

# Étude des publics des arts de la scène au Québec

SECONDE ÉDITION

Étude réalisée par DAIGLE/SAIRE  
pour le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS)

**DAIGLE  
/ SAIRE**



Groupe de travail  
sur la fréquentation  
des arts de la scène

**DAIGLE/SAIRE a réalisé cette étude pour le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS).**

Le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS) réunit, depuis 2014, douze associations et regroupements de diffusion et de producteurs québécois, de toutes les disciplines des arts vivants :

- Association des diffuseurs spécialisés en théâtre (ADST)
- Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH)
- Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
- Conseil québécois de la musique (CQM)
- Conseil québécois du théâtre (CQT)
- En Piste - Regroupement national des arts du cirque
- La danse sur les routes du Québec
- Les Voyagements - théâtre de création en tournée
- Regroupement québécois de la danse (RQD)
- Association professionnelle des diffuseurs de spectacles – RIDEAU
- SMAQ (Scènes de musique alternatives du Québec)
- Théâtres Unis Enfance Jeunesse (TUEJ)

L'étude est rendue possible grâce à la contribution de plusieurs partenaires :

- Conseil des arts du Canada
- Ministère de la Culture et des Communications
- Conseil des arts et des lettres du Québec
- Patrimoine canadien
- Société de développement des entreprises culturelles



Conseil des arts  
du Canada

Canada Council  
for the Arts



Patrimoine  
canadien

Québec 

**Notice bibliographique suggérée :**

Saire, Pierre-Olivier (dir.), Morad Jeldi, George Krump, Rosaire Garon, Martin Tétu et Sophie Dubois Paradis (2024) « Étude des publics des arts de la scène au Québec – Seconde édition », étude réalisée par DAIGLE/SAIRE pour le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS), Montréal.

[ [http://daiglesaire.ca/upload/pdf/DS\\_GTFAS\\_Etude\\_des\\_publics\\_2024.pdf](http://daiglesaire.ca/upload/pdf/DS_GTFAS_Etude_des_publics_2024.pdf) ]

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
ISBN – 978-2-9819643-1-1

**Dans ce document, le genre masculin est utilisé comme générique, dans le seul but de ne pas alourdir le texte.**

## RÉALISATION DE L'ÉTUDE

### Équipe de réalisation

Direction de l'étude

- Pierre-Olivier Saire

Recherche et rédaction

- Morad Jeldi
- George Krump
- Rosaire Garon
- Martin Tétu
- Sophie Dubois-Paradis

Autres contributions

- André Poirier
- Charlotte Beaussier

Révision

- Jennifer Brunet

Pour tout renseignement sur cette étude, contactez :

**DAIGLE/SAIRE** Conseil en management, stratégie et économie  
6925, 9<sup>e</sup> avenue, Montréal (Québec) H1Y 2L1 [www.daiglesaire.ca](http://www.daiglesaire.ca)  
Contact : 514 509 114

### Conseillers scientifiques

- François Colbert  
Professeur titulaire, Département de marketing  
HEC Montréal  
Titulaire de la Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux  
Titulaire de la Chaire UNESCO de management culturel
- Christian Poirier  
Professeur agrégé  
Institut national de recherche scientifique (INRS)  
Titulaire de la Chaire Fernand-Dumont sur la culture
- Gilles Pronovost  
Professeur émérite  
Département d'études en loisir, culture et tourisme  
Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR)

Les auteurs remercient toutes les personnes ayant participé aux diverses formes de consultation qui ont accompagné la production de l'étude. Ils souhaitent en particulier exprimer leur gratitude aux conseillers scientifiques qui par leurs contributions avisées ont permis d'alimenter et d'orienter les travaux. Il faut également souligner le travail des membres des comités de suivi issus du Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS) qui ont contribué de manière continue à la validation des travaux.

## **AVANT-PROPOS**

*Le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS), commanditaire de cette étude, existe depuis 2014. Il réunit 12 représentants d'importants réseaux de diffusion, d'associations et regroupements d'artistes, de producteurs, de diffuseurs et autres professionnels de toutes les disciplines des arts de la scène et œuvre dans le respect des diverses réalités disciplinaires. Lieu d'échanges, de réflexion et de veille, il est né d'un vœu ardent et partagé par tous et toutes : valoriser et stimuler la fréquentation des arts vivants au Québec.*

*Une première édition de l'Étude a été publiée en 2020. Celle-ci s'est révélée être un outil important pour tous les joueurs de l'industrie en permettant de dresser pour la première fois le portrait des publics et des non-publics à travers les différents profils disciplinaires et géographiques, et ce autant pour les spectacles professionnels (tarifés et gratuits) qu'amateurs. Elle a connu un fort rayonnement auprès des organisations membres des associations et a suscité beaucoup d'intérêt dans les autres secteurs culturels québécois.*

*En 2022, il devient évident pour le GTFAS qu'une deuxième édition de l'Étude est essentielle pour le milieu des arts vivants qui se remet difficilement d'une crise sans précédent. Cette mise à jour brosse le portrait actualisé des publics des arts de la scène et permet de comprendre la profonde transformation qui s'est opérée dans les habitudes de fréquentation des spectateurs. Les résultats révèlent de nouvelles tendances dont il faut tenir compte et nous éclairent sur les pistes d'action à mettre en place pour répondre à cette nouvelle réalité.*

*L'actualisation de la première Étude a pu être réalisée grâce aux appuis du ministère de la Culture et des Communications du Québec, du Conseil des arts et des lettres du Québec, de la Société de développement des entreprises culturelles, de Patrimoine canadien et du Conseil des arts du Canada. Le soutien continu de tous ces partenaires témoigne de la reconnaissance de l'importance des enjeux de fréquentation des arts de la scène dans un monde en profonde mutation.*

*La pandémie de COVID-19 a bousculé les façons de faire, changé les habitudes de vies et déplacé des publics. Les conséquences ont un impact important sur le milieu des arts vivants et mettent en lumière de façon marquée la pertinence de la pérennisation de l'Étude.*

*Dans ce contexte, les résultats de l'étude sont particulièrement précieux. Le nouveau portrait des publics est sensiblement différent de celui de 2018, et les nouvelles tendances dont il faut tenir compte dans le développement des pistes d'action et des stratégies nous permettent d'entrevoir l'évolution de la fréquentation des arts de la scène et la reconquête des publics.*

*Les résultats combinés des deux études constituent une somme remarquable d'informations et ont généré une banque de données imposante. Merci à la firme DAIGLE / SAIRE pour son implication généreuse et la rigueur de son travail !*

*La deuxième édition de l'Étude est un formidable outil pour préparer l'avenir. Notre plus cher désir est que les arts vivants comptent au nombre des priorités parmi les choix de société faits dans un avenir rapproché et au cours des prochaines années.*

**Le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène**

## RÉSUMÉ

La seconde édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec, réalisée en 2023, offre une mise à jour complète des profils de fréquentation des arts de la scène, en s'appuyant sur des perspectives sociodémographiques, géographiques et disciplinaires. L'étude révèle plusieurs tendances marquantes, dont la diminution générale de la fréquentation et de l'assistance aux spectacles des arts de la scène, accentuée par la pandémie de COVID-19, la conjoncture économique et l'évolution des habitudes de consommation. Si cette baisse de la fréquentation s'observe davantage chez les femmes, elle est particulièrement préoccupante chez les publics les plus âgés et les jeunes hommes.

Les préférences quant à la nature et au format des spectacles ainsi qu'à la sortie culturelle offrent un regard plus nuancé sur les habitudes de consommation culturelle des publics des arts de la scène. Les portraits quantitatifs sont complétés par des sections qualitatives visant à approfondir des aspects spécifiques de la fréquentation de spectacles, comme la gestion du temps et le télétravail, le rapport des jeunes à la sortie à un spectacle ou les impacts de la pandémie et de la conjoncture économique sur la consommation de spectacles.

Les transformations des publics et de leurs habitudes appellent une adaptation des stratégies adoptées par les acteurs culturels afin de maintenir et de consolider le lien avec les publics.

**Mots clés :** arts de la scène; culture; public; non-public; spectacles; fréquentation; territoire; Québec; COVID-19.

## ABSTRACT

The second edition of the Study on Performing Arts Audiences in Quebec, conducted in 2023, provides a comprehensive update on attendance profiles in the performing arts, drawing on sociodemographic, geographic, and disciplinary perspectives. The study reveals several key trends, including a general decline in attendance at performing arts events, exacerbated by the COVID-19 pandemic, economic conditions, and changing consumption habits. While this decline is more noticeable among women, it is particularly concerning among older audiences and young men.

Preferences regarding the type and format of performances, as well as cultural outings, offer a more nuanced view of performing arts audiences' cultural consumption habits. The quantitative profiles are complemented by qualitative sections aimed at exploring specific aspects of performance arts attendance, such as time management and teleworking, young people's relationship with attending performances, and the impact of the pandemic and economic climate on performance consumption.

The transformation of audiences and their habits calls for an adaptation of the strategies adopted by cultural stakeholders to maintain and strengthen their connection with audiences.

**Key words:** performing arts, culture, audience; non-audience; attendance; territory; Quebec; COVID-19.

## **SOMMAIRE**

La seconde édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec offre un portrait actualisé des publics des arts de la scène au Québec en 2023.

Elle fait suite à une première étude, dont elle adopte le même cadre analytique. Elle se déploie autour de profils sociodémographiques des publics et du non-public, de profils de fréquentation disciplinaires et de profils de consommation géographiques. Outre l'aspect quantitatif de l'étude, des sections ont été ajoutées dans le but d'éclairer des zones d'ombre liées à la gestion du temps dans le processus de fréquentation des arts de la scène, à la relation des jeunes avec la sortie culturelle ainsi qu'aux impacts attendus de la pandémie de COVID-19 et de la conjoncture économique sur la consommation des arts de la scène. Ces sections proposent aux lecteurs des pistes d'analyse pour mieux interpréter les principaux résultats de l'étude.

Alors que la première édition a révélé une image détaillée de la fréquentation des arts de la scène au Québec en 2018, la deuxième édition brosse un portrait tout aussi large en plus d'offrir des résultats en mouvement, fruit des comparaisons entre 2018 et 2023. Des tendances observées en 2018 telles que la baisse de l'abonnement se poursuivent et s'accroissent en 2023; d'autres apparaissent, comme la baisse généralisée de la fréquentation avec notamment le décrochage d'un public plus âgé.

## **Évolution des publics**

La présente étude s'inscrit dans un paysage culturel particulièrement mouvant, bousculé par l'apparition et la propagation de la COVID-19. En 2019, soit l'année précédant la pandémie, le milieu des arts de la scène avait pourtant connu une année faste en termes d'assistance, et même un sommet depuis 1994. L'apparition de la pandémie en 2020 ne permet d'affirmer ni que 2019 a constitué une année extraordinaire et atypique, portée par une conjoncture économique favorable et une programmation particulièrement riche, ni, à l'inverse, qu'elle amorçait un regain durable de fréquentation pour les arts de la scène après une décennie terne au cours de laquelle la fréquentation n'avait augmenté que de 10 % alors que la province avait vu sa population croître de 13 %.

Quand on tient compte de la hausse de la population québécoise, la danse, le théâtre, la musique et la chanson anglophone voient diminuer leur part dans l'assistance totale entre 2008 et 2019, tandis que celle du cirque, de l'humour et de la comédie musicale augmente. Grâce aux données compilées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), l'étude présente l'évolution de la fréquentation et de l'assistance des principales disciplines des arts de la scène entre 2008 et 2022 : la danse, la musique, le théâtre, la chanson francophone, la chanson anglophone, l'humour et, enfin, le cirque et la magie. Si les chiffres de fréquentation constituent des repères quantitatifs incontournables, il ne faut pas oublier qu'à eux seuls, ils ne racontent qu'une partie de l'histoire : chaque discipline évolue avec ses propres dynamiques qui peuvent expliquer d'importantes variations d'une année à l'autre, comme la tournée d'un spectacle à succès à travers la province ou la disparition d'un acteur majeur de l'écosystème.

Toujours selon les données de l'OCCQ, entre 2008 et 2019, les régions urbaines centrales voient leur part de l'assistance totale des arts de la scène diminuer constamment, passant de 65 % à 60 %, et ce, même si leur public augmente en valeur absolue. Toutefois, ce sont ces régions qui ont le mieux encaissé le choc pandémique, comme en témoignent leurs chiffres d'assistance en 2022, qui se rapprochent le plus des niveaux prépandémiques.

La part d'assistance des régions périphériques reste stable à quelque 20 % et 21 % entre 2008 et 2019 ou 2022. Si la part combinée des régions intermédiaires et éloignées était de 15 % en 2008, elle a grimpé à 19 % en 2019 et s'est maintenue en 2022. On comprend donc que la diminution de la part des régions centrales dans la fréquentation des arts de la scène se fait au profit des régions intermédiaires et éloignées.

Les années 2020 et 2021 constituent une fracture inédite dans l'étude de la fréquentation non seulement des arts de la scène, mais de l'ensemble du monde culturel. La pandémie de COVID-19, qui s'échelonne du début de 2020 au début de 2022 si l'on regarde l'impact direct des mesures sanitaires sur l'écosystème culturel, a profondément ébranlé la fréquentation des arts de la scène : en 2020, seulement 1,4 M d'entrées ont été enregistrées, principalement en janvier et en février puis pendant les réouvertures partielles, ce qui constitue une baisse de 84 % par rapport à 2019.

L'année 2022, qui en est une de transition à partir de laquelle les mesures sanitaires sont progressivement levées, connaît un effet de rattrapage indéniable grâce au retour en salle du public après deux années difficiles; les entrées correspondent alors à 87 % du niveau prépandémique. Alors que plusieurs pans de l'économie renouent avec des niveaux d'activité comparables à 2019 dès 2023, le retour à la normale s'éloigne pour le secteur des arts de la scène autant en termes de fréquence qu'en matière d'habitudes de consommation.

En effet, si les effets conjoncturels de la pandémie (lieux de diffusion fermés ou exploités avec des jauges partielles, expérience spectateur perturbée, déplacement d'une partie de l'offre culturelle en ligne, perception écornée des arts de la scène comme d'un secteur non essentiel à la société, etc.) se dissipent, d'autres changements, plus profonds, commencent à révéler toute leur influence sur la manière qu'ont les publics de fréquenter les arts de la scène.

La peur des foules, de se rassembler et d'être contaminé n'a pas disparu chez tous les publics, notamment chez les plus âgés, et freine leur retour en salle. De plus, deux ans avec des interactions sociales en présentiel limitées laissent d'importantes séquelles dans la construction du vivre-ensemble. Chez les jeunes, au cours des deux années de distanciation sociale, des habitudes de socialisation et de fréquentation aux spectacles ont été déconstruites ou bien n'ont tout simplement jamais été intégrées. Grand héritage de la pandémie, le télétravail rebat les cartes de la mobilité et de la gestion du temps. Bien qu'il offre davantage de temps libre, il éloigne aussi certains travailleurs — et spectateurs — des centres-villes, qui sont les hôtes d'une part importante de l'offre en arts de la scène.

La pandémie oblige donc à réimaginer la relation entre les spectateurs et les arts de la scène en tenant compte à la fois de la nouvelle réalité spatiale et temporelle de la société post-COVID ainsi que des nouvelles habitudes de consommation culturelle des différents publics.

### **Portrait général des publics et du non-public**

En 2023, les spectacles professionnels tarifés de toutes les disciplines en arts de la scène ont été fréquentés par plus de 4,1 M de spectateurs\*, qui ont généré une assistance\* de 18 M d'entrées, ce qui correspond à une moyenne de 4,4 spectacles\* consommés par spectateur.

Plus de la moitié (57 %) de la population du Québec âgée de plus de 16 ans a assisté à au moins 1 spectacle professionnel tarifé en 2023. De ce bassin de spectateurs\*, environ la moitié a consommé de 1 à 4 spectacles, et un peu plus de 1 personne sur 10 en a consommé au moins 10.

Les portraits des publics actualisés confirment les logiques sociodémographiques mises en lumière lors de la première étude, notamment pour ce qui est des variables prédictives les plus fortes, qui demeurent le revenu du ménage, le niveau de scolarité et l'âge, et ce, dans la définition autant des publics que de l'intensité de leur fréquentation.

Le non-public — c'est-à-dire les individus n'ayant pas consommé de spectacles professionnels tarifés au cours de l'année — représente 43 % de la population en 2023, contre 35 % en 2018. Alors que le non-public tend à croître avec l'âge, c'est surtout, comme pour le public, quand on considère ses revenus et son niveau de scolarité qu'on peut en déterminer les contours : même si la variation n'est pas parfaitement linéaire, on remarque un accroissement du non-public à mesure que le revenu et le niveau de scolarité baissent.

Les populations minoritaires ou marginalisées, même si elles couvrent un très large spectre de réalités telles que celles des immigrants de première génération, des minorités visibles, des populations ethniques et des personnes appartenant à la communauté LGBTQ+, continuent de consommer plus de spectacles (tarifés comme gratuits) que l'ensemble de la population québécoise.

Les profils disciplinaires montrent que l'humour est la forme artistique qui rejoint le plus grand nombre de Québécois, suivie de la chanson anglophone, de la chanson francophone et du théâtre. Les dynamiques de fréquentation et d'assistance de chaque discipline des arts de la scène sont scrutées à travers des variables sociodémographiques telles que l'âge, le nombre moyen de spectacles consommés, le genre, le niveau de scolarité et la situation professionnelle. La construction

symétrique des profils avec ceux de 2018 permet des comparaisons entre les deux éditions de l'étude.

Cette édition a toutefois ceci de nouveau qu'elle décrit la consommation de spectacles\* jeune public : 14 % des répondants disent avoir assisté à au moins 1 spectacle\* de ce type au cours de l'année, notamment en cirque et en chanson francophone, et beaucoup plus rarement en musique classique. L'intensité de fréquentation est une variable forte pour prédire la consommation de spectacles jeune public avec une corrélation positive. Les ruraux, les habitants de la RMR de Montréal et plus particulièrement ceux de l'est de l'île sont plus nombreux à avoir assisté au moins une fois à ce type de spectacles au cours de l'année. Les répondants âgés de 16 ans à 25 ans et de 35 ans à 44 ans sont ceux ayant le plus souvent déclaré fréquenter des spectacles destinés au jeune public au cours de l'année 2023 (les individus de moins de 16 ans n'étaient pas autorisés à répondre au sondage). Plus les répondants vieillissent, moins ils déclarent assister à ce type de spectacles (10 % des répondants de 65 ans et plus).

Enfin, les profils géographiques donnent des angles de lecture multiples qui se déploient comme un jeu de poupées russes : partant d'une large échelle couvrant l'ensemble de la province, on se concentre sur un foyer plus resserré qui distingue les différents territoires de l'île de Montréal.

La dichotomie entre urbanité et ruralité demeure : avec une offre plus abondante, les milieux urbains rassemblent la grande majorité des spectateurs, quel que soit le type de spectacles étudié. C'est en particulier dans la RMR de Montréal que l'on retrouve la majorité des spectateurs et des entrées comptabilisées. Des disciplines comme la musique classique, la musique instrumentale et le théâtre sont fortement ancrées dans les milieux urbains, tandis que la musique francophone, l'humour et les variétés affichent de bons résultats sur le plan de l'assistance\* dans les milieux ruraux.



Au sein de la RMR de Montréal, l'île de Montréal accapare une majorité de l'assistance\*, mais pas des spectateurs\*, ce qui signifie que l'île se démarque par un nombre moyen de spectacles\* vus plus élevé que les autres territoires de la RMR. Les entrées\* sont plus marquées pour la chanson anglophone, l'humour et le théâtre.

À l'intérieur de l'île de Montréal, des lignes à la fois géographiques, économiques et culturelles continuent de fracturer la fréquentation et la consommation des arts de la scène. Ainsi, si les quartiers centraux, suivis des territoires de l'ouest de l'île, récoltent le plus de spectateurs\* et d'assistance\* par rapport à leur population, les territoires de l'est de l'île recueillent une moins grande part de spectateurs\* et d'assistance\* comparativement à leur population.

## Préférences

Cette édition comporte une nouvelle section sur les préférences liées au format du spectacle et à la sortie : l'origine et la notoriété des artistes, la langue principale du spectacle, sa tarification, son originalité, sa profondeur, sa longueur ou encore la présence ou non d'un entracte, puis la journée et l'horaire du spectacle, le type de lieu de diffusion et l'ajout d'autres activités avant ou après le spectacle.

L'intensité de fréquentation des spectacles professionnels au cours d'une année et l'âge sont les variables qui ont le plus de sensibilité sur les préférences des répondants, qu'il s'agisse de paramètres liés directement au spectacle ou à la sortie. En un sens, l'expérience forge les préférences : plus un individu consomme de spectacles et est âgé, plus il sait ce qu'il préfère d'un spectacle ou de la sortie qui l'entoure.

Les préférences les plus polarisées sont celles qui sont associées au caractère identitaire du spectacle, à savoir l'origine des artistes et la langue principale, notamment chez les répondants les plus âgés. À l'inverse, les plus jeunes ne semblent pas avoir de préférences marquées pour ces variables identitaires.

Quant à elles, les préférences liées aux horaires et aux jours où a lieu un spectacle suivent des tendances assez claires et moins nuancées que pour la nature et le format d'un spectacle : en général, les samedis ou vendredis à 20 h récoltent une forte adhésion des répondants, tandis que les spectacles en semaine, qui commencent un peu plus tôt, sont davantage l'apanage d'un public d'habitues. Les représentations en après-midi sont presque exclusivement préférées le dimanche.

Ces données montrent que consommer ou ne pas consommer de spectacles professionnels s'inscrit dans un contexte bien plus large que celui du simple achat de billets. Pour les plus grands consommateurs de spectacles, assister à un spectacle professionnel s'inscrit dans un mode de vie où les sorties culturelles ou les activités sociales, notamment avant ou après le spectacle, sont tout autant préférées. À l'inverse, on décèle chez le non-public ou les spectateurs occasionnels une indifférence plus grande ou des préférences plus faibles pour presque tous les paramètres testés qui peuvent être synonymes de désintérêt, de méconnaissance ou d'indécision.

## Comprendre l'évolution des publics

Entre 2018 et 2023, peu importe le type de spectacles d'arts de la scène consommés (professionnels ou amateurs, gratuits ou tarifés, intérieurs ou extérieurs), l'assistance aux arts de la scène affiche une nette diminution. La baisse est plus marquée pour les spectacles professionnels en salle (gratuits ou tarifés) et les spectacles amateurs, tandis que, pour les spectacles professionnels à l'extérieur, la baisse d'assistance est plus légère.

Si l'on ne regarde que les spectacles professionnels, l'assistance a diminué de 17 % entre 2018 et 2023, tous types de spectacles confondus (tarifés et gratuits). L'assistance à des spectacles professionnels tarifés recule quant à elle de 19 %.

Aucune catégorie de spectateurs n'est épargnée : du spectateur occasionnel au spectateur insatiable, tous les groupes ont vu leur part diminuer au profit du non-public, et la baisse est plus visible chez les femmes que chez les hommes.

Dit autrement, le public de 2023 est moins nombreux (en valeur absolue et aussi de façon relative vis-à-vis du reste de la population). D'autre part, il consomme moins de spectacles qu'en 2018, ce qu'on observe notamment auprès des spectateurs qui consommaient habituellement le plus de spectacles (spectateurs passionnés et insatiables).

Cette baisse généralisée du public et de l'assistance prend différents visages selon l'angle d'analyse adopté. Bien que le public âgé tende déjà en 2018 à moins consommer de spectacles\* à mesure qu'il vieillit, cette tendance s'accroît en 2023; en effet, le décrochage est particulièrement marqué, notamment en termes d'assistance\*. Le constat est le même pour l'assistance\* chez les jeunes à une nuance près : on assiste à une forte hausse du non-public chez les jeunes hommes.

Dans ce dernier cas de figure, la question de l'habitude peut occuper une place prépondérante par rapport à la baisse de fréquentation et il est fort probable que les deux années de pandémie aient joué et jouent encore un rôle crucial. D'autres facteurs sont à prendre en compte dans la formation du public et la consommation de spectacles\* chez les personnes âgées de 16 ans à 24 ans : l'influence des pairs, la nature et le format du spectacle, le lieu de diffusion, la concurrence d'autres activités culturelles (en ligne notamment), le coût du billet, etc. Pour les jeunes hommes, deux autres hypothèses s'ajouteraient à celles mentionnées précédemment : la place croissante du jeu vidéo, qui vampirise le temps disponible et l'intérêt pour d'autres activités culturelles, et la présence de stéréotypes de genre selon lesquels la sortie à un spectacle ne serait pas pleinement valorisée chez les jeunes hommes.

D'autres facteurs sont avancés pour expliquer cette baisse généralisée comme l'influence de la conjoncture économique sur la consommation culturelle, la mobilité vers des régions périurbaines ou encore la baisse du taux d'abonnement.

La gestion du temps dans un contexte de rareté du temps disponible est également un facteur à considérer. Plus un individu assistera à des spectacles\*, plus il sera susceptible de consommer d'autres activités de loisir. Le profil des grands consommateurs de spectacles\* renvoie à un mode de vie actif et à une capacité à libérer du temps et à l'organiser selon ses choix culturels.

Considérée comme un bloc de trois à cinq heures, la sortie à un spectacle s'inscrit dans un temps de loisir dit « moyen », entre des activités de temps court comme la lecture et long comme des vacances. Ce type d'activités ne profite pas nécessairement du temps libre supplémentaire qu'offre le télétravail. Loin d'être une panacée pour la fréquentation des arts de la scène, le télétravail éloigne finalement des travailleurs — d'actuels ou de potentiels spectateurs — des centres-villes, où se situe une part non négligeable de l'offre culturelle, et rend plus difficile la planification de sorties culturelles.

L'évolution des modes de vie, liée à des facteurs structurels et conjoncturels comme le télétravail, l'évolution de la consommation culturelle chez les jeunes ou la conjoncture économique morose, apporte de nouvelles tendances et nouveaux défis à relever pour les arts de la scène. Plus largement, les résultats de l'étude révèlent que la transformation des publics des arts de la scène se poursuit. De bien des manières, la pandémie a à la fois accéléré cette mutation et modifié de façon profonde le paradigme de fréquentation et de consommation des arts de la scène. Dans un contexte culturel et sociétal aussi mouvant, la connaissance et l'étude des publics demeurent plus que jamais pertinentes afin de préserver et de consolider le lien entre les arts de la scène et leurs spectateurs.

---

## **TABLE DES MATIÈRES**

<b>RÉALISATION DE L'ÉTUDE</b>	<b>II</b>
<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>III</b>
<b>RÉSUMÉ</b>	<b>IV</b>
<b>SOMMAIRE</b>	<b>V</b>
<b>TABLE DES MATIÈRES</b>	<b>X</b>
<b>TABLE DES FIGURES</b>	<b>XIII</b>
<b>TABLE DES TABLEAUX</b>	<b>XXV</b>
<b>INTRODUCTION</b>	<b>1</b>
1.1 MANDAT D'ÉTUDE	1
1.2 APPROCHE PRIVILÉGIÉE	2
1.2.1 Plan de l'étude	2
1.2.2 Éléments méthodologiques préliminaires	2
1.3 LIMITES DE L'ÉTUDE	4
<b>LES PUBLICS DES ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC</b>	<b>1</b>
2.1 ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE	1
2.2 EFFETS ATTENDUS DE LA PANDÉMIE DE COVID-19	16
<b>SONDAGES SUR LES PUBLICS ET LES NON-PUBLICS DES ARTS DE LA SCÈNE</b>	<b>21</b>
3.1 MÉTHODOLOGIE DES SONDAGES	21
3.1.1 Le sondage national	21
3.1.2 Le sondage recontactant	21
3.1.3 Les questionnaires et les banques de données	22
3.1.4 Notes pour la lecture des résultats	22

3.2	PROFIL GÉNÉRAL DES PUBLICS ET DES NON-PUBLICS	25
3.2.1	Public du spectacle professionnel tarifé	25
3.2.2	Public du spectacle professionnel gratuit	65
3.2.3	Public du spectacle amateur	75
3.3.4	Assistance aux spectacles par des populations minoritaires ou marginalisées	87
3.2.5	Le non-public*	92
3.3	PROFILS DISCIPLINAIRES	99
3.3.1	Perspective disciplinaire	99
3.3.2	Danse	120
3.3.3	Musique classique	136
3.3.4	Musique instrumentale	150
3.3.5	Théâtre	166
3.3.6	Chanson francophone	182
3.3.7	Chanson anglophone	200
3.3.8	Humour	216
3.3.9	Cirque	234
3.3.10	Comédie musicale	252
3.3.11	Variétés	270
3.4	PROFILS GÉOGRAPHIQUES	287
3.4.1	Perspective géographique	287
3.4.2	À l'échelle des territoires du Québec	292
3.4.3	À l'échelle de la RMR de Montréal	307
3.4.4	À l'échelle de l'île de Montréal	318
3.4.5	À l'échelle des types de régions du Québec	329
3.3.12	Spectacle pour le jeune public	341
3.5	COMPRENDRE L'ÉVOLUTION DES PUBLICS	354
3.5.1	Mise en garde	354
3.5.2	Variations du public et de l'assistance	355
3.5.3	Pistes d'explication	389

3.6	GESTION DU TEMPS ET FRÉQUENTATION DU SPECTACLE	415
3.6.1	Mode de vie et manque de temps	415
3.6.2	Temps de la sortie à un spectacle	415
3.6.3	Impact du télétravail sur la fréquentation du spectacle	418
3.6.4	Crise de COVID-19 et changements des habitudes de fréquentation	419
3.7	CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET ACHAT D'UN BILLET DE SPECTACLE	421
3.7.1	Le billet de spectacle, une porte d'accès à une expérience sociale unique	421
3.7.2	Une activité à haute implication sociale	422
3.7.3	Le coût d'un spectacle	423
3.7.3	Les effets d'une conjoncture économique difficile	430
3.7.4	Les femmes, plus sensibles à la conjoncture économique	433
3.7.4	L'évolution des comportements	434
3.7.5	Quelle stratégie de prix?	436
	<b>PRÉFÉRENCES DE FORMATS ET DE SORTIES EN MATIÈRE DE SPECTACLES</b>	<b>437</b>
4.1	PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE SPECTACLES PROFESSIONNELS	437
4.2	PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE JOURNÉES ET D'HORAIRES DE SPECTACLES PROFESSIONNELS	460
4.3	PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE LIEUX DE SPECTACLES PROFESSIONNELS	471
4.4	PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE SORTIES CULTURELLES	479
4.5	PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE D'ACTIVITÉS EN FIN DE SEMAINE	484
4.6	PRINCIPALES TENDANCES LIÉES AUX PRÉFÉRENCES	488
	<b>ÉLÉMENTS DE CONCLUSION</b>	<b>490</b>
	<b>ANNEXE 1 — BIBLIOGRAPHIE DE LA SECTION 2.2</b>	<b>495</b>
	<b>ANNEXE 2 — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE NATIONAL</b>	<b>497</b>
	<b>ANNEXE 3 — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE RECONTACTANT</b>	<b>508</b>

## TABLE DES FIGURES

fig.1	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur entre 2008 et 2022	5
fig.2	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la danse entre 2008 et 2022	6
fig.3	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la musique entre 2008 et 2022	7
fig.4	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur du théâtre entre 2008 et 2022	8
fig.5	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la chanson francophone entre 2008 et 2022	9
fig.6	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la chanson anglophone entre 2008 et 2022	10
fig.7	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de l'humour entre 2008 et 2022	11
fig.8	Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur du cirque et de la magie entre 2008 et 2022	12
fig.9	Répartition de l'assistance totale selon le type de régions entre 2008 et 2022	14
fig.10	Calcul du nombre de spectateurs et de l'assistance selon les disciplines	23
fig.11	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	25
fig.12	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	26
fig.13	Nombre de spectateurs* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	31
fig.14	Répartition des spectateurs* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	33
fig.15	Assistance* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	34
fig.16	Répartition de l'assistance* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	35
fig.17	Assistance* moyenne selon l'âge	36
fig.18	Nombre de spectateurs* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	39
fig.19	Répartition des spectateurs* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	40
fig.20	Assistance* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	41

fig.21	Répartition de l'assistance* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	43
fig.22	Assistance* moyenne selon le niveau de scolarité	44
fig.23	Nombre de spectateurs* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	47
fig.24	Répartition des spectateurs* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	49
fig.25	Assistance* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers d'entrées)	51
fig.26	Répartition de l'assistance* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	52
fig.27	Assistance* moyenne selon la situation professionnelle	53
fig.28	Nombre de spectateurs* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	56
fig.29	Répartition des spectateurs* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	57
fig.30	Assistance* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	58
fig.31	Répartition de l'assistance* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	59
fig.32	Assistance* moyenne selon le revenu du ménage	60
fig.33	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* selon le nombre de disciplines	63
fig.34	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles professionnels gratuits	66
fig.35	Évolution comparée de l'assistance moyenne par type de spectacles selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles professionnels gratuits	68
fig.36	Répartition des spectateurs et de l'assistance aux spectacles professionnels gratuits selon le genre	69
fig.37	Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon l'âge	72
fig.38	Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon les territoires des RMR de Montréal et Québec	72
fig.39	Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon le revenu du ménage	73
fig.40	Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon le niveau de scolarité	74

fig.41	Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon la situation professionnelle	75
fig.42	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs	77
fig.43	Évolution comparée de l'assistance moyenne par type de spectacles selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs	79
fig.44	Répartition des spectateurs et de l'assistance aux spectacles amateurs selon le genre	80
fig.45	Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon l'âge	82
fig.46	Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon les territoires des RMR de Montréal et Québec	82
fig.47	Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon les revenus du ménage	84
fig.48	Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon le niveau de scolarité	84
fig.49	Répartition des spectateurs des spectacles amateurs selon la situation professionnelle	86
fig.50	Assistance moyenne selon la discipline et le statut d'immigration	89
fig.51	Assistance moyenne selon la discipline et la langue parlée le plus souvent à la maison	91
fig.52	Part du public* et du non-public* selon l'âge	94
fig.53	Part du public* et du non-public* selon les milieux ruraux et urbains	95
fig.54	Part du public* et du non-public* selon le revenu du ménage	96
fig.55	Part du public* et du non-public* selon le niveau de scolarité	97
fig.56	Part du public* et du non-public* selon la situation professionnelle	98
fig.57	Répartition de la population de 16 ans et plus selon le nombre de spectacles* vus pour chacune des disciplines	101
fig.58	Assistance aux spectacles selon le type de spectacles et la discipline (en milliers)	103
fig.59	Répartition de l'assistance aux spectacles selon le type de spectacles et la discipline	104
fig.60	Âge moyen des spectateurs* selon les disciplines, comparé à l'âge moyen des spectateurs* et à l'âge moyen de la population québécoise de 16 ans et plus	107
fig.61	Âge médian au sein de l'assistance* selon les disciplines, comparé à l'âge médian des spectateurs* et à l'âge médian de la population québécoise de 16 ans et plus	108
fig.62	Profil de fréquentation des spectacles*, selon l'intensité de cette fréquentation	119
fig.63	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de danse	120
fig.64	Répartition de l'assistance aux spectacles de danse selon le type de spectacles	121
fig.65	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de danse selon le nombre de spectacles* de danse vus annuellement	123



fig.66	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de danse vus	124
fig.67	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de danse selon le niveau de scolarité	127
fig.68	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de danse selon la situation professionnelle	128
fig.69	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de danse selon l'âge	130
fig.70	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de danse selon le revenu du ménage — après imputation	132
fig.71	Nombre moyen de spectacles de danse vus selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels tarifés, extérieurs et professionnels intérieurs)	135
fig.72	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de musique classique	136
fig.73	Répartition de l'assistance aux spectacles de musique classique selon le type de spectacles	137
fig.74	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de musique classique selon le nombre de spectacles* de musique classique vus annuellement	139
fig.75	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de musique classique vus	140
fig.76	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique classique selon le niveau de scolarité	142
fig.77	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique classique selon la situation professionnelle	144
fig.78	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique classique selon l'âge	146
fig.79	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique classique selon le revenu du ménage — après imputation	147
fig.80	Nombre moyen de spectacles de musique classique vus selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs) Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6	149
fig.81	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de musique instrumentale	150
fig.82	Répartition de l'assistance aux spectacles de musique instrumentale selon le type de spectacles	151
fig.83	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le nombre de spectacles* de musique instrumentale* vus annuellement	153
fig.84	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de musique instrumentale	154
fig.85	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le niveau de scolarité	157

fig.86	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon la situation professionnelle	159
fig.87	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon l'âge	160
fig.88	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le revenu du ménage — après imputation	162
fig.89	Nombre moyen de spectacles de musique instrumentale selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	165
fig.90	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de théâtre	166
fig.91	Répartition de l'assistance aux spectacles de théâtre selon le type de spectacles	167
fig.92	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de théâtre selon le nombre de spectacles* de théâtre vus annuellement	169
fig.93	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de théâtre	170
fig.94	Part de spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de théâtre selon le niveau de scolarité	174
fig.95	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de théâtre selon la situation professionnelle	176
Fig.96	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de théâtre selon l'âge	177
fig.97	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de théâtre selon le revenu du ménage — après imputation	178
fig.98	Nombre moyen de spectacles de théâtre selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	181
fig.99	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de chanson francophone	182
fig.100	Répartition de l'assistance aux spectacles de chanson francophone selon le type de spectacles	183
fig.101	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de chanson francophone selon le nombre de spectacles* de chanson francophone vus annuellement	185
fig.102	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de chanson francophone vus	186
fig.103	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon le niveau de scolarité	190
fig.104	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon la situation professionnelle	192
fig.105	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon l'âge	193

fig.106	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon le revenu du ménage — après imputation	195
fig.107	Nombre moyen de spectacles de chanson francophone selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	199
fig.108	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de chanson anglophone	200
fig.109	Répartition de l'assistance aux spectacles de chanson anglophone selon le type de spectacles*	201
fig.110	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le nombre de spectacles* de chanson anglophone vus annuellement	203
fig.111	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de chanson anglophone vus	204
fig.112	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le niveau de scolarité	208
fig.113	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon la situation professionnelle	209
fig.114	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon l'âge	211
fig.115	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le revenu du ménage — après imputation	212
fig.116	Nombre moyen de spectacles de chanson anglophone selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	215
fig.117	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* d'humour	216
fig.118	Répartition de l'assistance aux spectacles d'humour selon le type de spectacles	217
fig.119	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* d'humour selon le nombre de spectacles* d'humour vus annuellement	219
fig.120	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* d'humour vus	220
fig.121	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* d'humour selon le niveau de scolarité	224
fig.122	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* d'humour selon la situation professionnelle	226
fig.123	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* d'humour selon l'âge	227
fig.124	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* d'humour selon le revenu du ménage — après imputation	229
fig.125	Nombre moyen de spectacles d'humour selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	233
fig.126	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de cirque	234

fig.127	Répartition de l'assistance aux spectacles de cirque selon le type de spectacles	235
fig.128	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de cirque selon le nombre de spectacles* de cirque vus annuellement	237
fig.129	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de cirque vus	238
fig.130	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de cirque selon le niveau de scolarité	242
fig.131	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de cirque selon la situation professionnelle	244
fig.132	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* aux spectacles* de cirque selon l'âge	246
fig.133	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* des spectacles* de cirque selon le revenu du ménage — après imputation	248
fig.134	Nombre moyen de spectacles de cirque selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	251
fig.135	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de comédie musicale	252
fig.136	Répartition de l'assistance aux spectacles de comédie musicale selon le type de spectacles	253
fig.137	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon le nombre de spectacles* de comédie musicale vus annuellement	255
fig.138	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de comédie musicale vus	256
fig.139	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon le niveau de scolarité	260
fig.140	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon la situation professionnelle	262
fig.141	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon l'âge	264
fig.142	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon le revenu du ménage — après imputation	266
fig.143	Nombre moyen de spectacles* de comédie musicale selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	269
fig.144	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance* aux spectacles* de variétés	270
fig.145	Répartition de l'assistance aux spectacles de variétés selon le type de spectacles	271
fig.146	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de variétés selon le nombre de spectacles* de variétés vus annuellement	273
fig.147	Profil des spectacles* selon le nombre de spectacles* de variétés vus	274
fig.148	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de variétés selon le niveau de scolarité	277

fig.149	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de variétés selon la situation professionnelle	279
fig.150	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de variétés selon l'âge	281
fig.151	Répartition des spectateurs* et de l'assistance* pour les spectacles* de variétés selon le revenu du ménage — après imputation	283
fig.152	Nombre moyen de spectacles de variétés selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)	286
fig.153	Logique d'analyse des profils géographiques	289
fig.154	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les territoires des RMR de Montréal et de Québec	301
fig.155	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les milieux ruraux et urbains	301
fig.156	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal	313
fig.157	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal	324
fig.158	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et le type de régions	335
fig.159	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public	341
fig.160	Part de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public	342
fig.161	Moyenne d'assistance de la population de 16 ans et plus aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon la discipline	343
fig.162	Moyenne nationale et moyenne d'assistance aux spectacles tarifés et gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation* annuelle de la population de 16 ans et plus	345
fig.163	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation* annuelle	347
fig.164	Part de la population de 16 ans et plus aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation* annuelle	348
fig.165	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon les territoires	349
fig.166	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon les territoires de la RMR de Montréal	350
fig.167	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'âge	352
fig.168	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon le niveau de scolarité	353

fig.169	Modélisation du calcul de la variation de l'assistance*	356
fig.170	Niveaux d'assistance selon le type de spectacles en 2018 et en 2023	357
fig.171	Évolution du niveau d'assistance selon le type de spectacles entre 2018 et 2023	359
fig.172	Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* en 2018 et en 2023	360
fig.173	Évolution du nombre de spectateurs* selon le profil de fréquentation entre 2018 et 2023 (en milliers)	361
ig.174	Niveaux d'assistance selon le type de spectacles en 2018 et en 2023	362
fig.175	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 au Québec (population de 16 ans et plus)	364
fig.176	Nombre de spectateurs* gagnés ou perdus selon la discipline entre 2018 et 2023 (en milliers)	365
fig.177	Assistances* gagnées ou perdues selon la discipline entre 2018 et 2023 (en milliers)	366
fig.178	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la danse	368
fig.179	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la musique classique	369
fig.180	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la musique instrumentale	370
fig.181	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour le théâtre	371
fig.182	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la chanson francophone	372
fig.183	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la chanson anglophone	373
fig.184	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour l'humour	374
fig.185	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour le cirque	375
fig.186	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour la comédie musicale	376
fig.187	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour les variétés	377
fig.188	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 selon les régions	379
fig.189	Variation du nombre de spectateurs* entre 2018 et 2023, selon les régions (en milliers)	380
fig.190	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023, selon les régions (en milliers)	381
fig.191	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour les hommes	383
fig.192	Variation de l'assistance* entre 2018 et 2023 pour les femmes	384
fig.193	Parts moyenne et selon l'âge du public* en 2018 et en 2023 pour l'ensemble de la population	386
fig.194	Parts moyenne et selon l'âge du public* en 2018 et en 2023 pour les hommes	387
fig.195	Parts moyenne et selon l'âge du public* en 2018 et en 2023 pour les femmes	388

fig.196	Évolution de la fréquentation de spectacles chez les personnes ayant déménagé au cours des trois dernières années	393
fig.197	Fréquence du télétravail auprès des 16 ans et plus	395
fig.198	Fréquentation moyenne de spectacles* selon l'intensité d'usage du télétravail	395
fig.199	Part des abonnés aux spectacles* dans l'ensemble de la population en 2018 et en 2023 selon l'âge et le rapport au marché du travail	397
fig.200	Effets constatés de l'évolution de la fréquentation des publics et éléments d'explication	399
fig.201	Nombre moyen de spectacles* vus selon l'âge – courbe de tendance polynomiale d'ordre 6	401
fig.202	Répartition de l'assistance* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	402
fig.203	Répartition des pertes d'assistance* entre 2018 et 2023 selon l'âge	404
fig.204	Gains et (pertes) d'assistance* entre 2018 et 2023 selon le genre (en milliers)	405
fig.205	Nombre de spectateurs* et niveau d'assistance* (en milliers) en 2018 et en 2023 pour les 16 ans à 24 ans et les étudiants	406
fig.206	Part du public* selon l'âge et le genre	410
fig.207	Nombre moyen de spectacles* vus pour l'ensemble de la population selon le genre	411
fig.208	Préférences en matière de sorties selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels	420
fig.209	Modalité d'achat du dernier billet de spectacle*	423
fig.210	Prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle* considéré comme intéressant (ensemble de la population) en 2018 et en 2023	427
fig.211	Dépense totale moyenne pour l'achat de billets de spectacle* et dépense moyenne par billet de spectacle* selon le nombre de spectacles* vus annuellement	428
fig.212	Réduction ou augmentation des dépenses pour l'achat de billets de spectacle au cours des 12 derniers mois	430
fig.213	Réduction ou augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois	431
fig.214	Nombre moyen de spectacles* en fonction du niveau de réduction ou d'augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois	432
fig.215	Réduction ou augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois selon le genre	433
fig.216	Préférences en matière de spectacles professionnels	439
fig.217	Préférences pour un spectacle composé d'artistes québécois ou d'artistes canadiens ou internationaux selon l'intensité de fréquentation	441
fig.218	Préférences pour un spectacle composé d'artistes québécois ou d'artistes canadiens ou internationaux selon l'âge	442

fig.219	Préférences pour un spectacle en français ou un spectacle en anglais ou dans une autre langue selon l'intensité de fréquentation	444
fig.220	Préférences pour un spectacle en français ou un spectacle en anglais ou dans une autre langue selon l'âge	445
fig.221	Préférences pour un spectacle d'artistes émergents ou un spectacle d'artistes établis selon l'intensité de fréquentation	447
fig.222	Préférences pour un spectacle gratuit ou un spectacle tarifé selon le revenu du ménage	448
fig.223	Préférences pour un spectacle gratuit ou un spectacle tarifé selon la langue parlée à la maison	449
fig.224	Préférences pour des nouveautés ou créations ou pour des classiques ou valeurs sûres selon l'intensité de fréquentation	451
fig.225	Préférences pour des nouveautés ou créations ou pour des classiques ou valeurs sûres selon l'âge	452
fig.226	Préférences pour des spectacles légers, divertissants ou des spectacles exigeants, profonds selon l'intensité de fréquentation	454
fig.227	Préférences pour des spectacles courts et des spectacles longs selon l'intensité de fréquentation	455
fig.228	Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon l'intensité de fréquentation	457
fig.229	Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon l'âge	458
fig.230	Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon la langue parlée à la maison	459
fig.231	Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel	462
fig.232	Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation	463
fig.233	Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel selon la langue parlée à la maison	464
fig.234	Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage)	467
fig.235	Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels	468
fig.236	Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon l'âge	469
fig.237	Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon la langue parlée à la maison	470
fig.238	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel	472
fig.239	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation	473
fig.240	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'âge	474



fig.241	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel	476
fig.242	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation	477
fig.243	Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'âge	478
fig.244	Préférences de sorties en matière de spectacles	481
fig.245	Préférences de sorties en matière de spectacles selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels	482
fig.246	Préférences de sorties en matière de spectacles selon l'âge	483
fig.247	Préférences en matière de sorties	485
fig.248	Préférences en matière de sorties selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels	486
fig.249	Préférences en matière de sorties selon l'âge	487

---

## TABLE DES TABLEAUX

tab.1	Évolution de l'assistance totale selon les disciplines entre 2018 et 2022 (en milliers)	2
tab.2	Évolution de l'assistance totale selon les régions administratives entre 2008 et 2022 (en milliers)	15
tab.3	Nombre de spectateurs* et assistance* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	26
tab.4	Nombre de spectateurs* selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	27
tab.5	Assistance* selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	27
tab.6	Assistance* moyenne selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	28
tab.7	Âge moyen des spectateurs* et au sein de l'assistance* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	28
tab.8	Nombre de spectateurs* et assistance* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	30
tab.9	Nombre de spectateurs* et assistance* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	38
tab.10	Nombre de spectateurs* et assistance* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	46
tab.11	Nombre de spectateurs* et assistance* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	55
tab.12	Nombre de spectateurs* et assistance* selon le nombre de disciplines et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles* (en milliers)	62
tab.13	Assistance* moyenne selon le nombre de disciplines* et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles*	64
tab.14	Nombre de spectateurs (du public et du non-public) aux spectacles professionnels gratuits intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	65
tab.15	Assistance du public (et du non-public) aux spectacles professionnels gratuits intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	67
tab.16	Nombre de spectateurs et niveau d'assistance aux spectacles professionnels gratuits intérieurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)	70

tab.17	Nombre de spectateurs et niveau d'assistance aux spectacles professionnels gratuits extérieurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)	71
tab.18	Nombre de spectateurs (du public et du non-public) aux spectacles amateurs intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	76
tab.19	Assistance du public (et du non-public) des spectacles amateurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs (en milliers)	78
tab.20	Nombre de spectateurs et de niveau d'assistance aux spectacles amateurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)	81
tab.21	Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon le statut d'immigration	88
tab.22	Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon l'identification à certains groupes	90
tab.23	Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon la langue parlée le plus souvent à la maison	91
tab.24	Nombre de personnes constituant le non-public* et assistance aux spectacles gratuits et amateurs (en milliers)	92
tab.25	Part du non-public* et du public* dans la population et dans l'assistance aux spectacles professionnels gratuits et amateurs	93
tab.26	Répartition de la population de 16 ans et plus selon le nombre de spectacles* vus pour chacune des disciplines (en milliers de personnes)	99
tab.27	Âges moyens et médians des spectateurs* et au sein de l'assistance* selon les disciplines	106
tab.28	Nombre moyen de spectacles* selon la discipline vus par les spectateurs classés selon l'âge, le niveau de scolarité et le genre	110
tab.29	Distribution de l'assistance* selon les disciplines pour les publics* classés selon l'âge, le niveau de scolarité et le genre	112
tab.30	Répartition de l'assistance* selon le genre et la discipline	114
tab.31	Nombre moyen de spectacles* vus selon la discipline, la situation professionnelle et le revenu du ménage	116
tab.32	Distribution de l'assistance* aux spectacles* selon la discipline et selon la situation professionnelle et le revenu du ménage	118
tab.33	Composition des publics de danse selon le type de spectacles fréquentés en danse (en milliers et en %)	121
tab.34	Spectateurs* de danse parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers et en %)	122

tab.35	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de danse	122
tab.36	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de danse selon le nombre de spectacles* de danse vus (en milliers)	123
tab.37	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de danse selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de danse vus (en milliers)	125
tab.38	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de danse selon le niveau de scolarité (en milliers)	126
tab.39	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de danse selon la situation professionnelle (en milliers)	128
tab.40	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de danse selon l'âge (en milliers)	129
tab.41	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de danse selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	132
tab.42	Nombre de spectateurs* et assistance* totale pour les spectacles* de danse selon la répartition territoriale	134
tab.43	Composition des publics de musique classique selon le type de spectacles fréquentés en musique classique (en milliers)	137
tab.44	Part des spectateurs* de musique classique parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	138
tab.45	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de musique classique	138
tab.46	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique classique selon le nombre de spectacles* de musique classique* vus (en milliers)	139
tab.47	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de musique classique selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de musique classique vus (en milliers)	141
tab.48	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de musique classique selon le niveau de scolarité (en milliers)	142
tab.49	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de musique classique selon la situation professionnelle (en milliers)	143
tab.50	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique classique selon l'âge (en milliers)	145
tab.51	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de musique classique selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	146
tab.52	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de musique classique selon la répartition territoriale	148

tab.53	Composition du public de musique instrumentale selon le type de spectacles fréquentés en musique instrumentale (en milliers)	151
tab.54	Part des spectateurs* de musique instrumentale parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	152
tab.55	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de musique instrumentale	152
tab.56	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le nombre de spectacles* de musique instrumentale* vus (en milliers)	153
tab.57	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de musique instrumentale vus (en milliers)	155
tab.58	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le niveau de scolarité (en milliers)	156
tab.59	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de musique instrumentale selon la situation professionnelle (en milliers)	158
tab.60	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon l'âge (en milliers)	160
tab.61	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	161
tab.62	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de musique instrumentale selon la répartition territoriale	164
tab.63	Composition des publics du théâtre selon le type de spectacles fréquentés en théâtre (en milliers)	167
tab.64	Part des spectateurs* de théâtre parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	168
tab.65	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour le public de l'ensemble des disciplines et pour le public du théâtre	168
tab.66	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de théâtre selon le nombre de spectacles* de théâtre vus (en milliers)	169
tab.67	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de théâtre selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de théâtre* vus (en milliers)	172
tab.68	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de théâtre selon le niveau de scolarité (en milliers)	173
tab.69	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de théâtre selon la situation professionnelle (en milliers)	175

tab.70	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de théâtre selon l'âge (en milliers)	177
tab.71	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de théâtre selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	178
tab.72	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de théâtre selon la répartition territoriale	180
tab.73	Composition des publics de chanson francophone selon le type de spectacles fréquentés en chanson francophone (en milliers)	183
tab.74	Part des spectateurs* de chanson francophone parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	184
tab.75	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de chanson francophone	184
tab.76	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de chanson francophone selon le nombre de spectacles* de chanson francophone vus (en milliers)	185
tab.77	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de chanson francophone selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de chanson francophone vus (en milliers)	188
tab.78	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de chanson francophone selon le niveau de scolarité (en milliers)	189
tab.79	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de chanson francophone selon la situation professionnelle (en milliers)	191
tab.80	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon l'âge (en milliers)	193
tab.81	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	194
tab.82	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson francophone selon la répartition territoriale	197
tab.83	Composition des publics de chanson anglophone selon le type de spectacles fréquentés en chanson anglophone (en milliers)	201
tab.84	Part des spectateurs* de chanson anglophone parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	202
tab.85	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de la chanson anglophone	202
tab.86	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le nombre de spectacles* de chanson anglophone vus (en milliers)	203

tab.87	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de chanson anglophone vus (en milliers)	206
tab.88	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de chanson anglophone selon le niveau de scolarité (en milliers)	207
tab.89	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de chanson anglophone selon la situation professionnelle (en milliers)	209
tab.90	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon l'âge (en milliers)	210
tab.91	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	212
tab.92	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de chanson anglophone et d'une autre langue que le français selon la répartition territoriale	214
tab.93	Composition des publics de l'humour selon le type de spectacles fréquentés en humour (en milliers)	217
tab.94	Part des spectateurs* d'humour parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	218
tab.95	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de l'humour	218
tab.96	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* d'humour selon le nombre de spectacles* d'humour vus (en milliers)	219
tab.97	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* d'humour selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* d'humour vus (en milliers)	222
tab.98	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* d'humour selon le niveau de scolarité (en milliers)	223
tab.99	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* d'humour selon la situation professionnelle (en milliers)	225
tab.100	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* d'humour selon l'âge (en milliers)	226
tab.101	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* d'humour selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	228
tab.102	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* d'humour selon la répartition territoriale	231
tab.103	Composition des publics du cirque selon le type de spectacles fréquentés en cirque (en milliers)	235
tab.104	Part des spectateurs* de cirque parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	236

tab.105	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de cirque	236
tab.106	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de cirque selon le nombre de spectacles de cirque* vus (en milliers)	237
tab.107	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de cirque selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de cirque vus (en milliers)	240
tab.108	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de cirque selon le niveau de scolarité (en milliers)	241
tab.109	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de cirque selon la situation professionnelle (en milliers)	243
tab.110	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de cirque selon l'âge (en milliers)	245
tab.111	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de cirque selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	247
tab.112	Nombre de spectateurs* et assistance* aux spectacles* de cirque selon la répartition territoriale	250
tab.113	Composition des publics de la comédie musicale selon le type de spectacles fréquentés en comédie musicale (en milliers)	253
tab.114	Part des spectateurs* de comédie musicale parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	254
tab.115	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de comédie musicale	254
tab.116	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon le nombre de spectacles* de comédie musicale vus (en milliers)	255
tab.117	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de comédie musicale selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles* de comédie musicale vus (en milliers)	258
tab.118	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de comédie musicale selon le niveau de scolarité (en milliers)	259
tab.119	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de comédie musicale selon la situation professionnelle (en milliers)	261
tab.120	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon l'âge (en milliers)	263
tab.121	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	265
tab.122	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de comédie musicale selon la répartition territoriale	268



tab.123	Composition des publics des variétés selon le type de spectacles fréquentés en variétés (en milliers)	271
tab.124	Part des spectateurs* de variétés parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)	272
tab.125	Nombre moyen de spectacles* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics des variétés	272
tab.126	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de variétés selon le nombre de spectacles* de variétés* vus (en milliers)	273
tab.127	Nombre et part des spectateurs* pour les spectacles* de variétés selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles de variétés* vus (en milliers)	275
tab.128	Nombre de spectateurs* et assistance* des spectacles* de variétés selon le niveau de scolarité (en milliers)	276
tab.129	Nombre de spectateurs*, assistance* et nombre moyen de spectacles* vus pour les spectacles* de variétés selon la situation professionnelle (en milliers)	278
tab.130	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de variétés selon l'âge (en milliers)	280
tab.131	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de variétés selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)	282
tab.132	Nombre de spectateurs* et assistance* pour les spectacles* de variétés selon la répartition territoriale	285
tab.133	Classification géographique des arrondissements et des villes de l'île de Montréal	288
tab.134	Population de 16 ans et plus, spectateurs* et assistance* (en milliers et en pourcentage), et nombre moyen de spectacles* par spectateur*	291
tab.135	Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires (en milliers)	292
tab.136	Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires	294
tab.137	Population, spectateurs* et assistance* selon les territoires (en milliers)	295
tab.138	Proportion de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires	296
tab.139	Assistance* selon les disciplines et les territoires (en milliers)	297
tab.140	Proportion de l'assistance* selon les disciplines et les territoires	299
tab.141	Nombre moyen de spectacles* selon les disciplines et les territoires	300
tab.142	Âge moyen de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires	302
tab.143	Nombre de spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires (en milliers)	303
tab.144	Proportion des spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires	304
tab.145	Assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires (en milliers)	305
tab.146	Proportion de l'assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires	306

tab.147	Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)	307
tab.148	Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de la RMR de Montréal	308
tab.149	Population, spectateurs* et assistance* selon les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)	309
tab.150	Proportion de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires de la RMR de Montréal	309
tab.151	Assistance* selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)	310
tab.152	Proportion de l'assistance* selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal	311
tab.153	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal	312
tab.154	Âge moyen de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires de la RMR de Montréal	313
tab.155	Nombre de spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)	314
tab.156	Proportion des spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal	315
tab.157	Assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)	316
tab.158	Proportion de l'assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal	317
tab.159	Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)	318
tab.160	Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de l'île de Montréal	319
tab.161	Population, spectateurs* et assistance* selon les territoires de l'île de Montréal (en milliers)	320
tab.162	Proportion de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires de l'île de Montréal	320
tab.163	Assistance* selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)	321
tab.164	Proportion de l'assistance* selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal	322
tab.165	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal	323
tab.166	Âge moyen de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon les territoires de l'île de Montréal	324
tab.167	Nombre de spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)	325

tab.168	Proportion des spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal	326
tab.169	Assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)	327
tab.170	Proportion de l'assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal	328
tab.171	Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et le type de régions (en milliers)	329
tab.172	Répartition des spectateurs* de 16 ans et plus selon le type de spectacles et le type de régions	330
tab.173	Population, spectateurs* et assistance* selon le type de régions (en milliers)	331
tab.174	Proportion de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon le type de régions	331
tab.175	Assistance* selon les disciplines et le type de régions (en milliers)	332
tab.176	Proportion de l'assistance* selon les disciplines et le type de régions	333
tab.177	Nombre moyen de spectacles* vus selon les disciplines et le type de régions	334
tab.178	Âge moyen de la population, des spectateurs* et de l'assistance* selon le type de régions	336
tab.179	Nombre de spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et le type de régions (en milliers)	337
tab.180	Proportion des spectateurs* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et le type de régions	338
tab.181	Assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et le type de régions (en milliers)	339
tab.182	Proportion de l'assistance* selon le nombre de spectacles* vus annuellement et le type de régions	340
tab.183	Nombre moyen de spectacles* fréquentés selon le niveau de craintes à fréquenter une salle de spectacles et le genre	390
tab.184	Nombre moyen de spectacles* fréquentés selon le niveau de craintes à fréquenter une salle de spectacles et l'âge	390
tab.185	Réduction ou augmentation des dépenses pour l'achat de billets de spectacles au cours des 12 derniers mois	391
tab.186	Nombre moyen de spectacles* fréquentés selon le niveau de réduction des dépenses au cours des 12 derniers mois et le type de dépenses	391
tab.187	Nombre de spectacles fréquentés en jeunesse (avant 16 ans) en 2018 selon l'âge et le niveau de fréquentation	407
tab.188	Moyenne de la fréquence d'utilisation d'Internet selon l'âge et le genre	413
tab.189	Fréquentation moyenne d'activités au cours des 12 derniers mois selon l'âge et le genre	414

tab.190	Temps généralement nécessaire pour se rendre au lieu de présentation de spectacles fréquenté le plus régulièrement (en minutes)	416
tab.191	Typologie du temps de loisir	417
tab.192	Prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle* intéressant selon le revenu du ménage et selon le nombre de spectacles* vus annuellement (ensemble de la population)	425
tab.193	Raisons pour lesquelles un spectateur abonné déclare prendre un abonnement selon le genre	434

---

## INTRODUCTION

### 1.1 MANDAT D'ÉTUDE

La seconde édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec vise à brosser un portrait des publics et non-publics selon les disciplines artistiques et les régions du Québec en 2023. Dans la continuité de l'étude menée en 2018<sup>1</sup>, cette nouvelle édition adopte une approche méthodologique similaire afin de garantir la comparabilité et la continuité des résultats.

En plus de fournir divers profils de spectateurs, la première édition a permis d'analyser les motivations et freins à la sortie culturelle, en tenant compte de variables telles que l'âge, le niveau d'éducation et de revenus, la région, l'héritage culturel familial, et l'accès à l'éducation artistique. Des facteurs comme le vieillissement démographique, les nouvelles habitudes de vie, la gratuité, et l'impact du numérique ont également été étudiés pour évaluer leur influence sur la fréquentation des arts de la scène.

Cette nouvelle édition s'appuie sur ces constats pour explorer l'évolution des comportements des publics entre 2018 et 2023. Elle cherche à identifier les facteurs explicatifs de cette évolution, en intégrant des analyses sur des phénomènes à long terme tels que l'impact des changements de mode de vie, les conséquences d'une conjoncture économique difficile, et les habitudes de fréquentation chez les jeunes.

Les résultats obtenus ont été analysés en tenant compte de l'offre culturelle et des changements dans la fréquentation à la suite de la

pandémie de COVID-19. L'étude peint un portrait détaillé des publics des arts de la scène, permettant ainsi de caractériser et quantifier les profils et comportements des spectateurs à l'échelle provinciale. Elle propose des données spécifiques selon les disciplines et les territoires, couvrant à la fois les spectacles professionnels (tarifés et gratuits) et amateurs.

Le Groupe de travail sur la fréquentation des arts de la scène (GTFAS), qui rassemble douze associations et regroupements de diffuseurs et producteurs québécois issus des arts vivants, est à l'origine de cette étude. L'objectif principal est de fournir des informations fiables pour guider les décisions du secteur, tout en enrichissant la compréhension des publics. L'étude permet ainsi de déconstruire certains préjugés et d'apporter une connaissance approfondie des spectateurs.

Dans cette perspective de répondre à des besoins professionnels, une section est consacrée aux préférences des publics en matière de format de spectacle et de sortie. Cela donne l'occasion de mieux comprendre les préférences liées certains aspects d'un spectacle par différents profils de public, ainsi que les préférences à l'égard des autres activités qui composent une sortie culturelle.

Cette seconde édition se veut aussi l'amorce d'une série qui s'inscrit dans une ambition plus large de développement des savoirs et d'amélioration des pratiques. La collecte des données a été réalisée par le biais de deux sondages principaux, et bien que l'étude ne présente qu'une partie des informations disponibles, les données collectées seront librement accessibles pour encourager d'autres travaux.

<sup>1</sup> La première édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec est offerte [au téléchargement](#).

## 1.2 APPROCHE PRIVILÉGIÉE

### 1.2.1 Plan de l'étude

Outre un bilan des connaissances en matière de fréquentation des arts de la scène, cette seconde édition reproduit à l'identique le portrait des publics et du non-public. Il fallait donc :

- Couvrir l'ensemble des disciplines des arts de scène, c'est-à-dire essentiellement la danse, la musique, le théâtre, la chanson, le cirque et l'humour;
- Rendre compte des différentes réalités territoriales à l'échelle du Québec (centres urbains, périphéries, régions centrales, régions éloignées, etc.);
- Considérer toutes les formes de diffusion professionnelle (gratuite, payante, festivalière, lieux alternatifs, etc.).

Ce travail essentiellement descriptif est suivi d'une section analytique qui met en lumière l'importance et les facteurs de la transformation des publics entre 2018 et 2023. Pour comprendre ces changements, plusieurs pistes d'explication sont élaborées. Trois dimensions liées à la fréquentation des jeunes, aux effets de la conjoncture économique et à la gestion du temps sont approfondies. À ce stade, des conseillers scientifiques ont alimenté et orienté notre réflexion pour assurer la rigueur et la richesse des travaux.

Finalement, une section sur les préférences des spectateurs en matière de spectacles et de sorties culturelles offre un regard spécifiant sur les prédilections

### 1.2.2 Éléments méthodologiques préliminaires

Tout au long de l'étude, nous introduirons des éléments méthodologiques et de définition nécessaires à la lecture et à l'interprétation des résultats. Toutefois, en préambule, nous souhaitons préciser certains choix importants qui influencent l'ensemble de la démarche et facilitent la lecture du document.

L'étude s'inscrit en complémentarité avec des travaux passés notamment ceux de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec ou encore ceux portant sur les pratiques culturelles des Québécois et des Québécoises du ministère de la Culture et des Communications. Ce faisant, nous avons retenu, dans la mesure du possible, un vocabulaire et des formulations permettant des ponts avec des travaux antérieurs afin de faciliter un rapprochement des résultats. Par exemple, les disciplines des spectacles sont définies selon dix catégories similaires à celles retenues par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec pour mesurer la fréquentation des spectacles :

- Danse
- Musique classique et opéra
- Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.
- Théâtre
- Chanson francophone
- Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français
- Humour
- Cirque
- Comédie musicale et revue musicale
- Variétés et magie

Le portrait des publics diffère en plusieurs points des statistiques de fréquentation de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Essentiellement les différences proviennent de la méthodologie et des univers d'enquêtes différents.

Dans le cas de l'Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec de l'OCCQ, la cueillette de données est effectuée selon une méthode dite de recensement, c'est-à-dire que tous les organismes des arts de la scène sont sollicités pour répondre au questionnaire d'enquête. Les spectacles retenus par l'enquête sont regroupés selon les disciplines. Dans sa définition des arts de la scène, l'OCCQ précise que certaines représentations sont exclues comme les représentations privées ou les spectacles amateurs<sup>2</sup>. L'enquête porte sur les représentations payantes, mais celles « où l'ensemble ou une partie des spectateurs sont admis avec un passeport ou un macaron valide durant l'ensemble d'un festival ou d'un événement culturel » ne sont pas retenues<sup>3</sup>.

Aussi, nous ne savons pas quels organismes précisément font partie de l'univers de l'OCCQ. Ce dernier, pour des raisons de confidentialité, ne fournit pas la liste des organismes répondants. Nous avons la présomption que l'univers couvert correspond en partie à celui décrit dans la nomenclature des arts de la scène, dans le Système de classification des activités culturelles et des communications du Québec 2004<sup>4</sup>. Toutefois, plusieurs indices et tout d'abord le nombre de lieux faisant partie de l'enquête, laisse penser que l'enquête de l'OCCQ ne recense pas tous les lieux de diffusion et en particulier les scènes dites des circuits alternatifs, les lieux dont l'activité principale n'est pas la

présentation de spectacles auprès de la population (bars, clubs, etc.) ou encore les salles communautaires ainsi que celles situées dans des établissements pour personnes âgées.

Dans le cadre de l'étude, le profil des publics est établi sur la base d'un sondage national (voir section 3.1) qui aborde les spectacles professionnels tarifés et gratuits, ainsi que les spectacles amateurs tarifés et gratuits. Il enquête aussi sur les spectacles intérieurs et extérieurs. La définition des endroits fréquentés pour voir des spectacles correspond à celle qu'ont les répondants de ces endroits. Ainsi, ce que ces derniers considèrent comme tel ou tel établissement ne coïncide probablement pas précisément à l'univers de l'enquête de l'OCCQ ou bien le déborde. Il y a aussi tout lieu de croire que les répondants au sondage qui ont assisté à des spectacles où ils ont déboursé un droit d'entrée (passeport ou macaron) ont considéré avoir assisté à des spectacles payants. Il en est de même des bars, clubs, bistro, etc., qui demandent plutôt un droit d'entrée à leurs établissements lorsque des spectacles sont présentés, le droit d'entrée étant considéré comme l'équivalent de l'achat d'un billet. Cela vaut aussi pour les établissements où des spectacles sont présentés lors de festivals ou d'événements culturels ou encore ceux dont la principale activité n'est pas la présentation de spectacles. Avec un sondage, la définition de plusieurs concepts relève de l'entendement des répondants. Aussi, pour ces derniers, il n'est pas assuré que la frontière entre les spectacles professionnels et les spectacles amateurs soit bien délimitée, notamment lorsqu'il s'agit des spectacles semi-professionnels ou présentés dans des lieux institutionnels.

Finalement, il est important de souligner que l'Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec de l'OCCQ enregistre l'achalandage sur la base de la localisation des salles sans tenir compte de l'origine des spectateurs. À l'inverse, l'étude des publics retient le lieu de résidence des spectateurs et n'est pas en mesure de situer l'endroit où les spectacles sont fréquentés.

<sup>2</sup> FORTIER, C. (2019). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2018, *Optique culture*, no 68.

<sup>3</sup> Ces précisions sont apportées en note dans les fichiers de données sur la fréquentation des arts de la scène de l'OCCQ.

<sup>4</sup> ISQ (2004). Système de classification des activités culturelles et des communications du Québec 2004.

Le document répond à une double exigence : présenter des résultats et proposer des éléments d'analyse. Dans le cadre de la présentation des résultats, nous avons fait un choix de transparence en ne soumettant les résultats à aucun correctif. De plus, la présentation est systématique : la même grille de présentation est adoptée pour une section. Pour ce qui est des éléments d'analyse, les méthodes retenues sont précisées dans le cadre de la présentation des résultats.

### 1.3 LIMITES DE L'ÉTUDE

La principale force de cette étude est également à l'origine de ses principales limitations. En utilisant un sondage via panel web, rassemblant plus de 6 000 répondants à travers le Québec, l'étude est exposée à certaines critiques, notamment en ce qui concerne la constitution de l'échantillon. Les panels web ne sont pas aléatoires, car les participants proviennent d'un groupe préétabli. Bien que l'échantillon soit conçu pour refléter la diversité sociodémographique de la population, des biais peuvent persister, en particulier chez les personnes ayant un accès limité à Internet.

Le questionnaire demande également aux répondants de se souvenir de leur fréquentation des spectacles sur les 12 derniers mois, un exercice susceptible d'entraîner des erreurs de mémoire ou d'évaluation. De plus, certains répondants tendent à surestimer leur pratique culturelle, influencés qu'ils sont par des notions de conformité sociale ou d'autocomplaisance. Ce biais de désirabilité est abordé dans l'étude avec une mise en garde sur l'interprétation des baisses de fréquentation.

Par ailleurs, des concepts comme la distinction entre spectacles professionnels et amateurs ou tarifés et gratuits peuvent ne pas être clairement compris par les répondants. Cela pose également la question des définitions traditionnelles de ces catégories, notamment dans certaines communautés ethniques ou chez les Premières Nations.

Certaines catégories peuvent également conduire à des amalgames, que ce soit dans les disciplines (ex. musique instrumentale et électronique) ou les territoires (ex. régions urbaines vs rurales), nécessitant une prudence dans l'analyse.

Enfin, l'étude vise à offrir un portrait complet des publics tout en étant transparente et accessible. Seule une fraction des résultats est présentée, et les données restent disponibles pour des analyses futures, soulignant l'importance de maintenir une certaine périodicité pour assurer la pertinence des résultats au fil du temps.



---

## LES PUBLICS DES ARTS DE LA SCÈNE AU QUÉBEC

### 2.1 ÉVOLUTION DE LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE

Les résultats de la présente étude s'inscrivent dans des dynamiques d'évolution de fréquentation que l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) scrute chaque année depuis 2004. Avant de dévoiler les résultats, il semble pertinent de donner un aperçu de ces tendances.

Les données observées ici vont de 2008 à 2022. Elles couvrent donc la période de la pandémie de COVID-19 qui s'échelonne du début de 2020 au début de 2022 si l'on regarde l'impact direct des mesures sanitaires sur le monde culturel. Les données de 2020, de 2021 et de 2022 sont donc à resituer dans leur contexte de fermetures et de réouvertures des salles de spectacles, qui s'accompagnaient de mesures de distanciation sociale qui ont réduit la capacité d'accueil des lieux de diffusion de spectacles et dont certains impacts demeurent.

Les années 2020 et 2021, puisqu'elles constituent deux années tout à fait à part depuis le début de la collecte des données sur la fréquentation des arts de la scène en 2004, seront peu commentées. L'année 2022, quant à elle, ne signe pas un retour à la normale; il s'agit plutôt d'une année de transition qui débuta par un couvre-feu et une interdiction des rassemblements pour se terminer par la levée quasi complète des mesures sanitaires. Cette année est donc à la fois amputée d'environ un trimestre de fréquentation, mais elle est aussi celle durant laquelle s'est

produit un rattrapage de fréquentation, notamment au cours de l'automne<sup>5</sup>.

La section 2.2 abordera de façon plus détaillée quelques-uns des impacts directs et indirects de la pandémie sur la fréquentation des arts de la scène, mais il faut garder à l'esprit que, si certains de ces impacts ont disparu dès la levée des mesures sanitaires, d'autres perdurent encore aujourd'hui et peuvent influencer la fréquentation des publics aux arts de la scène.

La dernière année à ne pas avoir été affectée par la pandémie (2019) servira donc de point de référence. Il s'agit d'une année faste avec un record de fréquentation grâce à une assistance totale de 8 730 000 entrées, en augmentation de 13 % par rapport à 2018 et de 24 % par rapport à 2008 (voir le tableau 1). Il est difficile de dire si 2019 constitue une année exceptionnelle comme l'a par exemple été 2017 avec les festivités du 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal ou si elle amorçait une tendance durable vers une croissance plus prononcée de la fréquentation des arts de la scène. Lorsqu'on compare 2008 à 2018 (une année plus normale en termes de fréquentation), la hausse n'est plus que de 10 %. Or, depuis 2008, la population a augmenté de 13 % au Québec<sup>6</sup>, ce qui montre donc une stagnation de l'assistance.

En 2020, seules 1 422 000 entrées ont été enregistrées, principalement en janvier et en février, puis pendant les réouvertures partielles, ce qui représente une baisse de 84 % par rapport à 2019. En 2022, le public est de retour en salle avec 7 622 000 entrées, ce qui correspond à 87 % du niveau pré-pandémique et à une augmentation de 9 % par rapport à 2008.

<sup>5</sup> Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2022, <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/effets-pandemie-arts-scene-quebec.pdf>

<sup>6</sup> Statistique Canada, 2024

**tab.1 Évolution de l'assistance totale selon les disciplines entre 2018 et 2022 (en milliers)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Danse	284	272	229	249	266	264	240	225	224	281	291	279	88	79	293
Musique	954	976	970	968	964	954	911	956	951	989	1 042	1 091	176	220	777
Théâtre	1 557	1 610	1 700	1 508	1 494	1 537	1 468	1 495	1 497	1 425	1 568	1 700	330	424	1 111
Chanson francophone	880	982	872	664	915	878	672	807	1 100	887	852	1 126	162	409	1 204
Chanson anglophone	1 250	1 171	947	1 348	1 292	951	910	1 034	1 160	1 384	1 115	1 351	127	178	1 462
Chanson dans une autre langue	35	32	25	28	19	23	30	19	32	30	30	29	3	8	64
Humour	1 118	1 253	1 016	1 002	1 324	1 515	1 686	1 625	1 302	1 529	1 853	-	-	536	1 610
Cirque et magie	475	751	829	537	593	341	603	373	493	698	507	-	-	46	688
Comédie musicale et music-hall	406	318	409	307	330	187	248	156	278	418	415	-	-	13	414
Discipline inconnue	61	66	9	13	55	22	30	48	24	88	44	3 154	535	-	0
<b>Assistance totale</b>	<b>7 021</b>	<b>7 430</b>	<b>7 007</b>	<b>6 623</b>	<b>7 251</b>	<b>6 672</b>	<b>6 799</b>	<b>6 739</b>	<b>7 062</b>	<b>7 729</b>	<b>7 717</b>	<b>8 730</b>	<b>1 422</b>	<b>1 912</b>	<b>7 622</b>

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

Cette évolution cache plusieurs dynamiques à l'intérieur même de chaque discipline. Plusieurs formes artistiques voient diminuer leur part dans l'assistance totale entre 2008 et 2019 : la danse, le théâtre, la musique et la chanson anglophone. Le cas de la chanson anglophone est cependant à prendre à part, car l'assistance est très fluctuante d'une année à l'autre. Si l'on considère que les entrées comptabilisées en discipline inconnue correspondent en très grande partie aux entrées pour le cirque, l'humour et la comédie musicale, on constate que le poids dans l'assistance totale de ces trois disciplines prises dans leur ensemble augmente de 29 % à 36 %. En regardant les données de plus près, on peut supposer que cette augmentation vaut particulièrement pour l'humour, dont la progression est constante depuis 2008. Pour le cirque et la comédie musicale, la progression est plutôt en dents de scie et on peut supposer qu'elle est davantage tributaire de spectacles à grand succès portés par des acteurs majeurs de la discipline.

Il faut donc garder à l'esprit que chaque discipline évolue avec ses propres dynamiques, ce qui peut expliquer d'importantes variations d'une année à l'autre que les chiffres ci-dessous ne racontent pas : la présence ou l'absence d'un *blockbuster* ou d'une vedette internationale, l'offre ou non de tournées de spectacles à travers la province, l'arrivée ou la disparition d'un acteur majeur de l'écosystème, etc.

Les huit prochaines figures illustrent l'évolution de l'assistance totale (assistance payante et billets de faveur) entre 2008 et 2022 pour l'ensemble des arts de la scène, puis pour chaque discipline : la danse, la musique, le théâtre, la chanson francophone, la chanson anglophone, l'humour et, enfin, le cirque et la magie.

La première figure montre l'évolution générale de l'assistance pour les arts de la scène. Sans revenir sur les évolutions détaillées plus haut, il est intéressant de constater la baisse constante de la proportion de billets offerts gratuitement vis-à-vis de l'ensemble des billets émis. S'ils représentent 12 % des entrées en 2008, les billets de faveur ne représentent plus que 9 % des entrées en 2019, puis 7 % en 2022. D'autre part, les entrées payantes de 2022 représentent 89 % de leur

niveau pré-pandémique; le rattrapage n'est donc pas achevé. Les chiffres de 2023 et de 2024 permettront de conclure soit à un rattrapage complet, soit à des traces durables de la pandémie sur la fréquentation des arts de la scène.

Les entrées pour la danse stagnent depuis 2008, avec un recul de 2 % entre 2008 et 2019. Au sortir de la pandémie, la danse a connu un fort rattrapage et a même dépassé de 5 % en 2022 son niveau d'assistance pré-pandémique. Jamais l'assistance n'avait été aussi élevée qu'en 2022, et ce, même avec une forte baisse des billets de faveur. À noter que si l'on regarde uniquement les chiffres d'assistance, la danse est l'une des disciplines qui ont le mieux traversé la pandémie. Quand le théâtre recevait en 2020 seulement 16 % de son public habituel en salle, la danse en accueillait proportionnellement 2 fois plus.

Entre 2008 et 2019, l'assistance totale enregistrée pour la musique a augmenté de 14 %, dépassant le million d'entrées depuis 2018, après avoir connu un creux en 2014. L'augmentation est toutefois moins importante que celle de l'assistance totale pour les arts de la scène (24 %). En 2022, le secteur de la musique accuse un important retard de dans la fréquentation par rapport au niveau de 2019 : la baisse est de 29 %.

Le théâtre a connu une augmentation de son assistance de 9 % entre 2008 et 2019. Comme pour la musique, c'est une croissance moins élevée que celle de l'ensemble des arts de la scène (24 %). Toutefois, un creux a semblé avoir été atteint en 2017. Les chiffres d'assistance ont ensuite augmenté jusqu'à l'arrivée de la pandémie. Il reste que le théâtre est la discipline artistique qui a le moins bien récupéré de la pandémie, avec une baisse de 35 % des entrées gratuites et payantes entre 2019 et 2022.

Entre 2008 et 2019, l'assistance totale pour la chanson francophone a crû de 28 % et connu d'importantes fluctuations. En 2011, on comptait à peine 661 000 entrées pour la chanson francophone au Québec; ce chiffre a quasiment doublé 11 ans plus tard. En 2022, la chanson

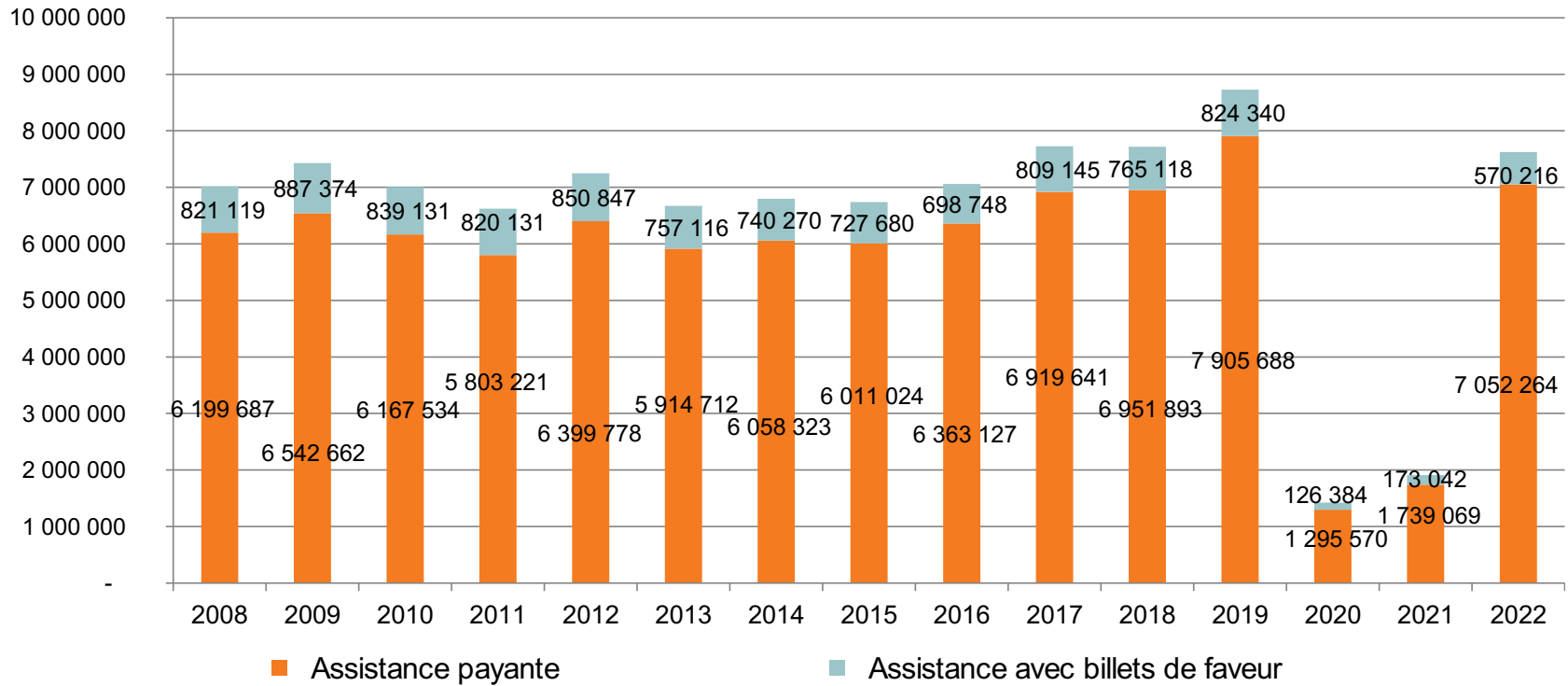
francophone a non seulement rattrapé son niveau pré-pandémique (+7 %), mais a aussi établi un nouveau record d'assistance.

Les dynamiques sont similaires pour la chanson anglophone. L'assistance a augmenté de 7 % entre 2008 et 2022, et ce, malgré d'importantes fluctuations. Un record d'assistance a été établi en 2022 avec plus de 1 462 000 entrées payantes et gratuites, soit une augmentation de 8 % par rapport aux chiffres de 2019. Ce rattrapage est d'autant plus spectaculaire que la chanson anglophone a été l'une des disciplines les plus affectées par la fermeture des salles de spectacles : la chute de la fréquentation a été de 91 % entre 2019 et 2020.

L'humour est la discipline qui a connu la plus forte croissance entre 2008 et 2018 (les chiffres de 2019 et de 2020 ne sont pas disponibles), avec 65 % d'augmentation de l'assistance. À partir de 2017, l'humour dépasse le théâtre et devient la discipline des arts de la scène qui comptabilise le plus d'entrées : 1 853 000 en 2018 contre 1 567 000 pour le théâtre. Il est à noter que l'humour en 2022 n'a toutefois pas encore rattrapé son niveau pré-pandémique et accuse un retard de 13 % sur l'assistance de 2018.

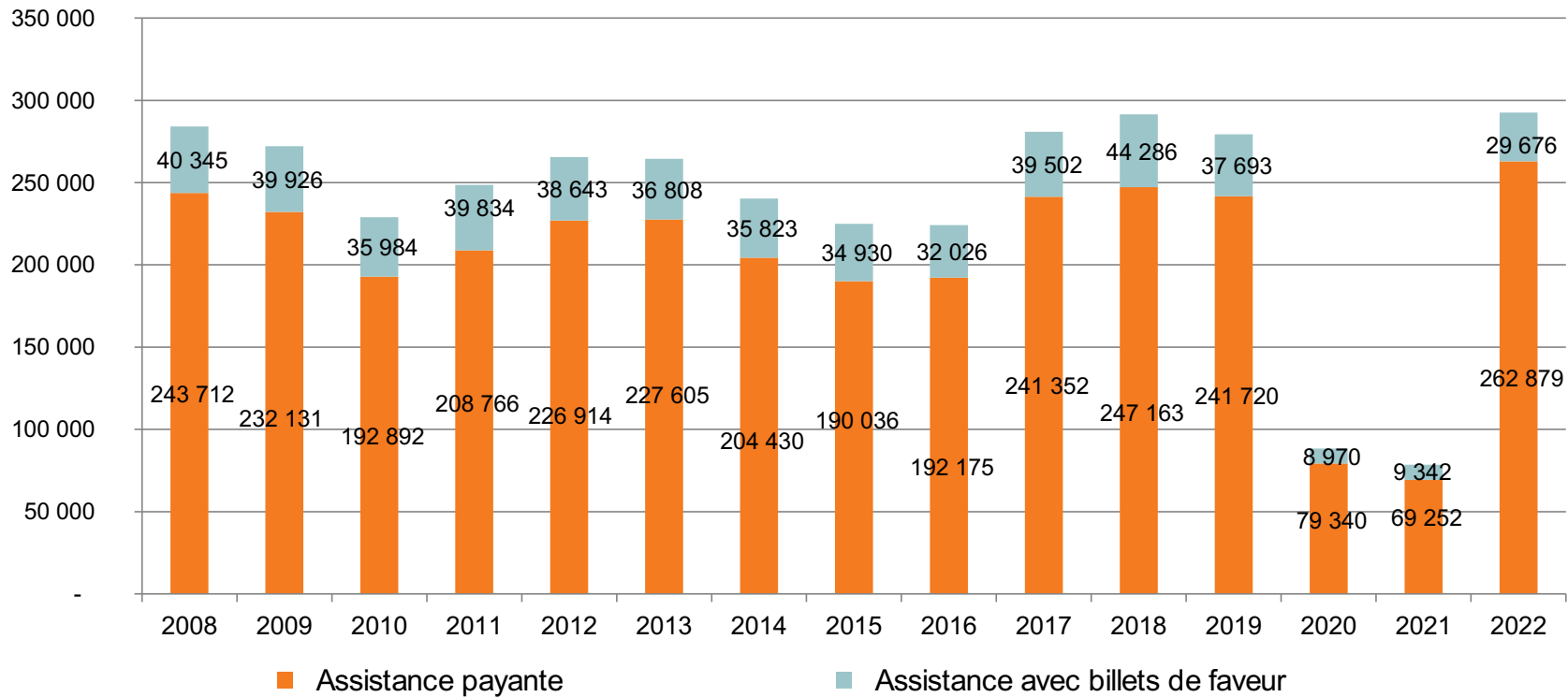
Enfin, si le cirque et la magie connaissent une légère croissance de 7 % de leur assistance entre 2008 et 2018, ce chiffre cache d'importantes variations. En effet, entre 2008 et 2010, la croissance est plutôt de 75 % avec un pic à 829 000 entrées. Dans le cas du cirque et de la magie, les chiffres varient fortement selon les représentations d'un ou deux grands acteurs du secteur et de la tournée de spectacles. En 2022, le secteur a rattrapé et dépassé de 36 % son niveau pré-pandémique de 2018 sans pour autant atteindre les records d'assistance de 2010.

