

---

## **SOMMAIRE**

À l'aide d'une méthodologie rigoureuse fondée sur les données de milliers de personnes sondées, l'étude brosse un portrait détaillé des publics et présente les facteurs qui influencent leur fréquentation.

Les dynamiques comportementales et géographiques mises en lumière sont complétées par une réflexion prospective dont la force ne réside pas tant dans sa valeur prédictive que dans sa capacité à éclairer les choix présents et déjouer des écueils à venir.

Même si de nombreux profils sociodémographiques, disciplinaires et géographiques ont été constitués tout au long de cette vaste enquête, si plusieurs réflexions et scénarios d'évolution émaillent les principaux résultats, il reviendra au lecteur de s'approprier les subtilités de ces photographies et projections. Ne sont présentés ici que les faits saillants et les originalités de cette étude.

## **BILAN DES CONNAISSANCES**

La revue de la littérature montre que les données scientifiques sur les variables de la fréquentation de spectacles professionnels des arts de la scène sont à ce jour parcellaires et incomplètes notamment en ce qui concerne les motivations à assister à un spectacle et les caractéristiques des publics de certaines formes d'art comme le cirque ou l'humour.

Premier écueil à considérer, une discipline artistique peut englober une multiplicité de sous-disciplines aux publics forts différents. Les spectateurs de danse contemporaine, bien qu'ils partagent un intérêt commun pour la danse, sont relativement dissemblables des publics du ballet. De même, les catégories composites comme la musique anglophone couvrent des réalités artistiques disparates et des publics variés, du rock au hip hop en passant par la musique folk.

Il n'en demeure pas moins que le rôle des traditionnelles variables sociodémographiques que sont l'âge, le niveau de scolarité et le revenu reste un prisme de lecture incontournable pour analyser les caractéristiques des publics des arts de la scène.

L'âge agit comme un déterminant fort pour prédire la fréquentation à des spectacles de disciplines classiques comme le théâtre, l'opéra ou la musique classique où le public est plus âgé et vieillissant. À l'inverse, des formes d'art telles que les musiques émergentes, le cirque, la danse contemporaine rejoignent des publics plus jeunes.

Pour la plupart des disciplines des arts de la scène, le capital culturel joue pour beaucoup dans la fréquentation de spectacles. Le niveau de scolarité sanctionné par un diplôme révèle des disparités entre disciplines : si les spectateurs des disciplines classiques comme le théâtre, la danse, ou l'opéra disposent de plus hauts diplômes, le niveau de scolarité s'avère moins élevé chez les publics de l'humour, de la musique anglophone et francophone. Pour ces disciplines classiques, la revue de littérature insiste sur l'importance de l'éducation artistique et a fortiori musicale, souvent occultée dans les analyses sociologiques. Cet aspect du capital culturel est à considérer, entre autres, lorsqu'il est question de socialisation précoce aux arts de la scène : la fréquentation aux spectacles pour ces disciplines ne devrait pas faire l'économie d'une éducation artistique autour des œuvres et des disciplines abordées.

Pour ces disciplines classiques, un haut revenu et un statut social élevé jouent aussi un rôle positif dans la fréquentation alors que chez les publics du cirque et de la musique francophone, le revenu est plus bas que la moyenne. La littérature tend à nuancer l'impact du niveau de revenus sur la fréquentation des spectacles : elle accorde plus d'importance à l'âge et au niveau de scolarité.

Le territoire est peu abordé dans la littérature. Y est évoqué l'importance du tourisme dans la fréquentation de disciplines comme l'humour notamment au Québec où sa « festivalisation » joue un rôle essentiel dans son développement comme pour la musique francophone.

La revue de littérature fait ressortir d'autres variables sociodémographiques comme l'appartenance à une minorité culturelle ou à l'immigration. Le genre influence également la fréquentation des disciplines comme le théâtre, la danse ou la musique classique où les femmes sont présentes en plus grand nombre alors que pour le cirque, l'humour et la chanson francophone, le genre ne semble guère avoir d'impact sur la fréquentation.

Si ces variables décrivent les caractéristiques sociodémographiques des publics des arts de la scène, la revue de la littérature dessine aussi un portrait des motivations des publics à fréquenter des spectacles professionnels.

L'émotion est au cœur de la relation de la plupart des publics des arts de la scène et des spectacles auxquels ils assistent. L'émotion consiste à vivre une expérience artistique et dans le fait même d'assister à un spectacle, et de partager ce moment en direct avec d'autres spectateurs.

