avoir regardé des représentations données par des artistes professionnels dans divers médias en 2011. La télévision vient en première place avec 71 %, suivie par près de la moitié des répondants qui regardent des spectacles sur YouTube, Vimeo ou d'autres services vidéo en ligne. Environ le tiers des répondants ont regardé des spectacles sur DVD ou vidéo.



L'analyse par sous-groupes a révélé que 94 % des personnes qui assistent plus souvent à des représentations en direct regardent également des spectacles diffusés sur les supports médias. Parallèlement, 75 % de ceux qui n'ont assisté à aucune représentation au cours de l'année écoulée ont rapporté une consommation par le biais des médias pendant la même période. Ce résultat confirme, premièrement, que les médias fournissent une possibilité de participation pour plus de personnes, et deuxièmement, que les médias ont un effet cumulatif en augmentant la fréquentation des personnes assistant aux représentations en direct.

*L'Étude sur l'engagement dans les arts en Ontario*¹² a également montré une corrélation entre le fait de voir un spectacle d'arts vivants à la télévision ou d'écouter un spectacle à la radio et la fréquentation en salle. Toutefois, bien que l'engagement envers les spectacles diffusés par les médias était plus élevé, on accorde une plus grande importance à la fréquentation des spectacles en salle. En conclusion, cette étude met en évidence le rôle complémentaire mais néanmoins incontournable que jouent les médias dans l'écosystème des arts vivants.

LES ARTS VIVANTS INTÉRESSENT TOUT LE MONDE

L'Enquête sociale générale de Statistique Canada de 2010 et le Sondage du grand public en 2012 ont révélé la plus large fréquentation à des spectacles des arts vivants jamais enregistrée au Canada¹³.

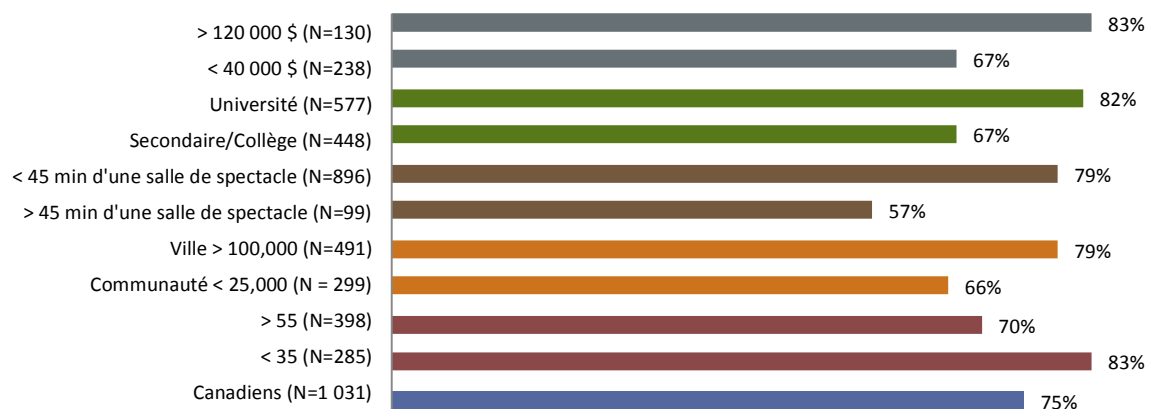
Trois Canadiens sur quatre ont assisté à un spectacle d'artistes professionnels au cours de la dernière année et 86 % disent avoir assisté à un spectacle dans le passé¹⁴. De plus, deux Canadiens sur trois gagnant moins de 40 000 \$ disent avoir assisté à un spectacle en salle au cours de la dernière année. De même, deux Canadiens sur trois n'ayant pas de diplôme universitaire ou encore vivants dans une petite collectivité de moins de 25 000 habitants affirment avoir assisté à un spectacle. Ces nouvelles données confirment que les spectacles professionnels d'arts vivants font partie des courants dominants chez les Canadiens. Cela montre que les arts vivants professionnels ne rejoignent pas uniquement les élites et les privilégiés, mais qu'ils transcendent les différences socio-économiques et culturelles. Cela porte à croire que les efforts des diffuseurs travaillant de concert avec les bailleurs de fonds, les artistes et les organismes artistiques ont réussi à rendre les arts vivants accessibles à un plus grand nombre de Canadiens.

Trois Canadiens sur quatre disent avoir assisté au moins une fois à un spectacle d'artistes professionnels au cours de l'année 2011.

En analysant les divers sous-groupes, plusieurs facteurs démographiques confirment une corrélation statistiquement significative sur l'assistance ou la fréquence d'assistance sur une base annuelle :

- Les Canadiens jeunes ont un fort taux d'assistance aux spectacles; 83 % des 18 à 34 ans disent avoir assisté à un spectacle en direct 2011 contre 70 % des 55 ans et plus.
- Les gens qui vivent dans les grandes villes et ceux qui habitent à moins de 45 minutes d'une salle de spectacle assistent à un spectacle plus souvent que ceux qui vivent dans de plus petites collectivités ou dans les collectivités éloignées.

Les facteurs démographiques de l'assistance



Source : L'importance de la diffusion-Sondage du grand public, 2012 (EKOS Research Associates/CAPACOA)

Question : En tenant compte de tous ceux qui précèdent, combien de fois avez-vous assisté à un spectacle d'artistes professionnels au cours des 12 derniers mois?

- Les gens qui gagnent plus de 120 000 \$ et qui ont une formation universitaire ont un taux de fréquentation plus élevé que ceux qui gagnent moins de 40 000 \$ et qui ont une formation secondaire ou collégiale. Ces gens assistent également plus souvent à un spectacle des arts vivants. 34 % de ceux qui gagnent le plus assistent cinq fois ou plus par année, comparativement à 24 % pour ceux qui ont des revenus plus faibles. 37 % des diplômés universitaires assistent à un spectacle d'arts vivants cinq fois ou plus par année, comparativement à 11 % de ceux qui ont un diplôme d'école secondaire et 21 % de ceux qui ont un diplôme collégial.

Les niveaux élevés d'assistance rapportés pour tous les groupes suggèrent que les facteurs démographiques tels que le revenu et l'éducation ont moins d'influence qu'on le suppose communément ou même, dans le cas de l'âge, une influence contraire à ce qu'on pourrait penser. Par contre, l'accès et la disponibilité des arts vivants dans diverses collectivités dans l'ensemble du Canada demeurent des enjeux.

Lors de certaines consultations, des diffuseurs ont affirmé qu'il y a peu ou pas d'élasticité des prix dans le secteur des arts. Ceci signifie essentiellement que le nombre de sièges vendus pour un spectacle ne dépend pas du prix du billet. Il semble que cette hypothèse soit intrinsèquement liée à la croyance que les gens qui ont un haut niveau d'éducation et un revenu élevé sont plus susceptibles d'assister à des spectacles et peuvent également se payer n'importe quel spectacle auquel ils désirent assister. Puisque l'auditoire actuel comprend une représentation beaucoup plus grande de la société, cette hypothèse devrait être examinée soigneusement au cas par cas. Cela signifie que les diffuseurs devraient changer leur façon de voir les auditoires et avoir une conception plus nuancée de l'importance du prix et de l'offre sur les habitudes de fréquentation du public.

Le rapport de Hill Stratégies sur *Les facteurs dans l'assistance aux arts des Canadiens*¹⁵ semble confirmer cette conclusion. Les plus importantes corrélations à l'assistance aux spectacles d'arts vivants sont d'assister à d'autres présentations des arts vivants et de visiter des galeries d'arts, des sites historiques ou des musées. Le rapport affirme également que « l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans la fréquentation des arts que les facteurs démographiques [...] Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait

Plus quelqu'un assiste à des spectacles, plus il va y assister; le chevauchement culturel est plus important que les facteurs démographiques comme l'âge ou le revenu.

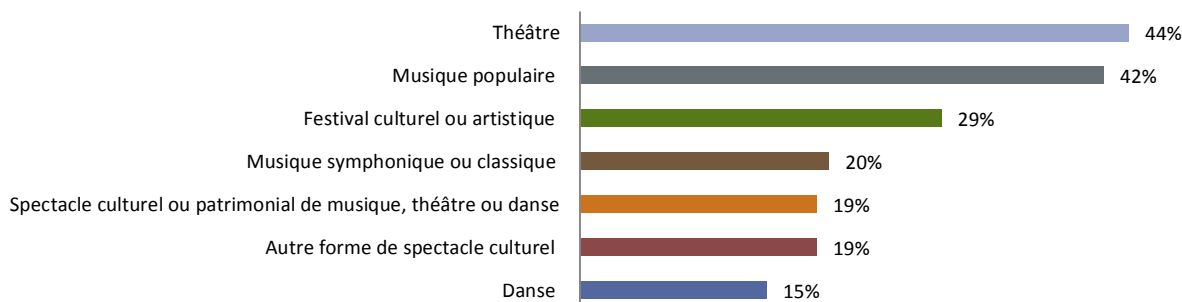
pas terminé son secondaire aille voir une pièce de théâtre en 2010 : seulement 32 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a assisté à un concert de musique classique en 2010 avait beaucoup plus tendance à aller au théâtre : 59 % l'ont fait en 2010. [...] Le poids des chevauchements culturels est semblable pour chacune des activités artistiques examinées par ce rapport. »

De plus, *Patrimoine Canadien*¹⁶ a révélé que seulement 43 % des gens considèrent que les installations artistiques et culturelles dans leurs collectivités sont de bonne ou très bonne qualité. Un peu plus de la moitié (53 %) donne une appréciation positive du nombre des installations. Cela confirme que les Canadiens croient qu'il y a encore des écarts dans la disponibilité et la qualité des installations artistiques.

LES DISCIPLINES AUXQUELLES LES GENS ONT ASSISTÉ

Le Sondage du grand public a repris les questions de l'Enquête sociale générale de 2005 de Statistique Canada et, pour le secteur de la danse, les questions de l'enquête de 1998¹⁷. Après comparaison des données chronologiques, il y a eu une augmentation de la fréquentation pour toutes les formes d'art comparativement aux années précédentes. Depuis 1998, le théâtre, la musique populaire et la musique classique, tout comme la danse, auraient doublé leur taux de fréquentation. Voilà d'excellentes nouvelles pour un secteur qui a été préoccupé par le maintien et le développement des auditoires.

Les types de spectacles auxquels les Canadiens ont assisté en 2011



Source : L'importance de la diffusion-Sondage du grand public, 2012 (EKOS Research Associates/CAPACOA) (N=1 031)
Question : Auxquels des spectacles ci-dessous, présentés par des artistes professionnels, avez-vous assisté au cours des 12 derniers mois en tant qu'activité de loisir (et non dans le cadre d'études ou d'un travail rémunéré) ?

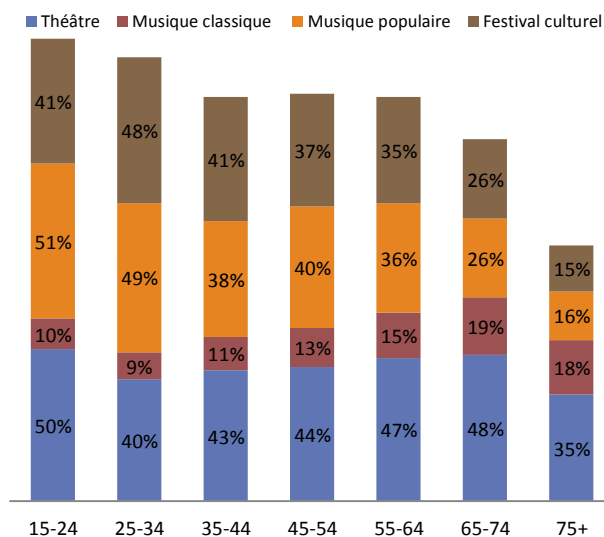
FRÉQUENTATION PAR GROUPE D'ÂGE

La capacité d'attirer les jeunes à des spectacles des arts vivants en direct est une préoccupation de longue date. Plusieurs sondages récents ont toutefois indiqué que les jeunes Canadiens affichent un taux de fréquentation culturelle plus élevé que celui des Canadiens plus âgés.

En se servant de données de Statistique Canada¹⁸ (plus de 7 500 entrevues téléphoniques tirées de l'Enquête sociale générale 2010), Hill Stratégies a examiné les facteurs qui influencent les taux de fréquentation des Canadiens pour quatre disciplines artistiques : le théâtre, la musique classique, la musique populaire et les festivals culturels.

Comme nous l'avons vu dans le Sondage du grand public, les deux groupes d'âge

Fréquentation des activités artistiques par âge



Source : Facteurs dans la fréquentation des activités artistiques par les Canadiens en 2010, Hill Strategies

les plus jeunes assistent aux spectacles plus fréquemment que les groupes plus âgés. Le théâtre a un profil d'âge relativement égal alors que la musique classique a un auditoire clairement plus âgé. L'assistance aux spectacles de musique populaire et aux festivals culturels est principalement le fait des groupes d'âge les plus jeunes.

Une étude longitudinale réalisée à partir des statistiques québécoises, a fourni une perspective intergénérationnelle sur les pratiques culturelles, de 1979 à 2009, pour la génération du « baby boom »¹⁹. L'étude a démontré que, d'une décennie à l'autre, les baby boomers ont été de plus en plus actifs sur le plan de la fréquentation de la plupart des établissements culturels : le taux de fréquentation des spectacles de danse a monté d'un point de pourcentage alors que le théâtre a monté de trois points et la musique de neuf points. L'étude indique également que le taux de fréquentation des 55-64 ans a connu une hausse entre 1979 et 2009. Enfin, la part des 25-34 ans qui fréquentent les lieux culturels en 2009 est généralement plus élevée qu'en 1979, en particulier pour les spectacles de musique rock, mais qu'elle a décliné pour le théâtre.