**fig.1 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur entre 2008 et 2022**



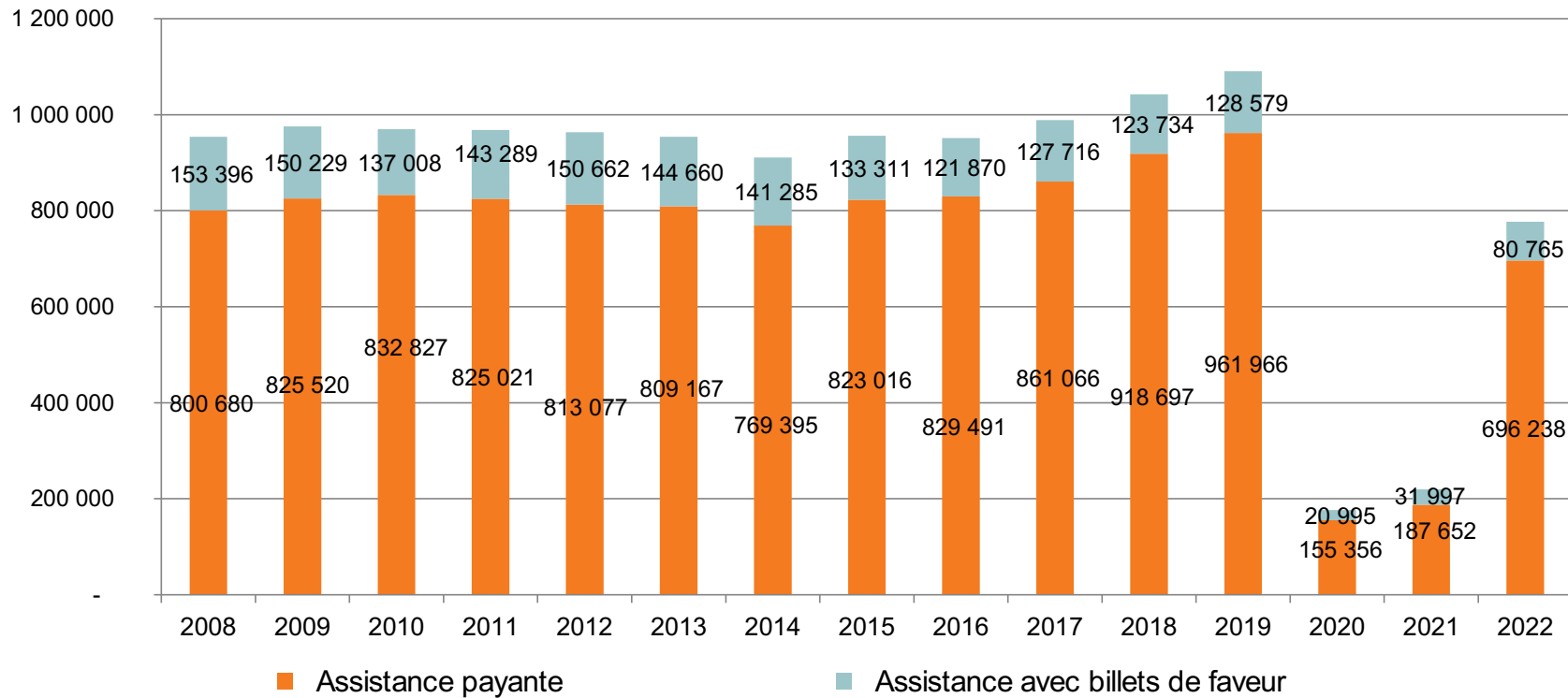
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**fig.2 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la danse entre 2008 et 2022**



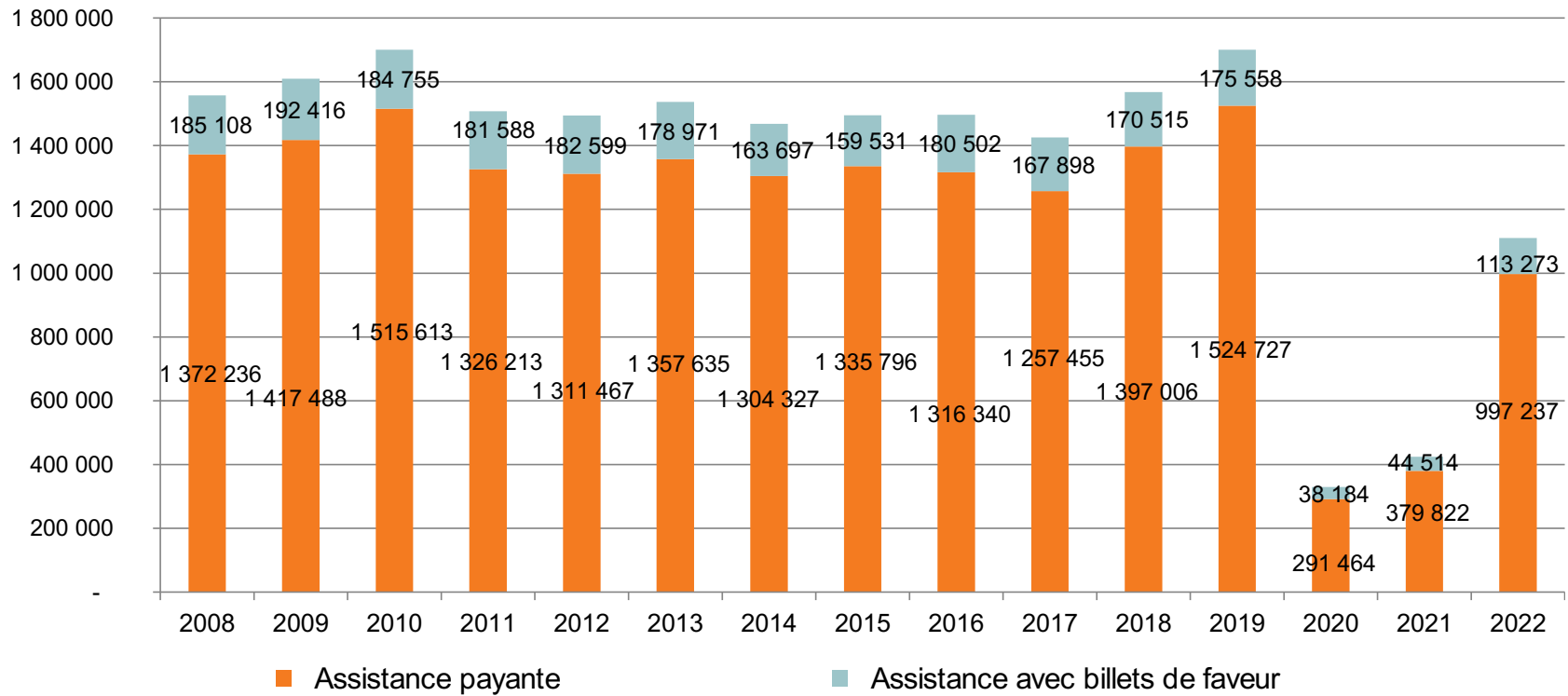
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**fig.3 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la musique entre 2008 et 2022**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

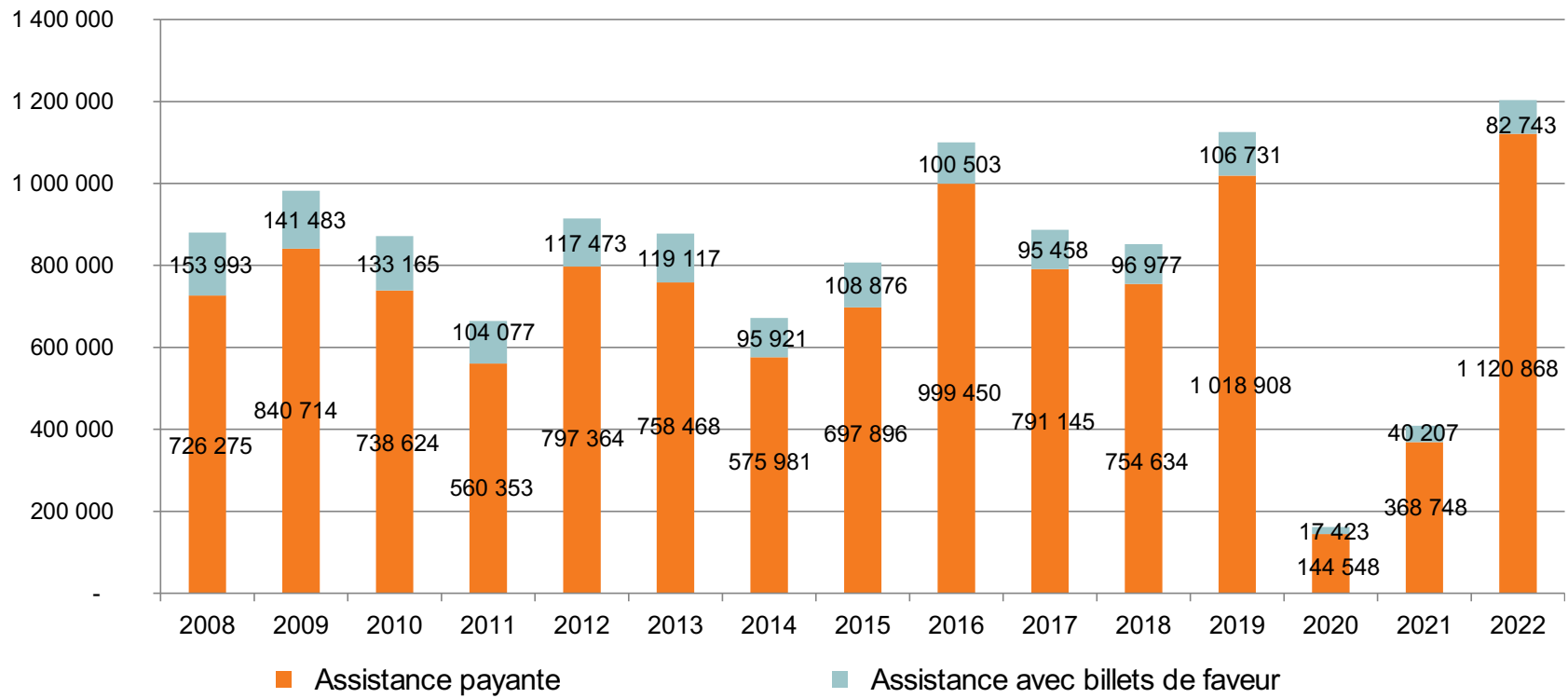
**fig.4 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur du théâtre entre 2008 et 2022**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

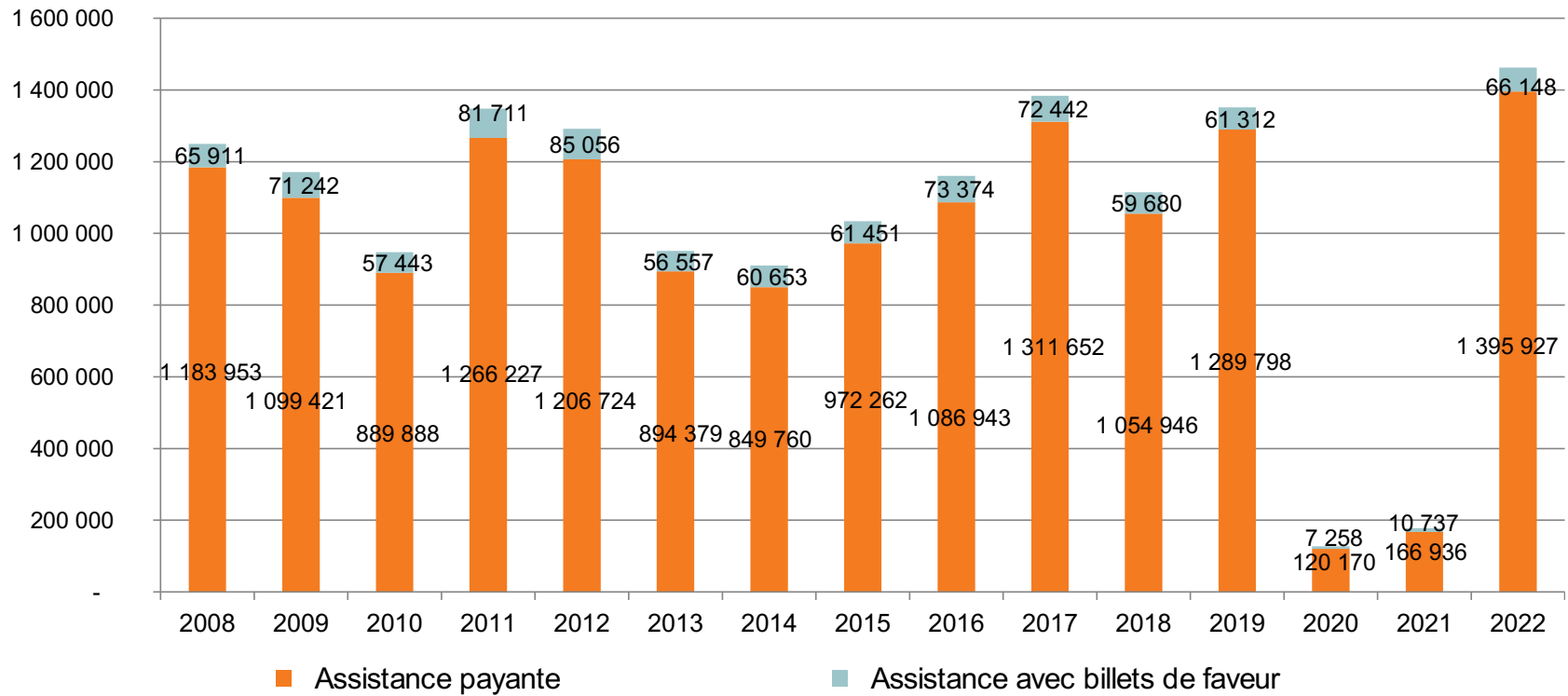


**fig.5 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la chanson francophone entre 2008 et 2022**



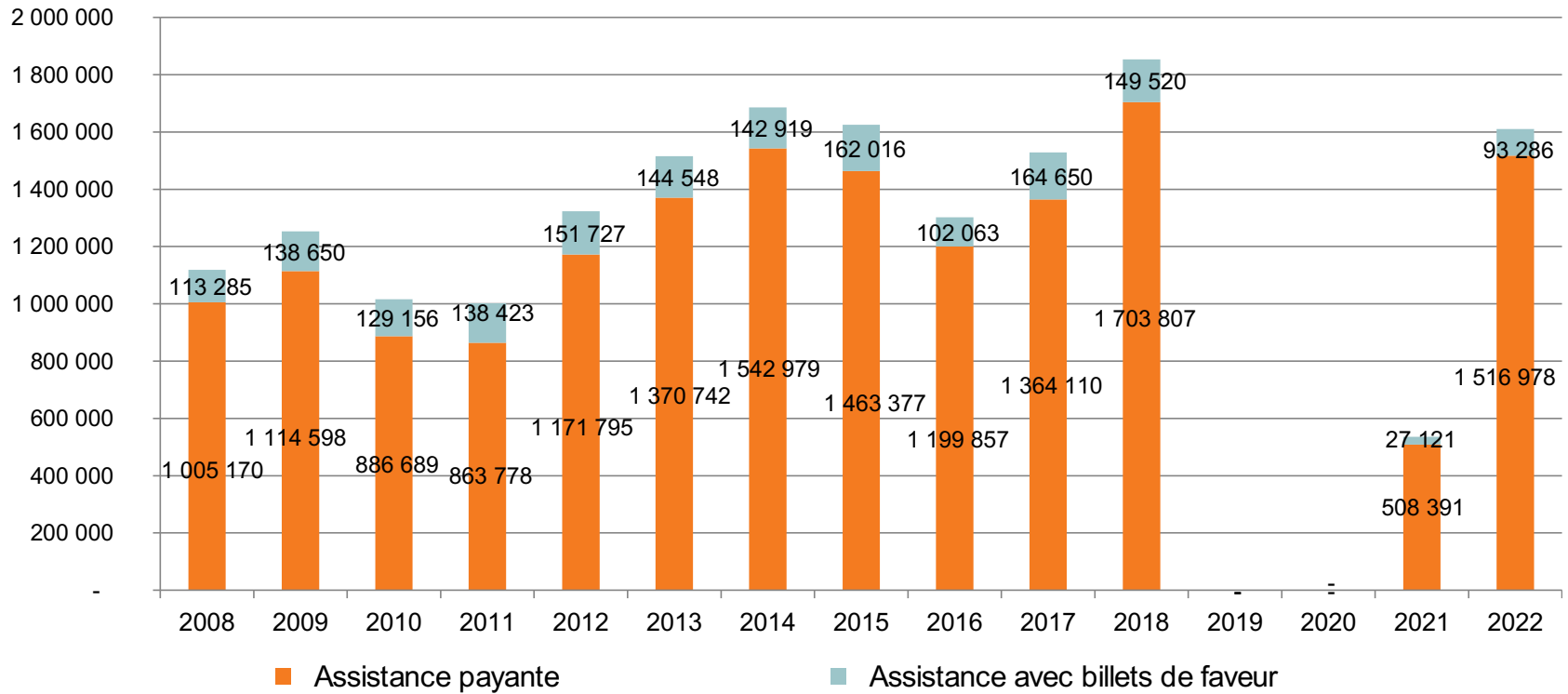
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**fig.6 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de la chanson anglophone entre 2008 et 2022**



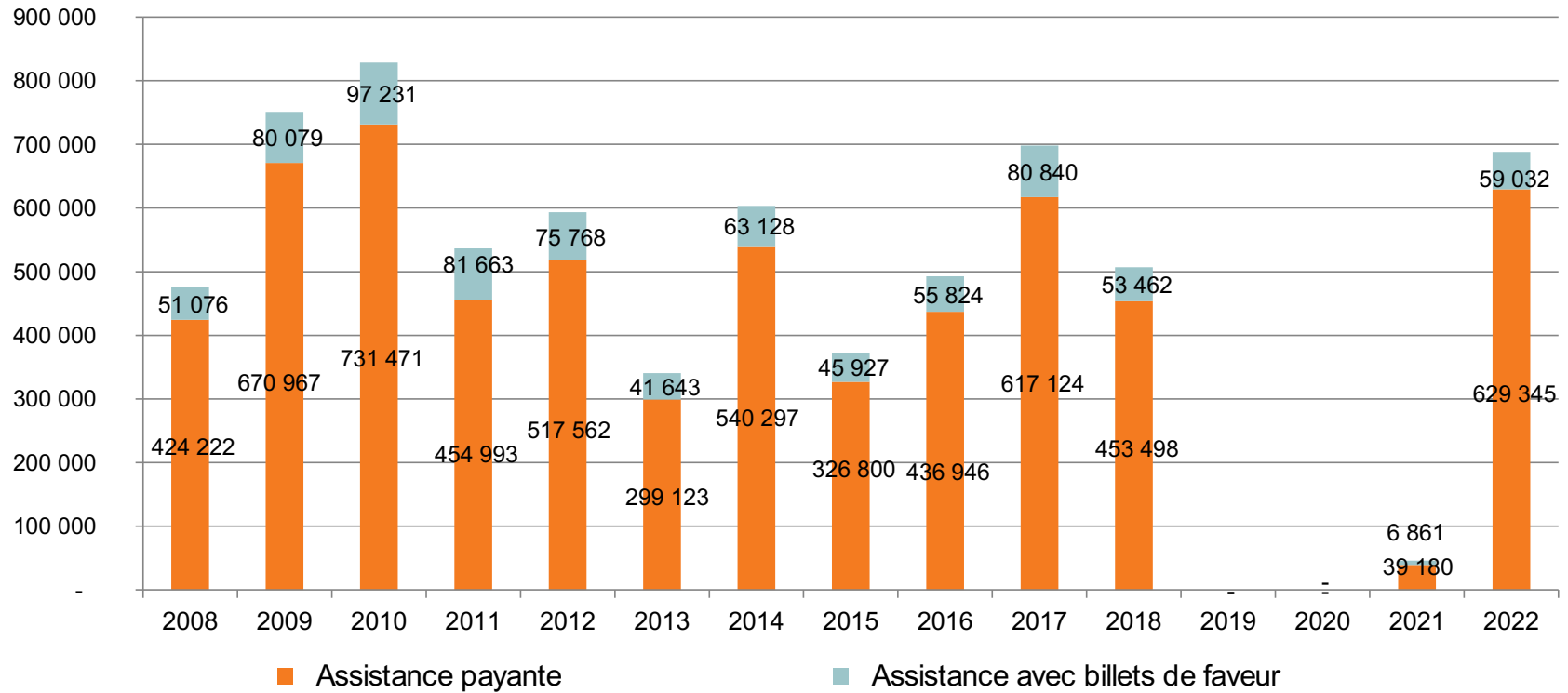
Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**fig.7 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur de l'humour entre 2008 et 2022**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**fig.8 Évolution de l'assistance payante et de l'assistance avec billets de faveur du cirque et de la magie entre 2008 et 2022**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

La figure et le tableau ci-après permettent de visualiser la répartition de l'assistance entre les régions centrales (Montréal et Capitale-Nationale), les régions périphériques (Chaudière-Appalaches, Laval et Laurentides, Lanaudière et Montérégie), les régions intermédiaires (Mauricie, Estrie, Outaouais et Centre-du-Québec) et les régions éloignées (Bas-Saint-Laurent, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Côte-Nord, Abitibi-Témiscamingue, Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et Nord-du-Québec) ainsi que la fréquentation en chiffres absolus pour chacune de ces régions.

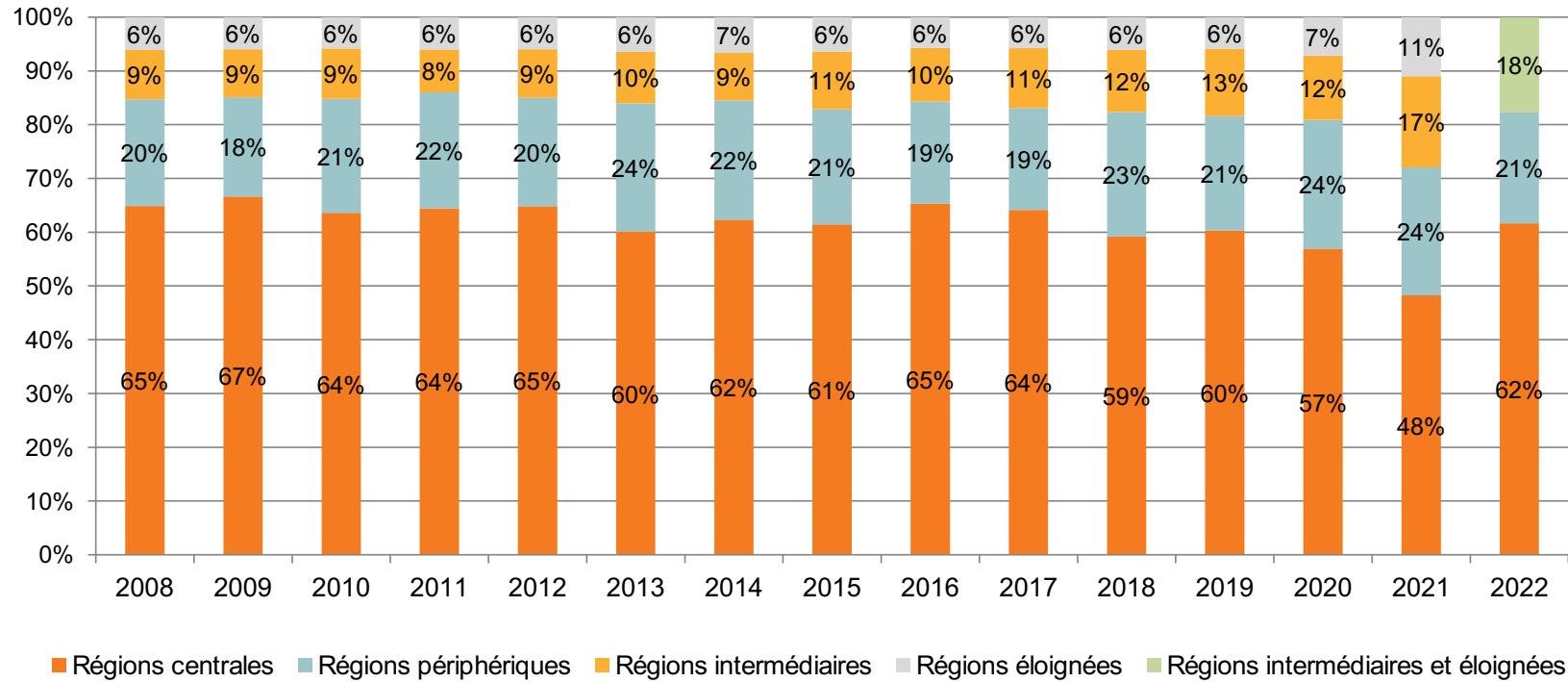
Entre 2008 et 2019, on observe une baisse constante du poids des régions centrales en termes d'assistance totale pour les arts de la scène : de 65 %, leur part passe à 60 % en 2019. Elle diminue jusqu'à 48 % pendant la pandémie, illustrant la plus grande résilience des régions intermédiaires et éloignées, qui ont pu fonctionner grâce à un public plus local. Toutefois, cette baisse ne se traduit pas par une perte de public en valeur absolue. Il s'agit donc d'une hausse du public moins marquée vis-à-vis des autres régions. Avec une baisse de seulement 11 % entre 2019 et 2022, les régions centrales sont celles qui se rapprochent le plus des niveaux d'assistance pré-pandémiques.

La part d'assistance des régions périphériques reste stable à environ 20 % entre 2008 et 2019 ou 2022. La dynamique où les régions périphériques prennent plus de place en termes de fréquentation au profit des régions centrales a atteint son pic en 2013 avant de s'éteindre depuis. Le rattrapage de 2022 permet d'atteindre une assistance de 85 % par rapport à celle de 2019. Toutefois, lorsqu'on regarde plus en détail les chiffres d'assistance, on constate que les régions de Chaudière-Appalaches et de Laval et des Laurentides ont observé une très forte croissance du public contrairement à Lanaudière et à la Montérégie, pour lesquelles les augmentations sont moins éloquentes.

Si la part combinée des régions intermédiaires et éloignées était de 15 % en 2008, elle a grimpé à 19 % en 2019 et s'est maintenue en 2022. On comprend donc que la diminution de la part des régions centrales dans la fréquentation des arts de la scène se fait au profit des régions intermédiaires et éloignées. Bien que les deux catégories soient

amalgamées à partir de 2022, les chiffres montrent que la croissance de l'assistance est d'abord et avant tout alimentée par les régions intermédiaires, et principalement par la Mauricie, l'Outaouais et le Centre-du-Québec. Bien que des données soient manquantes, la plupart des régions intermédiaires et éloignées ont rattrapé ou sont en voie de rattraper leurs niveaux d'assistance pré-pandémique, à l'exception de la Côte-Nord et du Nord-du-Québec, où le rattrapage est loin d'être achevé.

**fig.9 Répartition de l'assistance totale selon le type de régions entre 2008 et 2022**



Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

**tab.2 Évolution de l'assistance totale selon les régions administratives entre 2008 et 2022 (en milliers)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Régions centrales</b>	<b>4 556</b>	<b>4 951</b>	<b>4 457</b>	<b>4 268</b>	<b>4 700</b>	<b>4 011</b>	<b>4 238</b>	<b>4 140</b>	<b>4 611</b>	<b>4 958</b>	<b>4 570</b>	<b>5 266</b>	<b>809</b>	<b>923</b>	<b>4 698</b>
Capitale-Nationale	926	996	997	1 018	1 173	957	834	950	1 082	1 095	999	1 171	210	252	1 107
Montréal	3 630	3 954	3 461	3 250	3 526	3 055	3 404	3 190	3 528	3 863	3 572	4 096	599	670	3 591
<b>Régions périphériques</b>	<b>1 392</b>	<b>1 373</b>	<b>1 483</b>	<b>1 429</b>	<b>1 464</b>	<b>1 590</b>	<b>1 509</b>	<b>1 448</b>	<b>1 344</b>	<b>1 465</b>	<b>1 785</b>	<b>1 857</b>	<b>342</b>	<b>455</b>	<b>1 574</b>
Chaudière-Appalaches	113	152	139	149	155	147	170	151	141	171	155	189	24	40	133
Laval et Laurentides	378	313	335	345	338	444	375	378	330	439	592	612	86	128	598
Lanaudière	338	325	333	340	320	323	328	323	295	272	329	352	66	100	304
Montérégie	563	582	677	595	652	676	635	596	578	583	709	705	165	187	540
<b>Régions intermédiaires</b>	<b>646</b>	<b>665</b>	<b>657</b>	<b>530</b>	<b>654</b>	<b>645</b>	<b>599</b>	<b>719</b>	<b>702</b>	<b>860</b>	<b>892</b>	<b>1 096</b>	<b>170</b>	<b>324</b>	<b>x</b>
Mauricie	169	186	x	x	167	158	149	235	210	241	247	x	x	93	284
Estrie	214	205	171	139	220	201	175	198	193	216	252	270	51	106	266
Outaouais	132	155	147	157	158	162	167	151	x	237	195	323	51	x	x
Centre-du-Québec	131	118	x	x	109	124	108	135	x	166	198	x	x	x	154
<b>Régions éloignées</b>	<b>427</b>	<b>442</b>	<b>409</b>	<b>397</b>	<b>433</b>	<b>426</b>	<b>453</b>	<b>432</b>	<b>405</b>	<b>445</b>	<b>469</b>	<b>511</b>	<b>102</b>	<b>210</b>	<b>x</b>
Bas-Saint-Laurent	89	97	86	93	110	107	100	105	97	101	108	115	25	51	96
Saguenay-Lac-Saint-Jean	157	139	142	125	120	113	138	133	105	141	137	156	37	58	160
Abitibi-Témiscamingue	72	63	74	71	84	72	90	82	83	85	98	95	21	29	x
Côte-Nord	56	66	56	55	69	74	74	61	64	52	56	72	9	30	53
Nord-du-Québec	4	4	5	6	5	4	5	4	5	6	5	8	2	2	2
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine	48	73	46	46	44	55	46	47	51	60	65	65	7	40	50
<b>Le Québec</b>	<b>7 021</b>	<b>7 430</b>	<b>7 007</b>	<b>6 623</b>	<b>7 251</b>	<b>6 672</b>	<b>6 799</b>	<b>6 739</b>	<b>7 062</b>	<b>7 729</b>	<b>7 717</b>	<b>8 730</b>	<b>1 422</b>	<b>1 912</b>	<b>7 622</b>

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2024

## 2.2 EFFETS ATTENDUS DE LA PANDÉMIE DE COVID-19

Les données quantitatives de la section précédente illustrent l’amorce de rattrapage en 2022 après la levée de quasiment toutes les mesures de distanciation sociale imposées pendant la pandémie. Ce rattrapage n’est pas complet, ce qui soulève des questions sur la fréquentation à venir des arts de la scène : ce rattrapage s’est-il poursuivi après 2022? est-il possible d’espérer un retour à la normale en termes de fréquentation? C’est pour répondre à ces questions qu’a été menée une revue de la littérature permettant de mieux comprendre les impacts de la pandémie et d’anticiper ses effets durables sur le lien qui unit les artistes, le secteur culturel et le public. Les articles consultés et portant sur la situation dans différents pays occidentaux (en Europe et au Canada principalement) posent les premiers jalons d’une analyse postpandémie plus globale et permettront d’émettre des hypothèses pour la suite de l’étude.

Au sortir de la pandémie, la forte inflation liée à la reprise économique et aux turbulences géopolitiques a eu un effet direct sur la consommation culturelle en France : comme souvent lorsque le pouvoir d’achat des ménages diminue, les dépenses liées aux loisirs et à la culture sont les premières à être rognées (Muller, 2022). L’inflation post-COVID, aggravée par une pénurie de main-d’œuvre et la hausse des coûts de production, a également touché le secteur culturel. Parallèlement à la baisse des aides publiques accordées au secteur culturel, l’une des réponses a été d’augmenter le prix des billets de spectacle, entraînant des conséquences négatives sur la consommation culturelle (Giorgi et Scott, 2022).

Par ailleurs, l’annulation en cascade de nombreux spectacles et les politiques de remboursement parfois floues peuvent avoir engendré une certaine méfiance face à l’achat de billets et une préférence pour l’acheter de dernière minute, par peur soit de ne pas obtenir de remboursement, soit de voir un spectacle à nouveau reporté ou annulé (Rothschild et coll., 2020; Roaa et Balme, 2023).

De toute évidence, la peur de la contamination en assistant à un spectacle est un autre facteur à prendre en compte dans le rapport entre le public et les lieux de diffusion. Cette inquiétude est plus prononcée chez les spectateurs les plus vulnérables, comme les personnes âgées. Elle se manifeste d’autant plus qu’on a pu remettre en doute la capacité des lieux de diffusion culturelle à éviter que les rassemblements ne deviennent des lieux de propagation lors de la pandémie (Roaa et Balme, 2023). Dans un contexte de crainte, de nombreux spectateurs ont préféré les activités extérieures aux activités culturelles intérieures (Muller, 2022). Aux yeux de certains spectateurs, et ce, même après la pandémie, la salle de spectacles semble rester à risque selon le degré d’intimité et de liberté de mouvement permis par le lieu et la nature du spectacle : spectacle requérant le silence du public ou spectacle permettant aux spectateurs de danser et de bouger, accès à de la nourriture et à des boissons en salle, espace suffisant entre les spectateurs, etc. (Sirois et Bélanger, 2023).

Un autre élément dont les effets sur la fréquentation des arts de la scène sont à prendre en compte est la recrudescence du télétravail. Si le travail à la maison a justifié le besoin de multiplier les activités en dehors pour des raisons évidentes de socialisation, il diminue aussi les occasions de fréquenter les lieux culturels et plus largement les déplacements (Muller, 2022). En effet, le télétravail a privé les centres-villes – où se situent de nombreuses installations culturelles – d’une part importante de travailleurs et donc de spectateurs. Le télétravail et les couvre-feux successifs ont aussi bouleversé les habitudes de consommation culturelle : les citoyens ont dû privilégier des modes de consommation culturelle alternatifs, comme les plateformes de diffusion à la demande ou d’autres formes de loisirs tels que les activités sportives en plein air (Guillaume et Bélanger, 2023). La question est donc de savoir si ces comportements émergents deviendront de nouvelles habitudes de consommation culturelle et à quel degré les anciennes habitudes reviendront dans la vie des citoyens.



Les données analysées dans la partie précédente montrent clairement un effet de rattrapage en 2022, bien qu'un retour à la normale ne soit toujours pas d'actualité. Dès la levée des restrictions, le public a cherché à rattraper de façon intensive une vie culturelle bridée par plusieurs mois de pandémie (Muller, 2022). L'effet de rattrapage se manifeste en France dès 2021 avec la réouverture des salles et une part importante de citoyens déclarant multiplier les sorties culturelles pour compenser leur interdiction. L'année suivante, cette proportion est un peu moins élevée, mais toujours conséquente. L'effet de rattrapage se maintient donc en 2022, mais il semble s'estomper à mesure que les dernières restrictions sanitaires sont levées.

Au cours de la pandémie, la réouverture des salles de spectacles a été permise grâce à des mesures de distanciation sociale telles que des jauges à moitié pleines, le port du masque et l'obligation de présenter une preuve de vaccination. Bien que ces mesures aient permis de rassurer une partie du public et de le ramener en salle, elles ont aussi pu avoir un effet dissuasif, certains spectateurs jugeant qu'elles ont nui à leur liberté et à la qualité de leur expérience (Sirois et Bélanger, 2023). Pour certains types de spectacles, la réduction de l'espace à la fois pour le public et les artistes sur scène a tout simplement rendu la plupart des lieux de diffusion inaptes à accueillir des spectacles (Taylor et coll., 2020). Ces mesures ont aussi entraîné une diminution des revenus et une augmentation des coûts, et ont affecté la rentabilité et les liquidités des diffuseurs culturels (Fortier, 2019). Certes, une partie des pertes ont été épongées par les bailleurs de fonds, mais la levée des aides publiques après la pandémie, alors que plusieurs secteurs des arts de la scène sont encore loin d'avoir retrouvé leur niveau de fréquentation pré-pandémique, met en difficulté financière des pans entiers de l'écosystème culturel.

La restriction de mouvement, allant du couvre-feu à la fermeture des frontières, a également eu un impact négatif sur la fréquentation des arts de la scène en privant les institutions d'un public non local (Naef et Birchler, 2022). À défaut de pouvoir compter sur un public ou des artistes venus de plus loin, la restriction des déplacements a amené à

une réaffirmation de l'aspect local (Mouillot, 2021). Cette dynamique est sous-tendue par trois tendances : une attention moindre portée à l'aspect national ou international des programmations au profit des artistes locaux; moins de compétition pour plus de collaboration dans les modes de gouvernance au sein du milieu culturel; et plus d'innovations numériques (Rentschler et Lee, 2023).

La gestion politique de la pandémie a pu teinter la perception des citoyens vis-à-vis des arts vivants. En effet, alors que des pans entiers de l'économie ont été mis à l'arrêt, certains secteurs ont pu continuer leurs activités, car jugés essentiels au bon fonctionnement de la société. Les arts de la scène ont été déclarés « non essentiels ». Or, le fait de réduire les spectacles à une activité non essentielle au détriment, par exemple, de l'ouverture de pistes de ski en Suisse est en soi problématique, car, en plus de hiérarchiser les activités culturelles et de leur imposer une échelle de valeur, il vient réduire les impacts manifestes de la culture sur les citoyens en temps normal comme en temps de crise (Naef et Birchler, 2022).

Pour aborder la question de l'utilité de l'art en temps de crise sanitaire, il est pertinent de rappeler la fonction de socialisation que remplit l'art (Pittet, 2020). La culture sert à la fois à motiver le rassemblement et donc à créer et renforcer les liens sociaux et émotionnels entre individus, mais aussi à asseoir des liens collectifs à travers le développement d'une identité culturelle commune. « Ne pas être social n'est pas une option [...] c'est quand les individus sont isolés que les pires choses arrivent » (Fuentes, 2020).

En réaction à l'isolement social et aux restrictions des libertés, beaucoup ont exprimé leur besoin viscéral d'interactions sociales à travers des activités culturelles collectives comme les festivals (Roaa et Balme, 2023). Une étude menée auprès de jeunes Québécois démontre cette « urgence » de fréquenter des salles de spectacles qu'ont ressentie les 44 ans et moins dès que les lieux de diffusion ont pu accueillir à nouveau du public (Allard et coll., 2020). S'il ne se traduit peut-être pas par un

sentiment aussi vif, le besoin de se rassembler et de socialiser est tout aussi prégnant chez les personnes plus âgées (Naef et Birchler, 2022).

Le rôle des spectacles est intimement lié à un besoin de socialisation, d'interaction et de participation à des expériences collectives et immersives (Kelsey et coll., 2021). Assister, ensemble, à un spectacle montre aussi ce besoin de reconnecter non seulement avec ses semblables, mais aussi avec les artistes. Inversement, la présence du spectateur permet à l'artiste de vivre une médiation entre lui et son art (Novat, 2023). Il n'est donc pas étonnant que le spectacle en présentiel soit préféré aux activités culturelles virtuelles (Allard et coll., 2020) et que bien des spectateurs n'aient pas continué leur consommation de spectacles en ligne après avoir essayé (Sirois et Bélanger, 2023).

La pandémie a permis de démontrer que manquer à ce besoin de socialisation peut s'avérer hautement préjudiciable. L'isolement social peut entraîner de graves problèmes de santé mentale (Brooks et coll., 2020) et physique comparables à ceux de la haute tension, de l'obésité et du tabagisme (House et coll., 1988). Plusieurs études scientifiques ont démontré une augmentation du risque de suicide (Barbisch et coll., 2015), de dépression (Hawryluk et coll., 2004), de stress (DiGiovanni et coll., 2004) et de symptômes de stress posttraumatique (Reynolds et coll., 2008) lors de l'imposition d'une quarantaine.

Un autre frein à la reprise concerne le fait que l'offre culturelle est jugée moins en phase avec les attentes du public, selon une étude française (Muller, 2022). Ce décalage est soulevé principalement par les jeunes, les personnes les plus diplômées et les familles. L'étude ne dit pas en quoi l'offre culturelle semble moins en phase avec les attentes du public, toutefois ce décalage serait à questionner. À quel point joue-t-il sur la fréquentation? A-t-il été amplifié par la pandémie et le changement des habitudes de consommation? Quelles sont ces attentes vis-à-vis de l'offre artistique? Le vécu pandémique, c'est-à-dire les traces visibles ou invisibles laissées par l'expérience de la pandémie, y est-il pour quelque chose ?

La COVID-19 semble avoir joué le rôle de « catalyseur de changement » pour le secteur culturel, qui a été forcé de s'adapter face à l'imprévisibilité et au caractère inédit de la situation (Lee et coll., 2020). Cette adaptation a, entre autres, accéléré la numérisation de la culture (Naef et Birchler, 2022), en premier lieu parce que l'accès à l'espace physique a été contraint. Les confinements, les couvre-feux et la fermeture des lieux de diffusion ont fait surgir ce besoin de garder le contact autant pour les artistes que pour le public (Bigay, 2022).

Ce contact s'est matérialisé par l'abondance d'activités en direct (livestream). Ces activités ont donné l'occasion à l'artiste et à son public de maintenir un lien à travers une interactivité réinventée. En effet, les activités artistiques diffusées sur des plateformes numériques permettent au public de réagir en direct et, parfois, elles lui donnent la possibilité d'agir à différents degrés sur l'évolution de l'activité artistique (Bigay, 2022). La diffusion en direct offre un éventail multiple d'expériences singulières et individuelles et constitue en soi une forme de socialisation (Trottier et Pistien, 2023). Ce mode d'interaction entre les artistes et le public a pu aussi rendre certains types de spectacles (par exemple, ceux de musique classique) plus accessibles aux yeux de spectateurs (Nguyen, 2018).

En prenant l'exemple de la diffusion en ligne de spectacles de danse et de théâtre en France, des chercheurs (Jonchery et Lombardo, 2020) ont montré que, grâce au visionnement en ligne, un lien artistique a été maintenu avec le public, âgé notamment, dont le taux de pratique a triplé au cours de la première vague. Le report des sorties physiques au profit du visionnement en ligne n'est pas si évident et il est aussi possible que cette forme de diffusion ait conquis un nouveau public. La consommation d'activités culturelles en ligne s'est-elle traduite par une venue en salle à la réouverture des lieux de diffusion ou si, au contraire, les pratiques numériques impliquent-elles, dans une certaine mesure, une substitution aux pratiques en présentiel? Cette deuxième option est une hypothèse avancée par certains, notamment chez les 15 ans à 24 ans (Muller, 2022), tandis que d'autres l'infirmement (Sirois et Bélanger, 2023).

Les plateformes numériques montrent aussi leurs limites : « le spectacle vivant, c'est pas très vivant à distance » (cité dans Naef et Birchler, 2022). Si la captation et la diffusion en direct mettent à disposition de nombreuses activités artistiques à travers la médiation de plateformes web, elles ne réussissent en revanche ni à atteindre un haut degré de sensibilité et d'authenticité ni à faire émerger ce sentiment de communion vécu dans une salle de spectacle. « [Le livestreaming] n'éprouve pas seulement le vivant, il l'épuise » (Abe, 2019, cité dans Trottier et Pistien, 2023).

La numérisation des arts de la scène pose également la question de l'accessibilité technologique et de la littératie numérique pour des groupes ayant un plus faible accès à internet ou ne maîtrisant pas ou maîtrisant mal les outils numériques (Naef et Birchler, 2023). Enfin, la montée de ces plateformes comme YouTube, Facebook, Twitch et Instagram est problématique puisqu'elle n'amène pas ou très peu de revenus aux artistes (Kelsey et coll., 2021; Quartz, 2020; Vandenberg et coll., 2021).

Les changements et les innovations induits par la pandémie n'ont pas été que d'ordre numérique. Dès 2020 et le premier confinement, les artistes ont dû faire preuve d'inventivité pour adapter leur pratique aux mesures de distanciation sociale, soit en développant des contenus et une présence numériques, soit en réinventant leur lien avec l'espace physique et en développant de nouvelles formes de diffusion en présentiel (Naef et Birchler, 2022). Ainsi, les artistes comme les spectateurs ont usé de différentes stratégies pour contourner les règles sanitaires et permettre les rencontres en présentiel (Jeannotte, 2021). Par exemple, il a pu s'agir d'amener des enregistrements de spectacles dans des résidences pour personnes âgées, d'organiser des concerts à l'extérieur des hôpitaux, de permettre le retour des drive-in et de réaliser des concerts sur des balcons.

Ces modes de diffusion où les artistes se produisent dans les lieux de vie des citoyens dévoilent peut-être une nouvelle ère dans le rapport des arts de la scène et de ses publics. L'ère du télétravail, des cours en ligne

et des formations à distance, où les déplacements sont reconfigurés, où les artistes vont davantage à la rencontre de leurs publics dans des lieux atypiques. Une ère où les habitudes culturelles changent et où la place des arts de la scène n'est plus la même qu'à l'époque pré-COVID. Deux ans de séparation laissent des traces dans la façon de consommer la culture. Rétablir le lien avec les publics et les non-publics paraît donc essentiel. Quelle place occupera le numérique dans cette relation? Si les activités culturelles numériques ont servi à garder le lien faute de pouvoir maintenir des rencontres physiques, que deviennent-elles, elles et leurs publics, après la pandémie? Du temps et des efforts seront aussi nécessaires pour que tous les spectateurs se réapproprient la salle de spectacles et s'y sentent de nouveau à l'aise. Il pourra être ardu de trouver l'équilibre entre le besoin de sécurité pour rassurer les plus vulnérables et l'envie d'une expérience en salle rehaussée, affranchie de toute mesure sanitaire. En plus de reconstruire le lien de confiance entre les spectateurs et les arts de la scène, les acteurs du milieu devront à nouveau prouver leur légitimité et réaffirmer leur place de service essentiel au sein de la société.

Cette revue de la littérature permet de formuler plusieurs hypothèses quant aux impacts de la pandémie de COVID-19 sur l'évolution de la fréquentation des arts de la scène :

- Le rattrapage amorcé en 2022 pourrait perdurer, mais un retour à des niveaux pré-pandémiques n'est pas assuré;
- La forte inflation postpandémique, combinée à la baisse du soutien public et à la forte hausse des coûts de production, pourrait continuer à freiner la consommation culturelle;
- Les reports et les annulations de spectacles pendant la pandémie pourraient avoir érodé la confiance du public et durablement affecté le comportement des consommateurs, les poussant à acheter des billets à la dernière minute;

- La crainte d'une contamination lors d'événements, en salle notamment, resterait un facteur dissuasif, en particulier pour les personnes âgées et vulnérables;
- Le télétravail pourrait réduire les occasions de fréquenter les lieux culturels, notamment au centre-ville, où de nombreuses institutions culturelles sont situées;
- Les nouvelles habitudes de consommation culturelle adoptées durant la pandémie (ex. : consommation d'activités culturelles en ligne ou plus grande consommation d'activités en plein air) pourraient perdurer et remplacer des habitudes de consommation culturelle pré-pandémiques;
- Les spectateurs pourraient continuer à préférer les spectacles en présentiel aux activités culturelles virtuelles, malgré les innovations numériques développées durant la pandémie;
- L'isolement social imposé pendant la pandémie pourrait avoir des impacts durables sur la santé mentale et physique, augmentant également le besoin d'interactions sociales à travers les activités culturelles;
- L'offre culturelle actuelle pourrait ne plus être en phase avec les attentes du public, en particulier les jeunes, les personnes les plus diplômées et les familles;
- La numérisation des arts de la scène pourrait poser des problèmes d'accessibilité technologique et de littératie numérique pour certains groupes de la population;
- Les nouvelles formes de diffusion artistique développées pendant la pandémie, telles que les spectacles en plein air ou les concerts sur les balcons, pourraient perdurer et influencer les habitudes culturelles post-pandémiques;

- La place de la culture pendant la pandémie (service non essentiel) pourrait avoir impacté durablement la perception de la population vis-à-vis des arts de la scène.

Ces hypothèses fournissent d'intéressantes pistes de réflexion pour expliquer l'évolution de la fréquentation des arts de la scène à la suite de la pandémie de COVID-19. Certaines pourront être infirmées ou confirmées grâce aux résultats de l'étude, notamment celles qui sont liées au comportement des spectateurs. Les autres, en particulier celles liées à l'offre, dépassent le cadre de la présente étude.

---

## **SONDAGES SUR LES PUBLICS ET LES NON-PUBLICS DES ARTS DE LA SCÈNE**

### **3.1 MÉTHODOLOGIE DES SONDAGES**

Les résultats présentés dans cette section sont issus de deux sondages. Le premier désigné comme le sondage national est un sondage panel web administré par la firme Léger. Le second, dit recontactant, est un sondage administré par la firme Léger également : les répondants y étant sollicités parmi les répondants du sondage national. Les questionnaires ont été élaborés de manière complémentaire : les réponses des deux questionnaires sont liées dans le cas des répondants au sondage recontactant.

#### **3.1.1 Le sondage national**

Le sondage par panel web a été réalisé du 16 octobre au 20 novembre 2023 auprès de 6 162 Québécois(es), âgé(e)s de 16 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais. La firme Léger a soumis le questionnaire à son panel en ligne LEO.

À l'aide des données de Statistique Canada (recensement 2021), les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue parlée à la maison, le niveau de scolarité, les régions administratives et la présence d'enfants dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

Les sondages par panel web ne sont pas aléatoires puisque les répondants sont issus d'un panel déterminé<sup>7</sup>. Toutefois, l'échantillon de

répondants est prélevé selon des critères de représentativité de façon à refléter les caractéristiques sociodémographiques de la population.

Les résultats obtenus ont été rapportés sur la base de la population de 16 ans et plus pour estimer le nombre de spectateurs et les niveaux d'assistance au Québec.

Les répondants étaient invités à préciser leur comportement au cours des douze derniers mois. Compte tenu de la date de réalisation du sondage, on peut considérer que les résultats reflètent la période de novembre 2022 à octobre 2023. Toutefois, pour simplifier la communication des résultats, nous présenterons ceux-ci comme le reflet de l'année 2023.

#### **3.1.2 Le sondage recontactant**

Le sondage recontactant prend la forme d'un sondage de rappel. Il consiste à recontacter les mêmes personnes ayant participé au sondage précédent pour obtenir des informations supplémentaires. Cette solution a été retenue, car les questionnaires devenaient trop longs pour être remplis en une séquence. Ce type de sondage permet de lier les réponses d'un même répondant aux deux sondages.

Le sondage en ligne a été réalisé du 11 décembre 2023 au 19 décembre 2023 auprès des 6 162 répondants du sondage national : 4 094 personnes ont répondu au sondage recontactant. Comme il s'agit d'un rappel, il n'y a pas de pondération qui est appliquée lors de la collecte. Toutefois, l'analyse du profil des répondants selon le sexe, l'âge, la langue parlée à la maison, le niveau de scolarité et les régions administratives a montré une bonne représentativité sauf une légère sous-représentation des 16 ans à 24 ans. Cette dernière a été corrigée au stade de l'analyse.

<sup>7</sup> À titre comparatif, dans le cas d'un sondage aléatoire, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 6 254 répondants est de  $\pm 1,2$  %, et ce, 19 fois sur 20.

### 3.1.3 Les questionnaires et les banques de données

Les questionnaires des deux sondages ont été rédigés conjointement. Ils partagent donc plusieurs aspects communs notamment pour établir le profil sociodémographique et de fréquentation des arts de la scène.

Le questionnaire pour le sondage national (annexe 2) comprend 40 thèmes qui pour certains se décomposent en plusieurs questions. Le questionnaire était accessible en français et en anglais. Les choix de réponse étaient présentés de façon aléatoire lorsque cela était pertinent : en mélangeant au hasard les choix de réponses, on tente de neutraliser l'effet « premier vu, premier choisi ».

Le questionnaire pour le sondage recontactant (annexe 3) comprend 30 thèmes qui pour plusieurs se décomposent en plusieurs questions. Comme pour le sondage national, le questionnaire était accessible en français et en anglais et les choix de réponse étaient présentés de façon aléatoire lorsque cela était pertinent.

Ces questionnaires ont été optimisés pour tirer le meilleur parti de l'informatisation des formulaires. Les réponses collectées sont d'une grande richesse et les résultats communiqués dans l'Étude des publics des arts de la scène au Québec ne représentent qu'une petite partie des données et des connaissances qui peuvent en être extraites.

Les banques de données associées à l'Étude des publics des arts de la scène au Québec sont disponibles pour des travaux de recherche ou d'étude. Il suffit de compléter et de transmettre une lettre d'engagement pour y avoir accès.

[www.daiglesaire.ca/upload/pdf/DS\\_GTFAS\\_Demande\\_Banque\\_Donnees.docx](http://www.daiglesaire.ca/upload/pdf/DS_GTFAS_Demande_Banque_Donnees.docx)

### 3.1.4 Notes pour la lecture des résultats

La section 3 présente des résultats issus des sondages. Dans le but de simplifier et d'alléger la lecture, certains choix conventionnels sont retenus :

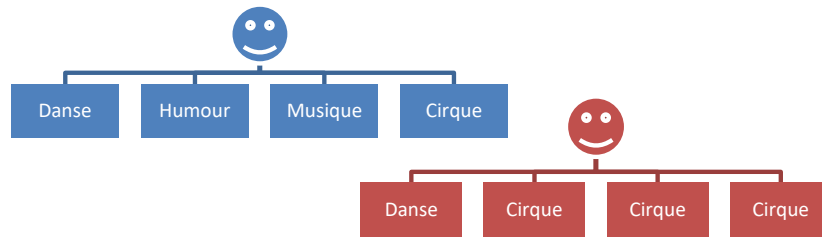
- Les nombres présentés ont été arrondis. Ce sont cependant les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Les totaux de certains tableaux ne correspondent donc pas nécessairement à la somme des parties, en raison de l'arrondissement des données.
- Le questionnaire du sondage national permet d'enregistrer la fréquentation aux spectacles amateurs et professionnels, intérieurs et extérieurs, gratuits et tarifés. Sauf spécifications contraires, les résultats présentés sont ceux correspondant aux spectacles professionnels tarifés intérieurs et extérieurs. **Un astérisque (\*) signifie que le résultat correspond aux spectacles professionnels tarifés intérieurs et extérieurs.**

Par exemple, « assistance\* » réfère à l'assistance aux spectacles professionnels tarifés intérieurs et extérieurs ou encore les « spectateurs\* de la danse » signifie les spectateurs aux spectacles professionnels tarifés intérieurs et extérieurs de danse.

- Un « spectateur » est une personne qui assiste à un ou plusieurs spectacles. L'« assistance » mesure le nombre de spectacles auxquels a assisté ce spectateur. En d'autres mots, l'assistance rend compte du nombre total d'entrées générées par un spectateur donné.

Dans le schéma suivant, le mode de calcul est représenté par deux spectateurs (figures rondes) assistant chacun à quatre spectacles différents (figures rectangulaires). Au total, ces deux spectateurs génèrent donc une assistance combinée de huit entrées.

**fig.10 Calcul du nombre de spectateurs et de l'assistance selon les disciplines**



	Spectateurs	Assistance
Danse	2	2
Humour	1	1
Musique	1	1
Cirque	2	4
Total	2	8

- Les disciplines des spectacles sont enregistrées selon dix catégories définies, à l'image de celles retenues par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec pour mesurer la fréquentation des spectacles. Afin d'alléger la présentation et la lecture des résultats, certaines catégories disciplinaires ont été abrégées. Les abrégés équivalent aux catégories entières :

- . Danse = Danse
- . Musique classique = Musique classique et opéra
- . Musique instrumentale = Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.
- . Théâtre = Théâtre
- . Chanson francophone = Chanson francophone
- . Chanson anglophone = Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français
- . Humour = Humour
- . Cirque = Cirque
- . Comédie musicale = Comédie musicale et revue musicale
- . Variétés = Variétés et magie

- Par le terme « spectacle », il faut entendre un spectacle de l'une des dix catégories des arts de la scène ci-dessus. Dans les parties subséquentes, les résultats sont présentés selon les publics de ces spectacles : en intérieur ou en extérieur, tarifés ou gratuits, professionnels ou amateurs. Les publics des arts de la scène ayant des pratiques exclusivement en ligne ou ne

fréquentant que des activités de médiation font partie des non-publics dans le cadre de cette étude. Enfin, l'étude ne tient pas compte des entrées liées au tourisme.

- Six figures types de spectateurs ont été construites afin de structurer l'assistance et de faciliter la lecture des résultats. Elles sont établies selon le nombre de spectacles professionnels tarifés fréquentés durant une année :

- . Le non-public = 0 spectacle\*
- . Les spectateurs occasionnels = 1 ou 2 spectacles\*
- . Les spectateurs intéressés = 3 ou 4 spectacles\*
- . Les spectateurs assidus = 5 à 9 spectacles\*
- . Les spectateurs passionnés = 10 à 19 spectacles\*
- . Les spectateurs insatiables = 20 spectacles\* et plus

Si ces figures comportementales tiennent compte de l'intensité de fréquentation, elles n'en demeurent pas moins des artéfacts méthodologiques sans intention de se substituer aux variables étudiées par la suite dont elles dépendent.



### 3.2 PROFIL GÉNÉRAL DES PUBLICS ET DES NON-PUBLICS

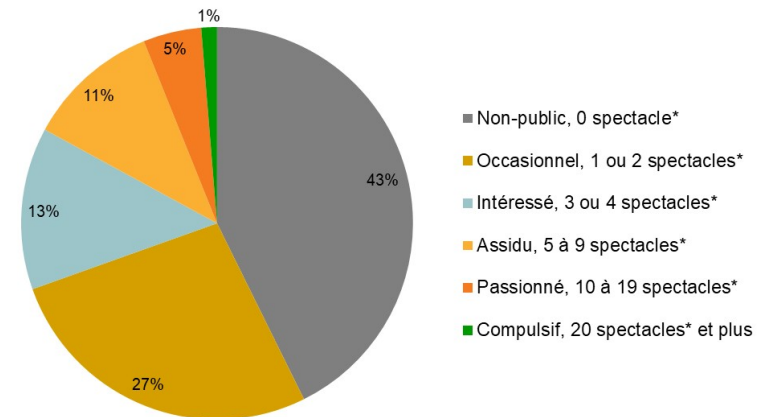
#### 3.2.1 Public du spectacle professionnel tarifé<sup>8</sup>

En 2023, les spectacles professionnels tarifés de toutes les disciplines en arts de la scène étaient fréquentés par près de 4,1 M de spectateurs\*, qui ont généré une assistance\* de 18 M d'entrées. Ces publics voyaient donc en moyenne 4,4 spectacles\*.

Les femmes représentent la majorité des spectateurs\* (51 %) et composent aussi un peu plus de la moitié (51 %) de l'assistance\* totale. Tandis que l'âge moyen des spectateurs\* est de 49 ans, celui de l'assistance\* est de 45 ans.

Plus de la moitié (57 %) de la population du Québec âgée de plus de 16 ans a assisté à au moins 1 spectacle\* professionnel tarifé en 2023, ce qui représente 4 156 000 personnes. Les spectateurs\* occasionnels (1 ou 2 spectacles\* par année) sont les publics les plus nombreux; ils représentent 27 % de la population. Les spectateurs\* intéressés (3 ou 4 spectacles\*) et les spectateurs\* assidus (de 5 à 9 spectacles\*) forment une proportion à peu près équivalente, pour une part combinée de 24 % de la population. Les spectateurs\* qualifiés de passionnés (de 10 à 19 spectacles\*), quant à eux, représentent 5 % de la population, tandis que les spectateurs\* compulsifs en constituent seulement 1 %.

**fig.11 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



8 La section 3.2.5 présente le profil du non-public du spectacle professionnel tarifé.

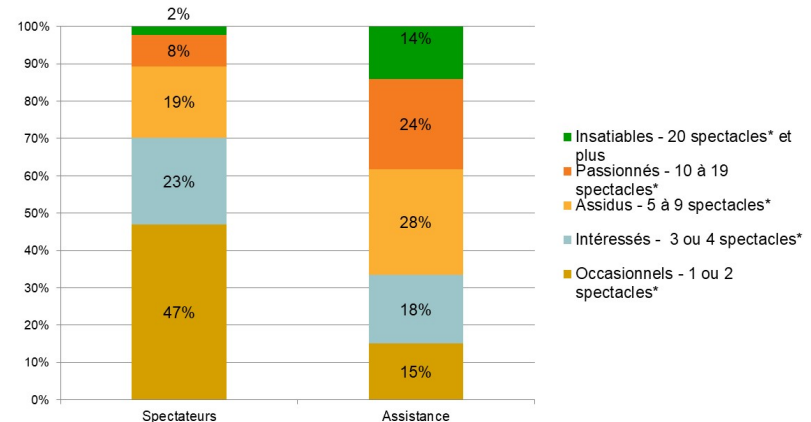
Au regard des publics\* des arts de la scène, les spectateurs\* occasionnels sont de loin les plus nombreux. Ils rassemblent 47 % de tous les spectateurs\*, ce qui équivaut à 1 948 000 personnes. Ils sont responsables de plus de 2 750 000 entrées. Les spectateurs\* insatiables, qui sont près de 30 fois moins nombreux (94 000), parviennent pourtant à générer une assistance\* assez proche de celle produite par les spectateurs\* occasionnels (2 564 000 entrées contre 2 750 000).

Ainsi, représentant seulement 2 % des publics\*, ces spectateurs\* insatiables génèrent 14 % de toutes les entrées. À l'inverse, les spectateurs\* occasionnels, avec leur part de 47 %, ne sont responsables que de 15 % de l'achalandage. Les spectateurs\* passionnés aussi, qui composent 8 % des publics\*, produisent bien davantage d'assistance\* (24 %) que la proportion des spectateurs\* qu'ils représentent. Ce sont les spectateurs\* assidus, qui regroupant 797 000 personnes (19 %), enregistrent l'assistance\* la plus forte, soit 5 131 000 entrées\* (28 %).

**tab.3 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

	Spectateurs*		Assistance*	
	En milliers	%	En milliers	%
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1948	47 %	2 750	15 %
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	969	23 %	3 309	18 %
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	797	19 %	5 131	28 %
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	348	8 %	4 384	24 %
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	94	2 %	2 564	14 %
<b>Total</b>	4 156	100 %	18 139	100 %

**fig.12 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**



Si l'on considère l'ensemble des intensités de fréquentation annuelle, les femmes rassemblent une proportion de spectateurs\* légèrement moins importante (49 %) que les hommes (51 %). Cependant, dans trois groupes sur cinq, elles sont majoritaires. Elles constituent 53 % du groupe des spectateurs\* assidus et de celui des spectateurs\* intéressés, et 54 % du groupe des spectateurs\* occasionnels, où elles se retrouvent proportionnellement en plus grand nombre.

Chez les spectateurs\* passionnés et insatiables, les hommes (56 %) sont proportionnellement beaucoup plus nombreux que les femmes, à raison de 58 % dans le premier groupe et de 57 % dans le second.

**tab.4 Nombre de spectateurs\* selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

	Masculin		Féminin	
	En milliers	%	En milliers	%
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	896	46 %	1 052	54 %
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	459	47 %	510	53 %
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	375	47 %	422	53 %
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	199	57 %	150	43 %
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	55	58 %	39	42 %
<b>Total</b>	1 984	49 %	2 172	51 %

Sur le plan des assistances\*, le phénomène est assez semblable. Les femmes génèrent un peu moins de la moitié des entrées aux spectacles\* professionnels tarifés dans la globalité, mais sont majoritaires dans les trois catégories qui font état d'une fréquentation plus basse. Les écarts dans les chiffres de l'assistance\* et des spectateurs\* sont exactement les mêmes, sauf dans le groupe des spectateurs\* insatiables, où les hommes représentent 62 % avec 1 589 000 entrées contre 38 % et 975 000 entrées pour les femmes. Il s'agit du plus grand écart en matière de fréquentation annuelle.

**tab.5 Assistance\* selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

	Masculin		Féminin	
	En milliers	%	En milliers	%
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1 266	46 %	1 484	54 %
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	1 557	47 %	1 752	53 %
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	2 392	47 %	2 739	53 %
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	2 506	57 %	1 879	43 %
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	1 589	62 %	975	38 %
<b>Total</b>	9 310	51 %	8 829	49 %

L'assistance\* moyenne varie très peu en fonction du genre des spectateurs\*. Avec une moyenne de 2,6 spectacles par personne\* chez les hommes et de 2,4 spectacles par personne\* chez les femmes, toutes catégories confondues, c'est chez les spectateurs\* insatiables que l'on constate l'écart le plus marqué : les hommes de cette catégorie fréquentent 29 spectacles\* en moyenne, alors que les femmes en fréquentent 24,9. Ce n'est que chez les spectateurs\* assidus que l'on relève une moyenne très légèrement plus élevée chez les femmes (6,5) que chez les hommes (6,4).

**tab.6 Assistance\* moyenne selon le genre et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***

	Spectacles* chez les hommes	Spectacles* chez les femmes
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1,4	1,4
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	3,4	3,4
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	6,4	6,5
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	12,6	12,6
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	29	24,9
<b>Total</b>	2,6	2,4

Alors que l'âge moyen des spectateurs\* se situe à 49 ans, celui au sein de l'assistance\* est légèrement plus bas, soit 45 ans. Cet âge moyen évolue peu pour tous les niveaux de fréquentation annuelle — il oscille entre 48 et 44 ans —, excepté dans le cas des spectateurs\* insatiables, où il rajeunit et est de 40 ans. Même constat pour l'assistance\* : celle qui est associée aux spectateurs\* insatiables affiche un âge moyen de 40 ans. Les grands consommateurs de spectacles\* sont de toute évidence des spectateurs\* plus jeunes que le spectateur\* d'âge moyen.

**tab.7 Âge moyen des spectateurs\* et au sein de l'assistance\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***

	Âge moyen des spectateurs*	Âge moyen de l'assistance*
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	48	47
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	46	46
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	46	46
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	44	44
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	40	40
<b>Total</b>	49	45

La répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* par groupe d'âge reflète en gros les phénomènes qui sont esquissés par les âges moyens du tableau précédent. On constate, dans le tableau qui suit, que le groupe des spectateurs\* occasionnels rassemble le plus de personnes dans les tranches d'âge de 55 ans à 64 ans (355 000) et de 65 ans à 74 ans (336 000). À l'opposé, chez les spectateurs\* insatiables, ce sont les 25 ans à 34 ans (24 000) et les 18 ans à 24 ans (20 000) qui sont les plus nombreux.

Pour les autres niveaux d'intensité, les résultats sont plus partagés. Les spectateurs\* intéressés sont plus nombreux chez les 35 ans à 44 ans (184 000), suivis des 25 ans à 34 ans (165 000). Chez les spectateurs\* assidus, les deux mêmes groupes d'âge sont ceux qui comptent le plus de spectateurs\*, avec 153 000 spectateurs\* chez les 35 à 44 ans et 148 000 spectateurs\* chez les 25 ans à 34 ans. Enfin, les spectateurs\* passionnés sont aussi plus nombreux chez les 35 ans à 44 ans (78 000), tandis que les spectateurs\* insatiables trouvent leur plus grande part de personnes chez les 25 ans à 34 ans (24 000).

Sur le plan de l'assistance\*, les groupes d'âge dominants sont pratiquement les mêmes que ceux qui ont été mis en relief pour les spectateurs\*. Chez les spectateurs\* occasionnels, la tranche des 55 ans à 64 ans obtient le chiffre le plus élevé, avec 499 000 entrées.

La tranche des 35 ans à 44 ans obtient les chiffres d'assistance\* les plus élevés dans toutes les autres catégories. Chez les spectateurs\* intéressés, assidus, passionnés et insatiables, les personnes de cette catégorie d'âge sont responsables respectivement de 614 000 entrées, de 989 000 entrées, de 953 000 entrées et de 662 000 entrées. La tranche des 25 ans à 34 ans arrive en deuxième position dans toutes les catégories.

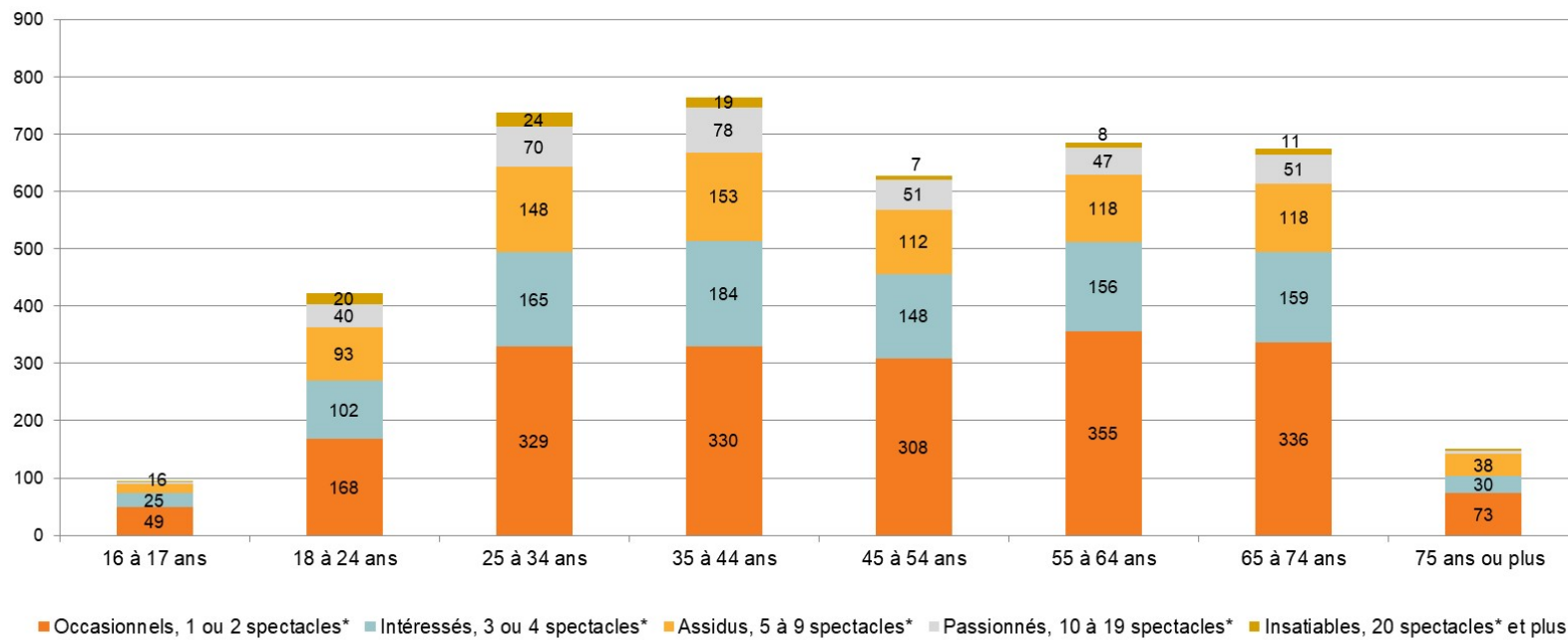
**tab.8 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

		16 à 17 ans	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 54 ans	55 à 64 ans	65 à 74 ans	75 ans ou plus	Total
Nombre de spectateurs*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	49	168	329	330	308	355	336	73	<b>1 948</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	25	102	165	184	148	156	159	30	<b>969</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	16	93	148	153	112	118	118	38	<b>797</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	4	40	70	78	51	47	51	6	<b>348</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	1	20	24	19	7	8	11	3	<b>94</b>
	<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>423</b>	<b>737</b>	<b>765</b>	<b>627</b>	<b>685</b>	<b>675</b>	<b>150</b>	<b>4 156</b>
Niveau d' assistance*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	70	230	496	442	443	499	471	98	<b>2 750</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	85	343	567	614	511	541	547	100	<b>3 309</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	96	598	957	989	710	785	762	235	<b>5 131</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	51	498	933	953	622	585	659	84	<b>4 384</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	32	477	661	662	175	202	280	76	<b>2 564</b>
	<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>2 145</b>	<b>3 614</b>	<b>3 660</b>	<b>2 462</b>	<b>2 611</b>	<b>2 720</b>	<b>594</b>	<b>18 139</b>

Alors que le tableau précédent présentait l'ensemble des données, la figure qui suit permet de mieux apprécier les fluctuations du nombre de spectateurs\* dans l'absolu pour chaque tranche d'âge.

Alors que les tranches de 25 ans à 74 ans sont distinctement celles qui rassemblent le plus de spectateurs\*, soit 600 000 ou plus, on constate aussi à quel point les spectateurs\* occasionnels sont numériquement importants pour chacun des groupes.

**fig.13** Nombre de spectateurs\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)



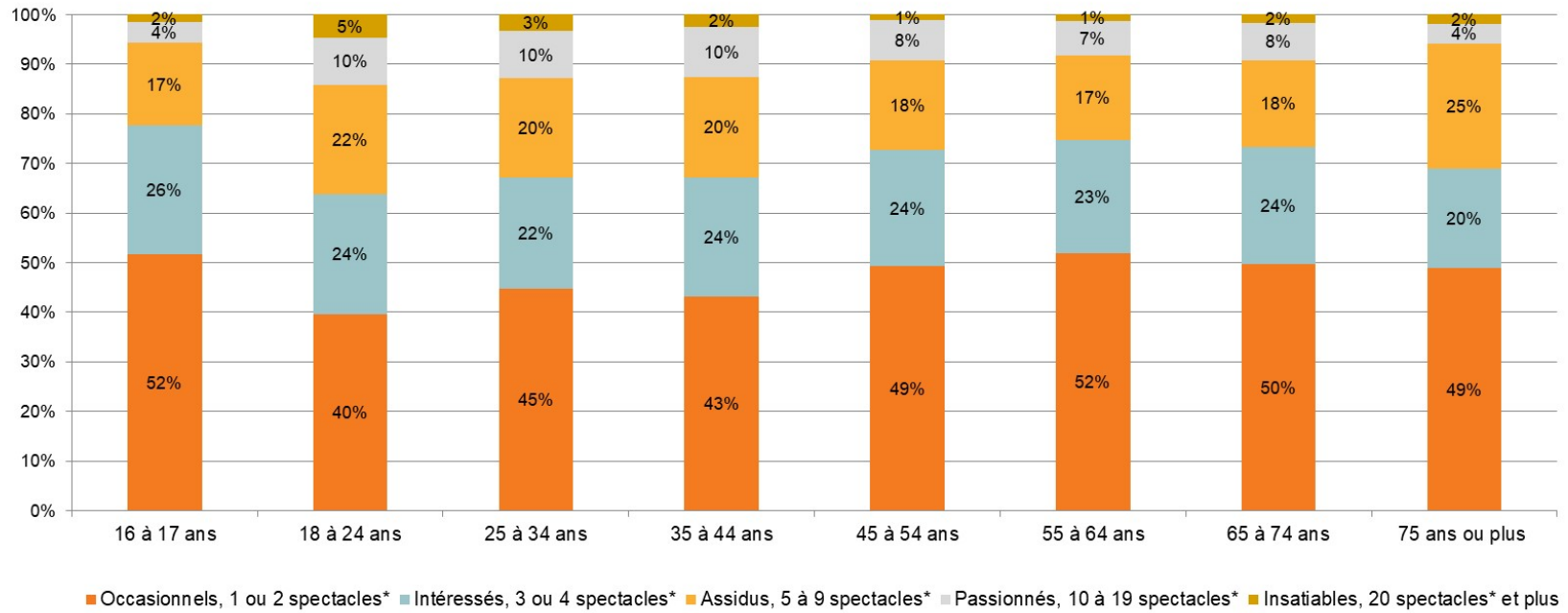
En examinant la composition de chaque groupe d'âge à l'aide de l'échelle proportionnelle, on distingue mieux certaines nuances.

Alors que les spectateurs\* occasionnels forment 40 % des 18 ans à 24 ans, ils forment jusqu'à 52 % des 16 ans à 17 ans et des 55 ans à 64 ans. Les variations sont moins marquées chez les spectateurs\* intéressés, alors qu'ils composent entre 20 % à 26 % des groupes d'âge.

Pour ce qui est des spectateurs\* assidus, leur part fluctue entre 17 % chez les 16 ans à 17 ans et les 55 ans à 64 ans et 25 % chez les 75 ans et plus. La part de chaque groupe d'âge composée de spectateurs\* passionnés oscille entre 4 % et 10 %; ils se retrouvent proportionnellement en plus grand nombre auprès des 18 ans à 44 ans (10 %), alors qu'ils ne forment que 4 % des 16 ans à 17 ans, mais aussi des 75 ans et plus. Quant aux spectateurs\* insatiables, leur plus grande proportion se retrouve chez les 18 ans à 24 ans (5 %) et leur plus basse, chez les 45 ans à 64 ans (1 %).



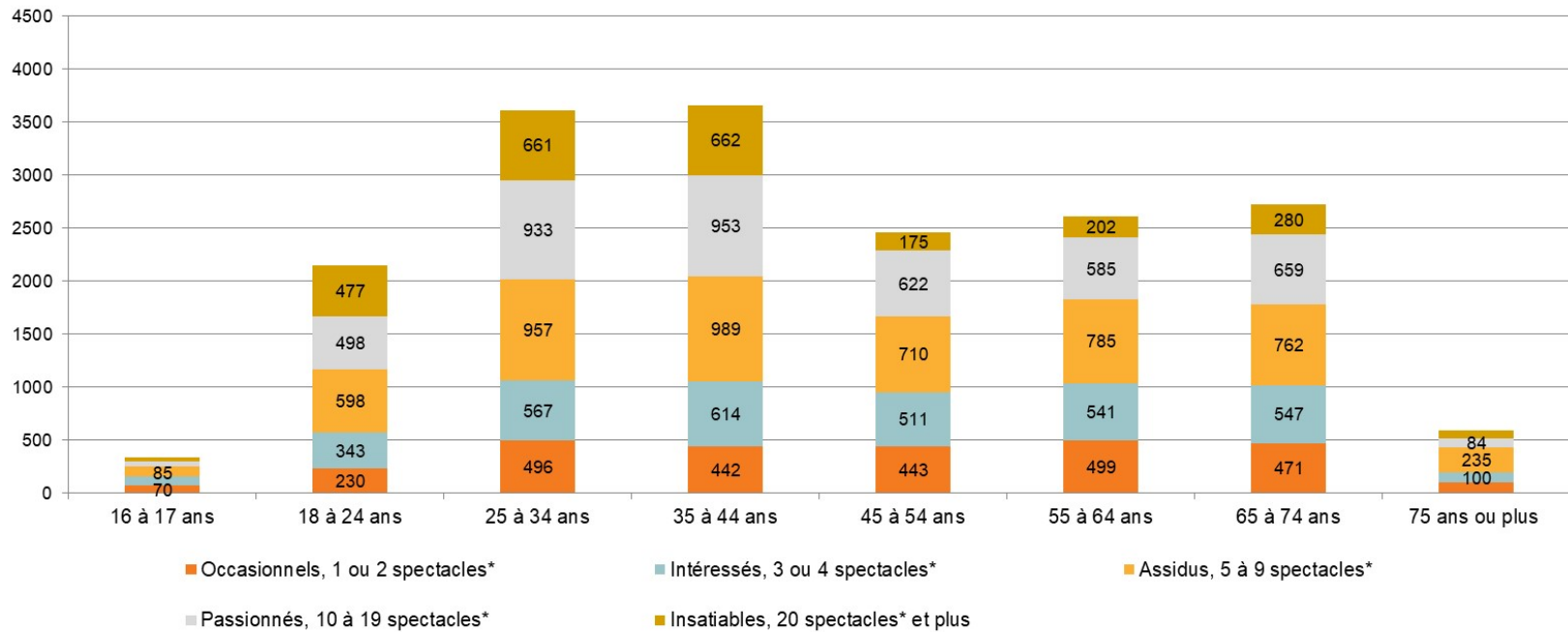
**fig.14 Répartition des spectateurs\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Les différences observées entre les groupes d'âge, pour ce qui est du nombre de spectateurs\*, sont plus contrastées lorsqu'on examine les niveaux d'assistance\*. Après le pic de l'assistance\* totale chez les 35 ans à 44 ans, un creux se dessine chez les 45 ans à 54 ans, avant une légère remontée chez les 65 ans à 74 ans.

Un autre phénomène qu'on distingue bien concerne la place nettement plus importante qu'occupent les spectateurs\* insatiables comparativement aux spectateurs\* occasionnels dans les 3 groupes d'âge qui vont de 18 ans à 44 ans, mais qui s'amenuise ensuite chez les 45 ans et plus.

**fig.15 Assistance\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**



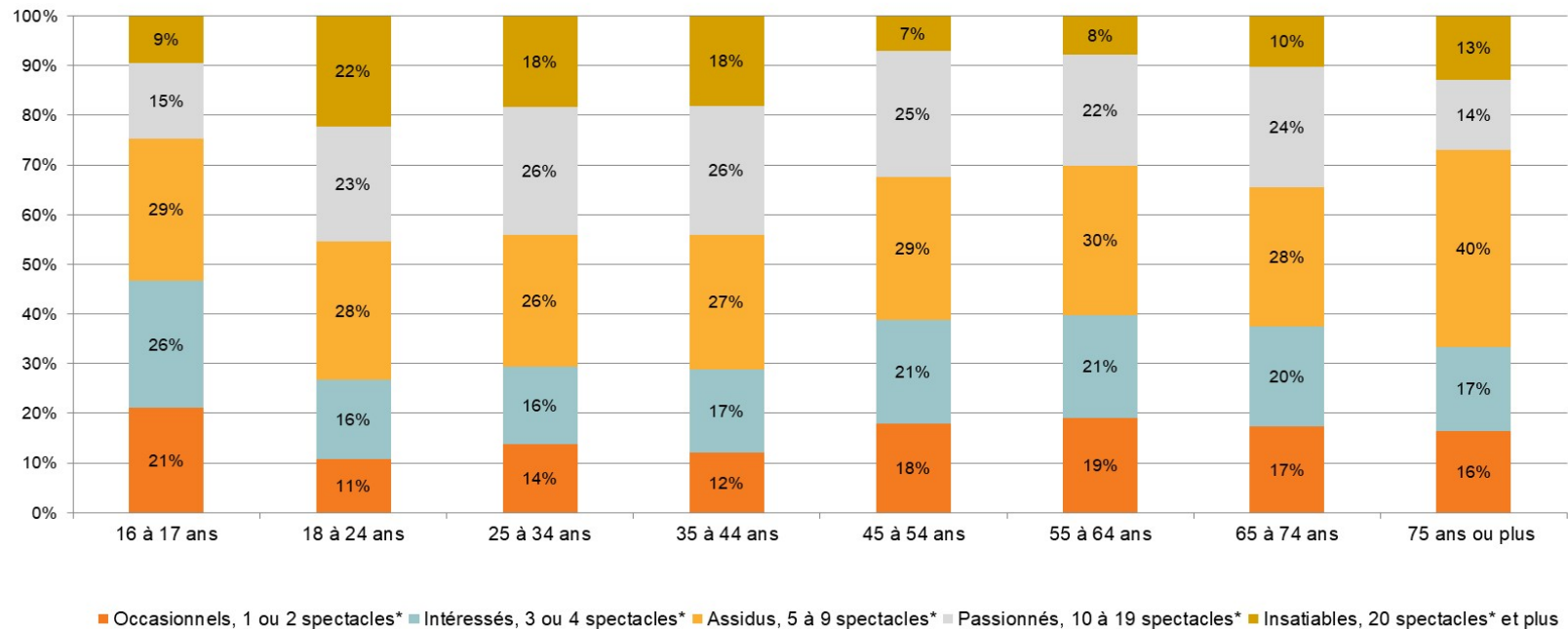
Si l'on continue de tenir compte de l'âge et de l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\*, la répartition de l'assistance\* avec l'échelle proportionnelle montre des variations assez importantes par rapport à la répartition des spectateurs\* vue précédemment.

Par exemple, les spectateurs\* occasionnels, qui formaient entre 40 % et 52 % des divers groupes d'âge, ne représentent plus que de 11 % à 21 % de l'assistance\*. Inversement, les spectateurs\* insatiables, qui ne semblaient représenter que des parts marginales variant entre 1 % et

5 % de tous les spectateurs\* selon les groupes d'âge, génèrent ici minimalement 9 % des entrées chez les 16 ans à 17 ans, mais jusqu'à près du quart (22 %) de l'assistance\* totale des 18 ans à 24 ans.

La part des spectateurs\* insatiables atteint 18 % chez les 25 ans à 34 ans comme chez les 35 ans à 44 ans, soit les 2 groupes d'âge qui comptent les plus grands nombres de spectateurs\*. Parmi les autres particularités notables, les spectateurs\* assidus génèrent 40 % de l'assistance\* chez les 75 ans et plus.

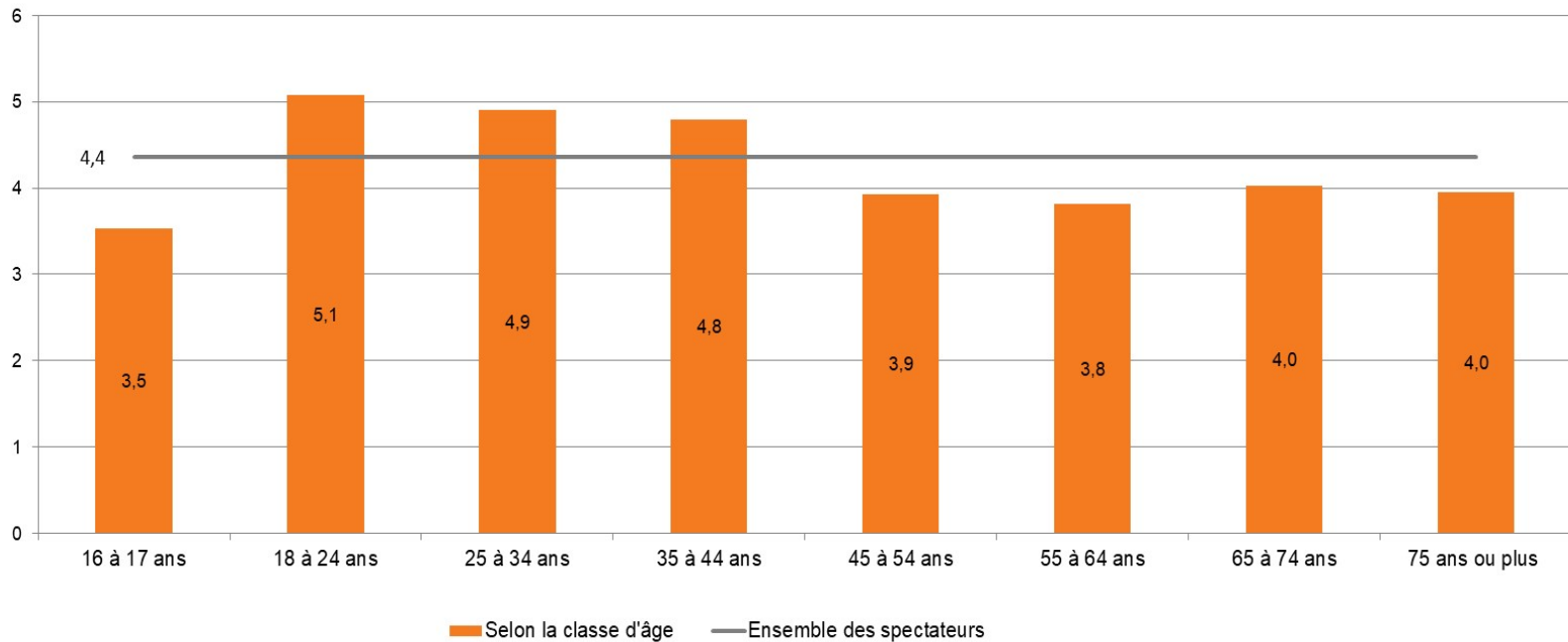
**fig.16 Répartition de l'assistance\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Alors que l'assistance\* moyenne pour l'ensemble des publics\* des arts de la scène, pour les spectacles\* professionnels tarifés, est de 4,4 spectacles\*, elle varie avec l'âge. De 3,5 chez les 16 ans à 17 ans, elle atteint son pic de 5,1 spectacles\* auprès des 18 ans à 24 ans. Ce

nombre moyen de spectacles\* fréquentés annuellement diminue ensuite avec l'âge. Il demeure au-dessus de la moyenne pour les tranches d'âge de 25 ans à 34 ans (4,9) et de 35 ans à 44 ans (4,8). Il est assez stable, entre 3,8 et 4,0, pour les 4 groupes d'âge suivants, soit les 45 ans et plus.

**fig.17 Assistance\* moyenne selon l'âge**



Les spectateurs\* qui détiennent un diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou une attestation de spécialisation professionnelle (ASP) sont de loin le groupe le plus nombreux (1 950 000) parmi tous les spectateurs\* des spectacles\* professionnels tarifés. Cela représente 46 % des spectateurs\*. Ils sont suivis par les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires (795 000), puis par les diplômés universitaires du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle (417 000). Les non-diplômés arrivent en dernière place (67 000). Leur nombre est près de 30 fois moins important que celui des détenteurs d'un DEP, d'un DEC ou d'une ASP.

En segmentant ces données pour tenir compte de l'intensité de fréquentation annuelle — le nombre de spectateurs\* diminue à mesure que le niveau de fréquentation augmente —, c'est sans surprise que l'on retrouve le sous-groupe largement le plus nombreux chez les spectateurs\* occasionnels qui détiennent un DEP, un DEC ou une ASP (943 000). Ce phénomène se retrouve dans toutes les autres catégories de type de fréquentation. Les détenteurs d'un tel diplôme ou d'une telle

attestation arrivent en tête, quel que soit le type d'intensité de fréquentation.

En examinant cette fois les chiffres de l'assistance\*, on voit que les spectateurs\* qui détiennent un DEP, un DEC ou une ASP dominent toujours (7 983 000 entrées), suivis des détenteurs d'un diplôme universitaire de 1<sup>er</sup> cycle (4 434 000 entrées). En troisième position, on retrouve les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires (3 244 000), puis les diplômés universitaires du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle (2 216 000). Les non-diplômés sont encore une fois les moins représentés dans l'assistance. L'écart qui se creuse avec eux est important : ce groupe ne totalise que 262 000 entrées.

En chiffres absolus, ce sont encore les spectateurs\* avec un DEP, un DEC ou une ASP qui sont systématiquement les plus nombreux et qui génèrent les plus hautes assistances\*, quelle que soit l'intensité de la fréquentation annuelle.

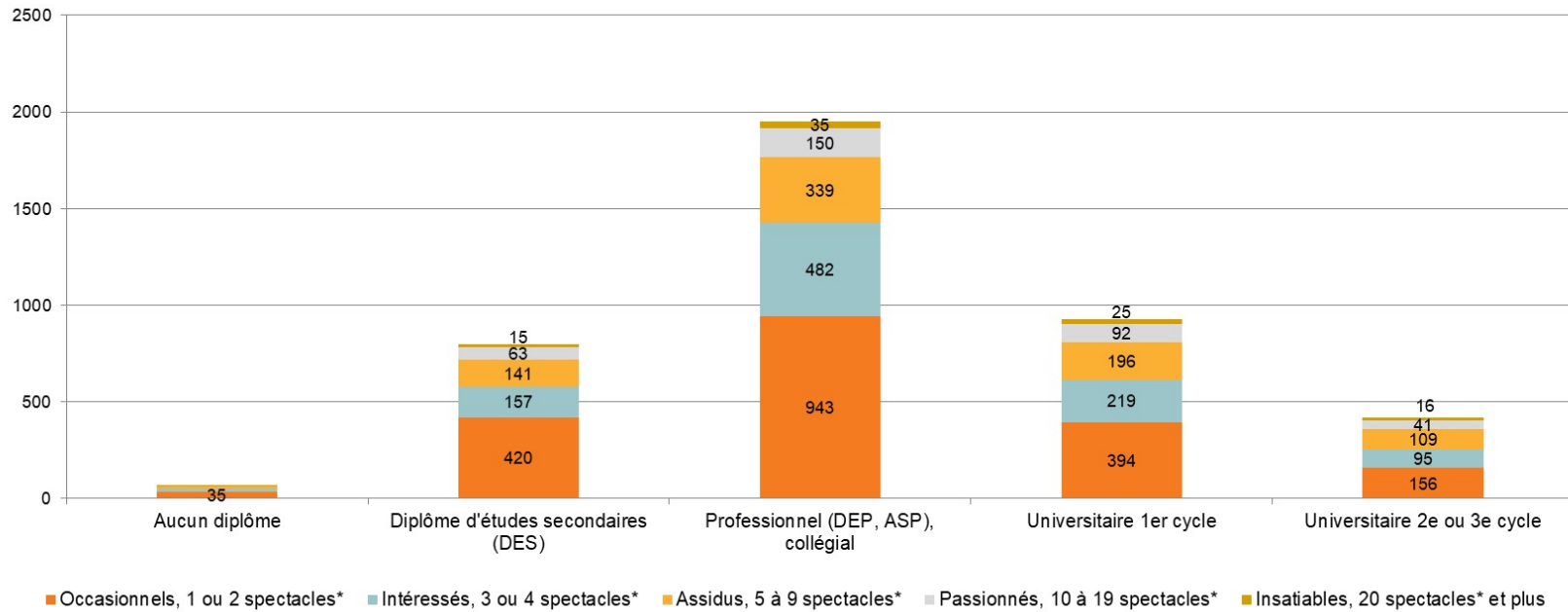
**tab.9 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

		Aucun diplôme	Diplôme d'études secondaires (DES)	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC), ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	Total
Nombre de spectateurs*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	35	420	943	394	156	<b>1 948</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	16	157	482	219	95	<b>969</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	11	141	339	196	109	<b>797</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	3	63	150	92	41	<b>348</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	2	15	35	25	16	<b>94</b>
	<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>795</b>	<b>1 950</b>	<b>926</b>	<b>417</b>	<b>4 156</b>
Niveau d' assistance*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	50	559	1 329	585	226	<b>2 749</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	57	534	1 646	746	326	<b>3 309</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	74	871	2 187	1 262	738	<b>5 131</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	32	785	1 879	1 169	519	<b>4 385</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	49	494	943	672	407	<b>2 565</b>
	<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>3 244</b>	<b>7 983</b>	<b>4 434</b>	<b>2 216</b>	<b>18 139</b>

La forte domination du groupe des spectateurs\* détenant un DEC, un DEP ou une ASP apparaît encore plus nettement dans la figure suivante.

On constate également que la part des spectateurs\* occasionnels est celle qui est la plus importante pour tous les niveaux de scolarité.

**fig.18 Nombre de spectateurs\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**



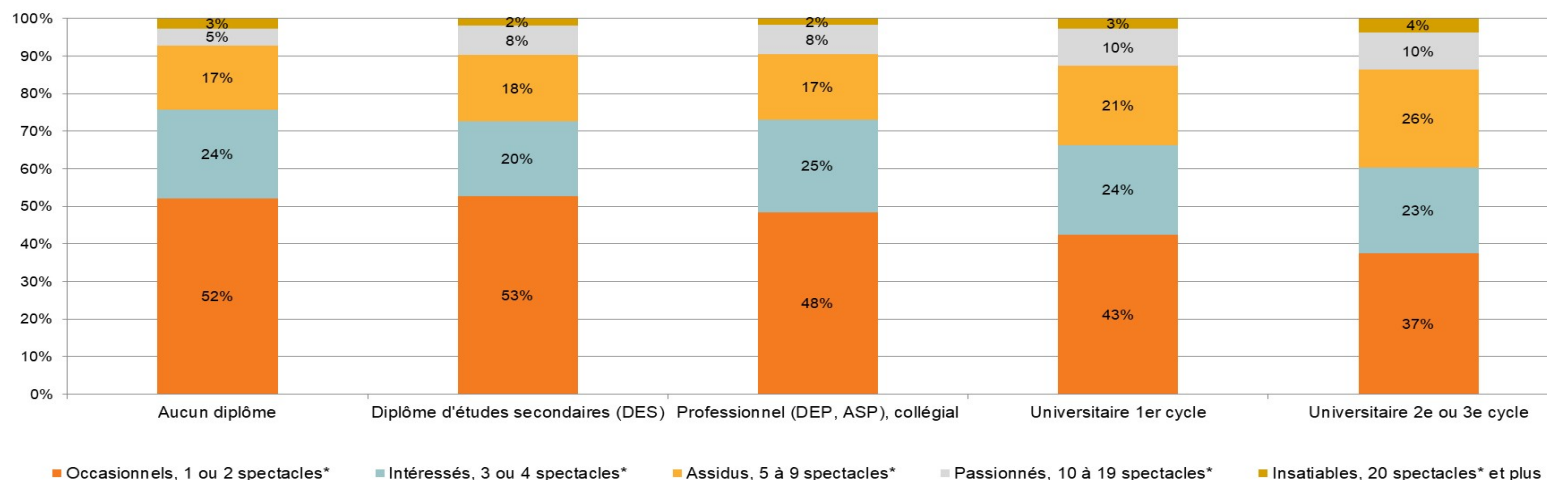
Même si chaque niveau de scolarité rassemble des nombres totaux de spectateurs\* très différents, il apparaît utile de s'attarder à la composition des divers groupes. Comme mentionné précédemment, les spectateurs\* occasionnels dominent pour chaque niveau de scolarité, mais la part qu'ils représentent passe de 53 % chez les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires à seulement 37 % chez les diplômés universitaires de 2<sup>e</sup> ou de 3<sup>e</sup> cycle. Leur proportion diminue donc à mesure que le niveau de scolarité des spectateurs\* s'élève.

À l'autre bout du spectre, en combinant les spectateurs\* passionnés et insatiables, on voit qu'ils composent 8 % des spectateurs\* sans diplôme, 10 % de ceux détenant un diplôme d'études secondaires, et 10 % des détenteurs d'un DEP, d'un DEC ou d'une ASP. Ils

représentent 13 % des détenteurs de diplômes universitaires de 1<sup>er</sup> cycle et 14 % des diplômés universitaires du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle.

Quant aux spectateurs\* intéressés, la part qu'ils représentent dans chaque catégorie de niveau de scolarité varie entre 20 % et 25 %. On retrouve le plus haut pourcentage là encore chez les spectateurs\* dotés d'un DEP, d'un DEC ou d'une ASP. Le plus bas pourcentage se retrouve chez ceux ayant un diplôme d'études secondaires. Les spectateurs\* assidus, eux, sont largement plus représentés chez les diplômés universitaires : ils constituent 26 % des diplômés du 1<sup>er</sup> cycle et 21 % de ceux aux cycles supérieurs, mais ne représentent que 17 % des détenteurs d'un diplôme d'études secondaires et 17 % des spectateurs sans diplôme ou avec un DEP, un DEC ou une ASP.

**fig.19 Répartition des spectateurs\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***

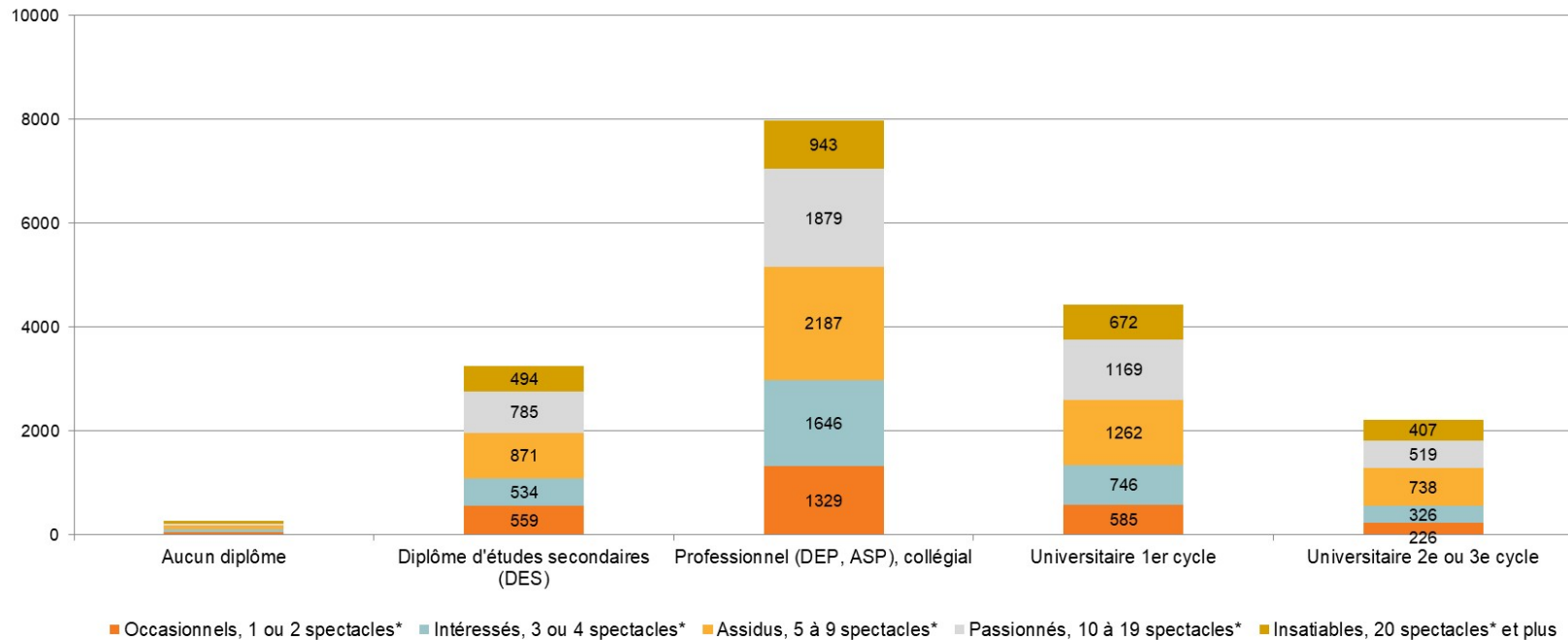




La représentation graphique de l'assistance\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle ressemble à première vue à celle du nombre de spectateurs\*. Très distinctement, on observe toutefois que les spectateurs\* occasionnels ne sont plus le groupe qui génère les assistances\* les plus nombreuses. Pour tous les niveaux de scolarité, ce sont les spectateurs\* assidus qui dominent en matière d'assistance\*, suivis des spectateurs\* passionnés. Chez les diplômés du professionnel et du collégial ainsi que chez tous les diplômés

universitaires, les spectateurs intéressés arrivent en troisième position. Les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires, quant à eux, répondent à un schéma différent, puisque ce sont les spectateurs\* occasionnels qui arrivent en troisième position. Les spectateurs\* insatiables sont représentés de façon relativement équilibrée même s'ils sont proportionnellement plus nombreux à détenir un diplôme d'études professionnelles, collégiales et universitaires du 1<sup>er</sup> cycle.

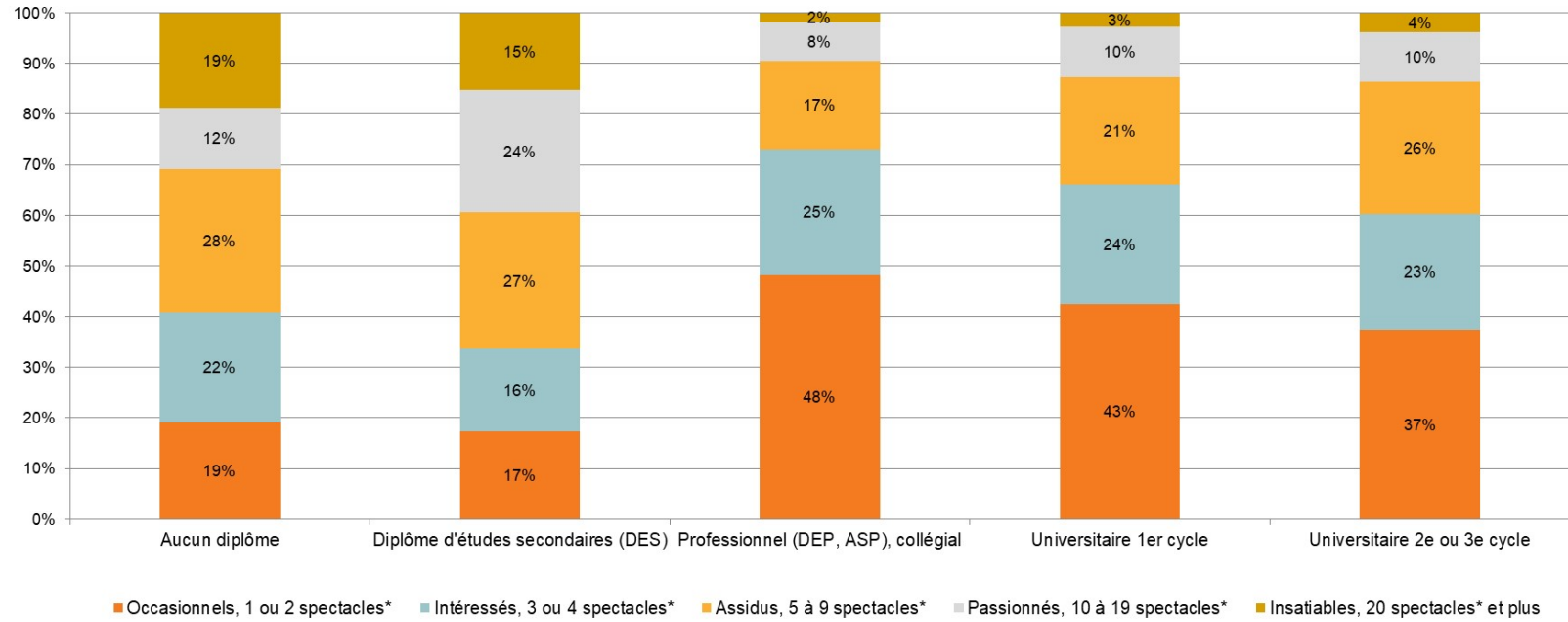
**fig.20 Assistance\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**



Le phénomène décrit précédemment est plus nuancé avec l'utilisation de l'échelle proportionnelle pour mettre en lumière la composition de chaque niveau de scolarité. Les spectateurs\* occasionnels restent majoritaires dans trois catégories de niveau de scolarité, soit les personnes détenant un diplôme d'études universitaires tous cycles confondus et celles qui ont un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle. Chez les non-diplômés et les gens avec un diplôme d'études secondaires, ce sont les spectateurs\* assidus qui arrivent en tête.