Viennent ensuite des motivations artistiques qui dépendent de la relation avec les interprètes ou de la compagnie, de la qualité artistique du spectacle et du rapport au lieu de représentation. Sur ce point, pour certains jeunes notamment, assister à un spectacle dans un lieu inusité peut représenter une source de motivation.

Assister à un spectacle est aussi une expérience sociale motivée par le fait de sortir avec des proches, de la famille ou des amis et, rarement une sortie au spectacle se fait seul. Cette motivation est centrale pour des disciplines comme la musique pop anglophone, l'humour ou encore le cirque. Le sentiment d'appartenir à une communauté est fort chez les spectateurs d'opéra et de musique classique comme l'est le sentiment de partage, d'échange, de « coprésence » entre un public et un artiste chez les spectateurs de l'humour. Le public doit sentir qu'il est plus que la somme des spectateurs, et que sa sortie est nimbée d'une ambiance singulière qu'il ne retrouve nulle part ailleurs.

D'autres motivations entre dans la décision d'assister à un spectacle d'art de la scène : l'élasticité au prix et bien qu'il s'agisse d'une motivation qui puisse difficilement être occultée, son importance est à modérer et elle se positionne bien souvent après des motivations émotionnelles ou artistiques; l'horaire; l'impact de la couverture médiatique dont l'influence varie d'un public à l'autre comme le bouche-à-oreille; la disponibilité de l'information sur le spectacle accrue avec les nouvelles technologies de l'information et les médias sociaux; des motifs identitaires et nationaux notamment pour le théâtre et la musique francophone au Québec même si l'expression d'un militantisme national est moins présent aujourd'hui que dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle.

## **PORTRAIT GÉNÉRAL DES PUBLICS**

En 2018, près des deux tiers de la population du Québec âgée de 16 ans et plus ont fréquenté au moins un spectacle professionnel tarifé au cours de l'année, soit un public de 4,5 M de spectateurs et une assistance totale de 22,3 M d'entrées. Les disciplines les plus fréquentées sont l'humour, la chanson anglophone, la chanson francophone et le théâtre. Simultanément, 2,5 M de spectateurs ont assisté à au moins un spectacle professionnel gratuit pour un total de 10,2 M d'entrées et 2 M à au moins un spectacle amateur comptabilisant 11 M d'entrées.

Les spectacles professionnels gratuits et amateurs concernent de 10 à 39 % de l'assistance totale de chacune des disciplines avec des pics pour la chanson francophone et la musique instrumentale d'un côté et pour la danse, les variétés et le cirque de l'autre. L'humour et le théâtre sont les deux formes artistiques dont la part de l'assistance à des spectacles professionnels tarifés est la plus élevée.

Au-delà du nombre de spectateurs composant un public, l'étude de l'assistance dévoile le rôle structurant des grands consommateurs dans la fréquentation de spectacle, et ce, pour chacune des disciplines : les spectateurs qui consomment plus de dix spectacles par année, soit

13 % du public, représentent à eux seuls 44 % des entrées pour les spectacles professionnels tarifés.

Les publics naviguent d'un type de spectacles et d'une discipline à l'autre avec beaucoup plus de perméabilité qu'on ne pourrait le croire, mettant à mal la figure des spectateurs puristes, avides d'une seule forme d'art et finalement peu nombreux. En réalité, une consommation importante de spectacles est synonyme de pratiques omnivores et de façon générale, plus un individu fréquente annuellement un type de spectacles, qu'il soit tarifé ou gratuit, intérieur ou extérieur, professionnel ou amateur, plus il fréquentera les autres types de spectacles, et plus il sera prêt à payer pour des spectacles qu'il jugera intéressants, peu importe son revenu.

Ces constats tendent à infirmer l'hypothèse d'une étanchéité entre l'offre de spectacles professionnels et amateurs. Pour les publics, ces différents types d'offres font partie de leur expérience culturelle globale.

## LES FACTEURS DE FRÉQUENTATION

La fréquentation des spectacles s'interprète de deux façons : l'une en regard de la fréquentation et de la non-fréquentation et l'autre en fonction de l'intensité de fréquentation.

### Facteurs expliquant la formation d'un public

Quelles sont les variables qui expliquent la fréquentation ou non de spectacles des arts de la scène (dans le cas des spectacles professionnels tarifés) ? La mise en place d'un modèle statistique a révélé huit principaux prédicteurs listés par ordre décroissant d'importance :

1. Revenu du ménage
2. Groupe d'âge
3. Niveau de scolarité
4. Langue parlée à la maison
5. Genre
6. Situation professionnelle
7. Statut d'immigration
8. Type de ménage

Des trois variables explicatives les plus importantes, le revenu du ménage et le niveau de scolarité ont un impact croissant sur la fréquentation de spectacles : plus le revenu et le niveau de scolarité sont élevés, plus les chances d'assister à des spectacles professionnels tarifés sont fortes, illustrant l'importance tant du capital économique que culturel dans la formation du public et du non-public.