Ces études remettent en question les hypothèses habituelles sur l'intérêt des jeunes Canadiens pour les diverses formes d'arts vivants et leur taux d'assistance aux spectacles. Ces tendances devraient être examinées de façon plus approfondie, notamment en ce qui concerne l'appariement entre l'offre artistique et la demande des auditoires, de même que la compréhension de l'évolution de l'intérêt des auditoires.

LES ÉCARTS DANS LES STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION

Des discussions avec les gens du secteur de la diffusion, il est ressorti que l'absence de croissance et même un déclin des auditoires constituent les principales préoccupations des diffuseurs.

Comment les niveaux élevés d'assistance aux spectacles d'arts vivants peuvent-ils être compatibles avec les affirmations du milieu de la diffusion voulant qu'il soit difficile de maintenir les auditoires et les revenus de billetterie?

Plusieurs explications découlent des conclusions de *l'Étude sur l'importance de la diffusion* :

- **Premièrement**, le *Sondage du grand public* et *l'Enquête sociale générale* ont simplement mesuré l'assistance et ne se sont pas préoccupés de vérifier si l'événement était payant ou s'il avait généré des revenus.
- **Deuxièmement**, les Canadiens assistent en direct à des spectacles professionnels tant dans des salles conventionnelles que non conventionnelles, y compris des lieux extérieurs. Plusieurs types de festivals et d'événements ont des spectacles professionnels dans leur programmation. De plus, les diffuseurs eux-mêmes ont établi des programmes favorisant l'accès d'une population plus importante et plus diversifiée, souvent en réduisant ou même en éliminant le droit d'entrée. Cela permet aux Canadiens d'affirmer qu'ils ont assisté à un spectacle professionnel sans avoir nécessairement acheté un billet ou sans avoir été enregistrés dans les statistiques du diffuseur.
- **Troisièmement**, les données englobent les spectacles auxquels les Canadiens ont assisté pendant qu'ils voyageaient au pays ou à l'étranger, mais ne comprennent pas l'assistance aux spectacles des touristes venus d'autres pays pendant leur séjour au Canada.

- **Quatrièmement**, si l'on considère que les taux de fréquentation recueillis par deux sondages, soit le *Sondage du grand public* et l'*Enquête sociale générale*, sont similaires même si le premier parlait précisément des spectacles professionnels des arts vivants et que le deuxième ne faisait aucune référence au caractère professionnel des artistes, il semble que les Canadiens n'ont pas de moyen fiable de savoir si un spectacle a été présenté par des artistes professionnels. Bien que le secteur de la diffusion connaisse la définition de professionnel et qu'il s'agit d'un critère d'admissibilité aux programmes d'aide financière, cette notion n'est pas claire pour les Canadiens.
- **Cinquièmement**, les définitions qui sont utilisées sont très générales et n'englobent pas seulement les arts dits « sérieux ». En fait, il y a une perception persistante voulant que l'art sérieux s'oppose à l'art commercial ou populaire. Si les discussions sur la qualité et le mérite artistiques sont utiles, les Canadiens eux-mêmes disent qu'ils assistent à des spectacles avant tout pour se divertir et pour être stimulés de diverses façons. (La qualité du spectacle est peut-être simplement un préalable). Essentiellement, l'opposition entre « l'art » et le « le divertissement » n'a pas la même importance pour l'auditoire ou le grand public.
- **Sixièmement**, il y a un certain flou dans la définition que les Canadiens donnent de l'assistance à un spectacle en direct. En effet, 29 % des répondants assimilent le fait de regarder un spectacle en direct à la télévision à l'assistance à un spectacle en direct et 16 % affirment que la diffusion en continu en direct sur l'internet équivaut à assister à un spectacle en direct. Les Canadiens de plus de 55 ans sont deux fois plus susceptibles que les moins de 25 ans à avoir cette opinion. Cette question n'avait jamais été explorée avant le *Sondage du grand public*. Dès lors, elle mériterait d'être étudiée de façon que l'on puisse déterminer comment cela influence les comportements des gens et leur façon de répondre aux sondages.

Chacun de ces facteurs a été identifié par le secteur de la diffusion comme étant essentiel à la compréhension de l'écart qui existe entre les taux de fréquentation rapportés par les Canadiens et la perception des diffuseurs selon laquelle les auditoires stagnent ou diminuent pour certains types de spectacles et certains types de salles.

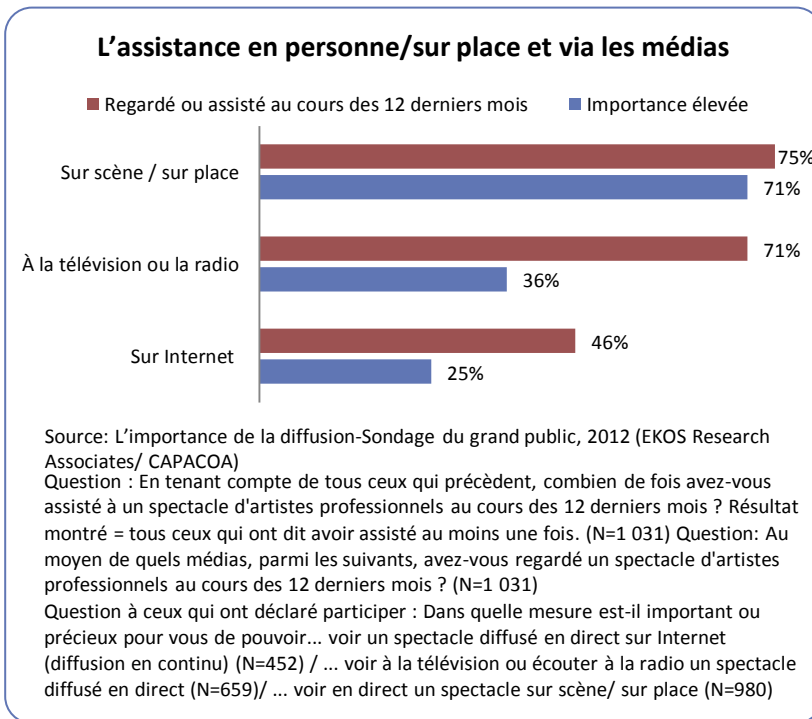


Le groupe Arrested Development
au Calgary Folk Music Festival.

Crédit : Dave Kenny

L'IMPORTANCE D'ASSISTER EN PERSONNE ET À TRAVERS LES MÉDIAS

Le Sondage du grand public a montré que même si 86 % des Canadiens assistent à des spectacles d'artistes professionnels dans un contexte autre que sur scène / sur place, ils sont deux fois plus susceptibles d'assigner une grande importance à un spectacle sur scène qu'à toute autre façon d'y assister par le biais d'un média.



Il n'est pas surprenant de constater que les gens qui assistent le plus souvent à des spectacles (94 % des gens qui ont assisté à cinq spectacles et plus ont indiqué que c'était très important) et ceux qui ont assisté à au moins trois différents types de spectacles différents (90 % ont indiqué que c'était très important) attribuent la plus grande valeur à l'assistance en personne à des spectacles d'arts vivants. Les femmes y accordent une plus grande importance (75 %) que les hommes (66 %). Et près de la moitié des Canadiens qui n'ont assisté à aucun spectacle

d'arts vivants au cours des douze derniers mois affirment que l'assistance en personne à un spectacle est d'une grande importance pour eux.

Dans une certaine mesure, l'accès aux spectacles semble être un facteur dans l'appréciation des répondants quant à l'importance du visionnement de spectacles par l'entremise des médias. 42 % des gens vivant dans des collectivités de moins de 25 000 personnes, 49 % des gens qui n'ont pas d'éducation postsecondaire, 43 % des gens qui ont un revenu de moins de 40 000 \$ et 57 % des gens qui disent être handicapés d'une manière ou d'une autre ont tous accordé une grande importance au visionnement d'un spectacle en direct à la télévision ou à l'audition d'un spectacle en direct à la radio. Le groupe des 55 ans et plus a attribué une importance plus élevée que la moyenne pour les deux options – un spectacle en direct à la télé et regarder en différé un spectacle enregistré en direct (respectivement 45 et 41 % contre une moyenne de 35 %).

On a constaté des résultats similaires dans l'*Étude sur l'engagement dans les arts en Ontario*²⁰ qui montre que les six activités artistiques les plus importantes pour les Ontariens touchent la participation en personne à divers spectacles des arts vivants. L'étude montre que l'importance d'assister à un spectacle d'arts vivants est élevée, même pour ceux qui ne peuvent pas y assister. Cela signifie que l'expérience en direct des arts vivants est grandement appréciée.

L'ENGAGEMENT DU PUBLIC ENVERS LES ARTS

Les diffuseurs et d'autres intervenants dans l'écosystème des arts vivants et dans les autres secteurs culturels ont analysé les responsabilités qu'elles ont non seulement envers leurs auditoires, mais également envers l'ensemble de leur collectivité. Le Conseil des arts du Canada a participé à ce débat en publiant un document de travail²¹ dans lequel il déclare.

« En réponse à l'importance croissante de l'engagement du public envers les arts, le Conseil s'emploiera plus activement à favoriser des échanges de vues avec le public sur les aspirations et les besoins d'expression des citoyens en général. Il élargira aussi la portée de ses messages pour faire comprendre clairement au public que l'activité du Conseil dans le secteur des arts professionnels sert les intérêts de toutes les Canadiennes et de tous les Canadiens. En plus de continuer à mettre l'accent sur la pratique professionnelle des arts, le Conseil soulignera la contribution des artistes et des arts à la vie quotidienne, ainsi que le rapport entre son mandat et le renforcement de l'engagement du public dans la vie culturelle du Canada. Ce faisant, il trouvera des moyens directs et indirects d'aider les artistes et les organismes artistiques à accroître et à approfondir leurs liens avec le public. »

Le Conseil y propose aussi une définition globale de l'engagement du public :

« L'accroissement soutenu de la participation de chacun à la vie artistique de la société, notamment par la fréquentation, l'observation, le repérage et la collection, la participation active, la cocréation, l'apprentissage, la médiation culturelle et l'expression de la créativité individuelle. »

Durant un atelier à la conférence de CAPACOA en 2013 qui portait sur ce sujet et sur l'examen des dimensions démographiques de la fréquentation, plusieurs thèmes sont ressortis, confirmant des consultations antérieures sur ces questions :

- Les diffuseurs croient que les arts font partie de la vie des gens. Cette perception est confirmée par les hauts niveaux d'assistance rapportés par les Canadiens et la grande importance qu'ils accordent à l'assistance à des spectacles. Ils estiment également qu'il serait possible d'en faire beaucoup plus pour intéresser le public.
- Plusieurs diffuseurs pensent qu'ils fournissent un service essentiel à leurs collectivités. Ils croient qu'en donnant à leur collectivité l'accès aux arts, ils remplissent une mission semblable à celle des bibliothèques et des musées.



Les réseaux de diffusion en Alberta travaillent en partenariat.

- Les diffuseurs estiment qu'il est utile d'évaluer leur marché, c'est-à-dire, les segments d'auditoires qui leur permettent de générer des revenus, indépendamment de la collectivité, à laquelle ils doivent, en vertu de leur mission, apporter les bienfaits des arts vivants.
- Les diffuseurs sont d'accord pour dire que, quoi qu'ils fassent, ils doivent réaliser des profits et être viables financièrement. Les habiletés et les coûts additionnels sont des éléments qui doivent être pris en considération lorsque l'on planifie des activités visant l'approfondissement de la participation du public.
- Les diffuseurs estiment qu'ils doivent eux-mêmes améliorer leur capacité à mettre en valeur leur efforts de développement de public et de médiation culturelle. Ils doivent apprendre à expliquer leur situation de façon à ce que le public, leurs pairs et les investisseurs découvrent l'étendue de la participation publique qu'ils suscitent en collaboration avec les artistes. Cela pourrait fort bien mener à l'élaboration de meilleures méthodes d'évaluation de ces activités.
- Plusieurs activités de sensibilisation du public, notamment les activités de médiation culturelle, n'exigent pas la vente de billets et sont dès lors gratuites. Ces activités occupent déjà une place importante dans les organismes de diffusion. Elles englobent par exemple des activités d'échange suivant la présentation d'une pièce de théâtre, des classes de maître avec les danseurs résidents, des discussions avec les chorégraphes ou des metteurs en scène, des programmes éducatifs dans les écoles, des sites web éducatifs, des entrevues diffusées sur YouTube et des ateliers pour le public.

Les diffuseurs voient d'un très bon œil l'idée soumise par le Conseil des arts du Canada d'offrir un soutien aux artistes professionnels afin qu'ils acquièrent les compétences requises pour concevoir et animer des activités destinées à intéresser le public qui fréquentent ou qui ne fréquentent pas les théâtres et les salles de concert.



Le Bal des bébés, événement de médiation culturelle dans le cadre de Petits bonheurs, le rendez-vous culturel des tout-petits.