Les spectateurs\* assidus et passionnés combinés génèrent une part non négligeable de l'assistance\* pour tous les niveaux de scolarité. Ce total est de 40 % chez les non-diplômés, de 51 % chez ceux avec un diplôme d'études secondaires, de 25 % chez les diplômés du professionnel ou du collégial, de 31 % chez les diplômés universitaires de 1<sup>er</sup> cycle et enfin de 26 % chez les diplômés des 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> cycles universitaires.

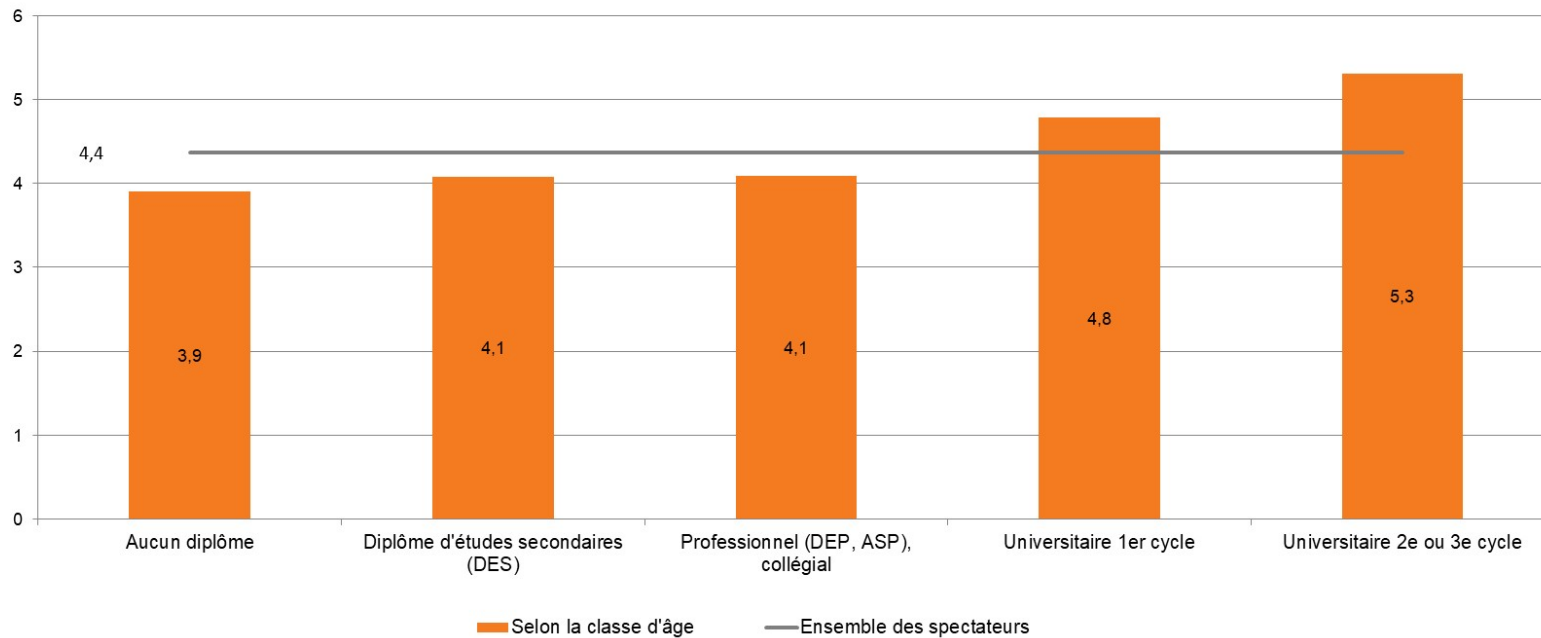
**fig.21 Répartition de l'assistance\* selon le niveau de scolarité et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Une tendance concernant l'assistance\* moyenne selon le niveau de scolarité se dessine. Plus le niveau de scolarité des spectateurs\* est élevé, plus ceux-ci fréquentent un nombre moyen de spectacles\* important. Alors que la moyenne par personne pour tous les spectateurs\* se situe à 4,4 spectacles par an, les universitaires de 1<sup>er</sup> cycle (4,8) et ceux du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle (5,3) affichent une fréquentation supérieure.

À l'inverse, les spectateurs\* des trois niveaux de scolarité inférieurs présentent tous des moyennes de fréquentation plus basses que la moyenne. Les personnes dotées d'un diplôme d'études secondaires, professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle voient en moyenne 4,1 spectacles\* par an et les personnes non diplômées, 3,9 spectacles\*.

**fig.22 Assistance\* moyenne selon le niveau de scolarité**



Les travailleurs à temps plein sont non seulement les spectateurs\* les plus nombreux (2 129 000) parmi toutes les situations professionnelles, mais ils dominent dans tous les niveaux de fréquentation annuelle. Représentant 1 023 000 spectateurs\*, soit près de la moitié moins, les retraités sont le deuxième groupe en importance. Les étudiants suivent, avec un nombre de 347 000 spectateurs\*.

Pour toutes les situations professionnelles, la tendance générale est qu'un nombre plus important de spectateurs\* fréquentent un petit nombre de spectacles\*. On remarque cependant que la catégorie des spectateurs\* assidus déroge à cette tendance peu importe sa situation professionnelle, puisqu'elle affiche un plus haut nombre de spectateurs\* que les spectateurs\* passionnés et les spectateurs insatiables, qu'on les compare séparément ou ensemble.

Pour ce qui est des niveaux d'assistance\*, les segments de spectateurs\* qui génèrent les grands nombres d'entrées se trouvent généralement

parmi les personnes qui ont des habitudes de fréquentation de moyennes à élevées, soit des spectateurs\* assidus, passionnés ou intéressés. Le groupe «à la maison» est la seule exception : les spectateurs\* occasionnels y génèrent le plus grand nombre d'entrées.

Chez les travailleurs à temps, soit la situation professionnelle qui génère au total les plus fortes assistances\*, les spectateurs\* assidus (2 620 000), passionnés (2 613 000) et intéressés (1 659 000) sont les trois sous-groupes qui rassemblent les plus grands nombres d'entrées. Chez les retraités, les étudiants et les travailleurs à temps plein, les spectateurs\* intéressés arrivent en seconde position, après les spectateurs\* assidus.

Certaines catégories de situations professionnelles démontrent des habitudes atypiques. Les entrepreneurs ou travailleurs autonomes par exemple affichent des chiffres plus hauts en matière d'assistance\* dans la catégorie des spectateurs\* passionnés (276 000) et insatiables (272 000).

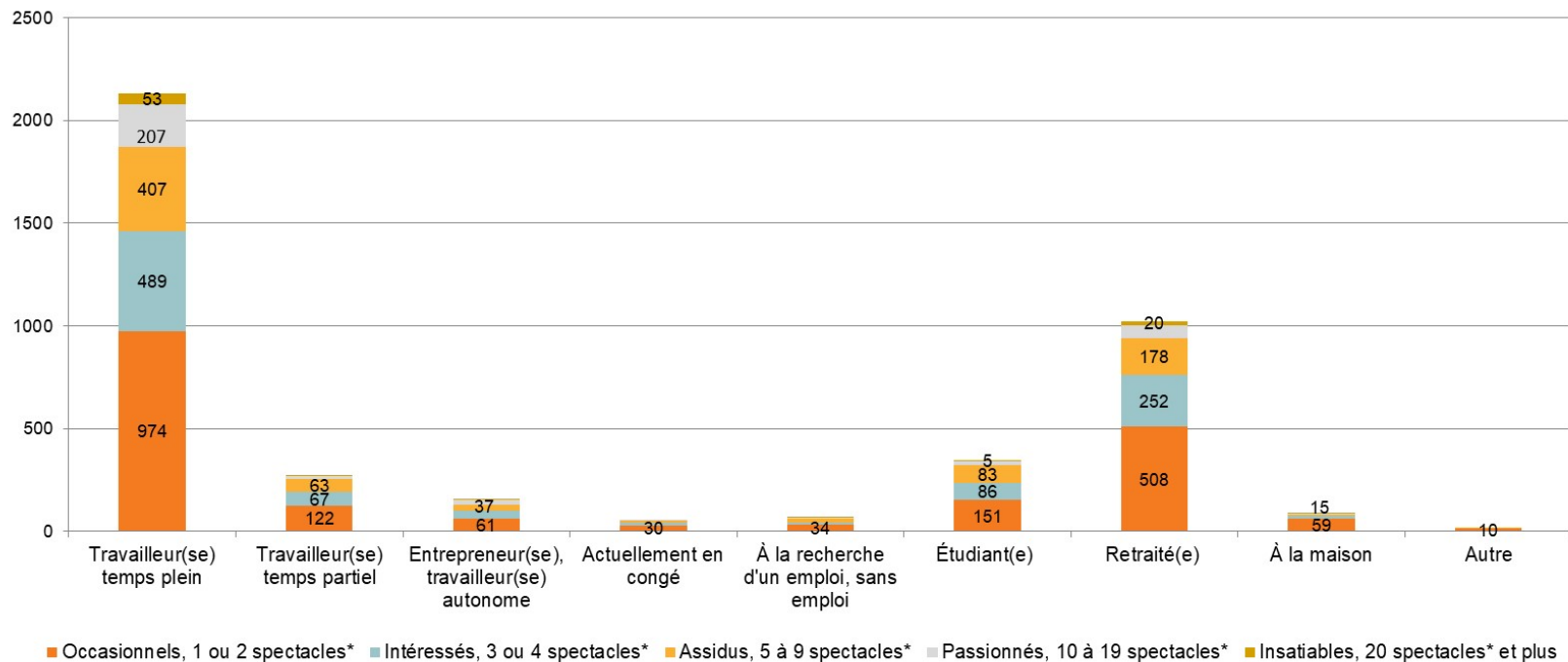
**tab.10 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

		Travailleurs à temps plein	Travailleurs à temps partiel	Entrepreneurs ou travailleurs autonomes	Actuellement en congé	À la recherche d'un emploi ou sans emploi	Étudiants	Retraités	À la maison	Autre	Total
Nombre de spectateurs*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	974	122	61	30	34	151	508	59	10	<b>1 948</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	489	67	37	12	8	86	252	15	3	<b>969</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	407	63	29	8	20	83	178	8	1	<b>797</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	207	16	23	8	2	23	65	5	-	<b>348</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	53	5	8	-	2	5	20	0	-	<b>94</b>
	<b>Total</b>	<b>2 129</b>	<b>273</b>	<b>159</b>	<b>58</b>	<b>65</b>	<b>347</b>	<b>1 023</b>	<b>88</b>	<b>14</b>	<b>4 156</b>
Niveau d' assistance*	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1 383	168	95	42	50	218	700	81	13	<b>2 750</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	1 659	229	128	41	29	294	869	52	9	<b>3 309</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	2 620	414	189	50	112	528	1 156	54	8	<b>5 131</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	2 613	187	276	112	24	282	836	55	-	<b>4 384</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	1 476	152	272	-	39	115	496	15	-	<b>2 564</b>
	<b>Total</b>	<b>9 752</b>	<b>1 149</b>	<b>959</b>	<b>245</b>	<b>254</b>	<b>1 436</b>	<b>4 056</b>	<b>257</b>	<b>30</b>	<b>18 139</b>

La nette prédominance des travailleurs à temps plein est ici pleinement mise en évidence. On constate même que la majorité des segments de leurs publics\*, comme les spectateurs\* occasionnels et intéressés, sont à eux seuls numériquement plus importants que la plupart des spectateurs\* appartenant à toutes les autres situations professionnelles, à l'exception des retraités.

Ce phénomène se vérifie quand on observe le poids des travailleurs à temps plein en matière d'entrées et de ce qu'ils génèrent sur le plan des assistances\*. Cependant, plusieurs des segments de spectateurs\* apparaissent à première vue nettement plus marginaux, quoi qu'il en soit.

**fig.23** Nombre de spectateurs\* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)



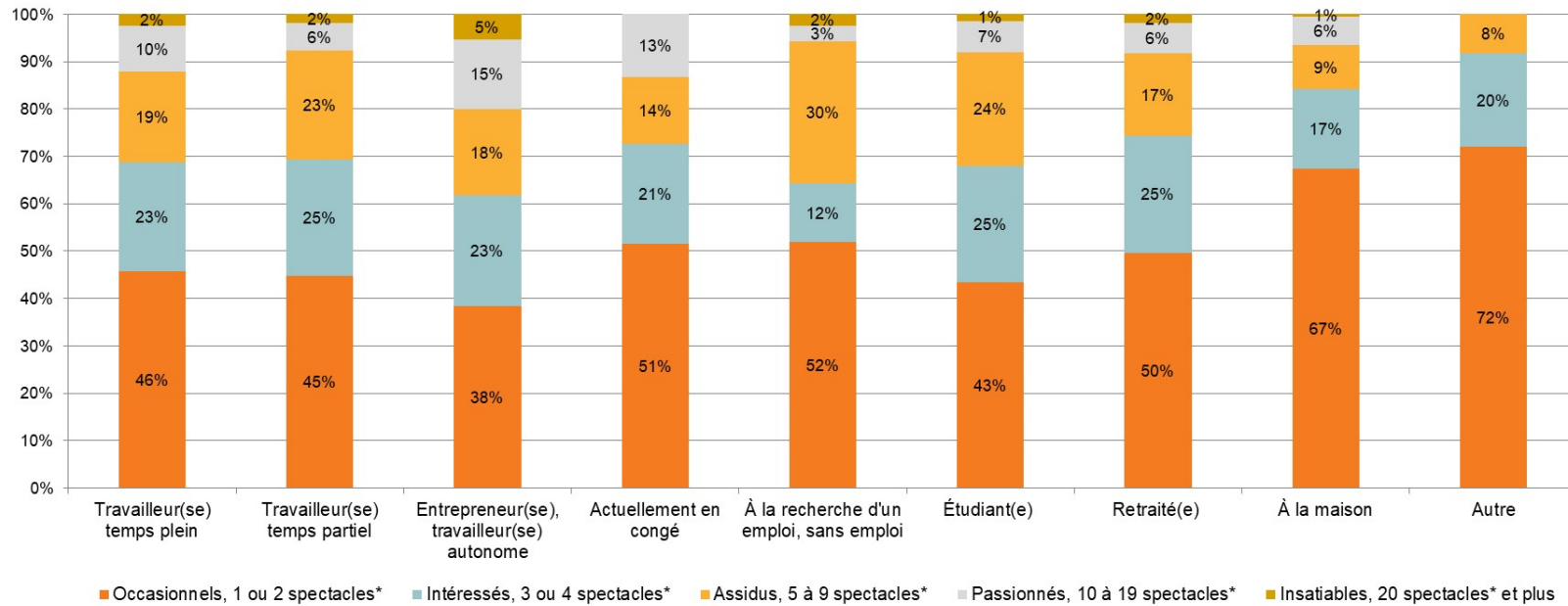
Tous les différents groupes de situation professionnelle laisse voir très nettement qu'ils se composent d'un plus grand nombre de spectateurs\* occasionnels. De 38 % chez les entrepreneurs ou travailleurs autonomes, la part de ces spectateurs\* atteint 72 % chez les personnes de la catégorie « autre » et 67 % pour la catégorie « à la maison ». Au sein des groupes qui sont sensiblement les plus nombreux, comme les travailleurs à temps plein, les travailleurs à temps partiel, les étudiants et les retraités, ces spectateurs\* occasionnels représentent une majorité des spectateurs\*, avec des parts respectives de 46 %, de 45 %, de 43 % et de 50 %.

Dans ces 4 mêmes catégories de situations professionnelles, la combinaison des spectateurs\* passionnés et insatiables représente 12 % des travailleurs à temps plein et 8 % des 3 autres catégories.

Les entrepreneurs ou travailleurs autonomes, pour leur part, se distinguent en étant composés à 20 % de spectateurs\* passionnés et insatiables.



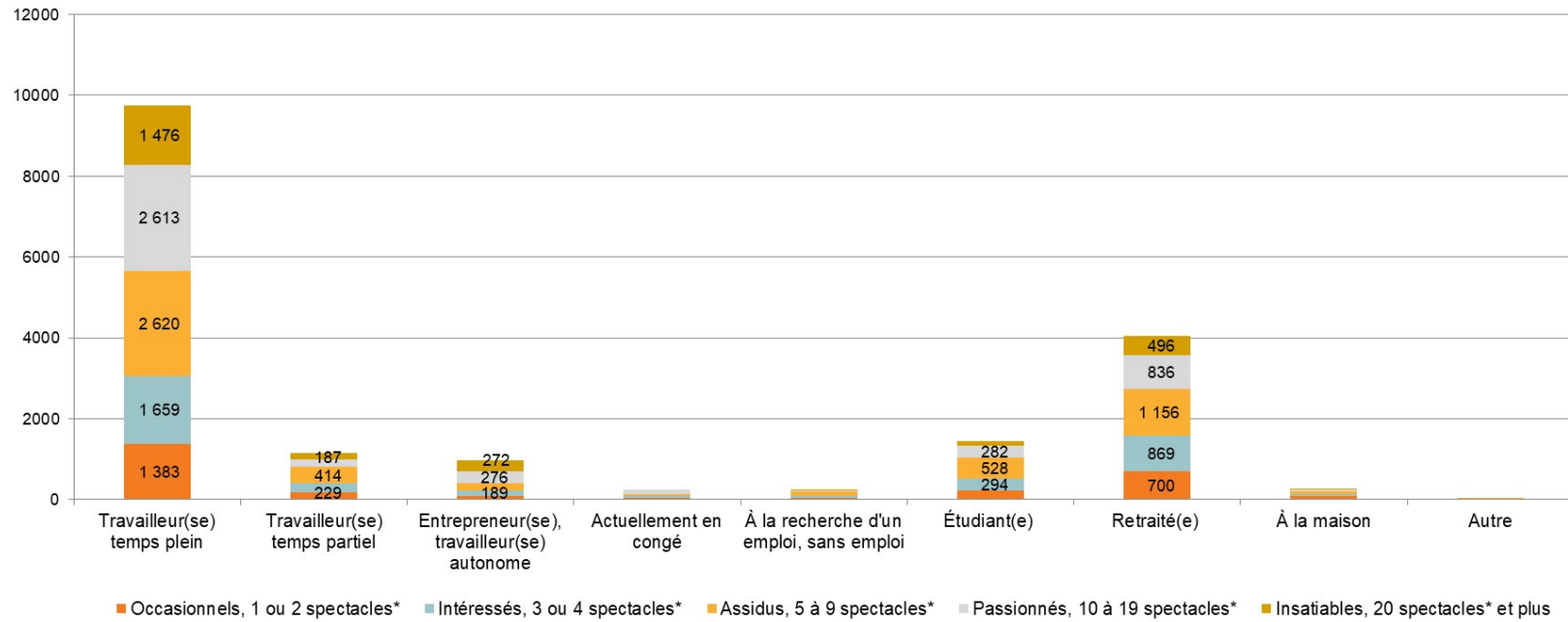
**fig.24 Répartition des spectateurs\* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Les catégories de situations professionnelles cumulant le plus grand nombre de spectateurs\* sont aussi celles qui présentent les assistances\* les plus nombreuses. On remarque toutefois que les entrées générées sont mieux réparties entre les différentes catégories d'intensité de fréquentation. Aucun sous-groupe ne domine particulièrement, à l'exception des spectateurs\* assidus et des spectateurs\* passionnés chez les travailleurs à temps plein qui, avec plus de 2,6 M d'entrées chacun, dépassent les assistances\* totales des autres situations professionnelles, toutes intensités de fréquentation confondues, excepté celles des retraités.

Le groupe des retraités compte affiche des d'assistances\* totales qui dépassent de loin l'assistance de plusieurs autres catégories professionnelles, et ce, même si la somme cumulée des différentes assistances basées sur la fréquentation annuelle ne parvient pas à la moitié de ce qui est comptabilisé chez les travailleurs à temps plein.

**fig.25 Assistance\* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers d'entrées)**

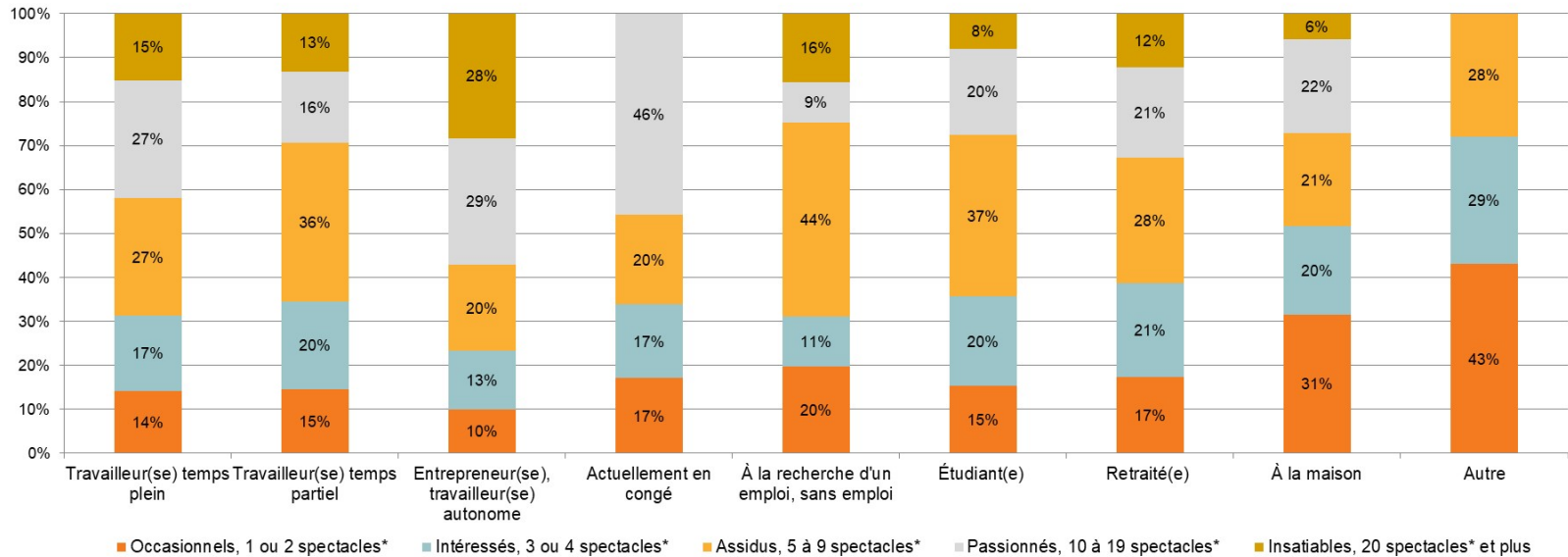


Sur le plan des assistances\*, aucun schéma récurrent ne semble apparaître au vu de la comparaison des catégories professionnelles. Dans la catégorie qui génère la plus forte assistance\*, soit les travailleurs à temps plein, les spectateurs\* insatiables sont responsables de 15 % de l'assistance, tandis qu'ils composent près du double de la catégorie des entrepreneurs ou travailleurs autonomes (28 %), mais n'apparaissent pas dans le groupe des personnes en congé.

Certains groupes plus marginaux tels que les catégories « autres » et « actuellement en congé » affichent certaines spécificités propres à leur type de fréquentation.

On remarque que les spectateurs\* assidus arrivent souvent en tête dans la répartition de l'assistance, notamment dans les groupes des travailleurs à temps plein (27 %, ex aequo avec les spectateurs\* passionnés), des travailleurs à temps partiel (36 %), des personnes à la recherche d'emploi ou sans emploi (44 %), des étudiants (37 %) et des retraités (28 %).

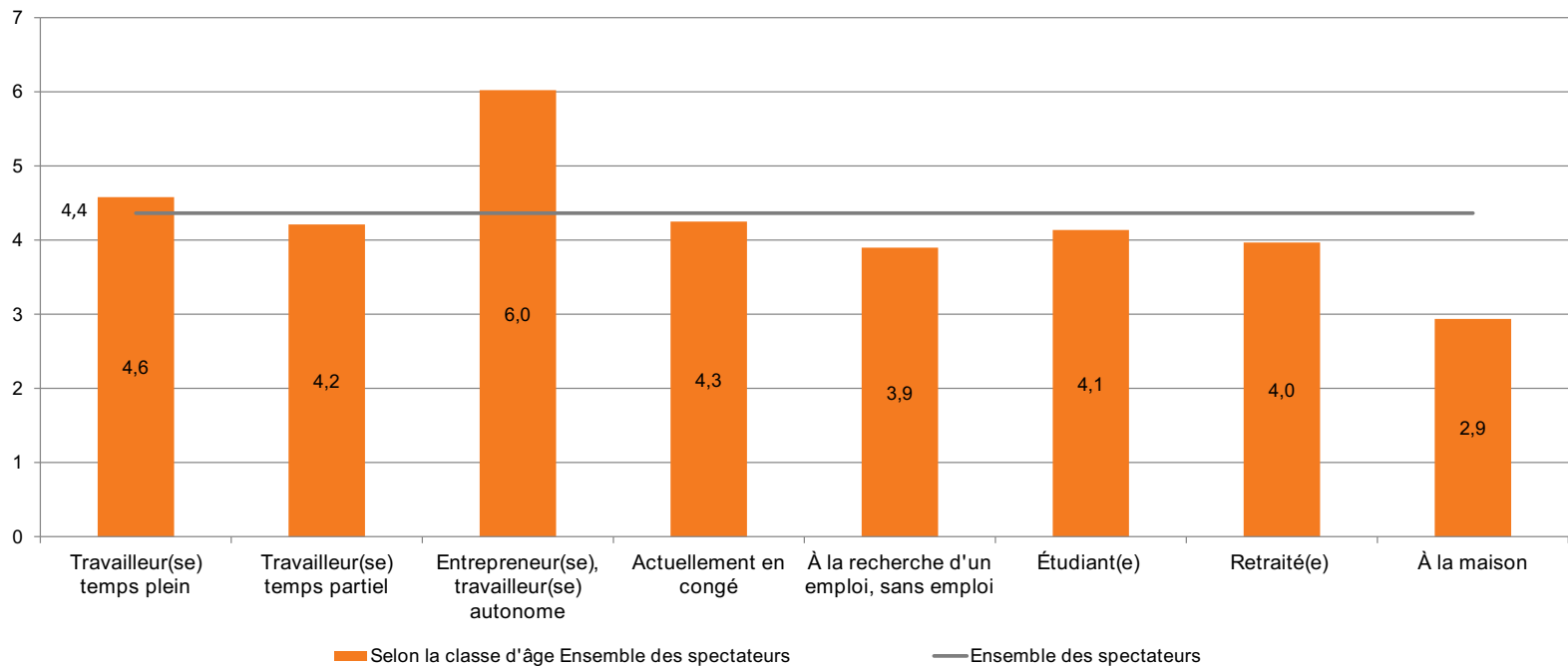
**fig.26 Répartition de l'assistance\* selon la situation professionnelle et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Les travailleurs à temps plein fréquentent en moyenne 4,6 spectacles\* par année, dépassant ainsi légèrement la moyenne de l'ensemble des spectateurs\*, qui est de 4,4. La seule autre catégorie de situation professionnelle dont l'assistance moyenne surpasse significativement l'assistance moyenne des travailleurs à temps plein est celle des entrepreneurs ou travailleurs autonomes (6,0). L'assistance moyenne de toutes les autres catégories de situation professionnelle se situe en dessous.

L'assistance moyenne des personnes actuellement en congé (4,3), des travailleurs à temps partiel (4,2), des étudiants (4,1) et des retraités (4) est légèrement en dessous de l'assistance moyenne générale. L'écart se creuse avec les personnes « à la recherche d'un emploi » (3,9) et les personnes « à la maison » (2,9), qui fréquentent sensiblement moins de spectacles\* que la moyenne des spectateurs\*.

**fig.27 Assistance\* moyenne selon la situation professionnelle**



C'est globalement dans les 3 tranches de revenu du ménage supérieur à 80 000 \$ que l'on trouve les nombres totaux de spectateurs\* les plus élevés. En détaillant les chiffres de ces fourchettes de revenu selon les intensités de fréquentation, on remarque que la tranche de 120 000 \$ et plus est celle qui compte systématiquement le plus grand nombre de spectateurs\* à tous les niveaux, notamment celui des spectateurs\* occasionnels. Avec 496 000 spectateurs\* occasionnels, c'est le nombre le plus élevé, toutes tranches et tous niveaux confondus. Les spectateurs\* occasionnels qui ont un revenu de 100 000 \$ à 119 999 \$ suivent, au nombre de 292 000.

La tranche de 120 000 \$ et plus figure au second rang chez les spectateurs\* intéressés, assidus et passionnés. La tranche de revenu de 40 000 \$ à 49 999 \$ fait aussi bonne figure en regroupant 22 000 spectateurs\* passionnés, se classant ainsi au deuxième rang pour cette intensité de fréquentation, et 16 000 spectateurs\* insatiables.

Alors que généralement le nombre de spectateurs\* décroît systématiquement lorsqu'on passe de l'intensité «spectateurs occasionnels» à l'intensité «spectateurs insatiables», il y a des exceptions qui sont liées aux spectateurs\* assidus, passionnés et insatiables. Ainsi, dans 3 catégories de revenu, on note que les spectateurs\* assidus sont plus nombreux que les spectateurs\* intéressés. C'est le cas des spectateurs\* dont le revenu du ménage est de moins de 20 000 \$, de 40 000 \$ à 49 999 \$, ou de 60 000 \$ à 69 999 \$.

Dans le cas des assistances\*, la tranche de revenu du ménage qui génère le plus grand nombre d'entrées (5 028 000) est celle de

120 000 \$ et plus. Elle est suivie de la tranche de 80 000 \$ à 99 999 \$, qui est responsable de 2 454 000 entrées. La prédominance de ces deux tranches de revenu diffère donc de celle observée pour le nombre de spectateurs\*.

Les autres tranches dominantes sont celles de 100 000 \$ à 119 999 \$ et de 70 000 \$ à 79 999 \$, avec respectivement 2 612 000 et 1 582 000 entrées. Encore une fois, la tranche de revenu de 40 000 \$ à 49 999 \$ se démarque avec un nombre d'entrées (1 387 000) important et plus élevé que celui d'autres tranches percevant pourtant un revenu supérieur.

Les spectateurs\* occasionnels sont donc les plus nombreux, mais ils ne sont pas ceux qui génèrent le plus grand nombre d'entrées au total. En fait, on remarque que les spectateurs\* assidus sont les plus grands générateurs d'assistance\* dans six tranches de revenu sur dix.

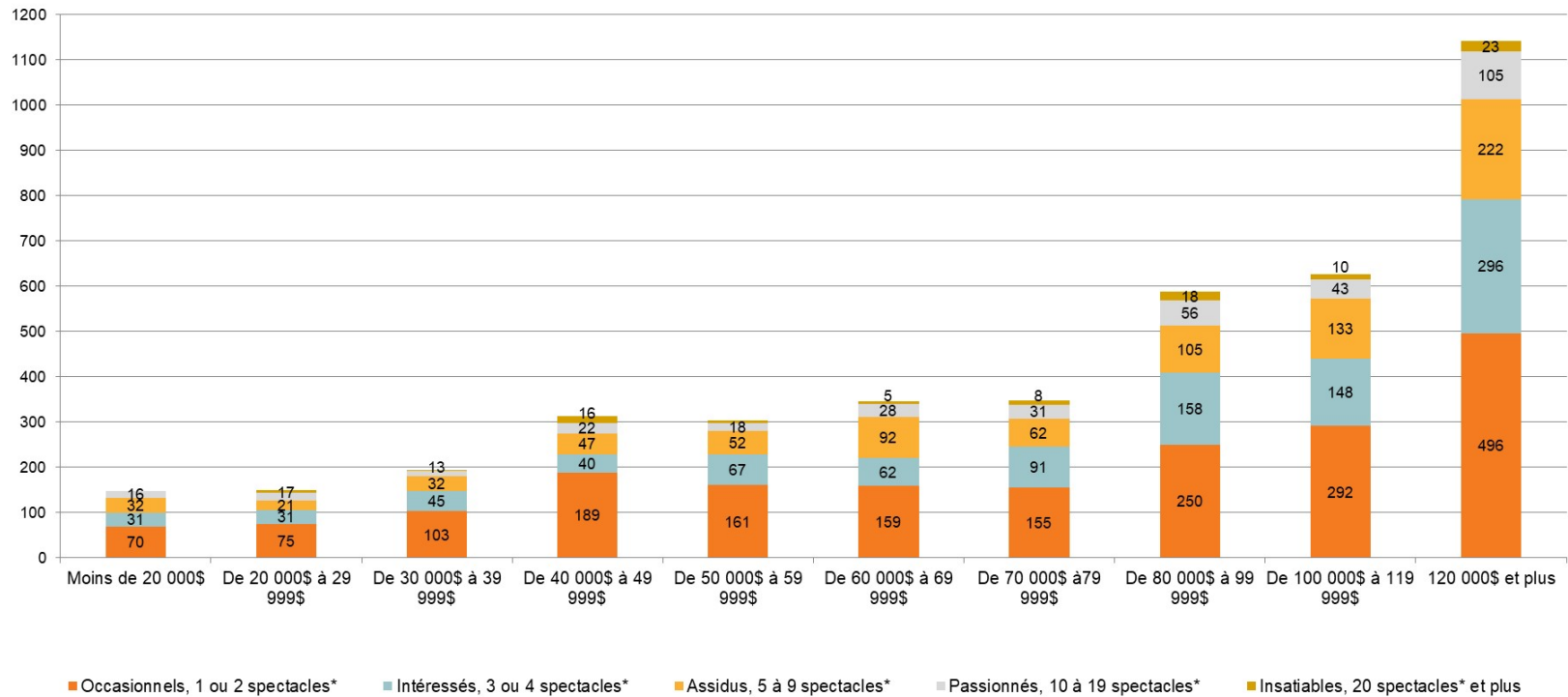
Les spectateurs\* insatiables et passionnés sont respectivement responsables des plus fortes assistances\* dans deux catégories respectivement. Dans la tranche de 20 000 \$ à 29 999 \$ et de 40 000 \$ à 49 999 \$, ce sont les spectateurs\* insatiables qui génèrent le plus grand nombre d'entrées, tandis que les spectateurs\* passionnés se distinguent pour les revenus allant de 70 000 \$ à 99 999 \$.

**tab.11 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

		Moins de 20 000 \$	De 20 000 \$ à 29 999 \$	De 30 000 \$ à 39 999 \$	De 40 000 \$ à 49 999 \$	De 50 000 \$ à 59 999 \$	De 60 000 \$ à 69 999 \$	De 70 000 \$ à 79 999 \$	De 80 000 \$ à 99 999 \$	De 100 000 \$ à 119 999 \$	120 000 \$ et plus	Total
<b>Nombre de spectateurs*</b>	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	70	75	103	189	161	159	155	250	292	496	<b>1 948</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	31	31	45	40	67	62	91	158	148	296	<b>969</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	32	21	32	47	52	92	62	105	133	222	<b>797</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	16	17	13	22	18	28	31	56	43	105	<b>348</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	-	7	1	16	4	5	8	18	10	23	<b>94</b>
	<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>150</b>	<b>194</b>	<b>313</b>	<b>303</b>	<b>346</b>	<b>347</b>	<b>587</b>	<b>626</b>	<b>1 141</b>	<b>4 156</b>
<b>Niveau d'assistance*</b>	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	94	101	152	257	226	210	219	364	412	715	<b>2 750</b>
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	108	113	155	129	233	213	304	539	513	1 001	<b>3 309</b>
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	205	144	191	314	335	588	389	691	864	1 409	<b>5 131</b>
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	177	225	157	276	225	360	396	704	542	1 321	<b>4 384</b>
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	-	276	40	410	125	121	274	456	280	582	<b>2 564</b>
	<b>Total</b>	<b>584</b>	<b>859</b>	<b>695</b>	<b>1 387</b>	<b>1 145</b>	<b>1 493</b>	<b>1 582</b>	<b>2 754</b>	<b>2 612</b>	<b>5 028</b>	<b>18 139</b>

On remarque que le nombre de spectateurs\* tend fortement à augmenter à mesure que les revenus croissent, même si les tranches de revenu du ménage de 50 000 \$ à 59 999 \$ et de 70 999 \$ à 79 999 \$ semblent perturber minimalement cette courbe croissante régulière.

**fig.28** Nombre de spectateurs\* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)

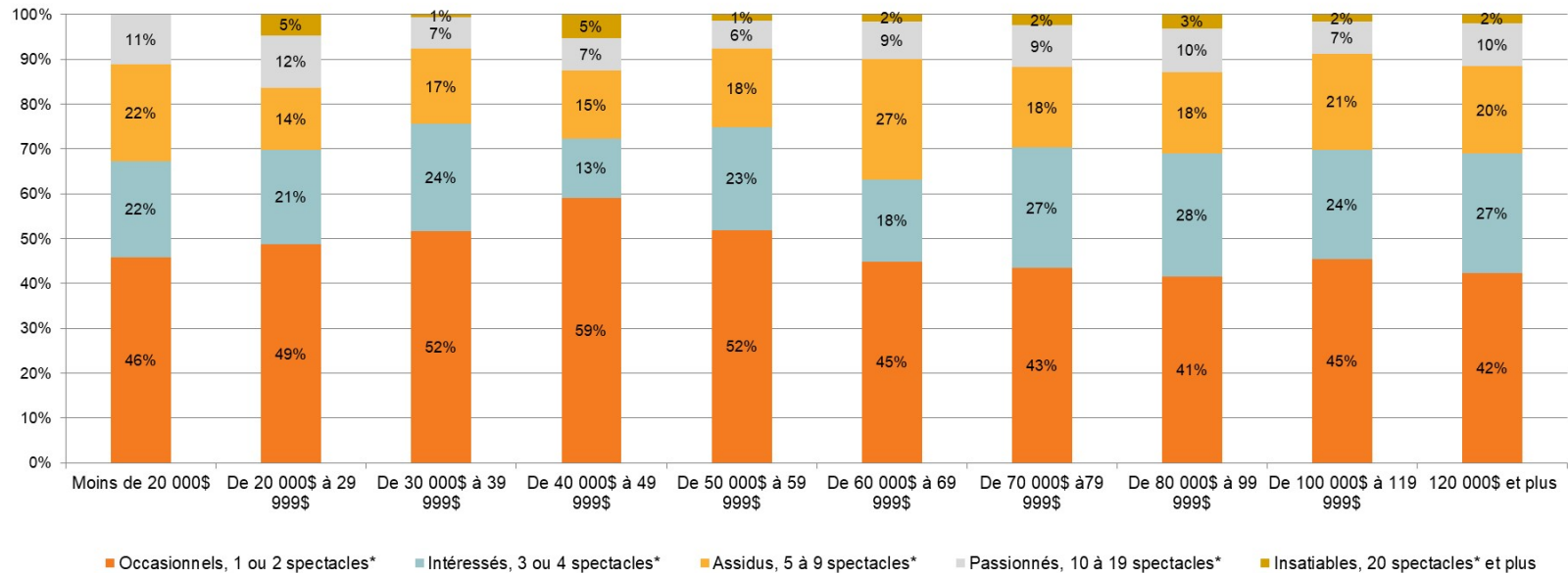




Sur un plan proportionnel, la répartition des spectateurs\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle fait état de fluctuations plutôt modérées. Les spectateurs\* occasionnels représentent entre 41 % (tranche de revenu de 80 000 \$ à 99 999 \$) à 59 % (tranche de revenu de 40 000 \$ à 49 999 \$) du public. Les spectateurs\* intéressés rassemblent entre 18 % et 28 % des spectateurs\* de chaque fourchette de revenu, tandis que

les spectateurs\* assidus en composent de 14 % à 27 %. Pour ce qui est des spectateurs\* passionnés et insatiables combinés, ils se maintiennent aussi à l'intérieur d'un intervalle qui va de 7 % pour la tranche de revenu de 70 000 \$ à 79 999 \$ à 17 % pour celle de 20 000 \$ à 29 999 \$.

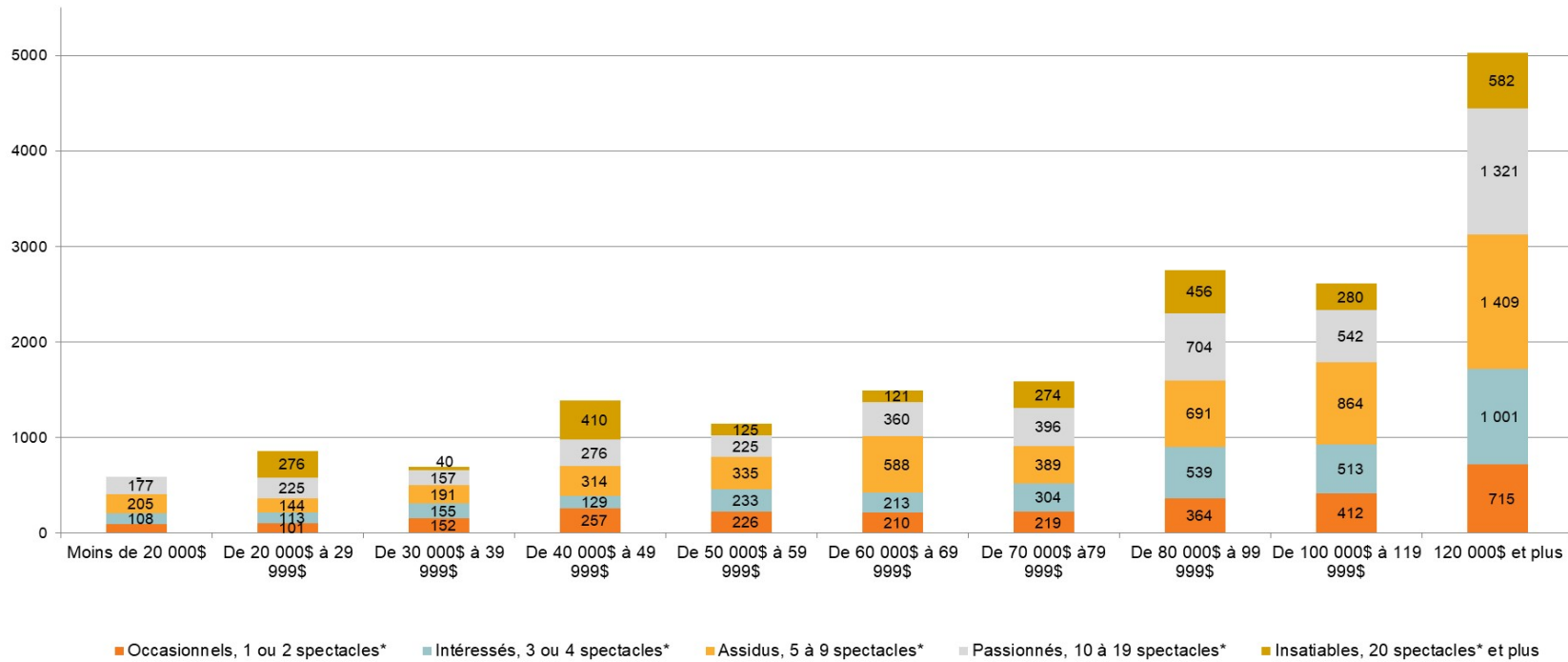
**fig.29 Répartition des spectateurs\* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Bien qu'on note, comme pour le nombre de spectateurs\*, une tendance à des assistances\* plus importantes parmi les revenus les plus hauts, on voit que cette tendance est plus irrégulière. Ainsi, les spectateurs\* avec

des revenus de 30 000 \$ à 39 999 \$, de 50 000 \$ à 59 999 \$, et de 100 000 \$ à 119 999 \$ semblent générer moins d'assistance\* que les fourchettes de revenu contigües.

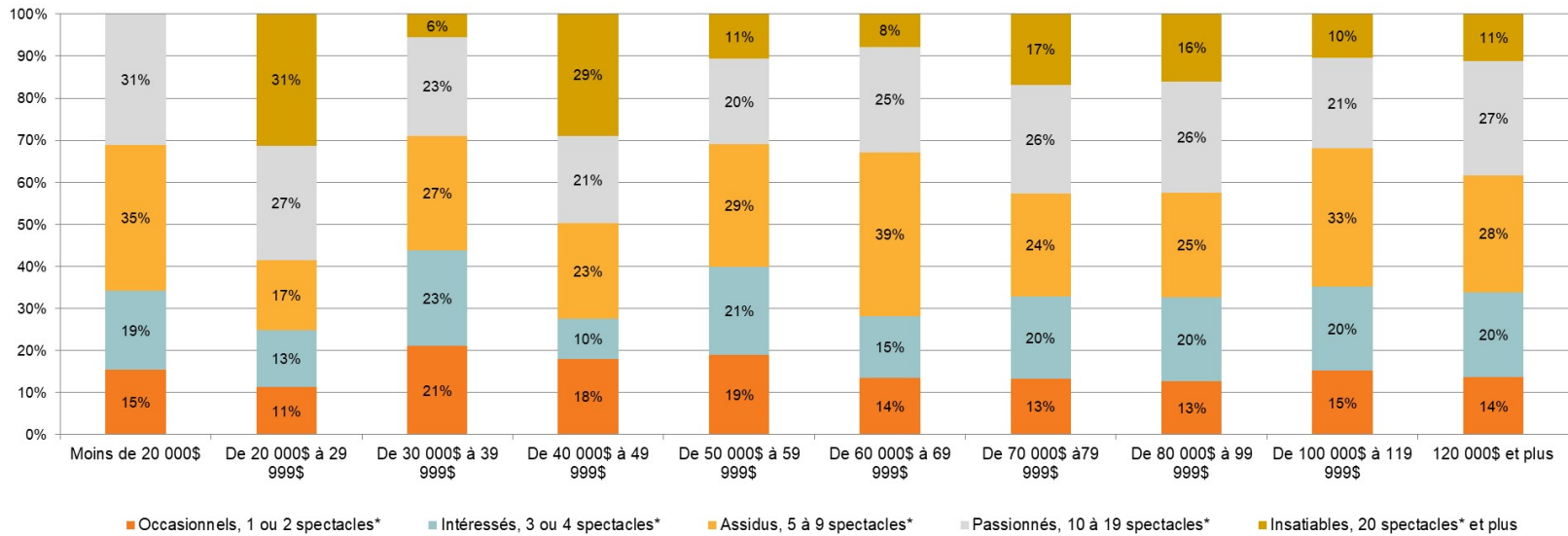
**fig.30 Assistance\* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**



L'échelle proportionnelle met en relief la répartition des parts d'assistance\* générées selon l'intensité de fréquentation. On remarque que les spectateurs\* occasionnels sont responsables des plus petites portions des entrées dans 4 tranches sur 10. Les spectateurs\* insatiables, eux, sont responsables des plus petites portions des entrées dans 6 tranches sur 10.

À l'inverse, ceux qui fréquentent les spectacles\* de façon assidue (de 5 à 9 spectacles) tendent à générer les plus grandes parts d'assistance dans 6 tranches sur 10. Si on considère les spectateurs\* assidus, passionnés et insatiables en bloc, ils représentent une large majorité de l'assistance dans toutes les tranches de revenu.

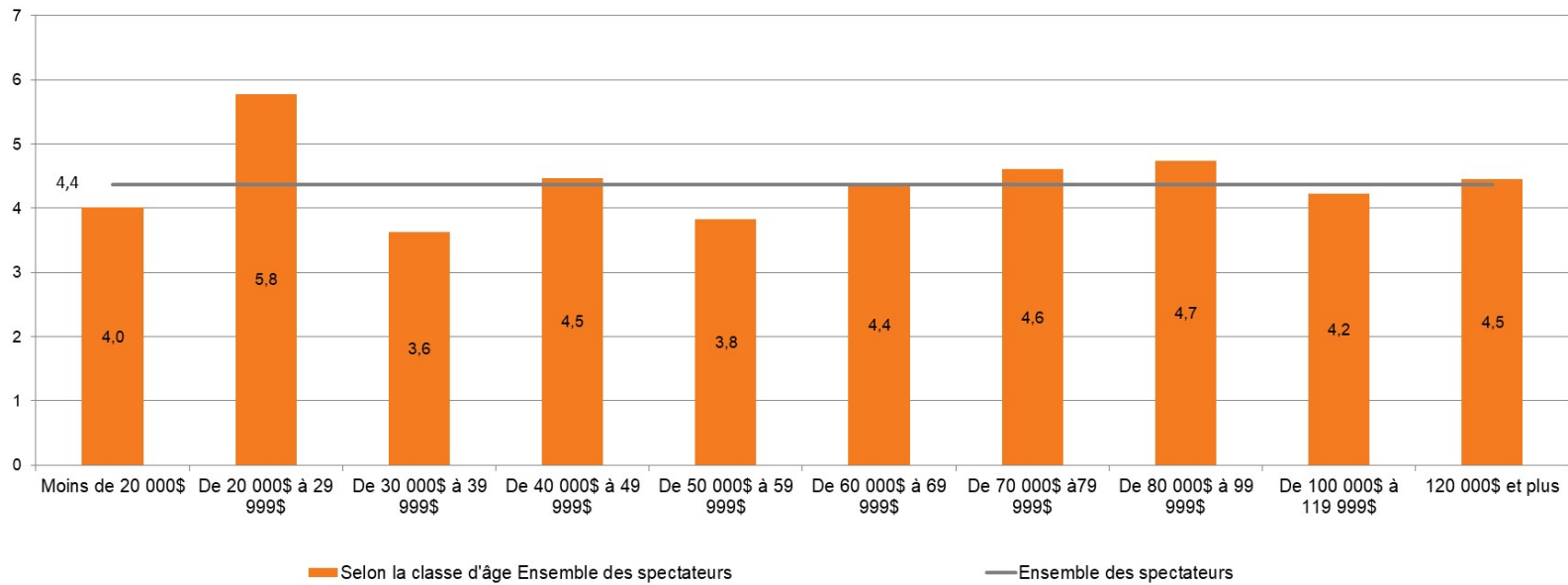
**fig.31 Répartition de l'assistance\* selon le revenu du ménage et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



L'assistance\* moyenne pour l'ensemble des spectateurs\* est de 4,4 spectacles par an par personne, avec des bornes se situant à 5,8 et 3,6, soit un écart de 2,2 points. La tranche de revenu dont l'assistance\* moyenne excède de façon très marquée la moyenne est celle de 20 000 \$ à 29 999 \$, avec 5,8. L'assistance\* moyenne des tranches allant de 70 000 \$ à 99 999 \$ se situe plus légèrement au-dessus de la moyenne, tout comme celle de la tranche de 40 000 \$ à 49 999 \$.

Les personnes percevant un revenu entre 30 000 \$ et 39 999 \$ sont celles qui affichent l'assistance\* moyenne la plus basse, soit 3,6, juste en dessous de la tranche de 50 000 \$ à 59 999 \$, avec une assistance\* moyenne de 3,8.

**fig.32 Assistance\* moyenne selon le revenu du ménage**



L'analyse du nombre de spectateurs\* ainsi que des niveaux d'assistance\*, en fonction du nombre de spectacles\* et de disciplines fréquentées annuellement, sert à mettre en lumière les comportements de ceux que l'on qualifie d'omnivores culturels. Les spectateurs\* occasionnels, qui n'assistent qu'à 1 ou 2 spectacles\* par année, ne voient majoritairement que 1 discipline (1 431 000 spectateurs\* ou 73 %) ou bien 2 disciplines (517 000 spectateurs\* ou 27 %).

Les spectateurs\* intéressés, qui, eux, assistent à 3 ou 4 spectacles\* annuellement, semblent varier leurs fréquentations; ceux qui voient des spectacles\* de 2 disciplines constituent le groupe le plus nombreux (386 000 spectateurs\* ou 40 %). Ceux qui fréquentent 3 disciplines différentes viennent au second rang des spectateurs\* intéressés, avec 374 000 spectateurs\* (39 %).

Chez les spectateurs\* assidus, qui voient de 5 à 9 spectacles\* par année, ceux qui voient des spectacles\* de 3 disciplines sont majoritaires (247 000), mais ils sont nombreux aussi à voir 4 disciplines (177 000) et même 5 disciplines (148 000).

Ainsi, plus les gens voient un nombre élevé de spectacles\* annuellement, comme le font les spectateurs\* passionnés et insatiables, plus on leur connaît des goûts variés. Chez les spectateurs\* passionnés, une forte proportion de spectateurs\* (149 000 ou 43 %) fréquentent des spectacles\* de 5 disciplines ou plus. Chez les spectateurs\* insatiables, la fréquentation de 5 disciplines et plus représente plus de 70 % de l'ensemble (67 000 spectateurs\*).

À l'inverse, on constate qu'il y a proportionnellement de moins en moins de spectateurs\* qui se contentent de fréquenter une seule discipline lorsqu'ils assistent à un nombre élevé de spectacles\* annuellement. Les spectateurs\* spécialistes ou les puristes, grands consommateurs d'une discipline, sont somme toute relativement peu nombreux. Ils ne représentent que 8 % des spectateurs\* assidus et 4 % des spectateurs\* passionnés, et ne sont pas présents parmi les spectateurs\* insatiables.

À mesure que l'on s'élève dans l'échelle de fréquentation annuelle, les assistances\* sont générées dans une plus grande diversité de disciplines artistiques. Les proportions exactes varient par rapport à la répartition des spectateurs\*, mais les tendances sont les mêmes.

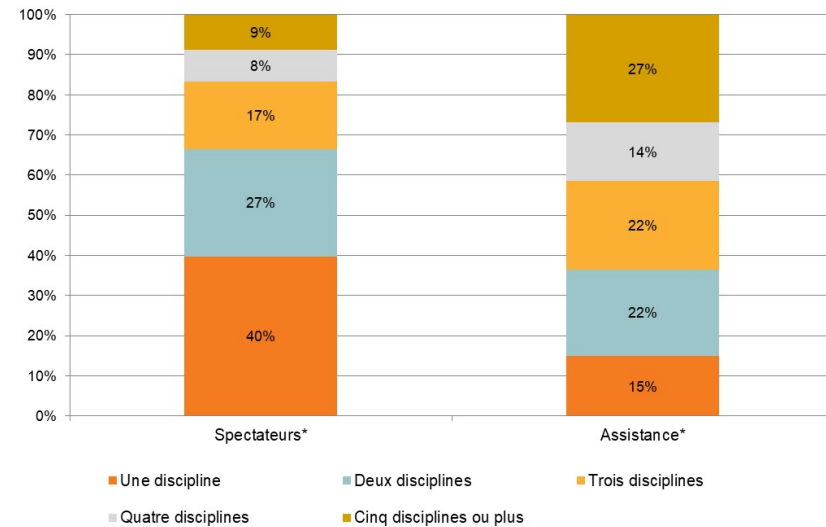
**tab.12 Nombre de spectateurs\* et assistance\* selon le nombre de disciplines et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* (en milliers)**

		Une discipline	Deux disciplines	Trois disciplines	Quatre disciplines	Cinq disciplines et plus	<b>Total</b>
<b>Nombre de spectateurs*</b>	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1 431	517	-	-	-	1 948
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	145	386	374	64	-	969
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	60	166	247	177	148	797
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	14	42	65	78	149	348
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	-	2	14	11	67	94
	<b>Total</b>	1 650	1 113	699	330	364	4 156
<b>Niveau d' assistance*</b>	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1 716	1 034	-	-	-	2 750
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	467	1 314	1 271	258	-	3 309
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	354	1 021	1 580	1 124	1 051	5 131
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	164	505	798	991	1 926	4 384
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	-	51	352	253	1 908	2 564
	<b>Total</b>	2 701	3 925	4 001	2 626	4 885	18 139

En ne considérant que la répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* en fonction du nombre de disciplines, on met en relief l'aspect disciplinaire des comportements des spectateurs\*. Ainsi, l'importance du nombre de spectateurs\* est relativisée par les habitudes de fréquentation. Par exemple, les personnes qui voient des spectacles\* de 5 disciplines et plus ne représentent que 9 % de tous les spectateurs\*, mais génèrent à elles seules 27 % de l'assistance\* totale. C'est proportionnellement le triple. Dans un rapport inverse, les personnes qui voient des spectacles\* de 1 seule discipline constituent 40 % des spectateurs\*, mais ne sont responsables que de 15 % des entrées.

En combinant tous ceux qui fréquentent 3 disciplines ou plus, on explique environ 63 % de toute l'assistance\* aux spectacles\*. Cette part est pourtant générée par seulement 34 % des spectateurs\*.

**fig.33 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* selon le nombre de disciplines**



Alors que l'assistance\* moyenne croît dans le même sens que l'intensité de la fréquentation annuelle, le même phénomène est observé lorsque l'on considère le nombre de disciplines des spectacles\* vus. Presque systématiquement, plus le nombre de disciplines est important, plus le nombre moyen de spectacles\* est élevé. Il y a quelques rares exceptions chez les spectateurs\* assidus et insatiables.

La moyenne de fréquentation annuelle est de 4,4 spectacles\*. Elle oscille entre 1,4 chez les spectateurs\* occasionnels et monte jusqu'à 27,4 chez les spectateurs\* insatiables. Les spectateurs\* passionnés arrivent en seconde position avec une moyenne de 12,6 spectacles\*, et les spectateurs\* assidus, en troisième, avec une moyenne de 6,4 spectacles\*. Les catégories des spectateurs\* occasionnels et des spectateurs\* intéressés arrivent plus loin derrière avec respectivement 1,4 et 3,4 spectacles\* vus en moyenne.

**tab.13 Assistance\* moyenne selon le nombre de disciplines\* et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***

	Une discipline	Deux disciplines	Trois disciplines	Quatre disciplines	Cinq disciplines et plus	Total
<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	1,2	2,0				1,4
<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	3,2	3,4	3,4	4,0		3,4
<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	5,9	6,2	6,4	6,3	7,1	6,4
<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	11,5	12,1	12,2	12,8	12,9	12,6
<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus		22,5	25,9	23,6	28,4	27,4
<b>Total</b>	1,6	3,5	5,7	8,0	13,4	4,4



### 3.2.2 Public du spectacle professionnel gratuit

En 2023, les spectacles professionnels gratuits de toutes les disciplines en arts de la scène, présentés à l'intérieur comme à l'extérieur, étaient fréquentés par près de 2,4 M de spectateurs, qui ont généré une assistance de 8,9 M d'entrées. Ce public assistait donc en moyenne à 3,8 spectacles de ce type.

On trouve plus d'hommes que de femmes parmi les spectateurs : en proportion de 52 %, ils sont responsables de 59 % de l'assistance totale. Les trois disciplines qui attirent le plus grand nombre de spectateurs dans le cadre de spectacles professionnels gratuits sont la chanson francophone, la chanson anglophone et l'humour. Pour les assistances, c'est la chanson francophone qui prédomine avec 17 % de toutes les entrées, suivie par la chanson anglophone (15 %) et le théâtre (11 %). Sur le plan de l'âge, les publics sont distribués de façon assez équilibrée, particulièrement à travers les tranches d'âge de 25 ans à 74 ans. La proportion la plus importante du public des spectacles professionnels gratuits provient de la RMR de Montréal, où se concentrent 55 % de tous les spectateurs.

Dans le tableau qui suit, on constate qu'au sein de la population québécoise de 16 ans et plus — qui rassemble en tout 7 250 000 personnes —, le plus grand nombre (4 892 000 personnes) ne voit aucun spectacle professionnel gratuit. C'est le groupe que l'on qualifie de « non-public ». Il reste tout de même 2 358 000 personnes qui voient au moins 1 spectacle. En comparant les intensités de fréquentation, on remarque que le nombre de spectateurs va en croissant légèrement. Ils sont ainsi généralement plus nombreux à fréquenter quatre spectacles professionnels gratuits ou plus que ceux qui n'en voient qu'un seul, ou en voient deux ou trois.

Généralement, les spectateurs sont aussi plus nombreux à fréquenter les spectacles professionnels gratuits qui sont présentés à l'extérieur que ceux qui sont présentés à l'intérieur. Ce comportement est le même pour toutes les intensités de fréquentation.

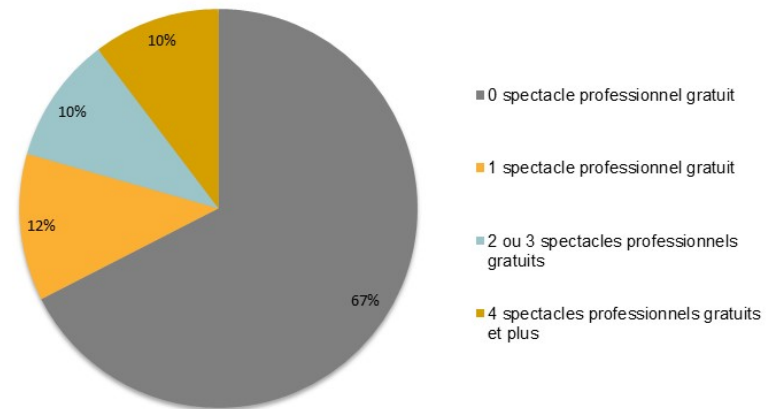
Certains des spectateurs qui voient deux ou trois spectacles professionnels gratuits ou encore quatre spectacles ou plus fréquentent à la fois des spectacles extérieurs et intérieurs, et ne sont donc pas comptabilisés deux fois dans le total regroupant le public et le non-public. Voilà pourquoi l'addition des données dans les colonnes « Intérieur » et « Extérieur » du tableau 12 ne correspond pas au nombre total des spectacles vus pour les public et non-public.

**tab.14 Nombre de spectateurs (du public et du non-public) aux spectacles professionnels gratuits intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

	Professionnel gratuit		
	Public et non-public	Intérieur	Extérieur
0 spectacle professionnel gratuit	4 892		
1 spectacle professionnel gratuit	866	276	590
2 ou 3 spectacles professionnels gratuits	743	284	640
4 spectacles professionnels gratuits et plus	749	476	704
<b>Total</b>	7 250	1 036	1 934

Alors que la proportion des Québécois de 16 ans et plus qui ne fréquentent aucun spectacle professionnel gratuit atteint plus des deux tiers (67 %), on voit que les spectateurs se répartissent de façon presque égale entre les différentes intensités de fréquentation. Ceux qui voient 1 spectacle constituent 12 % de la population, ceux qui en voient 2 représentent 10 % des Québécois de 16 ans et plus, et enfin les spectateurs qui fréquentent 4 spectacles ou plus équivalent eux aussi à 10 % de la population.

**fig.34 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles professionnels gratuits**



Le tableau suivant permet d'apprécier le niveau d'assistance des spectacles professionnels gratuits selon l'intensité de la fréquentation annuelle, tout en jetant un coup d'œil comparatif aux spectacles professionnels tarifés et aux spectacles amateurs. En ce qui concerne les spectacles professionnels gratuits, les plus fortes assistances sont du côté des spectacles extérieurs, avec 5 991 000 entrées, alors que les spectacles intérieurs ne génèrent que 2 879 000 entrées.

Dans tous les niveaux de fréquentation, on retrouve la même prépondérance des assistances à l'extérieur plutôt qu'à l'intérieur.

Les personnes qui ne voient aucun spectacle professionnel gratuit génèrent tout de même une assistance appréciable pour les spectacles professionnels tarifés (8 106 000 entrées). Leur contribution aux assistances des spectacles amateurs représente 1 661 000 entrées.

Le volume total des assistances aux spectacles professionnels gratuits correspond à presque la moitié de celui des spectacles professionnels tarifés, soit environ 49 %, tandis qu'il est relativement plus haut que celui des spectacles amateurs, qui est de 5 213 000 entrées.

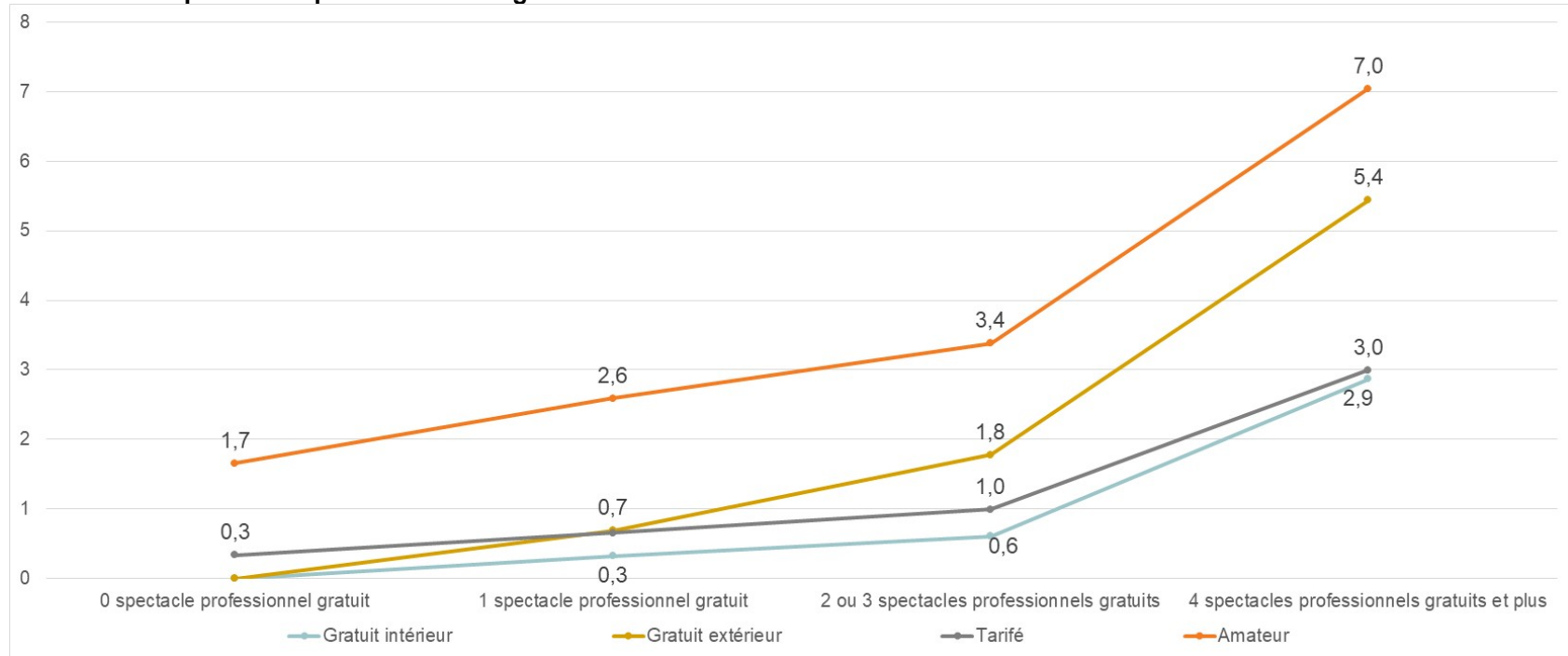
**tab.15 Assistance du public (et du non-public) aux spectacles professionnels gratuits intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

	Professionnel				Amateur
	Intérieur et extérieur	Gratuit Intérieur	Extérieur	Tarifé	
0 spectacle professionnel gratuit				8 106	1 661
1 spectacle professionnel gratuit	878	283	595	2 245	569
2 ou 3 spectacles professionnels gratuits	1 772	450	1 322	2 515	739
4 spectacles professionnels gratuits et plus	6 221	2 147	4 074	5 273	2 243
<b>Total</b>	<b>8 870</b>	<b>2 879</b>	<b>5 991</b>	<b>18 139</b>	<b>5 213</b>

En considérant l'assistance moyenne selon l'intensité de la fréquentation aux spectacles professionnels gratuits, on constate une tendance générale à la hausse pour tous les types de spectacles. Ainsi, plus les spectateurs voient de spectacles professionnels gratuits, plus ils voient aussi d'autres types de spectacles.

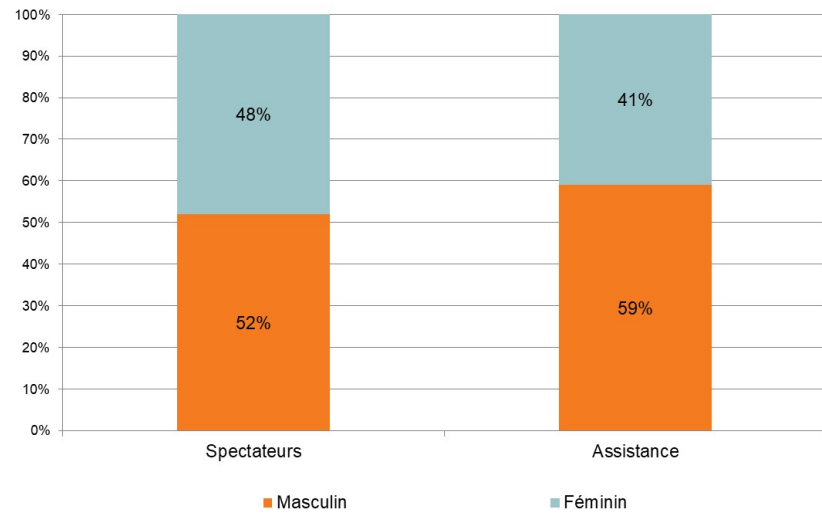
Alors que les quatre courbes suivent essentiellement la même trajectoire ascendante, on note que celle qui reflète l'assistance moyenne des spectacles amateurs augmente considérablement chez ceux qui voient quatre spectacles professionnels gratuits et plus. En passant de 1,7 à 7 spectacles, celle-ci surpasse toutes les autres.

**fig.35 Évolution comparée de l'assistance moyenne par type de spectacles selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles professionnels gratuits**



Rappelons que les hommes sont majoritaires parmi les publics des spectacles professionnels gratuits et qu'ils constituent 52 % des spectateurs et 59 % de l'assistance. Les femmes, elles, représentent 48 % des spectateurs et sont responsables de 41 % de l'assistance.

**fig.36 Répartition des spectateurs et de l'assistance aux spectacles professionnels gratuits selon le genre**



Les spectateurs qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits intérieurs assistent à une diversité de disciplines artistiques. Leurs intérêts, bien que non exclusifs, les conduisent à inclure davantage certaines disciplines que d'autres dans leurs choix de sorties. On note en effet que 29 % de ceux qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits intérieurs intègrent de la chanson francophone dans leurs choix et que 25 % incluent de la chanson anglophone. L'autre discipline qui s'attire les faveurs des spectateurs est l'humour, qui apparaît dans les choix de 23 % des spectateurs concernés. Le cirque (11 %), la comédie musicale (12 %) et la musique classique (13 %) sont des choix moins fréquents pour les spectacles professionnels gratuits intérieurs.

Pour ce qui est de l'assistance, les chansons francophone et anglophone sont les disciplines qui captent la plus forte proportion des entrées, avec respectivement 17 % et 15 % de l'assistance. Le théâtre apparaît cette fois au troisième rang, avec 11 %. Ensemble, ces 3 disciplines comptent pour un tiers (33 %) de toute l'assistance des spectacles professionnels gratuits intérieurs.

**tab.16 Nombre de spectateurs et niveau d'assistance aux spectacles professionnels gratuits intérieurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)**

<b>Gratuits intérieurs</b>	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	<b>Ensemble des disciplines</b>
<b>Spectateurs</b>	187	132	207	205	297	257	235	119	125	192	1 036
	18 %	13 %	20 %	20 %	29 %	25 %	23 %	11 %	12 %	18 %	100 %
<b>Assistance</b>	244	218	296	314	486	425	287	148	165	295	2 879
	8 %	8 %	10 %	11 %	17 %	15 %	10 %	5 %	6 %	10 %	100 %

Les spectateurs qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits extérieurs peuvent assister à plusieurs spectacles de disciplines artistiques. Leurs intérêts, bien que non exclusifs, les conduisent à inclure de manière dominante la chanson francophone (51 %). On remarque aussi que 34 % de ceux qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits extérieurs incluent la musique instrumentale dans leurs choix et 30 %, de la chanson anglophone. L’humour arrive au quatrième rang des disciplines, avec 15 % des spectateurs. On trouve ensuite la danse, le cirque et les variétés, qui sont des disciplines choisies chacune par 13 % des spectateurs.

Pour ce qui est de l’assistance, la chanson francophone est la discipline qui capte la plus forte proportion des entrées, avec 29 % de l’assistance. La musique instrumentale vient au second rang, avec 17 %. La chanson anglophone, avec 15 % des spectateurs, occupe le troisième rang. Ensemble, les 3 disciplines comptent pour près de deux tiers (61 %) de toute l’assistance des spectacles professionnels gratuits extérieurs.

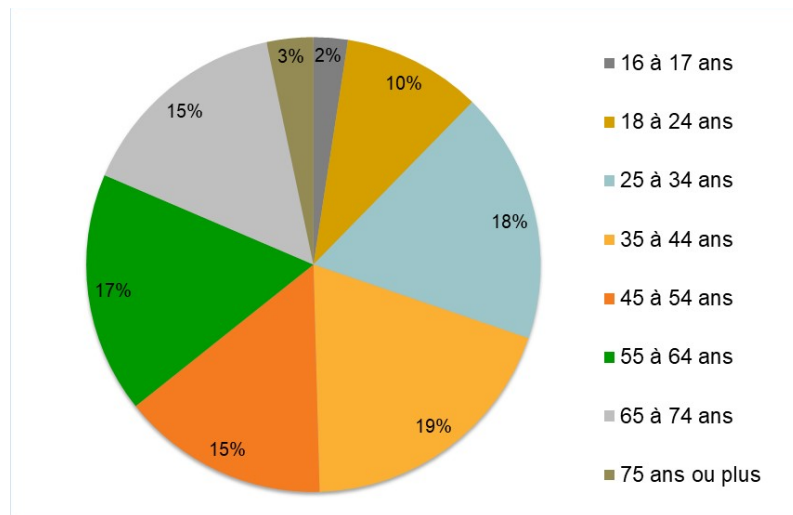
**tab.17 Nombre de spectateurs et niveau d’assistance aux spectacles professionnels gratuits extérieurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)**

<b>Gratuits extérieurs</b>	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	<b>Ensemble des disciplines</b>
<b>Spectateurs</b>	251	241	652	177	985	571	283	256	166	248	1 934
	13 %	12 %	34 %	9 %	51 %	30 %	15 %	13%	9 %	13 %	100 %
<b>Assistance</b>	364	367	995	226	1 765	925	431	325	244	350	5 991
	6 %	6 %	17 %	4 %	29 %	15 %	7 %	5 %	4 %	6 %	100 %

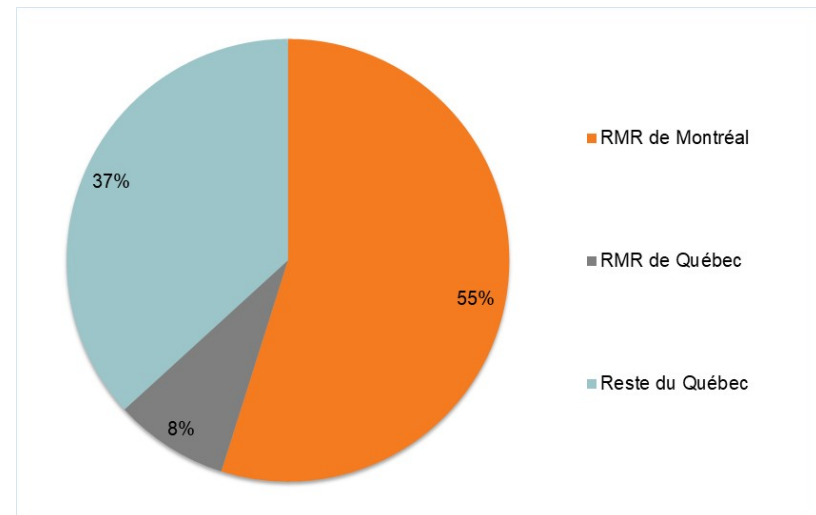
Les spectateurs qui voient des spectacles professionnels gratuits sont remarquablement bien répartis entre les différents groupes d'âge. À l'exception des tranches extrêmes, c'est-à-dire les 16 ans à 17 ans (2 %) et les 75 ans et plus (3 %), ainsi que de la tranche des 18 ans à 24 ans (10 %), tous les autres groupes d'âge (de 25 ans à 74 ans) comptent chacun de 15 % à 18 % du total des spectateurs. On note aussi que l'âge moyen des spectateurs, ainsi que de l'assistance, est de 46 ans en 2023.

En ce qui concerne la provenance de ceux qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits, la majorité (55 %) des spectateurs réside dans la RMR de Montréal. La RMR de Québec en compte une part de 8 %, tandis que ceux qui résident dans le reste du Québec représentent 37 % des spectateurs.

**fig.37 Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon l'âge**



**fig.38 Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon les territoires des RMR de Montréal et Québec**

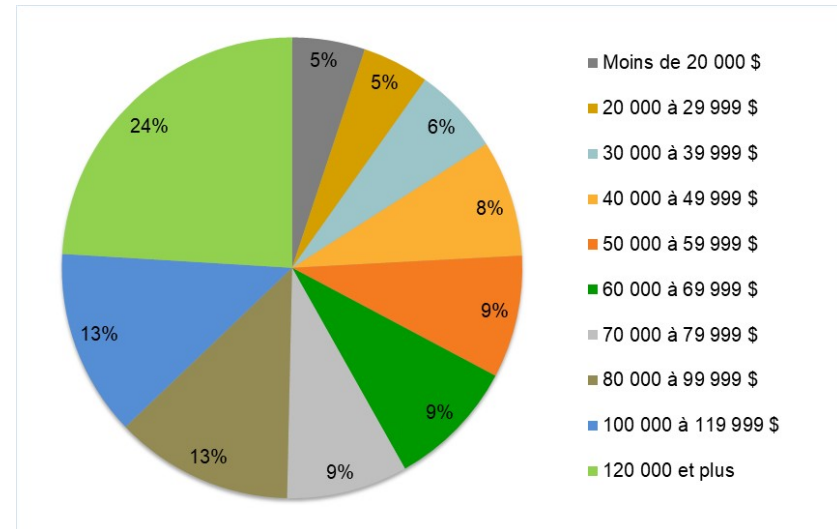




Parmi ceux qui assistent à des spectacles professionnels gratuits, on trouve certains écarts significatifs entre les spectateurs des différentes tranches de revenu. Les spectateurs qui perçoivent un revenu qui dépasse 120 000 \$ comptent pour 27 % du public des spectacles professionnels gratuits. Les spectateurs avec un revenu entre 80 000 \$ et 119 999 \$ suivent, en représentant respectivement 13 % de tous les spectateurs pour ce type de spectacles.

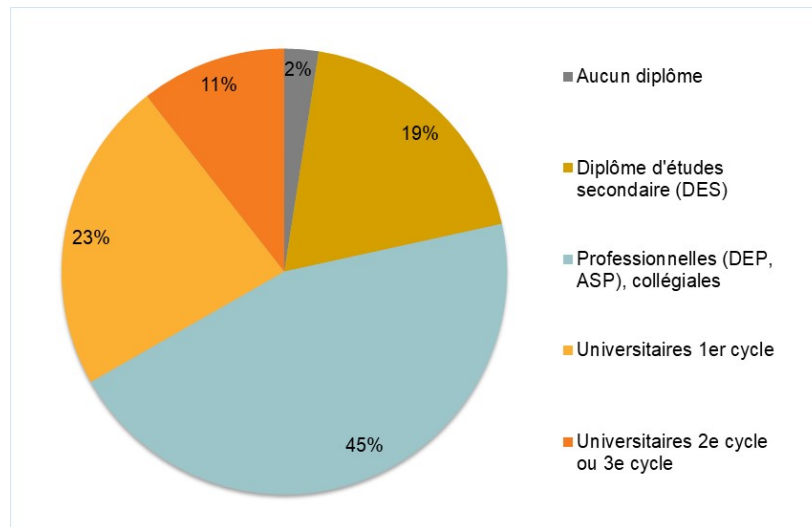
On retrouve ensuite les 3 tranches entre 50 000 \$ et 79 999 \$, qui constituent respectivement 9 % des spectateurs, puis celle de 40 000 \$ à 49 999 \$, avec 8 % des spectateurs. Les spectateurs qui perçoivent entre 30 000 \$ et 39 999 \$ comptent, eux, pour 6 % de l'ensemble. Enfin, les spectateurs des 2 catégories qui perçoivent moins de 29 999 \$ représentent 5 % du public des spectacles professionnels gratuits.

**fig.39 Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon le revenu du ménage**



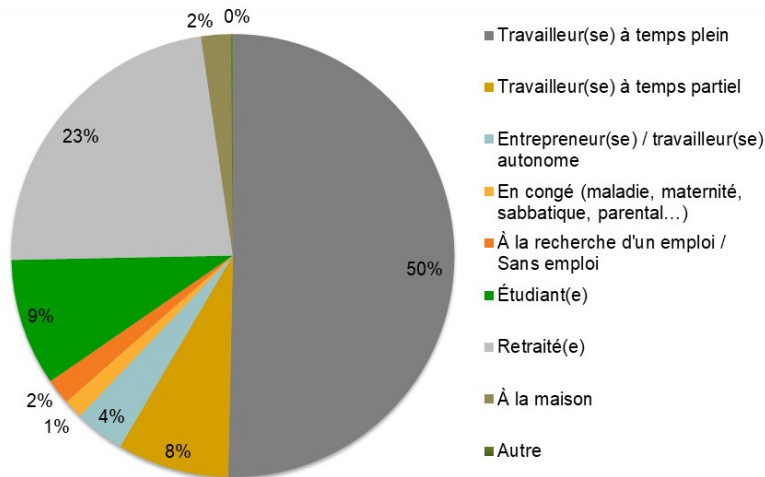
Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle représentent près de la moitié (45 %) des personnes qui fréquentent des spectacles professionnels gratuits. Le second groupe de spectateurs en importance est constitué des diplômés universitaires de premier cycle (23 %). Ils sont suivis des détenteurs d'un diplôme d'études secondaires (19 %), puis des diplômés universitaires de deuxième ou de troisième cycle (11 %). Les non-diplômés sont un groupe minoritaire et constituent seulement 2 % des spectateurs pour ce type de spectacles.

**fig.40 Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon le niveau de scolarité**



La moitié (50 %) des spectateurs qui fréquentent les spectacles professionnels gratuits est composée de travailleurs à temps plein. Le second groupe en importance est celui des retraités, avec 23 % des spectateurs, tandis que les étudiants arrivent au troisième rang, avec 9 %. Ces 3 groupes combinés rassemblent plus des trois quarts des spectateurs (82 %). Toutes les autres catégories de situation professionnelle regroupent chacune entre 1 % et 8 % des spectateurs.

**fig.41 Répartition des spectateurs de spectacles professionnels gratuits selon la situation professionnelle**



### 3.2.3 Public du spectacle amateur

Les spectacles amateurs de toutes les disciplines en arts de la scène, présentés à l'intérieur comme à l'extérieur, ont été fréquentés en 2023 par 1,9 M de spectateurs, qui ont généré une assistance de 5,2 M d'entrées. Ces publics ont assisté en moyenne à 5,6 spectacles de ce type.

Le public des spectacles amateurs est davantage constitué d'hommes (52 %) que de femmes (48 %) et ces premiers sont responsables d'une plus grande partie de l'assistance (60 %).

La discipline qui est la plus fréquentée par les spectateurs lors de spectacles amateurs est la chanson francophone. C'est aussi cette discipline qui bénéficie de la portion la plus importante sur le plan de l'assistance. Avec un âge moyen de 48 ans, les spectateurs sont répartis de façon presque égale entre les tranches d'âge de 35 ans à 74 ans et dans des proportions moindres dans les autres tranches d'âge. La RMR de Montréal est la région qui abrite la majorité des spectateurs, avec 50 %.

Parmi la population québécoise de 16 ans et plus (qui compte 7 250 000 personnes au total), la très vaste majorité (5 414 000 personnes) ne voit aucun spectacle amateur. Il reste tout de même 1 836 000 personnes qui en voient au moins 1 par année. Celles qui fréquentent 1 spectacle amateur sont les plus nombreuses (905 000), suivies de celles qui en voient 2 ou 3 (674 000). Le groupe des 4 spectacles et plus est celui qui rassemble le moins de spectateurs (357 000).

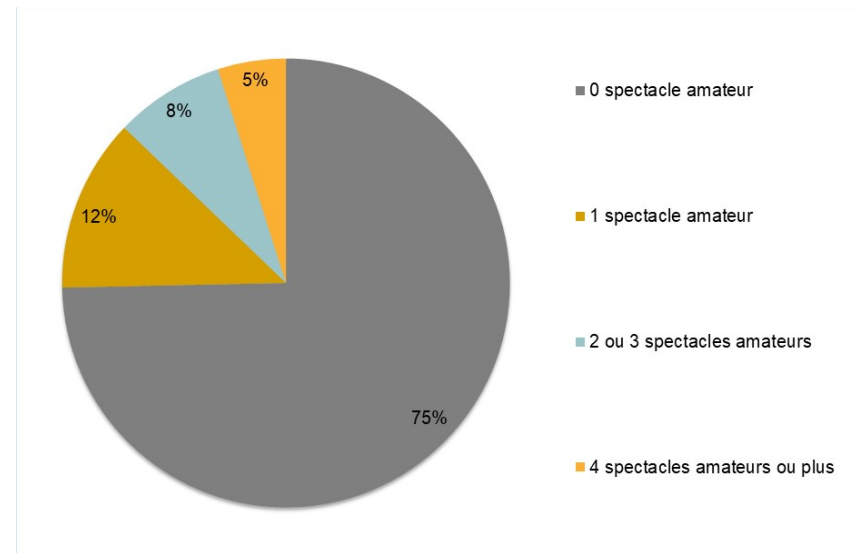
Généralement, les spectateurs voient davantage de spectacles amateurs à l'intérieur qu'à l'extérieur. On constate le même phénomène pour toutes les intensités de fréquentation.

**tab.18 Nombre de spectateurs (du public et du non-public) aux spectacles amateurs intérieurs et extérieurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

	Amateur
	Public et non-public
0 spectacle amateur	5 414
1 spectacle amateur	905
2 ou 3 spectacles amateurs	574
4 spectacles amateurs et plus	357
<b>Total</b>	<b>7 250</b>

La proportion des Québécois de 16 ans et plus qui ne fréquentent aucun spectacle amateur est de 75 %. Quant aux 25 % restants, 12 % de la population assiste à 1 spectacle amateur, 8 % à 2 ou 3 spectacles amateurs, et 5 % à 4 spectacles amateurs ou plus.

**fig.42 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs**



Dans le tableau qui présente les niveaux d'assistance des spectacles amateurs et qui les comparent aux professionnels gratuits et tarifés, on voit que les spectacles amateurs sont à la source 5 213 000 entrées. Ce nombre équivaut à 29 % de l'assistance au spectacle professionnel tarifé et à 59% de celle du spectacle professionnel gratuit.

On note surtout que l'assistance associée aux personnes qui voient 4 spectacles ou plus, avec 2 983 000 entrées, représente 57 % de toute l'assistance générée par les spectacles amateurs. C'est une part proportionnellement légèrement plus importante que ce que l'on observe dans les intensités de fréquentation équivalentes pour les spectacles professionnels gratuits et tarifés.

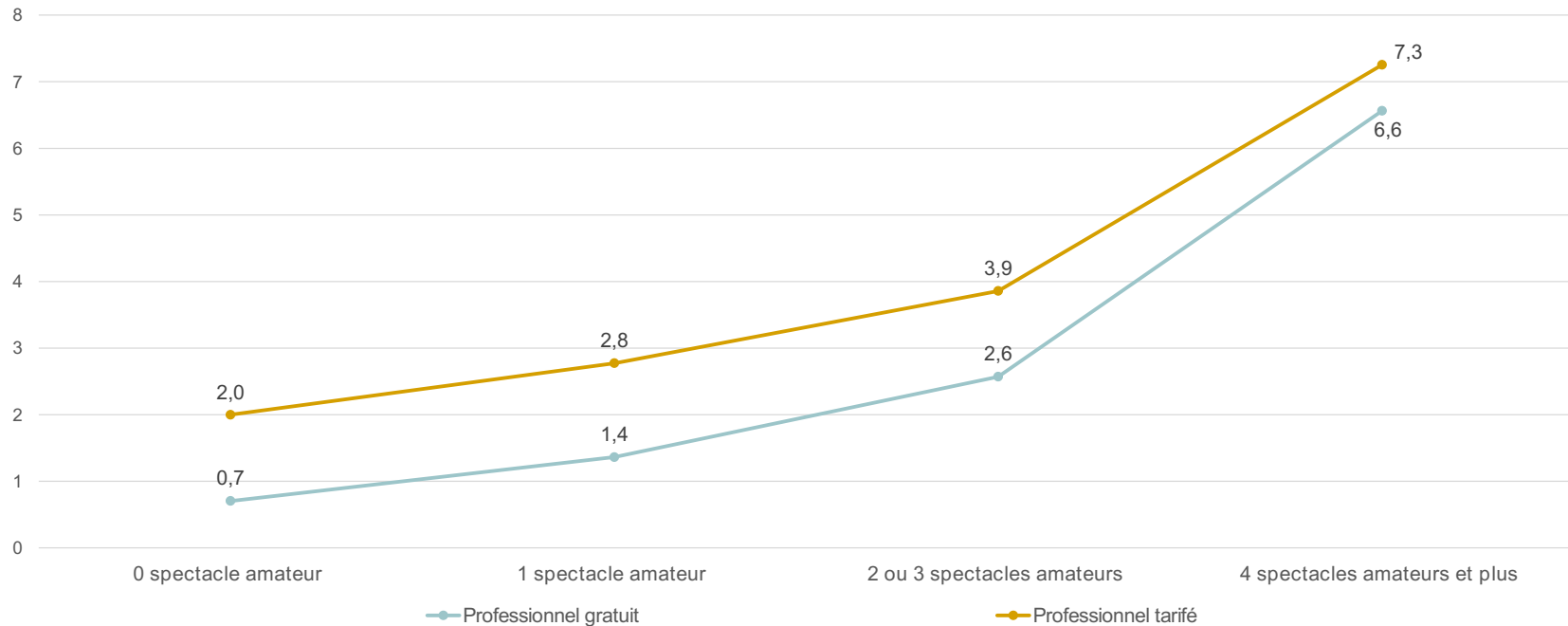
**tab.19 Assistance du public (et du non-public) des spectacles amateurs selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs (en milliers)**

	Amateur	Professionnel	
		Gratuit	Tarifé
0 spectacle amateur		3 819	10 824
1 spectacle amateur	905	1 234	2 510
2 ou 3 spectacles amateurs	1 325	1 476	2 215
4 spectacles amateurs et plus	2 983	2 342	2 589
<b>Total</b>	<b>5 213</b>	<b>8 870</b>	<b>18 139</b>

L'intensité de la fréquentation des spectacles amateurs est étroitement liée à une hausse de l'assistance moyenne au spectacle professionnel tant gratuit que tarifé. Ainsi, entre ceux qui n'ont assisté à aucun spectacle amateur et ceux qui en ont vu 4 ou plus, l'assistance moyenne du spectacle professionnel gratuit passe de 0,7 à 6,6

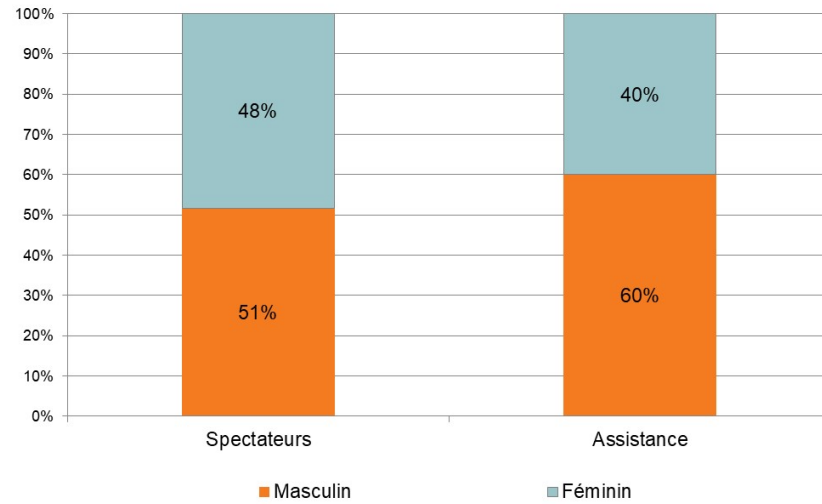
spectacles, et l'assistance moyenne du spectacle professionnel tarifé passe de 2,0 à 7,3 spectacles.

**fig.43 Évolution comparée de l'assistance moyenne par type de spectacles selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles amateurs**



Les hommes sont plus nombreux à fréquenter les spectacles amateurs que les femmes. Ces derniers constituent 52 % des spectateurs et 60 % de l'assistance. Les femmes, elles, représentent 48 % des spectateurs et sont responsables de seulement 40 % des entrées aux spectacles amateurs.

**fig.44 Répartition des spectateurs et de l'assistance aux spectacles amateurs selon le genre**





Ceux qui voient des spectacles amateurs fréquentent de multiples disciplines artistiques.

On note que 29 % et 25 % de ceux qui fréquentent les spectacles amateurs vont respectivement vers la chanson francophone et la danse. Les autres disciplines qui s'attirent les faveurs des spectateurs sont l'humour (24 %), la chanson anglophone (22 %) et le théâtre (20 %), qui apparaissent de manière assez importante dans les choix des spectateurs concernés.

Sur le plan de l'assistance, la chanson francophone (19 %), la chanson anglophone (13 %), l'humour (13 %) et la danse (12 %) sont les 4 disciplines qui génèrent les proportions les plus importantes des entrées aux spectacles amateurs. La musique instrumentale (11 %) et le théâtre (10 %) suivent, tandis que les autres disciplines restent toutes sous la barre de 10 %.

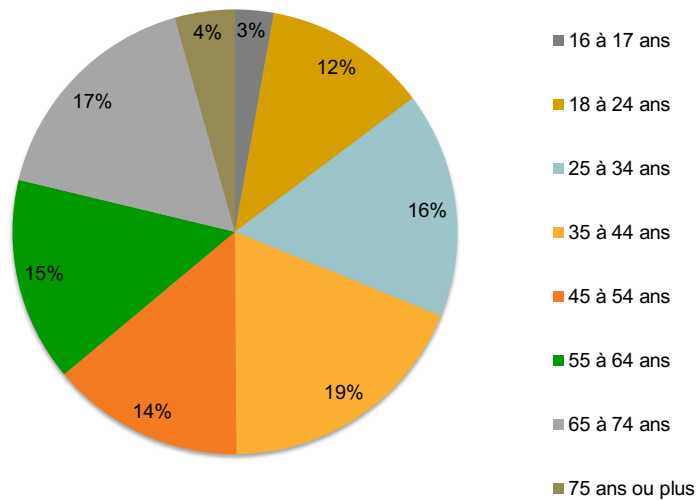
**tab.20 Nombre de spectateurs et de niveau d'assistance aux spectacles amateurs selon les disciplines (en milliers et en pourcentage)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Ensemble des disciplines
<b>Spectateurs</b>	480	181	351	375	549	419	469	210	203	226	1 914
	25 %	9 %	18 %	20 %	29 %	22 %	24 %	11 %	11 %	12 %	100 %
<b>Assistance</b>	640	279	584	544	965	665	665	273	308	288	5 213
	12 %	5 %	11 %	10 %	19 %	13 %	13 %	5 %	6 %	6 %	100 %

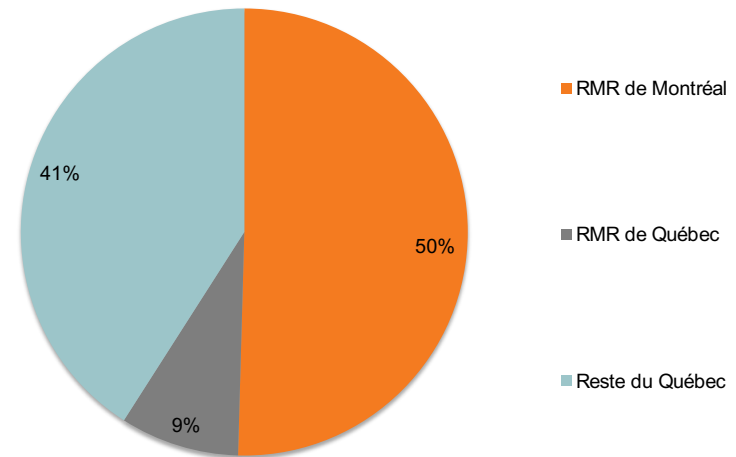
Dans le cas des spectacles amateurs, l'âge moyen des spectateurs est de 48 ans et celui de l'assistance, de 44 ans. La répartition des spectateurs en fonction de l'âge laisse voir une distribution relativement égale, à l'exception des tranches de moins de 24 ans et de plus de 75 ans. Toutes les autres tranches d'âge rassemblent chacune entre 12 % et 19 % des spectateurs.

Les personnes qui assistent à des spectacles amateurs résident à 50 % dans la RMR de Montréal. Elles sont 9 % dans la RMR de Québec et 41 % dans le reste du Québec.