Concernant la variable de l'âge, un pic est atteint pour les 25-34 ans, puis la proportion de public par tranche d'âge diminue laissant présager un impact du cycle de vie sur la fréquentation ou non de spectacles professionnels tarifés. En effet, le non-public concerne un quart des 25-34 ans et près de la moitié des 75 ans et plus.

## Facteurs expliquant l'intensité de fréquentation

Si ces variables prédisent la formation du public et du non-public, cinq facteurs expliquent pour l'essentiel une plus grande fréquentation des spectacles professionnels tarifés (listés par ordre décroissant d'importance) :

1. Niveau de scolarité
2. Groupe d'âge
3. Revenu du ménage
4. Situation professionnelle
5. Statut d'immigration

Le groupe d'âge demeure une variable prédictive forte autant pour la formation du public que pour la fréquentation de spectacles et ce, pour l'ensemble des disciplines (à l'exception de la danse et des variétés) tout comme le degré de scolarité (particulièrement en théâtre et musique classique).

Concernant le revenu du ménage, s'il est une variable prédictive forte pour la formation du public, son importance est à relativiser quant à une fréquentation plus importante de spectacles et même quant au prix qu'un individu est prêt à payer pour un spectacle.

D'autres prédicateurs comme le genre, la situation professionnelle, le type et la taille du ménage jouent un rôle secondaire autant pour prédire la formation du public que sa fréquentation. Si les variables de l'immigration et de la langue parlée à la maison expliquent modestement la fréquentation des spectacles de façon générale, elles jouent un rôle majeur quant à l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels tarifés pour la danse et le cirque pour l'une et pour la chanson francophone et la comédie musicale pour l'autre.

## PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Sans surprise, le public (tous types de spectacles et de disciplines confondus) est plus urbain et plus scolarisé que le non-public plus âgé et moins nanti. Sur ce dernier point, l'assistance moyenne aux spectacles gratuits, intérieurs comme extérieurs, varie peu en fonction du niveau du revenu du ménage ce qui soulève des questions quant aux stratégies qui utilisent l'accès gratuit aux spectacles professionnels comme mesure compensatoire pour encourager l'accès aux spectacles. L'élargissement du bassin du public ne devrait donc pas reposer uniquement sur des politiques de gratuité.

La situation professionnelle est corrélée aux mêmes conclusions que celles liées au revenu : si les personnes sans activité professionnelle sont, par exemple, proportionnellement plus nombreuses à ne pas fréquenter les spectacles, leur niveau de fréquentation, dès lors qu'elles y assistent, ne permettent pas de conclure à un impact décisif de la situation professionnelle sur une plus grande fréquentation.

Une variable liée au revenu et à la situation professionnelle joue un rôle plus déterminant : le niveau de scolarité. Pour les spectacles professionnels tarifés, l'obtention d'un diplôme joue un rôle positif sur une fréquentation plus importante : plus on est diplômé, plus on assiste à des spectacles.

L'âge moyen des spectateurs au Québec est d'environ 45 ans, sauf pour le spectacle amateur où le public est plus âgé (48 ans). Alors que la musique classique et le théâtre sont fréquentés par un public plus âgé, la chanson anglophone et la danse rejoignent un public plus jeune. Des grands consommateurs, il convient de souligner l'importance de la tranche des 25-34 ans autant pour le public que pour l'assistance et ce, pour tous les types de spectacles (sauf pour le spectacle amateur). Nous sommes donc loin d'une jeunesse culturellement passive, tournée exclusivement vers l'offre numérique.

À ce titre, l'étude renseigne sur la corrélation entre le niveau de socialisation à des spectacles professionnels durant la jeunesse — que ce soit avec la famille, des amis ou dans le cadre scolaire — et le nombre de spectacles vus annuellement à l'âge adulte. Les politiques publiques de démocratisation mises en place au cours des dernières décennies ont contribué à la fréquentation du spectacle en jeunesse. Aujourd'hui, à l'âge adulte, ce sont ceux qui ont assisté au plus grand nombre de spectacles durant leur jeunesse qui se retrouvent aussi en plus grand nombre parmi les grands consommateurs de spectacles professionnels. Plus la pique aux arts de la scène est administrée tôt, plus elle a des chances d'être efficace tout au long de la vie d'un individu. Sans prétendre à un lien de causalité direct, le constat a surtout une valeur sociologique et rappelle aussi qu'il est possible de déjouer les facteurs purement économiques dans la fréquentation des arts de la scène.