Crédit : Michel Pinault

LES BIENFAITS DE LA DIFFUSION DES ARTS VIVANTS

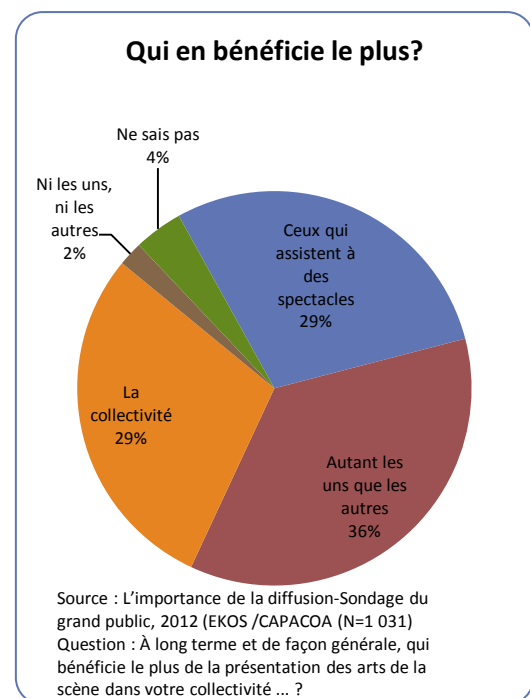
Des études ont examiné diverses dimensions de la manière dont les Canadiens perçoivent les arts vivants, mais aucune n'a tenté de comprendre ces bienfaits sous l'optique de la fonction du diffuseur ou d'évaluer si les diffuseurs et les Canadiens identifient les bienfaits de la même manière. Nous souhaitons également vérifier l'hypothèse voulant que les arts vivants demeurent en quelque sorte l'apanage d'une élite à revenus élevés. L'étude *L'importance de la diffusion* a entrepris deux sondages, l'un auprès des Canadiens et l'autre auprès des diffuseurs, et a mené des discussions avec des représentants du domaine de la diffusion pour mettre ces hypothèses à l'épreuve et combler les lacunes en matière d'information à cet égard.

LES BIENFAITS SONT AUTANT INDIVIDUELS QUE COLLECTIFS

Le *Sondage du grand public* montre pour la première fois que les Canadiens estiment que la diffusion des arts vivants profite autant au particulier qui assiste aux représentations qu'à l'ensemble de la collectivité.

L'analyse par sous-groupes révèle des différences statistiques significatives. Les Canadiens qui n'avaient pas assisté à une représentation en direct au cours des 12 mois précédents étaient moins nombreux (24 %) à pencher du côté du bienfait individuel. En revanche, les personnes qui se rendent aux représentations plus souvent ont donné une cote plus élevée aux bienfaits individuels et collectifs égaux (soit 42 %). Les personnes vivant dans des collectivités de moins de 25 000 habitants ont estimé que le bienfait pour la collectivité était supérieur (34 %) et moins important pour le particulier qui assiste aux représentations (24 %). Ce schéma s'est reproduit avec les personnes les moins scolarisées et ayant les revenus les moins élevés, qui ont estimé que le bienfait à l'ensemble de la collectivité était plus élevé, à l'instar des personnes vivant à plus de 45 minutes ou 70 km d'une salle de spectacle. Les hommes ont attribué un plus grand bienfait à l'individu (34 %) tandis que les femmes ont estimé que les bienfaits individuels et collectifs étaient égaux (39 %).

Au cours des discussions avec les diffuseurs, il est devenu évident que ces résultats vont à l'encontre des croyances voulant que les arts profitent surtout à une élite ou que les bienfaits des arts vivants soient réservés à ceux qui assistent le plus fréquemment à des représentations. Au contraire, moins les personnes avaient de possibilités d'assister à des spectacles, plus elles estimaient que les arts vivants profitaient aussi à leur collectivité, plutôt qu'uniquement aux particuliers qui assistaient aux représentations.



Les Canadiens estiment que les arts vivants profitent autant à leurs collectivités qu'aux individus qui assistent à des spectacles.

NIVEAUX DE BIENFAITS

Bienfaits individuels

Divertissement, amusement

*Stimulation intellectuelle,
affective et spirituelle*

*Découvrir quelque chose
de nouveau*

*Exposition à d'autres
cultures*

Socialisation

Santé et bien-être

Bienfaits collectifs

Énergie et vitalité

Qualité de vie

Collectivités créatives

*Compréhension
interculturelle*

*Fierté et sentiment
d'appartenance à la
collectivité*

Sécurité

Bienfaits sociétaux

Bénévolat

Participation citoyenne

Réussite scolaire

Cohésion sociale

*Développement
économique*

La promesse d'un spectacle exaltant n'est que le début de l'expérience des arts vivants. Les Canadiens sont pleinement conscients des transformations que peuvent engendrer les arts vivants.



Cette vidéo illustre les répercussions de la diffusion des arts vivants.

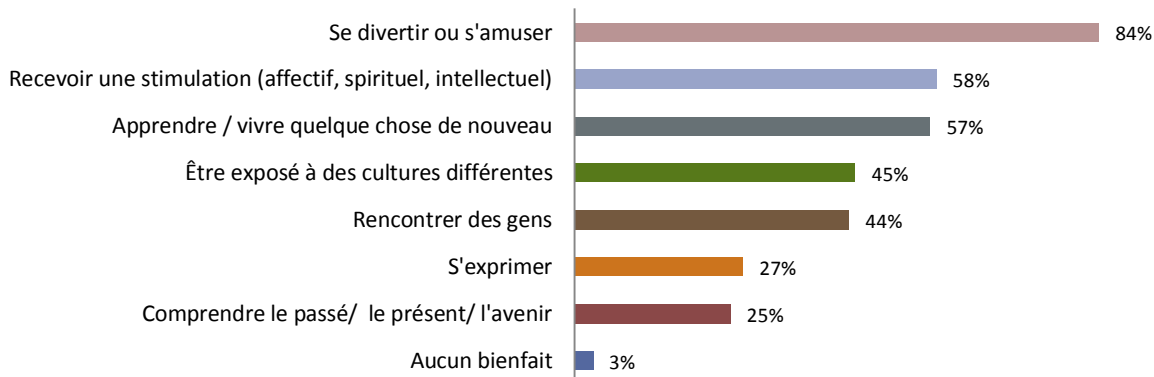
Au fil des ans, les études ont démontré que la participation à des représentations professionnelles d'arts vivants entraîne des bienfaits individuels, collectifs et sociétaux.

Ces bienfaits touchent de nombreux aspects de la vie. Ils se répercutent au niveau affectif, intellectuel, spirituel, social et culturel. Les Canadiens disent que les arts vivants apportent de la vitalité, de l'énergie et un mieux-être à leur collectivité. Et les effets d'entraînement sont considérables. Par exemple, une meilleure santé individuelle profite à la société en réduisant les coûts des soins de santé et en évitant les pertes de productivité.

BIENFAITS POUR L'INDIVIDU

La plupart des gens s'attendent à ce qu'une représentation en direct – qu'il s'agisse de théâtre, de musique, de danse ou d'une autre discipline – soit d'abord et avant tout une expérience divertissante et amusante. Nombreux sont ceux qui apprécient la stimulation intellectuelle, affective ou spirituelle qu'offrent les arts vivants ainsi que l'occasion d'apprendre ou de ressentir quelque chose de nouveau²².

Les bienfaits individuels de l'assistance à un spectacle



Source : L'importance de la diffusion-Sondage du grand public, 2012 (EKOS Research Associates/CAPACOA) (N=1 021)

Question : D'après vous, quels bienfaits retirez-vous surtout, personnellement, de l'assistance à un spectacle des arts de la scène ?

Un même spectacle peut divertir un spectateur et en transfigurer un autre. Un conte peut captiver le public et lui donner la sensation de vivre intensément le moment présent. Une chanson peut toucher la corde sensible d'un auditeur. Une pièce de théâtre peut faire tomber des préjugés. Un atelier avec un danseur peut apporter aux participants un nouvel équilibre dans leur corps et dans leur vie.

Les gens assistent souvent à des spectacles avec un ami ou un conjoint, ce qui en fait une activité sociale agréable. En effet, 44 % des répondants déclarent utiliser délibérément les sorties de spectacles comme occasions pour socialiser.

De nombreux témoignages sur les bienfaits ressentis par les amateurs de spectacles ont été recueillis dans l'étude de CCI-Ontario Presenting Network²³ :

« J'assiste rarement à des danses, sauf parfois au ballet, et je ne connais rien à la danse. Je ne savais vraiment pas à quoi m'attendre, car je n'avais absolument pas la moindre idée préconçue. J'ai été profondément touchée par ces danses sur le plan affectif, et émue jusqu'aux larmes parfois. C'était captivant, exaltant et profondément émouvant. Je ne peux que remercier les personnes qui ont organisé cette représentation à Guelph et tous les danseurs. Tout à fait remarquable... Les danses étaient très personnelles. Elles reflétaient certaines de mes expériences personnelles, des personnes que j'ai connues, et des moments intimes partagés avec des patients dans ma vie professionnelle en tant qu'infirmière. J'ai amené ma grande fille avec moi et j'ai été tellement heureuse d'avoir pu partager cette soirée spéciale avec elle. »

« Juste avant que ma mère n'entre dans une institution de soins infirmiers car elle souffrait d'Alzheimer, je suis allée entendre Tafelmusik avec elle. Maintenant, lorsque je vais au théâtre, je maintiens ma connexion avec maman – c'est très spécial. »

« Le théâtre a enrichi nos vies et nous a rendus meilleurs. »

Un participant à l'un des ateliers de *L'importance de la diffusion* a souligné l'incidence qu'une représentation théâtrale a eue sur lui :

« Une magnifique interprétation provoque un effet d'entraînement qui éveille la créativité même du spectateur qui y a assisté. »

Ces bienfaits individuels se multiplient rapidement dans un théâtre, au ballet ou à un festival de musique en plein air.

QUANTIFIER L'INCIDENCE DES ARTS VIVANTS SUR LE BIEN-ÊTRE

L'étude *Les arts et le bien-être individuel au Canada*²⁴ indique une corrélation étroite entre le fait d'assister à des spectacles et la santé et le bien-être. L'analyse examine si la participation à

Il y a un lien très étroit entre la fréquentation des arts vivants et huit indicateurs de santé, de bien-être et de participation citoyenne.

18 activités artistiques et culturelles peut être associée à huit indicateurs sociaux au-delà des facteurs démographiques. Cela signifie que les modèles statistiques tiennent compte du profil démographique de citoyens en bonne santé et socialement actif, afin de déterminer jusqu'à quel point leur participation à la vie culturelle est liée à certains aspects de leur santé et bien-être.

Après avoir pris en compte ces autres facteurs, plusieurs corrélations statistiquement significatives ont été révélées :

- **Aller au théâtre** est fortement associé à une meilleure santé physique et mentale et au bénévolat. Cela est également lié au fait d'avoir rendu service à un voisin au cours du mois précédent, à une très grande satisfaction à l'égard de la vie et au sentiment d'être moins coincé dans une routine quotidienne.
 - En particulier, les amateurs de théâtre sont 2,29 fois plus enclins à avoir fait du bénévolat au cours de l'année précédente que les personnes qui n'y sont pas allées, ce qui est remarquable. Il est 32 % plus probable qu'ils se déclarent en très bonne ou en excellente santé, et 30 % plus probable qu'ils affirment avoir une très grande satisfaction à l'égard de la vie.
- **Aller à des concerts de musique classique** est très étroitement lié à des taux de bénévolat plus élevés et à une très grande satisfaction à l'égard de la vie. Cela est également associé à une meilleure santé mentale, au fait d'avoir rendu service à un voisin au cours du mois précédent et au sentiment d'être moins coincé dans une routine quotidienne.
 - Les amateurs de concerts de musique classique étaient 86 % plus enclins que les non-amateurs à avoir fait du bénévolat au cours de l'année précédente. Ils ont 29 % plus tendance à déclarer avoir une très grande satisfaction à l'égard de la vie.
- **Aller à des concerts de musique populaire** est étroitement lié à une meilleure santé physique et au bénévolat. Cela est également associé à une meilleure santé mentale, à avoir rendu service à un voisin au cours du mois précédent, au sentiment d'être moins coincé dans une routine quotidienne et à une très grande satisfaction à l'égard de la vie.

- Les amateurs de musique populaire ont 64 % plus tendance à avoir fait du bénévolat au cours de l'année précédente et sont 23 % plus enclins que les non-amateurs à se déclarer en très bonne ou en excellente santé.
- **Assister à des festivals culturels** est fortement associé au bénévolat et à une meilleure santé physique. Cela est également associé à avoir rendu service à un voisin au cours du mois précédent, à une meilleure santé mentale, au sentiment d'être moins coincé dans une routine quotidienne et à une très grande satisfaction à l'égard de la vie.
- Les amateurs de festivals ont deux fois plus tendance à faire du bénévolat au cours de la dernière année que les non-amateurs et ils ont une probabilité 25 % plus élevée d'affirmer avoir une très grande satisfaction à l'égard de la vie²⁵.

Ces résultats fournissent des données importantes confirmant que les motivations personnelles pour assister à des spectacles produisent des bienfaits importants qui se répercutent au niveau de la collectivité et de l'ensemble de la société.

BIENFAITS POUR LA COLLECTIVITÉ

Selon une étude faite par Patrimoine canadien²⁶ en 2012, 92 % des Canadiens estiment que les arts et la culture au sein d'une collectivité font en sorte qu'il est plus agréable d'y habiter. De plus, le Sondage du grand public a révélé que presque 90 % des Canadiens considèrent que les lieux de diffusion contribuent à « une meilleure qualité de vie », donnent une « grande fierté à la collectivité » et contribuent « au développement économique ». La plupart croient également que ces lieux de diffusion favorisent une meilleure compréhension entre les cultures et rendent leur collectivité plus sécuritaire grâce à une activité accrue en soirée.



Le Centre national des Arts a été créé par le gouvernement du Canada à l'occasion du centenaire de la confédération. Le CNA a ouvert ses portes en 1969 avec le mandat de promouvoir les arts vivants au Canada.