**fig.45 Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon l'âge**



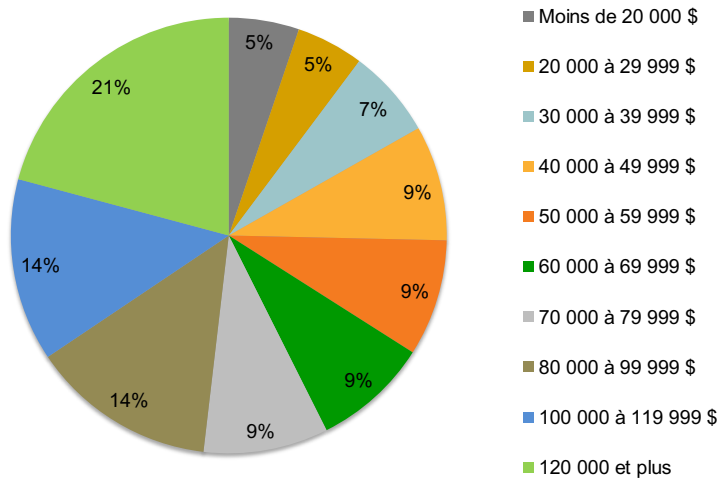
**fig.46 Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon les territoires des RMR de Montréal et Québec**



Étude des publics des arts de la scène au Québec. **QUE SAVONS-NOUS DE LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE SCÈNE AU QUÉBEC?**

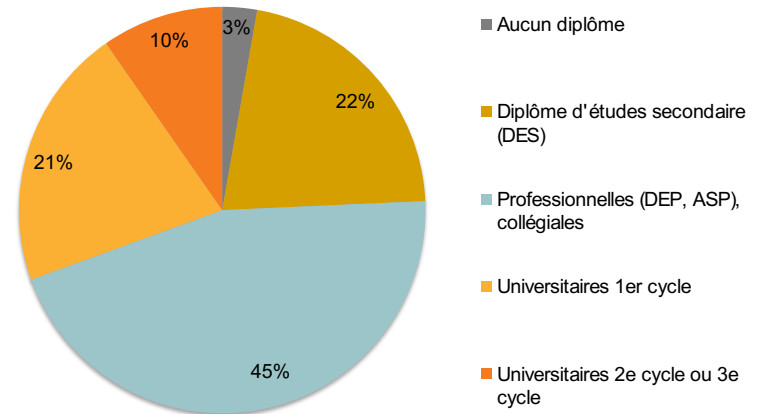
On retrouve certains écarts significatifs chez les personnes qui fréquentent les spectacles amateurs en fonction de leurs revenus. Les personnes qui perçoivent un revenu de plus de 120 000 \$ sont représentées à hauteur de 21 %. Suivent les deux tranches de revenu allant de 80 000 \$ à 119 999 \$, qui représentent respectivement 14 % des spectateurs. Les 4 tranches comprises entre 40 000 \$ et 79 999 \$ regroupent respectivement 9 % de la population. Les spectateurs de spectacles amateurs avec un revenu de 30 000 \$ à 39 999 \$ comptent pour 7 % de toutes les personnes assistant à ce type de spectacles, et les deux tranches de revenu en dessous de 29 999 \$ représentent chacune 5 % de ces spectateurs.

**fig.47 Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon les revenus du ménage**



Près de la moitié (45 %) du public des spectacles amateurs possède un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle. La proportion détenant un diplôme d'études secondaires est de 22 %, soit légèrement supérieure à celle des universitaires de 1<sup>er</sup> cycle (21 %). Les universitaires diplômés du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle sont proportionnellement moins nombreux (10 %), tandis que les personnes qui n'ont aucun diplôme sont encore plus faiblement représentées (3 %).

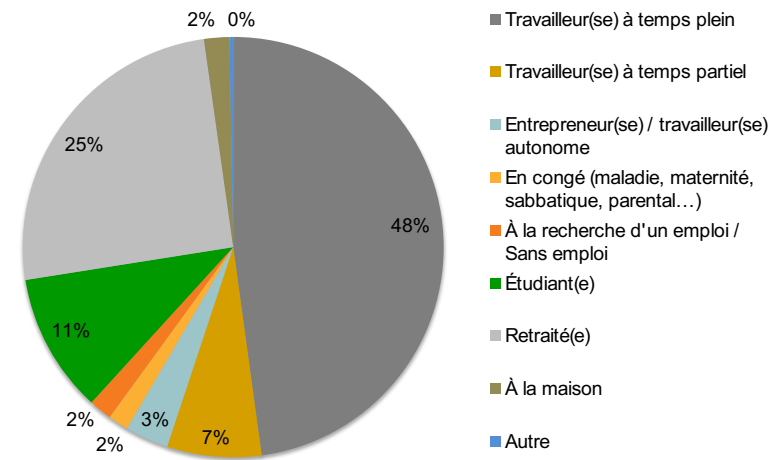
**fig.48 Répartition des spectateurs de spectacles amateurs selon le niveau de scolarité**



Étude des publics des arts de la scène au Québec. **QUE SAVONS-NOUS DE LA FRÉQUENTATION DES ARTS DE SCÈNE AU QUÉBEC?**

Sur le plan de la situation professionnelle, les personnes à la maison sont les plus nombreuses parmi les spectateurs de spectacles amateurs, et représentent 48 % de l'ensemble, contre 25 % pour les retraités et 11 % pour les étudiants. Chez les spectateurs qui fréquentent les spectacles amateurs, les autres catégories de situation professionnelle sont beaucoup moins représentées. En dehors des travailleurs à temps partiel (7 %) et des entrepreneurs ou travailleurs autonomes (3 %), les autres catégories ne dépassent pas 2 %.

**fig.49 Répartition des spectateurs des spectacles amateurs selon la situation professionnelle**



### 3.3.4 Assistance aux spectacles par des populations minoritaires ou marginalisées

Le sondage permettait d'établir pour chaque répondant un statut d'immigration. Ce dernier n'est pas lié à un statut administratif, mais est défini selon le lieu de naissance du répondant et de ses parents. Ainsi, par convention, une personne est :

- native du Canada si elle et ses deux parents sont nés au Canada,
- immigrante de première génération quand elle est née dans un autre pays que le Canada;
- immigrante de deuxième génération si elle est née au Canada, mais que son père ou sa mère ou ses deux parents sont nés dans un autre pays.

Parmi le public, les immigrants de première génération assistent en moyenne à plus de spectacles professionnels tarifés, mais aussi plus de spectacles gratuits que les natifs. L'écart est important et s'inscrit en faveur des immigrants de première génération, notamment dans la catégorie des spectacles\* professionnels tarifés, les natifs en voient 4,3 en moyenne, alors que la moyenne de la population est de 4,4. Les immigrants de première génération, eux, voient en moyenne 5,5 spectacles, tandis que les immigrants de deuxième génération par 1 parent voient en moyenne 4,4 spectacles et que ceux de deuxième génération par les deux parents en voient en moyenne 4,1.

Au chapitre des spectacles professionnels gratuits intérieurs, les natifs sont ceux qui en voient le moins, avec une moyenne de 2,6. Suivent ensuite les immigrants de première génération, avec une moyenne de 3,1, puis les immigrants de deuxième génération par un parent, avec 3,5, et les immigrants de deuxième génération par les deux parents, avec une moyenne de 3,9.

Les écarts sont moins significatifs pour les spectacles professionnels gratuits extérieurs : le nombre moyen fluctue entre 3 spectacles vus en

moyenne chez les natifs et 3,9 chez les immigrants de première génération. Dans cette catégorie de spectacles, le nombre moyen pour la population du Québec se situe à 3,1.

Concernant les spectacles amateurs, les écarts sont plus marqués. Les résultats des immigrants de seconde génération par un seul parent et ceux de seconde génération par les deux parents montrent un écart de 0,6 point en matière d'assistance moyenne. En moyenne, la première catégorie voit 3,4 spectacles, et la deuxième, 4,0. Celle-ci représente d'ailleurs une des catégories qui voient en moyenne le plus de spectacles amateurs annuellement. Dans cette catégorie de spectacles, ce sont néanmoins les immigrants de première génération qui voient en moyenne le plus de spectacles, avec un score de 4,1, tandis que les natifs, eux, ne voient que 2,6 spectacles en moyenne. Pour ce type de spectacles, la moyenne pour la population du Québec se situe à 2,9.

**tab.21 Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon le statut d'immigration**

	Spectacle professionnel			Spectacle amateur
	Tarifé	Gratuit intérieur	Gratuit extérieur	
Population du Québec	4,4	2,8	3,1	2,9
Natif	4,3	2,6	3,0	2,6
1 <sup>re</sup> génération	5,5	3,1	3,9	4,1
2 <sup>e</sup> génération par le père ou par la mère	4,4	3,5	3,0	3,4
2 <sup>e</sup> génération par les deux parents	4,1	3,9	3,3	4,0

Dans le cas des immigrants de première génération, ces résultats n'indiquent pas une sous-fréquentation du spectacle par les immigrants — une fausse impression assez courante dans le milieu des arts de la scène. Il va sans dire que ces résultats sont un appel à des études plus approfondies, notamment sur le profil sociodémographique des immigrants. Toutefois, nous pouvons déjà soulever certaines hypothèses permettant de réconcilier les perceptions et les résultats du sondage :

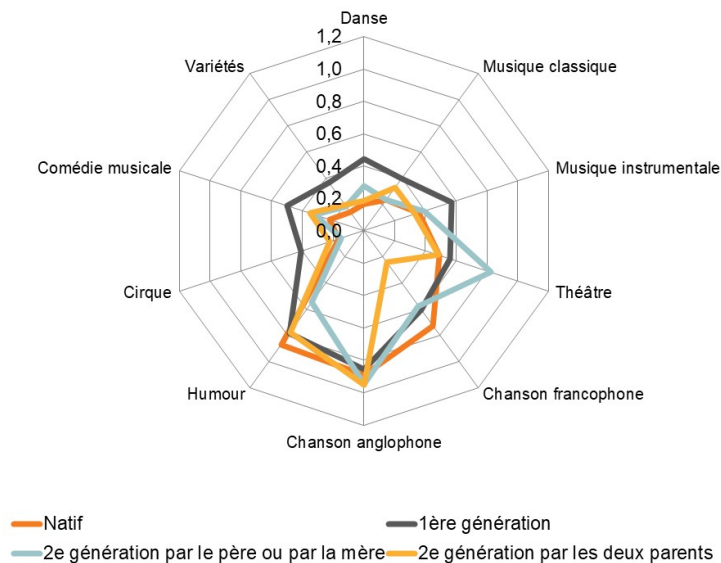
- Les observateurs — souvent issus de milieux fréquentant largement les arts de la scène — ont tendance à surestimer la fréquentation du spectacle dans la population en général : rappelons que 70 % de la population assistent à 2 spectacles et moins par an;

- L'immigration québécoise est concentrée à Montréal. Les niveaux de fréquentation sont plus élevés en zone urbaine et particulièrement à Montréal;
- L'immigration au Québec est dite « choisie » : les immigrants sont notamment sélectionnés en fonction de leur niveau de formation. Ce faisant, les immigrants de première génération ont un niveau d'éducation moyen plus élevé que les natifs. Or, le niveau d'éducation influence positivement la fréquentation des spectacles;
- Certaines associations sont faites entre immigration et minorités visibles. L'immigration « choisie » du Québec réserve une large place aux francophones venant notamment d'Europe. Dans bien des cas, cette immigration n'est pas une minorité culturelle « visible »;
- Les immigrants peuvent fréquenter les spectacles, mais pas de la même manière que les natifs : cela peut être des spectacles différents ou dans d'autres lieux de diffusion. La figure suivante montre que le statut d'immigration influence le profil d'assistance moyenne selon les disciplines. C'est particulièrement le cas des immigrants de première génération, qui se singularisent par une plus forte fréquentation des disciplines « classiques » comme la danse, la musique classique ou encore le théâtre.

Ces éléments d'interprétation ne sont que des hypothèses. Aussi les immigrants — de première comme de seconde génération — ne constituent certainement pas un groupe monolithique. On devrait voir apparaître des différences importantes avec des analyses intersectionnelles plus fines, notamment en tenant compte de l'origine des immigrants ou de leur niveau d'éducation.



**fig.50 Assistance moyenne selon la discipline et le statut d'immigration**



Les répondants pouvaient aussi s'identifier à certains groupes<sup>9</sup> :

- Personnes handicapées;
- Premières Nations du Canada;
- Minorités visibles;
- Minorités ethniques;
- Communauté LGBTQ+.

Dans la grande majorité des cas, les groupes auto-identifiés consomment plus de spectacles professionnels — tarifés comme gratuits — que la moyenne de la population. Les différents groupes indiquent sensiblement les mêmes types d'écart en fonction des différents types de spectacles présentés, les spectacles les plus fréquentés sont les spectacles professionnels tarifés suivis des spectacles gratuits intérieurs puis des spectacles professionnels gratuits extérieurs. Les Premières Nations du Canada démontrent une moyenne de spectacles vus plus haute que les reste des catégories quand il s'agit de spectacles professionnels tarifés (7,2), de spectacles professionnels gratuits intérieurs (5,2) et de spectacles gratuits extérieurs (4,6).

Dans le cas du spectacle amateur, on retrouve une plus forte fréquentation moyenne des groupes auto-identifiés comparativement à la population du Québec. À part chez les minorités ethniques, qui affichent le plus grand nombre de spectacles vus en moyenne avec 5,8, on remarque que les spectacles amateurs se situent entre 3,8 pour trois catégories et 3,1 pour la communauté LGBTQ+.

Les contrastes importants dans ces résultats rappellent la nécessité d'interroger les définitions traditionnelles de ce que sont des spectacles

<sup>9</sup> La terminologie employée est la même que celle qui a cours dans les études de Statistique Canada.

professionnels ou amateurs, à la lumière des pratiques qui ont cours dans certaines communautés ethniques ou chez les Premières Nations du Canada.

**tab.22 Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon l'identification à certains groupes**

	Spectacle professionnel			Spectacle amateur
	Tarifé	Gratuit intérieur	Gratuit extérieur	
Population du Québec	4,4	2,8	3,1	2,9
Personnes handicapées	4,6	3,3	3,6	3,8
Premières Nations du Canada	7,2	5,2	4,6	3,8
Minorités visibles	4,6	3,6	3,4	3,8
Minorités ethniques	6,1	4,9	4,5	5,8
Communauté LGBTQ+	4,5	2,3	3,2	3,1

La langue parlée le plus souvent à la maison influence faiblement le niveau de fréquentation des spectacles professionnels tarifés et gratuits. La tendance générale est que le niveau de fréquentation des spectacles professionnels tarifés est légèrement plus bas lorsque la langue parlée le plus souvent à la maison est l'anglais. À l'inverse, la fréquentation du spectacle professionnel gratuit est plus fort chez les anglophones.

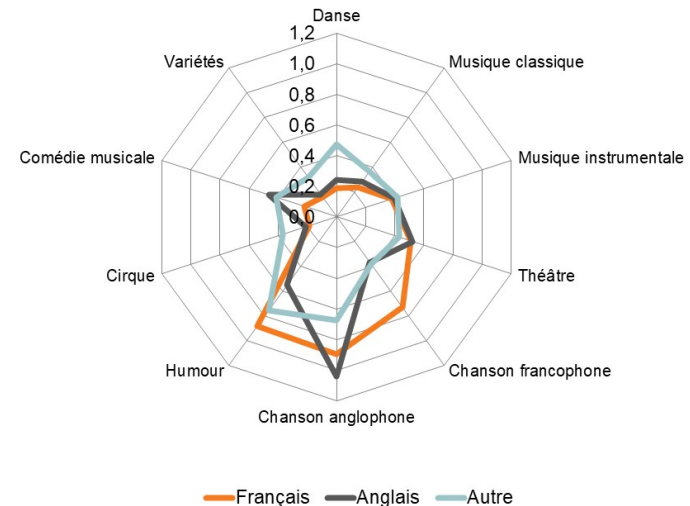
En matière de spectacle amateur, les écarts sont plus importants : l'assistance moyenne est de 2,9 spectacles amateurs si la langue parlée à la maison est le français, mais respectivement de 3,3 spectacles et de 4,1 spectacles si la langue parlée à la maison est l'anglais ou une autre langue.

**tab.23 Assistance moyenne aux spectacles professionnels et amateurs selon la langue parlée le plus souvent à la maison**

	Spectacle professionnel			Spectacle amateur
	Tarifé	Gratuit intérieur	Gratuit extérieur	
Population du Québec	4,4	2,8	3,1	2,9
Français	4,4	2,8	3,1	2,9
Anglais	4,3	3,2	3,4	3,3
Autre	4,6	2,8	3,7	4,1

La langue parlée le plus souvent à la maison a naturellement un impact sur l'assistance moyenne selon les disciplines. Lorsque la langue est le français, l'assistance est singulièrement importante pour l'humour et la chanson anglophone puis francophone. Quand la langue est l'anglais, ce sont aussi l'humour et la chanson anglophone qui dominent, mais la comédie musicale se démarque également. Dans le cas où la langue parlée le plus souvent à la maison n'est ni l'anglais ni le français, l'humour et la chanson anglophone sont aussi très prisés, mais la danse fait son apparition.

**fig.51 Assistance moyenne selon la discipline et la langue parlée le plus souvent à la maison**



### 3.2.5 Le non-public\*

Cerner le non-public\* ne va pas nécessairement de soi. Bien qu'il existe un non-public qui n'assiste à aucun spectacle du tout, il existe également un non-public\* qui fréquente tout de même certains types de spectacles et pas d'autres. Ses caractéristiques sont donc variables et surtout relatives selon le point de vue adopté.

En considérant tour à tour les spectacles professionnels tarifés, intérieurs et extérieurs, les spectacles gratuits ainsi que les spectacles amateurs, on peut tirer quelques ordres de grandeur.

Ainsi, le non-public\* des spectacles professionnels tarifés, qui est constitué de 3 094 000 personnes, ne génère bien entendu aucune assistance\* à ce type de spectacles. Toutefois, 233 000 de ces personnes assistent à des spectacles professionnels gratuits intérieurs. Elles génèrent 555 000 entrées dans ce contexte.

Une autre part de ce non-public\*, se chiffrant à 471 000 personnes, fréquente des spectacles professionnels gratuits extérieurs et est responsable d'une assistance de 1 353 000 entrées.

Enfin, dans le cas des spectacles amateurs, le non-public\* est à la source de 1 582 000 entrées grâce à l'apport de 532 000 spectateurs.

**tab.24 Nombre de personnes constituant le non-public\* et assistance aux spectacles gratuits et amateurs (en milliers)**

	Professionnel			Amateur
	Tarifé	Intérieur	Gratuit Extérieur	
Personnes	3 094	233	471	532
Assistance		555	1 353	1 582

À l'échelle de la population, le non-public\* — celui des spectacles professionnels tarifés — représente 43 % des personnes contre 57 % pour le public\*, soit une majorité. Ce non-public\* n'est pas négligeable puisqu'il compte pour 19 % de l'assistance des spectacles professionnels gratuits intérieurs et 23 % de ceux qui sont à l'extérieur. Il représente aussi 28 % des entrées aux spectacles amateurs.

Le public\* constitue cependant une plus grande part de l'assistance pour chacun de ces types de spectacles, soit 81 % pour les spectacles professionnels gratuits intérieurs, 77 % pour les spectacles professionnels gratuits extérieurs et 72 % pour les spectacles amateurs.

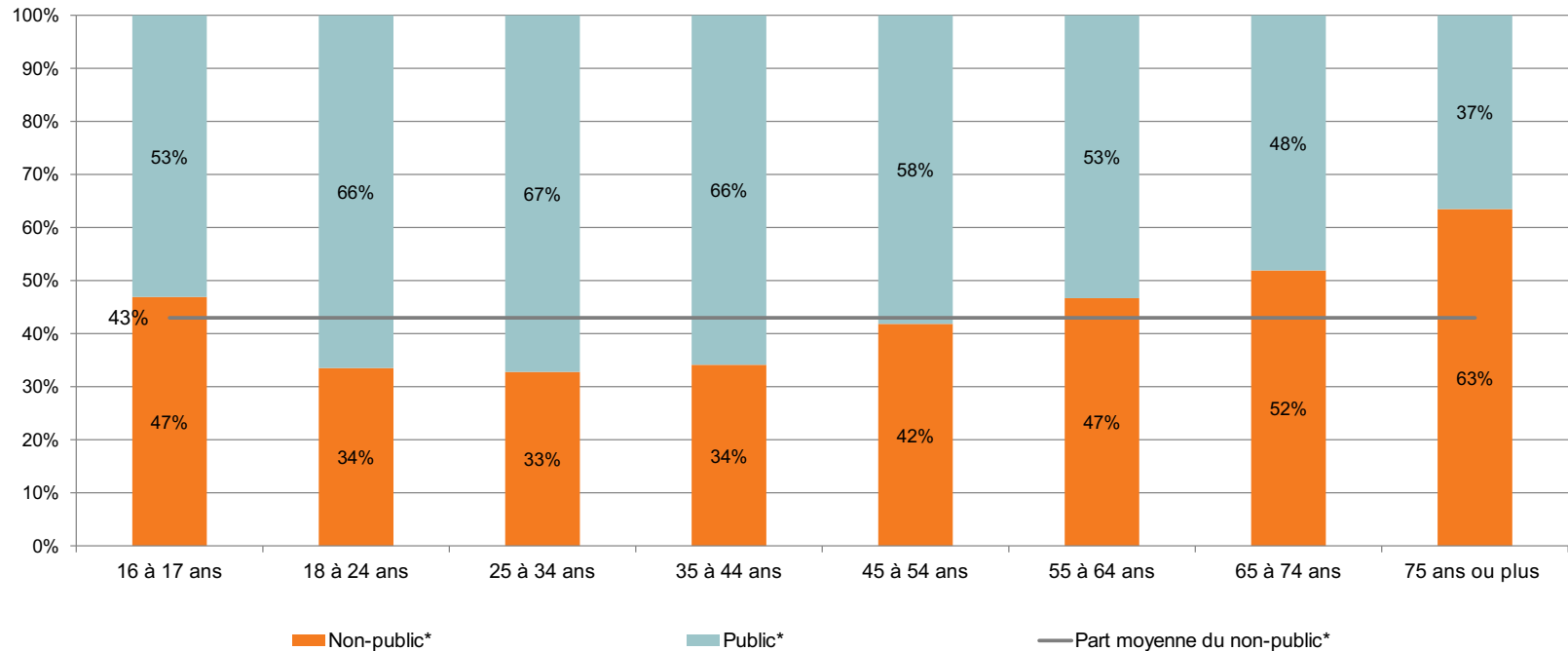
**tab.25 Part du non-public\* et du public\* dans la population et dans l'assistance aux spectacles professionnels gratuits et amateurs**

	Population	Assistance		
		Professionnel gratuit		Amateur
		Intérieur	Extérieur	
Non-public*	43 %	19 %	23 %	28 %
Public*	57 %	81 %	77 %	72 %

Les parts que représentent le public\* et le non-public\* varient avec l'âge. La portion attribuable au non-public\* tend à croître avec l'âge. Une exception concerne toutefois les plus jeunes (de 16 ans à 17 ans), qui sont en proportion moins nombreux à fréquenter le spectacle\* que la moyenne de la population.

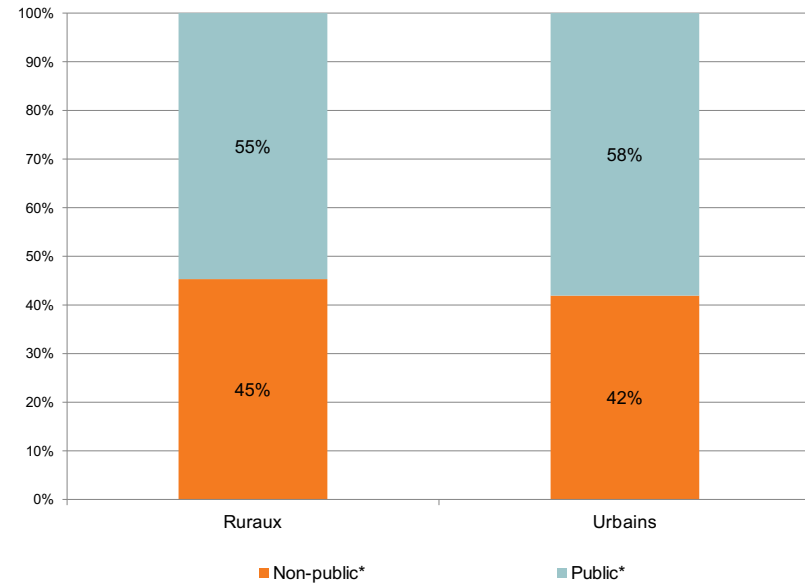
La part du non-public\* est à son plus bas niveau pour la tranche d'âge des 25 ans à 34 ans.

**fig.52** Part du public\* et du non-public\* selon l'âge



La répartition entre le public\* et le non-public\* varie aussi en fonction du type de milieu géographique. Dans ce cas-ci, 55 % des personnes qui résident dans des milieux ruraux forment le public\*, tandis que 45 % composent le non-public\*. En milieux urbains, la part du public\* grimpe à 58 % et celle du non-public baisse à 42 %, ce qui constitue un écart relativement léger.

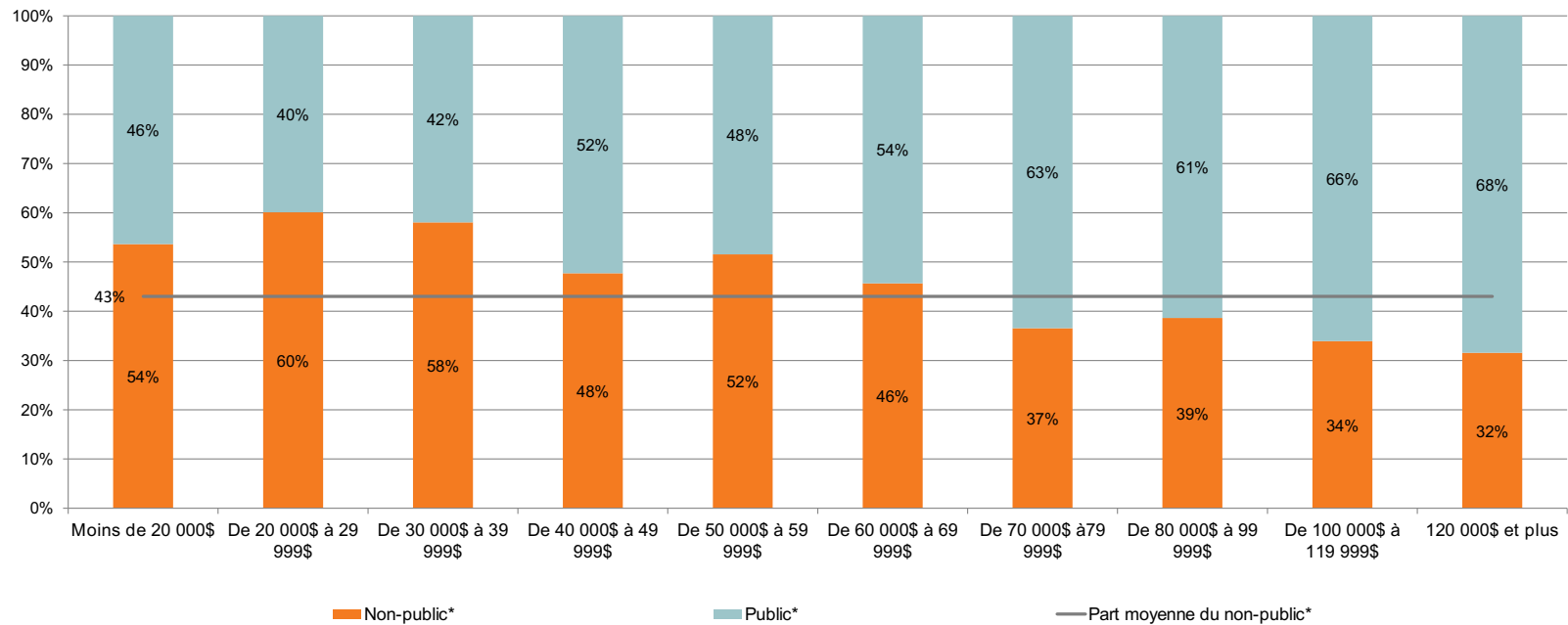
**fig.53** Part du public\* et du non-public\* selon les milieux ruraux et urbains



Par ailleurs, le revenu du ménage semble corrélé avec la répartition des personnes entre le public\* et le non-public\*. Même si la variation n'est pas parfaitement linéaire, on remarque un accroissement de la part que représente le public\* à mesure que le revenu augmente. De 46 % pour les personnes issues de ménages gagnant moins de 20 000 \$, cette part atteint 68 % chez celles dont le revenu est de 120 000 \$ ou plus.

Alors que la part moyenne du non-public\* dans la population est de 57 %, le non-public\* dont le revenu de ménage se situe entre 20 000 \$ et 40 000 \$ occupe une part au-dessus de cette moyenne; inversement, la part de non-public\* est moins importante chez ceux qui gagnent davantage. On remarque cependant que, lorsque le revenu se situe en dessous de 20 000 \$, le non-public représente 54 % de cette catégorie de personnes, ce qui est en dessous de la part moyenne qu'il représente dans la population globale.

fig.54 Part du public\* et du non-public\* selon le revenu du ménage

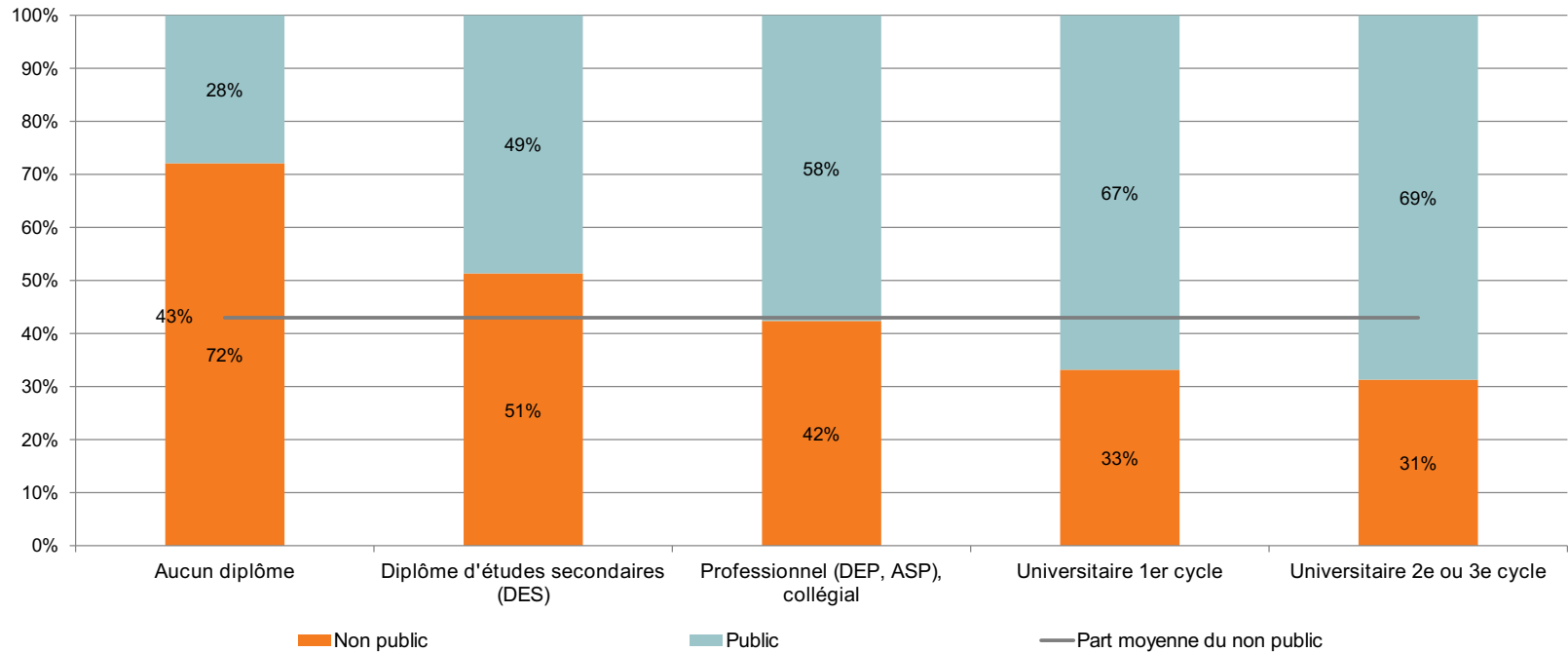




Le niveau de scolarité est un autre facteur qui permet de cerner les parts que représentent le public\* et le non-public\* dans la population. Alors que le public\* ne représente que 28 % chez les personnes n'ayant aucun diplôme, cette part augmente jusqu'à 69 % chez celles qui ont un diplôme universitaire de 2<sup>e</sup> ou de 3<sup>e</sup> cycle.

La barre de la part moyenne de 43 % pour le non-public\* est dépassée par le haut pour les personnes qui détiennent un diplôme d'études secondaires ou qui n'ont pas de diplôme du tout. Cette part de non-public\* passe sous la moyenne à partir du niveau scolaire professionnel ou collégial ou collégial.

**fig.55** Part du public\* et du non-public\* selon le niveau de scolarité

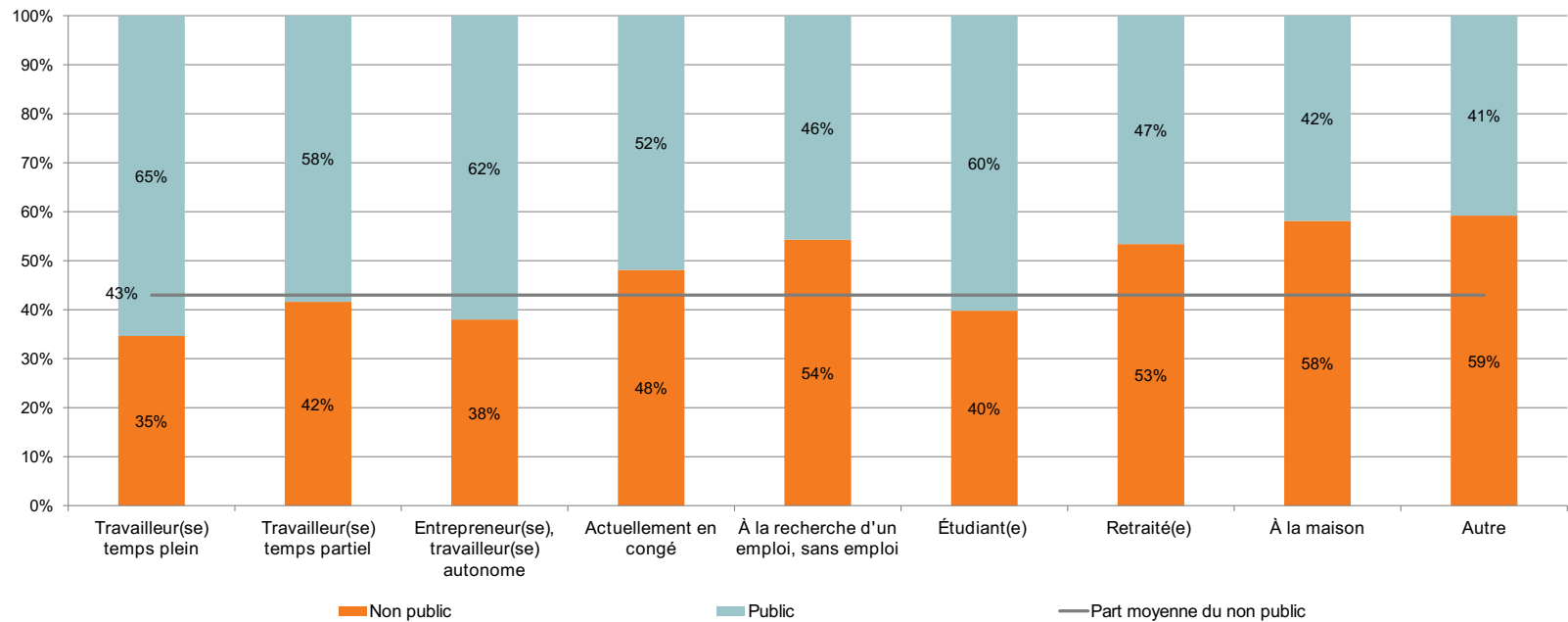


Pour ce qui est de la situation professionnelle, il n'est pas possible de tracer une courbe de tendance linéaire, mais des variations assez importantes selon les situations peuvent être relevées.

Le public\* est proportionnellement plus important chez les travailleurs à temps plein (65 %), les étudiants (60 %), les entrepreneurs ou travailleurs autonomes (62 %) et les travailleurs à temps partiel (58 %).

Pour toutes les autres situations professionnelles, la part du public\* est inférieure à la moyenne. Les parts les plus basses sont enregistrées auprès des personnes qui sont dans une situation « autre » (41 %), « à la maison » (42 %) et « à la retraite » (47 %) ainsi qu'auprès de celles qui sont « à la recherche d'un emploi ou sans emploi » (46 %). Dans ces 4 cas, on note que la part du non-public\* est au-dessus de 50 %.

**fig.56 Part du public\* et du non-public\* selon la situation professionnelle**



### 3.3 PROFILS DISCIPLINAIRES

#### 3.3.1 Perspective disciplinaire

Alors que la population québécoise âgée de 16 ans et plus s'élevait à 7 250 000 personnes au moment de mener l'étude, une très grande majorité de ces personnes ne voit aucun spectacle\*, quelle que soit la discipline prise en compte. L'analyse des résultats pour les 10 disciplines montre que l'humour est ce qui rejoint le plus grand nombre de Québécois; 1 979 000 personnes ont vu au moins

1 spectacle\* d'humour, soit plus d'un quart des Québécois (27 %). Dans des proportions moins importantes, mais relativement proches suivent la chanson anglophone (1 536 000 personnes, soit 21 % de la population), la chanson francophone (1 400 000 personnes, soit 20 % de la population) et le théâtre (1 121 000 personnes, soit 15 % de la population). Les 6 autres disciplines rejoignent respectivement moins d'un million de Québécois, soit entre 5 % et 10 % de la population selon la discipline. La danse (497 000 personnes ou 7 % de la population) et les variétés (422 000 personnes ou 5 % de la population) sont les disciplines qui enregistrent les résultats les plus bas.

**tab.26 Répartition de la population de 16 ans et plus selon le nombre de spectacles\* vus pour chacune des disciplines (en milliers de personnes)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés
0 spectacle*	6 753	6 687	6 526	6 129	5 850	5 714	5 271	6 630	6 574	6 828
Au moins 1 spectacle*	497	563	724	1 121	1 400	1 536	1 979	620	677	422
1 spectacle*	341	327	381	685	763	805	1 203	511	467	279
2 spectacles*	96	133	161	239	329	342	465	83	126	90
3 spectacles* et plus	61	103	182	198	308	389	311	26	83	52
<b>Total</b>	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250	7 250

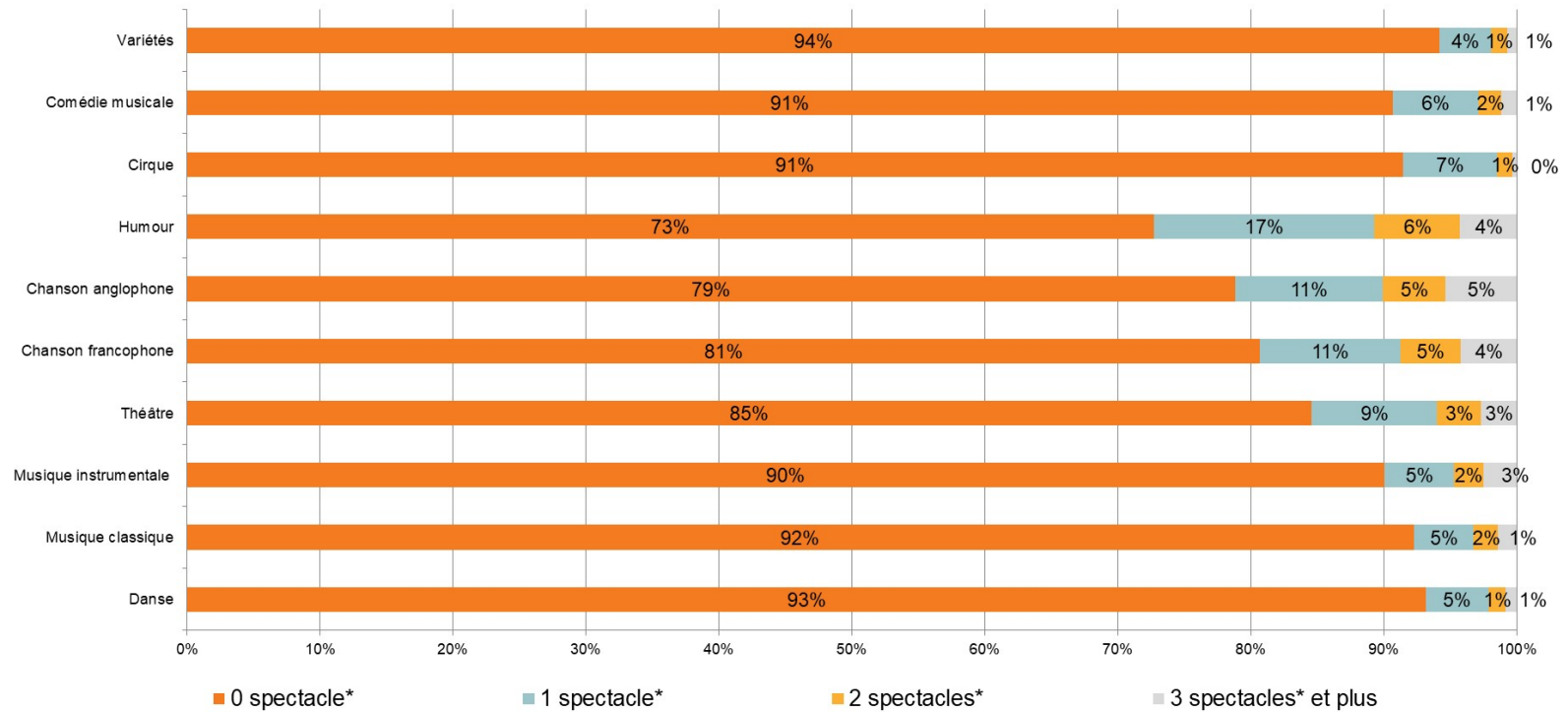
Des variations dans la fréquence des sorties aux spectacles\* existent aussi selon les disciplines. Chez les Québécois qui ont vu au moins un spectacle\* en 2023, la majorité n'en a vu qu'un seul, et c'est le cas dans chaque discipline. On remarque que généralement plus le nombre de spectacles augmente, plus le nombre de spectateurs diminue, excepté pour la musique instrumentale et la chanson anglophone, où les spectateurs qui ont vu 3 spectacles\* et plus sont plus nombreux que ceux ayant vu 2 spectacles\*.

La part des Québécois de plus de 16 ans qui ne voient aucun spectacle\* est importante pour toutes les disciplines : elle oscille entre 73 % pour l'humour et 94 % pour les spectacles\* de variétés.

Après les variétés, les disciplines les moins fréquentées sont la musique instrumentale (90 %), le cirque et la comédie musicale (91 %), la musique classique (92 %) et la danse (93 %). Dans la plupart des disciplines, assister à 3 spectacles\* ou plus est le fait d'un pourcentage limité de spectateurs\*, soit moins de 5 % pour 9 des 10 disciplines.

La chanson anglophone est la seule discipline dont le nombre de personnes ayant vu 3 spectacles et plus atteint 5 %. Pour cette discipline, les personnes ayant vu 2 spectacles\* et ceux qui ont vu 3 spectacles et plus\* représentent le même pourcentage. Les variétés, la comédie musicale, le cirque, la musique classique et la danse sont les disciplines qui comptent le plus petit nombre de grands amateurs de spectacles\*.

**fig.57 Répartition de la population de 16 ans et plus selon le nombre de spectacles\* vus pour chacune des disciplines**

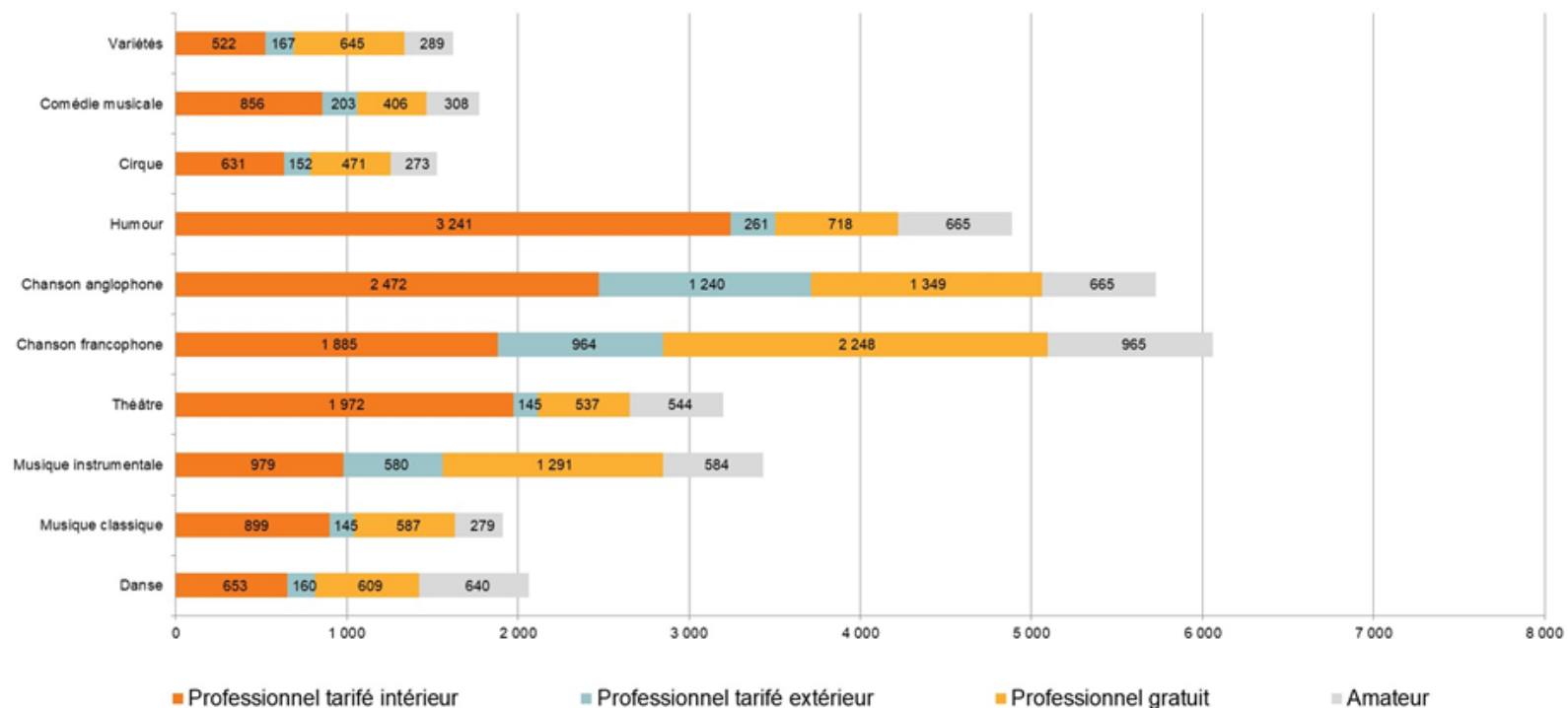


Les figures suivantes comparent les distributions de l'assistance selon les types de spectacles et selon la discipline. L'assistance augmente de façon importante lorsqu'on tient compte des différents types de spectacles : tarifés, gratuits, amateurs. L'assistance pour la chanson francophone (plus de six millions d'entrées) dépasse celle de la chanson anglophone et de l'humour. La danse, le cirque, la chanson francophone, les variétés et la musique instrumentale doublent pratiquement leur assistance lorsqu'on considère les spectacles gratuits et amateurs.

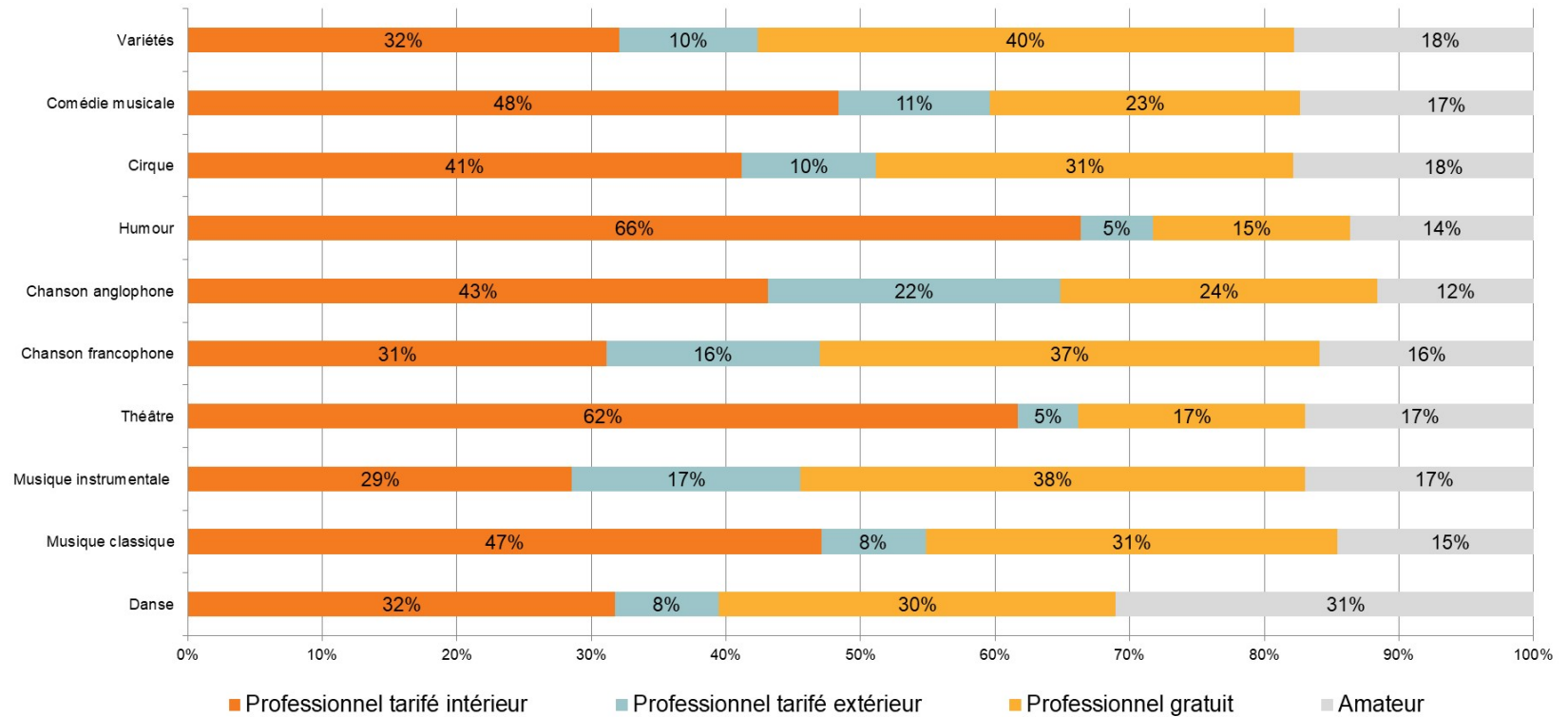
Les spectacles gratuits comptent pour 15 % à 40 % de l'assistance selon les disciplines. Ce sont les spectacles de variétés qui affichent la part de spectacles gratuits la plus élevée, avec 40 %. Suivent ensuite la musique instrumentale avec 38 %, la chanson francophone avec 37 %, puis le cirque et la musique classique avec 31 %. L'humour (15 %) et le théâtre (17 %) sont les disciplines où l'assistance aux spectacles gratuits est la moins importante. Dans le cas des spectacles amateurs, la danse arrive largement en tête avec 31 %. Le reste des disciplines se situe entre 12 % et 18 %. La chanson anglophone (12 %) et l'humour (14 %) sont les disciplines qui affichent les pourcentages les moins élevés d'assistance\* aux spectacles amateurs.

Pour ce qui est des spectacles tarifés extérieurs, les variations dans la part qu'ils représentent pour chaque discipline peuvent être importantes. Si cette part ne représente que 5 % pour l'humour et le théâtre, et 8 % pour la musique classique et la danse, elle grimpe à 22 % pour les spectacles de chanson anglophone.

**fig.58 Assistance aux spectacles selon le type de spectacles et la discipline (en milliers)**



**fig.59 Répartition de l'assistance aux spectacles selon le type de spectacles et la discipline**





De manière générale, les résultats révèlent plusieurs différences entre l'âge moyen et l'âge médian<sup>10</sup> autant des spectateurs\* qu'au sein de l'assistance\* aux spectacles\* des différentes disciplines artistiques. Alors que l'âge moyen des Québécois de 16 ans et plus est de 48 ans, celui des spectateurs\* pour l'ensemble des disciplines se situe à 46 ans, tandis que celui au sein de l'assistance\* pour toutes les disciplines est de 45 ans.

Pour ce qui est de l'âge médian, tant pour les spectateurs\* (45 ans) que pour l'assistance\* (43 ans), pour toutes les disciplines, il est moins élevé que ce que l'on enregistre pour l'ensemble de la population québécoise de plus de 16 ans, soit 49 ans. Cela signifie que généralement le profil des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les arts de la scène est plus jeune que celui de l'ensemble de la population québécoise.

De manière plus précise, les spectateurs\* de la chanson anglophone sont les plus jeunes, avec un âge moyen de 42 ans. Leur âge médian, est de 40 ans, le même que pour la danse. L'âge moyen au sein de l'assistance\* pour cette dernière discipline est toutefois plus élevé (45 ans) comparé à seulement 41 ans pour la chanson anglophone.

La danse et la musique instrumentale (44 ans), l'humour et les variétés (45 ans) ainsi que le cirque (46 ans) sont les autres disciplines où l'âge moyen des spectateurs\* est inférieur ou égal à l'âge moyen pour toutes les disciplines (46 ans). À l'inverse, les spectateurs\* de la chanson francophone, de la comédie musicale et du théâtre (48 ans) sont légèrement plus âgés que cette moyenne. La musique classique (49 ans) est la discipline où les spectateurs\* sont les plus âgés.

10 L'âge médian est l'âge qui divise la population de 16 ans et plus en 2 groupes numériquement égaux; la moitié est plus jeune et l'autre est plus âgée.

La comparaison de l'âge médian au sein de l'assistance\* avec l'âge moyen introduit quelques nuances intéressantes. L'âge médian associé à l'assistance\* pour la danse et l'humour (42 ans), la chanson anglophone et la musique instrumentale (38 ans), le cirque (43 ans) et les variétés (40 ans) est inférieur à l'âge moyen. Le phénomène contraire — un âge médian plus élevé — est observé pour le théâtre et la musique classique (51 ans).

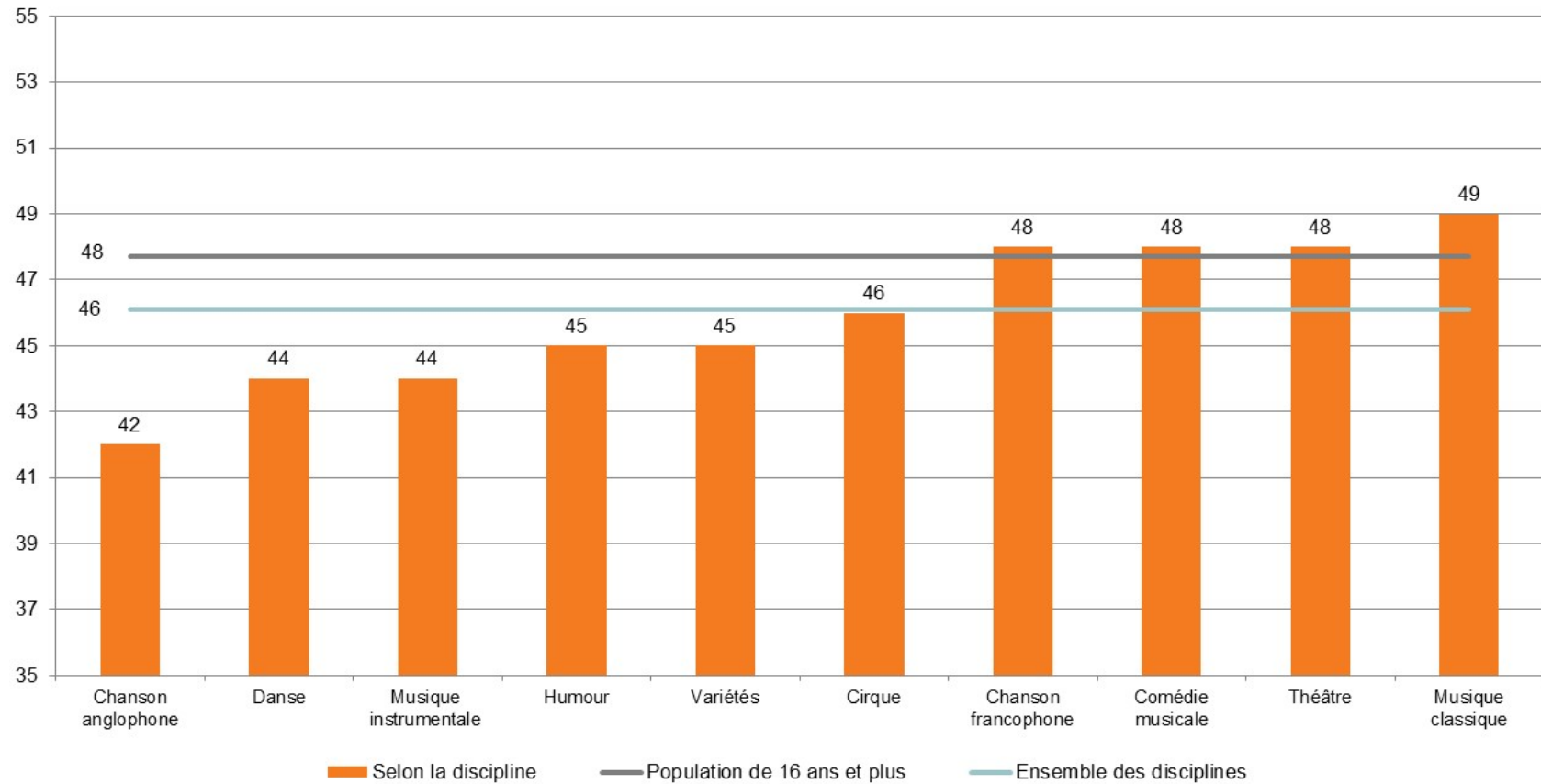
Le phénomène de rajeunissement ou de vieillissement s'accroît légèrement pour certaines disciplines lorsque c'est l'assistance\* qui est prise en compte plutôt que les spectateurs\*. Certaines des disciplines qui attirent le plus les jeunes apparaissent encore plus jeunes (chanson anglophone, musique instrumentale, humour, cirque et variétés) tant sur le plan de l'âge moyen que de l'âge médian. À contrario, certaines des disciplines où l'âge moyen et médian des spectateurs\* est plus élevé que ce qui est enregistré pour l'ensemble des disciplines montrent un chiffre légèrement supérieur lorsqu'on considère l'assistance\*. Pour la musique classique, cet âge moyen est à 50 ans, mais l'âge médian, à 51 ans. Pour le théâtre, l'âge moyen au sein de l'assistance\* reste à 49 ans et augmente à 5 ans pour l'âge médian. Dans le cas de ces deux disciplines, la hausse entre l'âge médian des spectateurs\* et celui au sein de l'assistance\* reste peu significative.

Parmi les disciplines avec les spectateurs\* les plus âgés, la musique instrumentale et la comédie musicale se distinguent avec des écarts plus marqués entre l'âge moyen et l'âge médian au sein de l'assistance\*. Pour la musique instrumentale, cet écart est de 5 ans avec un âge moyen de 43 ans, mais un âge médian qui passe à 38 ans. Pour la comédie musicale, l'écart est de 2 ans, puisque l'âge moyen et l'âge médian relatifs à l'assistance\* sont respectivement de 46 ans et 44 ans.

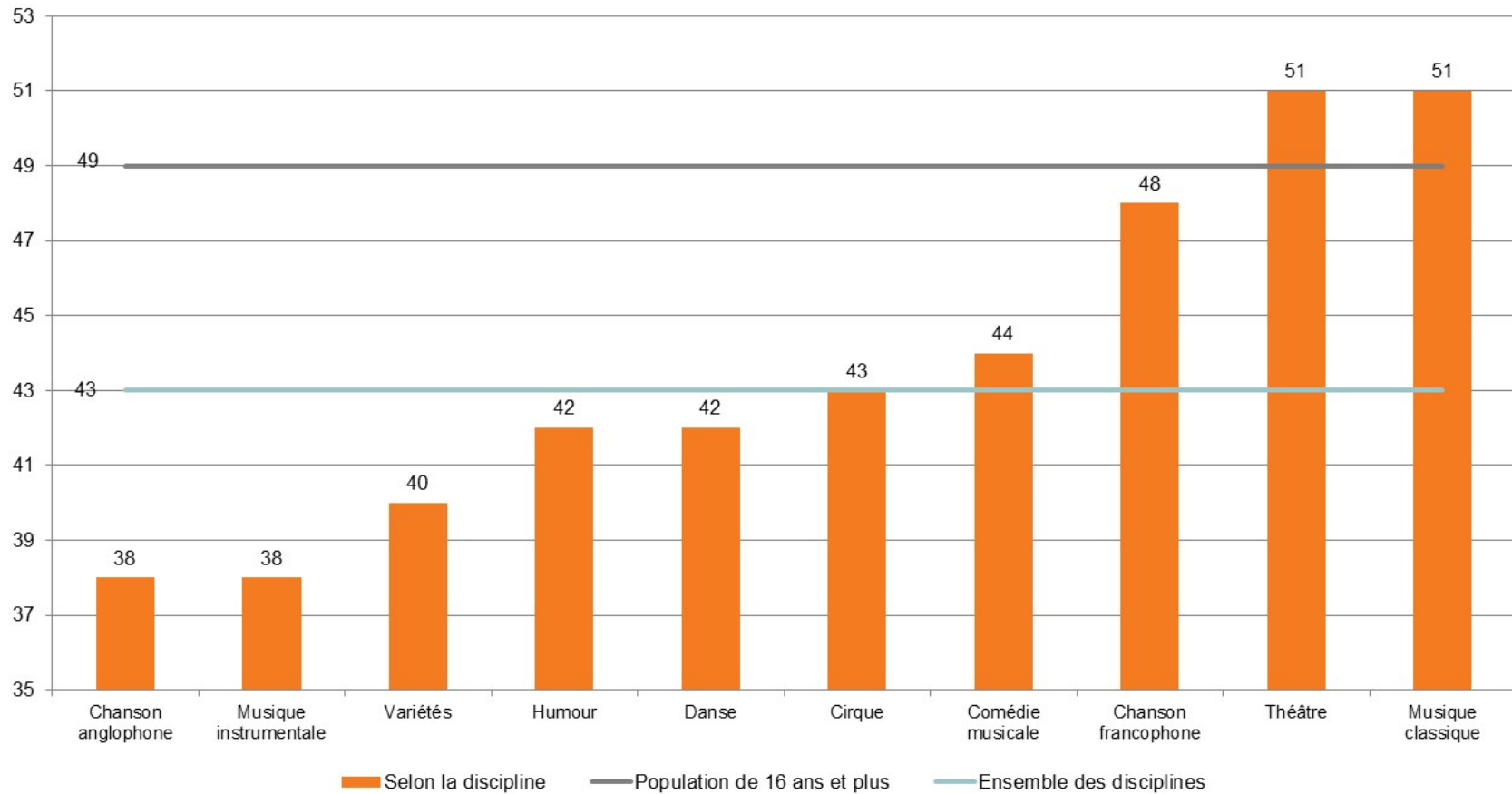
**tab.27 Âges moyens et médians des spectateurs\* et au sein de l'assistance\* selon les disciplines**

	Spectateurs*		Assistance*	
	Âge moyen	Âge médian	Âge moyen	Âge médian
Danse	44	40	45	42
Musique classique	49	50	50	51
Musique instrumentale	44	41	43	38
Théâtre	48	49	49	51
Chanson francophone	48	49	48	48
Chanson anglophone	42	40	41	38
Humour	45	44	44	42
Cirque	46	44	45	43
Comédie musicale	48	49	46	44
Variétés	45	43	44	40
<b>Ensemble des disciplines</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>43</b>

**fig.60 Âge moyen des spectateurs\* selon les disciplines, comparé à l'âge moyen des spectateurs\* et à l'âge moyen de la population québécoise de 16 ans et plus**



**fig.61 Âge médian au sein de l'assistance\* selon les disciplines, comparé à l'âge médian des spectateurs\* et à l'âge médian de la population québécoise de 16 ans et plus**



Les spectateurs\* québécois de 16 ans et plus ont vu un nombre moyen de 4,36 spectacles\* au cours de l'année 2023. Décliné selon l'âge, ce nombre moyen varie pour atteindre un sommet de 5,07 chez les spectateurs\* de 18 ans à 24 ans. Toutes les catégories d'âge comprises entre 18 ans et 44 ans enregistrent des nombres moyens de spectacles\* vus supérieurs à 4,5 spectacles\* pour l'ensemble des disciplines.

L'analyse par disciplines montre que ce sont, en ordre décroissant, la chanson anglophone (1,03) et le théâtre (0,64) qui affichent les nombres moyens de spectacles\* vus les plus élevés chez les plus jeunes.

Selon l'âge, ces nombres par discipline varient. Les spectateurs les plus jeunes affichent un nombre moyen de spectacles\* vus plus élevé que les spectateurs\* plus âgés pour les disciplines suivantes : la chanson anglophone, la musique instrumentale, le cirque, l'humour et les variétés. A contrario, les spectateurs plus âgés assistent à un nombre plus élevé de spectacles\* en musique classique et en théâtre.

Envisagés par le biais de la scolarité, les nombres moyens de spectacles\* vus augmentent avec le niveau d'études. Cette affirmation est vraie pour toutes les disciplines à l'exception de la musique instrumentale et de l'humour. Pour ces deux disciplines, ce sont les personnes sans diplôme ou ayant obtenu un diplôme d'études professionnelles ou collégiales qui affichent un nombre moyen de spectacles vus plus élevé.

Les hommes voient davantage de spectacles\* que les femmes (4,69 contre 4,06). Cela se vérifie pour toutes les disciplines. Cet écart est plus prononcé pour certaines disciplines, comme la chanson anglophone, tandis qu'il est presque nul pour d'autres, comme la danse, l'humour ou la comédie musicale.

**tab.28 Nombre moyen de spectacles\* selon la discipline vus par les spectateurs classés selon l'âge, le niveau de scolarité et le genre**

		Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Ensemble des spectacles*
Groupe d'âge	De 16 à 17 ans	0,15	0,27	0,27	0,64	0,60	1,03	0,27	0,11	0,16	0,02	3,53
	De 18 à 24 ans	0,29	0,29	0,51	0,64	0,66	1,11	0,80	0,24	0,32	0,22	5,07
	De 25 à 34 ans	0,18	0,20	0,53	0,38	0,65	1,32	1,04	0,21	0,23	0,17	4,91
	De 35 à 44 ans	0,22	0,22	0,42	0,41	0,68	1,06	1,07	0,21	0,27	0,24	4,79
	De 45 à 54 ans	0,14	0,17	0,29	0,38	0,60	0,96	0,89	0,16	0,22	0,13	3,93
	De 55 à 64 ans	0,17	0,24	0,23	0,48	0,71	0,65	0,75	0,17	0,26	0,15	3,81
	De 65 à 74 ans	0,23	0,35	0,30	0,73	0,83	0,42	0,62	0,17	0,26	0,12	4,03
	75 ans ou plus	0,14	0,60	0,45	0,87	0,65	0,22	0,43	0,15	0,27	0,15	3,95
	<b>Total</b>	0,20	0,25	0,38	0,51	0,69	0,89	0,84	0,19	0,25	0,16	4,36
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	0,19	0,18	0,50	0,38	0,77	0,57	0,62	0,13	0,47	0,11	3,91
	Diplôme d'études secondaires (DES)	0,20	0,21	0,29	0,51	0,70	0,87	0,74	0,20	0,21	0,17	4,08
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	0,18	0,17	0,36	0,37	0,65	0,88	0,93	0,16	0,23	0,15	4,09
	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	0,17	0,34	0,46	0,68	0,68	0,95	0,82	0,22	0,29	0,18	4,79
	Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	0,31	0,52	0,42	0,81	0,81	0,92	0,74	0,23	0,34	0,22	5,31
	<b>Total</b>	0,20	0,25	0,38	0,51	0,69	0,89	0,84	0,19	0,25	0,16	4,36
Genre	Masculin	0,20	0,28	0,42	0,55	0,73	1,00	0,85	0,21	0,26	0,19	4,69
	Féminin	0,19	0,23	0,34	0,47	0,64	0,80	0,84	0,17	0,25	0,14	4,06
	<b>Total</b>	0,20	0,25	0,38	0,51	0,69	0,89	0,84	0,19	0,25	0,16	4,36

La distribution selon les tranches d'âge révèle que la chanson anglophone rejoint plus du quart (29 %) de l'assistance\* chez les 16 ans à 17 ans. La chanson anglophone est également la discipline qui rejoint la plus grande part de l'assistance\* chez les 18 ans à 24 ans (22 %). Pour cette tranche d'âge, l'humour est aussi important (16 %). Pour le groupe des 25 ans à 34 ans, la chanson anglophone (27 %) et l'humour (21 %) enregistrent encore les pourcentages les plus élevés. La chanson anglophone et l'humour arrivent encore une fois en tête et rassemblent le même pourcentage de spectateurs, soit 22 % chez les 35 ans à 44 ans. La tranche de l'assistance\* associée aux 45 ans à 54 ans affiche des résultats comparables aux 35 ans à 44 ans, la chanson anglophone (24 %) et l'humour (23 %) étant les 2 disciplines qui enregistrent les parts les plus importantes de l'assistance\* pour cette tranche d'âge. Pour l'assistance\* du groupe des 55 ans à 64 ans, la chanson francophone (19 %) arrive au deuxième rang, derrière l'humour (20 %). La place de la chanson francophone (21 %) et celle du théâtre est plus grande chez les 65 ans à 74 ans (21 %) et 75 ans et plus (27 %). Le théâtre enregistre un pourcentage plus élevé (22 %), suivi par la chanson francophone (16 %) et la musique classique (15 %) chez les spectateurs âgés de 75 ans et plus.

L'analyse selon la scolarité met en lumière des pourcentages plus élevés pour l'humour, la chanson anglophone et la chanson francophone chez les spectateurs ayant un niveau de scolarité moins élevé (aucun diplôme ou avec un diplôme d'études secondaires, une attestation de spécialisation professionnelle, ou un diplôme d'études professionnelles ou collégiales). Le théâtre figure parmi les disciplines les plus prisées pour les détenteurs d'un diplôme universitaire de premier cycle et devient la discipline qui enregistre le plus haut pourcentage chez ceux détenant un diplôme universitaire de deuxième et de troisième cycle.

Généralement, la distribution de l'assistance entre les disciplines est assez semblable, peu importe le genre. Seul l'humour montre un écart un peu plus significatif : les femmes y concentrent 21 % de leur assistance\*, alors que, chez les hommes, la part est 18 %. De légères différences d'à peine un point de pourcentage se retrouvent en danse, en musique instrumentale, en chanson anglophone et en cirque.

**tab.29 Distribution de l'assistance\* selon les disciplines pour les publics\* classés selon l'âge, le niveau de scolarité et le genre**

		Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Ensemble des spectacles*
Groupe d'âge	De 16 à 17 ans	4 %	8 %	8 %	18 %	17 %	29 %	8 %	3 %	5 %	1 %	100 %
	De 18 à 24 ans	6 %	6 %	10 %	13 %	13 %	22 %	16 %	5 %	6 %	4 %	100 %
	De 25 à 34 ans	4 %	4 %	11 %	8 %	13 %	27 %	21 %	4 %	5 %	3 %	100 %
	De 35 à 44 ans	5 %	5 %	9 %	9 %	14 %	22 %	22 %	4 %	6 %	5 %	100 %
	De 45 à 54 ans	3 %	4 %	7 %	10 %	15 %	24 %	23 %	4 %	5 %	3 %	100 %
	De 55 à 64 ans	4 %	6 %	6 %	13 %	19 %	17 %	20 %	4 %	7 %	4 %	100 %
	De 65 à 74 ans	6 %	9 %	7 %	18 %	21 %	11 %	15 %	4 %	6 %	3 %	100 %
	De 75 ans ou plus	4 %	15 %	11 %	22 %	16 %	6 %	11 %	4 %	7 %	4 %	100 %
	<b>Total</b>	4 %	6 %	9 %	12 %	16 %	20 %	19 %	4 %	6 %	4 %	100 %
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	5 %	5 %	13 %	10 %	20 %	15 %	16 %	3 %	12 %	3 %	100 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	5 %	5 %	7 %	13 %	17 %	21 %	18 %	5 %	5 %	4 %	100 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	4 %	4 %	9 %	9 %	16 %	22 %	23 %	4 %	6 %	4 %	100 %
	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	4 %	7 %	10 %	14 %	14 %	20 %	17 %	5 %	6 %	4 %	100 %
	Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	6 %	10 %	8 %	15 %	15 %	17 %	14 %	4 %	6 %	4 %	100 %
	<b>Total</b>	4 %	6 %	9 %	12 %	16 %	20 %	19 %	4 %	6 %	4 %	100 %
Genre	Masculin	4 %	6 %	9 %	12 %	16 %	21 %	18 %	5 %	6 %	4 %	100 %
	Féminin	5 %	6 %	8 %	12 %	16 %	20 %	21 %	4 %	6 %	4 %	100 %
	<b>Total</b>	4 %	6 %	9 %	12 %	16 %	20 %	19 %	4 %	6 %	4 %	100 %



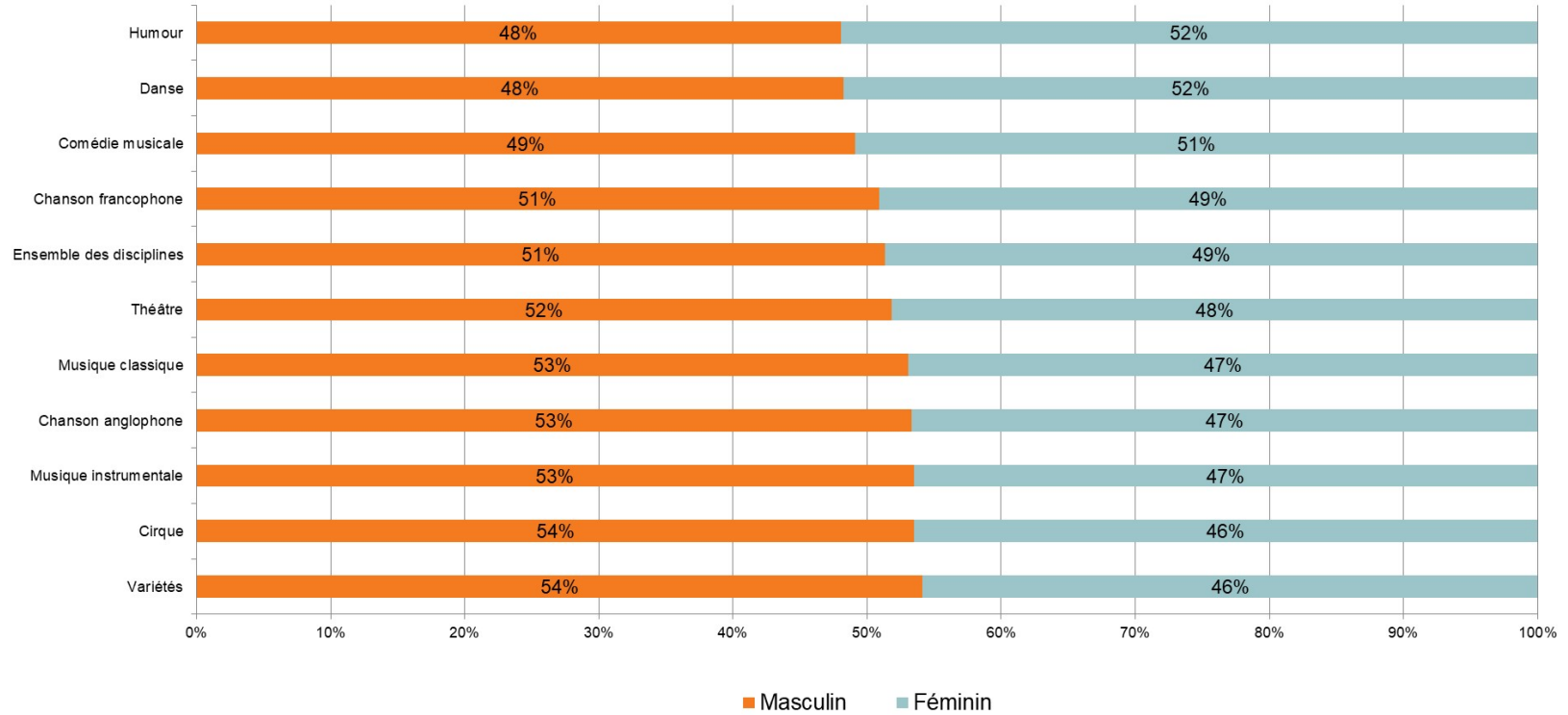
Concernant la répartition de l'assistance\* aux spectacles\* selon le genre, masculin ou féminin, et les disciplines, on constate que les hommes composent la plus grande part de l'assistance\*. Pour l'ensemble des disciplines, les chiffres démontrent que les hommes constituent 51 % de l'assistance\* contre 49 % de femmes.

Ils sont majoritaires dans 7 disciplines sur 10 : variétés, cirque, musique instrumentale, chanson anglophone, musique classique, théâtre et chanson francophone. Les femmes, quant à elles, sont plus nombreuses dans l'assistance\* aux spectacles\* d'humour, de danse et de comédie musicale.

L'écart le plus fort (8 points) se situe dans les spectacles\* de variétés et de cirque, où 54 % de l'assistance est masculine et 46 % est féminine.

Pour les autres disciplines, la part des hommes et des femmes dans l'assistance\* varie entre six et deux points de pourcentage.

**tab.30 Répartition de l'assistance\* selon le genre et la discipline**



Les spectateurs\* québécois de plus de 16 ans ont vu un nombre moyen de 4,4 spectacles\* au cours de l'année 2023. Décliné selon la situation professionnelle, ce nombre varie de 2,1 à 6 spectacles\* en moyenne. Pour l'ensemble des disciplines, ce sont les entrepreneurs ou travailleurs autonomes qui enregistrent le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé, c'est-à-dire 6. Les travailleurs à temps partiel (4,6) sont les autres spectateurs\* qui ont fréquenté un nombre de spectacles\* supérieur à la moyenne.

Toutes les autres catégories affichent un nombre moyen de spectacles\* vus inférieur, soit les personnes actuellement en congé (maladie, maternité, parental [4,3]), les travailleurs à temps partiel (4,2), les étudiants (4,1), les retraités (4,0) et les personnes en recherche d'emploi (3,9). Les personnes à la maison et celles composant la catégorie « autres » sont celles qui assistent au nombre de spectacles\* le moins élevé, soit respectivement 2,9 et 2,1.

L'analyse selon les disciplines montre que la chanson anglophone, l'humour et la chanson francophone constituent le trio qui affiche le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé pour plusieurs statuts professionnels : les travailleurs à plein temps ou à temps partiel, les entrepreneurs ou travailleurs autonomes et les étudiants. Dans le cas des retraités, la chanson francophone arrive en tête et le théâtre devance l'humour ainsi que la chanson anglophone.

Sur le plan des niveaux de revenu du ménage, aucune tendance significative ne se dessine. Le nombre moyen de spectacles\* vus varie en dents de scie selon les tranches de revenu du ménage. Si l'on considère les disciplines individuellement, la chanson anglophone demeure celle qui enregistre le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé, qu'importe la tranche du revenu (0,9). L'humour anglophone arrive au deuxième rang (0,8) et est suivi de la chanson francophone (0,7) et du théâtre (0,5).

**tab.31 Nombre moyen de spectacles\* vus selon la discipline, la situation professionnelle et le revenu du ménage**

		Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Ensemble des spectacles*
Situation professionnelle	Travailleur(se) à temps plein	0,2	0,2	0,4	0,4	0,7	1,1	1,0	0,2	0,2	0,2	4,6
	Travailleur(se) à temps partiel	0,2	0,2	0,5	0,5	0,7	0,7	0,9	0,2	0,3	0,2	4,2
	Entrepreneur(se) / travailleur(se) autonome	0,4	0,4	0,7	0,7	0,7	1,2	1,0	0,3	0,4	0,2	6,0
	Actuellement en congé (maladie, maternité, parental, etc.)	0,1	0,2	0,4	0,4	0,7	0,9	0,8	0,3	0,3	0,2	4,3
	À la recherche d'un emploi ou sans emploi	0,1	0,2	0,6	0,2	0,3	0,7	0,9	0,1	0,7	0,1	3,9
	Étudiant(e)	0,2	0,3	0,4	0,6	0,6	1,0	0,6	0,2	0,2	0,1	4,1
	Retraité(e)	0,2	0,4	0,3	0,7	0,8	0,5	0,6	0,2	0,3	0,1	4,0
	À la maison	0,2	0,1	0,2	0,4	0,4	0,4	0,8	0,1	0,3	0,1	2,9
	Autre	0,0	0,1	0,0	0,3	0,1	0,5	0,9	0,2	0,0	0,0	2,1
<b>Total</b>	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4	
Revenu du ménage	Moins de 20 000 \$	0,6	0,3	0,2	0,3	0,5	0,7	0,6	0,1	0,5	0,1	4,0
	De 20 000 \$ à 29 999 \$	0,4	0,4	0,5	0,6	1,0	0,9	0,8	0,4	0,5	0,3	5,8
	De 30 000 \$ à 39 999 \$	0,1	0,2	0,3	0,5	0,6	0,7	0,7	0,1	0,3	0,1	3,6
	De 40 000 \$ à 49 999 \$	0,2	0,2	0,4	0,6	0,8	0,8	0,9	0,2	0,2	0,2	4,5
	De 50 000 \$ à 59 999 \$	0,2	0,2	0,4	0,4	0,8	0,8	0,7	0,1	0,2	0,1	3,8
	De 60 000 \$ à 69 999 \$	0,2	0,4	0,3	0,6	0,6	0,8	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4
	De 70 000 \$ à 79 999 \$	0,2	0,3	0,3	0,6	0,9	0,8	0,8	0,3	0,3	0,2	4,6
	De 80 000 \$ à 99 999 \$	0,3	0,3	0,4	0,6	0,6	1,0	0,9	0,2	0,3	0,1	4,7
	De 100 000 \$ à 119 999 \$	0,1	0,3	0,4	0,5	0,6	0,9	0,9	0,2	0,2	0,2	4,2
	120 000 \$ et plus	0,2	0,2	0,4	0,5	0,7	1,0	0,9	0,2	0,2	0,1	4,5
<b>Total</b>	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4	

Alors que chaque discipline récolte sa part de l'assistance\* totale, l'examen des données selon le statut professionnel ou selon le revenu du ménage permet de cerner des cas où une discipline récolte une part plus importante ou moins importante de l'assistance\* auprès d'une catégorie ou l'autre.

Par exemple, la part d'assistance\* de la chanson anglophone est particulièrement élevée chez les travailleurs à temps plein, récoltant 24 % des entrées\* auprès de ce segment de public\*, alors qu'elle est de 20 % pour toutes situations professionnelles confondues. À l'inverse, chez les travailleurs à temps partiel, la chanson anglophone ne récolte que 16 % de l'assistance\*, comparativement aux 20 % que constitue sa part d'assistance\* pour toutes les situations professionnelles confondues.

Autre exemple, la danse, qui est responsable de 4 % des entrées\* au total, a une part d'assistance\* de 7 % auprès des entrepreneurs ou travailleurs autonomes et de 8 % auprès des personnes appartenant à la catégorie « à la maison ».

Pour ce qui est des revenus du ménage, les écarts ne sont pas aussi nombreux ou importants entre ce que chaque discipline récolte en termes de part d'assistance\* et d'une variation possible en fonction du revenu.

Quelques phénomènes se démarquent toutefois, comme une représentation plus importante des personnes à bas revenu dans certaines disciplines. Par exemple, la tranche de revenu inférieure à 20 000 \$ est récoltée à 14 % par la danse, alors que cette discipline ne récolte que 4 % de l'assistance totale.

Pour la chanson francophone, dont la part globale de l'assistance\* est de 16 %, c'est auprès des personnes dont le revenu de ménage est de 50 000 \$ à 59 999 \$ qu'elle améliore sa performance, avec 20 % des entrées\* pour cette catégorie de revenu. En humour, bien que la discipline obtienne une part légèrement plus élevée auprès de quelques tranches de revenu, on constate à l'inverse que sa part d'assistance\* est proportionnellement beaucoup moins importante auprès des personnes aux revenus les moins élevés : elle est alors de 13 % et 14 %, ce qui est inférieur aux 19 % qu'elle rafle pour toutes les disciplines.

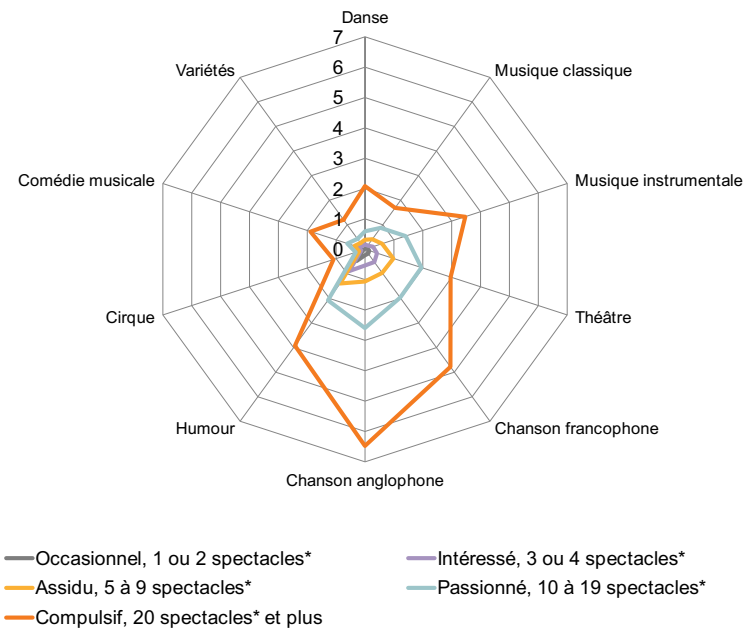
Il faut bien sûr relativiser ces comparaisons, puisque les différentes situations professionnelles tout comme les différentes tranches de revenu ne sont pas comparables entre elles. Par exemple, une proportion de 4 % des travailleurs à temps plein et une proportion de 4 % de personnes « actuellement en congé » ne se traduit pas par un nombre d'entrées équivalent, les travailleurs à temps plein étant beaucoup plus nombreux que les personnes dites en congé.

**tab.32 Distribution de l'assistance\* aux spectacles\* selon la discipline et selon la situation professionnelle et le revenu du ménage**

		Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Ensemble des spectacles*
Situation professionnelle	Travailleur(se) à temps plein	5 %	4 %	8 %	9 %	14 %	24 %	22 %	4 %	5 %	4 %	100 %
	Travailleur(se) à temps partiel	4 %	5 %	11 %	12 %	16 %	16 %	20 %	4 %	6 %	6 %	100 %
	Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	7 %	6 %	12 %	11 %	12 %	20 %	16 %	5 %	7 %	3 %	100 %
	Actuellement en congé (maladie, maternité, parental, etc.)	3 %	4 %	10 %	10 %	17 %	21 %	18 %	6 %	7 %	4 %	100 %
	À la recherche d'un emploi ou sans emploi	4 %	6 %	15 %	5 %	9 %	18 %	24 %	2 %	17 %	1 %	100 %
	Étudiant(e)	4 %	7 %	9 %	15 %	14 %	25 %	15 %	4 %	6 %	2 %	100 %
	Retraité(e)	4 %	9 %	8 %	17 %	21 %	11 %	15 %	4 %	7 %	3 %	100 %
	À la maison	8 %	3 %	7 %	13 %	12 %	15 %	26 %	3 %	11 %	3 %	100 %
	Autre	0 %	7 %	0 %	15 %	5 %	23 %	42 %	7 %	1 %	0 %	100 %
<b>Total</b>	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>	<b>12 %</b>	<b>16 %</b>	<b>20 %</b>	<b>19 %</b>	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>	<b>4 %</b>	<b>100 %</b>	
Revenu du ménage	Moins de 20 000 \$	14 %	7 %	6 %	9 %	13 %	18 %	14 %	3 %	12 %	4 %	100 %
	De 20 000 \$ à 29 999 \$	6 %	7 %	9 %	10 %	17 %	16 %	13 %	7 %	8 %	6 %	100 %
	De 30 000 \$ à 39 999 \$	4 %	6 %	9 %	13 %	18 %	19 %	18 %	4 %	7 %	3 %	100 %
	De 40 000 \$ à 49 999 \$	5 %	5 %	9 %	13 %	17 %	19 %	21 %	4 %	5 %	3 %	100 %
	De 50 000 \$ à 59 999 \$	4 %	5 %	10 %	10 %	20 %	22 %	19 %	4 %	4 %	3 %	100 %
	De 60 000 \$ à 69 999 \$	3 %	8 %	8 %	13 %	15 %	17 %	18 %	5 %	6 %	5 %	100 %
	De 70 000 \$ à 79 999 \$	4 %	6 %	7 %	13 %	19 %	18 %	17 %	5 %	7 %	4 %	100 %
	De 80 000 \$ à 99 999 \$	6 %	6 %	9 %	13 %	14 %	22 %	18 %	4 %	6 %	3 %	100 %
	De 100 000 \$ à 119 999 \$	3 %	7 %	10 %	11 %	14 %	21 %	22 %	4 %	4 %	5 %	100 %
	120 000 \$ et plus	4 %	5 %	9 %	11 %	15 %	23 %	21 %	4 %	5 %	3 %	100 %
<b>Total</b>	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>	<b>9 %</b>	<b>12 %</b>	<b>16 %</b>	<b>20 %</b>	<b>19 %</b>	<b>4 %</b>	<b>6 %</b>	<b>4 %</b>	<b>100 %</b>	

La figure suivante permet de voir vers quelles disciplines penche l'intérêt des spectateurs\* selon les diverses catégories d'intensité de fréquentation. Les spectateurs\* dits compulsifs (20 spectacles\* et plus) fréquentent en grande partie la chanson anglophone (plus de 6 spectacles\*), puis la chanson francophone (près de 5 spectacles\*) et l'humour (4 spectacles\*). La distribution suit la même tendance pour le groupe des spectateurs\* passionnés (de 10 à 19 spectacles\*), à la différence que le théâtre s'affirme un peu plus. Chez les spectateurs\* intéressés (3 ou 4 spectacles\*) et les spectateurs\* occasionnels (1 ou 2 spectacles), le tracé est similaire, l'humour y étant plus important que la chanson anglophone.

**fig.62 Profil de fréquentation des spectacles\*, selon l'intensité de cette fréquentation**



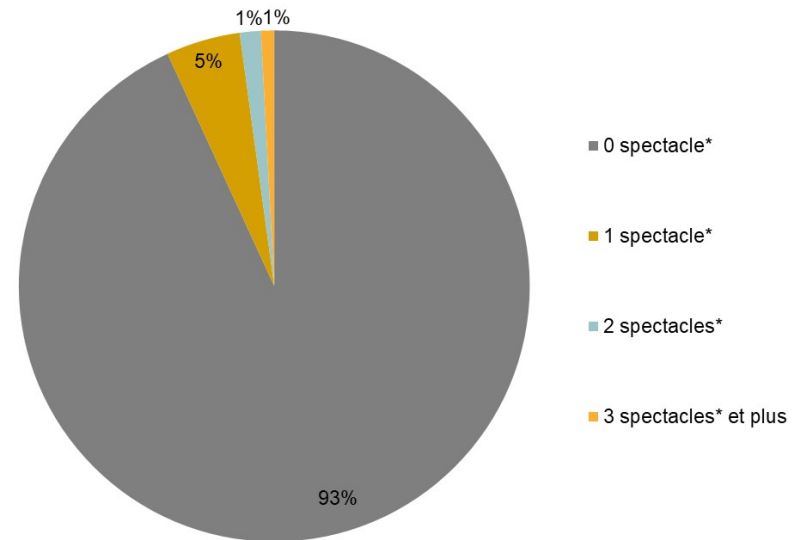
### 3.3.2 Danse

En 2023, l'assistance totale pour les spectacles professionnels et tarifés de danse était de 813 000 entrées. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits s'élevait à près de 609 000 entrées; elle était de près 640 000 entrées pour les spectacles amateurs.

Les publics de la danse ont vu en moyenne 1,5 spectacle\* de cette discipline. Les femmes composent la majorité de l'assistance\* (51 %), tout comme les personnes les plus jeunes forment une part importante du public; ainsi 54 % de l'assistance\* a moins de 44 ans, et 33 % a moins de 34 ans. L'âge moyen au sein de l'assistance\* aux spectacles\* de danse est de 45 ans. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (30 %) et de la Montérégie (19 %).

Quelque 7 % de la population du Québec de plus de 16 ans a assisté à au moins 1 spectacle professionnel tarifé de danse, ce qui représente 497 000 personnes. Autour de 5 % de ces publics pour la danse n'ont vu que 1 spectacle\* de cette discipline au cours de l'année (430 000 personnes), alors que 1 % a assisté à 2 spectacles\* et qu'un autre 1 %, à 3 spectacles\* et plus.

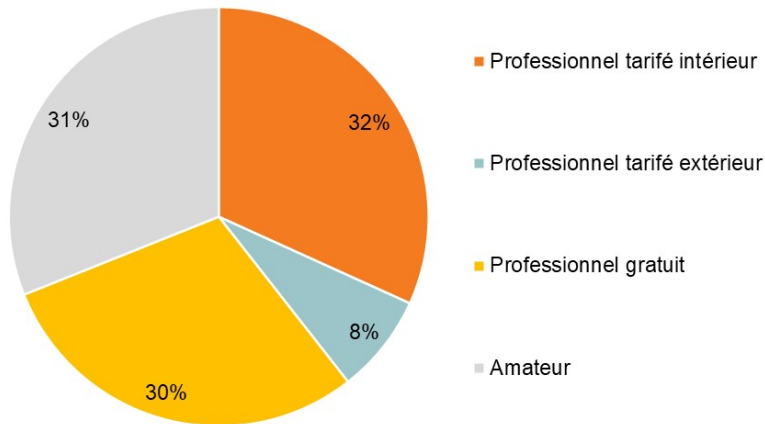
**fig.63 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de danse**





Parmi tous les types de spectacles de danse, 31 % de l'assistance concernaient des spectacles amateurs, 30 % des spectacles professionnels gratuits, 8 % des spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur et 32 % — la part la plus importante — des spectacles professionnels tarifés vus en salle. Au total, l'assistance aux spectacles professionnels, qu'ils soient tarifés ou gratuits, représente une part de 70 %.

**fig.64 Répartition de l'assistance aux spectacles de danse selon le type de spectacles**



Bien que les sorties aux spectacles de danse puissent être composées de plusieurs types de spectacles, la plupart des spectateurs n'assistent qu'à une seule catégorie de spectacles. Ainsi, 27 % ne voient que des spectacles professionnels tarifés, 22 % ne fréquentent que des spectacles amateurs et 17 % n'assistent qu'à des spectacles professionnels gratuits. Le total de ces catégories exclusives représente 66 %. Les autres voient des combinaisons de spectacles : 11 % fréquentent des spectacles professionnels tarifés et amateurs, 6 % des spectacles tarifés, gratuits et amateurs, 10 % des spectacles professionnels gratuits et amateurs, et enfin 6 % des spectacles professionnels tarifés et gratuits.

Considérant cette mixité dans les sorties, la vaste majorité des publics, soit 78 % (755 000), assistent à des spectacles professionnels, tandis que 49 % voient des spectacles amateurs seulement ou intègrent d'autres types de spectacles.

**tab.33 Composition des publics de danse selon le type de spectacles fréquentés en danse (en milliers et en %)**

Professionnels tarifés seulement	264	27 %	} 78 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	165	17 %	
Professionnels tarifés et gratuits	64	7 %	
Professionnels tarifés et amateurs	108	11 %	
Professionnels gratuits et amateurs	93	10 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	61	6 %	
Amateurs seulement	218	22 %	
<b>Total</b>	974	100 %	

Les spectateurs\* de danse constituent 12 % des publics de l'ensemble des disciplines, ce qui équivaut à 497 000 personnes. Cette proportion que représente la danse tend à être plus élevée à mesure que l'on progresse dans les catégories de spectateurs\* qui voient davantage de spectacles\*. Elle fait un bond à 53 % pour le groupe des spectateurs insatiables : 93 000 des 105 000 spectateurs\* de ce groupe ont vu au moins 1 spectacle\* de danse. À l'inverse, la danse ne regroupe que 5 % des spectateurs\* occasionnels, ce qui représente tout de même 105 000 spectateurs\*.