La langue parlée le plus souvent à la maison influence le niveau de fréquentation à des spectacles professionnels tarifés et gratuits. La tendance générale est que le niveau de fréquentation est plus bas lorsque la langue parlée le plus souvent à la maison est le français avec des écarts encore plus marqués pour les spectacles professionnels tarifés. Elle a aussi un impact sur l'assistance moyenne selon les disciplines. Lorsque la langue parlée à la maison est le français, l'assistance est singulièrement importante pour l'humour et la chanson francophone. Quand la langue est l'anglais, ce sont la comédie musicale et la chanson anglophone qui dominent. Dans le cas où la langue parlée le plus souvent à la maison n'est ni l'anglais ni le français, on se retrouve avec des disciplines comme la danse, les musiques classique et instrumentale et le théâtre.

Du côté du genre, les femmes sont plus nombreuses spectatrices, mais les hommes consomment en général davantage de spectacles. D'importantes variations disciplinaires sont toutefois observables : si des disciplines comme la danse, la musique classique, le théâtre et la chanson francophone sont majoritairement fréquentées par des femmes, le cirque et la musique instrumentale le sont par des hommes.

L'assistance à des spectacles est répartie de façon homogène sur le territoire québécois avec une légère surconcentration dans les régions centrales de Montréal et de Québec. Au regard de sa population (la moitié de la population du Québec), la RMR de Montréal concentre la majorité de l'assistance pour l'ensemble des disciplines à l'exception de l'humour, la chanson francophone (deux disciplines très bien représentées en région plus éloignées) et la chanson anglophone (surreprésentée au niveau de l'assistance dans la RMR de Québec).

L'étude offre un aperçu de l'assistance aux spectacles des arts de la scène par des populations minoritaires ou marginalisées et vient bousculer plusieurs idées reçues. En effet, les immigrants de première génération disent assister en moyenne à plus de spectacles notamment pour les disciplines les plus classiques comme le théâtre, la musique ou la danse, quelle que soit leur forme, que les natifs tandis que les immigrants de seconde génération y assistent dans des proportions similaires. Plusieurs hypothèses peuvent expliquer cet écart de perception, comme le fait que l'immigration de première génération est « choisie » notamment sur des critères de scolarité, ce qui a un impact positif sur la fréquentation de spectacles.

Dans tous les cas, les groupes auto-identifiés comme personnes handicapées, appartenant aux Premières nations du Canada, aux minorités visibles, aux minorités ethniques et à la communauté LGBTQ+ consomment plus de spectacles professionnels — tarifés comme gratuits — que la moyenne de la population. Toutefois, ces communautés ne constituent pas des groupes monolithiques et d'importantes variations peuvent être constatées à l'intérieur d'un même groupe selon d'autres variables sociodémographiques.

## **MIEUX COMPRENDRE LES PUBLICS**

### **Les freins à la fréquentation**

Au-delà des facteurs sociodémographiques, les résultats des sondages font apparaître des freins subjectifs à la fréquentation des spectacles professionnels tarifés chez le public et le non-public :

1. Le manque d'intérêt
2. Les problèmes de santé
3. Le manque de temps
4. La préférence pour d'autres activités de loisir
5. Le caractère élitiste des spectacles

Concernant une plus grande fréquentation des spectacles par le public, le manque d'intérêt est aussi le frein principal. Ce constat ouvre un champ de réflexion sur l'action culturelle comme stratégie pour développer l'intérêt des publics. L'éducation aux arts et à la culture, la fréquentation des arts en jeunesse, la médiation culturelle, la valorisation sociale des arts et en particulier la promotion de la sortie aux spectacles sont autant d'outils à considérer ou à renforcer dans ce cadre.

Le manque de temps est le second frein à une plus grande fréquentation des spectacles. Il renvoie à des modes de vie où la place des activités artistiques et culturelles est réduite à une portion congrue puisque les personnes qui assistent au plus grand nombre de spectacles sont celles qui consacrent le plus de temps aux activités culturelles, mais aussi aux activités sportives et aux autres activités en groupe.

De façon plus pragmatique, il y a donc matière à réfléchir quant aux formats et horaires des spectacles pour mieux s'ancrer dans le quotidien et le mode de vie des personnes.

### **La formule d'abonnement**

L'étude des tendances liées à l'abonnement, une formule incontournable pour les spectacles des arts de la scène, révèle plusieurs perspectives d'évolution intéressantes pour la fréquentation des arts de la scène.