Credit : Marc Fowler

Le tableau ci-dessous résume le classement de plusieurs bienfaits que les Canadiens et les diffuseurs ont comparés dans l'étude *L'importance de la diffusion*. Ces deux listes partagent certains énoncés mot pour mot, tandis que dans plusieurs cas, nous avons utilisé des énoncés plus détaillés dans la version conçue pour les Canadiens²⁷. La couleur sert à démarquer les trois niveaux de réponse.

(Note : les pourcentages des deux sondages ne peuvent être comparés, puisque les choix offerts ne sont pas les mêmes dans les deux cas.)

Quels sont, d'après vous, les principales incidences de la présentation des arts de la scène dans votre collectivité? (Max 3)			À titre de diffuseur des arts vivants, quelles sont, selon vous, les trois principales incidences de votre organisme sur votre collectivité? (Max 3)		
	(N = 1 031)	Canadiens		(N=288)	Diffuseurs
Apporter énergie et vitalité dans la collectivité		42 %	Plus grand sens d'identité communautaire ou d'appartenance à la collectivité		76 %
Améliorer la qualité de vie et le bien-être des résidents		38 %			
Avoir une collectivité plus créative		37 %	Collectivité plus créative		52 %
Rehausser la fierté de la collectivité (22%) + Renforcer le sentiment d'appartenance à la collectivité (15%)		33 %	Santé et mieux-être accrus des personnes et des familles		30 %
Renforcer le développement économique de la collectivité		32 %	Meilleure compréhension entre les cultures		29 %
Accroître la compréhension interculturelle		19 %	Collaboration intersectorielle accrue (p. ex., secteurs commercial, culturel, social)		27 %
Accroître les partenariats entre les diverses organisations de la collectivité		12 %	Développement économique accru		26 %
Permettre d'attirer et de retenir dans la collectivité des travailleurs qualifiés		10 %	Participation civique accrue		22 %
Soulever des enjeux publics et susciter le débat à leur sujet dans la collectivité		8 %	Meilleure capacité à attirer et retenir des travailleurs qualifiés		9 %
Renforcer la sécurité grâce à une activité accrue le soir		4 %			

Bien que ces trois niveaux comprennent plusieurs idées semblables et indiquent une grande concordance de points de vue, il y a néanmoins d'importantes différences entre le langage que les Canadiens utilisent et celui des diffuseurs.

Pour les Canadiens, les bienfaits les plus haut cotés découlant des arts vivants dans leurs collectivités sont un apport d'énergie et de vitalité, une amélioration de la qualité de vie et une collectivité plus créative. De même, l'étude de Patrimoine canadien indique que 92 % des Canadiens s'accordent pour dire que « les arts constituent un bon moyen d'aider les gens à réfléchir et à travailler de façon créative²⁸ ». Ces connexions entre vitalité, créativité et milieu de travail ont attiré l'attention des scientifiques. Ainsi, une étude pilote²⁹ sur la capacité des activités culturelles d'améliorer le milieu de travail a démontré que les participants ayant assisté à des spectacles en ont ressenti des effets marqués sur leur vitalité. Une autre étude³⁰ sur la participation culturelle et la santé réalisée auprès de travailleurs de la santé a montré que les arts, y compris l'assistance à des concerts et la participation à un chœur, améliorent la perception qu'ont les personnes de leur santé physique, de leur fonctionnement social et de leur vitalité.

92 % des Canadiens affirment que les arts constituent un bon moyen d'aider les gens à réfléchir et à travailler de façon créative.

Les diffuseurs, pour leur part, ont choisi comme principal bienfait un plus fort sentiment d'identité communautaire ou d'appartenance. Même si toutes ces idées s'appliquent, il est important de reconnaître que le langage de l'identité ne semble pas résonner aussi clairement – ni aussi immédiatement – pour les Canadiens. Il ressort de discussions avec les diffuseurs, que les Canadiens réagissent sans doute plus positivement au langage

plus direct et plus tangible de l'énergie, de la vitalité et de la fierté. Ces éléments, à leur tour, sont supposés contribuer au renforcement de l'identité communautaire, qui est un projet à plus long terme.

En outre, ces résultats indiquent aussi que l'exposition d'une personne à des cultures différentes mène éventuellement à une meilleure compréhension interculturelle. La fierté que ressent une personne à propos de sa collectivité et son sentiment d'appartenance sont renforcés à travers ces partages d'expériences, ce qui en fin de compte peut fort bien encourager le développement d'une identité collective plus forte.

Finalement, qu'ils assistent ou non à des événements artistiques, les Canadiens sentent que leur qualité de vie et leur sentiment de bien-être sont renforcés par la présence des arts vivants et de lieux de diffusion dans leur collectivité.

Ensemble, ces expériences contribuent à accroître l'engagement civique, la cohésion sociale, la créativité et le développement économique.

BIENFAITS POUR LA SOCIÉTÉ

SANTÉ

Nos connaissances sur les incidences des arts sur la santé sont étendues. En plus des éléments factuels qui démontrent les bienfaits rattachés à l'assistance à des spectacles, il semble également y avoir un lien très clair entre cette dernière et plusieurs indicateurs de santé tels que l'état de santé auto-déclaré, le stress, la santé mentale et la longévité.

En plus des études canadiennes, plusieurs études internationales ont démontré une corrélation entre la fréquentation culturelle et des bienfaits spécifiques pour la santé. Dans toutes ces études, les chercheurs ont tenu compte des facteurs démographiques.

Une étude américaine³¹ a trouvé que plus les gens fréquentent les arts de la scène et d'autres activités culturelles de nature réceptive, plus il est probable qu'ils affirment avoir une bonne santé.

Une étude norvégienne³² publiée en 2011 rapporte que les gens qui assistent à des concerts, à une pièce de théâtre ou à un film sont nettement plus en santé, ont un plus faible niveau d'anxiété et sont moins susceptibles de faire une dépression.

Une étude suédoise à long terme qui a suivi plus de 12 600 personnes sur une période de neuf ans a montré que les personnes qui fréquentent rarement le théâtre, les concerts, les musées, les expositions d'œuvres d'art et le cinéma ont un risque de mortalité plus élevé de presque 60 % par rapport aux personnes qui assistent à ces activités le plus souvent³³. Bref, il y a un lien entre la longévité et le fait d'assister à des spectacles des arts vivants ou à d'autres événements culturels. Une autre récente étude suédoise sur la mortalité due au cancer publiée en 2009 a révélé que les gens qui assistent peu ou modérément à des spectacles de théâtre, de musique en direct et à d'autres événements culturels dans les centres urbains sont trois fois plus susceptibles à la longue de mourir du cancer que ceux qui assistent fréquemment à des spectacles³⁴.

Des recherches à l'avant-garde³⁵ sur le vieillissement et le rôle des activités artistiques participatives ont démontré qu'à tout âge, le cerveau continue de fabriquer de nouvelles cellules à condition qu'une personne continue de participer à de nouvelles activités intellectuelles stimulantes.

Cette étude a démontré l'impact positif d'un programme d'art participatif (participer à une chorale par rapport à des activités typiques) pour les adultes plus âgés sur la santé générale, les visites au médecin, l'utilisation de médicaments, les chutes, la solitude, le moral et le niveau d'activité. Cela laisse entrevoir un rôle important pour les arts dans la promotion de la santé et la réduction des facteurs de risque qui rendent nécessaires les soins de longue durée.

Au Canada, ces découvertes sont de plus en plus mises en pratique dans de nouveaux types de diffusion et de partenariats impliquant le secteur de la santé. Par exemple, la Société pour les arts en milieux de santé présente des spectacles de musiciens professionnels à des gens qui vivent en centres d'hébergement et de soins de longue durée, un auditoire notoirement mal desservi.

L'incidence considérable que ce programme a eue sur la santé des résidents apparaît dans les commentaires qui ont été faits à son sujet :



Cliquez pour visionner la vidéo.

Cette vidéo de la Société pour les arts en milieux de santé illustre les effets des spectacles professionnels sur les patients en soins de longue durée.

« Tous les artistes étaient d'un calibre que nous ne pouvons habituellement pas offrir à nos résidents. Les spectacles étaient exaltants, émouvants, éducatifs et amusants. Il y avait littéralement quelque chose pour chacun. Les résidents ont parlé des artistes pendant des semaines après chaque visite, se rappelant à quel point Joel a bien chanté ou comment le Duo Amicus a composé une chanson pour nous sur place! J'ai trouvé très intéressant de constater l'incidence de la musique sur certains de nos résidents. J'ai vu des résidents qui ne participeraient normalement jamais à un programme de musique assister aux spectacles et applaudir et acclamer. Par exemple, il y a un monsieur, un ancien résident de la partie est du centre-ville de Vancouver, qui est un véritable dur à cuire. Il participe rarement à des rencontres sociales, et s'il le fait, il n'y reste que quelques minutes. Il est entré par hasard pendant le concert du Trio Accord, il est resté jusqu'au bout, et a été ému aux larmes par la fin. Je soupçonne qu'il s'agissait de sa première expérience de la musique classique en direct, merveilleusement interprétée. »

« Ce qui m'a vraiment frappé, c'est l'atmosphère de calme qui existe après les spectacles. Parfois, à cette heure du jour, ça peut déranger quelque peu nos résidents qui souffrent de démence. »

Une autre anecdote nous provient d'un commentaire qui a été fait dans le Sondage des diffuseurs des arts vivants, où un organisateur de festival décrit son travail en partenariat avec un centre de soins de longue durée. Chaque année, le festival y présente un concert gratuit avec des artistes provinciaux et nationaux et il a également organisé des ateliers d'arts visuels.

« Nous avons plusieurs partenariats, mais c'est celui qui a le plus d'incidence autant sur les résidents que sur les artistes eux-mêmes. Nous leur apportons la magie de l'art et ils nous ramènent à la réalité. Leurs réactions sont toujours vraies et honnêtes. Ce concert a une incidence durable sur la santé des résidents plusieurs semaines après le festival. Le concert donne un renouveau d'énergie à l'espace et au personnel – et il nous touche tous. »

APPRENTISSAGE

Les diffuseurs qui investissent dans l'éducation artistique font la promotion des arts non pas pour eux-mêmes, mais pour la capacité reconnue qu'ont les arts d'améliorer la vie des gens et de potentiellement susciter des passions qui dureront toute la vie et de stimuler de nouvelles habiletés. Les Canadiens approuvent cette motivation lorsqu'ils identifient la stimulation affective, intellectuelle et spirituelle et l'apprentissage de quelque chose de nouveau comme des bienfaits clés de la fréquentation des arts vivants.

Les partenariats entre les diffuseurs et le milieu de l'éducation ont plusieurs facettes et sont souvent très créatifs. Par exemple, le Festival d'arts Alianait s'enorgueillit de présenter de l'art de haut niveau tout en contribuant à la qualité de vie au Nunavut. Cette organisation a fait part de son expérience dans le *Sondage des diffuseurs des arts vivants* :

« Alianait a créé des partenariats avec des écoles locales d'Iqaluit et l'autorité scolaire du district d'Iqaluit. Nous présentons régulièrement des événements dans les locaux scolaires et nous montons la tente de notre festival sur les terrains de l'école. Nous offrons des concerts et des ateliers gratuits aux écoles – ceci fait partie du contrat des artistes qui viennent à Iqaluit. De ce fait, nous avons développé une excellente relation de travail et nous pouvons utiliser gratuitement les installations scolaires. Nous offrons également aux groupes d'élèves l'occasion de se produire aux événements d'Alianait et de nombreux enseignants et étudiants sont devenus des bénévoles travaillant pour Alianait. Nous sommes également en train de créer nos futurs auditoires. »

Il y a plusieurs organismes spécialisés qui facilitent la circulation des arts vivants professionnels dans les écoles :

- Réseau Ontario et RADARTS coordonnent des activités de programmation en groupe de spectacles dans de larges réseaux de conseils et de districts scolaires en Ontario et dans les provinces de l'Atlantique.
- ArtStarts in Schools fournit des programmes d'arts de la scène, des ateliers et des ressources pour les enseignants aux écoles partout en Colombie-Britannique, depuis 1996. Cette organisation dessert 200 collectivités dans toute la Colombie-Britannique.



Artstarts in Schools présente son travail dans cette vidéo.

- MASC : Passerelle entre les artistes et l'éducation, fondée en 1989, dessert les écoles de l'Est de l'Ontario et de l'Ouest du Québec et donne accès aux arts vivants professionnels à plus de 100 000 écoliers par année.
- Prologue aux arts de la scène, créé en 1966, est le plus vieil organisme de ce type au Canada. Chaque année, il permet à près d'un million d'écoliers de l'Ontario d'assister à des spectacles d'arts vivants.

Les enseignants témoignent volontiers des retombées positives qu'entraînent les représentations professionnelles d'arts vivants dans les écoles³⁶ :

« Chaque expérience artistique que nous pouvons offrir aux élèves ajoute de la valeur à leur programme, à leur apprentissage et à leur perception de soi et des autres. » Riverview Alternative School, Ottawa (Ontario)

« L'accent placé sur le travail en équipe a fait ressortir pour les élèves l'importance de l'action collective et de l'écoute des autres. » St. Catherine Catholic School, Metcalfe (Ontario)

Un autre exemple de l'intersection du spectacle et de l'apprentissage nous vient du Concrete Theatre d'Edmonton, en Alberta, qui crée du théâtre participatif présenté dans les écoles par des acteurs professionnels. L'une des pièces à succès qui joue depuis longtemps s'intitule *Are We There Yet*, par Jane Heather.