Les spectateurs\* de danse ont assisté en moyenne à 1,6 spectacle\* de danse au cours de l'année étudiée. Les publics pour l'ensemble des disciplines ont assisté pour leur part à 0,1 spectacle\* de danse pour cette même période. Ce sont les spectateurs\* insatiables qui voient le plus de spectacles\* de danse parmi tous les publics de l'ensemble des disciplines, soit 2,9 en moyenne. Par ailleurs, les gens qui fréquentent la danse constituent aussi un public de grands consommateurs de spectacles\* pour toutes les disciplines, avec un nombre moyen annuel de 8,3, ce qui est pratiquement le double du nombre moyen pour les publics de l'ensemble des disciplines, qui est de 4,4.

**tab.34 Spectateurs\* de danse parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers et en %)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Danse	
		Ensemble des disciplines	Danse
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	105	5 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	99	10 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	138	17 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	107	31 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	49	53 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>497</b>	<b>12 %</b>

**tab.35 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de danse**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour la danse	
	Ensemble des disciplines	Danse	Ensemble des disciplines	Danse
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,6	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,1	3,4	1,2
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,3	6,6	1,7
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	0,6	12,6	2,0
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	1,5	28,2	2,9
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,1</b>	<b>8,3</b>	<b>1,6</b>

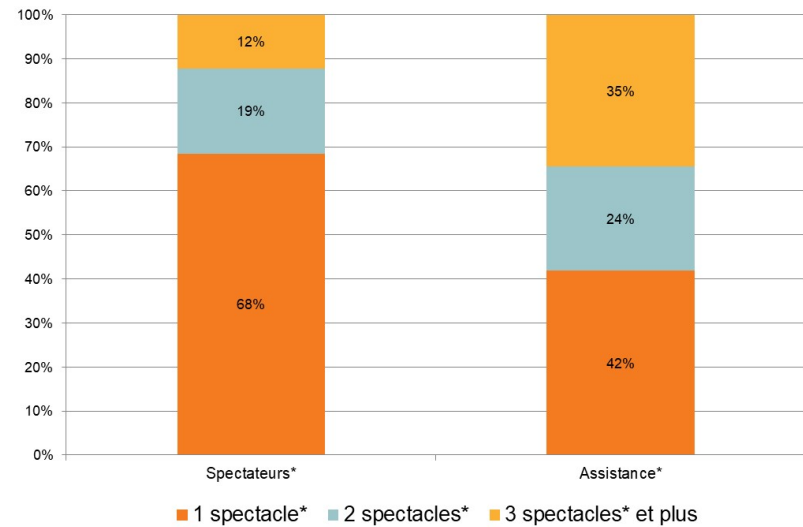
L'assistance\* pour les spectacles\* de danse était de 813 000 entrées\* faites par 497 000 personnes au cours de l'année 2023, ce qui se traduit par une moyenne de 1,6 spectacle\* par spectateur\*.

**tab.36 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de danse selon le nombre de spectacles\* de danse vus (en milliers)**

Spectacles* de danse	Nombre de spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	341	341
2 spectacles*	96	192
3 spectacles* et plus	61	281
<b>Total</b>	<b>497</b>	<b>813</b>

La grande majorité (68 %) des spectateurs\* de cette discipline ont assisté à un seul spectacle\* de danse. Ce groupe compte pour 42 % de l'assistance\* totale aux spectacles\* de danse, soit 341 000 entrées. Quant à ceux qui ont vu plus de 1 spectacle\*, 19 % (96 000) en ont vu 2 et 12 % (105 000) en ont vu 3 et plus. Ce groupe de spectateurs\* combinés représente 59 % de l'assistance\* totale, soit 473 000 entrées.

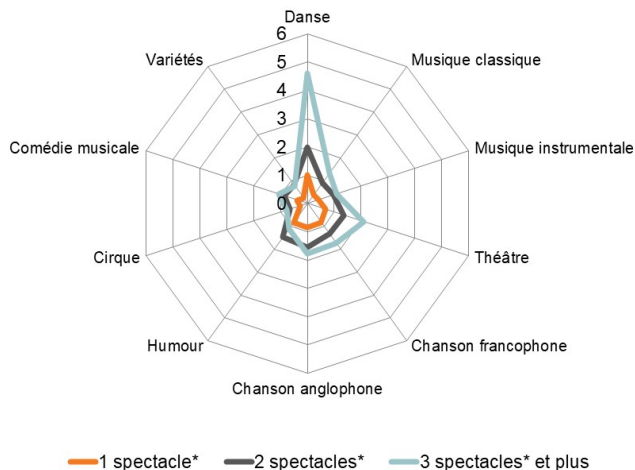
**fig.65 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de danse selon le nombre de spectacles\* de danse vus annuellement**



Les spectateurs\* de danse fréquentent une diversité de spectacles\* d'autres disciplines en plus de ceux de la danse. L'humour, la chanson anglophone, le théâtre, la chanson francophone et la musique instrumentale figurent en bonne place dans leur choix. Cette tendance à la diversité s'accroît en même temps que le nombre de spectacles\* de danse qu'ils fréquentent et illustre une tendance à l'omnivorisme culturel chez l'ensemble des spectateurs de la danse.

Les femmes sont plus nombreuses à voir des spectacles\* de danse (54 %). Cet écart entre les hommes et les femmes diffère selon le nombre de spectacles\* vus : 53 % du groupe ayant vu 3 spectacles\* et plus se compose de femmes, comparativement à 60 % pour ce qui est du groupe ayant assisté à 1 seul spectacle\*. Les hommes représentent cependant une large majorité dans le groupe des personnes ayant vu 2 spectacles\* puisqu'ils constituent 64 % du public dans cette catégorie.

**fig.66 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de danse vus**



Le comportement d'achat de spectacles\* de danse varie aussi selon l'âge. Les publics pour la danse sont plutôt jeunes : 57 % ont 44 ans et moins – plus du tiers (36 %) a moins de 34 ans – et 43 % ont plus de 44 ans. Ces publics plus jeunes sont aussi ceux qui, proportionnellement, assistent au plus grand nombre de spectacles\*; les 44 ans et moins représentent 58 % des spectateurs\* du groupe qui voit 3 spectacles\* de danse et plus par an.

Pour ce qui est du niveau de scolarité, les spectateurs\* de danse détiennent majoritairement un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle; ils sont au nombre de 221 000 personnes (44 %). Ceux qui détiennent un diplôme universitaire, de premier cycle (103 000) ou bien de 2<sup>e</sup> ou de 3<sup>e</sup> cycle (75 000), représentent ensemble 178 000 personnes, soit plus du tiers de tous les spectateurs\* de danse (36 %). Ceux avec un diplôme d'études secondaires comptent pour 90 000 personnes, soit 18 % de tous les spectateurs\* de danse.

Les spectateurs\* ayant une attestation de spécialisation professionnelle ou un diplôme d'études collégiales ou professionnelles sont les plus nombreux dans les trois groupes de fréquence d'achat. Les personnes avec un diplôme d'études secondaires sont au deuxième rang du groupe des spectateurs\* qui assistent à 3 spectacles\* et plus par an, soit 24 % (14 000 spectateurs\*).

**tab.37 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de danse selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de danse vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3 579	49 %	136	40 %	62	64 %	29	47 %	227	46 %
	Féminin	3 671	51 %	204	60 %	34	36 %	32	53 %	270	54 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>341</b>	<b>100 %</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>	<b>61</b>	<b>100 %</b>	<b>497</b>	<b>100 %</b>
Groupe d' âge	16 à 17 ans	178	2 %	11	3 %	4	4 %	2	4 %	17	3 %
	18 à 24 ans	636	9 %	52	15 %	11	12 %	11	18 %	74	15 %
	25 à 34 ans	1 096	15 %	62	18 %	18	18 %	10	17 %	90	18 %
	35 à 44 ans	1 161	16 %	69	20 %	22	23 %	11	19 %	103	21 %
	45 à 54 ans	1 078	15 %	49	14 %	13	13 %	8	13 %	70	14 %
	55 à 64 ans	1 286	18 %	36	10 %	13	13 %	7	12 %	56	11 %
	65 à 74 ans	1 404	19 %	46	14 %	12	12 %	10	17 %	68	14 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>341</b>	<b>100 %</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>	<b>61</b>	<b>100 %</b>	<b>497</b>	<b>100 %</b>
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	5	1 %	2	2 %	1	2 %	8	2 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	23 %	60	18 %	15	16 %	14	24 %	90	18 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	47 %	159	47 %	38	39 %	24	40 %	221	44 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	19 %	64	19 %	28	29 %	10	17 %	103	21 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	52	15 %	13	14 %	11	17 %	75	15 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>341</b>	<b>100 %</b>	<b>96</b>	<b>100 %</b>	<b>61</b>	<b>100 %</b>	<b>497</b>	<b>100 %</b>

Le plus grand groupe de spectateurs\* de danse se trouve parmi les personnes détenant un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, soit 221 000 spectateurs\* générant 356 000 entrées. Ce sont toutefois les diplômés universitaires de 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle, ex æquo avec les personnes diplômées du secondaire, qui voient en moyenne le plus grand nombre de spectacles\* par personne, soit 1,7, ce qui est très légèrement supérieur à la moyenne.

La population globale est légèrement sous-représentée chez certains publics de la danse. On remarque un écart qui va de 1 % à 5 % chez les non-diplômés, les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires et les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle. C'est chez les non-diplômés que l'écart est le plus léger, puisqu'ils constituent 3 % de la population, pour 2 % des spectateurs\* et de l'assistance totale\*. Les diplômés de l'école secondaire, qui constituent, eux, 23 % de la population, représentent 18 % des spectateurs\* et 19 % de l'assistance\*. Les personnes détenant un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, soit la catégorie qui regroupe le plus d'individus, constituent 47 % de la population, mais 44 % des spectateurs\* et de l'assistance totale\*.

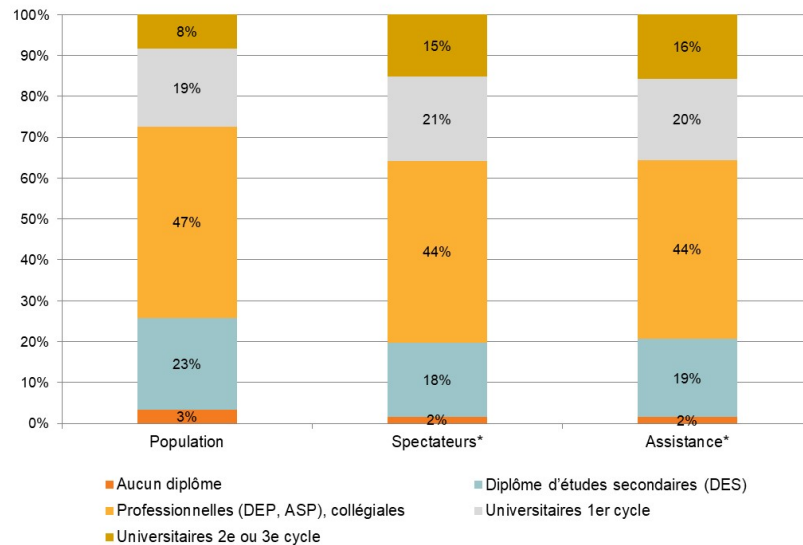
**tab.38 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de danse selon le niveau de scolarité (en milliers)**

Niveau de scolarité (études)	Population	Nombre de spectateurs	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	8	13	1,6
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	90	155	1,7
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	221	356	1,6
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	103	162	1,6
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	75	127	1,7
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>497</b>	<b>813</b>	<b>1,6</b>

La comparaison des pourcentages entre les publics de la danse et la population permet de voir que les seuls segments surreprésentés sont ceux des diplômés universitaires, tous cycles confondus.

Les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle constituent 19 % de la population, mais 20 % des spectateurs\* et 21 % de l'assistance\*. Plus le niveau d'études est haut, plus l'écart se creuse. Les diplômés du 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle représentent seulement 8 % de la population, mais 15 % des spectateurs\* et 16 % l'assistance\* totale, soit le double de leur poids au sein de la population.

**fig.67 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de danse selon le niveau de scolarité**



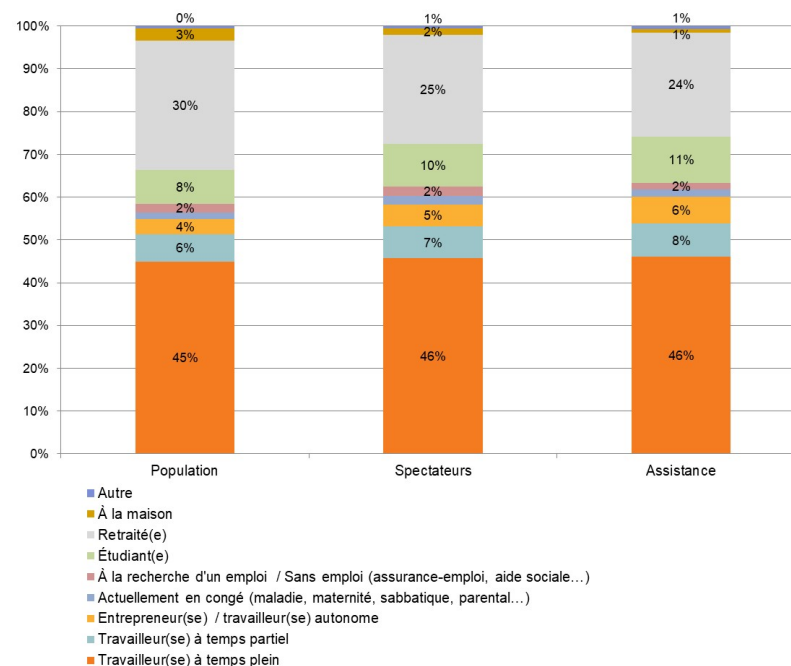
Les spectacles\* de danse sont principalement fréquentés par des travailleurs à plein temps. Ces 256 000 spectateurs\* (46 %) génèrent une assistance\* de 442 000 entrées (46 %). Les retraités forment le deuxième groupe en importance (25 % des spectateurs\* et 24 % de l'assistance\*) et sont suivis du groupe des étudiants, qui compte pour 10 % des spectateurs\* et 11 % de l'assistance\* totale.

C'est dans le groupe des entrepreneurs ou travailleurs autonomes que l'on retrouve le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (2,0), suivi du groupe des travailleurs à temps plein (1,7) ex æquo avec le groupe des personnes en recherche d'emploi ou sans emploi. Le nombre moyen de spectacles vus le moins élevé est associé au groupe des personnes en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc. [1,2]), suivi de près par le groupe des étudiants (1,3).

**tab.39 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de danse selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	256	442	1,7
Travailleur(se) à temps partiel	468	33	45	1,4
Entrepreneur (se) ou travailleur(se) autonome	257	32	65	2,0
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	6	7	1,2
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	5	9	1,7
Étudiant(e)	577	46	59	1,3
Retraité(e)	2 194	105	165	1,6
À la maison	209	14	21	1,6
Autre	35	0	0	
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>497</b>	<b>813</b>	<b>1,6</b>

**fig.68 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de danse selon la situation professionnelle**





Sur le plan de l'âge, c'est dans la tranche des personnes de 35 ans à 44 ans que l'on retrouve le plus grand nombre de spectateurs\* (110 000 ou 22 %) et la plus forte assistance\* (165 000 ou 20 %). Vient ensuite le groupe des 25 ans à 34 ans, avec 95 000 spectateurs\* (19 %) et une assistance\* de 134 000 entrées (16 %). Le groupe des 55 ans à 64 ans se distingue par le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé, soit 2,3.

Les groupes des personnes de 75 ans et plus et de 25 ans à 34 ans sont ceux dont le nombre moyen de spectacles est le moins élevé, soit respectivement 1,2 et 1,4 spectacle vu en moyenne.

**tab.40 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de danse selon l'âge (en milliers)**

	Population	Nombre de spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	7	14	1,9
18 à 24 ans	636	79	124	1,6
25 à 34 ans	1 096	95	134	1,4
35 à 44 ans	1 161	110	165	1,5
45 à 54 ans	1 078	59	86	1,5
55 à 64 ans	1 286	51	114	2,3
65 à 74 ans	1 404	79	155	2,0
75 ans ou plus	412	17	21	1,2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>497</b>	<b>813</b>	<b>1,6</b>

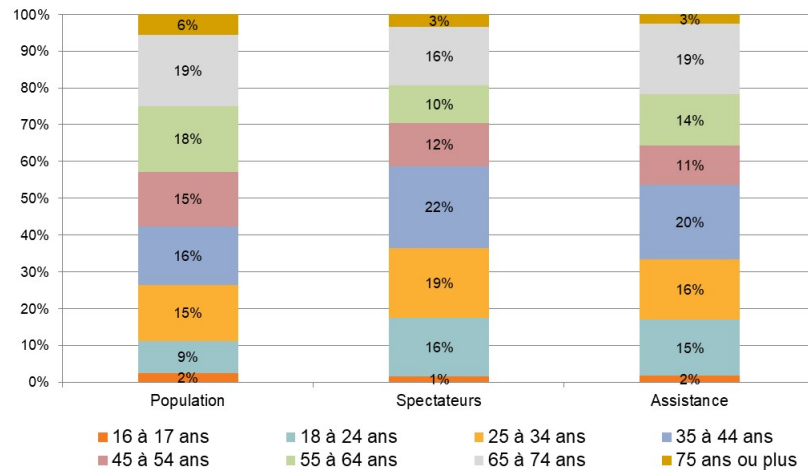
Les groupes des spectateurs\* plus jeunes (de 16 ans à 44 ans) sont dans l'ensemble plus fortement représentés chez les publics des spectacles\* de danse. Ils représentent globalement environ 58 % des spectateurs\* et 53 % de l'assistance\*. Les groupes plus âgés, de 45 ans à 75 ans et plus, sont à l'inverse moins représentés chez les spectateurs\* de cette discipline.

L'âge moyen du spectateur\* de danse est de 44 ans, ce qui est inférieur à l'âge moyen de 46 ans du spectateur\* pour l'ensemble des disciplines et à l'âge moyen de la population québécoise de 48 ans et plus, qui s'établit à 48 ans.

Ce sont les personnes dont la tranche de revenu du ménage est de 120 000 \$ et plus qui assistent le plus à des spectacles\* de danse. Elles représentent 132 000 spectateurs\* (27 %) et une assistance\* de 184 000 entrées (23 %). Les personnes dont le revenu du ménage est de 80 000 \$ à 99 999 \$ sont aussi assez nombreuses : 78 000 spectateurs\* (16 %) pour une assistance\* totale de 157 000 spectacles\* vus (19 %).

Les spectateurs\* de cette tranche, ceux au revenu plus élevé donc, ne sont pourtant pas ceux qui affichent un nombre moyen de spectacles\* de danse vus parmi les plus importants. En moyenne, ces spectateurs\* n'auront vu que 1,4 spectacle\*, alors que la tranche des moins de 20 000 \$ aura vu en moyenne 2,2 spectacles\* et que les personnes dont le revenu se situe de 80 000 \$ à 99 999 \$, elles, en auront vu 2,0 en moyenne.

**fig.69 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de danse selon l'âge**



Si on regroupe les 7 tranches de population se situant en dessous de 80 000 \$ de revenu, ces personnes représentent 48 % des spectateurs\* et 49 % de l'assistance\* totale.

La tranche de revenu la moins représentée est celle de 30 000 \$ à 39 999 \$, qui ne correspond qu'à 3 % de l'assistance\* totale et qu'à 4 % des spectateurs\*.

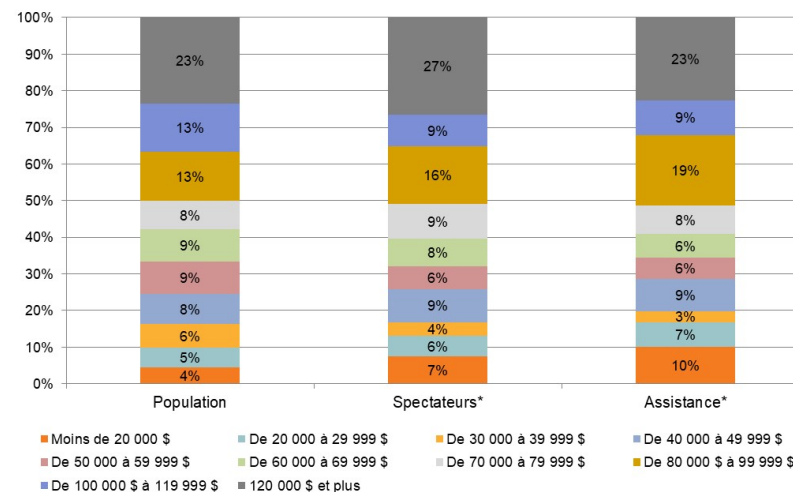
On remarque également que la population qui affiche le nombre de spectacles\* vus le plus bas, soit 1,3, est celle dont le revenu de ménage se situe de 70 000 \$ à 79 999 \$.

**tab.41 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de danse selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	37	82	2,2
20 000 à 29 999 \$	381	28	53	1,9
30 000 à 39 999 \$	469	19	26	1,4
40 000 à 49 999 \$	605	45	71	1,6
50 000 à 59 999 \$	633	30	47	1,6
60 000 à 69 999 \$	646	38	53	1,4
70 000 à 79 999 \$	557	47	63	1,3
80 000 à 99 999 \$	974	78	157	2,0
100 000 à 119 999 \$	963	43	77	1,8
120 000 \$ et plus	1 698	132	184	1,4
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>497</b>	<b>813</b>	<b>1,6</b>

Parmi les écarts les plus importants entre la part relative que représentent les différents niveaux de revenu du ménage au sein de la population et parmi les spectateurs\* et dans l'assistance\*, on relève quelques éléments. On note par exemple une présence plus importante des revenus de 120 000 \$ et plus parmi les spectateurs\* (27 %) que parmi la population (23 %). La tranche de 80 000 \$ à 99 999 \$ représente 16 % des spectateurs\* et 19 % de l'assistance\*, alors qu'elle ne compte que pour 13 % de la population.

**fig.70 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de danse selon le revenu du ménage — après imputation**



Quand on utilise l'échelle des RMR, on constate que Montréal est la région d'où proviennent 54 % des spectateurs\* (269 000) et 55 % de l'assistance\* totale des spectacles\* de danse (449 000). Celle de Québec rassemble 7 % des spectateurs\* et 9 % de l'assistance\*, tandis que les secteurs qui composent tout le reste du Québec regroupent 39 % des spectateurs\* et 35 % de l'assistance\*. Les spectateurs\* de la RMR de Montréal ont vu en moyenne 1,7 spectacle\*, alors que ceux de Québec, 2,1, et le reste du Québec, 1,5.

L'analyse par région montre qu'outre Montréal, avec 28 % des spectateurs\* et 30 % de l'assistance\*, la Montérégie est la région d'où provient le plus grand nombre de spectateurs\* : 18 % des spectateurs\* et 19 % de l'assistance\* totale. Loin derrière la Montérégie se classent l'Outaouais, avec 9 % des spectateurs\* et 7 % de l'assistance\* totale, et les Laurentides, avec 7 % des spectateurs\* et 6 % de l'assistance\*. La Capitale-Nationale représente seulement 6 % des spectateurs\* et 8 % de l'assistance\*.

Les secteurs du Bas-Saint-Laurent, du Saguenay-Lac-Saint-Jean, de l'Estrie, de Chaudière-Appalaches et de Laval représentent chacun 4 % des spectateurs\*, et leur pourcentage d'assistance oscille entre 3 % et 5 %. Les écarts entre les nombres moyens de spectacles\* sont cependant assez grands pour ces régions, allant de 2,3 pour le Bas-Saint-Laurent à 1,2 pour Laval et Chaudière-Appalaches.

À cet égard, le nombre moyen de spectacles\* vus par les spectateurs\* du Bas-Saint-Laurent est le plus élevé de la province, secteur qui est suivi de près par celui de la Capitale-Nationale, avec une moyenne de 2,2. On remarque un écart significatif avec le nombre moyen de 1,6 spectacle vu pour l'ensemble des régions administratives.

La RMR de Montréal ainsi que la région de Montréal sont fortement représentées parmi les spectateurs\* de la danse, encore davantage que le poids qu'elles représentent sur le plan de leur population totale : respectivement 54 % des spectateurs\* contre 50 % de la population de la RMR et 30 % contre 24 % de la population de la région. Des proportions un peu plus équilibrées se retrouvent dans tous les autres secteurs géographiques, mis à part le Bas-Saint-Laurent, où un léger écart se dessine entre 5 % de l'assistance totale et 4 % des spectateurs\* pour 3 % de la population.

Si on distingue les types de zones, 89 % des spectateurs\* et 88 % de l'assistance\* totale proviennent des zones urbaines. La part restante de 12 % est attribuable aux zones rurales. Cette dernière part est moins élevée que le poids relatif de la population, 16 %. L'inverse est ce qui prévaut en zones urbaines, où le poids de la population (84 %) est surpassé par la part relative des spectateurs\* de danse (89 %).

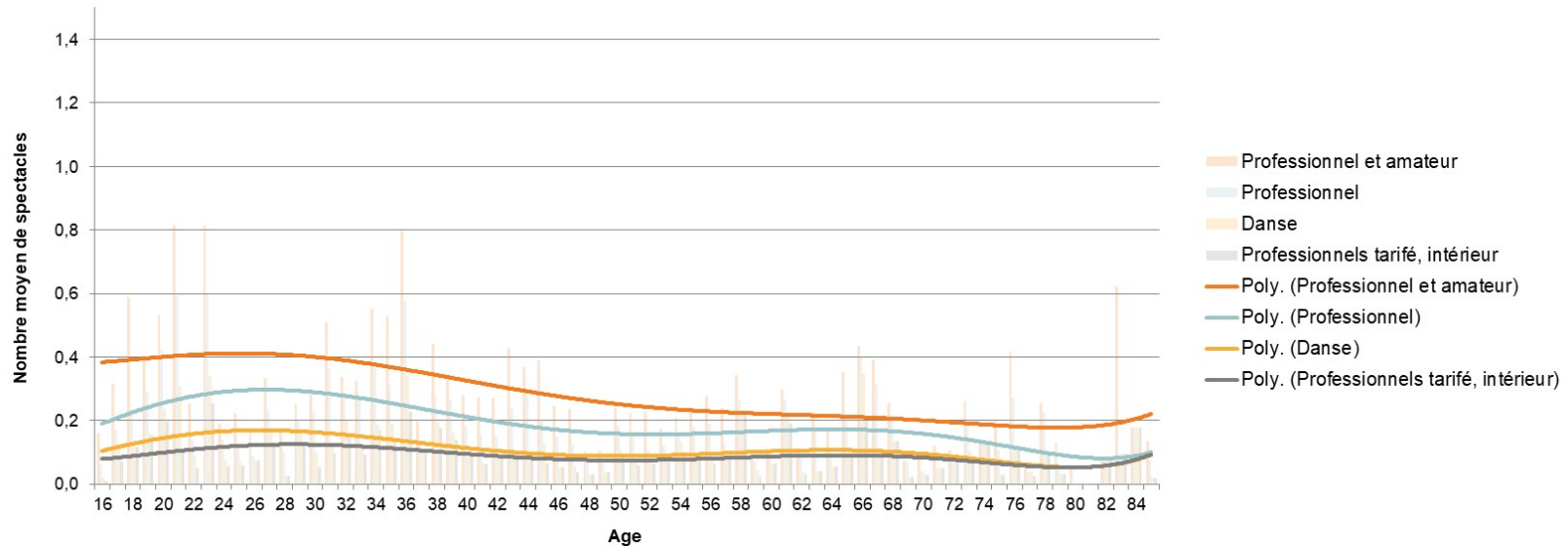
**tab.42 Nombre de spectateurs\* et assistance\* totale pour les spectacles\* de danse selon la répartition territoriale**

		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance* totale	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	269	54 %	449	55 %	1,7
	Québec	714	10 %	37	7 %	77	9 %	2,1
	Reste du Québec	2 910	40 %	192	39 %	287	35 %	1,5
	<b>Total</b>	7 250	100 %	497	100 %	813	100 %	1,6
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	171	34 %	310	38 %	1,8
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	192	39 %	287	35 %	1,5
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	87	17 %	135	17 %	1,6
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	48	10 %	81	10 %	1,7
	<b>Total</b>	7 250	100 %	497	100 %	813	100 %	1,6
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	18	4 %	40	5 %	2,3
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	18	4 %	27	3 %	1,5
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	31	6 %	69	8 %	2,2
	Mauricie (4)	218	3 %	13	3 %	17	2 %	1,2
	Estrie (5)	374	5 %	20	4 %	38	5 %	1,9
	Montréal (6)	1 728	24 %	140	28 %	241	30 %	1,7
	Outaouais (7)	400	6 %	42	9 %	60	7 %	1,4
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	6	1 %	6	1 %	1,0
	Côte-Nord (9)	61	1 %	5	1 %	7	1 %	1,4
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	-	0 %	-	0 %	.
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	1	0 %	1	0 %	1,0
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	21	4 %	26	3 %	1,2
	Laval (13)	372	5 %	20	4 %	24	3 %	1,2
	Lanaudière (14)	487	7 %	24	5 %	32	4 %	1,3
	Laurentides (15)	478	7 %	35	7 %	50	6 %	1,4
	Montérégie (16)	1 296	18 %	91	18 %	155	19 %	1,7
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	11	2 %	21	3 %	1,9
<b>Total</b>	7 250	100 %	497	100 %	813	100 %	1,6	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	55	11 %	95	12 %	1,7
	Urbaines	6 112	84 %	442	89 %	718	88 %	1,6
	<b>Total</b>	7 250	100 %	497	100 %	813	100 %	1,6

La figure suivante présente les publics de danse selon le type de spectacles et l'âge. Ces courbes mettent en lumière les tendances selon la nature des spectacles fréquentés. Elles sont cumulatives : la première, celle du bas, identifie seulement les spectacles professionnels tarifés qui sont vus à l'intérieur (en salle); la deuxième courbe ajoute les spectacles professionnels tarifés extérieurs; la troisième intègre les spectacles professionnels gratuits; et la quatrième ajoute les spectacles amateurs. Cette dernière comprend donc tous les types de spectacles.

L'analyse des courbes montre que la fréquentation des spectacles professionnels tarifés de danse, à l'extérieur comme à l'intérieur, s'amenuise progressivement avec l'âge. Il en va de même pour les spectacles professionnels qui incluent les spectacles gratuits; le pic est atteint à la mi-vingtaine avant de chuter doucement puis de connaître une légère remontée auprès des personnes de près de 80 ans. Les mêmes phénomènes sont similaires, quoique plus prononcés, quand on ajoute les spectacles amateurs.

**fig.71 Nombre moyen de spectacles de danse vus selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels tarifés, extérieurs et professionnels intérieurs)**  
**Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



### 3.3.3 Musique classique

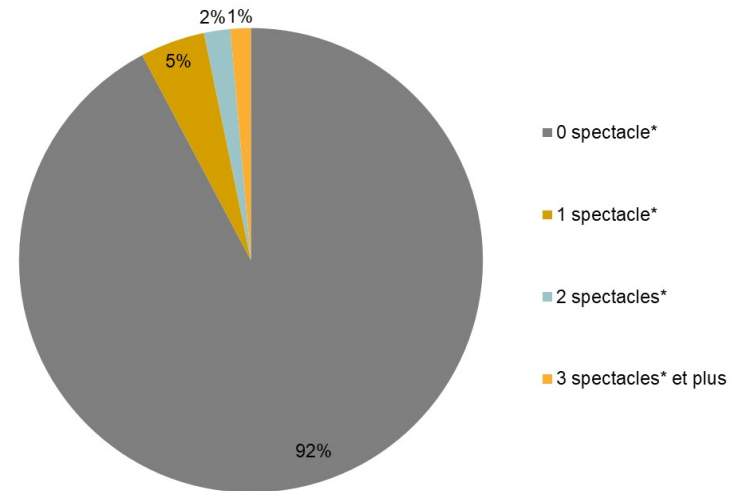
Pour 2023, l'assistance totale aux spectacles professionnels tarifés en musique classique était d'un peu plus de 1 M d'entrées. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits s'élevait à près de 587 000 spectateurs et à 279 000 spectateurs pour les spectacles amateurs. La catégorie « musique classique » comprend aussi l'opéra.

Les hommes sont un peu plus nombreux à assister à des spectacles\* de musique classique et comptent pour 51 % de l'assistance\*. Les publics pour ce type de spectacles\* sont plutôt âgés : 49 % de l'assistance\* a 55 ans ou plus. Le nombre moyen de spectacles\* fréquentés s'élève à 1,9 pour la population globale, mais à 2,6 pour les spectateurs\* de 75 ans ou plus.

Les retraités représentent une part importante de l'assistance\* aux spectacles\* de musique classique (34 %), juste après les travailleurs à temps plein (43 %). L'âge moyen de l'assistance\* est de 50 ans. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (35 %) et de la Montérégie (17 %).

Quelque 8 % de la population du Québec de plus de 16 ans a assisté à des spectacles\* de musique classique (563 000 personnes). Ces publics ont assisté en moyenne à 1,9 spectacle\*. Ce groupe est composé en grande partie des 5 % qui n'ont assisté qu'à 1 seul spectacle\* de cette discipline. Les groupes qui ont assisté à 2 spectacles\* et à 3 spectacles\* et plus comptent respectivement pour 2 % et 1 % de l'assistance\* seulement.

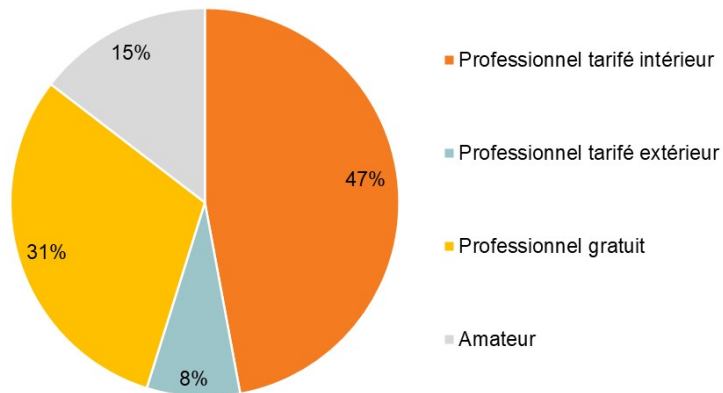
**fig.72 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de musique classique**





Un peu moins de la moitié (47 %) de l'assistance aux spectacles\* de musique classique vus en 2023 est liée à des spectacles professionnels tarifés en salle. Une part de 31 % de l'assistance provient de spectacles professionnels gratuits, tandis que 15 % est issue des spectacles amateurs et 8 %, des spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur. L'ensemble des spectacles professionnels représente 86 %.

**fig.73 Répartition de l'assistance aux spectacles de musique classique selon le type de spectacles**



La majorité des 563 000 spectateurs de musique classique fréquente une seule catégorie de spectacles à la fois. C'est le cas des 48 % qui ne voient que des spectacles professionnels tarifés, des 19 % qui assistent exclusivement à des spectacles professionnels gratuits et des 11 % qui se limitent aux spectacles amateurs seulement. Ensemble, ils forment un groupe de 78 %. Ceux qui voient des combinaisons de divers types de spectacles représentent 11 % des spectacles professionnels tarifés et gratuits, 4 % des spectacles professionnels tarifés amateurs, 3 % des spectacles professionnels gratuits et amateurs et enfin 4 % des spectacles professionnels tarifés, gratuits et amateurs. De manière générale, les publics qui fréquentent les spectacles professionnels exclusivement ou en combinaison avec d'autres types dominent largement les publics de musique classique, avec une part de 89 %. Ceux qui fréquentent les spectacles amateurs exclusivement ou non représentent 22 %.

**tab.43 Composition des publics de musique classique selon le type de spectacles fréquentés en musique classique (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	398	48 %	} 89 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	160	19 %	
Professionnels tarifés et gratuits	95	11 %	
Professionnels tarifés et amateurs	33	4 %	
Professionnels gratuits et amateurs	22	3 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	36	4 %	
Amateurs seulement	90	11 %	
<b>Total</b>	<b>835</b>	<b>100 %</b>	

Les spectateurs\* qui fréquentent la musique classique constituent 14 % de tous les spectateurs\* au sein de l'ensemble des disciplines, ce qui équivaut à 563 000 personnes. La part occupée par les spectateurs\* de musique classique augmente de manière linéaire avec le niveau d'intensité de la fréquentation annuelle. Une part très élevée des spectateurs\* insatiables se retrouve ainsi en musique classique, avec 46 000 spectateurs\*, soit 49 % de tout ce groupe. À l'autre bout du spectre, on ne retrouve que 6 % des occasionnels (107 000) parmi les spectateurs\* de musique classique.

**tab.44 Part des spectateurs\* de musique classique parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Part de la musique classique	
		Part de la musique classique	
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	107	6 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	139	14 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	161	20 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	109	31 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	46	49 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>563</b>	<b>14 %</b>

Les spectateurs\* de musique classique fréquentent en moyenne 1,9 spectacle\* de musique classique par année. Ils sont aussi de bons consommateurs de spectacles\* pour toutes les disciplines : ils en fréquentent 7,9 comparativement à 4,4 pour les publics de toutes les disciplines confondues. Les insatiables sont la catégorie de spectateurs\* qui voient en moyenne le plus grand nombre de spectacles\* de musique classique parmi tous les publics de l'ensemble des disciplines, soit 3,4, alors que la moyenne est de 1,9.

**tab.45 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de musique classique**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour la musique classique	
	Ensemble des disciplines	Musique classique	Ensemble des disciplines	Musique classique
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,6	1,2
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,2	3,5	1,5
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,3	6,6	1,6
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	0,9	12,7	2,8
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	1,7	28,1	3,4
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,1</b>	<b>7,9</b>	<b>1,9</b>

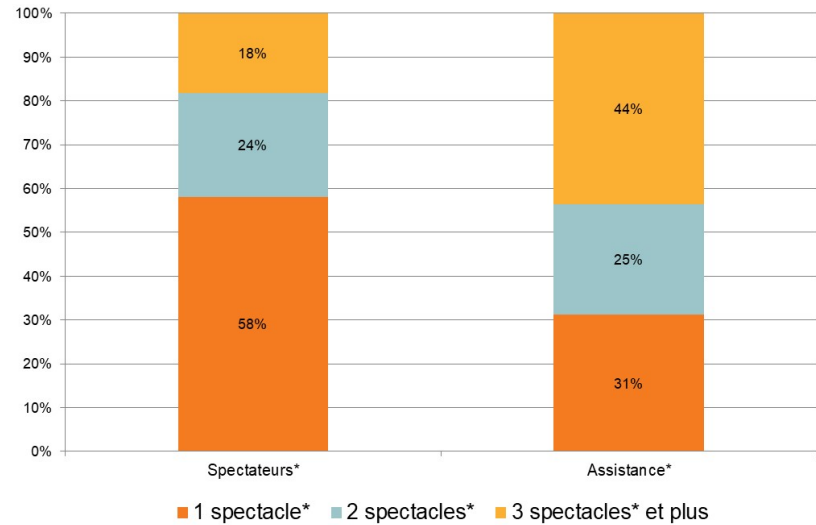
L'assistance\* pour les spectacles\* de musique classique a atteint 1 050 000 entrées faites par 563 000 personnes au cours de l'année 2023, ce qui se traduit par une moyenne de 1,9 spectacle\* par spectateur\*.

**tab.46 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon le nombre de spectacles\* de musique classique\* vus (en milliers)**

Spectacles* de musique classique	Nombre de spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	327	327
2 spectacles*	133	265
3 spectacles* et plus	103	458
<b>Total</b>	<b>563</b>	<b>1 050</b>

Le groupe des spectateurs\* qui n'ont assisté qu'à 1 seul spectacle\* par année représente 58 % des spectateurs\* (327 000), mais n'est responsable que de 31 % des entrées (327 000). Inversement, ceux qui en ont vu 3 et plus et qui comptent pour seulement 18 % des spectateurs\* (103 000) ont généré 44 % de l'assistance\* aux spectacles\* de musique classique. Cela équivaut à 458 000 entrées.

**fig.74 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de musique classique selon le nombre de spectacles\* de musique classique vus annuellement**

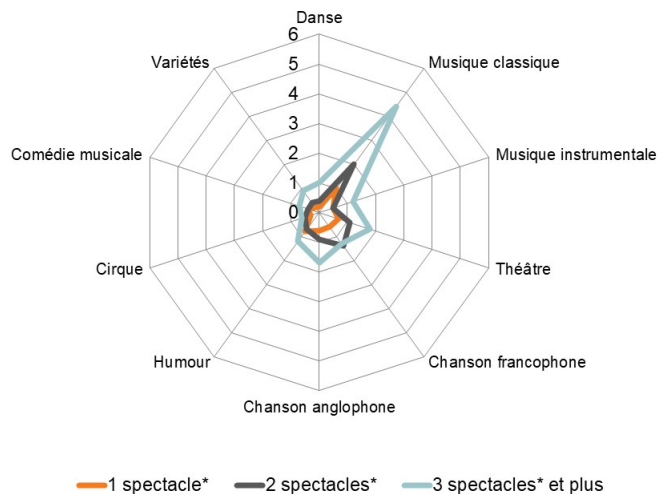


Les spectateurs\* de musique classique qui fréquentent plus de trois spectacles\* de musique classique ont pour intérêts secondaires les spectacles\* de théâtre, de chanson anglophone, de chanson francophone, de musique instrumentale et d'humour dans des proportions assez semblables. Leur intérêt apparaît beaucoup moins marqué, voire presque inexistant pour les quatre autres disciplines. Les profils des spectateurs\* qui voient deux spectacles\* de musique classique ou même un seul spectacle\* sont assez semblables à celui décrit précédemment. De manière générale, la danse, les variétés et le cirque intéressent beaucoup moins les spectateurs\* de musique classique.

Les hommes sont légèrement majoritaires (51 %) parmi les spectateurs\* de musique classique. Plus le nombre de spectacles\* vus est important, plus l'écart se creuse. La part des hommes dans le groupe ayant vu 2 spectacles\* atteint 55 %, et même 59 % dans le groupe des spectateurs\* ayant vu 3 spectacles\* et plus. Le groupe des spectateurs\* qui ont vu 1 seul spectacle\* fait exception : la part des hommes y est moins élevée, soit 48 % comparativement à 52 % pour les femmes.

Les habitudes varient aussi avec l'âge : la fréquentation des spectacles\* de musique classique augmente apparemment avec l'âge. La majorité des spectateurs\* (62 %) affichent un âge de 45 ans et plus, et les tranches de spectateurs de 65 ans à 74 ans et de 75 ans ou plus totalisent 32 %, soit près du tiers des spectateurs\* de musique classique. Le groupe de spectateurs\* de 75 ans et plus voit d'ailleurs le plus grand nombre moyen de spectacles\*, soit 2,6.

**fig.75 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de musique classique vus**



Quant au niveau de scolarité, la plus grande proportion de spectateurs\* de musique classique se retrouve parmi ceux qui détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle (36 %). Le groupe combiné de ceux qui ont fait des études universitaires (de 1<sup>er</sup> cycle [29 %] et de 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle [19 %]) représente toutefois près de la moitié (48 %) des spectateurs\*.

La prévalence des spectateurs\* de musique classique parmi les niveaux plus élevés de scolarité se vérifie aussi lorsqu'on compare leur poids relatif dans la population générale. Dans le cas des diplômés universitaires, ils sont proportionnellement largement plus présents chez les spectateurs\* de musique classique que dans l'ensemble de la population.

**tab.47 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de musique classique selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de musique classique vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3 579	49 %	156	48 %	73	55 %	60	59 %	289	51 %
	Féminin	3 671	51 %	171	52 %	60	45 %	43	41 %	274	49 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	327	100 %	133	100 %	103	100 %	563	100 %
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	5	2 %	2	1 %	2	2 %	9	2 %
	18 à 24 ans	636	9 %	26	8 %	16	12 %	11	11 %	53	9 %
	25 à 34 ans	1 096	15 %	48	15 %	20	15 %	8	8 %	76	14 %
	35 à 44 ans	1 161	16 %	55	17 %	14	10 %	13	12 %	81	14 %
	45 à 54 ans	1 078	15 %	44	13 %	17	13 %	10	10 %	71	13 %
	55 à 64 ans	1 286	18 %	61	19 %	21	15 %	14	13 %	95	17 %
	65 à 74 ans	1 404	19 %	70	21 %	33	25 %	31	30 %	133	24 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	327	100 %	133	100 %	103	100 %	563	100 %
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	7	2 %	1	0 %	1	1 %	9	2 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	23 %	41	12 %	18	14 %	17	17 %	76	14 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	47 %	124	38 %	49	37 %	32	31 %	205	36 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	19 %	97	30 %	39	29 %	29	28 %	164	29 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>o</sup> ou du 3 <sup>o</sup> cycle	608	8 %	59	18 %	26	20 %	24	23 %	109	19 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	327	100 %	133	100 %	103	100 %	563	100 %

Les spectateurs\* qui détiennent un diplôme d'études secondaires sont ceux qui affichent le plus grand nombre de spectacles\* vus, avec une moyenne de 2,2 spectacles\*.

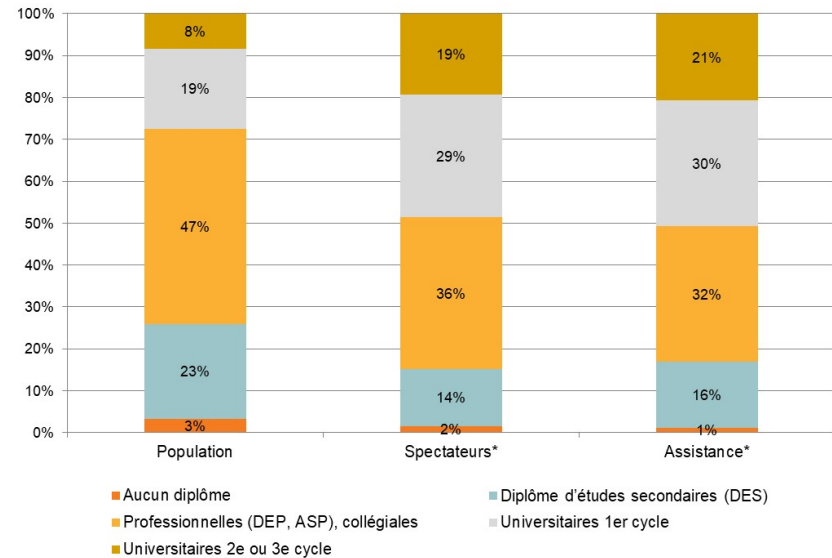
Ils sont ensuite suivis des diplômés universitaires de 2<sup>e</sup> ou 3<sup>e</sup> cycle, qui affichent un nombre moyen de spectacles\* vus de 2,0, puis des diplômés universitaires de 1<sup>er</sup> cycle, qui, eux, en voient en moyenne 1,9.

Un autre levier de comparaison concerne la présence de diplômés universitaires (tous cycles confondus) chez les spectateurs\* de musique classique qui est proportionnellement plus importante que dans la population québécoise de 16 ans et plus, à raison de 48 % contre 27 %. C'est également ce groupe en particulier qui rassemble la part la plus importante de l'assistance\* totale aux spectacles\* (51 %).

**tab.48 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de musique classique selon le niveau de scolarité (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	9	12	1,3
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	76	165	2,2
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	205	339	1,7
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	164	316	1,9
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	109	218	2,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>563</b>	<b>1 050</b>	<b>1,8</b>

**fig.76 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon le niveau de scolarité**



Par rapport à la situation professionnelle, les groupes qui rassemblent le plus grand nombre de spectateurs\* de musique classique et qui génèrent le plus d'entrées sont, dans l'ordre, les travailleurs à plein temps puis les retraités. Les premiers, avec 243 000 spectateurs\* (43 %), génèrent une assistance\* de 434 000 entrées (41 %), tandis que les seconds, avec 174 000 spectateurs\* (31 %), génèrent une assistance\* de 361 000 entrées (34 %).

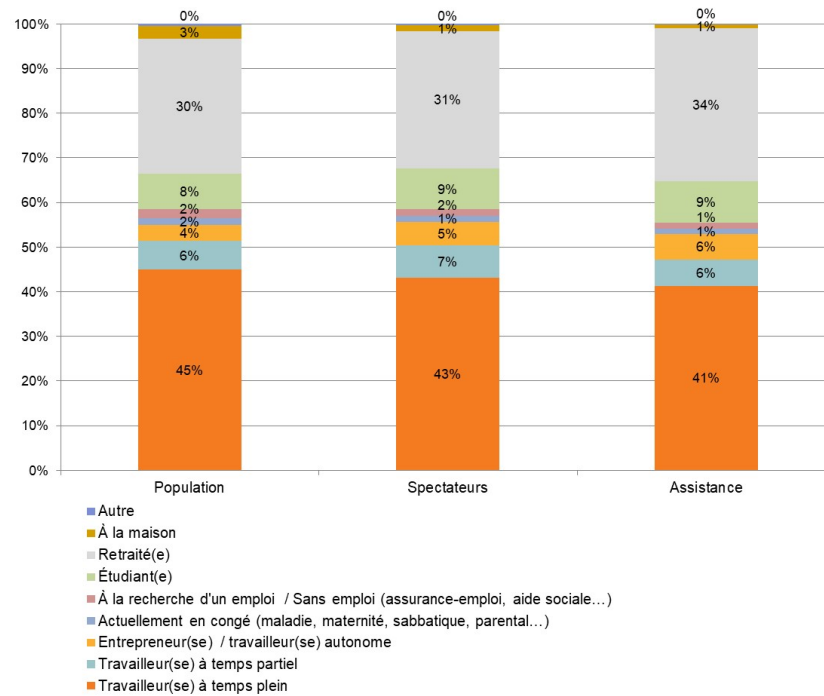
On ne remarque pas d'écart majeur dans la proportion des spectateurs\* de musique classique par rapport à la population. Pour l'ensemble des catégories professionnelles, le ratio est équilibré, à l'exception des travailleurs à temps plein, qui sont un peu moins représentés, avec 43 % des spectateurs\* et 41 % de l'assistance\* contre 45 % dans la population. Les retraités sont légèrement plus présents puisqu'ils constituent 31 % des spectateurs\* et 34 % de l'assistance\*, mais seulement 30 % de la population.

Les retraités sont aussi ceux qui enregistrent le nombre moyen de spectacles vus (2,1) le plus élevé, ex æquo avec les entrepreneurs ou travailleurs autonomes (2,1). Les étudiants et les travailleurs à temps plein les suivent avec des nombres moyens respectifs de 1,9 et de 1,8.

**tab.49 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de musique classique selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	243	434	1,8
Travailleur(se) à temps partiel	468	41	61	1,5
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	29	61	2,1
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	7	11	1,5
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	9	15	1,7
Étudiant(e)	577	51	97	1,9
Retraité(e)	2 194	174	361	2,1
À la maison	209	7	7	1,1
Autre	35	2	2	1,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>563</b>	<b>1 050</b>	<b>1,9</b>

**fig.77 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon la situation professionnelle**



Les personnes âgées de 65 ans à 74 ans forment le groupe de spectateurs\* le plus important en musique classique. Ces 112 000 spectateurs\* représentent une assistance\* de 234 000 entrées, ce qui donne un nombre moyen de spectacles\* vus par spectateur\* de 2,1. À partir de 25 ans, le nombre moyen de spectacles\* vus par spectateur\* tend à croître avec l'âge; chez les 75 ans et plus, il atteint 2,6, alors que la moyenne est de 1,9.

Rappelons que l'âge moyen du spectateur\* de musique classique est de 49 ans, soit le plus élevé enregistré parmi toutes les disciplines. Il est supérieur de 3 ans à l'âge moyen (46 ans) de tous les spectateurs\* des arts de la scène.

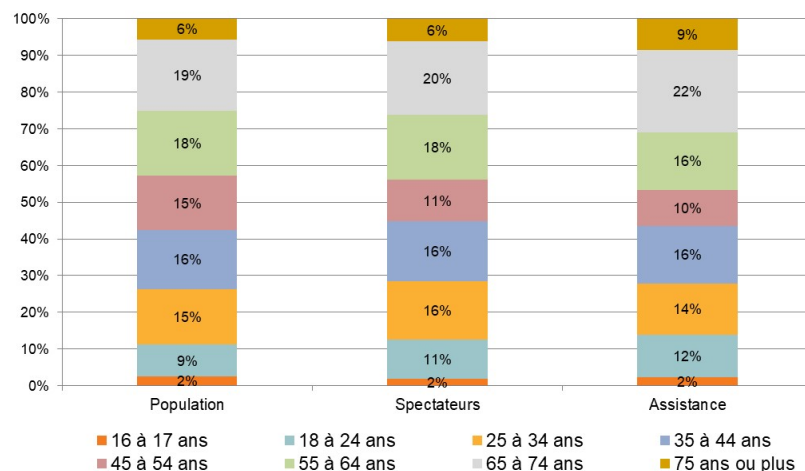


**tab.50 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon l'âge (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	10	25	2,4
18 à 24 ans	636	60	121	2,0
25 à 34 ans	1 096	90	145	1,6
35 à 44 ans	1 161	92	165	1,8
45 à 54 ans	1 078	64	104	1,6
55 à 64 ans	1 286	99	165	1,7
65 à 74 ans	1 404	112	234	2,1
75 ans ou plus	412	35	91	2,6
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>563</b>	<b>1 050</b>	<b>1,9</b>

La figure suivante compare le poids relatif de chaque groupe d'âge dans la population avec les tranches d'âge des spectateurs\* et de l'assistance\*. La tranche des 65 ans à 74 ans est légèrement plus présente chez les spectateurs\* de musique classique (20 %) et dans l'assistance\* (22 %) que dans la population générale (19 %). On remarque un phénomène à peu près semblable avec les 75 ans et plus, qui représentent 6 % des spectateurs\* et surtout 9 % de l'assistance\* contre 6 % dans l'ensemble de la population. C'est également le cas chez les jeunes de 18 ans à 24 ans, qui représentent 11 % des spectateurs\* et 12 % de l'assistance\*, mais 9 % de la population. Les autres tranches d'âge sont représentées de façon similaire par rapport à leur répartition dans la population totale.

**fig.78 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon l'âge**



Chez les spectateurs\* de musique classique, ce sont les personnes qui gagnent 120 000 \$ et plus qui sont les plus nombreuses (151 000) et qui sont responsables de l'assistance\* la plus importante (266 000 entrées). Celles dont le revenu du ménage est de 100 000 \$ à 119 999 \$ suivent, avec 91 000 spectateurs\* et un chiffre d'assistance\* de 169 000 entrées.

Le nombre moyen de spectacles\* vus varie différemment et se situe en moyenne à 1,9. Le nombre moyen de spectacles\* le plus élevé (2,1) est associé aux 2 groupes de personnes dont le revenu du ménage se situe entre 50 000 \$ et 69 999 \$.

**tab.51 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de musique classique selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	25	42	1,7
20 000 à 29 999 \$	381	30	57	2,0
30 000 à 39 999 \$	469	22	39	1,8
40 000 à 49 999 \$	605	36	62	1,8
50 000 à 59 999 \$	633	26	53	2,1
60 000 à 69 999 \$	646	58	122	2,1
70 000 à 79 999 \$	557	50	94	1,9
80 000 à 99 999 \$	974	74	147	2,0
100 000 à 119 999 \$	963	91	169	1,9
120 000 \$ et plus	1 698	151	266	1,8
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>563</b>	<b>1 050</b>	<b>1,9</b>

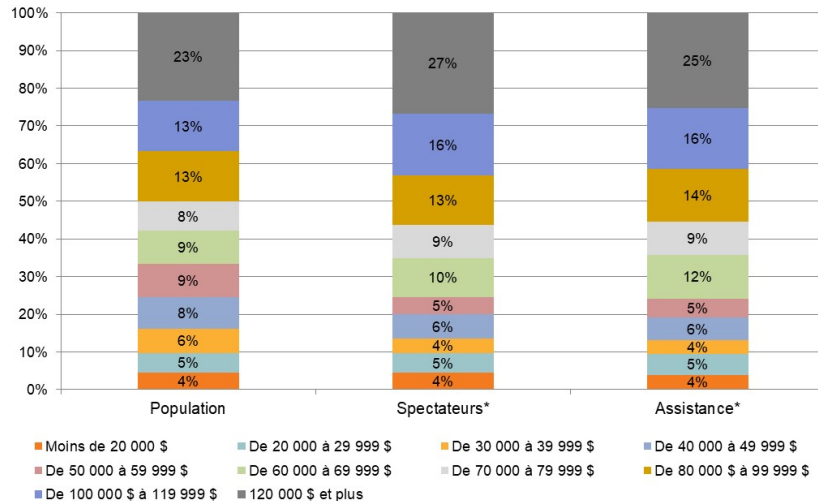
Quant à la distribution des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les tranches du revenu du ménage, en comparaison de celle qui prévaut dans la population générale, on ne relève pas d'écarts majeurs. Les revenus supérieurs, soit les tranches de la population qui perçoivent un revenu de 80 000 \$ et plus, sont toutefois légèrement plus présents chez les spectateurs\* et dans l'assistance\* que dans l'ensemble de la population. En combinant ces tranches de revenu, on obtient 56 % pour les spectateurs\* et 55 % pour l'assistance\*, contre 49 % pour la population québécoise. L'écart le plus prononcé se situe dans la tranche de 120 000 \$ et plus, qui correspond à 23 % dans la population, mais à 27 % chez les spectateurs et représente un quart de l'assistance, avec 25 %.

Montréal est la région administrative d'où provient la part la plus importante des spectateurs\* (40 % ou 225 000 personnes) et de l'assistance\* totale (35 % ou 366 000 spectacles\* vus). Si on étend l'analyse à la RMR de Montréal, c'est alors près des deux tiers des spectateurs\* qui en proviennent (59 % ou 335 000 personnes), pour une assistance\* de 635 000 entrées, soit 60 % de l'assistance\* totale. Les spectateurs\* de la RMR de Montréal ont vu en moyenne 1,9 spectacle\* de musique classique en 2023, une moyenne qui est supérieure à la RMR de Québec (1,7), mais équivalente à celle du reste du Québec (1,9).

En dehors de Montréal, c'est de la Montérégie que provient une grande part des publics pour cette discipline : 15 % des spectateurs\* et 17 % de l'assistance\* totale. Loin derrière la Montérégie se classe la Capitale-Nationale, qui représente une part de 8 % des spectateurs\* et de 9 % de l'assistance\*. L'Outaouais compte également une part non négligeable de l'assistance\* (8 %). Celle-ci est attribuable à un nombre moyen de spectacles\* vus très élevé, 2,6, soit la deuxième plus haute moyenne de la province, après le Centre-du-Québec (2,7). Concernant le nombre de spectateurs\*, en Outaouais, il s'établit à 35 000, soit 6 % du total des spectateurs\*. La région de Laval affiche une part de spectateurs\* comparable à l'Outaouais (6 %). Cependant, le nombre moyen de spectacles\* vus y est beaucoup moins élevé (1,6). Cette région ne représente que 4 % de l'assistance\* totale, avec 43 000 entrées.

Si on tient compte de la proportion réelle que représentent leurs populations totales par rapport à l'ensemble du territoire, Montréal et la RMR de Montréal sont surreprésentées parmi les spectateurs\* de la musique classique : 40 % des spectateurs\* et 35 % de l'assistance\* proviennent de la région de Montréal, tandis qu'elle ne compte que pour 24 %. Le même phénomène se reproduit pour la RMR puisque 59 % des spectateurs\* et 60 % de l'assistance\* proviennent de la RMR de Montréal, alors que le pourcentage de la population n'y est pourtant que de 50 %.

**fig.79 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique classique selon le revenu du ménage — après imputation**



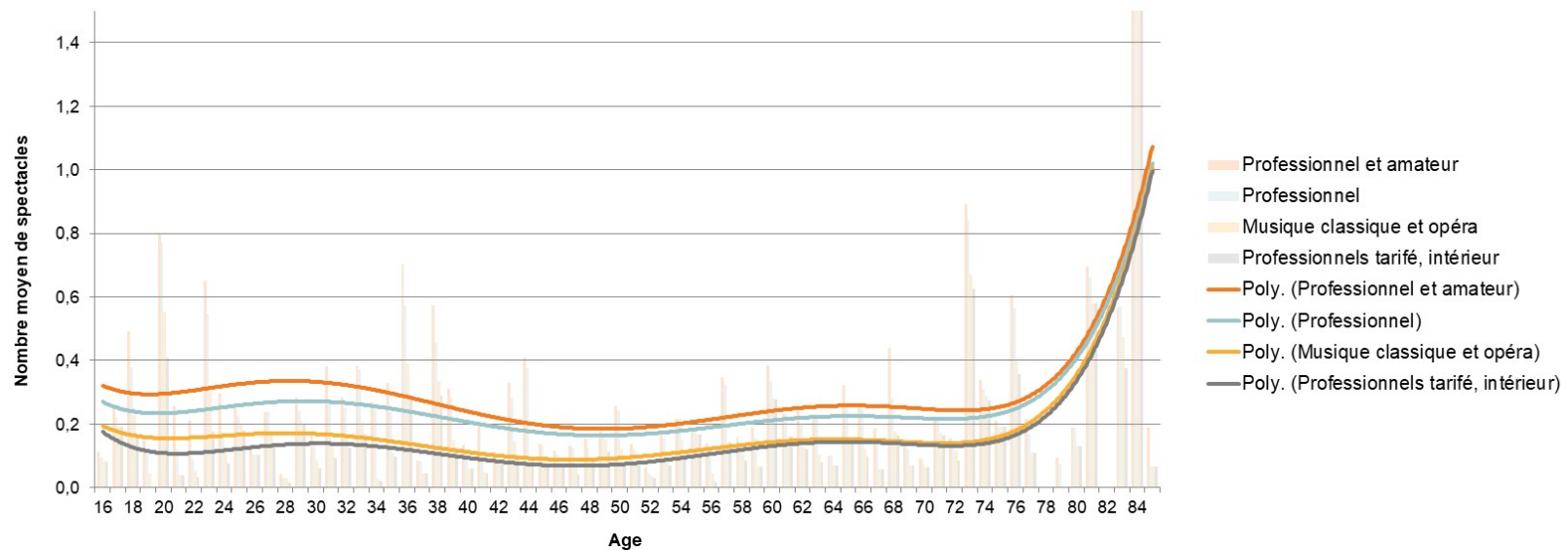
**tab.52 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de musique classique selon la répartition territoriale**

		Population (en milliers)	% population	Nombre de spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	335	59 %	635	60 %	1,9
	Québec	714	10 %	64	11 %	107	10 %	1,7
	Reste du Québec	2 910	40 %	165	29 %	309	29 %	1,9
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>563</b>	<b>100 %</b>	<b>1 050</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	270	48 %	465	44 %	1,9
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	178	32 %	351	33 %	1,8
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	80	14 %	164	16 %	2
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	35	6 %	71	7 %	1,6
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>563</b>	<b>100 %</b>	<b>1 050</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	9	2 %	18	2 %	1,7
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	16	3 %	14	1 %	1,3
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	45	8 %	99	9 %	1,6
	Mauricie (4)	218	3 %	11	2 %	12	1 %	1,5
	Estrie (5)	374	5 %	21	4 %	58	5 %	1,6
	Montréal (6)	1 728	24 %	225	40 %	366	35 %	2
	Outaouais (7)	400	6 %	35	6 %	79	8 %	2,6
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	4	1 %	19	2 %	1,5
	Côte-Nord (9)	61	1 %	2	0 %	15	1 %	2
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	0	0 %	-	0 %	-
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	5	1 %	5	1 %	3
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	19	3 %	27	3 %	1,5
	Laval (13)	372	5 %	35	6 %	43	4 %	1,5
	Lanaudière (14)	487	7 %	19	3 %	37	3 %	1,6
	Laurentides (15)	478	7 %	22	4 %	66	6 %	1,9
	Montérégie (16)	1 296	18 %	84	15 %	178	17 %	2
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	13	2 %	15	1 %	2,7
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>563</b>	<b>100 %</b>	<b>1 050</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	43	8 %	80	8 %	1,5
	Urbaines	6 112	84 %	520	92 %	970	92 %	1,9
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>563</b>	<b>100 %</b>	<b>1 050</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>

De manière générale, les courbes qui servent à illustrer la relation entre le nombre de spectacles vus en musique classique, l'âge et le type de spectacles montrent que la fréquentation augmente avec l'âge. Celle des spectacles professionnels tarifés intérieurs comme extérieurs fluctue légèrement à partir de 20 ans, mais augmente de façon marquée après 60 ans. À partir de 75 ans environ, cette courbe monte de façon assez spectaculaire avant d'atteindre un pic aux alentours de 85 ans.

Quant à l'ensemble des spectacles professionnels gratuits, la courbe suit une tendance semblable et augmente fortement à partir de 75 ans. Enfin, la courbe qui intègre tous les spectacles, y compris les spectacles amateurs, affiche une croissance assez rapide de 16 ans à 22 ans environ, puis chute doucement jusqu'à un plateau qui débute vers 40 ans et qui dure une dizaine d'années. Cette fréquentation progresse ensuite jusqu'à 84 ans de façon de plus en plus prononcée.

**fig.80** Nombre moyen de spectacles de musique classique vus selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6



### 3.3.4 Musique instrumentale

En 2023, les spectacles professionnels et tarifés de musique instrumentale ont enregistré une assistance totale de 1,6 M. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits s'est élevée à près de 1,2 M et à 584 000 pour les spectacles amateurs.

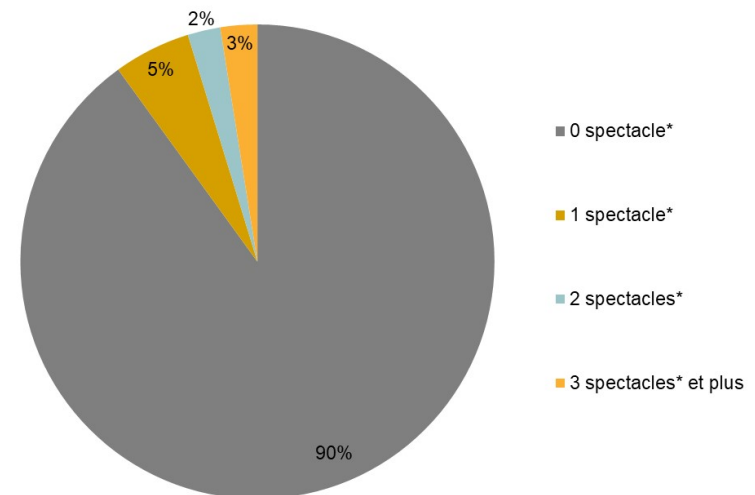
Au sein de la population du Québec, c'est autour de 10 % des plus de 16 ans qui ont assisté à des spectacles professionnels tarifés de musique instrumentale (724 000 personnes). Les publics de ce type de spectacles en ont vu en moyenne 2,2.

Les hommes composent une majorité de l'assistance\* (54 %). Cette assistance\* est répartie de façon quasi équivalente entre les différentes tranches d'âge comprises entre 25 ans et 74 ans. Lorsqu'on compare toutefois cette répartition à celle de la population québécoise, on constate que les spectateurs\* les plus jeunes, les 18 ans à 24 ans et les 25 ans à 34 ans, sont légèrement surreprésentés dans l'assistance\* par rapport à leur poids réel au sein de la population, tandis que les 55 ans et plus, sont légèrement sous-représentés.

L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de musique instrumentale est de 44 ans. L'assistance\* provient principalement de la région de Montréal (27 %) et de la Montérégie (19 %), suivie par quelques points de pourcentage de la région de la Capitale-Nationale (10 %).

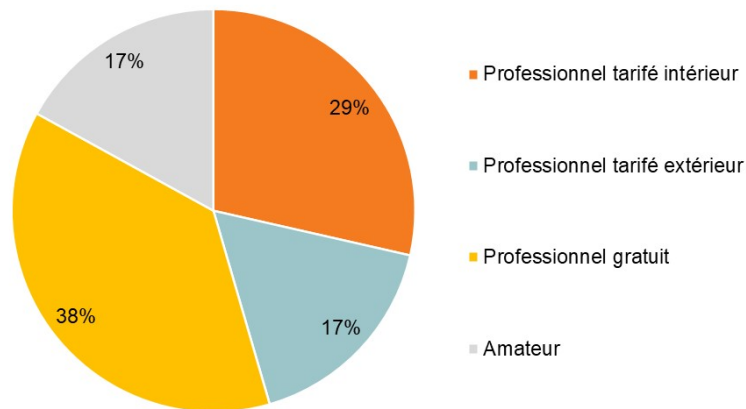
Parmi les 10 % de la population québécoise à avoir assisté à au moins 1 spectacle\* de musique instrumentale, la moitié (5 %) n'a assisté qu'à 1 seul spectacle\*, tandis qu'une portion de 2 % a assisté à 2 spectacles\* et une autre de 3 % a vu 3 spectacles\* et plus.

**fig.81 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de musique instrumentale**



Parmi les divers types de spectacles de musique instrumentale, les plus fréquentés (38 %) sont les spectacles professionnels gratuits, suivis des spectacles professionnels tarifés intérieurs (29 %). Les spectacles amateurs représentent 17 % de l'assistance, au même titre que les spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur, qui constituent eux aussi 17 % de l'assistance totale.

**fig.82 Répartition de l'assistance aux spectacles de musique instrumentale selon le type de spectacles**



Le public des spectacles de musique instrumentale est composé de quelque 724 000 spectateurs, assistant à tous types de spectacles confondus. La grande majorité de ces spectateurs (89 %) voit des spectacles professionnels, qu'ils soient jumelés à d'autres types ou non et 14 % de ces spectateurs intègrent aux spectacles qu'ils ont vus au moins 1 spectacle amateur.

Pour ce qui est des sorties exclusives, 32 % des spectateurs assistent à des spectacles professionnels tarifés seulement et 11 % à des spectacles amateurs seulement.

**tab.53 Composition du public de musique instrumentale selon le type de spectacles fréquentés en musique instrumentale (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	437	32 %	} 89 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	411	30 %	
Professionnels tarifés et gratuits	181	13 %	
Professionnels tarifés et amateurs	47	3 %	
Professionnels gratuits et amateurs	99	7 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	60	4 %	
Amateurs seulement	146	11 %	
<b>Total</b>	<b>1 379</b>	<b>100 %</b>	

Ce sont 17 % des spectateurs\* de l'ensemble des disciplines qui ont assisté à au moins 1 spectacle\* de musique instrumentale, c'est-à-dire un total de 724 000 personnes. La part des spectateurs\* de musique instrumentale tend à être plus élevée chez les spectateurs\* qualifiés d'insatiables; ils représentent 66 % de ce groupe, avec 62 000 personnes. À l'inverse, les occasionnels ne comptent que 7 % de spectateurs\* de musique instrumentale, avec 139 000 personnes.

Les spectateurs\* ont assisté en moyenne à 2,2 spectacles\* de musique instrumentale au cours de l'année 2023. Ces spectateurs\* apparaissent comme de grands consommateurs de spectacles\* toutes disciplines confondues puisqu'ils voient une moyenne de 8,1 spectacles\* par an. Ce chiffre constitue presque le double de ce qui est enregistré pour les publics de l'ensemble des disciplines, qui prennent part à 4,4 spectacles\* toutes disciplines confondues pour la même période. Ces publics de toutes disciplines ne voient que l'équivalent de 0,2 des spectacles\* de musique instrumentale.

**tab.54 Part des spectateurs\* de musique instrumentale parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Musique instrumentale	
		Personnes	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	139	7 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	151	16 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	235	30 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	138	40 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	62	66 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>724</b>	<b>17 %</b>

**tab.55 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de musique instrumentale**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour la musique instrumentale	
	Ensemble des disciplines	Musique instrumentale	Ensemble des disciplines	Musique instrumentale
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,6	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,2	3,5	1,5
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,6	6,6	2,0
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	1,3	13,2	3,2
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	3,0	28,9	4,6
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,2</b>	<b>8,1</b>	<b>2,2</b>



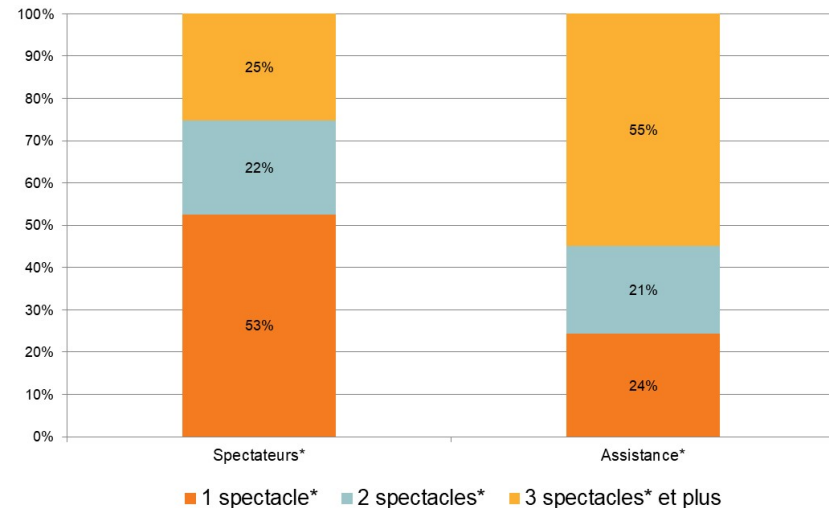
Au total, les 724 000 spectateurs\* qui ont assisté à des spectacles\* de musique instrumentale ont généré une assistance\* de 1 565 000 entrées. Parmi eux, ceux qui n'ont assisté qu'à 1 seul spectacle\* composent le plus grand groupe, avec 381 000 personnes, soit plus du double du nombre de spectateurs\* ayant vu 2 spectacles (161 000 personnes). Les 182 000 spectateurs\* qui ont fréquenté 3 spectacles\* et plus ont, à eux seuls, généré près de 5 fois leur nombre sur le plan de l'assistance\*, avec 860 000 entrées.

Même s'ils ne représentent que 25 % des spectateurs\*, ceux qui voient 3 spectacles\* ou plus sont responsables de 55 % de l'assistance\* des spectacles\* de musique instrumentale. À l'inverse, le groupe de 53 % des spectateurs\* qui n'ont vu que 1 spectacle\* représente seulement 24 % des entrées.

**tab.56** Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le nombre de spectacles\* de musique instrumentale\* vus (en milliers)

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	381	381
2 spectacles*	161	324
3 spectacles* et plus	182	860
<b>Total</b>	<b>724</b>	<b>1 565</b>

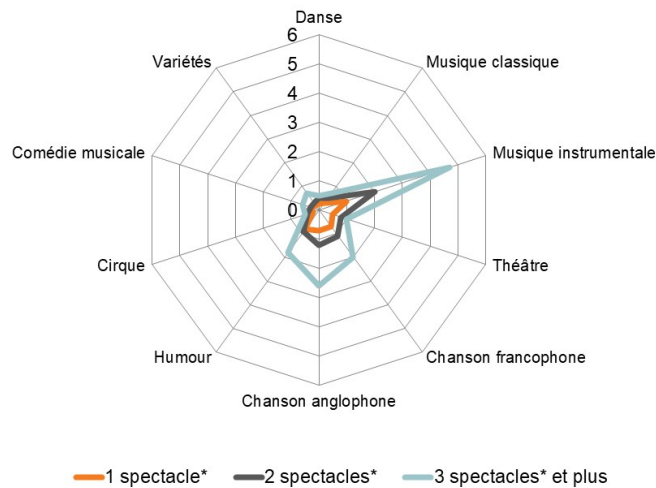
**fig.83** Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le nombre de spectacles\* de musique instrumentale\* vus annuellement



Bien que les spectateurs\* qui voient 3 spectacles\* ou plus de musique instrumentale aient des goûts assez marqués, ils ont aussi de l'intérêt pour d'autres disciplines comme la chanson anglophone et, dans une moindre mesure, pour la chanson francophone et l'humour. Ceux qui voient 2 spectacles\* et ceux qui n'en voient que 1 ont essentiellement les mêmes goûts.

L'intérêt pour certaines disciplines comme la danse, les variétés et la comédie musicale semble pratiquement nul, tandis que le théâtre ou la musique classique suscitent un penchant mineur.

**fig.84 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de musique instrumentale**



La répartition selon le genre indique qu'une majorité assez claire (54 %) d'hommes compose les spectateurs\* de la musique instrumentale, contre une part de 46 % pour les femmes. Cette proportion d'hommes est équivalente chez les grands consommateurs de spectacles\* (3 et plus) et chez les spectateurs\* occasionnels (1 spectacle\*); elle augmente cependant dans le groupe des consommateurs modérés (2 spectacles\*) à 61 %, tandis que la part des femmes s'élève à 39 %.

Sur le plan de l'âge, les spectateurs\* de musique instrumentale se répartissent de manière assez égale entre les différentes tranches d'âge comprises entre 18 ans et 74 ans. Ceux âgés de 25 ans à 34 ans affichent un pourcentage légèrement plus élevé que les autres tranches, avec 21 %, et ceux âgés de 65 ans à 74 ans ont un pourcentage légèrement plus bas, avec 12 %. Par rapport à la distribution de la population québécoise selon l'âge, les plus jeunes, soit les spectateurs\* âgés de 25 ans à 34 ans et de 35 ans à 44 ans, se trouvent plus fortement représentés chez les spectateurs\* de musique instrumentale, en raflant respectivement 21 % et 18 % de l'assistance totale.

En ce qui concerne le niveau de scolarité, le nombre le plus grand de spectateurs\* de musique instrumentale se retrouve chez les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle. Ces 307 000 personnes représentent 42 % de tous ces spectateurs\*. Le groupe formé des personnes ayant un diplôme universitaire tous cycles confondus arrive au deuxième rang, avec une part importante totale de 39 % (286 000 personnes). Les personnes sans diplôme sont proportionnellement sous-représentées en comparaison de leur proportion au sein de la société québécoise. Elles ne représentent que 2 % des spectateurs\*.

**tab.57 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de musique instrumentale vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3 579	49 %	191	50 %	98	61 %	99	54 %	388	54 %
	Féminin	3 671	51 %	190	50 %	63	39 %	84	46 %	337	46 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>381</b>	<b>100 %</b>	<b>161</b>	<b>100 %</b>	<b>182</b>	<b>100 %</b>	<b>724</b>	<b>100 %</b>
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	7	2 %	4	3 %	3	2 %	15	2 %
	18 à 24 ans	636	9 %	51	13 %	24	15 %	34	19 %	110	15 %
	25 à 34 ans	1 096	15 %	75	20 %	36	22 %	40	22 %	151	21 %
	35 à 44 ans	1 161	16 %	65	17 %	23	14 %	41	23 %	129	18 %
	45 à 54 ans	1 078	15 %	63	17 %	22	14 %	20	11 %	105	14 %
	55 à 64 ans	1 286	18 %	56	15 %	22	14 %	18	10 %	97	13 %
	65 à 74 ans	1 404	19 %	48	13 %	22	13 %	20	11 %	90	12 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>381</b>	<b>100 %</b>	<b>161</b>	<b>100 %</b>	<b>182</b>	<b>100 %</b>	<b>724</b>	<b>100 %</b>
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	7	2 %	3	2 %	2	1 %	12	2 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	23 %	75	20 %	18	11 %	25	14 %	118	16 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	47 %	151	40 %	73	45 %	84	46 %	307	42 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	19 %	105	28 %	40	25 %	53	29 %	197	27 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	42	11 %	27	17 %	19	10 %	89	12 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>381</b>	<b>100 %</b>	<b>161</b>	<b>100 %</b>	<b>182</b>	<b>100 %</b>	<b>724</b>	<b>100 %</b>

Alors que les personnes possédant un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle sont les plus nombreuses parmi les spectateurs\* de musique instrumentale, elles sont aussi celles qui génèrent l'assistance\* la plus importante, avec 702 000 entrées. La proportion de l'assistance\* (45 %) qu'elles représentent est assez proche de celle que représente aussi ce groupe au sein des spectateurs\* (42 %). Le nombre moyen de spectacles\* vus en musique instrumentale est le plus élevé chez les non-diplômés (2,7), bien que cette catégorie de spectateurs\* génère beaucoup moins d'assistance\*.

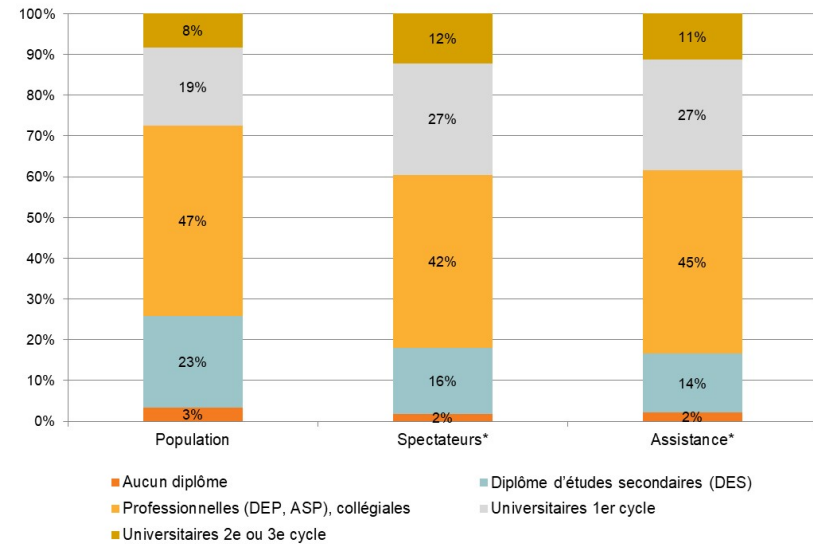
Les autres groupes de spectateurs\* affichent un nombre moyen de spectacles\* vus quasiment similaire, oscillant entre 2,2 pour les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle, 2,0 pour ceux du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle, et 1,9 pour les spectateurs\* diplômés du secondaire. Ces écarts reflètent bien la moyenne globale pour toutes les catégories, qui est de 2,2 spectacles\* vus.

**tab.58 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le niveau de scolarité (en milliers)**

Niveau de scolarité (diplôme études)	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	12	33	2,7
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	118	227	1,9
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	307	702	2,3
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	197	427	2,2
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	89	176	2,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>724</b>	<b>1 565</b>	<b>2,2</b>

La combinaison des 2 groupes de personnes détenant un diplôme universitaire permet de voir que ces catégories totalisent 39 % des spectateurs\* et 38 % de l'assistance\*, alors qu'elles ne représentent que 27 % de la population québécoise. Pour les autres niveaux de diplomation, cette part relative tend à être moins élevée que ce qui est enregistré dans l'ensemble de la population.

**fig.85 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le niveau de scolarité**



Les spectateurs\* de musique instrumentale sont principalement des travailleurs à plein temps. On retrouve dans cette catégorie professionnelle 376 000 spectateurs\*, soit plus de la moitié (52 %) de tous les spectateurs\*. Ensemble, ils génèrent 52 % de l'assistance\* (814 000 entrées).

Les spectateurs\* retraités constituent aussi un groupe important sur le plan tant du nombre de spectateurs\* que de l'assistance\*. Ils comptent 166 000 spectateurs\* (23 %) dans leurs rangs et sont responsables de 315 000 entrées (20 %).

Le nombre moyen de spectacles\* vus est le plus élevé chez les gens à la recherche d'un emploi ou sans emploi (3,0), même si ceux-ci ne représentent pas beaucoup de spectateurs\* (13 000) ni d'assistance\* (38 000).

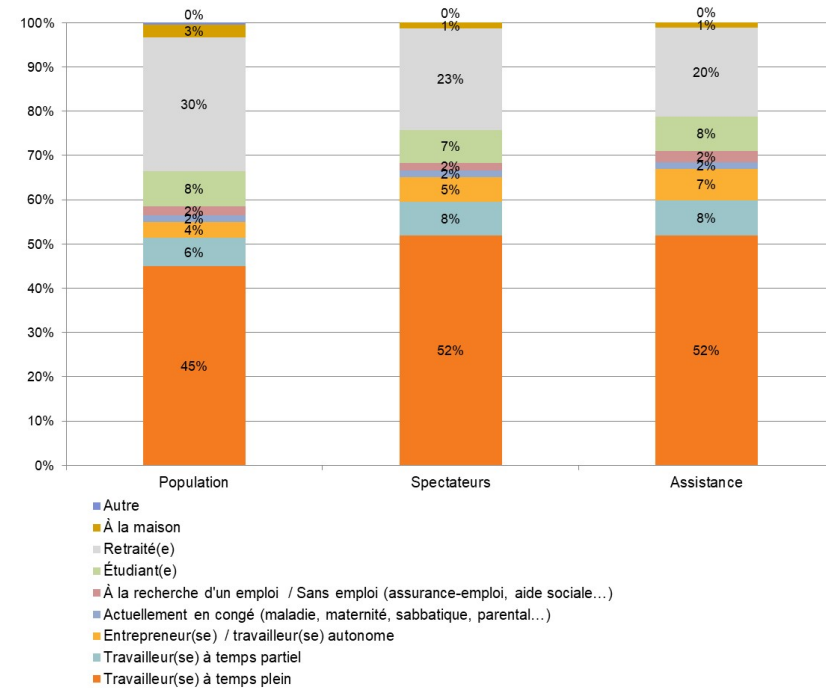
Le reste de la population affiche un nombre moyen de spectacles\* vus entre 1,8 et 2,3, pour une moyenne de 2,2 spectacles\* vus par personne.

**tab.59 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de musique instrumentale selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	376	814	2,2
Travailleur(se) à temps partiel	468	55	123	2,2
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	40	111	2,8
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	11	25	2,3
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	13	38	3,0
Étudiant(e)	577	54	123	2,3
Retraité(e)	2 194	166	315	1,9
À la maison	209	10	17	1,8
Autre	35	0	-	
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>724</b>	<b>1 565</b>	<b>2,2</b>

En comparaison de la répartition que l'on trouve dans l'ensemble de la population québécoise, les travailleurs à temps plein, les travailleurs à temps partiel et les entrepreneurs ou travailleurs autonomes sont, à divers degrés, plus présents chez les spectateurs\* de musique instrumentale. Les travailleurs à temps plein sont particulièrement surreprésentés : l'écart atteint 7 points entre leur poids dans la population générale (45 %) et leur pourcentage chez les spectateurs\* (52 %) et au sein de l'assistance\* (52 %) des spectacles\* de musique instrumentale. À l'inverse, les retraités sont beaucoup moins représentés : ils constituent 30 % de la population, mais ne représentent que 23 % des spectateurs\* et 20 % de l'assistance\*. Les écarts restent peu significatifs pour les autres groupes.

**fig.86 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon la situation professionnelle**



Les personnes âgées de 25 ans à 34 ans forment le segment de public\* le plus important pour les spectacles\* de musique instrumentale; elles totalisent 165 000 spectateurs\*. Avec un nombre moyen de spectacles\* vus par spectateur\* de 2,4, elles sont aussi responsables de la plus grande part de l'assistance\* totale, soit 388 000 entrées.

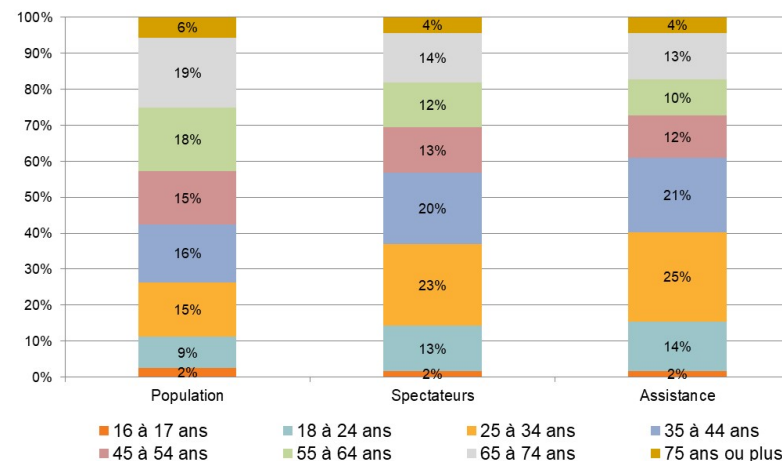
**tab.60 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon l'âge (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	11	26	2,3
18 à 24 ans	636	91	216	2,4
25 à 34 ans	1 096	165	388	2,4
35 à 44 ans	1 161	143	323	2,3
45 à 54 ans	1 078	92	184	2,0
55 à 64 ans	1 286	89	159	1,8
65 à 74 ans	1 404	101	202	2,0
75 ans ou plus	412	31	68	2,2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>724</b>	<b>1 565</b>	<b>2,2</b>

Plus de la moitié des spectateurs\* (58 %) et aussi de l'assistance\* (62 %) composent au total les tranches d'âge de 44 ans et moins. Les plus jeunes sont aussi parmi ceux qui affichent les nombres moyens de spectacles\* vus les plus élevés.

Tant chez les spectateurs\* que dans l'assistance\*, on trouve une proportion plus importante des tranches de 18 ans à 24 ans et de 25 ans à 34 ans que dans la population générale. Chez les 55 ans et plus, en revanche, c'est le phénomène inverse qui est observé : ces groupes d'âge sont proportionnellement moins présents que dans la population. L'âge moyen du spectateur\* de musique instrumentale est de 44 ans, soit 2 ans de moins que l'âge moyen du spectateur\* pour les arts de la scène, qui est de 46 ans.

**fig.87 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon l'âge**





À l'exception des personnes dont les revenus du ménage se situent au-dessus de 120 000 \$ et qui sont les plus nombreuses, tant chez les spectateurs\* (208 000) que dans l'assistance\* (453 000 entrées), on ne remarque pas de tendance marquante sur le plan de la distribution des spectateurs\* selon le niveau de revenu du ménage. On voit de légers écarts entre les nombres associés à l'assistance\*; ils sont le reflet des comportements liés aux nombres moyens de spectacles\* vus.

Les personnes dont le revenu de ménage se situe entre 80 000 \$ et 99 999 \$ et celles dont le revenu se situe entre 100 000 \$ et 119 999 \$ ont un niveau semblable d'assistance\*, avec 249 000 entrées dans chacune des deux catégories.

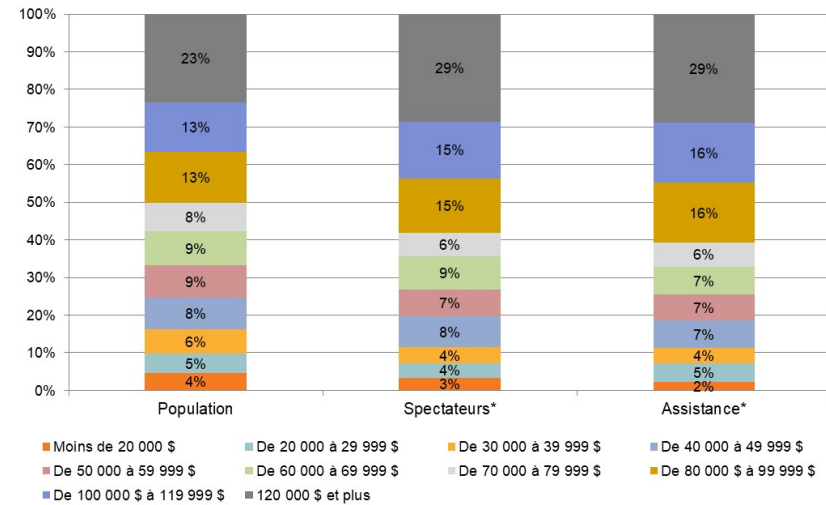
Les spectateurs\* de la fourchette de revenu du ménage qui va de 20 000 \$ à 29 999 \$ affichent le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé, soit 2,7. La part que ces spectateurs\* représentent dans l'assistance\* totale s'établit à 76 000 personnes seulement, ce qui les classe parmi les 3 tranches les plus faibles en matière d'assistance\*, aux côtés de la tranche de 30 000 \$ à 39 999 \$ (64 000) et de moins de 20 000 \$ (35 000). On ne distingue pas non plus de corrélation évidente entre le niveau des revenus et le nombre moyen de spectacles\* vus. Par exemple, ce nombre varie de 1,8 à 2,1 pour les 3 tranches de revenu allant de 40 000 \$ à 69 999 \$.

**tab.61 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	24	35	1,4
20 000 à 29 999 \$	381	28	76	2,7
30 000 à 39 999 \$	469	31	64	2,1
40 000 à 49 999 \$	605	60	115	1,9
50 000 à 59 999 \$	633	51	108	2,1
60 000 à 69 999 \$	646	64	116	1,8
70 000 à 79 999 \$	557	45	101	2,3
80 000 à 99 999 \$	974	105	249	2,4
100 000 à 119 999 \$	963	109	249	2,3
120 000 \$ et plus	1 698	208	453	2,2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>724</b>	<b>1 565</b>	<b>2,2</b>

La distribution des amateurs de musique instrumentale varie selon le revenu de ménage, mais pas toujours de manière significative. L'écart le plus important se trouve dans la tranche de revenu de 120 000 \$ ou plus. Bien que ne formant que 23 % de la population, cette tranche regroupe 29 % des spectateurs\* comme de l'assistance\*. Des écarts de 2 % à 3 % supérieurs se remarquent aussi dans les 2 tranches allant de 80 000 \$ à 119 999 \$. Autrement, dans la tranche de 70 000 \$ à 79 999 \$, la proportion des spectateurs\* (6 %) et de l'assistance\* (6 %) y est légèrement moins élevée que dans la population (8 %).

**fig.88 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon le revenu du ménage — après imputation**



Montréal est la région administrative d'où provient la part la plus importante des spectateurs\* (26 %, équivalant à 189 000 spectateurs\*) et de l'assistance\* totale (27 %, soit 423 000 entrées) pour les spectacles\* de musique instrumentale. Les spectateurs\* montréalais affichent pourtant un nombre moyen de spectacles\* vus (2,2) semblable à la moyenne québécoise, mais beaucoup moins élevé que celui des spectateurs\* de Lanaudière, qui détiennent la plus grosse moyenne (2,8), suivis par les spectateurs\* du Bas-Saint-Laurent (2,4).

Si on étend l'analyse à la RMR de Montréal, c'est alors un peu plus de la moitié des spectateurs\* qui en proviennent (51 %, soit 370 000 spectateurs\*), pour une assistance\* de 790 000, soit 50 % de l'assistance\* totale. Les spectateurs\* de la RMR de Montréal ont ainsi vu en moyenne 2,1 spectacles\* de musique instrumentale lors de l'année 2023.

Après Montréal, c'est en Montérégie qu'on retrouve le plus grand nombre de spectateurs\* de musique instrumentale : 19 % des spectateurs\* et 19 % de l'assistance\*. La région de la Capitale-Nationale, qui regroupe 10 % des spectateurs\* et 10 % de l'assistance\*, suit au troisième rang à quelques points de pourcentage. Les publics de musique instrumentale sont généralement moins nombreux dans les autres régions, où la part des spectateurs\* et de l'assistance\* n'y dépasse pas 8 %.

La RMR de Montréal (51 %) est proportionnellement un peu plus représentée parmi les spectateurs\* de musique instrumentale comparativement au poids démographique de cette zone au sein de toute la population du Québec (50 %). Le poids de la population de la RMR de Québec excède à peine (12 % contre 10 %) celui de la population totale, tandis que celui du reste du Québec se trouve, lui, très légèrement sous-représenté (37 % contre 40 %). Dans les trois cas, le phénomène reste équilibré, même si les chiffres de l'assistance\* peuvent être légèrement plus hauts.

Les spectacles\* de musique instrumentale sont essentiellement des événements qui sont fréquentés dans les zones urbaines du Québec : 88 % des spectateurs\* et 89 % de l'assistance\* y sont concentrés. Nous retrouvons ici des proportions assez représentatives puisque les zones urbaines constituent 84 % de l'ensemble de la population québécoise.