Pour quelles raisons s'abonne-t-on ? Les trois principales raisons sont relativement identiques pour les différents groupes d'âge :

1. Pour s'encourager à aller régulièrement voir un spectacle
2. Pour obtenir un meilleur prix
3. Pour avoir de meilleures places

Quant aux différents facteurs influençant le choix d'un abonnement, ils concernent, soit des facteurs liés à la dimension artistique des spectacles (ex. : intérêt pour les spectacles), soit des facteurs liés aux conditions de vie des spectateurs (ex. : temps disponible), notamment pour les plus jeunes (à l'exception de la santé).

Avec une corrélation nette entre l'âge et l'abonnement, on peut raisonnablement s'attendre avec le vieillissement de la population à une baisse de l'intérêt pour la formule de l'abonnement telle qu'on la connaît actuellement et du taux d'abonnement si les habitudes de consommation demeurent similaires. Cette formule est toutefois susceptible de se réinventer pour maintenir son attrait. Puisque les arguments économiques (« Pour obtenir un meilleur prix ») ou pratiques (« Pour avoir de meilleures places ») au cœur de l'argumentaire traditionnel de la formule d'abonnement ne sont plus les seules principales raisons pour s'abonner, de nouvelles avenues de promotion de la formule sous l'angle d'un mode, voire d'une hygiène de vie s'ouvrent pour les diffuseurs de spectacles.

## PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION

### Le vieillissement de la population

À quoi ressemblera la fréquentation des arts de la scène d'ici quinze ans ? C'est un exercice prospectif complexe : l'étude y répond de façon partielle en se restreignant volontairement au seul impact du vieillissement de l'assistance. Son intérêt ne tient pas tant à la précision des projections qu'à la mise en relief des avertissements que lancent certains résultats. Il ne vise qu'à les confronter et à susciter des interventions pour faire mentir les dites prédictions.

Selon cette perspective démographique, l'assistance aux spectacles professionnels tarifés, toutes disciplines confondues, devrait progresser de 5 %, 10 % et 15 % d'ici 2023, 2028 et 2033 avec des contrastes majeurs entre disciplines. Alors que la musique classique et le théâtre pourraient subir des baisses de leur niveau d'assistance, la chanson anglophone, l'humour et la musique instrumentale enregistreraient quant à elles des hausses marquées de plus de 25 % de leur assistance. La danse et la comédie musicale connaîtraient des hausses d'assistance similaires à celle de la population et le cirque, les variétés et la chanson francophone des hausses comprises entre 10 et 20 %.

Tous les types de régions connaîtraient une croissance de l'assistance aux arts de la scène : de 10 % pour les régions périphériques d'ici 2033 (sous la moyenne provinciale) à un tiers pour les régions éloignées. Les régions intermédiaires et centrales enregistreraient toutes deux une croissance de 18 % de l'assistance d'ici 2033.

### Une évolution multifactorielle

Au-delà du seul vieillissement de la population, d'autres impacts sont à prendre en compte dans l'évolution des assistances comme les habitudes de consommation qui évoluent en fonction du cycle de vie. D'ici quinze ans, les usages et les changements sociaux et technologiques sont aussi en mesure d'influencer profondément les comportements. L'impact de nouvelles technologies peut être particulièrement rapide et brutal. Des transformations, mais surtout les effets cumulés de ces changements, sont difficiles à anticiper, comme l'est l'impact de la pandémie actuelle de COVID-19 sur les habitudes de consommation et les habitudes de vie.

Quoiqu'il en soit, le secteur des arts de la scène n'est pas sans outils pour renouveler et étendre son public. Miser sur une socialisation précoce aux spectacles semble être une solution gagnante tout comme le raffinement des stratégies marketing afin de cibler les bons publics et s'adresser à eux adéquatement.

Enfin, la fréquentation des arts de la scène appelle à un choix de société. En effet, si les deux tiers de la population québécoise de 16 ans et plus ont assisté à au moins un spectacle professionnel tarifé en 2018, le verre est à plus qu'à moitié vide lorsqu'on constate que près des deux tiers des Québécois et Québécoises n'ont pas assisté à un spectacle ou seulement à un ou deux durant l'année. Autant dire que les arts de la scène ne sont pas un repère stable pour près des deux tiers des Québécois et Québécoises de 16 ans et plus.

Or, pour accroître l'intérêt pour le spectacle, et ainsi augmenter sa fréquentation, ne devrait-on pas le valoriser socialement comme cela a été fait pour l'activité physique et l'inscrire comme une composante d'un mode de vie sain ? La valorisation sociale du spectacle est l'une des clés accessibles et essentielles pour accroître l'intérêt des citoyens et parvenir à un développement durable des publics.