« Cette pièce primée trace un parallèle entre la maîtrise des habiletés nécessaires pour conduire une voiture et celles qu'il faut pour négocier les dilemmes qui se présentent dans les relations de couple. La pièce glisse avec humour dans un dialogue sur la sexualité. Le rire atténue la tension, aide les jeunes à se sentir en sécurité et leur permet de parler de situations qui se passent dans leur vie et sur la scène. La nature participative de la pièce encourage l'auditoire à accroître ses connaissances et à mettre en pratique des habiletés de résolution de problèmes tout en explorant des dilemmes qui sont pertinents pour eux. »

COHÉSION SOCIALE

Selon une étude³⁷ de Patrimoine canadien, presque tous les Canadiens (92 %) disent que les expériences artistiques sont une bonne occasion de réunir des gens de langues et de traditions culturelles différentes. Dans le *Sondage du grand public*, 78 % des Canadiens disent que le fait d'avoir des lieux de diffusion des arts vivants dans leur collectivité est modérément ou très important pour améliorer la compréhension interculturelle. En outre, 45 % disent que l'exposition à des cultures différentes constitue un bienfait personnel important qu'ils retirent de l'assistance à des spectacles des arts vivants.

Les arts renforcent les liens sociaux. Toujours selon l'étude de Patrimoine canadien, la grande majorité des Canadiens affirment que les arts et la culture les aident à définir et à exprimer ce que signifie le fait d'être Canadien (87 %) et que cela les aide à sentir qu'ils appartiennent à leur collectivité. Les festivals peuvent être l'une des façons les plus évidentes de voir ces effets à l'œuvre. Un bel exemple est le festival multidisciplinaire « Scène » présenté par le Centre National des Arts, tous les deux ans. Ces festivals sont conçus pour mieux faire connaître les régions uniques du pays et attirer l'attention nationale sur les artistes émergents et les artistes déjà établis.

Pour que ces bienfaits puissent se manifester, il faut un espace de rassemblement et un organisateur, qui est souvent un diffuseur. Mais les diffuseurs ne sont en aucun cas le seul véhicule permettant de concrétiser des bienfaits considérables. Le *Values and Benefits Report* de CCI - Ontario Presenting Network déclare : « Les organismes œuvrant dans le domaine des arts contribuent à créer un sentiment d'appartenance à la collectivité, car ils offrent des lieux de rassemblement et une expérience partagée ou une manière de s'identifier en tant que collectivité. Les producteurs ont une relation plus intime avec leur auditoire que les diffuseurs, selon nos études. Il était évident que les spectateurs se sentaient très étroitement liés avec les artistes qui se produisaient sur scène et qu'ils étaient ravis qu'il s'agisse de membres visibles de leur collectivité. »³⁸

Au cours des ateliers sur *l'importance de la diffusion*, de nombreux diffuseurs ont affirmé assumer un rôle de leadership en rassemblant différents types de partenaires au sein de leur collectivité, autant pour le bien des arts et des artistes que pour le bien public.

Le *Sondage des diffuseurs des arts vivants* a recueilli de nombreux témoignages concernant les partenariats communautaires :

« Pour monter le défilé artistique pour l'année du lapin dans le quartier chinois, nous avons travaillé en collaboration avec le Centre culturel chinois, le service de loisirs et des parcs de la ville de Calgary, les médias et un bon nombre d'organisations culturelles et d'artistes. »

Un diffuseur nous a fait part d'une expérience de rencontre de l'autre :

« Nous avons récemment présenté un artiste afghan et nous avons travaillé avec la collectivité ismaïlienne sur nos activités de développement de public. Ils ont offert un lunch à leur communauté et aux membres clés de la communauté des arts et de l'éducation. L'artiste afghan y a fait une courte prestation à laquelle notre organisation a assisté. En retour, ils nous ont aidés à faire de la publicité pour nos concerts et ils ont participé à nos autres activités de développement de public. Ils ont également acheté des billets pour notre concert. Il ne s'agissait pas d'un partenariat financier, mais les deux groupes ont investi des efforts communs, ils ont accueilli le partenariat avec enthousiasme et ils ont respecté leurs engagements. De cette façon nous avons réussi à créer une situation dans laquelle tout le monde gagne. »

CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE

Les arts vivants créent des emplois directs et indirects, encouragent les gens à investir dans l'économie locale, attirent les touristes aux grands événements et festivals et constituent une exportation culturelle importante.

Dépenses des consommateurs sur les biens et services culturels en 2008

	Dépenses (en milliards)	Ratio
Équipements, location et services de divertissement à domicile	15,5 \$	57 %
Matériel de lecture	4,8 \$	18 %
Matériel et services de photographie	1,7 \$	6 %
Spectacles sur scène	1,4 \$	5 %
Droits d'entrée au cinéma	1,2 \$	4 %
Œuvres d'arts, sculptures, articles de décoration, antiquités	1,1 \$	4 %
Matériel d'artiste et instruments de musique	1,1 \$	4 %
Droits d'entrée aux musées et activités liées au patrimoine	0,5 \$	2 %
Total	27,4 \$	

Source : Les dépenses de consommation au chapitre de la culture en 2008 pour le Canada, les provinces et 12 régions métropolitaines, Hill Stratégies (2010)

Dans l'étude *Habitudes de dépenses pour les arts de la scène au Canada en 2008*³⁹, Hill Stratégies rapporte que les Canadiens et Canadiennes ont dépensé deux fois plus pour des spectacles sur scène (1,4 milliard) que pour des événements sportifs (650 millions). Entre 1997 et 2008, les dépenses dans le domaine des arts vivants ont augmenté de 28 % (en tenant compte de l'inflation), soit considérablement plus que l'augmentation de 14 % de

la population canadienne au cours de la même période. Les Canadiens ont dépensé 27,4 milliards de dollars sur les biens et services culturels en 2008, soit 2,9 % des dépenses totales à la consommation au pays.

Les retombées économiques supplémentaires directement reliées aux arts vivants comprennent l'hébergement, la restauration, le commerce au détail et les transports. Ainsi, le Conseil des arts de l'Ontario a constaté que les touristes culturels dépensaient deux fois plus par séjour que les touristes ordinaires. Il a également observé qu'une proportion importante de touristes étrangers venant en Ontario participe à des activités artistiques et culturelles. En 2010, les touristes culturels américains ont représenté 39 % de tous les visiteurs séjournant plus de 24 heures en Ontario. Au moins 63 % des visiteurs d'outre-mer participent à des activités artistiques ou culturelles⁴⁰.

Il y a des milliers d'organisations et d'individus qui participent à la diffusion des arts vivants. En 2010, le Rapport sur l'information sur le marché du travail du Conseil des ressources humaines du secteur culturel a recensé près de 6 000 établissements d'arts de la scène et une main-d'œuvre de plus de 38 000 personnes⁴¹.

Les Canadiens ont dépensé plus de deux fois sur les arts vivants (soit 1,4 milliards de dollars) que sur les événements sportifs en direct.

Compte tenu de ces statistiques, il ne faut pas s'étonner si en 2012, 88 % des Canadiens ont affirmé que les lieux de diffusion des arts vivants sont modérément ou très importants pour le développement économique de leurs collectivités.

LES PARTENARIATS AIDENT À ÉDIFIER DES COLLECTIVITÉS CRÉATIVES

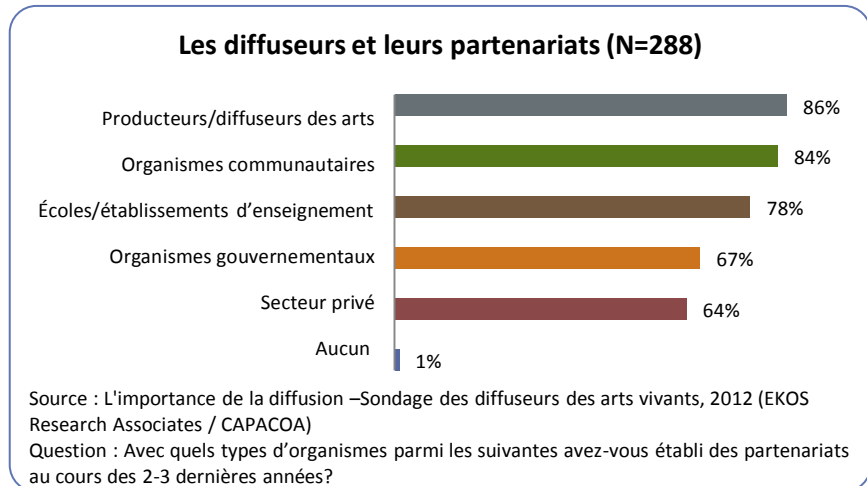
Le *Sondage des diffuseurs des arts vivants* apporte d'importantes nouvelles informations sur la mesure dans laquelle les diffuseurs travaillent en partenariat.

Il est très rare que des diffuseurs de spectacles n'aient participé à aucun partenariat au cours des trois années précédentes. Le *Sondage des diffuseurs des arts vivants* révèle que 86 % des diffuseurs ont collaboré avec des organismes œuvrant dans le domaine des arts et que presque autant ont collaboré avec des organismes communautaires. Quelque

78 % ont travaillé en partenariat avec des établissements d'enseignement et 67 % avec des organismes gouvernementaux. De nombreux partenariats gouvernementaux et communautaires impliquent des organismes n'appartenant pas au secteur des arts, mais plutôt à ceux des services sociaux (37 %), de la diversité culturelle/immigration (33 %) et de la santé (29 %).

Les diffuseurs qui sont actifs dans plusieurs domaines envisagent les partenariats de manière quelque peu différente :

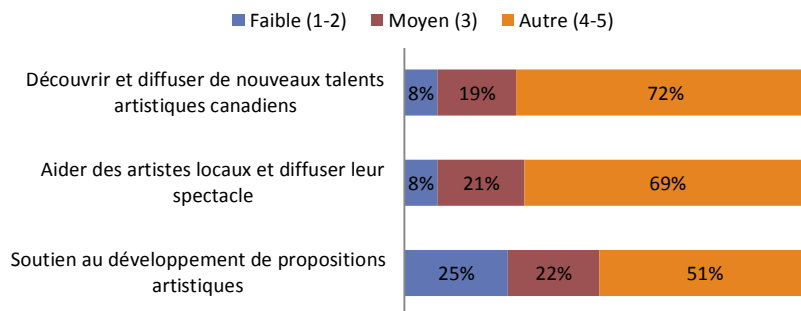
- Les diffuseurs francophones en situation minoritaire sont beaucoup plus susceptibles de former un partenariat avec une école ou un établissement d'enseignement. Cela a pour corollaire qu'ils ont tendance à être plus orientés vers le développement des auditoires en tant qu'objectif principal de leurs partenariats non basés sur les arts.
- Les diffuseurs en milieu rural ont un nombre plus élevé de partenariats communautaires et un nombre moindre de partenariats avec des organismes œuvrant dans le domaine des arts, ce qui reflète la pénurie de ces derniers.
- Les diffuseurs desservant les auditoires autochtones sont plus susceptibles de travailler en collaboration avec des organismes gouvernementaux et du secteur privé. Ils ont des liens plus étroits que la moyenne avec les organismes n'appartenant pas au secteur des arts.



LE PARTENARIAT AU SEIN DE L'ÉCOSYSTÈME DES ARTS

Conformément aux attentes, la plupart des organismes ayant répondu au *Sondage des diffuseurs des arts vivants* (soit 87 %) déploient de manière générale des efforts considérables dans des activités artistiques, ce qui comprend l'élaboration d'une vision artistique, la planification de saisons ou de festivals et la sélection de spectacles. Plus de la moitié (56 %) disent qu'ils consacrent beaucoup d'efforts au développement artistique comme l'organisation de résidences d'artistes, de collaborations artistiques, ou la mise en valeur de nouveaux talents artistiques.

Le rôle des diffuseurs dans le milieu artistique (N=288)



Source : L'importance de la diffusion – Sondage des diffuseurs des arts vivants, 2012 (EKOS Research Associates / CAPACOA)

Question: À quel point les organismes de diffusion jouent-ils un rôle important dans chacune des catégories d'activités suivantes ? (Réponses partielles)

À l'appui de ces résultats, plus de sept organismes de diffusion sur dix (soit 72 %) estiment que, dans l'ensemble, les diffuseurs jouent un rôle important dans la découverte et la mise en valeur de talents artistiques canadiens émergents. Presque sept diffuseurs sur dix (soit 69 %) sont d'avis que les diffuseurs ont un rôle important à jouer pour soutenir les artistes locaux. Les opinions sont plus

partagées lorsqu'il s'agit de déterminer si les diffuseurs tiennent à l'heure actuelle un rôle très important dans le soutien des artistes en leur fournissant des occasions de développement professionnel et artistique. La moitié des répondants (51 %) estiment que cela est le cas, 22 % estiment que le rôle des diffuseurs n'est que modéré à cet égard et 25 % sont en désaccord avec cet énoncé.