**tab.62 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de musique instrumentale selon la répartition territoriale**

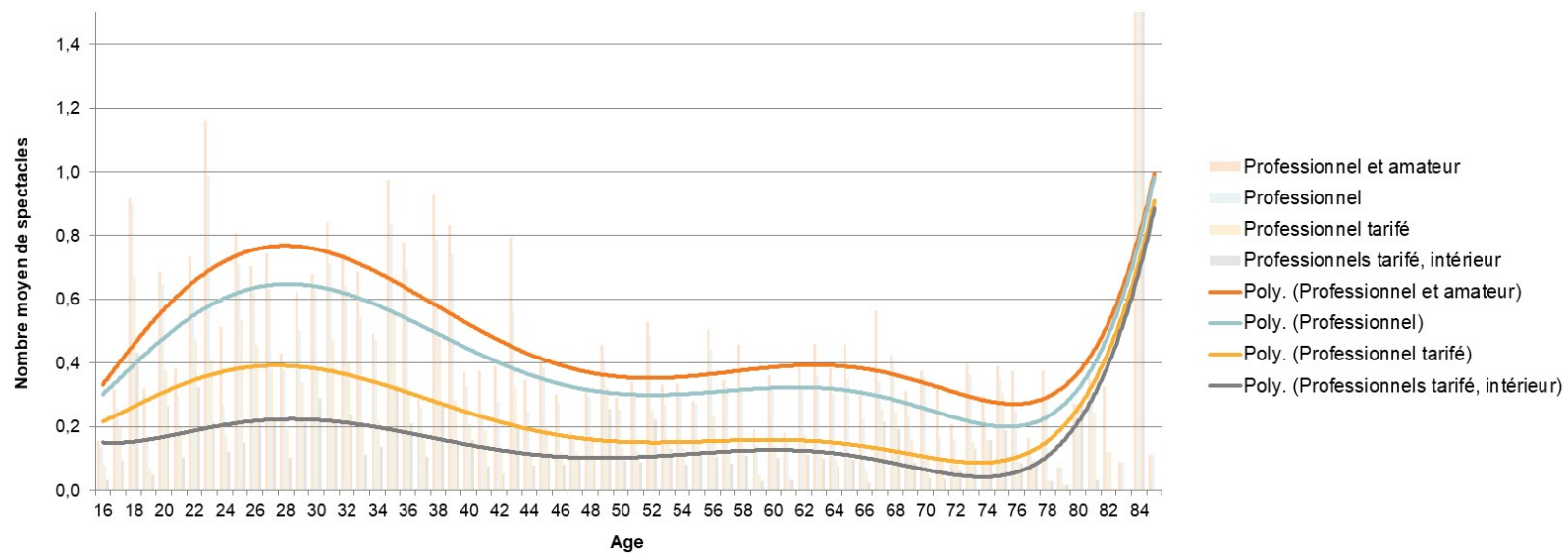
		Population (en milliers)	% population	Nombre de spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3626	50 %	370	51 %	790	50 %	2,1
	Québec	714	10 %	84	12 %	185	12 %	2,2
	Reste du Québec	2910	40 %	271	37 %	591	38 %	2,2
	<b>Total</b>	7250	100 %	724	100 %	1565	100 %	2,2
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2360	33 %	260	36 %	581	37 %	2,2
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2982	41 %	289	40 %	622	40 %	2,1
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1184	16 %	108	15 %	235	15 %	2,2
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	66	9 %	127	8 %	1,9
	<b>Total</b>	7250	100 %	724	100 %	1565	100 %	2,2
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	22	3 %	53	3 %	2,4
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	18	2 %	33	2 %	1,8
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	71	10 %	158	10 %	2,2
	Mauricie (4)	218	3 %	19	3 %	38	2 %	2
	Estrie (5)	374	5 %	39	5 %	88	6 %	2,3
	Montréal (6)	1728	24 %	189	26 %	423	27 %	2,2
	Outaouais (7)	400	6 %	38	5 %	86	6 %	2,3
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	12	2 %	15	1 %	1,3
	Côte-Nord (9)	61	1 %	7	1 %	15	1 %	2,2
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	1	0 %	1	0 %	1
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	7	1 %	10	1 %	1,5
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	32	4 %	66	4 %	2,1
	Laval (13)	372	5 %	40	6 %	73	5 %	1,8
	Lanaudière (14)	487	7 %	37	5 %	63	4 %	1,7
	Laurentides (15)	478	7 %	45	6 %	126	8 %	2,8
	Montréal (16)	1296	18 %	135	19 %	294	19 %	2,2
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	12	2 %	23	1 %	1,9
<b>Total</b>	7250	100 %	724	100 %	1565	100 %	2,2	
<b>Zones</b>	Rurales	1138	16 %	90	12 %	173	11 %	1,9
	Urbaines	6112	84 %	635	88 %	1393	89 %	2,2
	<b>Total</b>	7250	100 %	724	100 %	1565	100 %	2,2

Les courbes suivantes mettent en relation la fréquentation des divers types de spectacles avec l'âge. Elles sont cumulatives au sens où celle du bas ne compte que les spectacles professionnels tarifés intérieurs et celle du haut, tous les spectacles, tant professionnels que gratuits.

La tendance générale est qu'une fois passé un sommet vers la fin de la vingtaine, la fréquentation diminue avec l'âge avant de remonter à partir de 75 ans environ.

Pour toutes les courbes, la fluctuation du nombre moyen de spectacles vus est assez semblable, excepté la courbe polynomiale comprenant les spectacles professionnels tarifés intérieurs, qui affiche des variations moins marquées.

**fig.89 Nombre moyen de spectacles de musique instrumentale selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



### 3.3.5 Théâtre

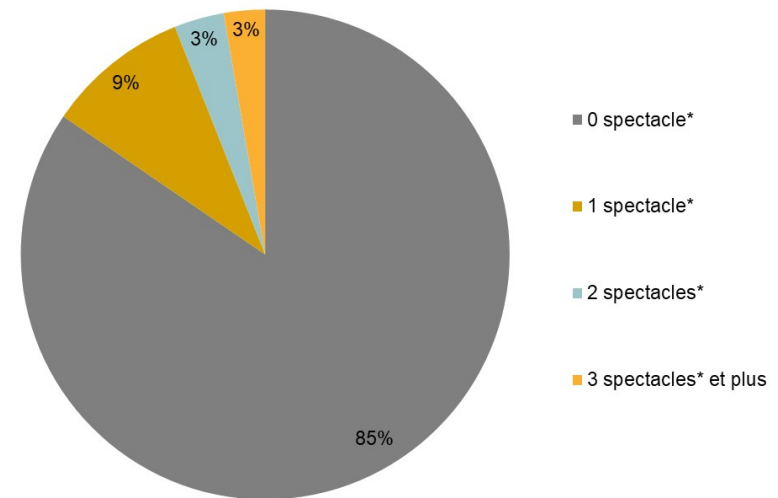
Les spectacles professionnels tarifés de théâtre ont enregistré une assistance de 2,1 M d'entrées en 2023. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits représentait près de 537 000 entrées et les spectacles amateurs, 544 000 entrées.

La population du Québec de plus de 16 ans a assisté dans une proportion de 15 % à des spectacles professionnels tarifés de théâtre, ce qui représente 1,1 M de spectateurs. Ceux-ci ont fréquenté en moyenne 2,1 spectacles professionnels tarifés.

Les hommes sont majoritaires (52 %) dans l'assistance\* au théâtre. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de théâtre est de 48 ans. Les spectateurs\* y sont plutôt âgés : 53 % ont plus de 55 ans. Les personnes plus âgées voient un nombre de spectacles\* à peine plus grand que les personnes plus jeunes : le nombre moyen de spectacles\* vus s'élève à 2,6 pour les plus de 75 ans, ce qui représente une courte avance sur les tranches d'âge plus jeunes. Le statut professionnel le plus représenté dans l'assistance\* aux spectacles\* de théâtre est celui des retraités (40 %). Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (36 %) et de la Montérégie (19 %).

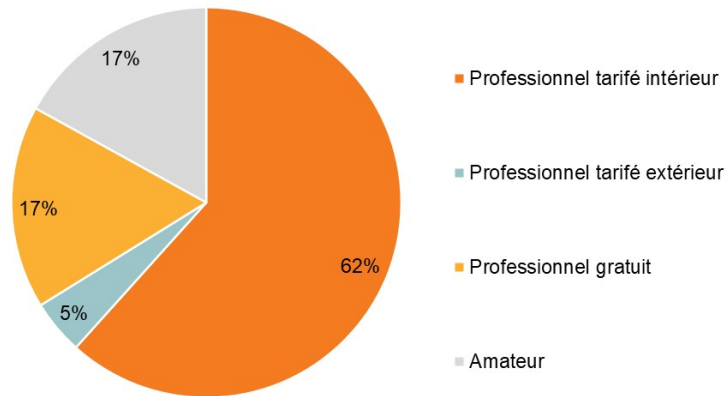
Au sein de la population québécoise, 15 % de la population a assisté à au moins 1 spectacle\* de théâtre. Ce groupe de spectateurs se compose de 9 % de la population qui n'a assisté qu'à 1 spectacle\*, de 3 % qui a vu 2 spectacles\* et de 3 % qui a fréquenté 3 spectacles\* et plus.

**fig.90 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de théâtre**



La répartition de l'assistance par type de spectacles montre que près des deux tiers de l'achalandage (62 %) proviennent des spectacles professionnels tarifés présentés à l'intérieur. Au deuxième rang, avec 17 % des entrées, se retrouvent les spectacles amateurs, ex æquo avec les spectacles professionnels gratuits, à 17 % eux aussi. Viennent ensuite les spectacles professionnels tarifés extérieurs, avec 5 % de l'assistance.

**fig.91 Répartition de l'assistance aux spectacles de théâtre selon le type de spectacles**



Au total, et avec tous les types confondus, les spectacles de théâtre ont attiré quelque 1 121 000 spectateurs. Plus des neuf dixièmes de ces spectateurs (91 %) assistent à des spectacles professionnels, tarifés ou gratuits, tandis que 27 % voient des spectacles amateurs dans leurs sorties au théâtre.

C'est plus de la moitié (59 %) des spectateurs\* (833 000) qui voit exclusivement des spectacles\* du type professionnel tarifé. Parmi les autres qui ont des habitudes exclusives, 9 % assistent à des spectacles\* professionnels gratuits seulement et 9 % à des spectacles amateurs seulement. Ces spectateurs exclusifs totalisent 76 % des publics de théâtre. Les autres fréquentent une mixité de types de spectacles : 5 %, des spectacles professionnels tarifés et gratuits; 10 %, des spectacles professionnels tarifés et amateurs; 3 %, des spectacles professionnels gratuits et amateurs; et enfin 5 %, des spectacles professionnels tarifés, gratuits et amateurs.

**tab.63 Composition des publics du théâtre selon le type de spectacles fréquentés en théâtre (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	833	59 %	} 91 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	133	9 %	
Professionnels tarifés et gratuits	73	5 %	
Professionnels tarifés et amateurs	139	10 %	
Professionnels gratuits et amateurs	38	3 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	76	5 %	
Amateurs seulement	122	9 %	
<b>Total</b>	<b>1 415</b>	<b>100 %</b>	

Un peu plus du quart (27 %) des publics\* de l'ensemble des arts de la scène a assisté à au moins 1 spectacle\* de théâtre au cours de 2023, soit 1 121 000 personnes. Plus l'intensité de la fréquentation annuelle de spectacles\* augmente, plus on trouve en général une proportion élevée de spectateurs\* qui ont assisté à au moins 1 spectacle\* de théâtre. Chez les spectateurs\* dits insatiables (20 spectacles\* et plus), 71 % ont vu du théâtre. Chez les occasionnels (1 ou 2 spectacles\*), on ne trouve que 13 % des spectateurs\* qui ont vu du théâtre. Les assidus (de 5 à 9 spectacles\*) représentent, eux, 42 % et sont la catégorie où on trouve le plus grand nombre de spectateurs\* de théâtre (335 000).

**tab.64 Part des spectateurs\* de théâtre parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Théâtre	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	251	13 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	266	27 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	335	42 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	203	58 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	66	71 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>1 121</b>	<b>27 %</b>

En moyenne, les spectateurs\* de théâtre assistent à 1,9 spectacle\* de cette discipline au cours d'une année, tandis qu'ils en fréquentent 7,1 en moyenne, toutes disciplines confondues, au cours de la même période. La tendance générale pour le public du théâtre est d'assister en moyenne à un nombre plus élevé de spectacles\* de théâtre et à un nombre plus élevé de spectacles\* en arts de la scène, toutes disciplines mises ensemble, que le public de l'ensemble des disciplines.

**tab.65 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour le public de l'ensemble des disciplines et pour le public du théâtre**

Intensité de fréquentation annuelle	Public de l'ensemble des disciplines		Public du théâtre	
	Ensemble des disciplines	Théâtre	Ensemble des disciplines	Théâtre
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,6	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,4	3,5	1,3
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,8	6,6	2,0
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	1,6	12,6	2,8
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	2,6	27,3	3,7
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,3</b>	<b>7,1</b>	<b>1,9</b>



Au total, ce sont 1 121 000 personnes qui ont assisté à des spectacles\* de théâtre au cours de l'année 2023. Ces spectateurs\* sont responsables de 2 118 000 entrées durant cette période.

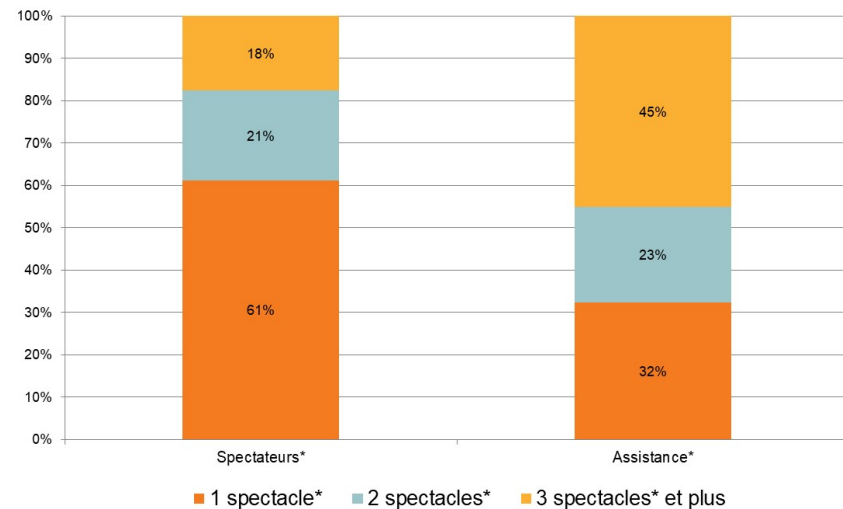
Les personnes qui ont assisté à 1 seul spectacle\* (685 000) représentent une grande majorité (61 %) des spectateurs\* pour le théâtre. Les groupes de personnes ayant assisté à 2 spectacles\* (239 000) et à 3 spectacles\* et plus (198 000) représentent respectivement 21 % et 18 % des spectateurs\* de théâtre.

On note que les personnes qui n'ont vu que 1 spectacle\*, bien qu'elles représentent 61 % des spectateurs\*, sont responsables seulement de 32 % de l'assistance\*, alors que les 18 % qui en ont vu 3 et plus expliquent 45 % de l'assistance\* au théâtre.

**tab.66 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon le nombre de spectacles\* de théâtre vus (en milliers)**

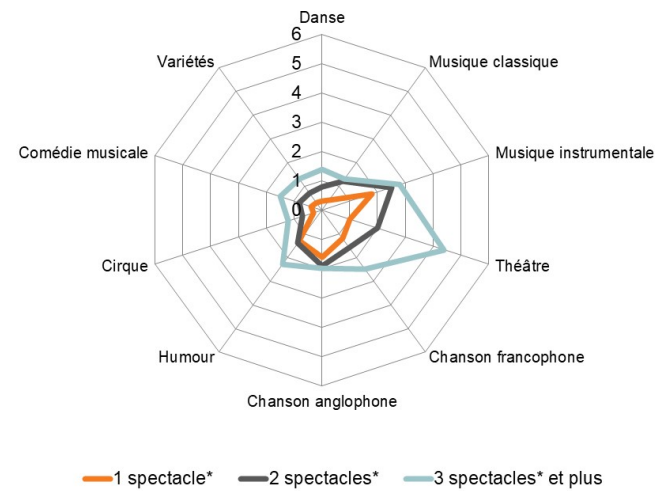
	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	685	685
2 spectacles*	239	478
3 spectacles* et plus	198	956
<b>Total</b>	<b>1 121</b>	<b>2 118</b>

**fig.92 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon le nombre de spectacles\* de théâtre vus annuellement**



Les comportements de sorties aux spectacles\* des publics de théâtre à l'égard des autres disciplines sont assez tranchés. Pour les spectateurs\* qui ne voient qu'un spectacle\* de théâtre par année, l'intérêt pour les autres disciplines va surtout du côté de la musique instrumentale, de la chanson anglophone et de l'humour. Plus le nombre de spectacles\* de théâtre croît, plus ces publics concentrent leurs sorties sur le théâtre et aussi la musique instrumentale et l'humour. L'intérêt pour la danse augmente légèrement, tandis qu'il se manifeste aussi davantage pour la chanson francophone, la chanson anglophone et, dans une mesure moindre, la comédie musicale et la musique classique. On note que certaines disciplines comme le cirque et les variétés ne sont pratiquement pas fréquentées par les spectateurs\* de théâtre, même parmi ceux qui sortent le plus. Les grands amateurs de théâtre sont avant tout des spectateurs\* de théâtre.

**fig.93 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de théâtre**



La répartition des spectateurs\* de théâtre selon leur genre pointe vers une modeste majorité d'hommes (52 %) contre 48 % de femmes. Cette proportion de femmes s'inverse et monte jusqu'à 51 % dans le groupe des grands consommateurs (3 spectacles\* et plus). Les hommes sont majoritaires à 57 % contre 43 % de femmes dans le groupe ayant vu 2 spectacles\*, et à 52 % contre 48 % de femmes dans le groupe ayant vu 1 seul spectacle\*.

Les données selon l'âge permettent d'en savoir un peu plus sur le profil des spectateurs\* de théâtre. Leur nombre s'accroît avec l'âge et ne fléchit qu'à partir de 75 ans. Il en est de même pour le niveau de fréquentation des spectacles\*; la fréquence augmente avec l'âge. C'est ainsi que 30 % des spectateurs\* qui assistent à 3 spectacles\* de théâtre et plus se retrouvent parmi les tranches d'âge plus élevées (de 65 ans à 74 ans). En comparaison de la distribution de la population générale selon l'âge, les personnes âgées de 65 ans à 74 ans sont surreprésentées chez les spectateurs\* de théâtre, qui constituent 19 % de la population, mais 30 % des spectateurs\* ayant assisté à 3 spectacles\* et plus.

Pour ce qui est du niveau de scolarité, la plus grande part des spectateurs\* de théâtre détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, soit 39 %, représentant 438 000 personnes. Le groupe formé des personnes ayant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, rassemble 41 % de l'ensemble (463 000 personnes). On remarque que plus le niveau de scolarité est élevé, plus le niveau de fréquentation aux spectacles\* de théâtre augmente. Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles, collégiales ou universitaires ou d'une attestation de spécialisation professionnelle représentent 43 % des spectateurs\* qui voient 1 spectacle\* de théâtre alors que les diplômés universitaires, tous cycles confondus, en représentent 38 %. Cette proportion augmente avec le nombre de spectacles\* vus puisque ces derniers diplômés représentent 44 % des spectateurs\* ayant vu 2 spectacles\* et atteint 51 % de ceux qui assistent à 3 spectacles\* et plus. Les diplômés universitaires sont surreprésentés parmi les publics pour le théâtre comparativement à la part qu'ils occupent dans la population québécoise : ils représentent 41 % des spectateurs\*, alors qu'ils ne constituent que 28 % de la population.

**tab.67 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de théâtre selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de théâtre\* vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3579	49 %	356	52 %	135	57 %	96	49 %	587	52 %
	Féminin	3671	51 %	329	48 %	104	43 %	102	51 %	534	48 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>685</b>	<b>100 %</b>	<b>239</b>	<b>100 %</b>	<b>198</b>	<b>100 %</b>	<b>1121</b>	<b>100 %</b>
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	19	3 %	5	2 %	5	3 %	29	3 %
	18 à 24 ans	636	9 %	75	11 %	34	14 %	16	8 %	126	11 %
	25 à 34 ans	1096	15 %	98	14 %	34	14 %	17	9 %	149	13 %
	35 à 44 ans	1161	16 %	104	15 %	31	13 %	25	12 %	160	14 %
	45 à 54 ans	1078	15 %	114	17 %	28	12 %	22	11 %	164	15 %
	55 à 64 ans	1286	18 %	128	19 %	38	16 %	36	18 %	202	18 %
	65 à 74 ans	1404	19 %	122	18 %	53	22 %	60	30 %	235	21 %
	75 ans ou plus	412	6 %	25	4 %	15	6 %	17	8 %	57	5 %
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>685</b>	<b>100 %</b>	<b>239</b>	<b>100 %</b>	<b>198</b>	<b>100 %</b>	<b>1121</b>	<b>100 %</b>	
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	9	1 %	3	1 %	2	1 %	15	1 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	23 %	128	19 %	42	18 %	36	18 %	205	18 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou d'une attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	47 %	291	43 %	87	37 %	60	30 %	438	39 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1385	19 %	175	26 %	63	26 %	64	33 %	302	27 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	82	12 %	44	18 %	36	18 %	161	14 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>685</b>	<b>100 %</b>	<b>239</b>	<b>100 %</b>	<b>198</b>	<b>100 %</b>	<b>1121</b>	<b>100 %</b>

Les personnes qui détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle sont celles qui se retrouvent en plus grand nombre parmi les spectateurs\* de théâtre (438 000) et qui génèrent le plus d'assistance\*, avec 720 000 entrées. Elles sont toutefois les personnes qui voient le nombre moyen de spectacles\* (1,6) le plus faible. Les spectateurs\* non diplômés sont les moins nombreux (15 000), suivis de ceux détenant un diplôme universitaire de 2<sup>e</sup> ou de 3<sup>e</sup> cycle (161 000). Ce segment de la population affiche cependant le plus grand nombre moyen de spectacles\* vus, c'est-à-dire 2,1, ex æquo avec les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle. En regroupant les trois cycles universitaires, on constate que ces diplômés représentent la part la plus importante de l'assistance\* aux spectacles\* de théâtre. Ces spectateurs\* ont généré un total de 966 000 entrées aux spectacles\* en 2023, ce qui équivaut à 46 % de l'assistance\*.

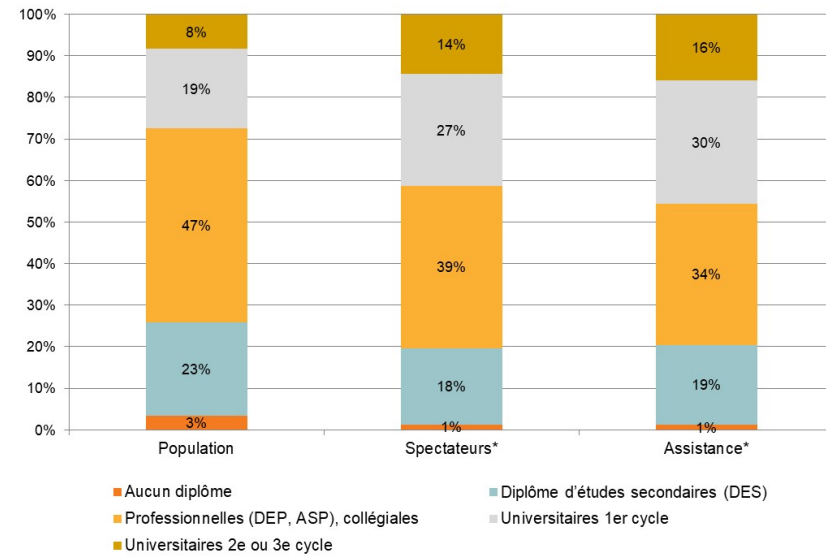
**tab.68 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de théâtre selon le niveau de scolarité (en milliers)**

	Population	Spectateurs	Assistance*	Nombre moyen de spectacles
Aucun diplôme	240	15	25	1,7
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	205	407	2,0
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou d'une attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	438	720	1,6
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	302	628	2,1
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	161	338	2,1
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 121</b>	<b>2 118</b>	<b>1,9</b>

Les spectateurs\* détenant un diplôme universitaire regroupent une part plus importante du public de théâtre en comparaison de leur poids relatif dans la population québécoise. C'est vrai pour les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle et encore plus vrai pour les diplômés du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle, dont la part d'assistance\* est de 16 %, alors qu'ils constituent 8 % de la population.

Pour les autres niveaux de diplomation, cette part est moins élevée que ce qui est enregistré dans la population québécoise. Cela vaut tant pour les spectateurs\* que pour l'assistance\*. Pour les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle, leur part est de 47 % dans la population générale, mais seulement de 39 % parmi les spectateurs\* et de 34 % parmi l'assistance\*.

**fig.94 Part de spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon le niveau de scolarité**



C'est parmi les travailleurs à temps plein (497 000) et les retraités (337 000) que l'on retrouve les cohortes les plus importantes de spectateurs\* de théâtre. Les premiers représentent 44 % de tous les spectateurs\* et les seconds, 30 %. Ils génèrent aussi les données d'assistance\* les plus élevées avec respectivement 890 000 (42 %) et 699 000 entrées (33 %). On voit cependant que, même s'ils sont moins nombreux que les travailleurs à temps plein, les retraités assistent à davantage de spectacles\* par personne, avec un nombre moyen de spectacles\* vus de 2,1 comparé à 1,8.

Les entrepreneurs ou travailleurs autonomes, qui voient aussi en moyenne 2,1 spectacles par an, font aussi partie de la population associée à un nombre moyen de spectacles\* vus élevé. Ce segment de la population ne représente par ailleurs que 51 000 spectateurs\* et une assistance de 136 000 entrées, soit 5 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

Viennent ensuite les étudiants, qui voient en moyenne 2,0 spectacles\*. Ce segment génère 211 000 entrées et représente 107 000 spectateurs\*, ce qui correspond à 10 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

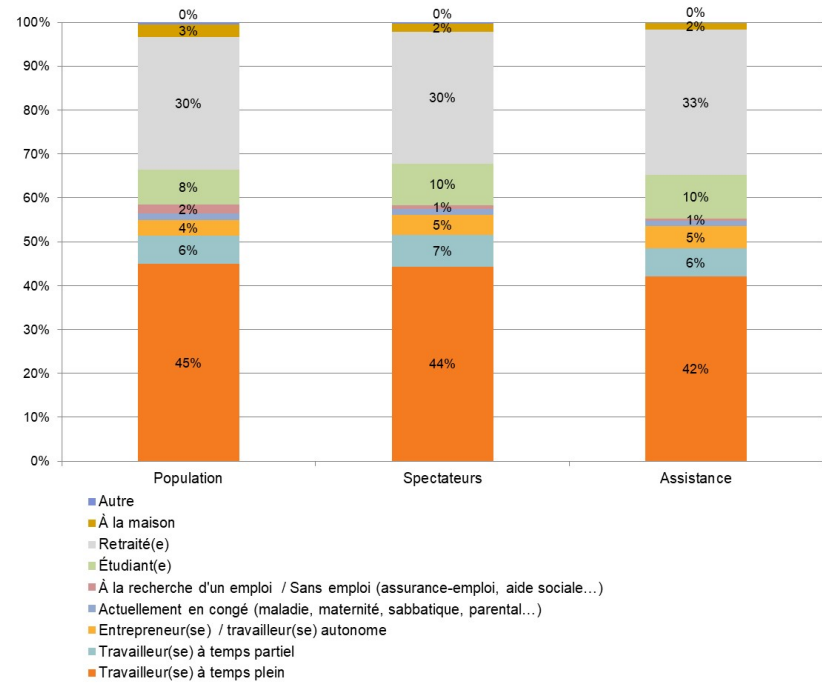
**tab.69 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de théâtre selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	497	890	1,8
Travailleur(se) à temps partiel	468	82	136	1,7
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	51	108	2,1
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	15	24	1,6
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	9	13	1,4
Étudiant(e)	577	107	211	2,0
Retraité(e)	2 194	337	699	2,1
À la maison	209	21	32	1,6
Autre	35	3	5	1,6
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 121</b>	<b>2 118</b>	<b>1,9</b>

La répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* au théâtre selon la situation professionnelle s'avère pratiquement la même que dans la population pour toutes les catégories sauf pour les retraités et les travailleurs à temps plein. Les étudiants (8 % de la population) sont un plus présents parmi les spectateurs\* de théâtre (10 %) et dans l'assistance\* (10 %). Les retraités, eux, représentent 33 % de l'assistance\* contre 30 % de la population.

Les travailleurs à temps plein sont légèrement sous-représentés dans la répartition des spectateurs et de l'assistance puisqu'ils constituent 44 % des spectateurs\* et 42 % de l'assistance\*, mais regroupent 45 % de la population.

**fig.95 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon la situation professionnelle**





On trouve dans les 2 groupes d'âge les plus âgés, mais aussi dans les 2 plus jeunes, les données de fréquentation moyenne de spectacles\* les plus hautes, soit celles qui dépassent la moyenne de 1,9 pour tous les spectateurs\*. Les personnes âgées de 65 ans à 74 ans sont la tranche d'âge dans laquelle les spectateurs\* de théâtre sont les plus nombreux, à raison de 227 000, pour une assistance\* de 489 000 entrées. Le groupe des 55 ans à 64 ans génère aussi un nombre très élevé d'assistance\* (330 000) et regroupe 206 000 spectateurs\*.

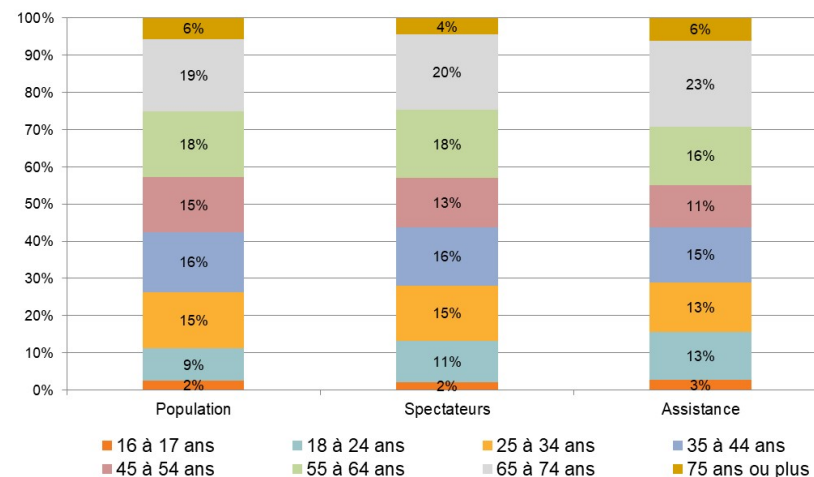
En comparant la distribution des âges dans la population québécoise avec celle des spectateurs\* de théâtre, on constate que les écarts sont légers, à l'exception des tranches de 64 ans à 75 ans et de 18 ans à 24 ans, dont le poids relatif est plus important chez les spectateurs\* que dans la population. Les 64 ans à 75 ans représentent 20 % des spectateurs\* et 23 % de l'assistance\* contre 19 % de la population. Les 18 ans à 24 ans, eux, constituent 11 % des spectateurs\* et 13 % de l'assistance\*, alors qu'ils représentent 9 % de la population.

À l'inverse, les 3 tranches qui regroupent les personnes de 25 ans à 54 ans sont un peu moins représentées dans l'assistance\* aux spectacles\* de théâtre comparativement à leur poids dans la population.

**tab.70 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon l'âge (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	24	61	2,5
18 à 24 ans	636	125	270	2,2
25 à 34 ans	1096	166	281	1,7
35 à 44 ans	1161	176	316	1,8
45 à 54 ans	1078	148	240	1,6
55 à 64 ans	1286	206	330	1,6
65 à 74 ans	1404	227	489	2,2
75 ans ou plus	412	50	131	2,6
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>1121</b>	<b>2118</b>	<b>1,9</b>

**Fig.96 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon l'âge**



Sur le plan du revenu du ménage, c'est dans la fourchette de revenu de 120 000 \$ et que l'on trouve nettement à la fois le plus grand nombre de spectateurs\* (275 000) et l'assistance\* la plus forte (537 000). Cependant, la tranche de revenu qui détient le nombre moyen de spectacles\* le plus élevé (2,3) est celle allant de 70 000 \$ à 79 999 \$.

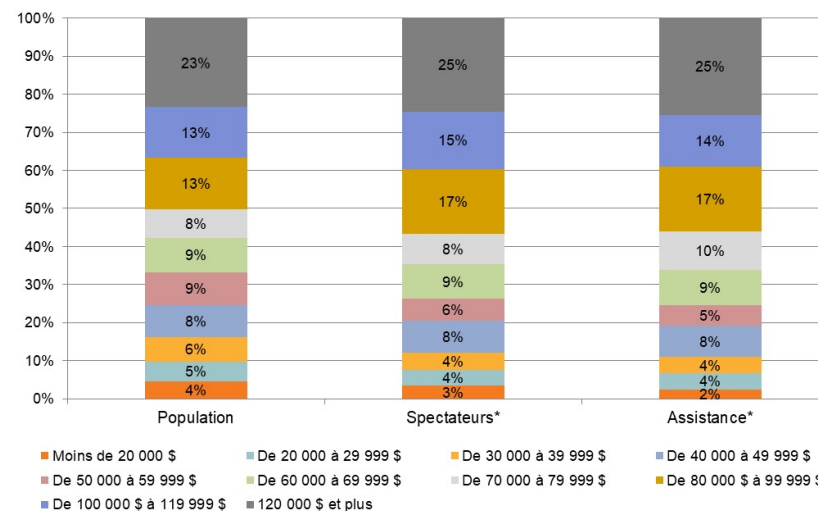
**tab.71 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	38	52	1,3
20 000 à 29 999 \$	381	47	91	1,9
30 000 à 39 999 \$	469	49	88	1,8
40 000 à 49 999 \$	605	95	177	1,9
50 000 à 59 999 \$	633	65	112	1,7
60 000 à 69 999 \$	646	102	199	2,0
70 000 à 79 999 \$	557	90	210	2,3
80 000 à 99 999 \$	974	191	362	1,9
100 000 à 119 999 \$	963	169	290	1,7
120 000 \$ et plus	1 698	275	537	2,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 121</b>	<b>2 118</b>	<b>1,9</b>

La distribution selon le revenu du ménage ne fait pas état de différences majeures entre ce qui prévaut chez les spectateurs\* de théâtre et la population québécoise. Des écarts un peu plus importants sont toutefois visibles dans les fourchettes de revenu de 120 000 \$ et plus, qui représentent 25 % des spectateurs\* et de l'assistance\* contre 23 % de la population, et de 80 000 \$ à 99 999 \$, qui constituent 17 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, mais seulement 13 % de la population.

Les groupes formant les fourchettes de revenu de moins de 30 000 \$ sont, au contraire, légèrement moins présents chez les spectateurs\* de théâtre que dans la population. Il y a généralement peu d'écart ( $\pm 1\%$ ) entre le pourcentage lié aux spectateurs\* et celui lié à l'assistance\*.

**fig.97 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon le revenu du ménage — après imputation**



La région administrative d'où provient la part la plus importante des spectateurs\* de théâtre est celle de Montréal (29 %, équivalant à 324 000 spectateurs\*). Elle génère aussi la proportion la plus forte de l'assistance\* (32 %, soit 680 000 entrées). Les spectateurs\* de la région de Montréal voient ainsi le nombre moyen de spectacles\* le plus élevé (2,9). Si on considère toute la RMR de Montréal, ce sont alors 54 % des spectateurs\* qui proviennent de cette zone. Cela équivaut à 604 000 spectateurs\*, qui sont responsables de 55 % de l'assistance\* totale (1 174 000 entrées). Les spectateurs\* de théâtre de la RMR de Montréal ont ainsi vu en moyenne 1,9 spectacle\* de théâtre en 2023, ce qui est semblable à la moyenne provinciale.

Au second rang, c'est de la Montérégie que provient le plus grand nombre de personnes qui fréquentent le théâtre : 16 % des spectateurs\* et de l'assistance\* totale. Au troisième rang, on trouve la Capitale-Nationale, qui rassemble 9 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

Dans les autres régions du Québec, les publics pour le théâtre sont relativement peu nombreux, la part des spectateurs\* n'y excédant nulle part 6 % et 8 % pour ce qui est des pourcentages de l'assistance\*. Les régions de l'Outaouais, de l'Abitibi-Témiscamingue et de la Côte-Nord se distinguent toutefois avec des nombres moyens de spectacles\* vus (respectivement de 2,9, de 2,6 et de 2,4) plus élevés que la moyenne québécoise (de 1,9).

La RMR de Montréal est responsable d'une part de spectateurs\* de théâtre plus élevée que sa proportion dans la population au sein du territoire québécois (54 % contre 50 %). Dans la RMR de Québec, la part des spectateurs\* de théâtre reflète son poids au sein de la population. Quant au reste du Québec, il est, au contraire, sous-représenté parmi les spectateurs\* de théâtre par rapport à la répartition de la population (35 % contre 40 %).

La fréquentation des spectacles\* de théâtre est concentrée très majoritairement dans les zones urbaines. Avec 87 % des spectateurs\* et 89 % de l'assistance\*, on voit que ces zones rassemblent une plus grande part de cette fréquentation que le poids de leur démographie (84 %).

**tab.72 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de théâtre selon la répartition territoriale**

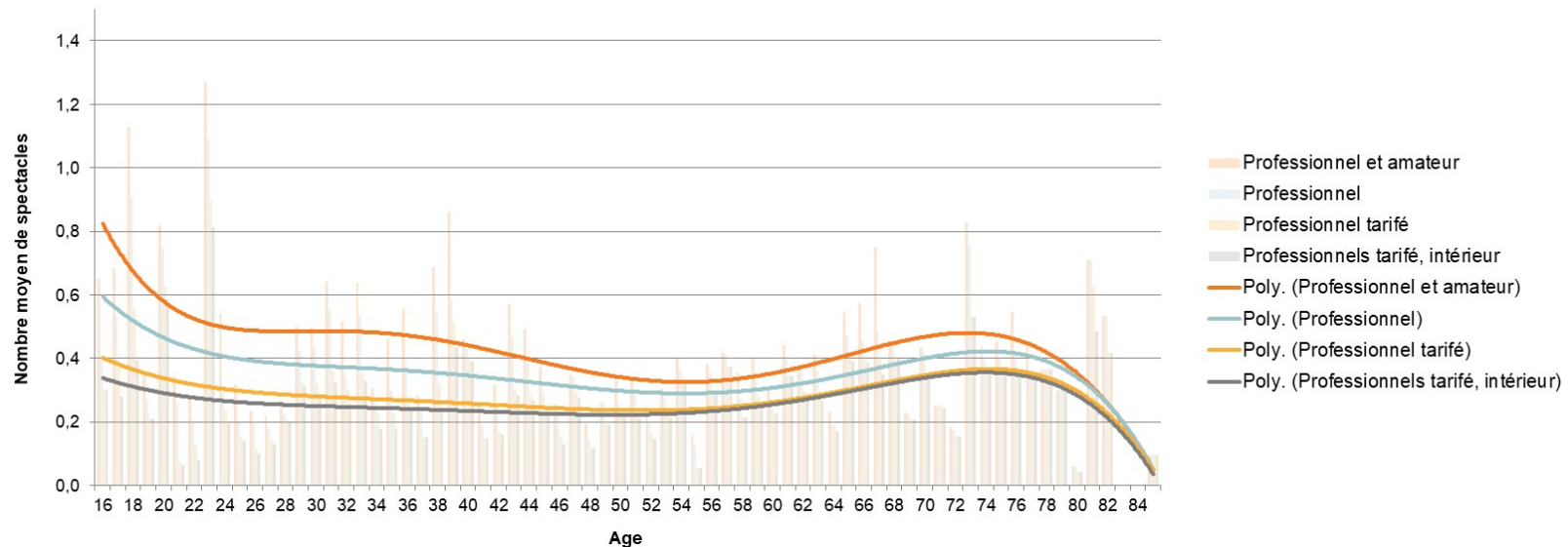
		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	604	54 %	1 174	55 %	1,9
	Québec	714	10 %	131	12 %	232	11 %	1,8
	Reste du Québec	2 910	40 %	387	35 %	712	34 %	1,8
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 121</b>	<b>100 %</b>	<b>2 118</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	428	38 %	877	41 %	2
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	423	38 %	689	33 %	1,6
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	180	16 %	382	18 %	2,1
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	91	8 %	170	8 %	1,9
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 121</b>	<b>100 %</b>	<b>2 118</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	33	3 %	58	3 %	1,8
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	27	2 %	39	2 %	1,5
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	105	9 %	197	9 %	1,9
	Mauricie (4)	218	3 %	23	2 %	35	2 %	1,5
	Estrie (5)	374	5 %	67	6 %	112	5 %	1,7
	Montréal (6)	1 728	24 %	324	29 %	680	32 %	2,1
	Outaouais (7)	400	6 %	59	5 %	172	8 %	2,9
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	14	1 %	37	2 %	2,6
	Côte-Nord (9)	61	1 %	13	1 %	33	2 %	2,4
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	0	0 %	1	0 %	2
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	3	0 %	3	0 %	1
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	59	5 %	76	4 %	1,3
	Laval (13)	372	5 %	55	5 %	91	4 %	1,6
	Lanaudière (14)	487	7 %	66	6 %	98	5 %	1,5
	Laurentides (15)	478	7 %	64	6 %	95	5 %	1,5
	Montérégie (16)	1 296	18 %	178	16 %	329	16 %	1,8
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	31	3 %	62	3 %	2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 121</b>	<b>100 %</b>	<b>2 118</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	148	13 %	227	11 %	1,5
	Urbaines	6 112	84 %	974	87 %	1 891	89 %	1,9
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 121</b>	<b>100 %</b>	<b>2 118</b>	<b>100 %</b>	<b>1,9</b>

Dans la figure qui présente l'évolution du nombre moyen de spectacles de théâtre vus selon l'âge, les courbes font ressortir les tendances selon la nature des spectacles vus. Elles sont cumulatives, la première (en bas) ne reflétant que la fréquentation des spectacles professionnels tarifés, tandis que la dernière (en haut) combine tous les types de spectacles.

Le nombre de spectacles vus baisse de manière assez prononcée chez les spectateurs\* dès leurs 16 ans jusqu'au début de la trentaine. Une relative stabilisation est ensuite visible avant une remontée à l'approche de la soixantaine jusqu'à la chute abrupte finale qui débute vers 75 ans.

En gros, le comportement général de la plupart des courbes est assez semblable. Les variations pour les spectacles professionnels et amateurs combinés sont toutefois un peu plus accentuées.

**fig.98** Nombre moyen de spectacles de théâtre selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6



### 3.3.6 Chanson francophone

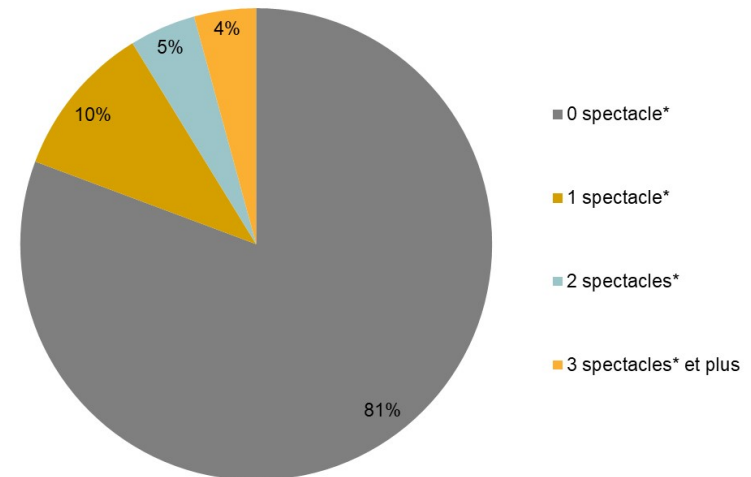
Pour 2023, l'assistance totale pour les spectacles professionnels tarifés de chanson francophone était de 2,8 M. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits s'élève à près de 2,2 M et à 965 000 pour les spectacles amateurs.

Dans la population québécoise, c'est environ 19 % des plus de 16 ans qui ont assisté à des spectacles professionnels tarifés de chanson francophone, ce qui équivaut à 1 400 000 spectateurs. Ceux-ci ont vu en moyenne 2 spectacles professionnels tarifés.

Les femmes composent la majorité de l'assistance\* (51 %). L'assistance\* se répartit dans des parts similaires entre les tranches d'âge comprises allant de 25 ans à 74 ans (de 14 % à 20 % selon les tranches). Les spectateurs\* de plus de 75 ans et les plus jeunes sont les moins nombreux dans l'assistance\*; les 18 ans à 24 ans représentent 9 % et les 75 ans et plus, 3 %. Les retraités constituent un groupe important au sein de l'assistance\* aux spectacles\* de chanson francophone : ils comptent pour 30 %. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de chanson francophone est de 48 ans. Cette assistance\* provient de façon majoritaire de la région de Montréal (18 %) et de la Montérégie (18 %), suivies de la région de la Capitale-Nationale (11 %). La RMR de Montréal est sous-représentée parmi l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone, à 39 %, alors qu'elle représente 50 % au sein de la population québécoise. Le groupe formé du reste du Québec, c'est-à-dire le Québec auquel on soustrait les RMR de Québec et de Montréal, compte pour la part la plus importante de l'assistance\* (49 %).

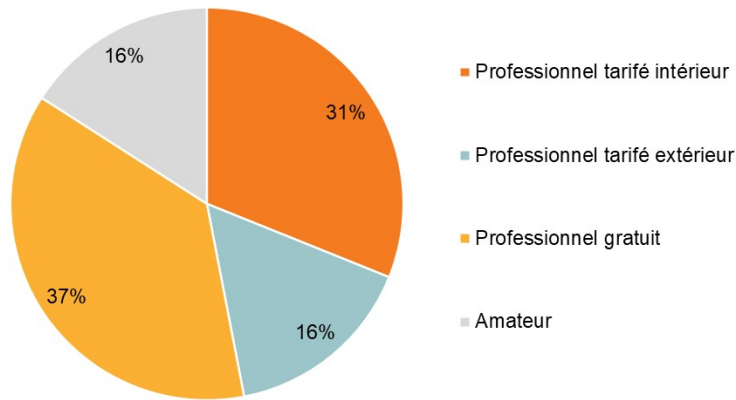
Au cours de l'année 2023, parmi les 19 % de la population québécoise de 16 ans et plus ayant assisté à au moins 1 spectacle de chanson francophone professionnel tarifé, le groupe le plus important (10 %) n'a assisté qu'à 1 seul spectacle\*. Les personnes qui ont assisté à 2 spectacles\* et celles qui ont fréquenté 3 spectacles\* et plus représentent respectivement 5 % et 4 % de la population.

**fig.99 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de chanson francophone**



Sur le plan de la répartition de l'assistance aux spectacles de chanson francophone selon les différents types de spectacles, c'est le spectacle professionnel gratuit qui génère la plus grande proportion de l'assistance (37 %), suivi de près par le spectacle professionnel tarifé intérieur (31 %). Les spectacles tarifés extérieurs et amateurs représentent chacun la même part des entrées (16 %). L'assistance aux spectacles professionnels de tous les types atteint ainsi une part totale de 84 %.

**fig.100 Répartition de l'assistance aux spectacles de chanson francophone selon le type de spectacles**



Le public de chanson francophone se compose de quelque 2 239 000 spectateurs, qui fréquentent plusieurs types de spectacles. Parmi ce public de chanson francophone, 93 % des spectateurs voient des spectacles professionnels, que ce soit de manière exclusive ou en combinaison avec d'autres types. Quant à ceux qui fréquentent des spectacles amateurs exclusivement ou non exclusivement, ils représentent 7 % des spectateurs de chanson francophone.

Pour ceux qui ne voient que 1 type de spectacles, 37 % (836 000 personnes) n'ont assisté qu'à des spectacles professionnels tarifés, tandis que seulement 24 % (529 000 personnes) n'ont fréquenté que des spectacles gratuits en 2023. Les personnes qui fréquentent des spectacles amateurs uniquement représentent 7 % des spectateurs (156 000).

**tab.73 Composition des publics de chanson francophone selon le type de spectacles fréquentés en chanson francophone (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	836	37 %	} 93 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	529	24 %	
Professionnels tarifés et gratuits	325	15 %	
Professionnels tarifés et amateurs	112	5 %	
Professionnels gratuits et amateurs	154	7 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	127	6 %	
Amateurs seulement	156	7 %	
<b>Total</b>	<b>2 239</b>	<b>100 %</b>	

Plus du tiers de l'ensemble des spectateurs\* en arts de la scène (34 %) ont assisté à au moins 1 spectacle\* de chanson francophone au cours de 2023, soit 1 400 000 personnes. Dans le groupe des spectateurs\* les plus actifs (insatiables), cette proportion atteint 83 %. C'est dans le groupe des assidus que l'on trouve le plus grand nombre de spectateurs\* de chanson francophone, avec 399 000 personnes, ce qui constitue 50 % du groupe des assidus.

Les spectateurs\* de chanson francophone fréquentent une moyenne de 2,0 spectacles\* de chanson francophone au cours d'une année, alors qu'ils voient au total 6,7 spectacles\* de toutes les disciplines confondues, au cours de la même période. En moyenne, la chanson francophone représente moins de 1 spectacle\* par an (0,4) chez les publics de l'ensemble des disciplines. Les spectateurs\* de chanson francophone tendent à voir plus de spectacles\* en moyenne que les spectateurs\* de l'ensemble des disciplines (6,7 contre 4,4).

**tab.74 Part des spectateurs\* de chanson francophone parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Chanson francophone	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	362	19 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	334	34 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	399	50 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	227	65 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	77	83 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>1 400</b>	<b>34 %</b>

**tab.75 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de chanson francophone**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour la chanson francophone	
	Ensemble des disciplines	Chanson francophone	Ensemble des disciplines	Chanson francophone
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,2	1,5	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,5	3,5	1,5
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	1,0	6,6	2,1
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	1,9	12,8	3,0
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	4,7	27,9	5,7
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,4</b>	<b>6,7</b>	<b>2,0</b>



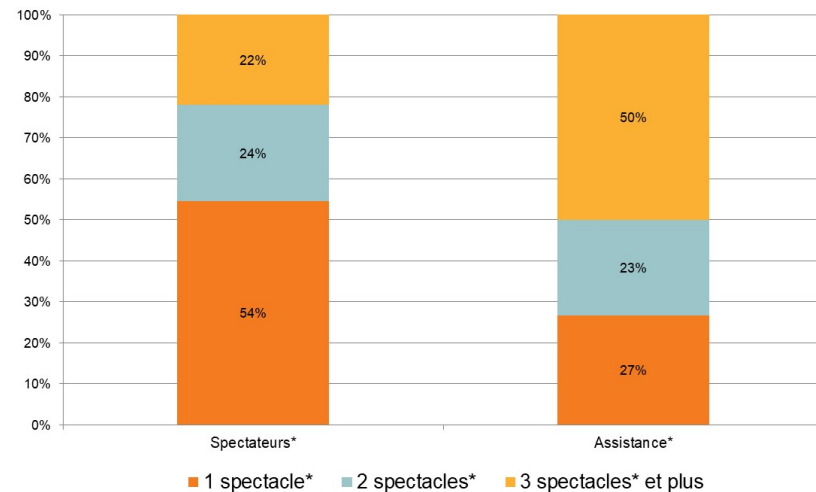
Au total, 1 400 000 personnes ont assisté à des spectacles\* de chanson francophone au cours de l'année 2023. Ces spectateurs\* ont généré une assistance\* qui équivaut à 2 848 000 entrées. Les 763 000 spectateurs\* ayant assisté à 1 seul spectacle\* sont les plus nombreux. Ils représentent 54 % des spectateurs, mais seulement 27 % de l'assistance\*, avec 763 000 entrées. Ils sont suivis du groupe des personnes ayant vu 2 spectacles\*, qui dénombre 329 000 spectateurs\* et 659 000 entrées. Ce groupe représente 24 % des spectateurs\* et 23 % de l'assistance\*.

À l'inverse, les spectateurs\* ayant assisté à 3 spectacles\* et plus constituent 50 % de l'assistance\*, avec un chiffre très important de 1 427 000 entrées (soit près du double des entrées du groupe ayant vu 1 seul spectacle\*), mais ne représentent que 22 % des spectateurs\*.

**tab.76 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de chanson francophone selon le nombre de spectacles\* de chanson francophone vus (en milliers)**

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	763	763
2 spectacles*	329	659
3 spectacles* et plus	308	1 427
<b>Total</b>	<b>1 400</b>	<b>2 848</b>

**fig.101 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de chanson francophone selon le nombre de spectacles\* de chanson francophone vus annuellement**

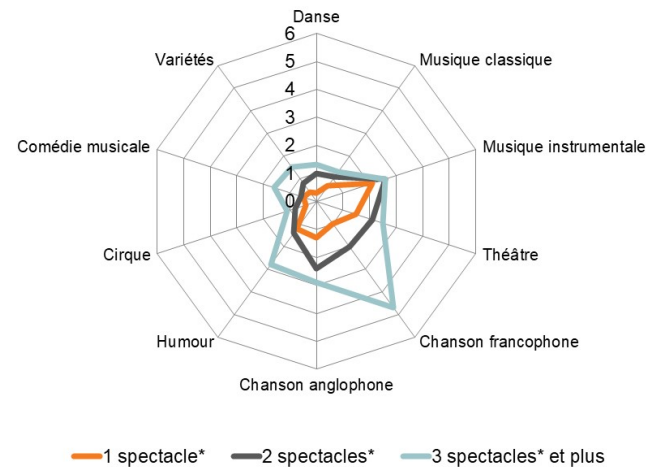


Le profil de fréquentation des spectacles\* chez les spectateurs\* de chanson francophone est plutôt varié. Ceux qui ne voient qu'un spectacle\* de chanson francophone au cours de l'année assistent, dans des portions similaires, à des spectacles\* d'humour. Ils fréquentent de façon encore plus soutenue les spectacles\* de musique instrumentale et, dans une mesure un peu moindre, la chanson anglophone. La fréquentation de spectacles\* dans les autres disciplines est peu élevée.

Les spectateurs\* de chanson francophone ayant vu deux spectacles\* fréquentent surtout des spectacles\* de chanson anglophone, de musique instrumentale et de théâtre. Ils démontrent un intérêt modéré pour la danse, l'humour et les variétés.

Ceux qui ont vu 3 spectacles\* de chanson francophone démontrent un intérêt marqué pour l'humour et la musique instrumentale, mais aussi pour la chanson anglophone. Ils ont aussi un petit penchant pour la musique classique, la danse et les variétés.

**fig.102 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de chanson francophone vus**



Les femmes constituent la majorité des spectateurs\* de chanson francophone : elles représentent 51 % de ces spectateurs\*, contre 49 % pour les hommes. Cette proportion reste sensiblement la même dans les trois catégories de spectateurs\* avec un point d'écart dans la catégorie des spectateurs\* de chanson francophone qui voient 3 spectacles\* et plus, catégorie où le public féminin atteint 52 %.

Alors que l'âge moyen des spectateurs\* de chanson francophone est de 48 ans, les spectateurs\* qui composent les tranches d'âge les plus jeunes et les plus vieilles sont moins nombreux : ils représentent 2 % chez les 16 ans et 17 ans, 4 % chez les 75 ans et plus, et 10 % chez les 18 ans à 24 ans. Ils se répartissent ensuite de façon assez similaire dans les 5 groupes d'âge qui vont de 25 ans à 74 ans (de 16 % à 19 % selon le groupe). La tranche des 65 ans à 74 ans (19 %) est la plus présente parmi les spectateurs\* de spectacles\* de chanson francophone.

Le groupe des 35 ans à 44 ans est le plus imposant quand on parle d'une fréquentation de 3 spectacles\* et plus, alors que la part des 18 ans à 24 ans dans ce groupe n'y est que de 9 %. Un fléchissement important est observable chez les 75 ans et plus (3 %), ce qui constitue le pourcentage le plus bas dans ce niveau de fréquentation.

Pour ce qui est du niveau de scolarité, c'est auprès des détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles et collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle qu'on trouve le plus grand nombre de spectateurs\* de chanson francophone (649 000); ceux-ci représentent près de la moitié (46 %) de tous les spectateurs\*. Les personnes qui disposent d'un diplôme universitaire, les trois cycles confondus, arrivent au deuxième rang, avec une part combinée de 33 % des spectateurs\* (456 000 personnes). On remarque que la proportion des diplômés universitaires augmente légèrement dans le groupe de ceux qui voient 3 spectacles\* et plus, pour s'établir à 35 %. À quelques points de pourcentage près, la distribution des niveaux de scolarité parmi les publics\* de la chanson francophone est assez semblable à ce qui se voit dans la population québécoise.

**tab.77 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de chanson francophone vus (en milliers)**

	Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total		
	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	
<b>Genre</b>	Masculin	3579	49 %	371	49 %	161	49 %	148	48 %	680	49 %
	Féminin	3671	51 %	392	51 %	169	51 %	159	52 %	720	51 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>763</b>	<b>100 %</b>	<b>329</b>	<b>100 %</b>	<b>308</b>	<b>100 %</b>	<b>1400</b>	<b>100 %</b>
<b>Groupe d'âge</b>	16 à 17 ans	178	2 %	17	2 %	9	3 %	4	1 %	30	2 %
	18 à 24 ans	636	9 %	75	10 %	39	12 %	27	9 %	141	10 %
	25 à 34 ans	1096	15 %	119	16 %	53	16 %	56	18 %	228	16 %
	35 à 44 ans	1161	16 %	115	15 %	49	15 %	61	20 %	226	16 %
	45 à 54 ans	1078	15 %	135	18 %	44	13 %	45	14 %	223	16 %
	55 à 64 ans	1286	18 %	134	18 %	63	19 %	45	15 %	242	17 %
	65 à 74 ans	1404	19 %	140	18 %	61	19 %	60	19 %	261	19 %
	75 ans ou plus	412	6 %	29	4 %	12	4 %	9	3 %	50	4 %
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>763</b>	<b>100 %</b>	<b>329</b>	<b>100 %</b>	<b>308</b>	<b>100 %</b>	<b>1400</b>	<b>100 %</b>	
<b>Niveau de scolarité (études)</b>	Aucun diplôme	240	3 %	9	1 %	4	1 %	9	3 %	22	2 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	23 %	160	21 %	62	19 %	50	16 %	272	19 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	47 %	344	45 %	162	49 %	142	46 %	649	46 %
	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	1385	19 %	172	23 %	66	20 %	64	21 %	302	22 %
	Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	77	10 %	35	11 %	42	14 %	154	11 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>763</b>	<b>100 %</b>	<b>329</b>	<b>100 %</b>	<b>308</b>	<b>100 %</b>	<b>1400</b>	<b>100 %</b>

Non seulement les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle sont les plus nombreux parmi les spectateurs\* (649 000 personnes), mais ils génèrent aussi la plus forte assistance\*, avec 1 276 000 entrées. Viennent ensuite les diplômés universitaires, tous cycles confondus : leurs 456 000 spectateurs\* sont responsables de 967 000 entrées.

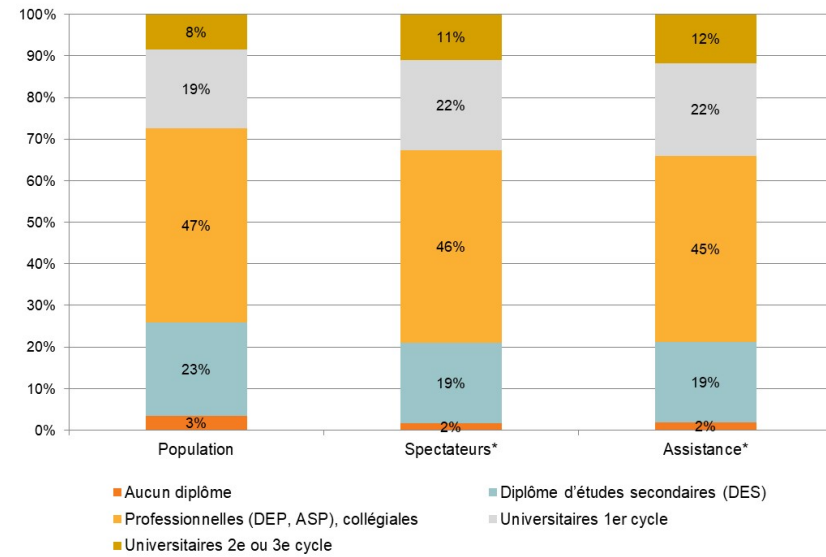
Alors que le nombre moyen de spectacles\* vus pour l'ensemble des spectateurs\* de chanson francophone est de 2,1, on note que l'écart est léger entre les catégories, peu importe le niveau de scolarité. Le nombre le plus haut (2,3) concerne les spectateurs\* non diplômés, tandis que le plus bas (2,0) est associé aux détenteurs d'un diplôme d'études secondaires, professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle.

**tab.78 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de chanson francophone selon le niveau de scolarité (en milliers)**

Niveau de scolarité (études)	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	22	51	2,3
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	272	553	2,0
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou d'une attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	649	1 276	2,0
Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	302	631	2,1
Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	608	154	336	2,2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 400</b>	<b>2 848</b>	<b>2,1</b>

La répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le niveau de scolarité suit de façon assez équilibrée le poids relatif de chacun de ces groupes dans la population québécoise. Sur le plan tant des spectateurs\* que de l'assistance\*, les détenteurs d'un diplôme d'études universitaires, tous cycles confondus, sont les seuls à être surreprésentés par rapport à leur poids dans la population. Ils représentent 33 % des spectateurs\* et 34 % de l'assistance, mais seulement 27 % de la population. Les personnes sans diplôme et les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles et collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle sont au contraire moins représentés. C'est la même chose avec les personnes détenant un diplôme d'études secondaires, qui représentent 23 % de la population, mais seulement 19 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

**fig.103 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le niveau de scolarité**



L'examen de la situation professionnelle révèle que les spectateurs\* pour la chanson francophone sont principalement des travailleurs à plein temps. Avec un total de 698 000 spectateurs\*, générant une assistance\* de 1 396 000, ils représentent la moitié (50 %) des spectateurs\* et 49 % de l'assistance\*. Cette catégorie est légèrement surreprésentée par rapport à sa prévalence dans la population québécoise (45 %).

Les retraités constituent l'autre groupe le plus important en nombre, tant chez les spectateurs\* (419 000) que dans l'assistance\* (852 000) aux spectacles\* de chanson francophone. Ils constituent 30 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, ce qui correspond également à leur part de la population québécoise en pourcentage.

Le nombre moyen de spectacles\* est de 2,0 pour l'ensemble des situations professionnelles. La catégorie socioprofessionnelle la moins représentée est celle appelée « autre », avec un nombre moyen de spectacles\* vus de seulement 1,0, suivie de celle des personnes sans emploi ou à la recherche d'un emploi, avec une moyenne de 1,2.

Les entrepreneurs et travailleurs autonomes sont inversement la catégorie de spectateurs\* qui comptabilisent le plus grand nombre moyen de spectacles\* vus, avec 2,6.

**tab.79 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de chanson francophone selon la situation professionnelle (en milliers)**

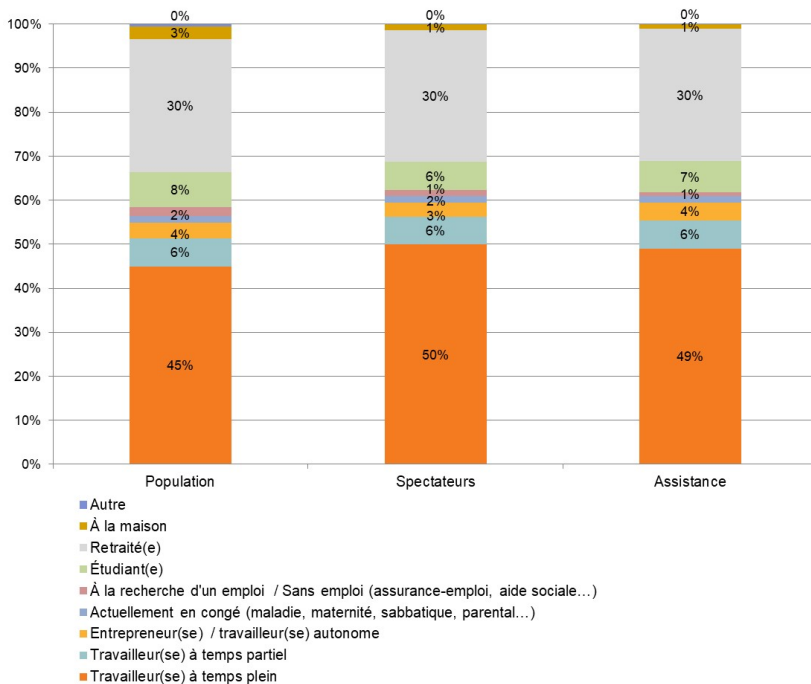
	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	698	1 396	2,0
Travailleur(se) à temps partiel	468	89	182	2,1
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	45	115	2,6
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	22	41	1,9
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	18	23	1,2
Étudiant(e)	577	90	206	2,3
Retraité(e)	2 194	419	852	2,0
À la maison	209	17	31	1,8
Autre	35	2	2	1,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 400</b>	<b>2 848</b>	<b>2,0</b>

La situation professionnelle des spectateurs\* et de l'assistance\* est assez semblable à celle de la population québécoise dans son ensemble. Seuls les travailleurs à temps plein sont davantage représentés chez les spectateurs\* de chanson francophone. Ils représentent 50 % des spectateurs\* et 49 % de l'assistance\*, alors qu'ils constituent 45 % de la population québécoise.

Alors que l'âge moyen des spectateurs\* pour l'ensemble des disciplines est de 46 ans, celui des spectateurs\* de la chanson francophone s'élève à 48 ans, soit le même que celui de la population québécoise des 16 ans et plus. Cet âge est toutefois plus élevé que celui des spectateurs\* de la chanson anglophone, qui est de 42 ans.

On relève ainsi que le nombre de spectateurs\* qui fréquentent les spectacles\* de chanson francophone augmente en fonction de l'âge. Plus le public est âgé, plus il fréquente les spectacles\*, à l'exception des 75 ans et plus, une catégorie dans laquelle on constate une chute notable. Cette croissance en relation avec l'âge des spectateurs\* n'est pas observée dans les chiffres de l'assistance\* ni dans celui du nombre moyen de spectacles\* vus.

**fig.104 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon la situation professionnelle**



Les personnes âgées de 65 ans à 74 ans forment le groupe le plus important, avec 266 000 spectateurs\*. Elles sont suivies par les 55 ans à 64 ans, qui représentent 260 000 spectateurs\*. Ces deux groupes rassemblent aussi les proportions les plus importantes en matière d'assistance\* et constituent respectivement 561 000 entrées pour une moyenne de 2,1 spectacles\* vus par année et 486 000 entrées avec en moyenne 1,9 spectacle\* vu par an. La tranche d'âge la moins représentée en termes de spectateurs\* et d'assistance\* est celle des 16 ans à 17 ans, avec 33 000 spectateurs\* pour 57 000 entrées ainsi que celle des 18 ans à 24 ans, qui regroupe 127 000 spectateurs\* et 279 000 entrées. Cette dernière catégorie affiche un nombre moyen de spectacles\* vus parmi les plus élevés (2,2).

Trois tranches d'âge parmi les plus jeunes partagent le chiffre de 2,2 spectacles\* vus par an : de 18 ans à 24 ans, de 25 ans à 34 ans et de 35 ans à 44 ans. Les personnes âgées de 16 ans à 17 ans, qui sont peu présentes dans le public\* des spectacles\* de chanson francophone, sont aussi celles qui voient le nombre moyen de spectacles\* le moins élevé (1,7).



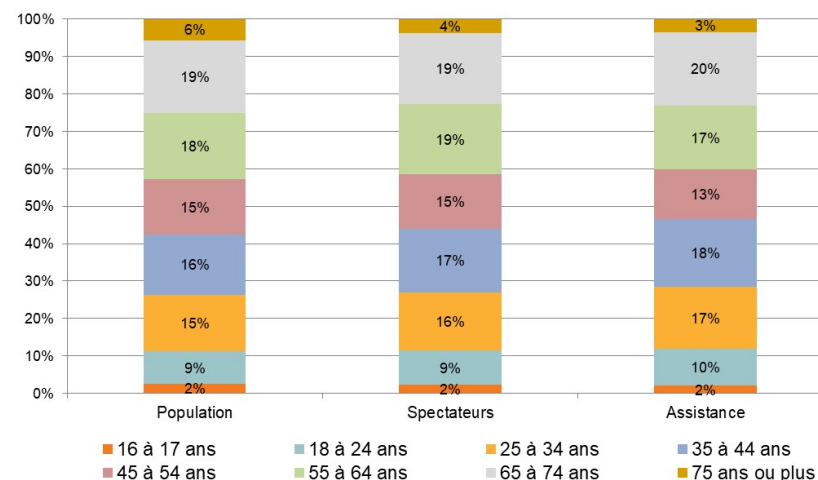
**tab.80 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon l'âge (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	33	57	1,7
18 à 24 ans	636	127	279	2,2
25 à 34 ans	1 096	219	476	2,2
35 à 44 ans	1 161	236	516	2,2
45 à 54 ans	1 078	206	374	1,8
55 à 64 ans	1 286	260	486	1,9
65 à 74 ans	1 404	266	561	2,1
75 ans ou plus	412	53	98	1,8
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 400</b>	<b>2 848</b>	<b>2,0</b>

La distribution selon l'âge de la population et celle des spectateurs\* de chanson francophone est assez semblable, à l'exception des 18 ans à 24 ans, où un note un léger écart, et des 75 ans et plus, où l'écart est plus marqué.

On note une légère surreprésentation des spectateurs\* de 25 ans à 34 ans, qui représentent 15 % de la population, mais 16 % des spectateurs\* et 17 % de l'assistance\*. Ceux de 35 ans à 44 ans comptent pour 16 % de la population, mais 17 % des spectateurs\* et 18 % de l'assistance\*.

**fig.105 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon l'âge**



Les personnes qui disposent d'un revenu de ménage égal ou supérieur à 80 000 \$ forment les 3 groupes les plus importants sur le plan du nombre de spectateurs\*. À eux 3, ces groupes rassemblent 57 % des spectateurs\* (796 000) et 56 % de l'assistance\* (1,6 M). Leurs nombres moyens de spectacles\* vus sont cependant un peu plus bas (1,8, 1,7 et 2) que celui de l'ensemble des spectateurs\* (2,0).

On remarque une réelle corrélation entre les revenus du ménage et la façon dont les spectateurs\* sont représentés. La tranche de la population qui gagne moins de 20 000 \$ est celle qui est moins représentée au chapitre des spectateurs\* (46 000) et de l'assistance\* (80 000) et qui voit un nombre moyen de spectacles\* moins élevé (1,7).

Le nombre moyen de spectacles\* vus varie grandement d'une catégorie à l'autre. Il oscille entre 2,9 et 1,7 et ne répond pas à la même logique croissante. Les personnes ayant un revenu entre 20 000 \$ et 29 999 \$ sont les spectateurs\* qui voient le plus de spectacles\* annuellement, avec un chiffre de 2,9, suivies des personnes dont le revenu se situe de 70 000 \$ à 79 999 \$, qui assistent en moyenne à 2,5 spectacles\*.

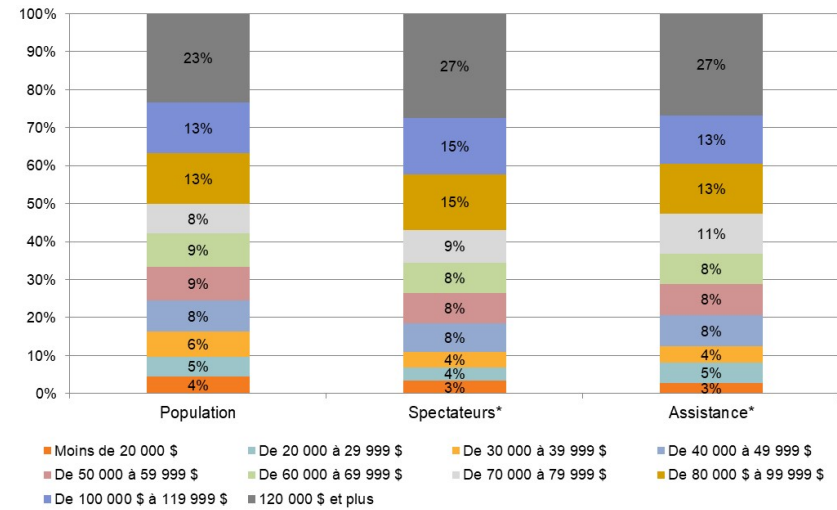
**tab.81 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	46	80	1,7
20 000 à 29 999 \$	381	51	149	2,9
30 000 à 39 999 \$	469	55	123	2,3
40 000 à 49 999 \$	605	108	237	2,2
50 000 à 59 999 \$	633	110	233	2,1
60 000 à 69 999 \$	646	111	223	2,0
70 000 à 79 999 \$	557	123	303	2,5
80 000 à 99 999 \$	974	204	376	1,8
100 000 à 119 999 \$	963	208	360	1,7
120 000 \$ et plus	1 698	384	763	2,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 400</b>	<b>2 848</b>	<b>2,0</b>

Ce sont les personnes ayant un revenu de ménage de 120 000 \$ ou plus qui fréquentent en plus grand nombre la chanson francophone. Elles représentent seulement 23 % de la population, mais 27 % des spectateurs\* et de l'assistance\*. À l'inverse, les personnes ayant un revenu du ménage inférieur à 80 000 \$, composant 49 % de la population, ne forment que 44 % des spectateurs\* de chanson francophone et 47 % de l'assistance\*.

Hormis ces exceptions, la répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le revenu du ménage est assez semblable à celle des différentes catégories au sein de la population.

**fig.106 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon le revenu du ménage — après imputation**



Par ailleurs, la part des spectateurs\* de la RMR de Montréal atteint 42 % de l'ensemble, soit 592 000 spectateurs\*. Ceux-ci génèrent une assistance\* de 1 120 000, soit 39 % de l'assistance\* totale. Fait singulier, le reste du Québec représente une part plus importante que la RMR de Montréal. Comptant 1 391 000 spectateurs\*, ce public constitue 46 % des spectateurs\* et 49 % de l'assistance\* totale pour la chanson francophone.

Le portrait de la distribution selon les régions administratives montre que c'est de la Montérégie que provient la part la plus importante du public. Ses 281 000 spectateurs\* regroupent 20 % des spectateurs\* de la province et 18 % de l'assistance\* totale. La région de Montréal arrive en deuxième position. Ses 247 000 spectateurs\* représentent 18 % des spectateurs\* et de l'assistance\*. La région de la Capitale-Nationale suit loin derrière, avec 147 000 spectateurs\*, pour une part de 11 % autant de tous les spectateurs\* que de l'assistance\*.

Le nombre moyen de spectacles\* vus varie selon les régions, fluctuant de 1,0 à 2,8. Le nombre moyen de spectacles\* pour l'ensemble des régions est de 2,0. Les régions qui affichent les chiffres moyens les plus hauts sont le Saguenay-Lac-Saint-Jean (2,8) et l'Outaouais (2,5). Viennent ensuite les régions du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et de la Côte-Nord, qui affichent toutes une moyenne de 2,4. Les autres régions ne présentent pas d'écart trop important avec la moyenne pour l'ensemble des régions hormis le Nord-du-Québec, qui arrive au dernier rang avec un nombre moyen de spectacles\* vus de 1,0.

La RMR de Montréal montre une représentation inférieure parmi les spectateurs\* de chanson francophone (42 %) comparativement à la proportion que représente sa population au sein du Québec (50 %).

Les spectateurs\* de la région de Montréal sont aussi proportionnellement moins nombreux (18 %) que la population de cette région (24 %) vis-à-vis de l'ensemble du territoire. La plupart des autres régions tendent au contraire à être mieux représentées parmi les spectateurs\* de chanson francophone. Cette différence, en excluant le cas de la Capitale-Nationale et de la Montérégie, ne dépasse pas plus d'un point de pourcentage.

La fréquentation de la chanson francophone se concentre surtout dans les zones urbaines, qui réunit 82 % des spectateurs\* et 82 % de l'assistance\*. Cette répartition représente une légère sous-représentation puisque les habitants des villes constituent 84 % de la population québécoise.

**tab.82 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson francophone selon la répartition territoriale**

		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	592	42 %	1 120	39 %	1,9
	Québec	714	10 %	168	12 %	337	12 %	2
	Reste du Québec	2 910	40 %	640	46 %	1 391	49 %	2,2
	<b>Total</b>	7 250	100 %	1 400	100 %	2 848	100 %	2
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	394	28 %	836	29 %	2,1
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	601	43 %	1 079	38 %	1,8
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	241	17 %	526	18 %	2,2
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	163	12 %	407	14 %	2,5
	<b>Total</b>	7 250	100 %	1 400	100 %	2 848	100 %	2
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	60	4 %	143	5 %	2,4
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	46	3 %	130	5 %	2,8
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	147	11 %	318	11 %	2,2
	Mauricie (4)	218	3 %	42	3 %	89	3 %	2,2
	Estrie (5)	374	5 %	73	5 %	143	5 %	2
	Montréal (6)	1 728	24 %	247	18 %	518	18 %	2,1
	Outaouais (7)	400	6 %	88	6 %	219	8 %	2,5
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	26	2 %	59	2 %	2,3
	Côte-Nord (9)	61	1 %	19	1 %	47	2 %	2,4
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	1	0 %	1	0 %	1
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	11	1 %	27	1 %	2,4
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	80	6 %	153	5 %	1,9
	Laval (13)	372	5 %	41	3 %	75	3 %	1,8
	Lanaudière (14)	487	7 %	112	8 %	165	6 %	1,5
	Laurentides (15)	478	7 %	88	6 %	177	6 %	2
	Montérégie (16)	1 296	18 %	281	20 %	509	18 %	1,8
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	38	3 %	74	3 %	1,9
<b>Total</b>	7 250	100 %	1 400	100 %	2 848	100 %	2	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	249	18 %	500	18 %	2
	Urbaines	6 112	84 %	1 151	82 %	2 348	82 %	2
	<b>Total</b>	7 250	100 %	1 400	100 %	2 848	100 %	2

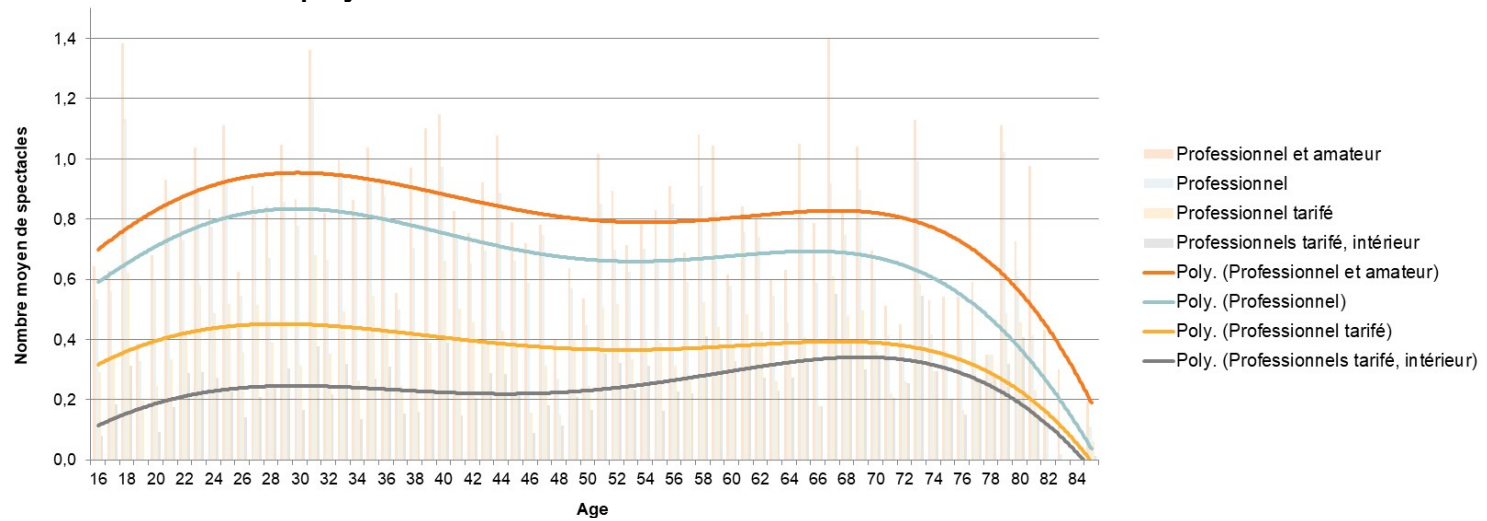
Le graphique suivant présente le public de la chanson francophone selon le type de spectacles et l'âge. Ces courbes mettent en relief les tendances selon la nature des spectacles fréquentés. Ces courbes sont cumulatives : la première, celle du bas, reflète les spectacles professionnels tarifés vus à l'intérieur (en salle); la seconde courbe ajoute les spectacles professionnels tarifés extérieurs; la troisième intègre les spectacles professionnels gratuits; et la quatrième ajoute les spectacles amateurs.

Pour toutes les courbes, on note une croissance dès 16 ans jusqu'à la fin de la vingtaine. Les comportements varient ensuite. Pour les spectacles\* professionnels tarifés intérieurs, la fréquentation reste stable de 30 ans à 50 ans avant d'augmenter un peu jusqu'à 70 ans. Elle chute ensuite jusqu'à 85 ans. La courbe des spectacles professionnels tarifés extérieurs fluctue légèrement entre 16 ans et 75 ans avant de chuter

radicalement. Quant aux courbes des spectacles\* professionnels qui intègrent les spectacles gratuits, et celle qui inclut les spectacles\* amateurs, on remarque qu'elles suivent un schéma similaire. Leurs variations sont plus prononcées. La fréquentation augmente rapidement entre 16 ans et 30 ans. Une fois le pic passé, il y a une baisse légère entre 35 ans et 55 ans, puis une légère remontée entre 55 ans et 75 ans. La courbe chute ensuite jusqu'à 85 ans.

On note ici un écart plus grand entre les courbes que pour plusieurs autres disciplines. Les spectacles gratuits et amateurs ont l'effet d'accroître de manière appréciable le nombre moyen de spectacles vus. Vers 25 ans, la fréquentation des spectacles professionnels et gratuits atteint presque le double de celle des spectacles professionnels tarifés en salle.

**fig.107** Nombre moyen de spectacles de chanson francophone selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6



### 3.3.7 Chanson anglophone

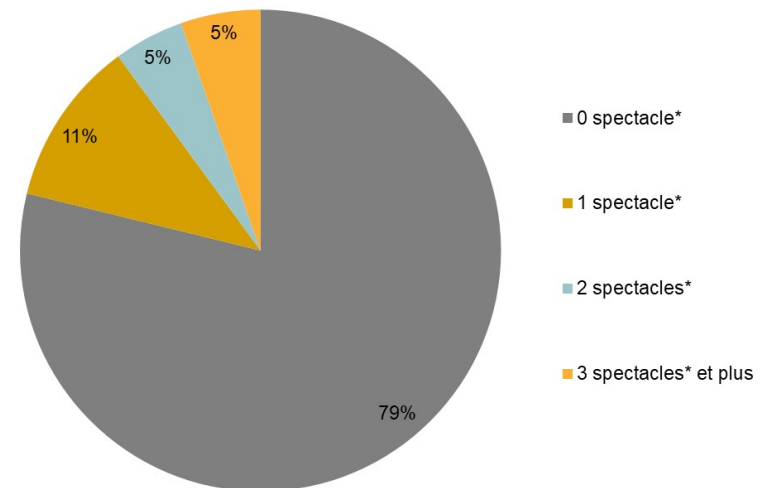
En 2023, l'assistance totale des spectacles professionnels tarifés de chanson anglophone s'est élevée à 3,7 M, tandis que celle des spectacles professionnels gratuits était de près de 1,3 M et de 665 000 pour les spectacles amateurs.

Près de 21 % de la population du Québec de plus de 16 ans a assisté à des spectacles professionnels tarifés de chanson anglophone, ce qui donne un total de 1 536 000 personnes. Ces publics ont vu en moyenne 2,4 spectacles professionnels tarifés de chanson anglophone.

Les hommes et les femmes composent l'assistance\* dans des portions égales, soit 50 % de femmes et 50 % d'hommes. Cette assistance\* apparaît assez concentrée chez les personnes âgées de 25 ans à 34 ans, qui représentent 22 % des entrées, et de 35 ans à 44 ans, qui constituent 20 % des spectateurs. Le nombre moyen de spectacles vus dans cette discipline est de 2,4 spectacles\*. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de chanson anglophone est de 41 ans. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (23 %) et de la région de la Capitale-Nationale (19 %).

Le groupe qui a assisté à au moins 1 spectacle\* de chanson anglophone représente au total 21 % de la population québécoise de 16 ans et plus. Dans cet ensemble, une part de 11 % a assisté à un seul spectacle\*, tandis que 5 % ont vu 2 spectacles\* et que 5 % ont vu 3 spectacles\* et plus.

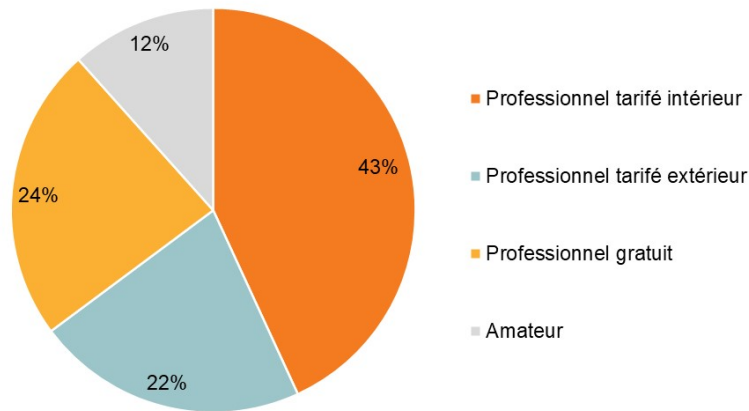
**fig.108 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de chanson anglophone**





En considérant l'assistance aux différents types de spectacles de chanson anglophone, on constate que la plus grande part, 43 %, provient des spectacles professionnels tarifés intérieurs. Ensuite, 24 % des entrées résultent de spectacles professionnels gratuits, 22 % viennent des spectacles professionnels tarifés extérieurs et enfin 12 %, des spectacles amateurs. L'assistance aux spectacles professionnels représente ainsi une part combinée de 89 %.

**fig.109 Répartition de l'assistance aux spectacles de chanson anglophone selon le type de spectacles\***



Les spectateurs de chanson anglophone totalisent quelque 2 009 000 entrées pour tous types de spectacles confondus. Près de 93 % de ces spectateurs voient des spectacles professionnels, que ce soit en combinaison ou non avec d'autres types de spectacles, tandis que 21 % incluent des spectacles amateurs dans leur fréquentation de spectacles. En 2023, 1 536 000 spectateurs, soit plus de la moitié (54 %), ont fréquenté exclusivement des spectacles tarifés. Un autre groupe de 243 000 spectateurs (12 %) a fréquenté seulement des spectacles professionnels gratuits. Le groupe des spectateurs qui ne voient que des spectacles amateurs ne représente que 7 % des spectateurs totaux (145 000 personnes).

**tab.83 Composition des publics de chanson anglophone selon le type de spectacles fréquentés en chanson anglophone (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	1 089	54 %	} 93 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	243	12 %	
Professionnels tarifés et gratuits	258	13 %	
Professionnels tarifés et amateurs	103	5 %	
Professionnels gratuits et amateurs	85	4 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	86	4 %	
Amateurs seulement	145	7 %	
Total	2 009	100 %	

Un peu plus du tiers (37 %) des spectateurs\* de l'ensemble des disciplines des arts de la scène a assisté à au moins 1 spectacle\* de chanson anglophone au cours de 2023, soit 1 536 000 personnes. Plus l'intensité de la fréquentation annuelle de spectacles\* augmente, plus on trouve une proportion importante de spectateurs\* qui ont assisté à 1 ou plusieurs spectacles\* de chanson anglophone. Cette proportion est de 22 % chez les occasionnels et, à l'autre bout du spectre, de 86 % chez les insatiables. C'est dans le groupe des assidus (de 5 à 9 spectacles\*) qu'on trouve le plus grand nombre de spectateurs\* (430 000) de chanson anglophone.

Le nombre moyen de spectacles\* de chanson anglophone vus au cours d'une année pour l'ensemble des spectateurs\* est de 2,4. Quant à la fréquentation du public aux spectacles\* de toutes disciplines, la moyenne est de 6,4 spectacles\*, toutes disciplines confondues, au cours de la même période. Les spectateurs\* de chanson anglophone assistent en moyenne à un nombre plus élevé de spectacles\* de chanson anglophone (2,4 contre 0,5) et aussi à un nombre plus élevé de spectacles\*, toutes disciplines confondues, que les spectateurs\* de l'ensemble des disciplines (6,4 contre 4,4).

**tab.84 Part des spectateurs\* de chanson anglophone parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Chanson anglophone	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	426	22 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	368	38 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	430	54 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	231	66 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	80	86 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>1 536</b>	<b>37 %</b>

**tab.85 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de la chanson anglophone**

Intensité de fréquentation annuelle	Public pour l'ensemble des disciplines		Public pour la chanson anglophone	
	Ensemble des disciplines	Chanson anglophone	Ensemble des disciplines	Chanson anglophone
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,3	1,5	1,2
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,6	3,4	1,5
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	1,3	6,4	2,4
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	3,0	12,9	4,5
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	6,0	27,6	7,0
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,5</b>	<b>6,4</b>	<b>2,4</b>

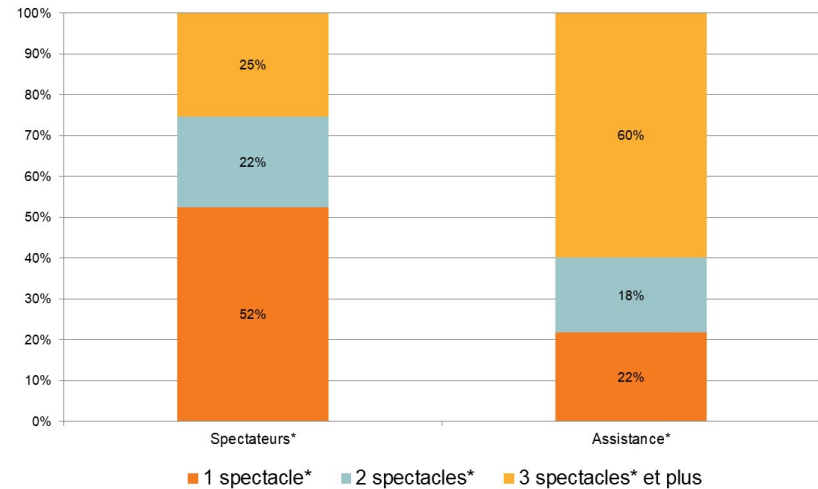
Ce sont 1 536 000 spectateurs\* au total qui ont assisté à des spectacles\* de chanson anglophone au cours de l'année 2023. Cela s'est traduit par une assistance\* de 3 713 000 entrées pour cette période. Les personnes qui ont fréquenté 1 spectacle\* totalisent 805 000 spectateurs\* et sont les plus nombreuses. Pour ce qui est de l'assistance\*, ce sont les personnes qui ont vu 3 spectacles\* et plus qui ont généré collectivement la plus forte assistance\* (2 223 000).

Représentant pourtant plus de la moitié des spectateurs\* (52 %), les personnes qui ont vu 1 spectacle\* sont responsables de seulement 22 % de l'assistance\*. À l'inverse, le groupe des spectateurs\* qui ont fréquenté 3 spectacles\* ou plus ne représente que 25 % des spectateurs\*, mais a généré 60 % de toute l'assistance\* aux spectacles\* de chanson anglophone.

**tab.86** Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le nombre de spectacles\* de chanson anglophone vus (en milliers)

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	805	805
2 spectacles*	342	684
3 spectacles* et plus	389	2 223
<b>Total</b>	<b>1 536</b>	<b>3 713</b>

**fig.110** Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le nombre de spectacles\* de chanson anglophone vus annuellement

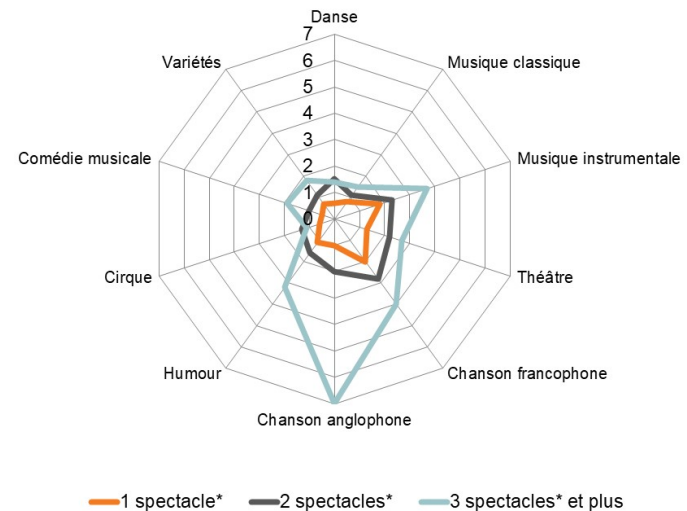


Les spectateurs\* qui ne voient que 1 spectacle\* de chanson anglophone au cours de l'année ont un intérêt encore plus prononcé pour la chanson francophone et la musique instrumentale. Ils assistent aussi avec une intensité assez similaire à des spectacles d'humour, de théâtre et de musique classique. Leur présence à des spectacles d'autres disciplines est peu importante.

Chez les personnes voyant deux spectacles, la danse rejoint leur intérêt marqué pour la musique instrumentale et la chanson francophone, mais l'intérêt pour la musique classique ne s'accroît pas.

Quant à celles qui assistent à trois spectacles\* ou plus de chanson anglophone, elles concentrent fortement leurs sorties vers des spectacles\* de cette discipline. Elles voient dans une mesure bien moindre des spectacles\* de chanson francophone, d'humour et de théâtre. Plusieurs disciplines ne suscitent pratiquement pas leur intérêt, dont le cirque, la danse, la musique classique et le théâtre.

**fig.111 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de chanson anglophone vus**



La répartition des spectateurs\* de chanson anglophone selon le genre fait ressortir la parité totale entre les deux sexes, avec 50 % d'hommes et 50 % de femmes. La proportion des hommes et des femmes varie cependant en fonction des groupes de fréquentation.

Le groupe des spectateurs\* n'ayant vu que 1 spectacle\* réserve aussi 50 % à chaque genre, mais le groupe des consommateurs de 2 spectacles\* montre une fréquentation à 48 % masculine et à 52 % féminine. Quant au groupe de personnes ayant vu 3 spectacles\* et plus, il est constitué de 53 % d'hommes et de 47 % de femmes.

L'âge semble être un facteur qui détermine la fréquentation des spectacles\* de chanson anglophone. Cette fréquentation est plus importante chez les 3 groupes d'âge compris entre 25 ans et 54 ans : ils enregistrent des pourcentages comparables, soit chacun autour de 20 % du total des spectateurs\*. Ainsi, ces 3 groupes rassemblent 60 % de tous les spectateurs\* de chanson anglophone. La prévalence de ces 3 tranches d'âge augmente sensiblement avec le degré de fréquentation, notamment chez les 25 ans à 34 ans.

Ces 3 tranches d'âge cumulées (de 25 ans à 54 ans) constituent 56 % du public pour les spectateurs\* ayant vu 1 seul spectacle\*, puis passent à 62 % pour ceux qui ont vu 2 spectacles\* et à 64 % — presque les deux tiers — pour les personnes qui ont assisté à 3 spectacles\* et plus. On note aussi que la part relative des spectateurs\* de 65 ans et plus chute considérablement pour tous les niveaux de fréquentation.

Une grande partie (45 %) des spectateurs\* de chanson anglophone détient un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, soit 697 000 spectateurs\* au total. Le groupe formé des personnes ayant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, arrive au deuxième rang avec une part très appréciable de 35 % (537 000 personnes).

Les diplômés universitaires sont surreprésentés chez les spectateurs\* de chanson anglophone par rapport à la part qu'ils occupent dans la population québécoise (35 % contre 27 %). Le phénomène contraire est observable pour les spectateurs\* détenant un diplôme d'études secondaires, professionnelles et collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, mais aussi, à moindre échelle, chez les non-diplômés.

**tab.87 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de chanson anglophone vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3 579	49 %	400	50 %	164	48 %	205	53 %	769	50 %
	Féminin	3 671	51 %	406	50 %	178	52 %	184	47 %	768	50 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	805	100 %	342	100 %	389	100 %	1 536	100 %
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	23	3 %	11	3 %	12	3 %	45	3 %
	18 à 24 ans	636	9 %	100	12 %	54	16 %	56	14 %	210	14 %
	25 à 34 ans	1 096	15 %	156	19 %	81	24 %	98	25 %	335	22 %
	35 à 44 ans	1 161	16 %	150	19 %	66	19 %	86	22 %	302	20 %
	45 à 54 ans	1 078	15 %	144	18 %	64	19 %	66	17 %	274	18 %
	55 à 64 ans	1 286	18 %	129	16 %	44	13 %	45	12 %	218	14 %
	65 à 74 ans	1 404	19 %	91	11 %	19	6 %	23	6 %	133	9 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	805	100 %	342	100 %	389	100 %	1 536	100 %
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	16	2 %	4	1 %	2	1 %	23	1 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	23 %	144	18 %	61	18 %	74	19 %	279	18 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	47 %	368	46 %	157	46 %	173	44 %	697	45 %
	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	19 %	204	25 %	88	26 %	94	24 %	385	25 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	74	9 %	32	9 %	45	12 %	152	10 %
	<b>Total</b>	7 250	100 %	805	100 %	342	100 %	389	100 %	1 536	100 %

Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle forment le groupe de spectateurs\* (697 000 personnes) de loin le plus nombreux : ils représentent même près de la moitié de tous les spectateurs\*(45 %). Ils sont aussi responsables du plus grand nombre d'entrées (1 721 000) aux spectacles\* de chanson anglophone, soit 46 % de l'assistance\*. Ces diplômés font aussi partie des niveaux de scolarité qui voient le plus grand nombre moyen de spectacles\* par spectateur\* soit 2,5, avec les groupes des détenteurs d'un diplôme d'études secondaires et d'un diplôme universitaire du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle. Les personnes détenant un diplôme universitaire du 1<sup>er</sup> cycle constituent le deuxième groupe en importance, tant sur le plan du nombre de spectateurs\* (385 000) que de l'assistance\* (882 000).