Un diffuseur a émis cette opinion sur le renforcement du rôle des diffuseurs pour soutenir les artistes et leurs carrières :

« Nous devrions encourager une planification plus stratégique dans laquelle les diffuseurs participent pour tracer la trajectoire des artistes. »

Des tables rondes avec des agents d'artistes et des entrevues avec des représentants de Music PEI et de Music Yukon ont donné des résultats semblables. Ces intervenants estiment que leur rôle est d'agir en tant qu'intermédiaires dans les relations



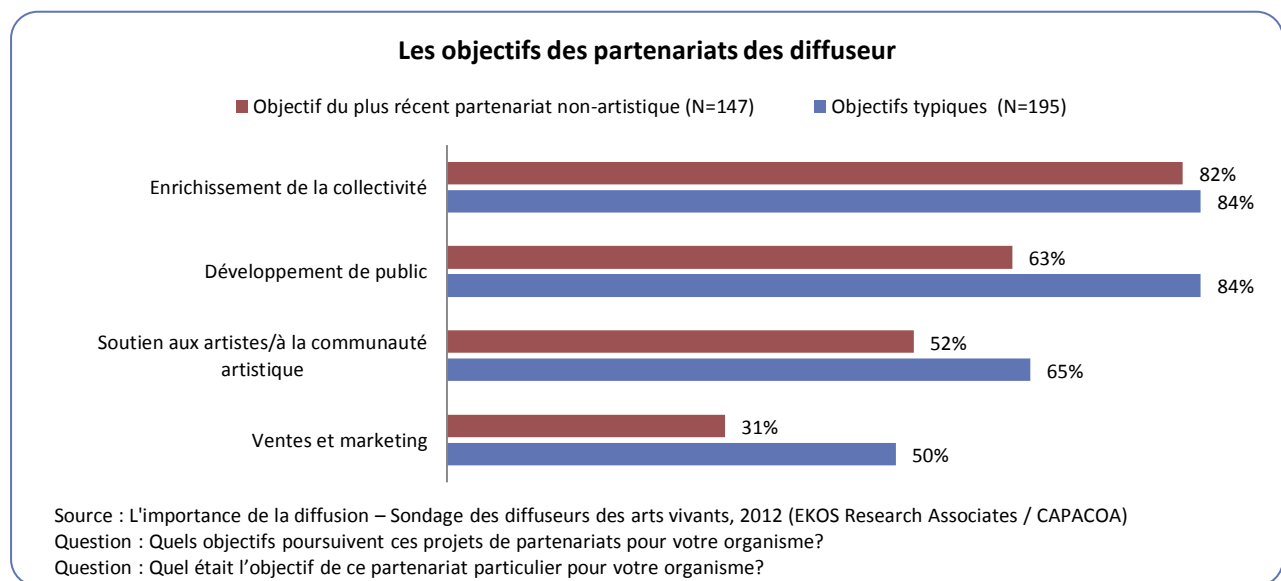
Une Maison face au nord, une co-production du Théâtre français de Toronto, du Théâtre la Rubrique et du Théâtre du Tandem.

Photo : Jean Briand

entre toutes les parties de l'écosystème des arts, et d'aider à la fois les diffuseurs et les artistes à rejoindre de nouveaux publics. Selon eux, les diffuseurs sont une passerelle importante entre les artistes et le public. Par conséquent, ils apprécient les diffuseurs qui collaborent avec les agents et les artistes vers un objectif commun. Ils estiment que la capacité des diffuseurs de prendre des risques artistiques est essentielle pour enrichir la collectivité, tout en faisant avancer les carrières des artistes.

JOUER UN RÔLE DANS LE RENFORCEMENT DES COLLECTIVITÉS

La plupart du temps (65 %), les diffuseurs des arts vivants tiennent un rôle prépondérant dans les partenariats. Le quart des répondants (26 %) a indiqué que leur rôle et celui de leurs partenaires étaient égaux.



Lorsqu'on leur demande quels sont les objectifs des partenariats de manière générale, 84 % ont répondu le développement de public et 84 % ont répondu l'enrichissement de la collectivité. Cependant, lorsqu'on leur demande de parler de leur plus récent partenariat communautaire, les résultats changent. En effet, bien que l'enrichissement de la collectivité demeure en tête de liste, toutes les autres motivations chutent considérablement. Ce résultat semble indiquer que les diffuseurs placent les bienfaits à la collectivité au-dessus de leurs intérêts personnels. Ces données viennent confirmer l'esprit et l'engagement communautaires dont font preuve de nombreux diffuseurs.

« Les partenariats avec les collectivités des Premières Nations ont été les plus gratifiants. La courbe d'apprentissage était à son niveau le plus élevé; il a fallu apprendre à laisser de côté des résultats spécifiques et à tenir compte de ce qui était important pour leur collectivité. Les résultats ont toujours été inattendus et de manière générale plus gratifiants que prévu. »
Harrison Festival of the Arts, Harrison Hot Springs (C.-B.)

LA VOIE À SUIVRE

L'importance de la diffusion : Une étude sur la diffusion des arts vivants au Canada a fourni de nouvelles informations qui permettent aux diffuseurs de poser des questions plus pertinentes.

Dans la présente section, nous relevons trois paramètres qui imposent aux diffuseurs de s'adapter à des changements externes importants, de décider comment se positionner au sein de leurs collectivités et de déterminer comment le secteur de la diffusion dans son ensemble peut agir pour établir des fondements stables dans un monde dynamique.

ÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE D'ICI 2031

Les changements démographiques au Canada – le vieillissement de la population, une population autochtone jeune et des schémas d'immigration désormais à prédominance asiatique plutôt qu'europpéenne – posent des défis aux diffuseurs, qui doivent équilibrer les priorités.

ÂGE

La population canadienne s'accroît et vieillit. Il y a 40 ans, l'âge moyen des Canadiens était d'environ 26 ans. À l'époque, la génération du baby-boom constituait environ 40 % de la population. Les aînés de plus de 65 ans ne représentaient que 8 % de la population. En 2011,



cette situation avait considérablement changé. À 15 %, le nombre d'aînés avait presque doublé et l'âge moyen avait presque atteint les 41 ans.

Les projections de Statistique Canada pour 2031 indiquent qu'un nombre sans précédent de Canadiens atteindront des

âges de plus en plus avancés et que la population totale continuera de croître. En effet, la population aura presque doublé au cours de ces 60 années. Le pourcentage d'aînés aura triplé pour atteindre 23 %. Cependant, leur nombre total aura plus que quintuplé, allant d'environ 1,7 à 9,7 millions d'aînés.

Avec une espérance de vie qui augmente de façon si importante, les diffuseurs de spectacles ont l'occasion d'élargir leurs marchés adultes, passant d'un horizon conçu pour les 40 ans en 1971 à un autre, conçu pour les 60 ans d'ici à 2031. Cela signifie que le secteur pourrait cultiver des relations à plus long terme encore avec les auditoires. Et cela pose aux diffuseurs le défi d'apprendre comment approcher efficacement des auditoires regroupant de plus en plus de générations différentes. Comment la programmation, le marketing, l'expérience du client et les activités de développement de public pourraient-ils s'adapter à cette nouvelle réalité ? Le véritable défi consiste à comprendre les données démographiques locales et à déterminer comment modifier la programmation et le marketing face à une collectivité en évolution.

Plutôt que de se demander « Comment faire pour convaincre les jeunes de quitter leur divan et de sortir dehors ou pour les éloigner de leur téléphone intelligent suffisamment longtemps pour aller à un spectacle? », il convient de se poser de nouvelles questions basées sur les données de fréquentation des spectacles. Par exemple : « Comment puis-je capter l'attention de ces jeunes auditoires hautement engagés qui participent à diverses expériences artistiques, mais pas à celle que je présente? »

Par ailleurs, bien que de nombreuses personnes vivront en bonne santé bien au-delà de 80 ans, on devrait s'attendre à ce que de nombreuses autres aient à affronter des changements dans leurs capacités physiques en raison de la vieillesse. Il convient donc de penser dès maintenant aux questions relatives à l'accès physique aux établissements des arts vivants dans le contexte du vieillissement d'une si large proportion des auditoires.

POPULATION AUTOCHTONE

Les peuples autochtones constituaient environ 4 % (soit 1,2 million de personnes) de la population totale du Canada lors du recensement de 2006. Qui plus est, cette population est le groupe qui s'accroît le plus rapidement et le groupe plus jeune au Canada avec une moyenne d'âge de 26 ans. De bien des façons, la population autochtone d'aujourd'hui ressemble à celle de l'ensemble du Canada en 1971.

Leur distribution n'est pas la même partout au Canada. La plupart des autochtones vivent en Ontario, mais ils ne représentent que 2 % de la population de la province, ce qui correspond à l'un des plus petits pourcentages. En proportion de la population totale, les trois territoires ont le plus important pourcentage de peuples autochtones, allant de 25 % à 85 %. Les deux provinces des Prairies, le Manitoba et la Saskatchewan, ont un pourcentage d'environ 15 % d'autochtones. Le Canada central et de l'est ont les pourcentages les plus bas, soit 1 % à 2 %, sauf Terre-Neuve, qui atteint presque 5 %.

Il y a des diffuseurs dans des collectivités partout au Canada qui travaillent déjà en partenariat avec des artistes et des auditoires autochtones. De plus, le Conseil des arts du Canada a apporté son soutien aux musiciens autochtones en leur permettant de participer à des vitrines et en leur offrant une exposition tant à l'échelle nationale que sur la scène internationale. Cela dit, on peut en faire plus. Compte tenu des relations difficiles entre les peuples autochtones et le Canada, il semble évident que les arts vivants pourraient considérablement contribuer à la réconciliation et à la réparation, et aider à se tourner vers l'avenir en continuant de construire des relations mutuellement bienfaites et respectueuses. Selon la collectivité dans laquelle ils travaillent, les diffuseurs pourraient avoir des occasions uniques de forger de telles relations.

IMMIGRATION

Le niveau d'immigration au Canada augmente régulièrement depuis le début des années 1960 et, depuis 1996, la proportion de la population canadienne née à l'étranger a également commencé à croître. En 2006, un Canadien sur cinq était né hors du Canada, ce qui représente la proportion la plus élevée depuis le début du XX^e siècle. En fait, on s'attend à ce qu'au cours des 20 prochaines années, l'immigration gagne davantage en importance en tant que moteur décisif de la croissance démographique.

Le visage de l'immigration se modifie également rapidement. Jusqu'aux années 1970, la plupart des immigrants provenaient de l'Europe, mais depuis 1980, les nouveaux immigrants viennent surtout de l'Asie. L'immigration en provenance de l'Afrique, de l'Amérique centrale et de l'Amérique du Sud réunies dépasse maintenant également l'immigration européenne.

Par ailleurs, les récents immigrants sont hautement qualifiés et habituellement plus scolarisés que leurs pairs nés au Canada. Malgré cela, leurs revenus sont en moyenne moins élevés que ceux des Canadiens nés ici. Cependant, les enfants des immigrants sont les plus performants, dépassant les immigrants et leurs pairs nés au Canada, autant en ce qui concerne l'éducation que les salaires.

Bien que le multiculturalisme soit toujours une des caractéristiques fondamentales de la société canadienne et que des mesures pour présenter des artistes d'horizons culturels divers ont été prises, il y a toujours des lacunes à combler sur ce plan.

Les changements dans les tendances de l'immigration posent de nouveaux défis. Par exemple, malgré cette diversification de la population, l'offre en arts vivants repose encore dans une large mesure sur la tradition européenne. Afin d'attirer les immigrants récents et leurs enfants, quels changements devraient être apportés aux choix de programmation, aux modes de diffusion et aux activités de marketing et de développement de public afin de susciter efficacement la participation des immigrants dans les arts vivants?

Il est désormais démontré que les arts vivants ont la capacité d'engendrer un vaste éventail de bienfaits pour l'ensemble de la collectivité. Comment cette connaissance peut-elle être utilisée pour aider des personnes d'origines culturelles différentes à se comprendre, afin de favoriser la création de collectivités diversifiées et dotées de cohésion sociale?

AVANCÉES TECHNOLOGIQUES

Depuis les années, 2000, la montée des technologies numériques, l'Internet et les télécommunications sans fil ont eu un impact profond sur l'industrie de la musique. L'impact que ces technologies auront sur les autres arts vivants tels que l'opéra, la danse ou le théâtre n'est pas encore très clair.

Dans l'ensemble, les diffuseurs ont accepté à bras ouverts les nouvelles technologies sur scène. Les artistes et les producteurs expérimentent avec ces technologies comme moyens d'élargir la diffusion du spectacle en direct, à l'instar par exemple du Metropolitan Opera de New York.

En particulier, avec l'émergence de la norme 4G-LTE de communication sans fil⁴², les capacités s'accroissent à tel point que l'on s'attend à ce que la webdiffusion en direct sur des appareils mobiles devienne omniprésente. Cela représente un changement énorme par rapport à l'époque pré-Internet, mais également par rapport aux plateformes de médias sociaux actuelles qui ont tendance à s'attarder sur le téléversement d'images et le partage de liens. La tendance vers les vidéos en mode continu en direct est déjà apparente. Bell Labs estime que d'ici à 2020, les Américains consommeront 7 heures de vidéo par jour, une augmentation par rapport aux 4,8 heures actuelles. En 2012⁴³, YouTube a rapporté que ses 800 millions d'utilisateurs :

- ont téléversé 72 heures de vidéos sur YouTube chaque minute;
- ont regardé 4 milliards d'heures chaque mois;
- et que l'utilisation d'appareils mobiles pour téléverser et visionner s'accroît rapidement.

La question fondamentale, compte tenu de ces changements rapides et radicaux, est de savoir quels enseignements les diffuseurs peuvent tirer de la perturbation structurelle qui a eu lieu dans l'industrie de la musique et comment ils peuvent conserver un rôle essentiel et financièrement viable dans la société canadienne.

TIRER DES ENSEIGNEMENTS DE L'INDUSTRIE DE LA MUSIQUE

Malgré les changements radicaux qui ont bouleversé l'industrie de la musique, la musique est bien vivante et en bonne santé. Les amateurs ont un accès sans précédent à la musique et aux musiciens, et les musiciens ont un accès sans précédent à leurs admirateurs. Les médias sociaux tels que YouTube, Vimeo, MySpace, Twitter et Facebook permettent une interaction entre les musiciens et leurs admirateurs sans aucun des intermédiaires traditionnels. Les admirateurs participent même à des financements collectifs d'enregistrements sonores, payant à l'avance pour de nouvelles productions.

Bref, le pouvoir de l'industrie s'est déplacé vers les distributeurs en ligne et vers les musiciens eux-mêmes. Les occasions offertes par les technologies émergentes ont été saisies par des particuliers et des organismes n'appartenant pas à l'industrie traditionnelle de la musique.

La démocratisation des moyens de production et de distribution a créé des changements structurels irréversibles dans l'industrie de la musique. Dans l'ensemble, ces changements ont obligé l'industrie à repenser ses sources de revenus pour lui permettre de survivre.

Les canaux numériques ont également bouleversé le modèle traditionnel de l'édition de livres, de l'industrie de la presse, de la vente d'encyclopédies, des services de distribution postale, des agences de voyage et de l'industrie de la recherche, notamment.

La diffusion en continu sur appareils mobiles personnels permettra bientôt de rendre des images en 3-D en temps réel. Quel impact cela aurait-il sur des arts vivants tels que le théâtre et la danse, qui jusqu'à présent ne pouvaient pas être facilement numérisés et diffusés sur le Web ?

Comment est-ce que le secteur des arts vivants dans son ensemble pourrait revendiquer sa place dans ce monde émergent de la diffusion en mode continu et créer de nouveaux modèles d'affaires pour appuyer la distribution numérique d'un éventail complet d'arts vivants au profit de l'écosystème des arts ? À quoi ressembleraient ces nouveaux modèles d'affaires ?

Compte tenu du nombre croissant de Canadiens âgés, comment les technologies numériques pourraient-elles contribuer à faire en sorte que les aînés continuent à assister à des représentations en direct, qu'ils soient en mesure ou non d'assister physiquement aux événements ? De même, de quelle manière d'autres groupes peu susceptibles d'assister à des représentations pourraient-ils en profiter ?

UN SECTEUR ADAPTABLE DANS UN MONDE DYNAMIQUE

Depuis les années 1970, l'intérêt principal du secteur des arts vivants est passé des questions artistiques aux questions d'accès du public (la démocratisation culturelle) puis, plus récemment, aux débats sur l'engagement du public (la démocratie culturelle) et l'importance des arts pour les collectivités. Au travers de ces changements de philosophie ou de priorités, le soutien à long terme des organismes de diffusion demeure un enjeu central pour les diffuseurs.

Dans cette optique, depuis la fin des années 1990, les municipalités partout au Canada ont acquis une compréhension de la culture plus vaste et axée sur le « bien commun ». Les personnes qui travaillent à la planification culturelle ont souvent pour mandat de générer des retombées économiques, de revitaliser une collectivité/un centre-ville, d'améliorer la sécurité des collectivités ou la qualité de vie des résidents. Dès lors, on leur demande d'envisager les arts et la culture comme des véhicules pour susciter un sentiment de fierté communautaire et de développement social, plutôt que de les considérer pour leur valeur intrinsèque.

Les structures organisationnelles de nombreux organismes voués aux arts, en particulier les organismes sans but lucratif, sont conçues de manière à obtenir des subventions gouvernementales pour certaines activités et, dans le cas des organismes de bienfaisance, à fournir des dons exemptés d'impôts. Cependant, le financement public est souvent subordonné à l'absence de profits, puisque cela pourrait être considéré comme une activité commerciale. Ces exigences peuvent compromettre la viabilité financière des diffuseurs des arts vivants et limiter la prise de risques, la programmation novatrice ou la création de partenariats.

Ces changements fondamentaux signifient que les diffuseurs d'arts vivants opèrent dans un environnement fluide où l'exigence de soutenir les artistes canadiens, de satisfaire les goûts

changeants de divers auditoires et de concrétiser les bienfaits publics profonds qui procèdent des arts vivants convergent pour exercer des pressions sur le modèle de la diffusion.

Quels modèles financiers viables et durables pour le secteur de la diffusion pourraient assurer que les Canadiens pourront accéder facilement à des expériences artistiques de la plus haute qualité et que les diffuseurs pourront continuer à unir les artistes, les auditoires et les collectivités pour le bien de tous ?

Comment le financement public peut-il mieux appuyer un secteur des arts vivants novateur qui continue à profiter aux particuliers, aux collectivités et à l'ensemble de la société ? Comment peut-il aider ou empêcher l'actualisation de visions artistiques, le soutien des artistes et la création de collectivités dynamiques ?

Quels genres de partenariats renforceront la capacité des diffuseurs de fournir des services importants dans leur collectivité ?

Les diffuseurs doivent consolider leur position en tant que bâtisseurs au sein de leur collectivité : les résultats de la présente étude confirment le rôle important que joue la diffusion tant dans l'amélioration du bien-être des personnes que pour assurer la vitalité des collectivités. Avec cette étude, les diffuseurs peuvent faire connaître les bienfaits considérables qu'apporte la présentation de spectacles d'arts vivants aux auditoires, aux investisseurs et aux intervenants dans les collectivités du Canada.

LES VIDÉOS

L'écosystème des arts vivants	vimeo.com/capacoa/ecosysteme
L'incidence des arts vivants	vimeo.com/capacoa/incidenceartsvivants
La diffusion des arts en milieu de santé	vimeo.com/22031323
La diffusion des arts dans les écoles	vimeo.com/capacoa/diffusionecoles
Mieux se connaître grâce aux arts	vimeo.com/capacoa/mieuxseconnaître
Les diffuseurs de spectacles au Canada	vimeo.com/capacoa/diffuseursspectacles
Les premiers pas de la diffusion des arts vivants et de ses établissements	vimeo.com/capacoa/premierspas
La création et la diffusion chez les premiers peuples	vimeo.com/capacoa/premierspeuples
Une population en évolution	vimeo.com/capacoa/population
La fréquentation des arts vivants en contexte rural et urbain	vimeo.com/capacoa/ruralurbain

Ces vidéos ont été créées par CAPACOA en partenariat avec Canadian Geographic et son site web L'atlas canadien en ligne (www.canadiangeographic.ca/atlas).

Réalisation et scénario : Strategic Moves.

Conception, développement de site web, gestion de projet : Banfield-Seguin Ltd.

ANNOTATIONS

¹ Tout au long du présent document, nous utilisons le terme « arts vivants » plutôt que le terme « arts de la scène ». Le comité consultatif a jugé que ce terme était plus inclusif des formes d'arts qui ne sont pas communément présentées sur des scènes (par exemple, les arts de la rue) et représentait mieux les contextes divers de la diffusion de spectacles.

² Le *Sondage des diffuseurs des arts vivants* a été réalisé en anglais et en français par EKOS Research Associates. Le sondage consistait en un questionnaire auto-administré que devaient remplir sur Internet les responsables des organismes de diffusion des arts vivants participants. 288 organismes de diffusion de toutes natures représentant une diversité de régions, de cultures et de disciplines artistiques ont participé au sondage. Il n'existait aucune base d'échantillonnage pour les organismes de diffusion des arts vivants et on a donc dû en créer une à partir de listes provenant de 23 sources différentes, dont les réseaux de diffuseurs, CAPACOA et le Conseil des arts du Canada. Pour le Québec, on a constitué une liste de 215 diffuseurs à partir de sources publiques. Après avoir enlevé de ces listes les organismes inscrits en double, la base d'échantillonnage comprenait 1 418 organismes. Puisque les diffuseurs des arts vivants peuvent se retrouver dans de nombreuses catégories d'entreprises, nous nous attendions à ce que notre échantillonnage ne soit pas exhaustif ni parfaitement représentatif de l'ensemble des diffuseurs des arts vivants, même s'il avait été constitué à partir de 23 sources différentes. Pour cette raison, nous avons mené un deuxième sondage par lien ouvert. Les diffuseurs admissibles qui avaient entendu parler du sondage par bouche à oreille, pouvaient donc participer au sondage en utilisant ce lien. Dans le mot d'introduction au sondage, on demandait aux participants s'ils respectaient les trois critères de sélection des participants, à savoir : 1) Exercer une vision artistique dans la sélection des spectacles; 2) Établir délibérément des liens entre l'art, les artistes et les publics dans les arts vivants plutôt que d'utiliser les arts vivants comme toile de fond lors d'activités commerciales; et 3) Présenter les œuvres d'une variété d'artistes plutôt que d'auto-diffuser ses propres productions. La collecte des données a eu lieu en octobre et novembre 2011, suite à une invitation lancée par courriel, suivie de nombreux rappels aux participants admissibles qui n'avaient pas encore répondu au sondage. Durant les deux dernières semaines du sondage, on a fait un rappel téléphonique pour inciter les gens à répondre. Une fois les données recueillies, nous avons amorcé le processus de codification et de nettoyage de ces données, bien qu'elles n'aient été soumises à aucun système de pondération en raison du manque d'information sur la population statistique. On a comparé la distribution des 242 organismes répondants qui provenaient de la base d'échantillonnage avec les listes initiales qui ont servi à constituer la base d'échantillonnage. On n'a constaté aucune différence importante ou systématique entre les deux listes. Bien qu'un échantillon de 288 organismes constitue un échantillon de taille acceptable, on ne peut attribuer au sondage une marge d'erreur ni faire quelque affirmation que ce soit sur la représentativité de cet échantillon en raison des limites que pose la méthode de sélection de l'échantillon. Le sondage rend compte des réponses des participants. Les renseignements complets sur le sondage et la méthodologie utilisée sont disponibles à www.importancedeladiffusion.ca.

³ Le *Sondage du grand public* mené en anglais et en français auprès de 1 031 Canadiens adultes est un sondage hybride, c'est-à-dire en ligne et par téléphone, à partir d'un échantillon constitué au hasard au moyen du modèle hybride pour le grand public des EKOS Research Associates. Ce modèle rejoint des gens du public prérecrutés et sélectionnés au hasard en utilisant un système d'appel aléatoire. De cette façon, l'échantillon est considéré comme représentatif du grand public et dès lors, le sondage comporte une marge d'erreur et soutient le test d'hypothèse. La majorité des répondants, soit 85 %, a répondu en ligne au sondage. Les 15 % restants l'ont fait par téléphone. La marge d'erreur générale est de 3,1 % et de 6 % à 8 % pour la plupart des sous-segments. Les questions du sondage ont été rédigées à partir d'autres sondages menés durant les quelques années précédentes de façon à pouvoir mettre en parallèle les résultats obtenus avec ceux des sondages précédents. Le taux de réponse à ce sondage fut de 16 %. Les données d'enquête ont été recueillies durant les deux dernières semaines de février 2012. Les

renseignements complets sur la méthodologie utilisée, de même que le rapport détaillé sont disponibles à www.importancedeladiffusion.ca.

⁴ Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le document *Overview of the History of Presenting in Canada* (en anglais seulement), publié en avril 2012 dans l'étude *L'Importance de la diffusion : Étude sur la diffusion des arts vivants au Canada* et disponible à www.importancedeladiffusion.ca.

⁵ Conseil des ressources humaines du secteur culturel, *Profil de compétences – Diffuseurs de spectacles*, Ottawa CRHSC (2007). http://www.culturalhrc.ca/minisites/Live_performing_arts/f/01-05-01.asp

⁶ Pour un répertoire des réseaux francophones, veuillez consulter le document *Les réseaux de diffusion des arts et de la culture* à http://passeurculturel.ca/index.cfm?Voir=sections&Id=12054&M=2342&Repertoire_No=2137988614. Veuillez noter que l'organisation du premier Contact ontarien remonte bien à 1979, comme en font foi les sources suivantes : Yolande Grisé, « Ontarien, une prise de parole », *Revue du Nouvel-Ontario*, n° 4 (1982), p. 83. <http://pdf.library.laurentian.ca/RNO/Grise1982.pdf> et « Contact ontarien : quinze ans de réseautage », *Liaison*, n° 76 (1994), p. 4-5. <http://id.erudit.org/iderudit/42200ac>

⁷ Au cours des récentes années, le concept du consommateur co-créateur de contenus s'est imposé dans plusieurs secteurs, principalement en raison des technologies des communications qui permettent, sur le Web et en publicité, la création de contenus générés par l'utilisateur. Les médias sociaux constituent un des plus récents exemples d'une telle co-création alors que les entreprises fournissent des plateformes sur lesquelles les consommateurs peuvent afficher des contenus numériques. Ainsi, dans le domaine des arts vivants, des compagnies de danse ont encouragé la participation des auditoires à des spectacles donnés dans des lieux publics.

⁸ Pour une description détaillée, voir le document *Profil de compétences – Diffuseurs de spectacles* publié par le Conseil des ressources humaines du secteur culturel (2007) et *Profession : Diffuseur de spectacles*, publié par RIDEAU et disponible à <http://www.rideau-inc.qc.ca/grand-dossier/Profession-diffuseur-de-spectacles>.

⁹ Ces renseignements sont tirés du document du Conseil des arts du Canada intitulé *Sur la route : Guide du diffuseur*, disponible à <http://www.canadacouncil.ca/developpement/surlaroute/guidedudiffuseur/diffuseurs>. Ce document constitue l'une des catégorisations les plus approfondies et a été validé par le *Sondage des diffuseurs* et d'autres types de consultations.