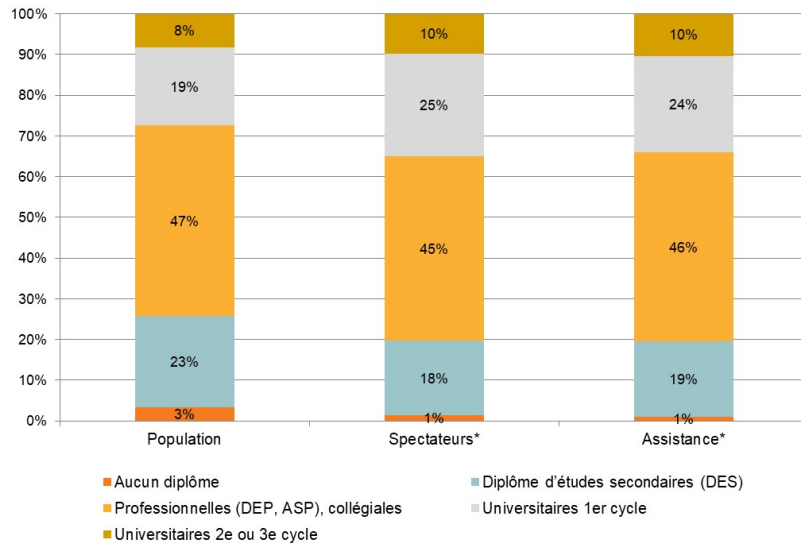
**tab.88 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de chanson anglophone selon le niveau de scolarité (en milliers)**

Niveau de scolarité (études)	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	23	38	1,7
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	279	688	2,5
Diplômes d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	697	1 721	2,5
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	385	882	2,3
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	152	384	2,5
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 536</b>	<b>3 713</b>	<b>2,3</b>

Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle (45 %) et ceux d'un diplôme d'études secondaires (18 %) sont légèrement sous-représentés parmi les spectateurs\* de chanson anglophone lorsque comparés à leur poids dans la population québécoise, où ils récoltent respectivement des parts de 47 % et de 23 %. À part un écart notable pour les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle, qui représentent 25 % des spectateurs et 24 % de l'assistance\*, mais 19 % de la population, la part de spectateurs\* et d'assistance\* recueillie respectivement par les autres catégories apparaît représentative de leur poids au sein de la population.

Les spectateurs\* de la chanson anglophone sont de manière prépondérante des travailleurs à temps plein. Ils forment un groupe de 932 000 personnes qui sont responsables d'une assistance\* totale de 2 367 000 entrées. Cela représente plus de la moitié des spectateurs\* (61 %) et aussi de l'assistance\* (64 %). Les retraités et les étudiants constituent les groupes qui arrivent respectivement au deuxième et au troisième rang. Les retraités sont plus nombreux (223 000) que les étudiants (150 000) et ils génèrent davantage d'assistance\* : 465 000 entrées contre 362 000 pour les étudiants. Cependant, le nombre moyen de spectacles\* vus des étudiants est plus élevé (2,4) que celui des retraités (2,1).

**fig.112 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le niveau de scolarité**



Concernant le nombre moyen de spectacles\*, alors qu'il est de 2,4 pour l'ensemble des situations professionnelles, on relève quelques écarts un peu plus importants, notamment pour les catégories « travailleur à temps partiel » (1,9), « à la maison » (1,4), et « autre » (1,1). Ces groupes figurent toutefois parmi les moins nombreux au sein de l'ensemble des spectateurs\*.

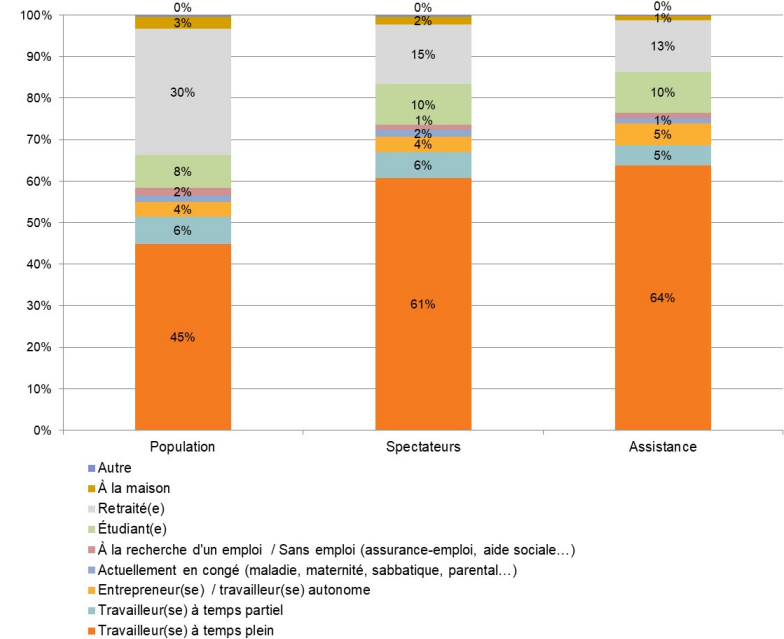


**tab.89 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de chanson anglophone selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	932	2 367	2,5
Travailleur(se) à temps partiel	468	97	185	1,9
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	58	193	3,3
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	24	51	2,1
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	19	45	2,4
Étudiant(e)	577	150	362	2,4
Retraité(e)	2 194	223	465	2,1
À la maison	209	27	39	1,4
Autre	35	6	7	1,1
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 536</b>	<b>3 713</b>	<b>2,4</b>

Les travailleurs à temps plein ne sont pas seulement les plus présents chez les spectateurs\* et dans l'assistance\* : leur poids relatif excède largement celui qu'ils ont dans la population. Leurs parts des spectateurs\* (61 %) et de l'assistance\* (64 %) sont plus élevées que leur poids dans la population (45 %). C'est aussi le cas des étudiants, qui représentent 10 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, tout en ne constituant que 8 % de la population. À l'inverse, les retraités sont moitié moins présents chez les spectateurs\* (15 %) et dans l'assistance\* (13 %) qu'ils ne le sont dans la population (30 %).

**fig.113 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon la situation professionnelle**



L'âge moyen du spectateur\* de chanson anglophone est de 42 ans, soit le moins élevé de toutes les disciplines en arts de la scène, dont l'âge moyen est de 46 ans. Les 3 groupes d'âge compris entre 25 ans et 54 ans représentent les segments de publics\* les plus importants pour les spectacles\* de chanson anglophone, avec 918 000 spectateurs\* au total et une assistance\* combinée de 2 379 000 entrées. Les spectateurs âgés de 25 ans à 34 ans et de 35 ans à 44 ans présentent les nombres moyens de spectacles\* vus les plus élevés (respectivement 2,7 et 2,6) face à l'âge moyen de 2,4 pour tous les groupes d'âge.

**tab.90 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon l'âge (en milliers)**

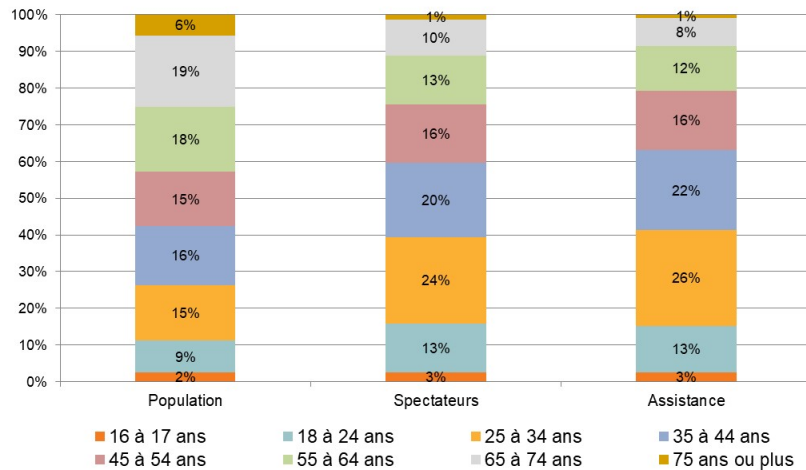
	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	40	98	2,5
18 à 24 ans	636	204	468	2,3
25 à 34 ans	1 096	362	969	2,7
35 à 44 ans	1 161	311	807	2,6
45 à 54 ans	1 078	245	603	2,5
55 à 64 ans	1 286	202	448	2,2
65 à 74 ans	1 404	152	286	1,9
75 ans ou plus	412	21	33	1,6
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 536</b>	<b>3 713</b>	<b>2,4</b>

La part combinée que représentent les 3 segments d'âge allant de 25 ans à 54 ans représente 60 % des spectateurs et 64 % de l'assistance\* au total. Chacun de ces groupes d'âge est aussi plus fortement représenté par rapport à son poids dans la population. C'est aussi le cas pour les 18 ans à 24 ans, tandis que c'est le contraire pour les tranches plus âgées, soit toutes celles qui sont au-dessus de la barre de 54 ans.

Les personnes qui rapportent un revenu du ménage supérieur à 80 000 \$ font partie des 3 groupes les plus importants sur le plan tant du nombre de spectateurs\* que de l'assistance\* générée. À eux 3, ces groupes rassemblent 62 % des spectateurs\* (950 000) et 61 % de l'assistance\* totale (2 303 000).

Quant au nombre moyen de spectacles\* vus, aucune tendance nette ne se dessine, le nombre variant selon les tranches de revenu. Alors que la moyenne pour l'ensemble des paliers de revenu est de 2,4, le chiffre le plus bas (2,2) se trouve chez 3 catégories de population : les revenus de 30 000 \$ à 39 999 \$, ceux de 50 000 \$ à 59 999 \$ et ceux de 100 000 \$ à 119 999 \$. Le chiffre le plus élevé (2,7) se retrouve dans les catégories de population dont les revenus se situent en dessous de 20 000 \$ ou de 40 000 \$ à 49 999 \$.

**fig.114 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon l'âge**

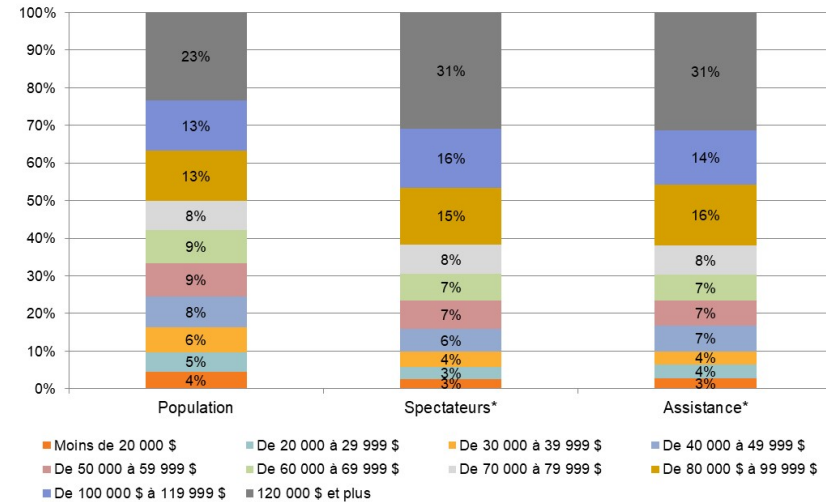


**tab.91 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	40	105	2,7
20 000 à 29 999 \$	381	50	132	2,6
30 000 à 39 999 \$	469	60	130	2,2
40 000 à 49 999 \$	605	95	254	2,7
50 000 à 59 999 \$	633	114	247	2,2
60 000 à 69 999 \$	646	111	256	2,3
70 000 à 79 999 \$	557	117	286	2,4
80 000 à 99 999 \$	974	234	602	2,6
100 000 à 119 999 \$	963	242	537	2,2
120 000 \$ et plus	1 698	474	1 164	2,5
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>1 536</b>	<b>3 713</b>	<b>2,4</b>

Une tendance assez marquée se dessine quand on compare la distribution des revenus chez les spectateurs\* de chanson anglophone à celle au sein de la population. Toutes les tranches de revenu du ménage de 80 000 \$ et plus comptent un pourcentage nettement plus élevé de spectateurs\* que ce qu’elles représentent dans la population générale. C’est particulièrement évident pour la tranche de revenu se situant à 120 000 \$ et plus. Toutes les tranches inférieures à 80 000 \$ recueillent, quant à elles, une proportion de spectateurs\* assez semblable à la proportion de la population qui leur est associée. Cette tendance est la même sur le plan de l’assistance\*.

**fig.115 Répartition des spectateurs\* et de l’assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone selon le revenu du ménage — après imputation**



La distribution des spectateurs\* de chanson anglophone et de l'assistance\* sur une base territoriale indique que la RMR de Montréal concentre presque la moitié (47 %) des spectateurs\* (716 000) et 45 % de l'assistance\* (1 672 000). La RMR de Québec, quant à elle, regroupe 15 % des spectateurs\* (230 000) et le 20 % de l'assistance\* (755 000). Le reste du Québec rassemble 38 % des spectateurs (589 000) et 35 % de l'assistance\* (1 287 000). La RMR de Québec se distingue sur deux plans. D'abord, elle présente un nombre moyen de spectacles\* vus de beaucoup supérieur à celui de l'ensemble du Québec (3,3 contre 2,4). De plus, la part que cette RMR représente chez les spectateurs\* (15 %) et surtout sa part de l'assistance\* (20 %) dépassent largement le poids démographique relatif de sa population (10 %).

On observe un phénomène semblable en examinant la typologie des régions. Les régions dites centrales accaparent une part légèrement plus importante des spectateurs\* (33 %) et de l'assistance\* (42 %) que ce que leur population représente dans l'ensemble du Québec (33 %). Le nombre moyen de spectacles\* vus y est aussi plus élevé que la moyenne (2,9 contre 2,4).

Prises une à une, les différentes régions du Québec présentent des profils différents, mais qui reflètent en gros le poids que représentent leurs populations respectives. Quelques exceptions sont cependant notables. La région de la Capitale-Nationale, alors qu'elle ne compte que pour 9 % de la population du Québec, revendique une part de 13 % des spectateurs\* (201 000) de chanson anglophone et 19 % de l'assistance\*

(701 000), soit plus du double de son poids démographique. Le nombre moyen de spectacles\* vus par les spectateurs\* de cette région est aussi très haut, soit 3,5, ce qui dépasse de loin toutes les autres régions. À l'inverse, les régions du Nord-du-Québec et de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine représentent toutes deux 0 % des spectateurs et de l'assistance.

La région de Montréal recueille 23 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, soit une part légèrement plus basse que ce que représente sa population vis-à-vis de l'ensemble du Québec (24 %). Son nombre moyen de spectacles\* vus par les spectateurs\* de chanson anglophone est identique à la moyenne du Québec (2,5). La Montérégie se distingue par un nombre de spectateurs\* et une assistance\* légèrement plus faibles que ce pourrait laisser supposer sa population. Ses spectateurs\* de chanson anglophone comptent pour 17 % et leurs entrées, pour 15 %, alors que sa population compte pour 18 % des Québécois de 16 ans et plus.

Les spectateurs\* de chanson anglophone proviennent très majoritairement (85 %) de zones urbaines; ce type de spectateurs\* génère 86 % de l'assistance\*. La part issue de ces zones dans la population globale compte cependant seulement pour 84 % vis-à-vis de l'ensemble du territoire.

**tab.92 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de chanson anglophone et d'une autre langue que le français selon la répartition territoriale**

		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	716	47 %	1 672	45 %	2,3
	Québec	714	10 %	230	15 %	755	20 %	3,3
	Reste du Québec	2 910	40 %	589	38 %	1 287	35 %	2,2
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 536</b>	<b>100 %</b>	<b>3 713</b>	<b>100 %</b>	<b>2,4</b>
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	547	36 %	1 562	42 %	2,9
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	615	40 %	1 366	37 %	2,2
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	245	16 %	460	12 %	1,9
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	128	8 %	326	9 %	2,5
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 536</b>	<b>100 %</b>	<b>3 713</b>	<b>100 %</b>	<b>2,4</b>
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	49	3 %	154	4 %	3,1
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	44	3 %	82	2 %	1,9
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	201	13 %	701	19 %	3,5
	Mauricie (4)	218	3 %	46	3 %	99	3 %	2,1
	Estrie (5)	374	5 %	74	5 %	125	3 %	1,7
	Montréal (6)	1 728	24 %	346	23 %	861	23 %	2,5
	Outaouais (7)	400	6 %	85	6 %	159	4 %	1,9
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	22	1 %	72	2 %	3,2
	Côte-Nord (9)	61	1 %	8	1 %	11	0 %	1,4
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	1	0 %	1	0 %	1
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	5	0 %	6	0 %	1,2
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	88	6 %	232	6 %	2,6
	Laval (13)	372	5 %	85	6 %	153	4 %	1,8
	Lanaudière (14)	487	7 %	95	6 %	198	5 %	2,1
	Laurentides (15)	478	7 %	92	6 %	207	6 %	2,2
	Montréal (16)	1 296	18 %	256	17 %	576	15 %	2,3
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	40	3 %	76	2 %	1,9
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 536</b>	<b>100 %</b>	<b>3 713</b>	<b>100 %</b>	<b>2,4</b>	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	230	15 %	504	14 %	2,2
	Urbaines	6 112	84 %	1 307	85 %	3 210	86 %	2,5
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>1 536</b>	<b>100 %</b>	<b>3 713</b>	<b>100 %</b>	<b>2,4</b>

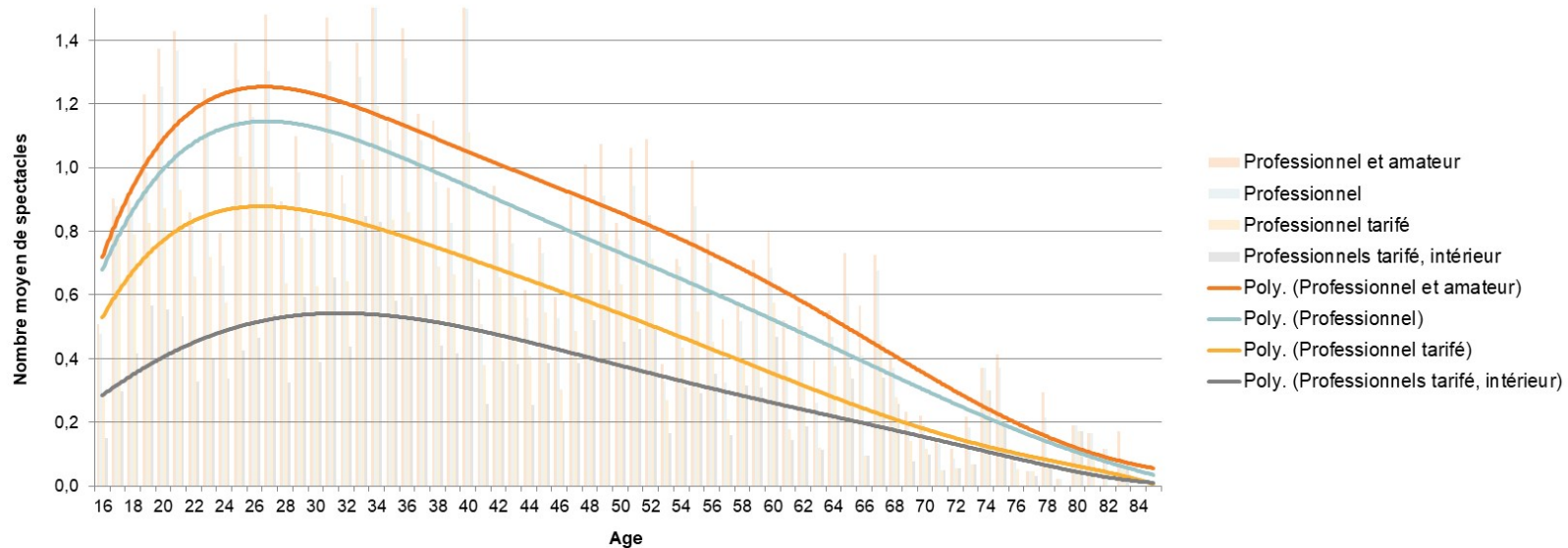
Les courbes ci-dessous mettent en relation les types de spectacles de chanson anglophone avec l'âge et le niveau de fréquentation. Les quatre courbes sont cumulatives. Ainsi, la première, celle du bas, reflète seulement les spectacles professionnels tarifés qui sont vus en salle, la seconde intègre les spectacles professionnels tarifés extérieurs, la troisième ajoute les spectacles professionnels gratuits et la quatrième inclut les spectacles amateurs.

La tendance pour toutes les courbes est une croissance assez marquée de la fréquentation qui se produit dès 16 ans jusqu'à la mi-vingtaine,

suivie d'une baisse généralisée plus ou moins prononcée selon le type de spectacle impliqué.

La courbe qui met en relief les spectacles professionnels tarifés intérieurs affiche notamment une diminution beaucoup moins abrupte : elle descend cependant constamment à partir de 35 ans, et ce, jusqu'à 85 ans. Les trois autres courbes suivent la même dynamique, soit une croissance marquée puis un déclin, de la mi-vingtaine jusqu'à 85 ans. La courbe qui suit de façon la plus évidente ce schéma est celle qui intègre les spectacles amateurs à tous les spectacles professionnels.

**fig.116 Nombre moyen de spectacles de chanson anglophone selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



### 3.3.8 Humour

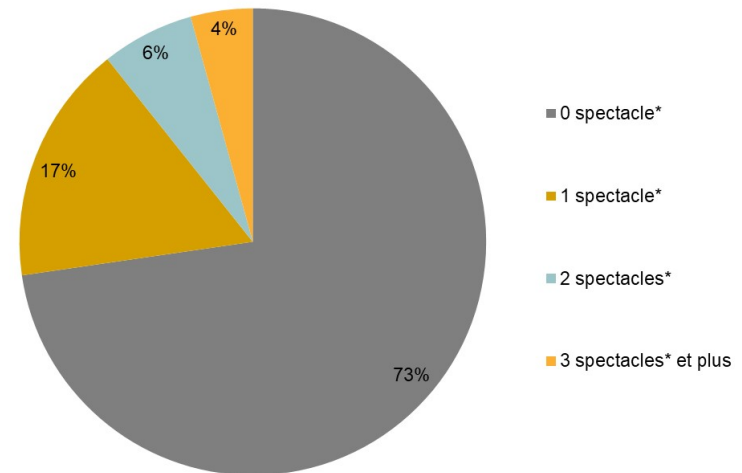
L'assistance totale aux spectacles professionnels tarifés en humour était de 3,5 M en 2023. Celle des spectacles professionnels gratuits s'élevait à près de 718 000 et celle des spectacles amateurs, à 665 000.

Au Québec, en 2023, c'est 27 % de la population de 16 ans et plus qui a assisté à des spectacles\* d'humour, soit 1,9 M de spectateurs\*, fréquentant chacun en moyenne 1,8 spectacle\*. Les hommes sont minoritaires parmi les spectateurs\* des spectacles\* d'humour, en allant chercher une part de 47 % des spectateurs, alors que les femmes comptent pour 53 %.

Les tranches d'âge comprises entre 25 ans et 64 ans affichent chacune des parts d'assistance\* assez similaires, variant entre 16 % et 20 %. Le groupe des 25 ans à 34 ans sort du lot en étant le seul à enregistrer le pourcentage le plus élevé de cette fourchette, soit 20 %. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* d'humour est de 45 ans. Cette assistance provient principalement de la région de la Montérégie (21 %) et de celle de Montréal (20 %).

En 2023, 27 % de la population québécoise a assisté à au moins 1 spectacle d'humour professionnel tarifé. Plus précisément, 17 % ont assisté à 1 seul spectacle\*, 6 % ont vu 2 spectacles\* et 4 % ont vu 3 spectacles\* et plus.

**fig.117 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* d'humour**



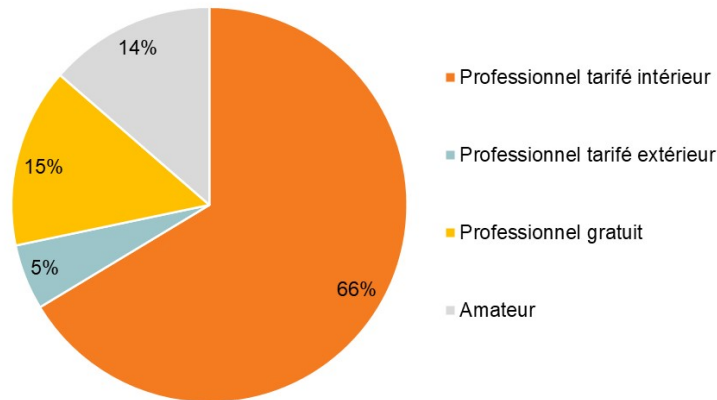


La plus grande part (66 %) de l'assistance aux spectacles d'humour est liée aux spectacles professionnels tarifés vus en salle. Les spectacles professionnels gratuits viennent au second rang avec 15 %, puis suivent les spectacles amateurs avec 14 %, et enfin les spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur ferment la marche avec 5 % de l'assistance. L'assistance aux différents types de spectacles professionnels représente une part de 86 %.

Les publics pour les spectacles d'humour se composent de quelque 2 351 000 spectateurs, tous types de spectacles confondus. La presque totalité des publics, 94 %, voit des spectacles professionnels, qu'ils soient tarifés ou gratuits, tandis que 20 % fréquentent des spectacles amateurs, combinés ou non à d'autres types de spectacles.

Certains spectateurs ont des comportements exclusifs : 1 583 000 d'entre eux, soit plus des deux tiers (67 %), ne fréquentent que des spectacles professionnels tarifés, alors que 6 % (148 000) voient des spectacles amateurs seulement.

**fig.118 Répartition de l'assistance aux spectacles d'humour selon le type de spectacles**



**tab.93 Composition des publics de l'humour selon le type de spectacles fréquentés en humour (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	1583	67 %	} 94 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	166	7 %	
Professionnels tarifés et gratuits	133	6 %	
Professionnels tarifés et amateurs	175	7 %	
Professionnels gratuits et amateurs	58	2 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	87	4 %	
Amateurs seulement	148	6 %	
<b>Total</b>	<b>2351</b>	<b>100 %</b>	

Plus de la moitié (48 %) des publics\* pour l'ensemble des disciplines en arts de la scène a assisté à au moins 1 spectacle\* d'humour au cours de 2023, soit 1 979 000 personnes. La part des spectateurs\* d'humour est importante dans tous les types de fréquentations bien qu'elle tende à être plus élevée à mesure que le nombre de spectacles\* vus augmente. On remarque que la proportion du public qui a assisté occasionnellement à des spectacles\* d'humour est déjà de 35 % (673 000 spectateurs\*). Le pourcentage s'élève à 73 % pour le groupe des insatiables, ce qui représente 68 000 spectateurs\*.

**tab.94 Part des spectateurs\* d'humour parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Humour	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1948	673	35 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	536	55 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	480	60 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	223	64 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	68	73 %
<b>Total</b>	<b>4156</b>	<b>1979</b>	<b>48 %</b>

Les spectateurs\* d'humour assistent en moyenne à 1,8 spectacle\* d'humour et à 5,4 spectacles\* toutes disciplines confondues. Les publics\* de l'humour assistent en moyenne à un nombre un peu plus élevé de spectacles\* en arts de la scène toutes disciplines confondues que les publics de l'ensemble des disciplines (5,4 contre 4,4). Si on s'arrête aux résultats enregistrés selon les groupes définis par l'intensité de la fréquentation, les spectateurs\* d'humour affichent des fréquences moyennes selon les groupes qui sont semblables à ce qu'on retrouve chez l'ensemble des publics. Les passionnés et les insatiables démontrent un nombre moyen de spectacles\* vus annuellement beaucoup plus haut que la moyenne (1,8), soit respectivement 2,9 et 4,7.

**tab.95 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de l'humour**

Intensité de fréquentation annuelle	Public pour l'ensemble des disciplines		Public pour l'humour	
	Ensemble des disciplines	Humour	Ensemble des disciplines	Humour
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,4	1,5	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,9	3,4	1,5
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	1,2	6,5	2,0
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	1,8	12,9	2,9
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	3,4	27,9	4,7
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,5</b>	<b>5,4</b>	<b>1,8</b>

Au total, ce sont 1 979 000 personnes qui ont assisté à des spectacles\* d’humour au cours de l’année 2023. Ces spectateurs\* sont responsables d’une assistance\* qui équivaut à 3 505 000 entrées durant cette période.

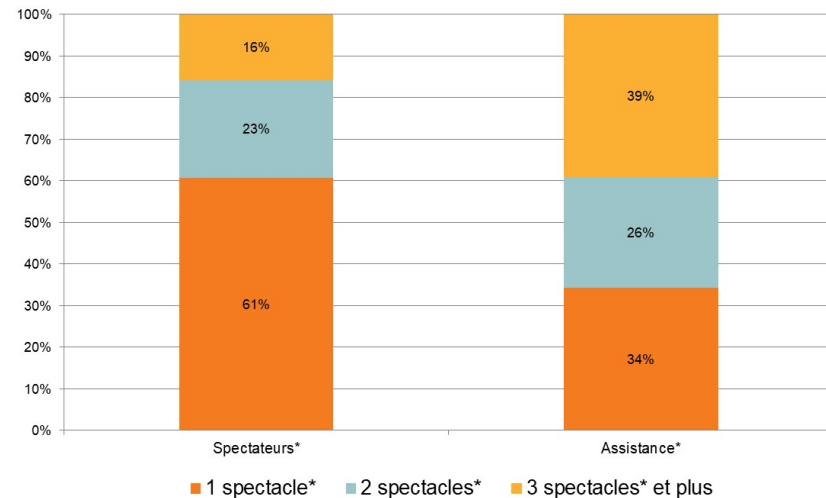
Les spectateurs\* qui ont assisté à 1 seul spectacle\* sont les plus nombreux : ils regroupent 1 203 000 personnes, qui ont généré une assistance\* équivalente. Ceux qui ont assisté à 2 spectacles\* d’humour suivent, avec 465 000 personnes, et sont responsables de 928 000 entrées, tandis que ceux qui ont vu 3 spectacles\* et plus totalisent 311 000 personnes, pour une assistance\* plus de 4 fois plus imposante, à raison de 1 374 000 entrées.

**tab.96 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* d’humour selon le nombre de spectacles\* d’humour vus (en milliers)**

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	1 203	1 203
2 spectacles*	465	928
3 spectacles* et plus	311	1 374
<b>Total</b>	<b>1 979</b>	<b>3 505</b>

On constate que les spectateurs\* qui ont vu 1 seul spectacle\* d’humour représentent 61 % des spectateurs\* et constituent 34 % de l’assistance\* totale. Les 23 % des spectateurs\* ayant fréquenté 2 spectacles\* génèrent eux 26 % de l’assistance\*, tandis que les 16 % de spectateurs ayant assisté à 3 spectacles\* constituent la majeure partie de l’assistance\*, avec 39 %.

**fig.119 Répartition des spectateurs\* et de l’assistance\* aux spectacles\* d’humour selon le nombre de spectacles\* d’humour vus annuellement**

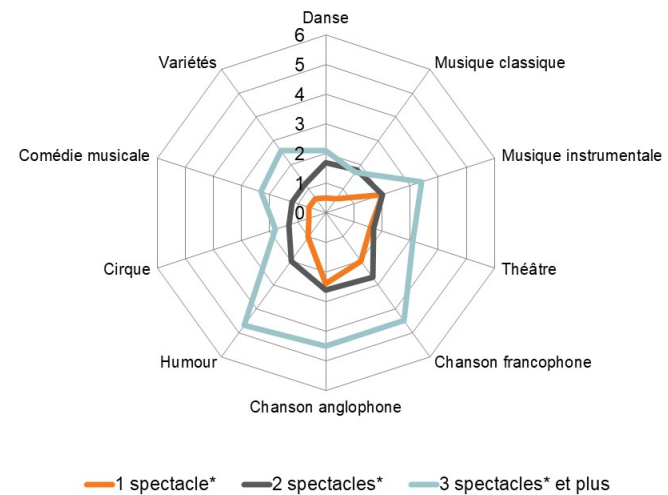


Les spectateurs\* qui ne voient qu'un seul spectacle\* d'humour au cours de l'année assistent généralement aussi à des spectacles\* de chanson anglophone et de musique instrumentale. Quand le nombre de spectacles\* augmente, le profil du spectateur évolue et les champs d'intérêt se déplacent.

Les personnes ayant vu deux spectacles d'humour montrent également une nette préférence pour la chanson anglophone et francophone, mais aussi pour la danse, la musique classique et la musique instrumentale. Les autres disciplines comme la comédie musicale, les variétés, le cirque et le théâtre sont en retrait.

Les spectateurs\* ayant vu trois spectacles et plus concentrent leurs sorties sur des spectacles\* d'humour ainsi que de chanson anglophone et francophone. La musique instrumentale, les variétés, la comédie musicale et la danse, mais aussi le théâtre, se retrouvent également dans leurs champs d'intérêt, alors qu'ils sont moins tournés vers le cirque ou la musique classique.

**fig.120 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* d'humour vus**



Le public des spectacles d'humour est constitué de 53 % de femmes et de 47 % d'hommes. C'est la même répartition que dans la population du Québec. Ces pourcentages varient de quelques points en fonction du niveau de fréquentation des spectacles\*. Les femmes sont les plus nombreuses dans le groupe « 1 spectacle\* », dans lequel elles constituent 56 % du public, tandis qu'elles sont minoritaires (48 %) dans le groupe « 2 spectacles\* ». Dans le groupe « 3 spectacles et plus », la parité est observée entre hommes et femmes.

Sur le plan de l'âge, les spectateurs\* se répartissent de manière assez égale au sein des fourchettes comprises entre 25 ans et 64 ans. Les groupes y affichent tous des pourcentages situés entre 16 % et 20 %. Le groupe des 25 ans à 34 ans est celui qui affiche 20 %. Il y a certaines variations liées au nombre de spectacles\* vus : par exemple, les publics rajeunissent dans le cas des fréquentations plus élevées. Ainsi, alors que les personnes âgées de 25 ans à 34 ans représentent 18 % des spectateurs\* qui voient 1 spectacle\* d'humour, elles représentent 26 % du public qui voit 3 spectacles\* et plus.

Quant au niveau de scolarité, ils sont 988 000 spectateurs\* d'humour à détenir un diplôme d'études professionnelles ou collégiales\* ou une attestation de spécialisation professionnelle. Ils représentent la moitié (50 %) des spectateurs\*. Le groupe formé par les diplômés universitaires, tous cycles confondus, représente 31 % et 604 000 spectateurs\*. Les diplômés du secondaire arrivent en troisième position et constituent 18 % du public.

On remarque que les diplômés universitaires du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle sont représentés de manière constante, quelles que soient leurs habitudes de fréquentation. Ils constituent 9 % des spectateurs\* qui ont vu 1, 2 et 3 spectacles et plus. Quant aux autres niveaux de scolarité, on ne remarque pas de schéma précis lié aux habitudes de fréquentation.

**tab.97 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* d'humour selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* d'humour vus (en milliers)**

		Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total	
		Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne
Genre	Masculin	3579	49 %	531	44 %	241	52 %	155	50 %	927	47 %
	Féminin	3671	51 %	672	56 %	224	48 %	156	50 %	1052	53 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1203</b>	<b>100 %</b>	<b>465</b>	<b>100 %</b>	<b>311</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	26	2 %	6	1 %	2	1 %	34	2 %
	18 à 24 ans	636	9 %	144	12 %	45	10 %	32	10 %	221	11 %
	25 à 34 ans	1096	15 %	216	18 %	101	22 %	81	26 %	398	20 %
	35 à 44 ans	1161	16 %	213	18 %	90	19 %	64	20 %	366	19 %
	45 à 54 ans	1078	15 %	209	17 %	74	16 %	49	16 %	332	17 %
	55 à 64 ans	1286	18 %	212	18 %	71	15 %	42	14 %	324	16 %
	65 à 74 ans	1404	19 %	156	13 %	68	15 %	37	12 %	261	13 %
	75 ans ou plus	412	6 %	27	2 %	10	2 %	5	2 %	42	2 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1203</b>	<b>100 %</b>	<b>465</b>	<b>100 %</b>	<b>311</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	19	2 %	4	1 %	3	1 %	26	1 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	23 %	236	20 %	83	18 %	43	14 %	362	18 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	47 %	584	49 %	244	53 %	160	51 %	988	50 %
	Diplôme d'études universitaires de 1 <sup>er</sup> cycle	1385	19 %	259	22 %	94	20 %	78	25 %	431	22 %
	Diplôme d'études universitaires de 2 <sup>e</sup> ou de 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	105	9 %	40	9 %	28	9 %	173	9 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1203</b>	<b>100 %</b>	<b>465</b>	<b>100 %</b>	<b>311</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>

Les personnes qui ont décroché un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle forment le groupe de spectateurs\* et l'assistance\* les plus nombreux avec 988 000 spectateurs\* et 1 812 000 entrées. Les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle arrivent en deuxième position avec 431 000 spectateurs\*, qui cumulent à eux seuls 756 000 entrées.

Les diplômés universitaires tous cycles confondus regroupent 604 000 spectateurs\* et 1 064 00 entrées à des spectacles\* d'humour. Le nombre moyen de spectacles\* vus varie assez peu selon le niveau de scolarité. Il oscille entre 1,8 et 1,6, pour une moyenne totale de 1,7 pour l'ensemble de la population.

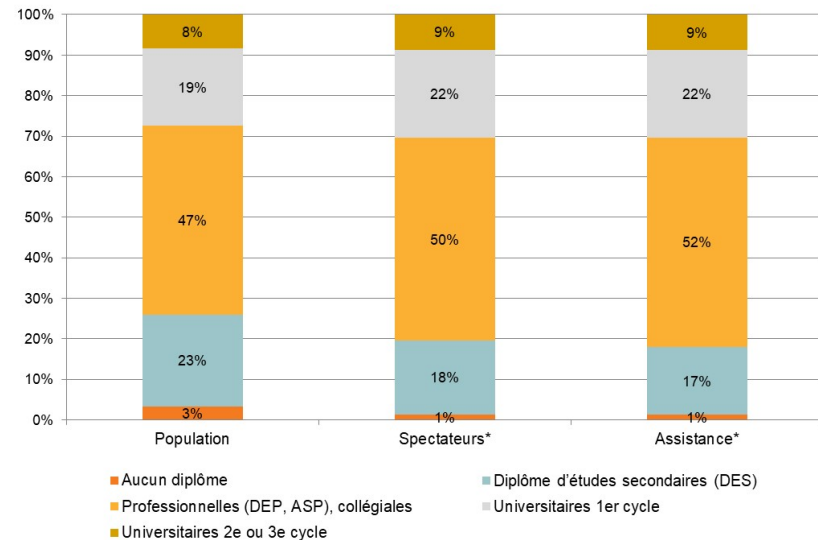
**tab.98 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* d'humour selon le niveau de scolarité (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	26	42	1,6
Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	362	587	1,6
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	988	1812	1,8
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1385	431	756	1,8
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	173	308	1,8
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>1979</b>	<b>3505</b>	<b>1,7</b>

Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle sont légèrement surreprésentés parmi les spectateurs\* de l'humour. Ils constituent 50 % des spectateurs\* et 52 % de l'assistance\* tout en ne représentant que 47 % de la population québécoise. Le même cas de figure s'applique aux diplômés universitaires. Les diplômés universitaires du 1<sup>er</sup> cycle représentent 19 % de la population, mais 22 % des spectateurs\* et de l'assistance\*. Les diplômés du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle universitaire, alors qu'ils représentent 8 % dans la population, constituent 9 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

C'est l'inverse du côté des détenteurs d'un diplôme d'études secondaires. Ils sont légèrement sous-représentés puisqu'ils constituent 23 % de la population contre 18 % des spectateurs\* et 17 % de l'assistance\*. Les non-diplômés, eux aussi, sont moins présents aux spectacles\* d'humour : ils représentent seulement 1 % des spectateurs\* et de l'assistance\* contre 3 % de la population.

**fig.121 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon le niveau de scolarité**





Les spectateurs\* d'humour sont d'abord des travailleurs à temps plein. Ils sont 1 127 000 et cumulent à eux seuls 2 104 000 entrées, soit près de 10 fois plus que l'assistance générée par les étudiants. Les retraités constituent le second groupe avec 395 000 spectateurs\* responsables d'une assistance\* de 619 000 entrées. Les étudiants et les travailleurs à temps partiel arrivent ensuite ex æquo avec respectivement 139 000 spectateurs\* pour 211 000 entrées et 137 000 spectateurs\*, mais une assistance\* plus importante de 234 000 entrées.

Sur le plan du nombre moyen de spectacles\* fréquentés, des écarts notables sont observés. La moyenne pour l'ensemble des spectateurs\* d'humour se situe à 1,8 pour l'ensemble de la population, mais elle oscille entre 1,4 pour la catégorie «à la maison» et 2,5 pour les personnes en recherche d'emploi ou sans emploi. Cette catégorie détient la plus grosse moyenne de nombre de spectacles\* vus; pourtant, elle ne représente que 24 000 spectateurs\* pour 60 000 entrées.

Aucune corrélation entre le nombre de spectateurs\* et le nombre moyen de spectacles\* vus n'apparaît clairement.

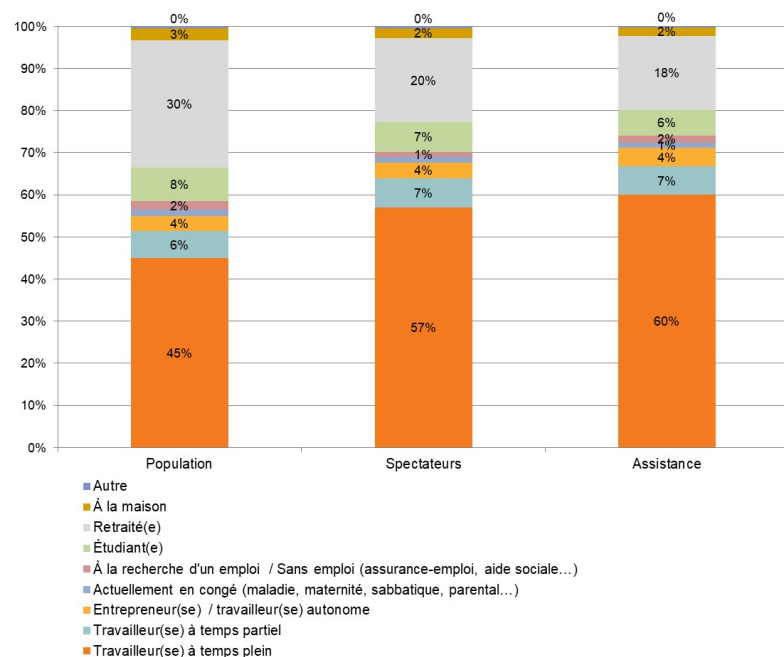
**tab.99 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* d'humour selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3257	1127	2104	1,9
Travailleur(se) à temps partiel	468	137	234	1,7
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	76	155	2,0
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	25	44	1,7
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	24	60	2,5
Étudiant(e)	577	139	211	1,5
Retraité(e)	2194	395	619	1,6
À la maison	209	48	66	1,4
Autre	35	8	13	1,6
<b>Total</b>	7250	1979	3505	1,8

Les travailleurs à plein temps, qui représentent plus de la moitié des spectateurs\* (57 %) et de l'assistance\* (60 %) en humour, sont beaucoup plus présents que dans la population générale (45 %). Les retraités sont le second groupe le plus important de spectateurs\* (20 %) et d'assistance\* (18 %); ils sont toutefois moins présents que dans la population québécoise (30 %). Toutes les autres situations professionnelles rapportées par les spectateurs\* reflètent sensiblement leur poids relatif dans la population.

Ce sont dans les 3 groupes d'âge qui couvrent de 25 ans à 54 ans que l'on trouve les nombres les plus grands de spectateurs\*. Le groupe des 35 ans à 44 ans domine avec 402 000 spectateurs\* et 820 000 entrées. Il présente aussi le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (2,0). Les autres tranches d'âge demeurent assez proches de la moyenne de 1,8 pour toutes les catégories, sauf chez les 16 ans à 17 ans (1,1).

**fig.122 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon la situation professionnelle**



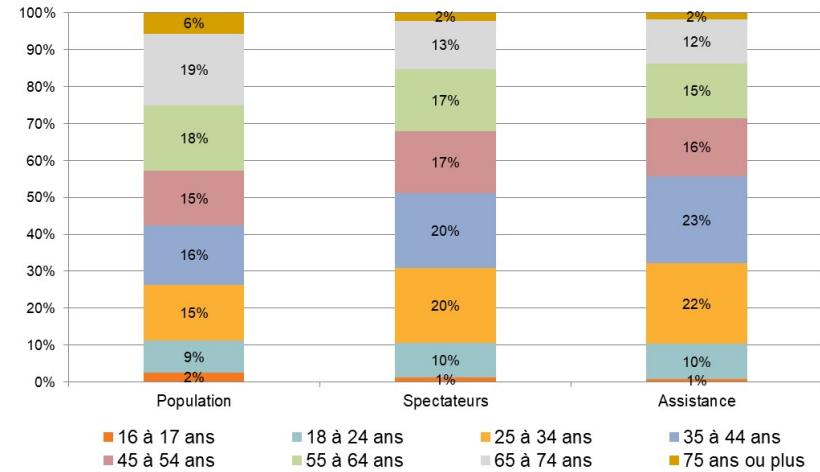
**tab.100 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon l'âge (en milliers)**

Âge	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	23	25	1,1
18 à 24 ans	636	188	337	1,8
25 à 34 ans	1096	398	767	1,9
35 à 44 ans	1161	402	820	2,0
45 à 54 ans	1078	333	556	1,7
55 à 64 ans	1286	333	514	1,5
65 à 74 ans	1404	259	421	1,6
75 ans ou plus	412	44	65	1,5
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>1979</b>	<b>3505</b>	<b>1,8</b>

Chez tous les groupes compris entre 18 ans à 54 ans, on remarque une légère surreprésentation chez les publics des spectacles\* d'humour. Cet écart est plus important chez les 25 ans à 34 ans et les 35 ans à 44 ans. On ne constate pas d'écart majeur entre la répartition des spectateurs\* et celle de l'assistance\* à travers les différents groupes d'âge. Les groupes de 25 ans à 34 ans et de 35 ans à 44 ans constituent chacun 20 % des spectateurs. Un léger écart se voit sur le plan de l'assistance\*. Les plus jeunes représentent 22 % et les plus vieux, 23 %, tandis qu'ils forment respectivement 15 % et 16 % de la population. Chez les 18 ans à 24 ans et 45 ans à 54 ans, on remarque aussi un écart, mais plus petit, puisqu'il n'excède pas 2 %. Les 18 ans à 24 ans représentent 9 % de la population, mais 10 % des spectateurs\* et de l'assistance\*. Les 45 ans à 54 ans constituent 15 % de la population pour 17 % des spectateurs\* et 16 % de l'assistance\*.

L'âge moyen du spectateur\* d'humour, qui est de 45 ans, est moins élevé que l'âge moyen de la population québécoise de 16 ans et plus, qui s'établit à 48 ans. Il est aussi moins élevé que celui du spectateur\* pour l'ensemble des disciplines des arts de la scène, qui est de 46 ans.

**fig.123 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon l'âge**



Ce sont les tranches de revenu du ménage les plus élevées qui sont associées aux parts les plus importantes de spectateurs\* et d'assistance\* aux spectacles\* d'humour. Les spectateurs\* ayant un revenu du ménage de 120 000 \$ et plus sont les plus nombreux (593 000) et cumulent 1 041 000 entrées. C'est plus de 10 fois plus que la catégorie des moins de 20 000 \$ de revenu, qui affichent un nombre beaucoup moins élevé de spectateurs\* (57 000), générant 82 000 entrées.

Au deuxième rang se classent les spectateurs\* ayant un revenu du ménage de 100 000 \$ à 119 999 \$. Ils sont 322 000 spectateurs\* et génèrent une assistance\* de 583 000 entrées. En troisième place arrive la tranche de revenu du ménage de 80 000 \$ à 99 999 \$ avec 280 000 spectateurs\* et une assistance\* équivalente à 500 000 entrées.

Concernant le nombre moyen de spectacles\*, il fluctue entre 1,5 et 2,2 selon les différentes catégories. Pour l'ensemble de la population, il se situe à 1,8. Les spectateurs dont le revenu est situé entre 40 000 \$ et 49 999 \$ sont ceux qui présentent le nombre moyen de spectacles\* d'humour vus le plus haut, soit 2,2. Les spectateurs\* qui perçoivent un revenu inférieur à 20 000 \$ et ceux dont le revenu se situe entre 60 000 \$ et 69 999 \$ assistent en moyenne à 1,5 spectacle\* d'humour annuellement.

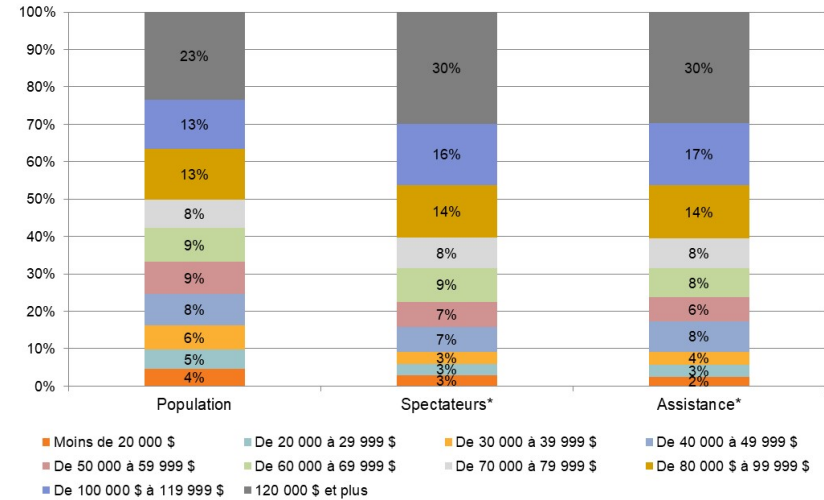
**tab.101 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	57	82	1,5
20 000 à 29 999 \$	381	61	114	1,9
30 000 à 39 999 \$	469	64	126	2,0
40 000 à 49 999 \$	605	132	286	2,2
50 000 à 59 999 \$	633	131	221	1,7
60 000 à 69 999 \$	646	180	277	1,5
70 000 à 79 999 \$	557	160	274	1,7
80 000 à 99 999 \$	974	280	500	1,8
100 000 à 119 999 \$	963	322	583	1,8
120 000 \$ et plus	1698	593	1041	1,8
<b>Total</b>	7250	1979	3505	1,8

Comparées à la répartition qui prévaut dans la population québécoise, les tranches de revenu inférieures à 70 000 \$ tendent à être sous-représentées sur le plan tant des spectateurs\* que de l'assistance\*, tandis que les tranches de 80 000 \$ et plus sont surreprésentées. On ne note pas d'écart significatif entre la répartition des spectateurs\* et celle de l'assistance\* à travers les différentes fourchettes de revenu, excepté pour les catégories de spectateurs\* dont le revenu est entre 100 000 \$ et 119 999 \$ et ceux dont le revenu est de 120 000 \$ et plus.

Ceux qui perçoivent entre 100 000 et 119 999 \$ représentent 13 % de la population, mais 16 % des spectateurs\* et 17 % de l'assistance\*. Ceux qui perçoivent 120 000 \$ et plus constituent 23 % de la population, mais 30 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

**fig.124 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon le revenu du ménage — après imputation**



Les données sur la répartition territoriale montrent que, de manière générale, la répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* des spectacles\* d'humour suit sensiblement celle de la population des différentes régions.

Il y a tout de même quelques exceptions. Elles sont moins évidentes sur la base de la division par RMR, même si, par exemple, la RMR de Montréal, qui compte pour près de la moitié (49 %) des spectateurs\* et de l'assistance\* (48 %) des spectacles d'humour, présente un très léger écart comparativement à sa proportion au sein de la population (50 %). Le reste du Québec présente un écart minime, mais démontre inversement qu'il y a une très légère surreprésentation de ses habitants aux spectacles d'humour puisqu'ils constituent 41 % du public et de l'assistance, mais seulement 40 % de la population. Pour la RMR de Québec, c'est l'équilibre total : on retrouve l'exact même pourcentage (10 %) dans la population, les spectateurs et l'assistance.

L'écart s'avère plus significatif entre les régions centrales, qui sont sous-représentées (26 % des spectateurs\* et 29 % de l'assistance\* contre 33 % de la population), et les régions périphériques, qui sont surreprésentées (48 % des spectateurs\* et 41 % de l'assistance\* contre 42 % de la population).

Sur la base des régions individuelles, la Montérégie et Montréal sont les deux plus importants bassins de spectateurs\*. La Montérégie représente 20 % des spectateurs\* (405 000) et 21 % de l'assistance\* (723 000). Sa représentativité dans l'ensemble de la population québécoise n'est pourtant que de 18 %. Le nombre moyen de spectacles\* vus par les habitants de cette région reflète exactement le nombre moyen de l'ensemble de la population (1,8).

La région de Montréal arrive seconde avec ses 356 000 spectateurs\*, qui génèrent 694 000 entrées. Cela représente 18 % des spectateurs\* et 20 % de l'assistance\*. Le nombre moyen de spectacles\* vus y est de 1,9, ce qui donne lieu à un léger écart avec le nombre moyen pour l'ensemble de la population.

La Capitale-Nationale se classe au troisième rang avec une part de 8 % des spectateurs\* (167 000) et de 9 % de l'assistance\* (328 000 entrées) de même qu'une moyenne de 2 spectacles\* vus, ce qui correspond au plus haut nombre moyen parmi les régions. Sa population représente 9 % de celle du Québec en entier; sa représentativité est donc reflétée.

Les zones urbaines sont légèrement surreprésentées parmi le public\* des spectacles\* d'humour. Elles constituent 86 % des spectateurs\* et 87 % de l'assistance\* bien que 84 % de la population s'y trouvent. C'est l'inverse pour les zones rurales, qui sont légèrement sous-représentées. Elles représentent 16 % de la population, mais seulement 14 % des spectateurs\* et 13 % de l'assistance\*.

Concernant le nombre moyen de spectacles\*, il n'y a pas d'écart notable. Il fluctue selon les régions entre 2,0 et 1,5, pour un nombre moyen de 1,8. Les régions qui affichent la plus forte fréquentation sont le Bas-Saint-Laurent, la Capitale-Nationale, la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, suivies de Montréal, de l'Estrie et du Centre-du-Québec. Les régions où la fréquentation est la plus basse sont Lanaudière et Chaudière-Appalaches.

**tab.102 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* d'humour selon la répartition territoriale**

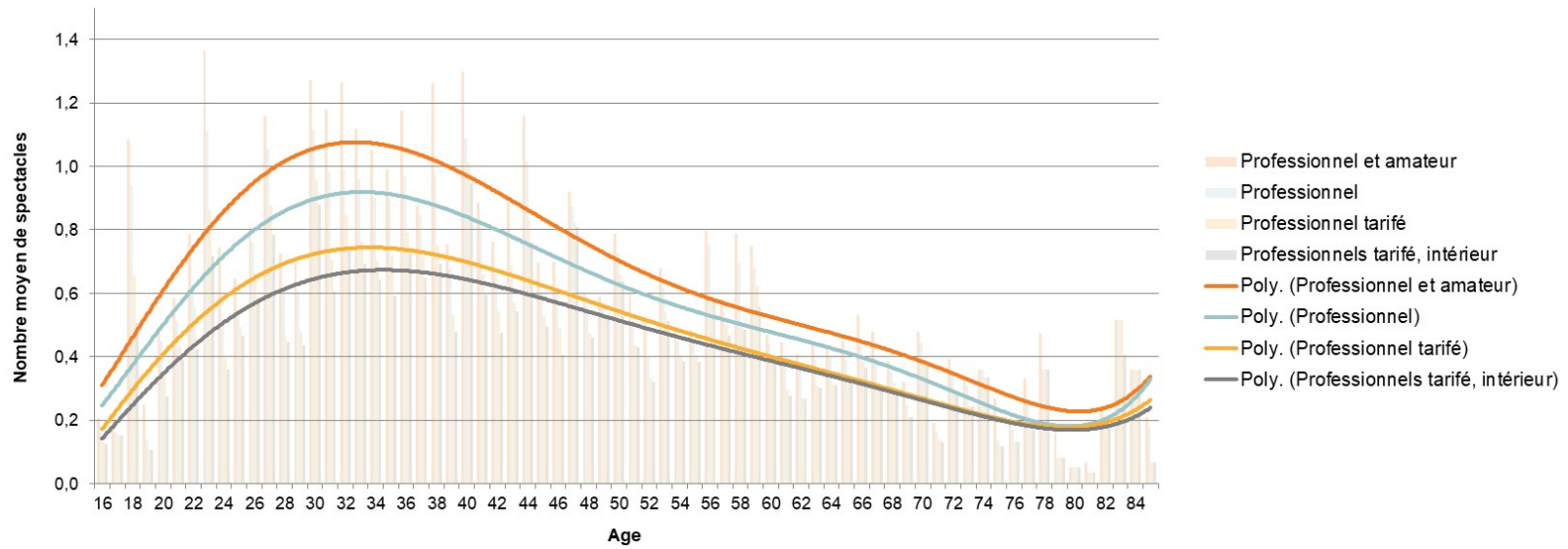
		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3626	50 %	965	49 %	1 698	48 %	1,8
	Québec	714	10 %	203	10 %	362	10 %	1,8
	Reste du Québec	2910	40 %	811	41 %	1 445	41 %	1,8
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>	<b>3505</b>	<b>100 %</b>	<b>1,8</b>
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2360	33 %	523	26 %	1022	29 %	2,0
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2982	41 %	944	48 %	1557	44 %	1,7
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1184	16 %	325	16 %	580	17 %	1,8
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	187	9 %	346	10 %	1,9
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>	<b>3505</b>	<b>100 %</b>	<b>1,8</b>
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	58	3 %	115	3 %	2,0
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	64	3 %	113	3 %	1,8
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	167	8 %	328	9 %	2,0
	Mauricie (4)	218	3 %	65	3 %	113	3 %	1,7
	Estrie (5)	374	5 %	95	5 %	179	5 %	1,9
	Montréal (6)	1728	24 %	356	18 %	694	20 %	1,9
	Outaouais (7)	400	6 %	117	6 %	199	6 %	1,7
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	27	1 %	47	1 %	1,7
	Côte-Nord (9)	61	1 %	21	1 %	37	1 %	1,8
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	1	0 %	2	0 %	1,7
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	16	1 %	33	1 %	2,0
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	111	6 %	167	5 %	1,5
	Laval (13)	372	5 %	111	6 %	176	5 %	1,6
	Lanaudière (14)	487	7 %	147	7 %	240	7 %	1,6
	Laurentides (15)	478	7 %	169	9 %	251	7 %	1,5
	Montérégie (16)	1296	18 %	405	20 %	723	21 %	1,8
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	48	2 %	89	3 %	1,9
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>	<b>3505</b>	<b>100 %</b>	<b>1,8</b>	
<b>Zones</b>	Rurales	1138	16 %	285	14 %	463	13 %	1,6
	Urbaines	6112	84 %	1695	86 %	3042	87 %	1,8
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>1979</b>	<b>100 %</b>	<b>3505</b>	<b>100 %</b>	<b>1,8</b>

Le graphique suivant met en perspective les publics pour les spectacles d'humour selon le type de spectacles et l'âge. Les courbes mettent en évidence les tendances selon la nature des spectacles vus. Celles-ci sont cumulatives : la première (en bas) rend compte des spectacles professionnels tarifés vus en salle; la deuxième courbe compte en plus les spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur; la troisième ajoute les spectacles professionnels gratuits; et la quatrième ajoute les spectacles amateurs.

L'examen de ces courbes montre que le nombre de spectacles d'humour professionnels tarifés vus en salle est très important. Avec un pic au début de la trentaine, ce nombre diminue progressivement avec l'âge, mais remonte après 80 ans. Il en va de même avec les spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur, dont la courbe épouse presque la première. Quant à la courbe qui intègre les spectacles gratuits, les fluctuations apparaissent de façon plus marquée, mais suivent le même schéma. Pour ce qui est des spectacles amateurs, autant le nombre de spectacles vus grimpe de manière plus abrupte jusqu'au début de la trentaine, autant la diminution suit sensiblement les courbes précédentes.



**fig.125 Nombre moyen de spectacles d'humour selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)**  
**Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



### 3.3.9 Cirque

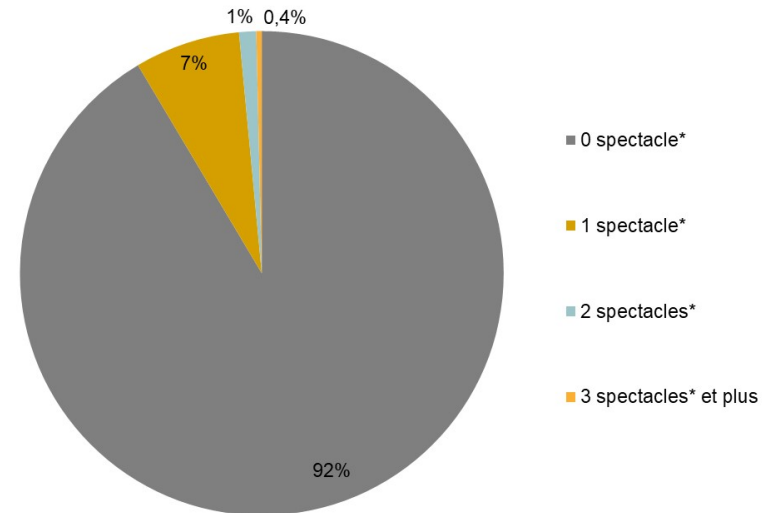
En 2023, l'assistance totale pour les spectacles professionnels tarifés de cirque était de 783 000. L'assistance aux spectacles professionnels gratuits s'élevait à près de 471 000 et à 273 000 pour les spectacles amateurs.

Seulement 8,4 % de la population du Québec de plus de 16 ans a assisté à au moins 1 spectacle\* de cirque, ce qui équivaut à 620 000 spectateurs. Les publics du cirque ont vu en moyenne 1,3 spectacle professionnel tarifé.

L'assistance\* se répartit de façon quasi équivalente entre les hommes (51 %) et les femmes (49 %). Les différentes tranches d'âge comprises entre 18 ans et 74 ans sont réparties de façon assez équilibrée parmi les spectateurs\* et l'assistance\* aux spectacles\* de cirque. Les pourcentages de représentation oscillent entre 14 % et 19 %. Les 2 tranches d'âge comprises entre 25 ans et 44 ans affichent les parts les plus élevées de l'assistance\* à ce type de spectacles\* : 17 % et 19 %. Les 25 ans à 34 ans affichent également un nombre moyen de spectacles\* vus plus élevé (1,6). À eux seuls, ils représentent près d'un tiers (31 %) des spectateurs\* ayant vu 3 spectacles\* de cirque et plus. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de cirque est de 45 ans. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (32 %) et de la Montérégie (21 %).

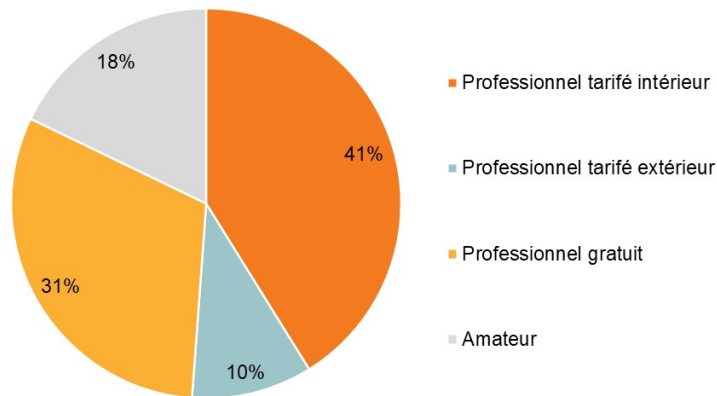
Au Québec, en 2023, 8,4 % de la population a déclaré avoir vu au moins 1 spectacle\* de cirque. Au sein de ce bassin de spectateurs\*, la plus grande part (7 %) a assisté à 1 seul spectacle\* (511 000 personnes). Seulement 1 % de la population (83 000 personnes) a vu 2 spectacles\*, et moins de 0,4 % (26 000 personnes), 3 spectacles\* et plus.

**fig.126 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de cirque**



L'assistance aux spectacles de cirque est constituée dans une proportion de 41 % de spectacles professionnels tarifés vus en salle. Les spectacles professionnels gratuits représentent ensuite une part de 31 % des entrées, tandis que les spectacles amateurs composent 18 % de l'assistance. Au quatrième rang, les spectacles professionnels tarifés extérieurs regroupent 10 % des entrées aux spectacles de cirque. Combinés, les différents types de spectacles professionnels représentent 82 % de l'assistance.

**fig.127 Répartition de l'assistance aux spectacles de cirque selon le type de spectacles**



En considérant les publics des différents types de spectacles de cirque, on dénombre quelque 909 000 spectateurs. De ce nombre, 93 % voient des spectacles professionnels, tarifés ou gratuits, et 23 % assistent à des spectacles amateurs, et ce, en combinaison ou non avec d'autres types de spectacles.

Certains de ces spectateurs ont des comportements exclusifs. En 2023, 52 % des spectateurs (470 000 personnes) n'ont assisté qu'à des spectacles professionnels tarifés, 19 % (171 000 spectateurs) n'ont fréquenté que des spectacles professionnels gratuits et 7 % (66 000 spectateurs) n'ont vu que des spectacles amateurs.

**tab.103 Composition des publics du cirque selon le type de spectacles fréquentés en cirque (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	470	52 %	} 93 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	171	19 %	
Professionnels tarifés et gratuits	59	6 %	
Professionnels tarifés et amateurs	51	6 %	
Professionnels gratuits et amateurs	52	6 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	41	4 %	
Amateurs seulement	66	7 %	} 23 % amateurs
<b>Total</b>	<b>909</b>	<b>100 %</b>	

En tenant compte de l'ensemble des publics\* des arts de la scène, on remarque que plus de la moitié (53 %) de ces spectateurs\* sont des insatiables et ont vu 20 spectacles\* et plus. Près du tiers (31 %) de ces publics, soit 107 000 spectateurs\*, ont assisté à au moins 1 spectacle\* de cirque au cours de 2023. Chez les occasionnels (152 000), la part des spectateurs\* qui a vu 1 spectacle\* de cirque ne représente que 8 % et le nombre moyen de spectacles vus est de 1,0; chez les insatiables (50 000), on retrouve un nombre moyen de spectacles vu de 2,4. Le groupe le plus nombreux (166 000 spectateurs\*) se trouve chez les assidus, dont 21 % ont vu du cirque.

Le nombre moyen de spectacles\* de cirque qu'ont vus les spectateurs\* de cirque en 2023 est de 1,3. Ce nombre grimpe à 7,4 spectacles\* pour toutes les disciplines confondues. Ce chiffre élevé permet de remarquer qu'en comparaison des publics de l'ensemble des disciplines, qui, eux, affichent une moyenne de 4,4, les spectateurs de cirque consomment un nombre assez élevé de spectacles dans l'ensemble des disciplines.

En considérant individuellement chaque catégorie d'intensité de fréquentation, on note que, chez les spectateurs\* de cirque, le nombre moyen de spectacles\* vus varie peu, sauf chez les insatiables (2,4), alors que toutes les autres catégories se maintiennent entre 1,0 et 1,4.

**tab.104 Part des spectateurs\* de cirque parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Cirque	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1948	152	8 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	145	15 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	166	21 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	107	31 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	50	53 %
<b>Total</b>	<b>4156</b>	<b>620</b>	<b>15 %</b>

**tab.105 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de cirque**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour le cirque	
	Ensemble des disciplines	Cirque	Ensemble des disciplines	Cirque
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,6	1,0
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,2	3,4	1,1
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,3	6,7	1,2
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	0,4	12,5	1,4
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	1,3	27,4	2,4
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,1</b>	<b>7,4</b>	<b>1,3</b>

En 2023, 620 000 spectateurs\* ont généré une assistance\* de 783 000 entrées à des spectacles\* de cirque. La très grande majorité (82 %) de ces spectateurs\*, soit 511 000 personnes, n'a vu que 1 spectacle\*. Ceux qui ont fréquenté 2 spectacles\* (83 000 personnes) représentent 13 % des spectateurs\*, mais ont cependant généré une assistance\* de 21 % avec 166 000 entrées.

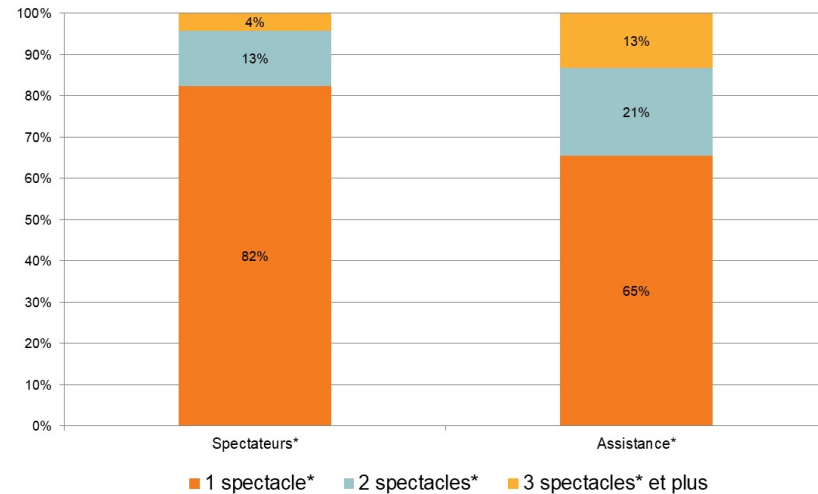
On remarque que les 4 % de spectateurs\* qui ont vu 3 spectacles\* et plus représentent 13 % de l'assistance\*, soit un chiffre qui équivaut à plus du triple de leur pourcentage. Ces 26 000 spectateurs\* génèrent 104 000 entrées.

Les 82 % de spectateurs\* qui n'ont vu que 1 spectacle\* expliquent 65 % de l'assistance\*. La part de l'assistance\* que représentent les 13 % qui ont vu 2 spectacles\* est, quant à elle, de 21 %.

**tab.106 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de cirque selon le nombre de spectacles de cirque\* vus (en milliers)**

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	511	512
2 spectacles*	83	166
3 spectacles* et plus	26	104
<b>Total</b>	<b>620</b>	<b>783</b>

**fig.128 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de cirque selon le nombre de spectacles\* de cirque vus annuellement**

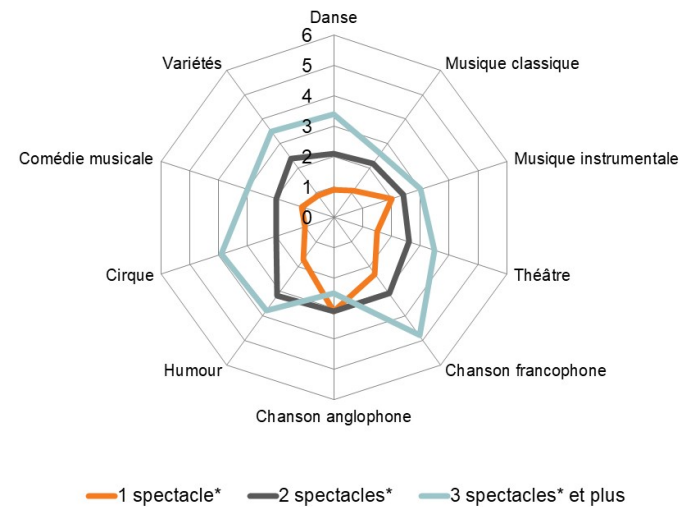


Ce qui se dégage des profils des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de cirque vus, c'est que le spectateur\* de cirque est un amateur de plusieurs disciplines des arts de la scène. Ainsi, les spectateurs\* qui ne voient qu'un spectacle\* de cirque au cours de l'année assistent également à des spectacles\* de musique instrumentale, de théâtre et d'humour.

Plus le nombre de spectacles\* vus augmente, plus l'intérêt pour d'autres disciplines s'élargit. Les spectateurs\* qui assistent à deux spectacles\* de cirque voient de l'humour, des variétés, de la chanson anglophone et francophone et du théâtre. On remarque également une fréquentation accrue des spectacles\* de danse, de comédie musicale, de musique classique et de musique instrumentale.

Quant aux spectateurs\* qui assistent à trois spectacles\* et plus, ils sont attirés en priorité par la chanson francophone et l'humour, puis arrivent la danse et les variétés. On remarque aussi un recul notable de l'intérêt pour la chanson anglophone chez ce type de spectateur\*.

**fig.129 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de cirque vus**



La répartition selon le genre des spectateurs\* de cirque rend compte d'une légère majorité d'hommes, dans une proportion de 51 % contre 49 % de femmes. Cette proportion d'hommes est notamment accentuée de façon importante dans les groupes des spectateurs\* qui voient 2 spectacles\* (66 %) et 3 spectacles\* et plus (59 %). La seule catégorie où les femmes arrivent en tête est celle du groupe de fréquentation où les spectateurs\* ne voient que 1 spectacle\* : elles y représentent 52 % du public\*.

Les spectateurs\* de cirque sont distribués relativement équitablement entre les 5 tranches d'âge comprises entre 18 ans et 74 ans. Cette part varie de 14 % à 19 %.

La tranche dans laquelle on retrouve le plus grand nombre de spectateurs\* est celle des 35 ans à 44 ans (19 %). En seconde position, les 25 ans à 34 ans constituent 17 % des spectateurs et 31 % des spectateurs\* qui consomment 3 spectacles et plus\*. Les tranches de 45 ans à 54 ans et de 55 ans à 64 ans viennent tout de suite après, représentant chacune 16 %. Le groupe des 16 ans à 17 ans ainsi que celui des 75 ans et plus ne représentent chacun que 2 % des spectateurs\*. Les 16 ans à 17 ans sont par ailleurs absents du niveau de fréquentation élevé (3 spectacles et plus).

Dans les différents niveaux de fréquentation, la répartition est généralement assez semblable au portrait global, avec quelques écarts mineurs. Les pourcentages les plus élevés dans la catégorie des 3 spectacles\* et plus se retrouvent tous dans les tranches d'âge qui vont de 18 ans à 44 ans.

Même si la répartition du public des spectacles de cirque en fonction de son âge suit sensiblement le même pourcentage que son poids dans la population, on remarque que certaines catégories ont un écart d'un à cinq points. Les 18 ans à 24 ans, qui ne représentent que 9 % de la population, constituent pourtant 14 % du public. À l'inverse, les 65 ans à 74 ans, qui, eux, représentent 19 % de la population, ne sont que 15 % du public, et les 75 ans et plus, qui représentent 6 % de la population, ne constituent que 2 % du public des spectacles\* de cirque.

**tab.107 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de cirque selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de cirque vus (en milliers)**

	Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total		
	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	
Genre	Masculin	3579	49 %	246	48 %	55	66 %	16	59 %	316	51 %
	Féminin	3671	51 %	265	52 %	28	34 %	11	41 %	304	49 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>511</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>26</b>	<b>100 %</b>	<b>620</b>	<b>100 %</b>
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	11	2 %	1	2 %	0	0 %	13	2 %
	18 à 24 ans	636	9 %	62	12 %	16	19 %	6	22 %	84	14 %
	25 à 34 ans	1096	15 %	80	16 %	15	18 %	8	31 %	103	17 %
	35 à 44 ans	1161	16 %	98	19 %	15	18 %	5	21 %	118	19 %
	45 à 54 ans	1078	15 %	83	16 %	12	15 %	3	11 %	98	16 %
	55 à 64 ans	1286	18 %	86	17 %	12	14 %	2	6 %	99	16 %
	65 à 74 ans	1404	19 %	81	16 %	10	11 %	2	7 %	92	15 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>511</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>26</b>	<b>100 %</b>	<b>620</b>	<b>100 %</b>
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	5	1 %	2	2 %	0	0 %	7	1 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	23 %	91	18 %	12	14 %	12	46 %	115	19 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	47 %	225	44 %	35	42 %	5	19 %	265	43 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1385	19 %	125	25 %	22	27 %	8	29 %	155	25 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	64	13 %	12	15 %	2	6 %	78	13 %
	<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>511</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>26</b>	<b>100 %</b>	<b>620</b>	<b>100 %</b>



La répartition des spectateurs\* de cirque selon le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* vus indique qu'ils se retrouvent en plus grand nombre parmi les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle. Ces 265 000 spectateurs\* forment une assistance\* de 316 000. Cette catégorie de spectateurs\* voit en moyenne 1,2 spectacle\*.

Le groupe formé des personnes ayant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, arrive au deuxième rang et représente plus du tiers des spectateurs\* (38 %). Ceux-ci totalisent 233 000 personnes et sont responsables de 298 000 entrées. Les diplômés universitaires du premier cycle voient en moyenne 1,3 spectacle\*, tandis que ceux du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle en fréquentent 1,2.

Les détenteurs d'un diplôme d'études secondaires se placent en troisième position avec 115 000 spectateurs\*, qui génèrent 159 000 entrées. Ils constituent 19 % des spectateurs\* et 20 % de l'assistance\*, mais affichent le nombre moyen le plus élevé (1,4).

Le groupe le moins représenté parmi les spectateurs\* de cirque est celui des non-diplômés. Ils sont seulement 7 000 spectateurs\* et génèrent 9 000 entrées.

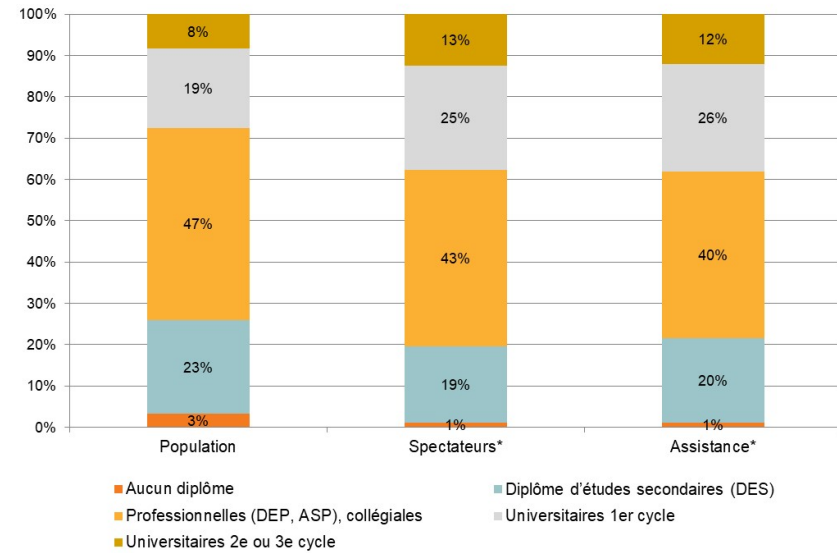
**tab.108 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de cirque selon le niveau de scolarité (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	7	9	1,3
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	115	159	1,4
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	265	316	1,2
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	155	204	1,3
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	78	94	1,2
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>620</b>	<b>783</b>	<b>1,3</b>

Les personnes disposant d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle sont légèrement sous-représentées au sein des publics\* du cirque : elles constituent 43 % des spectateurs\*, mais seulement 40 % de l'assistance\* totale pour le cirque, alors que leur poids relatif dans la population est de 47 %. C'est également le cas des personnes ayant un diplôme d'études secondaires et de celles qui sont sans diplôme : elles sont présentes en moins grand nombre parmi les spectateurs\* et l'assistance\*, bien qu'avec des écarts moindres. Le phénomène contraire s'observe chez les diplômés universitaires, particulièrement ceux du 1<sup>er</sup> cycle : ils constituent 25 % des spectateurs\* et récoltent 26 % de l'assistance\*, mais représentent seulement 19 % de la population.

Les diplômés universitaires des autres cycles comptent pour 8 % de la population contre 13 % des spectateurs\* et 12 % de l'assistance\* totale aux spectacles\* de cirque.

**fig.130 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de cirque selon le niveau de scolarité**



Sur le plan de la situation professionnelle, le plus grand nombre de spectateurs\* de cirque se retrouve chez les travailleurs à temps plein. Totalisant 319 000 spectateurs\* et une assistance\* de 416 000, ils constituent plus de la moitié des spectateurs\* (51 %) et de l'assistance\* (53 %). Ils voient 1,3 spectacle\*, ce qui correspond exactement à la moyenne pour l'ensemble de la population.

Les retraités sont le second groupe en importance avec 154 000 spectateurs\*, soit le quart du public\* (25 %), et une assistance\* de 180 000 entrées (23 %).

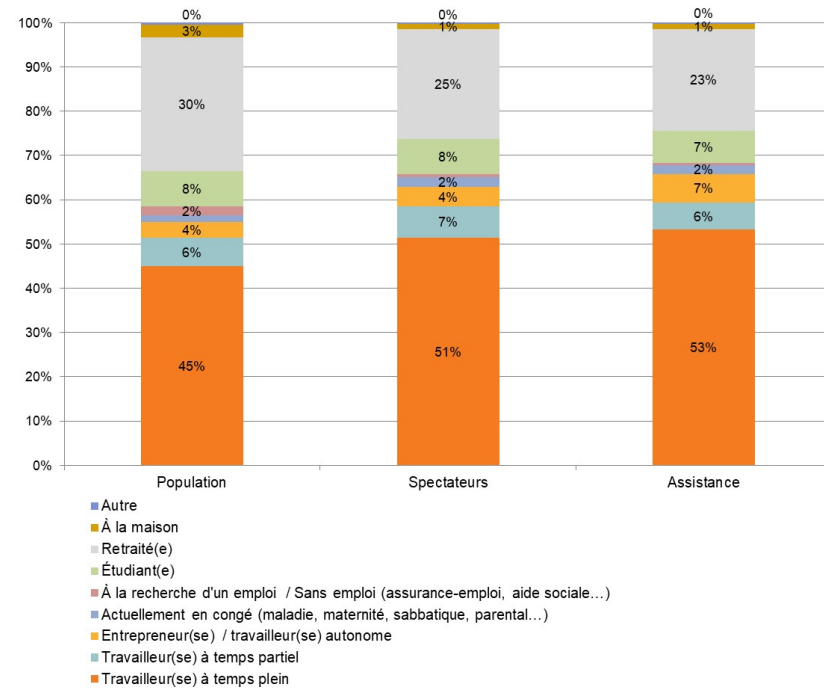
Le nombre moyen de spectacles\* vus par les spectateurs\* de cirque varie en fonction de la situation professionnelle. On remarque un écart considérable entre les catégories « autre » et « à la recherche ou sans emploi » (qui voient le nombre moyen de spectacles\* de cirque le moins élevé [1,0]) et la catégorie « entrepreneur ou travailleur autonome » (où les spectateurs\* assistent en moyenne à 1,9 spectacle\*). La majorité des groupes classés selon la situation professionnelle oscille entre 1,0 et 1,3 spectacle\* vu annuellement.

**tab.109 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de cirque selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	319	416	1,3
Travailleur(se) à temps partiel	468	44	47	1,1
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	27	51	1,9
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parentale, etc.)	111	14	15	1,1
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	5	5	1,0
Étudiant(e)	577	49	56	1,2
Retraité(e)	2 194	154	180	1,2
À la maison	209	7	9	1,2
Autre	35	2	2	1,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>620</b>	<b>783</b>	<b>1,3</b>

En comparant le poids que représentent les diverses catégories de situation professionnelle chez les spectateurs\* et dans l'assistance\* avec celui de leur présence dans la population du Québec, on remarque que le groupe des travailleurs à temps plein compte davantage chez les spectateurs\* (51 %) du cirque et dans l'assistance\* générée (53 %) que ce qu'il représente dans la population totale (45 %). Les retraités sont, quant à eux, sous-représentés avec 25 % des spectateurs\* et 23 % de l'assistance\* contre 30 % de la population entière. Les autres groupes affichent des pourcentages relativement semblables à ce qu'ils représentent dans la population québécoise.

**fig.131 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de cirque selon la situation professionnelle**



L'âge moyen du spectateur de cirque est de 46 ans. Il est équivalent à la moyenne des spectateurs\* pour l'ensemble des disciplines, tout en étant un peu plus bas que celui de la population québécoise des 16 ans et plus (48 ans).

La tranche d'âge la plus représentée parmi les spectateurs\* du cirque est celle des 35 ans à 44 ans. Elle est aussi responsable d'une assistance\* qui atteint les 158 000 entrées, ce qui est presque au même niveau que le groupe des 25 ans à 34 ans, qui arrive au sommet avec une assistance\* totale de 158 000. Cette dernière tranche d'âge affiche aussi le nombre moyen de spectacles\* vus le plus haut, soit 1,6, ce qui est nettement plus élevé que le nombre moyen pour toute la population.

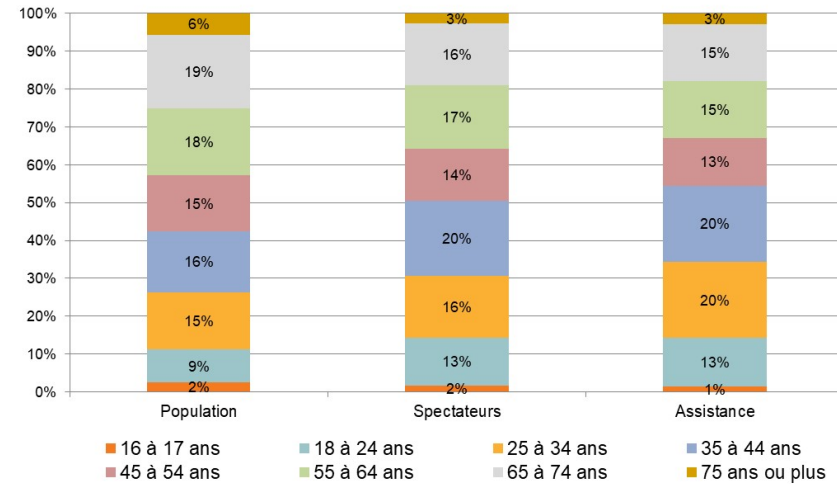
**tab.110 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de cirque selon l'âge (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	11	11	1,0
18 à 24 ans	636	79	101	1,3
25 à 34 ans	1 096	101	158	1,6
35 à 44 ans	1 161	123	157	1,3
45 à 54 ans	1 078	85	99	1,2
55 à 64 ans	1 286	104	117	1,1
65 à 74 ans	1 404	101	117	1,2
75 ans ou plus	412	17	23	1,4
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>620</b>	<b>783</b>	<b>1,3</b>

Les données indiquent que les tranches d'âge comprises entre 18 ans et 44 ans sont surreprésentées chez les spectateurs\* de cirque par rapport au poids relatif de ces catégories d'âge dans la population. Les 18 ans à 24 ans, bien qu'ils ne constituent que 9 % de la population, représentent 13 % des spectateurs\* et de l'assistance\*. Les 25 ans à 34 ans, eux, bien qu'ils ne constituent que 15 % de la population, représentent 16 % des spectateurs\* et 20 % de l'assistance\*. Et toujours dans le même type de proportion, les 35 ans à 44 ans constituent 16 % de la population, mais 20 % des spectateurs\* et de l'assistance\*.

À partir de 45 ans, la tendance s'inverse et les tranches d'âge jusqu'à 75 ans et plus sont légèrement sous-représentées. L'écart ne dépasse cependant jamais 3 %.

**fig.132 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* aux spectacles\* de cirque selon l'âge**



Quand on observe les liens entre les comportements des spectateurs\* et le revenu du ménage, on remarque que plus le revenu est élevé, plus les spectateurs\* sont nombreux.

La catégorie du public dont le ménage gagne 120 000 \$ et plus rassemble le plus de spectateurs\*(168 000) et génère l'assistance\* la plus élevée (188 000). Ces spectateurs\* ne voient en moyenne que 1,1 spectacle par an, ce qui est inférieur à la moyenne pour l'ensemble des catégories (1,3).

La catégorie la moins représentée est celle des spectateurs\* dont le ménage perçoit moins de 20 000 \$. Ils sont 19 000 et assurent tout autant d'entrées. Entre ces deux catégories, l'augmentation du nombre des spectateurs\* suit la même courbe que celle de l'augmentation du revenu.

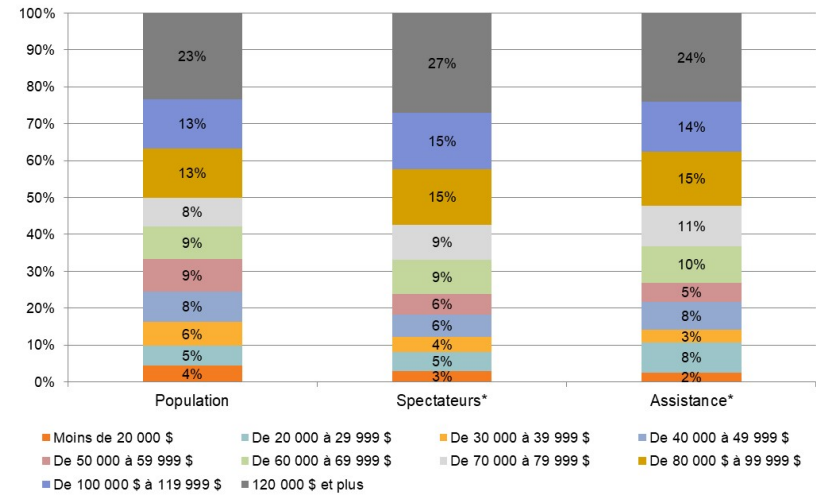
La tranche du revenu qui affiche le plus haut taux de fréquentation est celle qui va de 20 000 \$ à 29 999 \$. Ce public\* voit en moyenne 2,1 spectacles\*. Cela représente un écart assez important avec le nombre moyen de spectacles\* vus par l'ensemble de la population, qui se situe à 1,3. On remarque que le nombre moyen de spectacles\* vus fluctue entre 1,1 (chiffre pour quatre des catégories) et 2,1 pour la catégorie précédemment nommée.

**tab.111 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de cirque selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	19	19	1,1
20 000 à 29 999 \$	381	31	65	2,1
30 000 à 39 999 \$	469	25	26	1,1
40 000 à 49 999 \$	605	39	60	1,6
50 000 à 59 999 \$	633	35	40	1,2
60 000 à 69 999 \$	646	57	76	1,3
70 000 à 79 999 \$	557	59	87	1,5
80 000 à 99 999 \$	974	93	114	1,2
100 000 à 119 999 \$	963	95	107	1,1
120 000 \$ et plus	1 698	168	188	1,1
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>620</b>	<b>783</b>	<b>1,3</b>

La distribution des revenus du ménage des spectateurs\* et de ce qu'on retrouve dans la population est assez similaire, à l'exception de la tranche du revenu la plus élevée, soit 120 000 \$ et plus. Cette tranche est proportionnellement plus présente parmi les publics\* du cirque que dans la population générale : elle compte pour 27 % des spectateurs\* et 24 % de l'assistance\*, tout en ne représentant que 23 % de la population. Dans les autres catégories, les écarts n'excèdent pas trois points de pourcentage.

**fig.133 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* des spectacles\* de cirque selon le revenu du ménage — après imputation**





Avec 372 000 spectateurs\*, la RMR de Montréal rassemble près des deux tiers (60 %) des personnes qui voient du cirque au Québec. L'assistance\* de 463 000 entrées associée à cette RMR équivaut à 59 % de l'assistance\* de tous les Québécois. Ainsi, au chapitre des spectateurs\* autant qu'en matière d'assistance\*, cette RMR est surreprésentée par rapport à son poids dans la population (50 %). Quant aux spectateurs\* de la RMR de Québec, ils représentent 6 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, alors que leur poids relatif au sein de la population est de 10 %. Le reste du Québec ne regroupe que 34 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, alors qu'il représente 40 % de la population.

Sur le plan des types de régions, celles qui sont centrales sont surreprésentées tant pour les spectateurs\* (37 %) que pour l'assistance\* (38 %), comparativement à leur part au sein de la population (33 %). Les régions périphériques et les régions éloignées sont, quant à elles, sous-représentées, tandis que les régions intermédiaires affichent des parts similaires avec 13 % des spectateurs\* et 16 % de l'assistance\*, pour un pourcentage de 16 % au sein de la population.

Montréal est la région d'où provient la plus grande portion des spectateurs\* : elle regroupe 196 000 spectateurs\*, qui voient en moyenne 1,3 spectacle. Ces personnes constituent 32 % des spectateurs des spectacles\* de cirque et génèrent 32 % de l'assistance\* totale, avec 250 000 entrées. Ces parts dépassent largement le poids démographique de Montréal (24 %). La Montérégie suit avec 22 % des spectateurs\* (137 000) et 21 % de l'assistance\* totale (166 000), ce qui est aussi supérieur à son poids au sein de la population (18 %). Vient ensuite la région de Lanaudière avec une part de 7 % des spectateurs\* et 6 % de l'assistance\*, puis celle des Laurentides, qui représente 6 % des spectateurs\* et 5 % de l'assistance\*.

Le nombre moyen de spectacles\* vus ne varie pas beaucoup dans les régions les plus densément peuplées. On note toutefois un certain écart entre certaines régions plus éloignées, notamment entre le Centre-du-Québec (1,9) et les régions de la Côte-Nord, du Saguenay–Lac-Saint-Jean, de la Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine et du Nord-du-Québec (1,0).

Il semble que la fréquentation des spectacles\* de cirque soit principalement un phénomène urbain. Ainsi, avec 87 % des spectateurs\*, les zones urbaines dominent largement les zones rurales (13 %) alors que leurs populations respectives représentent 84 % et 16 % de l'ensemble.

**tab.112 Nombre de spectateurs\* et assistance\* aux spectacles\* de cirque selon la répartition territoriale**

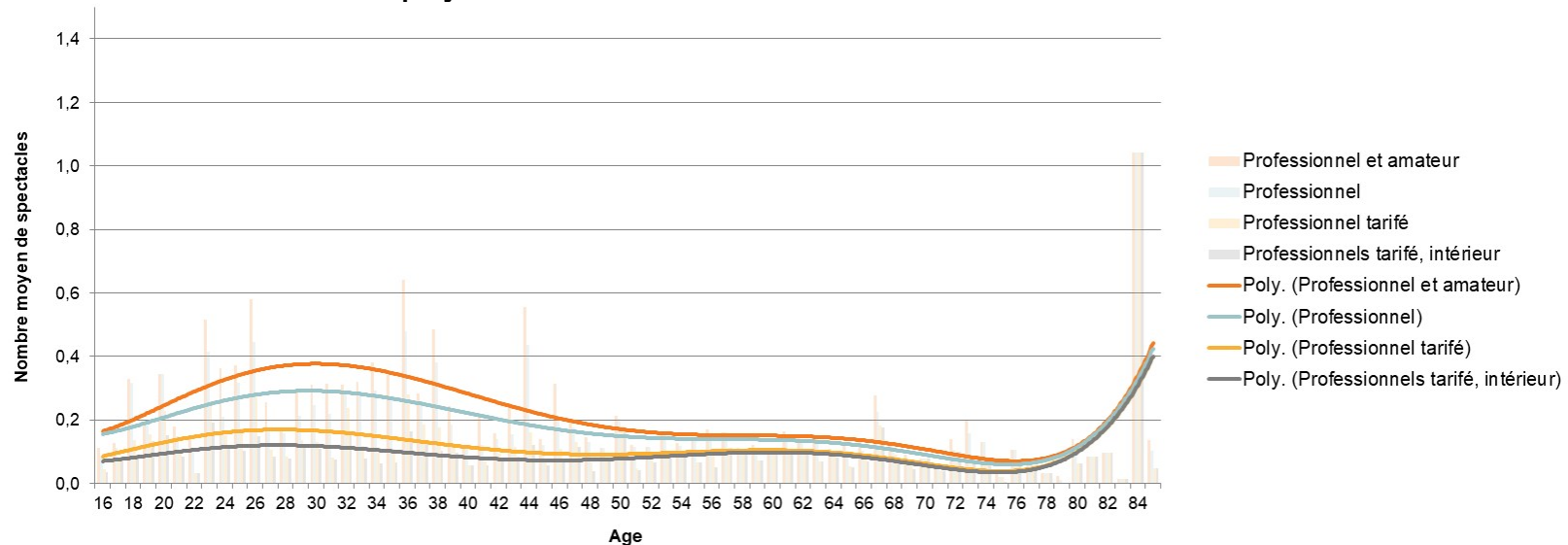
		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	372	60 %	463	59 %	1,2
	Québec	714	10 %	35	6 %	50	6 %	1,4
	Reste du Québec	2 910	40 %	213	34 %	269	34 %	1,3
	<b>Total</b>	7 250	100 %	620	100 %	783	100 %	1,3
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	228	37 %	295	38 %	1,3
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	252	41 %	298	38 %	1,2
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	83	13 %	127	16 %	1,5
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	57	9 %	64	8 %	1,1
	<b>Total</b>	7 250	100 %	620	100 %	783	100 %	1,3
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	22	4 %	26	3 %	1,2
	Saguenay–Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	13	2 %	13	2 %	1,0
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	32	5 %	45	6 %	1,4
	Mauricie (4)	218	3 %	18	3 %	25	3 %	1,4
	Estrie (5)	374	5 %	23	4 %	26	3 %	1,1
	Montréal (6)	1 728	24 %	196	32 %	250	32 %	1,3
	Outaouais (7)	400	6 %	34	5 %	60	8 %	1,8
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	12	2 %	14	2 %	1,2
	Côte-Nord (9)	61	1 %	9	1 %	9	1 %	1,0
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	1	0 %	1	0 %	1,0
	Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	0	0 %	0	0 %	1,0
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	9	1 %	13	2 %	1,4
	Laval (13)	372	5 %	26	4 %	31	4 %	1,2
	Lanaudière (14)	487	7 %	43	7 %	47	6 %	1,1
	Laurentides (15)	478	7 %	37	6 %	41	5 %	1,1
	Montréal (16)	1 296	18 %	137	22 %	166	21 %	1,2
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	8	1 %	15	2 %	1,9
<b>Total</b>	7 250	100 %	620	100 %	783	100 %	1,3	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	78	13 %	91	12 %	1,2
	Urbaines	6 112	84 %	542	87 %	691	88 %	1,3
	<b>Total</b>	7 250	100 %	620	100 %	783	100 %	1,3

La figure qui suit met en perspective les publics pour les spectacles de cirque selon le type de spectacles et l'âge. Les quatre courbes sont cumulatives. Alors que la première (celle du bas) illustre les spectacles professionnels tarifés vus en salle, la deuxième courbe présente en plus ceux qui sont vus à l'extérieur, la troisième ajoute les spectacles professionnels gratuits et enfin la quatrième intègre les spectacles amateurs.