¹⁰ Statistique Canada, *Tendances sociales canadiennes*, vol. 93. Plusieurs rapports produits à partir des données de l'*Enquête canadienne sur le don, le bénévolat et la participation* font partie de cette série, notamment les rapports *Le bénévolat au Canada* et *Les dons de bienfaisance des Canadiens*. Disponible à <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-008-x/11-008-x2012001-fra.htm>

¹¹ Phoenix Strategic Perspectives Inc., *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*. Patrimoine canadien (2012). Disponible sur le site de Bibliothèque et Archives Canada à http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/canadian_heritage/2012/089-11-f/index.html

¹² WolfBrown, *L'Étude sur l'engagement dans les arts en Ontario*, Toronto : Conseil des arts de l'Ontario (2011). Disponible à <http://www.arts.on.ca/Page4404.aspx>

¹³ Hill Stratégies, *Activités artistiques, culturelles et patrimoniales des Canadiens en 2010*, Hamilton (2012). Ce rapport présente les résultats de l'*Enquête sociale générale 2010* de Statistique Canada. Fait à partir d'entrevues réalisées avec 7 502 répondants, il comporte une marge d'erreur de 1,1 %. Le rapport indique que 72,4 % des Canadiens disent avoir assisté à un spectacle sur scène ou à un festival culturel en 2010. Le rapport observe qu'une « plus grande diversité de Canadiens a participé à des activités artistiques, culturelles et patrimoniales en 2010 qu'au cours des années précédentes de l'enquête. Toutefois, cela ne signifie pas que les organismes artistiques, culturels et patrimoniaux ont connu des

niveaux records de fréquentation puisque les questions de l'enquête sur la fréquence de la participation ne sont pas assez spécifiques pour calculer l'assistance totale. De plus, l'augmentation de la fréquentation a pu être répartie sur un plus grand nombre de ces organismes en 2010 qu'en 1992. » La même situation vaut pour le *Sondage du grand public* de l'étude *L'importance de la diffusion*. De plus, ces études mettaient l'accent sur la fréquentation par les Canadiens plutôt que sur leurs dépenses relatives aux présentations sur scène. Dans le *Sondage du grand public*, 75 % des répondants ont dit avoir assisté en direct à un spectacle d'artistes professionnels en 2011. En raison d'une marge d'erreur de 3,1 % pour le *Sondage* et d'une marge d'erreur de 1,1 % pour l'enquête de Statistique Canada, les résultats des deux enquêtes peuvent être considérés comme statistiquement similaires.

<http://www.hillstrategies.com/fr/content/activit%C3%A9s-artistiques-culturelles-et-patrimoniales-des-canadiens-en-2010-0>

- ¹⁴ Il convient de remarquer que le Québec a un cadre statistique sur la culture unique au Canada. La province ne s'appuie pas uniquement sur les comportements signalés par les intéressés, mais sur certaines informations précises que doivent obligatoirement fournir les organismes spécialisés dans la présentation de spectacles d'arts vivants. Cela dit, ces données ne traduisent peut-être pas totalement les comportements des Québécois, car elles ne touchent que la fréquentation sur le territoire québécois et dans les établissements visés par cette obligation de soumettre des données statistiques. L'étude sur *L'importance de la diffusion* ou les sondages de Statistique Canada ne demandent pas aux répondants de ne mentionner que les activités artistiques qui ont lieu dans leur province de résidence.

http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/stat_princ_cult.htm

- ¹⁵ Hill Stratégies, *Les facteurs dans la fréquentation des activités artistiques par les Canadiens en 2010*, Hamilton (2012). Ce rapport analyse les données de l'*Enquête sociale générale* de 2010 de Statistique Canada. Cette étude portait sur cinq activités artistiques, dont assister à des concerts de musique classique, à des pièces de théâtre, à des spectacles de musique populaire et à des festivals culturels et utilisait une modélisation statistique qui tente d'isoler les effets des facteurs démographiques et des chevauchements culturels. <http://www.hillstrategies.com/fr/content/facteurs-dans-la-fr%C3%A9quentation-des-activit%C3%A9s-artistiques-par-les-canadiens-en-2010-0>

- ¹⁶ *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*, Patrimoine canadien.

- ¹⁷ En 1992 et 1998, la danse constituait une catégorie en soi dans l'*Enquête sociale générale* de Statistique Canada, ce qui avait pour effet de montrer une fréquentation importante pour cette discipline. En 2005 et 2010, la danse faisait toutefois partie d'autres catégories qui englobaient diverses disciplines des arts vivants et dès lors, il devenait impossible de dégager des données spécifiques à la danse. Le *Sondage du grand public* de l'étude *L'importance de la diffusion* faisait de la danse une catégorie distincte, ce qui permettait d'obtenir des données sur la fréquentation des spectacles de danse professionnelle dans l'ensemble du Canada. Pour la première fois en 2010, l'*Enquête sociale générale* ne faisait plus référence aux artistes professionnels alors que l'étude *L'importance de la diffusion* portait, elle, cette référence afin de permettre la comparaison dans le temps. Pour toutes les autres données, la formulation des deux études était la même. On peut y voir une volonté d'obtenir des données comparables. Toutefois, chacune des deux études avait sa propre méthodologie, notamment quant au mode de cueillette des données et à la séquence des questions.

- ¹⁸ Bien que *Sondage du grand public* de *L'importance de la diffusion* confirme les mêmes comportements, nous utilisons les données de l'*Enquête sociale générale* parce qu'elle porte sur un échantillon beaucoup plus grand et permet dès lors une analyse par sous-groupe plus détaillée des sept groupes d'âge avec une marge d'erreur moindre.

- ¹⁹ Culture et Communications Québec, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, Survol No 23 (août 2012). L'analyse s'appuie sur les sondages réalisés auprès des Québécois tous les cinq ans depuis 1979. Le rapport présente une série de tableaux qui montrent la fréquentation par la génération des baby boomers de même que par les 25 à 34 ans et les 55 à 64 ans sur une période de 40 ans.

http://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1%5Becrit%5D=680&cHash=94055d5dfee3d7b155981be1b821a7f5

- ²⁰ WolfBrown, *L'étude sur l'engagement dans les arts en Ontario*, Toronto : Conseil des arts de l'Ontario (2011). L'analyse montre que les importantes différences observées entre les statistiques réelles de fréquentation et la prégnance d'assistance à des spectacles professionnels d'arts vivants peut indiquer une demande non comblée pour des spectacles en direct des arts vivants, de même qu'un besoin d'améliorer la programmation et la promotion. <http://www.arts.on.ca/Page4404.aspx>.
- ²¹ Conseil des arts du Canada, *L'Engagement du public envers les arts*, Ottawa (2012). http://www.canadacouncil.ca/aproposdenous/plan_strat2011-16/default.htm
- ²² Lecture suggérée : WolfBrown, *Assessing the Intrinsic Impacts of the Performing Arts*, analyse faite à la demande de 14 importants diffuseurs universitaires (2007). L'étude visait à expliquer et à mesurer pour la première fois comment les auditorios sont transformés par l'expérience du spectacle en direct. L'analyse fait partie d'une série de rapports connue sous le titre *The Values and Impact Study*. L'analyse est disponible en anglais seulement à <http://wolfbrown.com/images/books/ImpactStudyFinalVersionSummaryOnly.pdf>. La firme Hill Stratégies en a préparé un résumé en français qui est disponible à <http://www.hillstrategies.com/fr/content/assessing-intrinsic-impacts-live-performance>.
- ²³ Cheryl Ewing, *Value and Benefits Report*, Toronto: CCI – Ontario Presenting Network (2008). Cette étude a été réalisée à partir d'entrevues en profondeur avec des spectateurs avant et après une représentation d'arts vivants.
- ²⁴ Hill Stratégies, *Les arts et le bien-être individuel au Canada en 2010*, Hamilton (2013). Hill Stratégies résume ainsi les résultats de l'étude : « Bien que les modèles statistiques puissent fournir une preuve d'un lien entre les activités culturelles et le bien-être, certaines questions au sujet des variables qui pourraient avoir un lien avec les trois indicateurs du bien-être (comme l'effet de la cigarette ou de l'alcool sur la santé) ne figuraient pas dans l'*Enquête sociale générale*. De plus, il est très difficile de fournir une preuve d'une relation de cause à effet entre les variables dans un modèle statistique en l'absence d'une expérience pour mesurer directement les effets de la culture sur le bien-être personnel. » Également, le rapport explique que « un participant culturel est une personne qui a assisté à au moins une activité culturelle pertinente en 2010. Il s'agit d'un seuil minimum de participation culturelle, puisque des expériences culturelles répétées (ou qui intéressent profondément) peuvent générer des connotations sociales très solides. De plus, de nombreuses activités culturelles n'ont pas d'objectifs sociaux explicites ». <http://www.hillstrategies.com/fr/content/les-arts-et-le-bien-%C3%AAtre-individuel-au-canada>
- ²⁵ Lecture suggérée : l'organisme américain National Endowment for the Arts a contribué à la recherche des bienfaits civiques comme la probabilité de faire du travail bénévole, d'aider ses voisins, de participer aux activités de la collectivité et de voter. Ce document est disponible à <http://www.nea.gov/research/Notes/98.pdf>. Un résumé en français a été préparé par Hill Stratégies et est disponible à <http://www.hillstrategies.com/fr/content/les-tendances-de-lengagement-civique-et-social-des-amateurs-darts-dans-leurs-collectivit%C3%A9s>.
- ²⁶ *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*, Patrimoine canadien.
- ²⁷ University of Waterloo, Faculty of Applied Health Sciences, *Indice Canadien du mieux-être : Comment les Canadiennes et Canadiens se portent-ils véritablement? Le Rapport 2012*, Waterloo (2012). Les différences vont de l'occasion de tester de nouveaux indicateurs présents dans d'autres recherches sur le mieux-être, comme l'*Indice canadien du mieux-être*, à l'occasion de mettre à l'essai des concepts plus nuancés liés à l'appartenance à la collectivité. <https://uwaterloo.ca/indice-canadien-du-mieux-etre/ressources/rapports>.
- ²⁸ *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*, Patrimoine canadien.

- ²⁹ T. Theorell et al., *A note on designing evaluations of health effects of cultural activities at work*, *Health & Art: An International Journal for Research, Policy and Practice* 1,1 (2009). Disponible à <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17533010802527993>
- ³⁰ Lars Olov Bygren et al. *Cultural Participation and Health: A Randomized Controlled Trial Among Medical Health Staff*, *Psychosomatic Medicine Journal* 71, 4 (mai 2009). Disponible à <http://www.psychosomaticmedicine.org/content/71/4/469.full.pdf+html>
- ³¹ Anna Wilkinson et al., *Are variations in rates of attending cultural activities associated with population health in the United States?*, *BMC Public Health* 7 (2007). Disponible à <http://www.biomedcentral.com/1471-2458/7/226>
- ³² Koenraad Cuypers et al., *Patterns of receptive and creative cultural activities and their association with perceived health, anxiety, depression and satisfaction with life among adults*, *Journal of Epidemiology & Community Health*, jech.2010.113571 (mai 2011). Disponible à <http://jech.bmj.com/content/early/2011/05/04/jech.2010.113571>
- ³³ Lars Olov Bygren et al., *Attendance at cultural events, reading books or periodicals, and making music or singing in a choir as determinants for survival*, *BMJ* 1996. 313:1577 (1996). Disponible à <http://www.bmj.com/content/313/7072/1577.full>
- ³⁴ Lars Olov Bygren et al., *Attending cultural events and cancer mortality: A Swedish cohort study*, *Arts & Health: An International Journal for Research, Policy and Practice* 1, 1 (2009). Disponible à <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17533010802528058>
- ³⁵ G. Cohen, S. Perlstein, J. Chapline et al., *The Impact of Professionally Conducted Cultural Programs on the Physical Health, Mental Health and Social Functioning of Older Adults*, *The Gerontologist* 46, 6 (2006) : 726-734. <http://gerontologist.oxfordjournals.org/content/46/6/726.abstract>
- ³⁶ <http://www.masconline.ca/en/programs/testimonials.aspx>
- ³⁷ *Les arts et le patrimoine au Canada : sondage de 2012 sur l'accès et la disponibilité*, Patrimoine canadien.
- ³⁸ Cheryl Ewing, *Value and Benefits Report*, Toronto: CCI – Ontario's Presenting Network (2008).
- ³⁹ Hill Strategies, *Dépenses de consommation au chapitre de la culture en 2008*, Hamilton (2008). <http://hillstrategies.com/fr/content/d%C3%A9penses-de-consommation-au-chapitre-de-la-culture-en-2008>
- ⁴⁰ Research Resolutions & Consulting Ltd. *Profil du tourisme artistique et culturel en Ontario*. Toronto : Conseil des arts de l'Ontario (2013). <http://www.arts.on.ca/Page4923.aspx>
- ⁴¹ Conseil des ressources humaines du secteur culturel. *Information sur le marché du travail du secteur culturel canadien*. Ottawa : CRHSC (2010) <http://www.culturalhrc.ca/research/HRStudy2010/LMI-f.asp>
- ⁴² Les réseaux évolutifs à long terme (ELT) de quatrième génération ont commencé à être installés au Canada en 2011. Les entreprises de télécommunications travaillent au développement de plateformes fonctionnant avec la technologie ELT, qui pourrait être disponible là où se trouvent les consommateurs et qui offre des interfaces sophistiquées activées par téléphones intelligents.
- ⁴³ <http://www.youtube.com/yt/press/statistics.html>

the value
of presenting
l'importance
de la diffusion

CAPACOA
CANADIAN ARTS
PRESENTING ASSOCIATION
ASSOCIATION CANADIENNE
DES ORGANISMES ARTISTIQUES

strategic moves
THINKING : BUSINESS