L'analyse de ces courbes montre un nombre de spectacles professionnels tarifés vus en salle relativement constant et une tendance

à la baisse entre 30 ans et 50 ans. La fréquentation remonte ensuite très légèrement de 50 ans à 70 ans. Le nombre de spectacles de cirque tarifés vus à l'extérieur suit sensiblement le même schéma même s'il est légèrement plus élevé entre 20 ans et 40 ans. Les courbes incluant les spectacles gratuits et les spectacles amateurs tout particulièrement affichent des écarts et des fluctuations plus marquées. Le nombre de spectacles vus augmente de façon soutenue de 18 ans à 30 ans avant de fléchir jusqu'à 60 ans. Un regain est enregistré pour tous les types de spectacles entre 75 ans et 85 ans.

**fig.134 Nombre moyen de spectacles de cirque selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



### 3.3.10 Comédie musicale

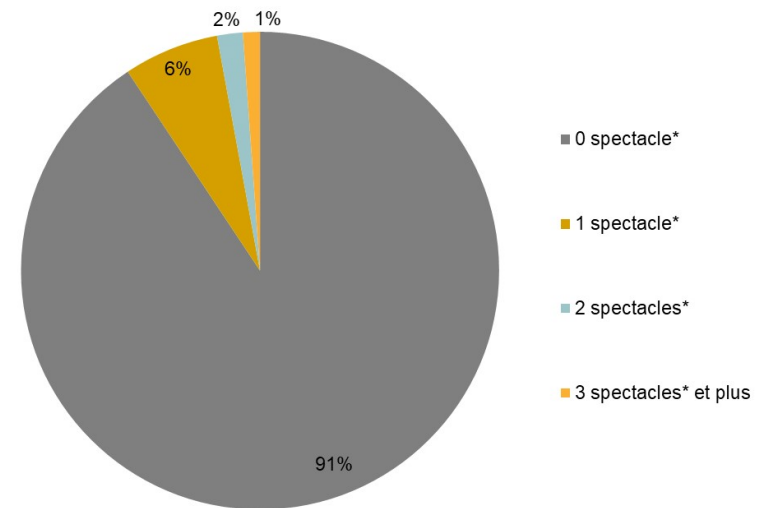
Pour les spectacles professionnels et tarifés de comédie musicale en 2023, l'assistance totale était de 1 M. Celle des spectacles professionnels gratuits était de près de 406 000 et de 308 000 pour les spectacles amateurs.

Près de 9 % de la population du Québec de plus de 16 ans a assisté à des spectacles\* de comédie musicale (677 000 personnes). Ces publics ont vu en moyenne 1,6 spectacle professionnel tarifé. Les hommes et les femmes composent l'assistance\* dans des proportions respectives de 46 % et de 54 %. L'assistance\* aux spectacles de comédie musicale augmente avec l'âge; le groupe des 55 ans à 64 ans et celui des 35 ans à 44 ans représentent chacun 17 % de l'assistance\* totale et 19 % des spectateurs\*. Par rapport à la distribution de la population selon l'âge, les différentes catégories sont représentées de façon assez équilibrée. Seules les personnes âgées de 55 ans à 64 ans et de 35 ans à 44 ans sont légèrement surreprésentées parmi les spectateurs\*.

Les retraités constituent un groupe assez important au sein de l'assistance\*, comptant pour 26 % de celle-ci. Ils arrivent en deuxième position, après les travailleurs à temps plein, qui comptent pour 45 % de l'assistance\* totale. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de comédie musicale est de 48 ans, soit 2 ans de plus que l'âge moyen de la population globale. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (35 %) et de la Montérégie (19 %).

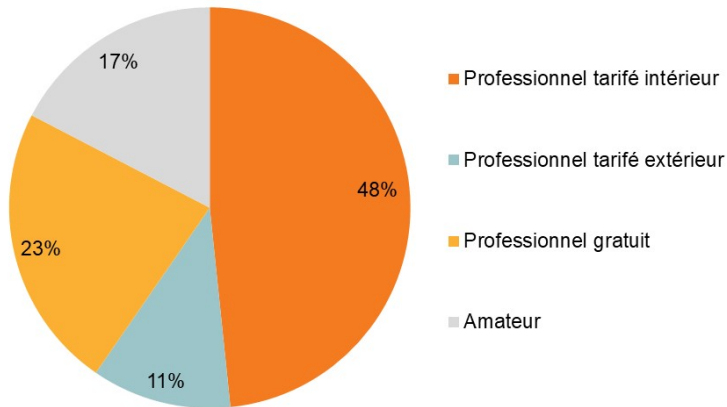
Les Québécois de plus de 16 ans qui ont assisté à au moins 1 spectacle\* de comédie musicale en 2023 représentent au total 9 % de la population québécoise. Dans ce segment de l'assistance\*, 6 %, ont assisté à 1 seul spectacle\*, tandis que 2 % ont fréquenté 2 spectacles\* et seulement 1 % a fréquenté 3 spectacles\* et plus.

**fig.135 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de comédie musicale**



Concernant l'assistance aux spectacles de comédie musicale répartie par type de spectacles, 48 % vont aux spectacles professionnels tarifés vus en salle, 23 % à des spectacles professionnels gratuits, 17 % à des spectacles amateurs et 11 % aux spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur. L'assistance totale des spectacles professionnels tarifés, intérieurs et extérieurs, totalise 59 %.

**fig.136 Répartition de l'assistance aux spectacles de comédie musicale selon le type de spectacles**



En combinant tous les types de spectacles, le public des spectacles de comédie musicale totalise 870 000 spectateurs en 2023. C'est dans une proportion de 91 % que les spectateurs voient des spectacles professionnels, qu'ils soient tarifés ou gratuits. La proportion totale pour

les spectacles amateurs, combinés ou non à d'autres types de spectacles, est de 23 %. Alors que les spectateurs de comédie musicale fréquentent une variété de types de spectacles, une portion très appréciable de ces spectateurs a plutôt des comportements exclusifs. Une forte majorité (59 %) ne voit ainsi que des spectacles professionnels tarifés, 10 % ne fréquentent que des spectacles\* professionnels gratuits et 9 %, que des spectacles amateurs. Un groupe de 8 % combine les spectacles professionnels aux spectacles gratuits, et un autre groupe de 7 % combine les spectacles professionnels tarifés et amateurs. Ceux qui assistent à la fois à des spectacles professionnels gratuits et amateurs ne représentent qu'une faible portion (3 %). Le groupe qui voit des spectacles professionnels tarifés, gratuits et amateurs totalise 5 %.

**tab.113 Composition des publics de la comédie musicale selon le type de spectacles fréquentés en comédie musicale (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	509	59 %	} 91 % professionnels
Professionnels gratuits seulement	88	10 %	
Professionnels tarifés et gratuits	69	8 %	
Professionnels tarifés et amateurs	60	7 %	
Professionnels gratuits et amateurs	30	3 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	40	5 %	
Amateurs seulement	75	9 %	
<b>Total</b>	<b>870</b>	<b>100 %</b>	

Quelque 16 % des spectateurs\* de l'ensemble des disciplines des arts de la scène ont assisté à au moins 1 spectacle\* de comédie musicale au cours de 2023, soit 677 000 personnes. La part des spectateurs\* de comédie musicale est plus élevée à mesure que le nombre de spectacles\* vus augmente. Alors que seulement 8 % des publics (165 000 spectateurs\*) de toutes disciplines confondues ont assisté à des spectacles\* de comédie musicale chez les occasionnels, ce pourcentage grimpe à 55 % chez les insatiables, pour un total de 52 000 spectateurs\*.

**tab.114 Part des spectateurs\* de comédie musicale parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Comédie musicale	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1 948	165	8 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	169	17 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	179	23 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	112	32 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	52	55 %
<b>Total</b>	<b>4 156</b>	<b>677</b>	<b>16 %</b>

Les spectateurs\* de comédie musicale assistent en moyenne à 1,6 spectacle\* de comédie musicale au cours d'une année, et ils consomment un nombre de 7,4 spectacles\* de toutes disciplines confondues au cours de cette même période. La tendance générale pour les publics de comédie musicale est d'assister à un nombre moyen de spectacles\* en arts de la scène plus élevé, toutes disciplines confondues, que les publics pour l'ensemble des disciplines.

**tab.115 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics de comédie musicale**

Intensité de fréquentation annuelle	Publics pour l'ensemble des disciplines		Publics pour la comédie musicale	
	Ensemble des disciplines	Comédie musicale	Ensemble des disciplines	Comédie musicale
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,1	1,5	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,2	3,4	1,3
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,4	6,8	1,7
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	0,6	13,1	1,7
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	1,6	28,8	2,9
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,1</b>	<b>7,4</b>	<b>1,6</b>

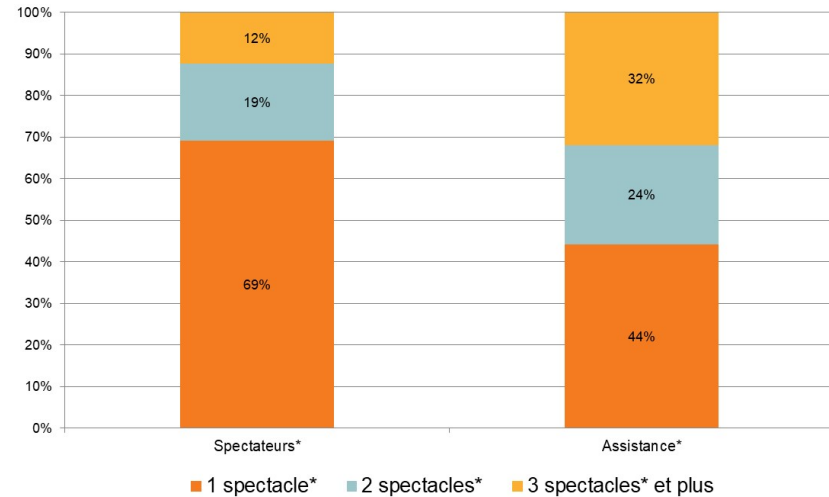
En 2023, les 677 000 spectateurs\* qui ont fréquenté des spectacles\* de comédie musicale ont généré une assistance\* totale de 1 059 000 entrées. Ceux qui n'ont assisté qu'à 1 spectacle\* composent la majeure partie du public : ils représentent 69 % des spectateurs\*, soit 467 000 spectateurs, et 468 000 entrées. Les spectateurs\* sont beaucoup moins nombreux à fréquenter des spectacles\* multiples : 126 000 spectateurs\* ont vu 2 spectacles\*, ce qui constitue une assistance de 252 000 entrées. Dans la catégorie de 3 spectacles\* et plus, on ne compte que 83 000 spectateurs\*, mais ils représentent à eux seuls 339 000 entrées.

**tab.116 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le nombre de spectacles\* de comédie musicale vus (en milliers)**

	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	467	468
2 spectacles*	126	252
3 spectacles* et plus	83	339
<b>Total</b>	<b>677</b>	<b>1 059</b>

Les 69 % des spectateurs\* qui n'ont vu que 1 spectacle\* de comédie musicale ne sont responsables que de 44 % de l'assistance\*. Les 19 % des spectateurs\* qui ont vu 2 spectacles\* constituent, eux, 24 % de l'assistance, tandis que les 12 % qui ont assisté à 3 spectacles\* et plus ont généré une grande partie de l'assistance\*, avec 32 % des entrées aux spectacles\* de comédie musicale.

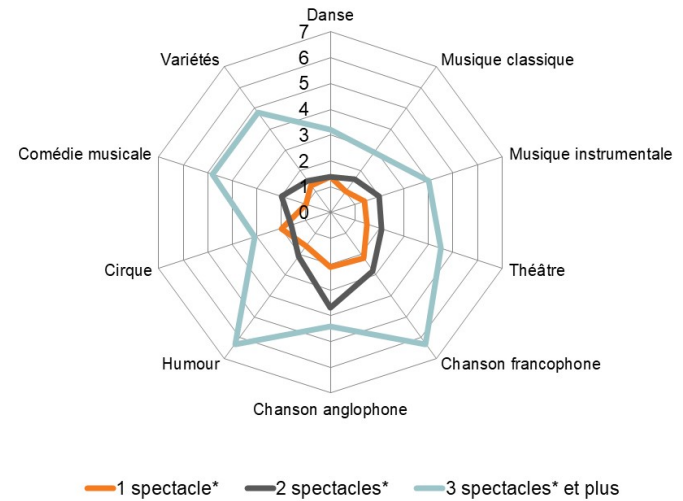
**fig.137 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le nombre de spectacles\* de comédie musicale vus annuellement**



Le profil des sorties des spectateurs\* de comédie musicale montre que ceux-ci ont des goûts assez variés. Les spectateurs\* qui ne voient qu'un spectacle\* de comédie musicale au cours de l'année voient principalement du cirque, de la chanson anglophone ou francophone, de la danse et des variétés. Plus le nombre de spectacles\* de comédie musicale augmente, plus les sorties se diversifient. Pour les spectateurs\* qui vont voir deux spectacles\*, la chanson anglophone est leur premier intérêt, suivi par la chanson francophone et l'humour. Ils sortent peu voir d'autres disciplines et leur intérêt pour la danse, la musique classique et instrumentale, les variétés ou encore le théâtre est très modéré.

Les spectateurs\* qui consomment trois spectacles\* et plus ont un profil beaucoup plus diversifié. Ils consomment en premier lieu de l'humour et sont principalement intéressés par la chanson francophone et les variétés. Suivent ensuite la chanson anglophone, le théâtre et la musique instrumentale.

**fig.138 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de comédie musicale vus**





Il y a une majorité de femmes chez les spectateurs\* de comédie musicale : elles représentent 54 % du groupe, tandis que les hommes forment 46 % de l'ensemble. Plus la fréquence des spectacles\* vus augmente, plus cette présence majoritairement féminine diminue : elle est de 57 % chez les spectateurs\* qui ne voient que 1 spectacle\* et de 53 % chez ceux qui en voient 2, mais elle chute à 41 % dans la catégorie des 3 spectacles\* et plus.

Les données de fréquentation de spectacles de comédie musicale selon l'âge montrent que, généralement, cette fréquentation s'accroît avec l'âge, puis fléchit légèrement pour le groupe de 65 ans à 74 ans, avant de chuter fortement à partir de 75 ans. La tranche d'âge de 55 ans à 64 ans à elle seule représente 21 % des spectateurs\*. Cette proportion augmente à 23 % pour cette tranche d'âge dans le groupe des 2 spectacles\*. Les 18 ans à 24 ans connaissent également une hausse notable plus la fréquence augmente : de 10 % lorsque 1 seul spectacle\* est vu, leur part passe à 17 % pour le groupe des 3 spectacles\* et plus.

Sur le plan de la scolarité, le plus grand groupe de spectateurs\* de comédie musicale se retrouve chez les détenteurs d'un diplôme

d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle, soit 285 000 spectateurs\* (42 %), quelle que soit l'intensité de fréquentation. Le groupe formé des personnes ayant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, arrive au deuxième rang avec 267 000 spectateurs\* (39 %).

On remarque ainsi une certaine corrélation entre le niveau de scolarité et la fréquentation des spectacles\* de comédie musicale. Les diplômés universitaires, tous cycles confondus, représentent 38 % des spectateurs\* qui voient 1 spectacle\* de comédie musicale. Ce pourcentage s'accroît de façon importante dans le groupe des 2 spectacles\* (49 %), bien qu'il redescende à 32 % chez les spectateurs\* qui assistent à 3 spectacles\* et plus. La part des personnes qui détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle reste majoritaire dans la catégorie des spectateurs qui ne voient que 1 spectacle (43 %) ainsi que dans celle des spectateurs qui voient 3 spectacles et plus (51 %).

**tab.117 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles\* de comédie musicale vus (en milliers)**

	Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total		
	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	
Genre	Masculin	3 579	49 %	201	43 %	59	47 %	49	59 %	310	46 %
	Féminin	3 671	51 %	266	57 %	67	53 %	34	41 %	367	54 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>467</b>	<b>100 %</b>	<b>126</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>677</b>	<b>100 %</b>
Groupe d'âge	16 à 17 ans	178	2 %	7	2 %	2	1 %	1	1 %	10	1 %
	18 à 24 ans	636	9 %	46	10 %	15	12 %	14	17 %	75	11 %
	25 à 34 ans	1 096	15 %	60	13 %	15	12 %	14	17 %	89	13 %
	35 à 44 ans	1 161	16 %	61	13 %	24	19 %	15	18 %	100	15 %
	45 à 54 ans	1 078	15 %	76	16 %	17	14 %	12	15 %	105	16 %
	55 à 64 ans	1 286	18 %	97	21 %	30	23 %	18	21 %	144	21 %
	65 à 74 ans	1 404	19 %	94	20 %	18	14 %	7	9 %	118	18 %
	75 ans ou plus	412	6 %	26	6 %	6	5 %	2	3 %	35	5 %
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>467</b>	<b>100 %</b>	<b>126</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>677</b>	<b>100 %</b>	
Niveau de scolarité (études)	Aucun diplôme	240	3 %	8	2 %	2	1 %	5	6 %	15	2 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	23 %	77	17 %	22	17 %	10	12 %	109	16 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	47 %	202	43 %	41	32 %	42	51 %	285	42 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	19 %	122	26 %	38	30 %	17	21 %	177	26 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	58	12 %	24	19 %	9	11 %	90	13 %
	<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>100 %</b>	<b>467</b>	<b>100 %</b>	<b>126</b>	<b>100 %</b>	<b>83</b>	<b>100 %</b>	<b>677</b>	<b>100 %</b>

Non seulement les personnes possédant un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle sont les plus nombreuses parmi les spectateurs\*, mais elles génèrent aussi la plus grande part de l'assistance\*, avec 453 000 entrées. Ces personnes voient en moyenne 1,6 spectacle\*. Suit au deuxième rang le groupe des personnes ayant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, qui représente 267 000 spectateurs\* et 408 000 entrées.

Le nombre moyen de spectacles\* est de 1,7. Il varie assez peu avec les niveaux de scolarité et alterne entre 1,5 et 1,6, à l'exception des personnes n'ayant aucun diplôme, qui présentent le plus haut nombre de spectacles\* vus en moyenne (2,1).

**tab.118 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de comédie musicale selon le niveau de scolarité (en milliers)**

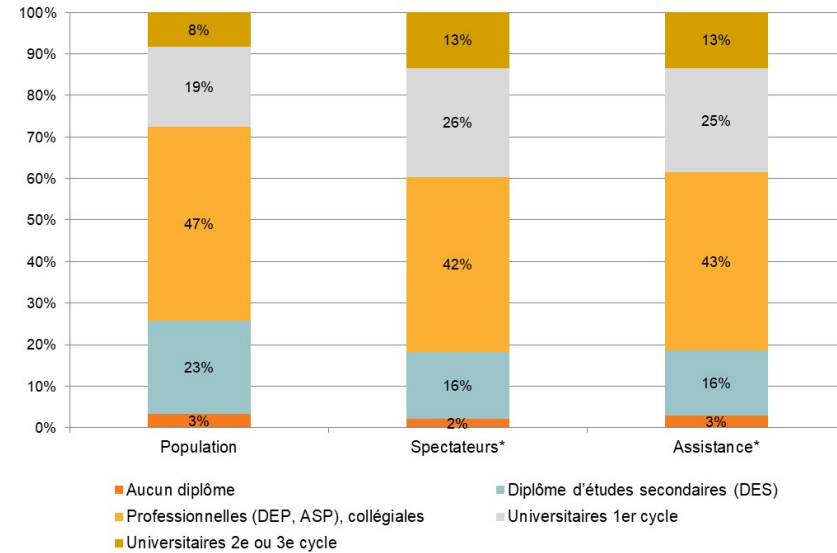
Niveau de scolarité (études)	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre de spectacles*
Aucun diplôme	240	15	32	2,1
Diplôme d'études secondaires (DES)	1 635	109	166	1,5
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3 383	285	453	1,6
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1 385	177	266	1,5
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	90	142	1,6
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>677</b>	<b>1 059</b>	<b>1,7</b>

La répartition tant des spectateurs\* que de l'assistance\* d'après le niveau de scolarité est assez variée par rapport à celle qui est enregistrée dans la population québécoise.

Les personnes détenant un diplôme universitaire, tous cycles confondus, sont surreprésentées comparativement à leur poids dans l'ensemble de la population. Les diplômés du premier cycle constituent 26 % des spectateurs\* et 25 % de l'assistance\*, mais 19 % de la population. Les diplômés du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle représentent 13 % des spectateurs\* et de l'assistance\* alors qu'ils constituent 8 % de la population.

Tous les autres niveaux de scolarité se retrouvent sous-représentés par rapport à leur poids dans la population. L'écart le plus grand se situe chez les diplômés du secondaire, qui représentent 23 % de la population, mais seulement 16 % des spectateurs\* et de l'assistance totale aux spectacles\* de comédie musicale.

**fig.139 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le niveau de scolarité**



L'analyse selon la situation professionnelle indique que les spectateurs\* de comédie musicale sont le plus souvent des travailleurs à temps plein : ils sont 296 000, soit 44 % des spectateurs\*, et génèrent 473 000 entrées, soit 45 % de l'assistance\*. Les retraités constituent le second groupe en importance : ils sont 202 000 spectateurs\* (30 %) et constituent 26 % de l'assistance\*, avec 274 000 entrées.

Le nombre moyen de spectacles\* fréquentés est de 1,6 pour l'ensemble des situations professionnelles. Cette fréquentation moyenne est un peu plus basse dans la catégorie « autre » (1,0), dans celle des travailleurs à temps plein (1,3), ainsi que chez les retraités et les personnes actuellement en congé, qui affichent le même score de 1,4.

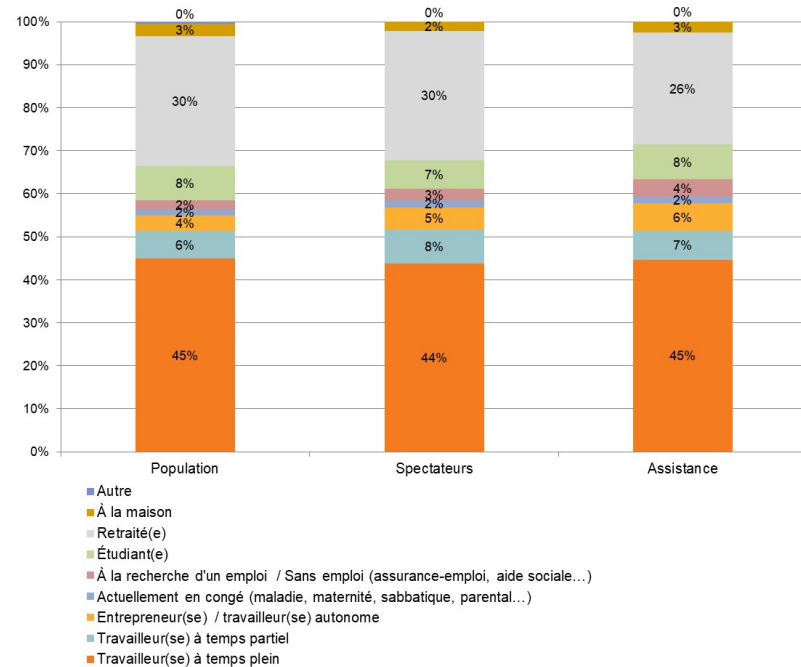
Le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé se trouve dans le groupe des personnes à la recherche d'un emploi ou sans emploi (2,4), mais il concerne un nombre assez restreint de spectateurs\* : ce groupe rassemble 18 000 spectateurs\* et est responsable de 43 000 entrées. On retrouve ce phénomène de nombre moyen de spectacles\* vus plus élevé dans d'autres catégories marginales, en termes de nombre de spectateurs\* ; les entrepreneurs ou travailleurs autonomes regroupent 34 000 spectateurs\*, qui génèrent 67 000 entrées, mais qui voient un nombre moyen de spectacles\* équivalent à 2,0, ou encore les étudiants ont un nombre de spectacles\* vus de 1,9 pour 45 000 spectateurs\* et 87 000 entrées.

**tab.119 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de comédie musicale selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Nombre de spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3 257	296	473	1,6
Travailleur(se) à temps partiel	468	54	71	1,3
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	34	67	2,0
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	11	16	1,4
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	18	43	2,4
Étudiant(e)	577	45	87	1,9
Retraité(e)	2 194	202	274	1,4
À la maison	209	15	27	1,8
Autre	35	0	0	1,0
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>677</b>	<b>1 059</b>	<b>1,6</b>

La répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon les situations professionnelles est très semblable au poids relatif de chacune de ces situations dans la population québécoise. Le seul écart digne de mention est celui qui concerne l'assistance\* des retraités (26 %) vis-à-vis de leur part dans la population (30 %).

**fig.140 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon la situation professionnelle**



Les personnes qui se retrouvent dans les tranches d'âge comprises entre 45 ans et 74 ans forment plus de la moitié des spectateurs\* (52 %) et génèrent une part importante de l'assistance\* (47 %). Le groupe le plus nombreux est celui des 55 ans à 64 ans, qui compte 129 000 spectateurs\*; cependant, il génère moins d'entrées (177 000) que les 35 ans à 44 ans, qui affichent la plus grande assistance\*, soit 206 000 entrées générées par seulement 120 000 spectateurs\*.

Le nombre moyen de spectacles\* vus (1,6) varie assez peu en fonction des tranches d'âge. L'écart avec la moyenne est tout de même un peu plus important pour ce qui est des spectateurs\* des groupes de 75 ans et plus (qui affichent le nombre moyen de spectacles vus le plus bas [1,3]) et de 18 ans à 24 ans (qui détiennent le score le plus haut [1,9]).

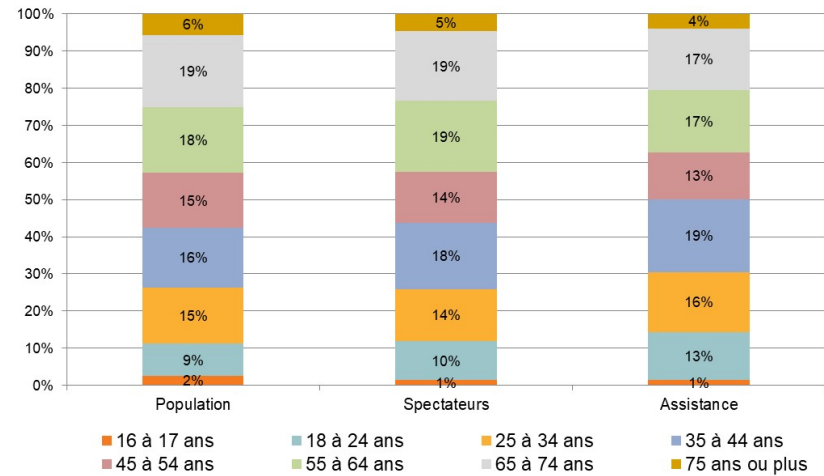
L'âge moyen des spectateurs\* de comédie musicale est de 48 ans, soit un des 4 plus élevés parmi toutes les disciplines en arts de la scène, dont l'âge moyen est de 46 ans. Il dépasse aussi l'âge moyen de la population québécoise de 16 ans et plus (48 ans).

**tab.120 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon l'âge (en milliers)**

	Population	Nombre de spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	9	15	1,6
18 à 24 ans	636	71	135	1,9
25 à 34 ans	1 096	95	173	1,8
35 à 44 ans	1 161	120	206	1,7
45 à 54 ans	1 078	93	135	1,4
55 à 64 ans	1 286	129	177	1,4
65 à 74 ans	1 404	127	176	1,4
75 ans ou plus	412	31	41	1,3
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>677</b>	<b>1 059</b>	<b>1,6</b>

Par rapport à l'ensemble de la population québécoise, on constate une légère surreprésentation des spectateurs\* de 18 ans à 24 ans, qui constituent 9 % de la population, mais 10 % des spectateurs\* et 13 % de l'assistance\* totale. C'est aussi le cas pour les spectateurs de 35 ans à 44 ans : ce groupe représente 16 % de la population, mais 18 % des spectateurs\* et 19 % de l'assistance\* totale. Les autres catégories ne présentent pas d'écarts significatifs dans la représentation des spectateurs\* et de l'assistance selon l'âge\*.

**fig.141 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon l'âge**





Comme pour un grand nombre de disciplines, les spectateurs\* de comédie musicale les plus assidus sont ceux dont les revenus se situent dans les trois tranches les plus élevées. Ceux qui ont un revenu du ménage de 120 000 \$ ou plus sont les plus nombreux, soit 178 000, et sont responsables de 272 000 entrées. La tranche de revenu du ménage qui va de 80 000 \$ à 99 999 \$ est celle qui arrive au second rang avec 91 000 spectateurs\* et une assistance\* de 164 000.

Le nombre moyen de spectacles\* va de 1,2 à 2,0, selon les tranches de revenu du ménage, la moyenne s'établissant à 1,6. On ne remarque pas de corrélation entre le nombre moyen de spectacles vus et les revenus perçus. Les spectateurs qui gagnent de 20 000 \$ à 29 999 \$ sont ceux qui voient le nombre moyen de spectacles\* de comédie musicale le plus élevé (2,0), tandis que ceux qui gagnent entre 30 000 \$ et 39 999 \$ en voient le moins (1,2 spectacle\* vu).

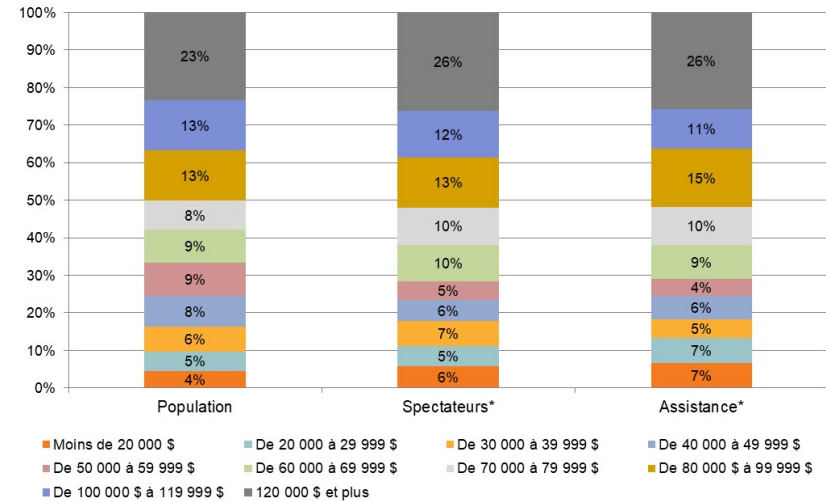
**tab.121 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Nombre de spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	39	70	1,8
20 000 à 29 999 \$	381	36	71	2,0
30 000 à 39 999 \$	469	45	52	1,2
40 000 à 49 999 \$	605	37	66	1,8
50 000 à 59 999 \$	633	34	47	1,4
60 000 à 69 999 \$	646	66	96	1,5
70 000 à 79 999 \$	557	67	107	1,6
80 000 à 99 999 \$	974	91	164	1,8
100 000 à 119 999 \$	963	84	113	1,4
120 000 \$ et plus	1 698	178	272	1,6
<b>Total</b>	<b>7 250</b>	<b>677</b>	<b>1 059</b>	<b>1,6</b>

On remarque une légère surreprésentation dans les catégories de spectateurs\* de comédie musicale qui perçoivent un revenu entre 70 000 \$ et 79 999 \$ chez les spectateurs\* de comédie musicale (10 % des spectateurs\* et de l'assistance\* contre 9 % dans la population) et chez ceux qui gagnent 120 000 \$ et plus (26 % des spectateurs\* et de l'assistance\* contre 23 % de la population). On observe au contraire une légère sous-représentation des personnes percevant un revenu entre 50 000 \$ et 59 999 \$, qui constituent 9 % de la population, mais seulement 5 % des spectateurs\* et 5 % de l'assistance\* totale.

Hormis ces tranches mentionnées, la distribution des revenus est proportionnellement équilibrée à celle qui est observée dans la population québécoise et on ne retrouve pas d'écarts significatifs.

**fig.142 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon le revenu du ménage — après imputation**



En matière de répartition géographique, la RMR de Montréal rassemble 413 000 spectateurs\* (61 %), qui génèrent 60 % de l'assistance\* totale (631 000 entrées) au Québec. Lorsqu'on compare ces données au poids de cette RMR dans la population (qui est de 50 %), on constate qu'elle est surreprésentée sur le plan des spectateurs\* et de l'assistance\*. Les spectateurs\* de cette RMR ont pourtant vu en moyenne 1,5 spectacle\* de comédie musicale lors de l'année à l'étude, ce qui est légèrement plus bas que le nombre moyen pour l'ensemble de la population (1,6). Par contraste, la RMR de Québec compte 7 % des spectateurs\* et 8 % de l'assistance\*, mais un nombre moyen de spectacles\* de 1,6. Le reste du Québec est sous-représenté avec 32 % des spectateurs\* et 33 % de l'assistance\*, alors qu'il compose 40 % de la population.

La comédie musicale est plus largement fréquentée dans les régions centrales et périphériques, qui représentent respectivement 42 % et 37 % des spectateurs\* de même que 43 % et 34 % de l'assistance\*— alors que ces régions représentent 33 % et 41 % de la population.

Les données sur la distribution géographique indiquent que Montréal est la région d'où provient la part la plus importante des personnes qui fréquentent les spectacles de comédie musicale. Elle compte 235 000 spectateurs\* (35 %) et 373 000 entrées, soit 35 % de l'assistance\* totale. Les spectateurs\* montréalais voient un nombre moyen de spectacles\* qui correspond à la moyenne pour toute la population (1,6). Par rapport au poids démographique de cette région (24 %), les spectateurs\* représentent aussi une part beaucoup plus importante de tous les spectateurs\* (35 %). Toutes les autres régions soit ont un poids équivalent, soit sont sous-représentées parmi les spectateurs\* de comédie musicale.

La Montérégie (19 %) et la Capitale-Nationale (9 %) sont les régions où on compte le plus de spectateurs\* après Montréal. Les publics pour la comédie musicale sont beaucoup moins nombreux dans les autres régions : la part des spectateurs\* et celle de l'assistance\* se situent entre 2 % et 6 % pour le reste des régions de la province.

Les spectateurs résident principalement en zones urbaines, puisque 88 % des spectateurs\* et 87 % de l'assistance\* proviennent de ces territoires. Les zones rurales, elles, abritent seulement 12 % des spectateurs\* et 13 % de l'assistance\*.

**tab.122 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de comédie musicale selon la répartition territoriale**

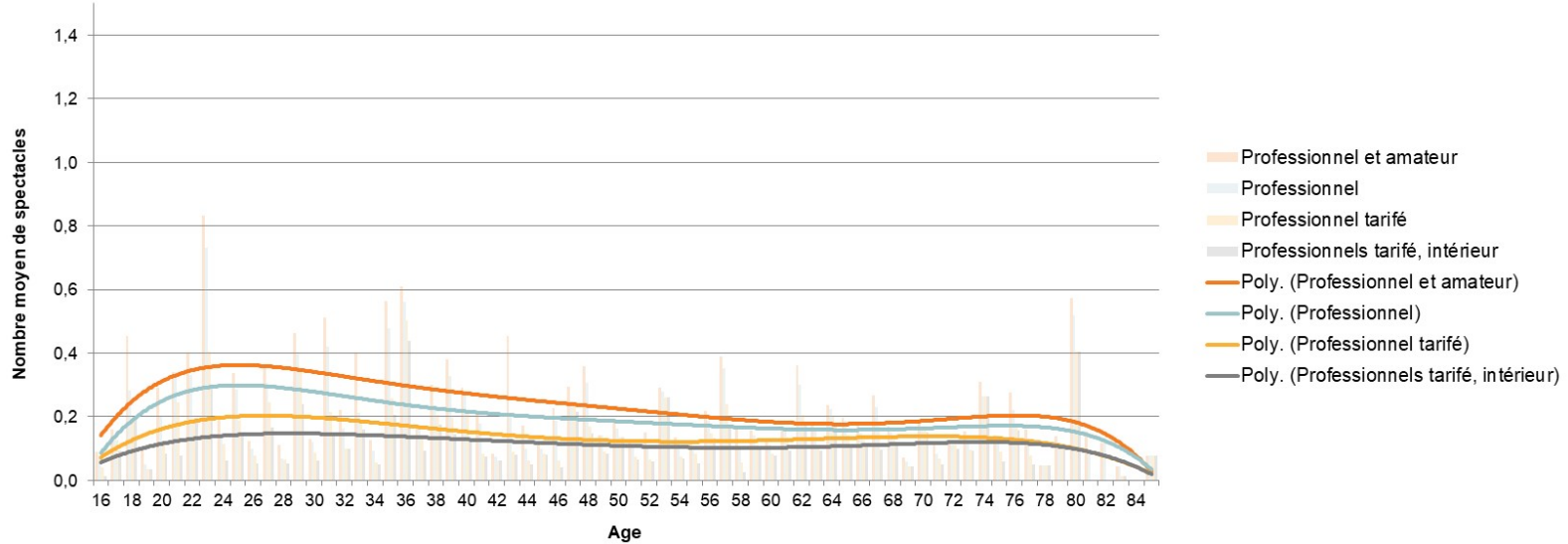
		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3 626	50 %	413	61 %	631	60 %	1,5
	Québec	714	10 %	50	7 %	81	8 %	1,6
	Reste du Québec	2 910	40 %	213	32 %	346	33 %	1,6
	<b>Total</b>	7 250	100 %	677	100 %	1 059	100 %	1,6
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2 360	33 %	281	42 %	451	43 %	1,6
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2 982	41 %	252	37 %	363	34 %	1,4
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1 184	16 %	97	14 %	169	16 %	1,7
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	47	7 %	75	7 %	1,6
	<b>Total</b>	7 250	100 %	677	100 %	1 059	100 %	1,6
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	20	3 %	34	3 %	1,7
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	15	2 %	24	2 %	1,6
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	46	7 %	78	7 %	1,7
	Mauricie (4)	218	3 %	24	4 %	35	3 %	1,5
	Estrie (5)	374	5 %	28	4 %	45	4 %	1,6
	Montréal (6)	1 728	24 %	235	35 %	373	35 %	1,6
	Outaouais (7)	400	6 %	34	5 %	67	6 %	2
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	11	2 %	16	2 %	1,5
	Côte-Nord (9)	61	1 %	1	0 %	1	0 %	1
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	0	0 %	-	0 %	-
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	0	0 %	-	0 %	-
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	15	2 %	20	2 %	1,3
	Laval (13)	372	5 %	41	6 %	58	5 %	1,4
	Lanaudière (14)	487	7 %	33	5 %	42	4 %	1,3
	Laurentides (15)	478	7 %	36	5 %	43	4 %	1,2
	Montérégie (16)	1 296	18 %	126	19 %	201	19 %	1,6
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	10	2 %	22	2 %	2,1
<b>Total</b>	7 250	100 %	677	100 %	1 059	100 %	1,6	
<b>Zones</b>	Rurales	1 138	16 %	80	12 %	133	13 %	1,6
	Urbaines	6 112	84 %	596	88 %	925	87 %	1,5
	<b>Total</b>	7 250	100 %	677	100 %	1 059	100 %	1,6

La figure suivante met en relation la fréquentation des spectacles de comédie musicale par type de spectacles avec l'âge des spectateurs. Les quatre courbes sont cumulatives au sens où la première ne couvre que les spectacles professionnels tarifés qui sont vus en salle, la deuxième courbe ajoute les spectacles professionnels vus à l'extérieur, la troisième intègre les spectacles professionnels gratuits, et la quatrième courbe intègre tous les spectacles, incluant les spectacles amateurs.

L'examen des courbes montre que les spectacles de comédie musicale connaissent assez peu de variation. On observe des variations plus prononcées pour la courbe intégrant tous les types de spectacles, où on

remarque une augmentation du nombre moyen de spectacles et un pic autour de 25 ans. La fréquentation baisse ensuite jusqu'à 70 ans avant de remonter très légèrement. Ces pics et ces creux sont moins contrastés pour les spectacles tarifés vus à l'intérieur et à l'extérieur que pour les courbes supérieures, qui intègrent les comportements vis-à-vis des spectacles gratuits et des spectacles amateurs. Les deux courbes inférieures, celles liées aux spectacles tarifés seulement, sont assez semblables. Passé le premier sommet, elles se rapprochent progressivement pour presque fusionner dans les âges les plus avancés.

**fig.143 Nombre moyen de spectacles\* de comédie musicale selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



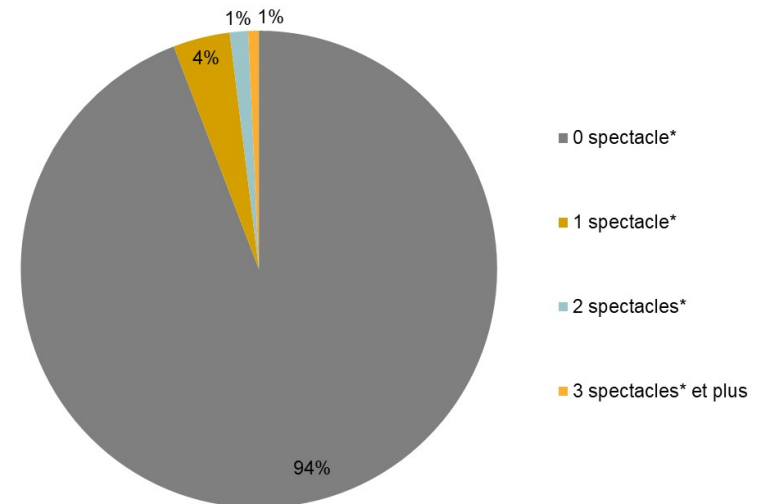
### 3.3.11 Variétés

L'assistance totale aux spectacles professionnels et tarifés de variétés était en 2023 de 689 000, tandis que celle aux spectacles professionnels gratuits était de près de 645 000 et que celle aux spectacles amateurs était de 289 000.

Il y a 6 % de la population québécoise de plus de 16 ans qui a assisté à des spectacles\* de variétés (422 000 personnes). Les publics pour ce type de spectacles ont vu en moyenne 1,6 spectacle professionnel tarifé. On remarque un écart dans la proportion entre les hommes et les femmes qui composent l'assistance\* : les hommes composent une majorité assez marquée, avec 54 % des entrées, tandis que les femmes ne représentent que 46 % des entrées. Ce sont les plus jeunes, les spectateurs de 35 ans à 44 ans, qui composent la plus grande part de l'assistance\* aux spectacles\* de variétés (21 %), mais ceux âgés de 25 ans à 34 ans (20 %) suivent de près. L'âge moyen de l'assistance\* aux spectacles\* de variétés est de 45 ans. Cette assistance\* provient principalement de la région de Montréal (26 %) et de la Montérégie (19 %).

En 2023, une proportion totale de 6 % de la population québécoise a assisté à un spectacle\* de variétés. Dans ce groupe, les personnes qui n'avaient assisté qu'à 1 spectacle\* composent le segment le plus important (4 %). Les autres segments, soit les spectateurs ayant fréquenté 2 spectacles\* et 3 spectacles\* et plus, représentent chacun 1 % de l'ensemble.

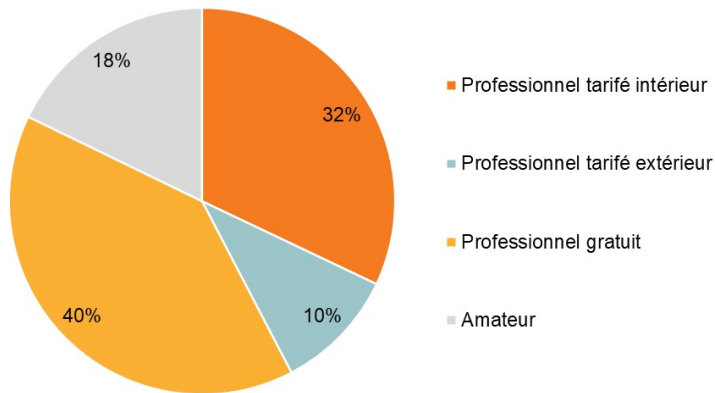
**fig.144 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance\* aux spectacles\* de variétés**



La part la plus importante (40 %) de l'assistance concerne les spectacles professionnels gratuits. L'assistance aux spectacles professionnels tarifés intérieurs représente 32 % et celle aux spectacles amateurs, 18 %. Les spectacles professionnels tarifés vus à l'extérieur ne génèrent que 10 % de l'assistance. L'ensemble des spectacles professionnels totalisent une part de 82 %.

Les spectateurs qui fréquentent les variétés se chiffrent à 774 000, tous types de spectacles confondus. L'analyse de la composition de ces publics montre que 88 % ont assisté à des spectacles professionnels et 29 %, à des spectacles amateurs. Ceux qui ont des habitudes exclusives comme assister à des spectacles professionnels tarifés seulement comptent pour 37 % de l'ensemble (283 000 spectateurs). Ceux qui n'auraient vu que des spectacles amateurs sont 97 000 et représentent 12 % de tous les spectateurs.

**fig.145 Répartition de l'assistance aux spectacles de variétés selon le type de spectacles**



**tab.123 Composition des publics des variétés selon le type de spectacles fréquentés en variétés (en milliers)**

Professionnels tarifés seulement	283	37 %	} 88 % professionnels } 29 % amateurs
Professionnels gratuits seulement	192	25 %	
Professionnels tarifés et gratuits	73	9 %	
Professionnels tarifés et amateurs	25	3 %	
Professionnels gratuits et amateurs	63	8 %	
Professionnels tarifés, gratuits et amateurs	41	5 %	
Amateurs seulement	97	12 %	
<b>Total</b>	<b>774</b>	<b>100 %</b>	

En considérant l'ensemble des disciplines des arts de la scène, c'est une part de 10 % des spectateurs\* qui ont assisté à au moins 1 spectacle\* de variétés au cours de 2023, soit 422 000 personnes. Cette part des spectateurs\* de variétés augmente en fonction du nombre de spectacles\* vus. Alors que seulement 4 % des occasionnels (85 000 spectateurs\*) ont assisté à au moins 1 spectacle\* de variétés, c'est 47 % des insatiables, soit 44 000 spectateurs\*, qui ont fréquenté 1 ou plusieurs spectacles\* de variétés.

Les spectateurs\* qui fréquentent les variétés assistent en moyenne à 1,6 de ces spectacles\* au cours d'une année et voient un nombre de 8,7 spectacles\* toutes disciplines confondues au cours de cette même période. C'est plus du double du chiffre de 4,4 spectacles\* vus par année chez les publics de toutes les disciplines confondues. Ces spectateurs\* des variétés voient aussi plus de spectacles\* de toutes les disciplines que ceux de l'ensemble des disciplines, et ce, de façon encore plus prononcée dans le groupe des insatiables (30,2 comparativement à 27,4).

**tab.124 Part des spectateurs\* de variétés parmi ceux de l'ensemble des disciplines selon l'intensité de la fréquentation annuelle (en milliers)**

Intensité de fréquentation annuelle	Ensemble des disciplines	Variétés	
		Nombre	Pourcentage
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1948	85	4 %
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	969	88	9 %
Assidus : 5 à 9 spectacles*	797	122	15 %
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	349	83	24 %
Insatiables : 20 spectacles* et plus	93	44	47 %
<b>Total</b>	<b>4156</b>	<b>422</b>	<b>10 %</b>

**tab.125 Nombre moyen de spectacles\* selon l'intensité de la fréquentation annuelle pour les publics de l'ensemble des disciplines et pour les publics des variétés**

Intensité de fréquentation annuelle	Public pour l'ensemble des disciplines		Public pour les variétés	
	Ensemble des disciplines	Variétés	Ensemble des disciplines	Variétés
Occasionnels : 1 ou 2 spectacles*	1,4	0,0	1,5	1,1
Intéressés : 3 ou 4 spectacles*	3,4	0,1	3,4	1,3
Assidus : 5 à 9 spectacles*	6,4	0,2	6,9	1,5
Passionnés : 10 à 19 spectacles*	12,6	0,5	13,2	1,9
Insatiables : 20 spectacles* et plus	27,4	1,6	30,2	3,3
<b>Total</b>	<b>4,4</b>	<b>0,1</b>	<b>8,7</b>	<b>1,6</b>



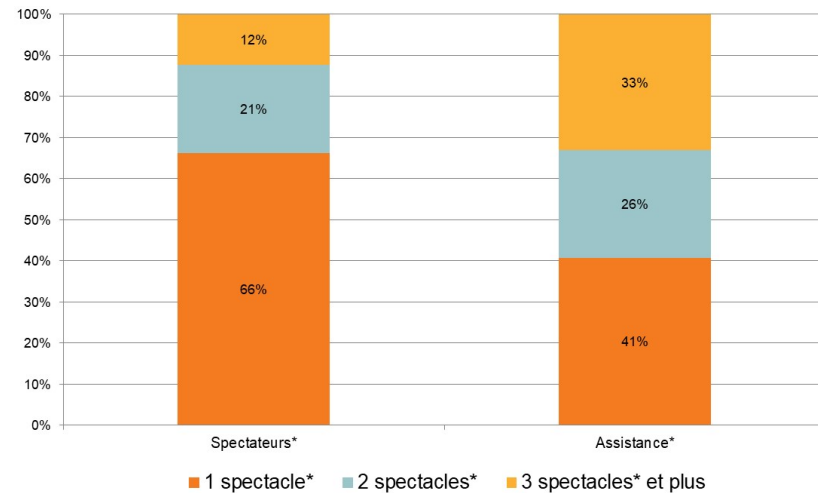
Au total, 422 000 spectateurs\* ont assisté à des spectacles\* de variétés au cours de l'année 2023. Ces personnes ont généré une assistance\* de 685 000 entrées durant cette période. Les spectateurs\* qui ont fréquenté 1 seul spectacle\* composent deux tiers des publics\*, soit 66 % ou 279 000 personnes. Quelque 21 % des spectateurs\* (90 000) voient 2 spectacles\*, et 12 % des spectateurs\* (52 000) assistent à 3 spectacles\* et plus.

Bien que les personnes qui ne voient que 1 spectacle\* de variétés représentent 66 % des spectateurs\*, elles constituent moins de la moitié de l'assistance\* (41 %). La part de 21 % des spectateurs\* ayant vu 2 spectacles\* représente, quant à elle, 26 % de l'assistance\*, et les 12 % des spectateurs\* ayant assisté à 3 spectacles\* et plus représentent un tiers (33 %) de l'assistance\* totale aux spectacles\* de variétés.

**tab.126 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon le nombre de spectacles\* de variétés\* vus (en milliers)**

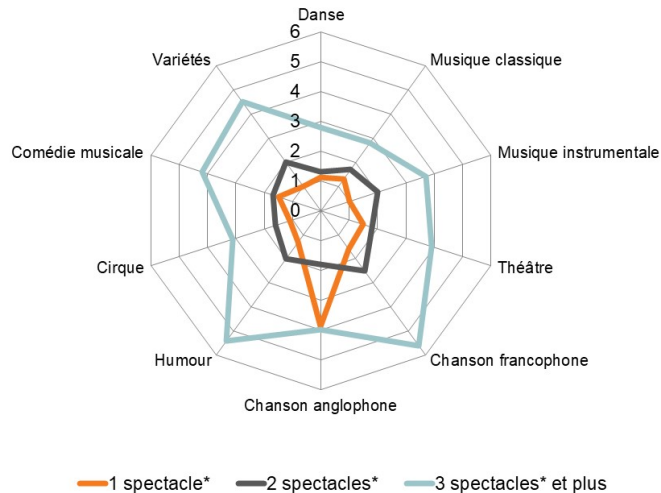
	Spectateurs*	Assistance*
1 spectacle*	279	279
2 spectacles*	90	179
3 spectacles* et plus	52	227
<b>Total</b>	<b>422</b>	<b>685</b>

**fig.146 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon le nombre de spectacles\* de variétés vus annuellement**



Lorsqu'on examine de plus près les comportements de sorties aux spectacles\* des spectateurs\* des variétés à l'égard des différentes disciplines, on constate que les spectateurs\* qui ne voient qu'un spectacle\* de variétés au cours l'année sont avant tout de grands consommateurs de chanson anglophone. Ils démontrent aussi un certain intérêt pour la chanson francophone, l'humour, la comédie musicale, le théâtre et la musique classique. Plus le nombre de spectacles\* de variétés augmente, plus l'intérêt pour certains types de spectacles\* s'affirme. Le nombre de spectacles\* d'humour apparaît même plus important que ce qui est enregistré pour les variétés. Les spectateurs\* de variétés sont également de grands consommateurs de spectacles\* de chanson francophone, de comédie musicale et, dans une moindre mesure, de chanson anglophone et de danse.

**fig.147 Profil des spectacles\* selon le nombre de spectacles\* de variétés vus**



La répartition selon le genre des spectateurs\* montre que les hommes sont majoritaires, avec 54 % contre 46 % de femmes. On constate que le pourcentage de femmes reste minoritaire dans tous les groupes, mais fluctue entre 44 % et 48 % selon l'augmentation du nombre de spectacles\* de variétés vus. En effet, alors que les femmes ne représentent que 46 % du groupe des spectateurs\* qui ont vu 1 spectacle\*, ce pourcentage baisse à 44 % pour le groupe ayant assisté à 2 spectacles\*, avant de remonter à 48 % pour les personnes qui ont assisté à 3 spectacles\* et plus.

Les données sur l'âge indiquent que les 4 groupes d'âge compris entre 25 ans et 64 ans rassemblent 72 % des spectateurs\* des variétés. Ce sont les 35 ans à 44 ans qui forment le plus grand segment des spectateurs\*, soit 89 000 (21 %). Ils sont suivis de près par les 25 ans à 34 ans, qui constituent 20 % des spectateurs\*. La part que représentent les groupes d'âge de 25 ans à 34 ans et de 35 ans à 44 ans fluctue de manière appréciable selon la fréquence des sorties. Elle varie entre 18 % et 24 % pour le groupe des 25 ans à 34 ans, entre 19 % et 25 % pour les 35 ans à 44 ans et, de façon plus équilibrée, entre 13 % et 16 % pour les 45 ans à 54 ans. La catégorie la moins représentée est celle des 16 ans à 17 ans, qui ne vaut que pour 1 % des spectateurs\*. Les 75 ans et plus représentent seulement 3 % des spectateurs et les 18 ans à 24 ans, eux, constituent 12 % du public.

Le plus grand nombre de spectateurs\* de variétés se trouve parmi ceux qui détiennent un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle, soit 181 000 spectateurs\*, représentant 43 % de l'ensemble. Le groupe formé par les diplômés universitaires, tous cycles confondus, arrive au deuxième rang et réunit plus d'un tiers des spectateurs\* (37 %). Les diplômés du secondaire représentent 19 % des spectateurs\*. À noter que la part des détenteurs de diplômes d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle atteint 45 % des spectateurs\* dans la catégorie de ceux qui voient 1 spectacle\* et aussi dans celle des 3 spectacles\* et plus.

**tab.127 Nombre et part des spectateurs\* pour les spectacles\* de variétés selon le genre, le groupe d'âge, le niveau de scolarité et le nombre de spectacles de variétés\* vus (en milliers)**

	Population du Québec		Un		Deux		Trois et plus		Total		
	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	Nombre	% colonne	
<b>Genre</b>	Masculin	3579	49 %	150	54 %	51	56 %	27	52 %	227	54 %
	Féminin	3671	51 %	130	46 %	40	44 %	25	48 %	195	46 %
	<b>Total</b>	7250	100 %	279	100 %	90	100 %	52	100 %	422	100 %
<b>Groupe d'âge</b>	16 à 17 ans	178	2 %	3	1 %	0	0 %	2	3 %	5	1 %
	18 à 24 ans	636	9 %	33	12 %	14	15 %	5	10 %	52	12 %
	25 à 34 ans	1096	15 %	56	20 %	16	18 %	12	24 %	85	20 %
	35 à 44 ans	1161	16 %	54	19 %	22	25 %	12	24 %	89	21 %
	45 à 54 ans	1078	15 %	43	15 %	11	13 %	8	16 %	62	15 %
	55 à 64 ans	1286	18 %	48	17 %	13	14 %	6	12 %	67	16 %
	65 à 74 ans	1404	19 %	35	13 %	10	11 %	4	8 %	50	12 %
	75 ans ou plus	412	6 %	8	3 %	3	4 %	2	3 %	13	3 %
	<b>Total</b>	7250	100 %	279	100 %	90	100 %	52	100 %	422	100 %
<b>Niveau de scolarité (études)</b>	Aucun diplôme	240	3 %	3	1 %	1	1 %	1	1 %	5	1 %
	Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	23 %	59	21 %	15	16 %	8	16 %	82	19 %
	Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	47 %	125	45 %	33	36 %	23	45 %	181	43 %
	Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1385	19 %	56	20 %	26	28 %	15	29 %	97	23 %
	Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	8 %	37	13 %	16	18 %	5	9 %	57	14 %
	<b>Total</b>	7250	100 %	279	100 %	90	100 %	52	100 %	422	100 %

Les personnes possédant un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou une attestation de spécialisation professionnelle sont les plus nombreuses parmi les spectateurs\* et l'assistance\* aux spectacles\* de variétés. Ces 181 000 spectateurs\* ont vu 289 000 spectacles\*. Les personnes qui voient le plus grand nombre de spectacles\* par spectateur\* sont pourtant les diplômés universitaires du premier cycle, avec un nombre moyen atteignant 1,7.

Le nombre moyen de spectacles\* de variétés vus pour l'ensemble des catégories est de 1,6.

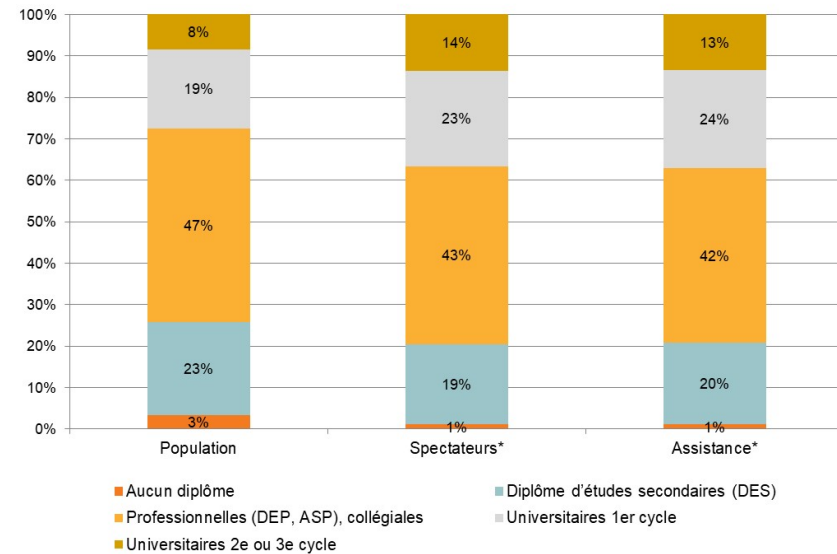
**tab.128 Nombre de spectateurs\* et assistance\* des spectacles\* de variétés selon le niveau de scolarité (en milliers)**

Niveau de scolarité (études)	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Aucun diplôme	240	5	7	1,6
Diplôme d'études secondaires (DES)	1635	82	135	1,6
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou collégiales (DEC) ou attestation de spécialisation professionnelle (ASP)	3383	181	289	1,6
Diplôme d'études universitaires du 1 <sup>er</sup> cycle	1385	97	163	1,7
Diplôme d'études universitaires du 2 <sup>e</sup> ou du 3 <sup>e</sup> cycle	608	57	92	1,6
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>422</b>	<b>685</b>	<b>1,6</b>

Concernant la répartition selon le niveau de scolarité, les diplômés universitaires, tous cycles confondus, sont les seuls à être surreprésentés parmi les spectateurs\* et l'assistance\* des spectacles\* de variétés. Ils constituent pour les diplômés du 1<sup>er</sup> cycle seulement 19 % de la population, mais 23 % des spectateurs\* et 24 % de l'assistance\* totale. Les diplômés du 2<sup>e</sup> et du 3<sup>e</sup> cycle, quant à eux, constituent 8 % de la population, mais 14 % des spectateurs\* et 13 % de l'assistance\* totale.

Les détenteurs d'un diplôme d'études professionnelles ou collégiales ou d'une attestation de spécialisation professionnelle, comme pour les autres catégories de niveau de scolarité, ont un poids légèrement moins important dans le public des spectacles\* de variétés comparativement à leur proportion dans la population québécoise : ils représentent 47 % de la population, mais seulement 43 % des spectateurs\* et 42 % de l'assistance\*.

**fig.148 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon le niveau de scolarité**



Sur le plan de la situation professionnelle de ceux qui fréquentent les variétés, la grande majorité (59 %) des spectateurs\* sont ici aussi des travailleurs à temps plein. Ils représentent 250 000 personnes, qui génèrent une assistance\* de 416 000 entrées (61 %). Les retraités constituent le second groupe le plus nombreux avec 86 000 spectateurs\* (20 %) et une assistance\* de 125 000 entrées (18 %).

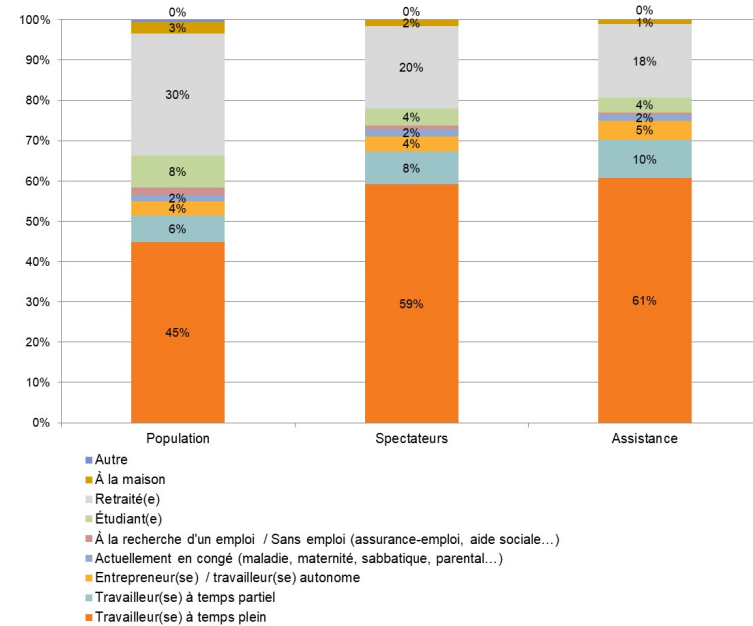
Le nombre moyen de spectacles\* vus pour l'ensemble des spectateurs\* (1,6) varie significativement entre les différents groupes. Les entrepreneurs ou travailleurs autonomes sont ceux qui affichent le plus grand nombre moyen de spectacles vus (2,0), suivis de près par les travailleurs à temps partiel (1,9). Les personnes à la recherche d'un emploi ou sans emploi et celles de la catégorie « autre » sont celles qui voient le moins de spectacles (1,0). Les étudiants, les retraités et les personnes « actuellement en congé » affichent tous le même nombre moyen de spectacles vus (1,4).

**tab.129 Nombre de spectateurs\*, assistance\* et nombre moyen de spectacles\* vus pour les spectacles\* de variétés selon la situation professionnelle (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Travailleur(se) à temps plein	3257	250	416	1,7
Travailleur(se) à temps partiel	468	35	65	1,9
Entrepreneur(se) ou travailleur(se) autonome	257	16	32	2,0
Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)	111	8	11	1,4
À la recherche d'un emploi ou sans emploi (assurance emploi, aide sociale, etc.)	142	4	4	1,0
Étudiant(e)	577	18	25	1,4
Retraité(e)	2194	86	125	1,4
À la maison	209	7	8	1,2
Autre	35	0	0	0
<b>Total</b>	7250	422	685	1,6

Les travailleurs à temps plein sont beaucoup plus présents chez les spectateurs\* (59 %) et dans l'assistance\* (61 %) pour les spectacles\* de variétés que dans la population québécoise (45 %). Les retraités sont, à l'inverse, largement moins représentés chez les amateurs de variétés (20 % des spectateurs\* et 18 % de l'assistance\*) que dans la population (30 %). Les étudiants et les personnes à la maison sont aussi moins représentés, mais de façon beaucoup moins marquée. Les autres groupes de spectateurs\* présentent des situations professionnelles qui ressemblent la plupart du temps à ce qui prévaut dans la population générale.

**fig.149 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon la situation professionnelle**



Les individus âgés de 35 ans à 44 ans forment le segment de public\* le plus nombreux pour les spectacles\* de variétés : les 99 000 spectateurs\* dans cette tranche d'âge génèrent la plus forte assistance\* avec 183 000 entrées. Leur nombre moyen de spectacles\* vus (1,9) est également le plus important. Derrière eux, on retrouve les 25 ans à 34 ans, avec 74 000 spectateurs\*, 123 000 entrées et un nombre moyen de spectacles vus de 1,7. On remarque que la tranche des 18 ans à 24 ans ainsi que celle des 45 ans à 54 ans présentent des chiffres semblables concernant le nombre de spectateurs\* (57 000). Cependant, les 18 ans à 24 ans représentent une assistance plus importante (93 000) que celle des 45 ans à 54 ans (81 000).

L'âge moyen du spectateur\* de variétés est de 45 ans, soit 1 an de moins que l'âge moyen pour l'ensemble des disciplines (46 ans) et 3 ans de moins que celui de la population québécoise de 16 ans et plus (48 ans).

**tab.130 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon l'âge (en milliers)**

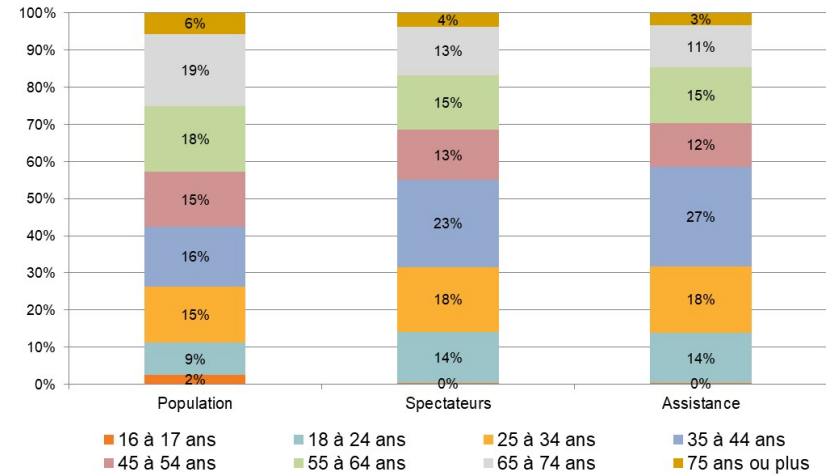
	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
16 à 17 ans	178	2	2	1,0
18 à 24 ans	636	57	93	1,6
25 à 34 ans	1096	74	123	1,7
35 à 44 ans	1161	99	183	1,9
45 à 54 ans	1078	57	81	1,4
55 à 64 ans	1286	62	102	1,6
65 à 74 ans	1404	55	78	1,4
75 ans ou plus	412	16	23	1,4
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>422</b>	<b>685</b>	<b>1,6</b>



Les individus qui composent les différentes tranches d'âge comprises entre 18 ans et 44 ans sont beaucoup plus représentés parmi les spectateurs\* et l'assistance\* des spectacles de variétés en comparaison de leur poids démographique. Cumulées, ces catégories représentent une grande majorité du public\* de la discipline, avec 55 % des spectateurs\* et 59 % de l'assistance\* contre 40 % de la population.

Les catégories de spectateurs plus âgés sont, à l'inverse, moins représentées. Les personnes âgées de 55 ans à 64 ans constituent 15 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, alors qu'elles représentent 18 % de la population. Celles de 65 ans à 74 ans représentent, quant à elles, 13 % des spectateurs\* et 11 % de l'assistance\*, alors qu'elles constituent 19 % de la population.

**fig.150 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon l'âge**



En général, plus les revenus du ménage sont importants, plus les spectateurs\* sont nombreux et l'assistance\*, élevée. Les spectateurs\* qui présentent un revenu du ménage de 120 000 \$ ou plus apparaissent en plus grand nombre, soit 110 000, et génèrent 167 000 entrées, ce qui correspond à 26 % des spectateurs\* et à 24 % de l'assistance\*. En deuxième position, on retrouve les spectateurs\* dont le ménage perçoit un revenu de 100 000 \$ à 119 999 \$, puis ceux dont le revenu se situe dans la fourchette de 80 000 \$ à 99 999 \$. Ces 2 catégories cumulées représentent près d'un tiers du public, soit 29 % des spectateurs\* et 30 % de l'assistance\* totale, ce qui reflète une légère surreprésentation, car ces 2 catégories comptent pour 26 % de la population.

On ne note pas de corrélation marquée entre le revenu du ménage et le nombre moyen de spectacles\* vus. La moyenne se situe à 1,6 tandis qu'elle est de 2,1 pour les revenus situés entre 40 000 \$ et 49 999 \$ et descend à 1,3 pour les revenus situés entre 30 000 \$ et 39 999 \$.

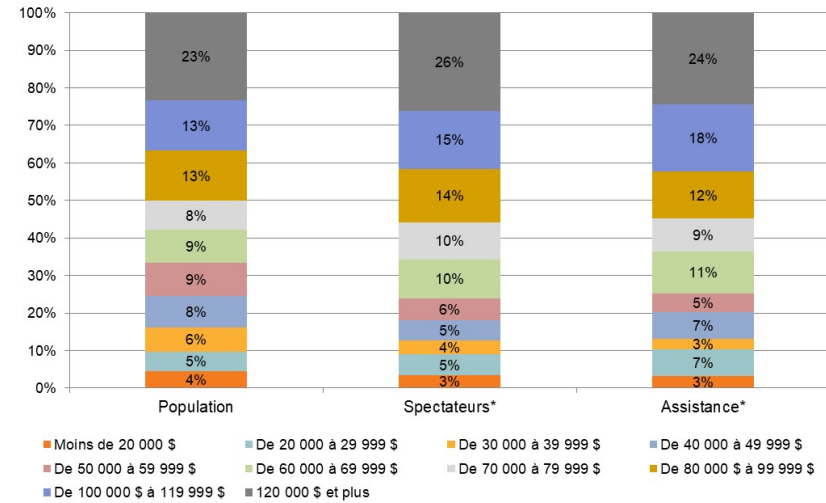
**tab.131 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon le revenu du ménage — après imputation (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*	Nombre moyen de spectacles*
Moins de 20 000 \$	325	15	22	1,5
20 000 à 29 999 \$	381	23	48	2,1
30 000 à 39 999 \$	469	15	20	1,3
40 000 à 49 999 \$	605	23	48	2,1
50 000 à 59 999 \$	633	24	34	1,4
60 000 à 69 999 \$	646	44	77	1,7
70 000 à 79 999 \$	557	42	60	1,4
80 000 à 99 999 \$	974	60	86	1,4
100 000 à 119 999 \$	963	65	124	1,9
120 000 \$ et plus	1698	110	167	1,5
<b>Total</b>	7250	422	685	1,6

Les deux fourchettes de revenu du ménage qui apparaissent plus distinctement surreprésentées sont celles de 100 000 \$ à 119 999 \$ et de 120 000 \$ et plus. Ces segments représentent respectivement 15 % et 26 % des spectateurs\* ainsi que 18 % et 24 % de l'assistance\* contre 13 % et 23 % dans la population. Les écarts ne dépassent toutefois pas trois pour cent par rapport à la distribution que l'on voit dans la population.

Sur le plan de l'assistance\*, des écarts légèrement plus importants sont observables, mais ils restent modérés et ne révèlent rien de significatif.

**fig.151 Répartition des spectateurs\* et de l'assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon le revenu du ménage — après imputation**



Dans le découpage des RMR, Montréal regroupe 56 % des spectateurs\* et 55 % de l'assistance contre 50 % de la population. Québec rassemble 7 % des spectateurs\* et de l'assistance contre 10 % de la population. Le reste du Québec réunit 37 % des spectateurs et 38 % de l'assistance alors que 40 % de la population y réside.

Les données sur la répartition régionale indiquent que Montréal est la région d'où provient la part la plus importante des personnes qui fréquentent les spectacles\* de variétés. Elle compte 100 000 spectateurs\* (24 %) et 179 000 entrées, soit 26 % de l'assistance\* totale. Les spectateurs\* montréalais voient un nombre moyen de spectacles\* de 1,8, ce qui est supérieur à la moyenne de la population (1,6).

La Montérégie (19 %) ainsi que Lanaudière et l'Abitibi-Témiscamingue (7 %) sont les régions où on compte le plus de spectateurs\*, après Montréal. Leur part des spectateurs\* reflète à peu près leur poids démographique. La région qui présente la situation de sous-représentation la plus marquée est celle de la Capitale-Nationale : 9 % de la population y réside, mais cette région ne recueille que 6 % des spectateurs\* et de l'assistance\* des spectacles de variétés.

Le nombre moyen de spectacles\* présente des variations importantes, allant de 2,3 pour la région du Bas-Saint-Laurent à 1,1 pour la région de Laval. La moyenne pour l'ensemble de la population se situe à 1,6.

Les régions urbaines sont en légère surreprésentation, puisqu'elles constituent 87 % des spectateurs\* et de l'assistance\*, tandis que 84 % de la population de la province y réside.

**tab.132 Nombre de spectateurs\* et assistance\* pour les spectacles\* de variétés selon la répartition territoriale**

		Population (en milliers)	% population	Spectateurs* (en milliers)	% spectateurs*	Assistance* (en milliers)	% assistance*	Nombre moyen de spectacles*
<b>RMR</b>	Montréal	3626	50 %	238	56 %	377	55 %	1,6
	Québec	714	10 %	28	7 %	45	7 %	1,6
	Reste du Québec	2910	40 %	156	37 %	263	38 %	1,7
	<b>Total</b>	7250	100 %	422	100 %	685	100 %	1,6
<b>Typologie des régions</b>	Régions centrales (3 et 6)	2360	33 %	127	30 %	220	32 %	1,7
	Régions périphériques (12, 13, 14, 15 et 16)	2982	41 %	183	43 %	269	39 %	1,5
	Régions intermédiaires (4, 5, 7 et 17)	1184	16 %	65	16 %	116	17 %	1,8
	Régions éloignées (1, 2, 8, 9, 10 et 11)	724	10 %	47	11 %	80	12 %	1,7
	<b>Total</b>	7250	100 %	422	100 %	685	100 %	1,6
<b>Région administrative</b>	Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	13	3 %	31	4 %	2,3
	Saguenay-Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	8	2 %	11	2 %	1,4
	Capitale-Nationale (3)	631	9 %	27	6 %	41	6 %	1,5
	Mauricie (4)	218	3 %	14	3 %	19	3 %	1,4
	Estrie (5)	374	5 %	19	4 %	33	5 %	1,8
	Montréal (6)	1728	24 %	100	24 %	179	26 %	1,8
	Outaouais (7)	400	6 %	23	6 %	46	7 %	2,0
	Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	16	4 %	24	4 %	1,5
	Côte-Nord (9)	61	1 %	7	2 %	9	1 %	1,3
	Nord-du-Québec (10)	19	0 %	0	0 %	0	0 %	-
	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	3	1 %	5	1 %	1,9
	Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	13	3 %	27	4 %	2,1
	Laval (13)	372	5 %	29	7 %	32	5 %	1,1
	Lanaudière (14)	487	7 %	39	9 %	50	7 %	1,3
	Laurentides (15)	478	7 %	16	4 %	28	4 %	1,7
	Montréal (16)	1296	18 %	86	20 %	132	19 %	1,5
	Centre-du-Québec (17)	192	3 %	10	2 %	18	3 %	1,8
	<b>Total</b>	7250	100 %	422	100 %	685	100 %	1,6
<b>Zones</b>	Rurales	1138	16 %	54	13 %	89	13 %	1,7
	Urbaines	6112	84 %	368	87 %	596	87 %	1,6
	<b>Total</b>	7250	100 %	422	100 %	685	100 %	1,6

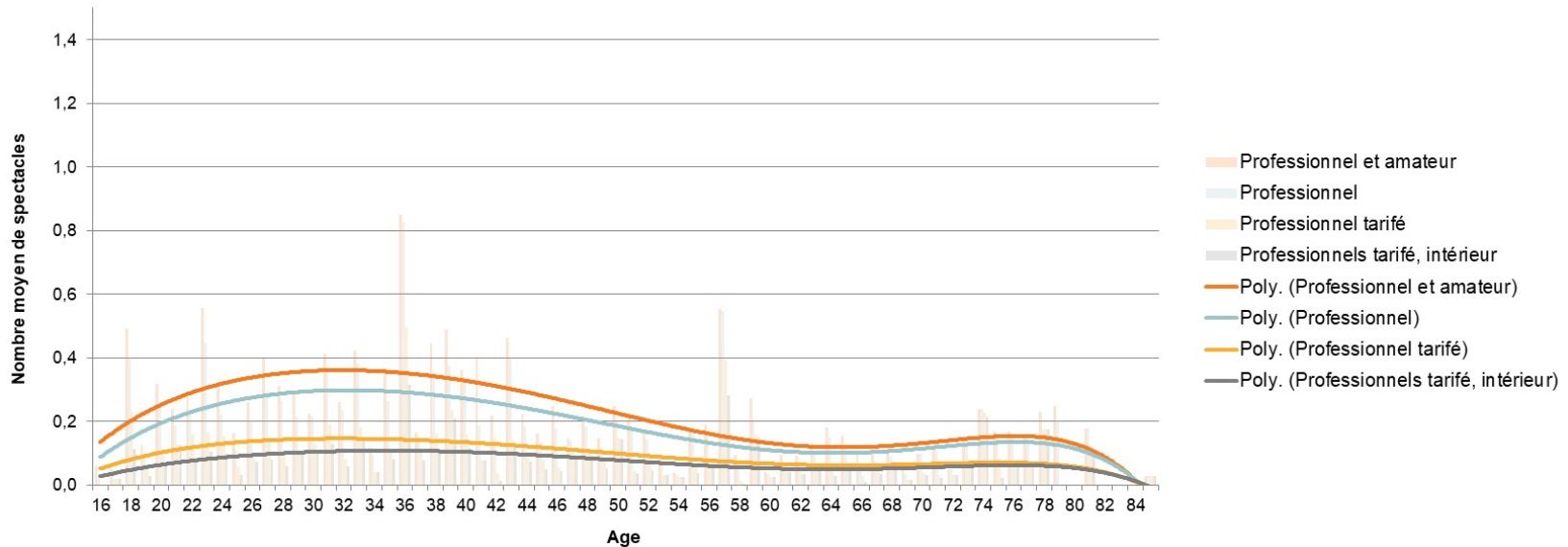
Les quatre courbes ci-dessous mettent en relation les types de spectacles de variétés avec l'âge et le niveau de fréquentation; elles sont cumulatives. La première, celle du bas, reflète seulement les spectacles professionnels tarifés qui sont vus en salle; la seconde intègre les spectacles professionnels tarifés extérieurs; la troisième ajoute les spectacles professionnels gratuits; et la quatrième inclut les spectacles amateurs.

vus à l'extérieur est peu élevé, ce qui fait que la courbe qui lui est associée présente non seulement peu d'écart avec la première, mais celui-ci va en diminuant jusqu'à s'effacer presque complètement.

Les spectacles amateurs et professionnels gratuits augmentent rapidement avant de connaître un pic à la mi-trentaine pour ensuite tendre vers une diminution constante avec l'âge avant un léger regain d'intérêt entre 65 ans et 75 ans.

Le nombre de spectacles professionnels tarifés vus en salle apparaît très stable et sans fluctuations significatives. Le nombre de spectacles tarifés

**fig.152 Nombre moyen de spectacles de variétés selon l'âge et le type de spectacles (amateurs, professionnels, professionnels payants et professionnels payants intérieurs)  
Courbes de tendance polynomiale d'ordre 6**



## 3.4 PROFILS GÉOGRAPHIQUES

### 3.4.1 Perspective géographique

Cette section trace le portrait de la fréquentation des arts de la scène sous l'angle de quatre profils géographiques. Les regroupements géographiques sont fondés sur le lieu de résidence des répondants<sup>11</sup>.

Les trois premiers profils peuvent être envisagés dans la perspective d'une lecture analytique où l'on progresse d'une lecture plus large, à l'échelle du Québec, vers une présentation de plus en plus détaillée, jusqu'à une lecture à l'échelle des territoires de l'île de Montréal.

À l'échelle des territoires du Québec, le premier profil dressé distingue les régions métropolitaines de recensement (RMR) de Montréal et de Québec ainsi que les autres territoires du Québec. Ces regroupements ont été établis sur la base des codes postaux. Conjointement, ces trois ensembles géographiques couvrent tout le territoire du Québec.

11 Par exemple, un résident de la ville de Longueuil verra l'ensemble de sa fréquentation associée à la Montérégie même si, dans les faits, il fréquente une partie de ses spectacles à Montréal. En cela, l'Étude des publics des arts de la scène au Québec diffère des statistiques sur la fréquentation des arts de la scène de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec, qui enregistrent la région de fréquentation à travers les données communiquées par les salles.

Ce premier profil comprend aussi une distinction dichotomique entre les milieux urbains et ruraux. Cette séparation a été menée sur la base des codes postaux<sup>12</sup> : quand le second caractère du code postal est un zéro (0), le répondant est classé comme résidant d'un milieu rural.

Le second profil se déploie à l'échelle de la RMR de Montréal en distinguant la Rive-Sud et la Rive-Nord de l'ensemble de l'île de Montréal.

Le troisième profil isole l'ouest, le centre et l'est de Montréal. Ces regroupements ont été établis sur la base de codes postaux, d'après une classification retenue par le ministère de la Culture et des Communications. Le tableau suivant traduit cette classification en fonction des arrondissements et des villes de l'île de Montréal.

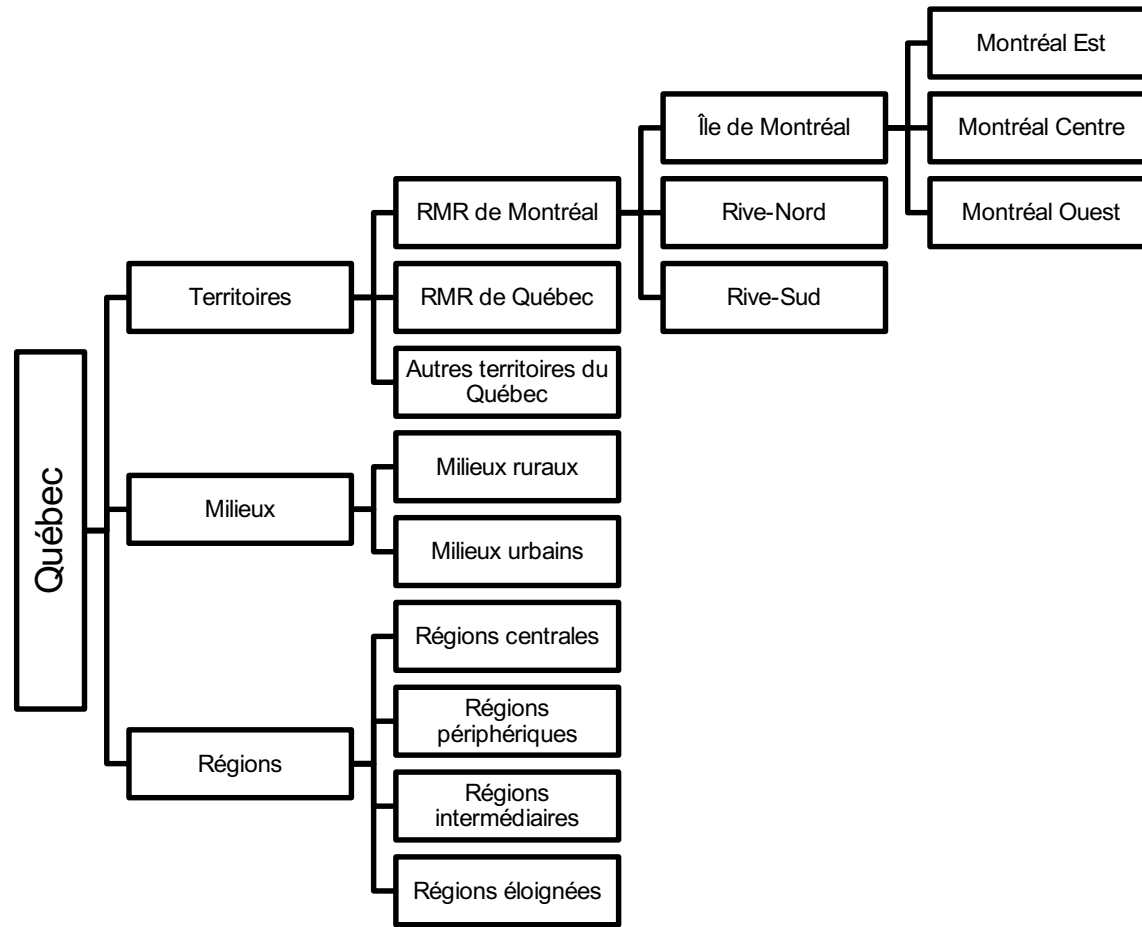
12 La région de tri d'acheminement (RTA) est l'entité désignée par les trois premiers caractères du code postal canadien. Le chiffre dans la RTA précise s'il s'agit d'une aire urbaine ou rurale : un zéro désigne une grande région rurale, alors que tout autre chiffre indique zone aire urbaine. Postes Canada revêt régulièrement ces codes. L'urbanisation est le nom que donne Postes Canada au processus de remplacement d'un code postal d'une localité rurale (qui contient donc un zéro dans sa RTA) par un code « urbain ». Cette classification prend en compte la nature du territoire, mais pas l'éloignement des grands centres urbains. Par exemple, la RTA de Manicouagan est G4Z, classant la ville comme un territoire urbain, tandis que Vaudreuil-Soulanges, territoire situé en Montérégie, a pour RTA JOP, une aire rurale.

**tab.133 Classification géographique des arrondissements et des villes de l'île de Montréal**

Montréal Ouest	Montréal Centre	Montréal Est
Baie-D'Urfé	Ahuntsic-Cartierville	Anjou
Beaconsfield	Côte-des-Neiges- Notre-Dame-de-Grâce	Mercier- Hochelega-Maisonneuve
Côte-Saint-Luc	Hampstead	Montréal-Est
Dollard-des-Ormeaux	Le Plateau-Mont-Royal	Montréal-Nord
Dorval	Le Sud-Ouest	Pointe-aux-Trembles
L'Île-Dorval	Mont-Royal	Rivière-des-Prairies
Kirkland	Outremont	Rosemont-La Petite-Patrie
Lachine	Ville-Marie	Saint-Léonard
LaSalle	Villeray-Saint-Michel- Parc-Extension	
L'Île-Bizard- Sainte-Genève	Westmount	
Montréal-Ouest		
Pierrefonds-Roxboro		
Pointe-Claire		
Sainte-Anne-de-Bellevue		
Saint-Laurent		
Senneville		
Verdun		



**fig.153** Logique d'analyse des profils géographiques



Finalement, le quatrième profil présente les résultats selon les types de régions. Le territoire du Québec est divisé en 17 régions administratives qui sont à leur tour regroupées en 4 grands types de régions :

- Les régions centrales, correspondant aux grands centres urbains : Capitale-Nationale (03) et Montréal (06);
- Les régions périphériques, situées à proximité des grands centres urbains : Chaudière-Appalaches (12), Laval (13), Lanaudière (14), Laurentides (15) et Montérégie (16);
- Les régions intermédiaires, situées en marge des régions périphériques : Mauricie (04), Estrie (05), Outaouais (07) et Centre-du-Québec (17);
- Les régions éloignées, situées loin des grands centres urbains, aux limites est, nord et ouest du Québec : Bas-Saint-Laurent (01), Saguenay-Lac-Saint-Jean (02), Abitibi-Témiscamingue (08), Côte-Nord (09), Nord-du-Québec (10) et Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (11).

Les profils régionaux présentés reposent sur l'analyse du sondage national comprenant 6 000 répondants. Pour assurer la qualité des résultats, chaque catégorie correspond à au moins 300 répondants. Il n'est pas possible d'assurer le même niveau d'exigence pour plusieurs des régions du Québec; seules Montréal, Capitale-Nationale, Montérégie, Chaudière-Appalaches, Laval, Lanaudière et Laurentides se qualifient – les résultats présentés pour les autres régions dans le tableau suivant n'ont donc qu'une valeur indicative. C'est pourquoi il est nécessaire de travailler aussi avec les regroupements par type de région.

**tab.134 Population de 16 ans et plus, spectateurs\* et assistance\* (en milliers et en pourcentage), et nombre moyen de spectacles\* par spectateur\***

	Population de 16 ans et plus		Spectateurs*		Assistance*		Nombre moyen de spectacles*
Bas-Saint-Laurent (1)	219	3 %	127	3 %	670	4 %	3,1
Saguenay–Lac-Saint-Jean (2)	237	3 %	126	3 %	486	3 %	2,0
Capitale-Nationale (3)	631	9 %	389	9 %	2033	11 %	3,2
Mauricie (4)	218	3 %	130	3 %	483	3 %	2,2
Estrie (5)	374	5 %	194	5 %	847	5 %	2,3
Montréal (6)	1728	24 %	935	22 %	4585	25 %	2,7
Outaouais (7)	400	6 %	234	6 %	1147	6 %	2,9
Abitibi-Témiscamingue (8)	134	2 %	75	2 %	309	2 %	2,3
Côte-Nord (9)	61	1 %	33	1 %	184	1 %	3,0
Nord-du-Québec (10)	19	0 %	2	0 %	6	0 %	0,3
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine (11)	53	1 %	22	1 %	91	1 %	1,7
Chaudière-Appalaches (12)	350	5 %	220	5 %	808	4 %	2,3
Laval (13)	372	5 %	201	5 %	756	4 %	2,0
Lanaudière (14)	487	7 %	283	7 %	972	5 %	2,0
Laurentides (15)	478	7 %	287	7 %	1085	6 %	2,3
Montréal (16)	1296	18 %	790	19 %	3262	18 %	2,5
Centre-du-Québec (17)	192	3 %	108	3 %	416	2 %	2,2
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>100 %</b>	<b>4156</b>	<b>100 %</b>	<b>18139</b>	<b>100 %</b>	<b>2,5</b>

### 3.4.2 À l'échelle des territoires du Québec

Alors qu'on dénombre 5 015 000 spectateurs en arts de la scène pour tous les types de spectacles et pour l'ensemble du Québec, c'est dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal qu'on retrouve la majorité de ces spectateurs (2 539 000). La RMR de Québec en compte 514 000, tandis que les autres territoires du Québec se partagent 1 962 000 spectateurs, ce qui équivaut à un peu plus du tiers du bassin total.

Sur le plan de la répartition entre les types de milieux, les milieux urbains rassemblent la grande majorité des spectateurs (4 242 000 personnes

ou 86 % de l'ensemble), tandis qu'une plus faible proportion se retrouve en milieux ruraux (773 000 personnes ou 14 % de l'ensemble).

Lorsqu'on considère le nombre total de spectateurs pour chaque type de spectacles, le spectacle professionnel tarifé intérieur attire la plus grande partie du public pour les trois territoires (soit 3 878 000 spectateurs). Le spectacle professionnel gratuit occupe le second rang (avec 2 358 000 spectateurs), tandis que le spectacle amateur se situe au troisième rang (avec 1 914 000 spectateurs), toutes régions confondues. Au dernier rang, le spectacle professionnel tarifé extérieur rejoint 1 392 000 spectateurs.

**tab.135 Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires (en milliers)**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Tous les types de spectacles
RMR de Montréal	1975	589	1294	966	2539
RMR de Québec	419	206	197	165	514
Autres territoires du Québec	1484	597	867	784	1962
Total	3878	1392	2358	1914	5015
Milieux ruraux	565	202	327	308	773
Milieux urbains	3313	1190	2031	1607	4242
Total	3878	1392	2358	1914	5015

La RMR de Montréal est la région dans laquelle on retrouve la majorité des spectateurs pour tous les types de spectacles, à l'exception du spectacle professionnel tarifé extérieur, où on ne trouve que 42 % des spectateurs. Cette proportion est en deçà de la part des spectateurs en arts de la scène (51 %) et de celle de la population âgée de 16 ans et plus (51 %).

Dans le cas du spectacle professionnel tarifé intérieur, la RMR de Montréal obtient 51 % des spectateurs, la RMR de Québec en obtient 11 % et les autres territoires du Québec en obtiennent 37 %. Cette répartition est identique à leur part totale respective des spectateurs en arts de la scène.

Pour ce qui est du spectacle professionnel tarifé extérieur, la RMR de Montréal regroupe moins que la majorité des spectateurs (42 %), même si elle en obtient une grande part. Pour ce type de spectacles, c'est l'ensemble formé par les autres territoires du Québec qui arrive en tête (43 %), tandis que la RMR de Québec, elle, réunit 15 % des spectateurs.

À titre comparatif, pour ces 2 derniers territoires, ce pourcentage surpasse leur part totale respective de spectateurs en arts de la scène (10 % pour la RMR de Québec et 39 % pour les autres territoires du Québec) et leur part de la population de plus de 16 ans (11 % pour la RMR de Québec et 38 % pour les autres territoires du Québec).

Quant au spectacle professionnel gratuit, la RMR de Montréal obtient 55 % des spectateurs. C'est le type de spectacles pour lequel cette région fait meilleure figure par rapport à sa proportion totale de spectateurs en arts de la scène (51 %). La RMR de Québec obtient 10 % des spectateurs pour ce type de spectacles, et les autres territoires du Québec en obtiennent 37 %, ce qui constitue inversement la plus basse proportion de spectateurs pour ces 2 territoires en comparaison avec leur part totale des spectateurs en arts de la scène.

Le spectacle amateur rassemble la majorité des spectateurs de la RMR de Montréal (50 %), tandis que, pour ce même type de spectacles, la RMR de Québec compte 9 % des spectateurs, et les autres territoires du Québec se partagent les 41 % qui restent. Pour chacun des trois territoires, cette répartition est semblable à leur part totale respective de spectateurs en arts de la scène.

Sur le plan de la répartition des spectateurs entre milieux ruraux et urbains, la très grande majorité se retrouve en milieux urbains pour tous les types de spectacles, dans des proportions qui varient de 86 % à 84 %.

**tab.136 Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Total des arts de la scène	Population de 16 ans et plus
RMR de Montréal	51 %	42 %	55 %	50 %	51 %	51 %
RMR de Québec	11 %	15 %	8 %	9 %	10 %	11 %
Autres territoires du Québec	38 %	43 %	37 %	41 %	39 %	38 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Milieux ruraux	15 %	14 %	14 %	16 %	15 %	15 %
Milieux urbains	85 %	86 %	86 %	84 %	85 %	85 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

En 2023, la population âgée de 16 ans et plus se chiffre à 3 626 000 personnes pour la RMR de Montréal, à 714 000 personnes pour la RMR de Québec et à 2 910 000 pour les autres territoires du Québec, pour un total de 7 250 000 Québécois âgés de 16 ans et plus.

Les chiffres relatifs aux spectateurs\* et à l'assistance\* signalés par un astérisque (\*) tiennent seulement compte des spectacles professionnels tarifés. Ainsi, on dénombre 2 074 000 spectateurs\* pour la RMR de Montréal, 460 000 spectateurs\* pour la RMR de Québec et 1 622 000 spectateurs\* pour les autres territoires du Québec. Au total, on compte 4 156 000 spectateurs\* de 16 ans et plus pour ce type de spectacles en 2023.

Quant à l'assistance\*, elle se chiffre à 9 009 000 billets vendus pour la RMR de Montréal, à 2 230 000 billets vendus pour la RMR de Québec et à 6 900 000 billets vendus pour les autres territoires du Québec, pour une assistance\* totale de 18 139 000 pour 2023.

Le nombre de spectateurs et l'assistance\* sont nettement plus élevés dans les milieux urbains que dans les milieux ruraux. Pour une population de 6 112 000 personnes âgées de 16 ans et plus dans les milieux urbains, on compte 3 536 000 spectateurs et une assistance\* de 15 783 000 entrées. Les milieux ruraux comptent une population de 1 138 000 personnes, pour laquelle on dénombre 620 000 spectateurs et une assistance\* de 2 356 000 entrées.

**tab.137 Population, spectateurs\* et assistance\* selon les territoires (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
RMR de Montréal	3626	2074	9009
RMR de Québec	714	460	2230
Autres territoires du Québec	2910	1622	6900
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>4156</b>	<b>18139</b>
Milieux ruraux	1138	620	2356
Milieux urbains	6112	3536	15783
<b>Total</b>	<b>7250</b>	<b>4156</b>	<b>18139</b>

Les données relatives montrent que : 50 % de la population âgée de 16 ans et plus réside dans la RMR de Montréal; 10 %, dans la RMR de Québec; et 40 %, dans les autres territoires du Québec.

La RMR de Montréal regroupe 50 % des spectateurs\* à l'échelle de la province, tandis que la RMR de Québec en rassemble 11 % et que les autres territoires du Québec en accueillent 39 %. Quant à l'assistance\*, la RMR de Montréal, la RMR de Québec et les autres territoires du Québec récoltent respectivement 50 %, 12 % et 38 % des entrées.

La répartition de la population entre milieux ruraux et urbains indique que 16 % de la population québécoise âgée de 16 ans et plus réside en milieu rural, tandis que 84 % résident en milieu urbains. Chacun de ces milieux se voit attribuer une proportion de spectateurs\* assez semblable à sa part de la population : on compte 15 % de spectateurs\* en milieux ruraux contre 85 % de spectateurs\* en milieux urbains. Quant à l'assistance\*, on constate que les milieux ruraux génèrent 13 % des entrées contre 87 % pour les milieux urbains. Quand on compare ces données d'assistance\* à la part de la population associée respectivement à chacun de ces milieux, on constate que la part relative des milieux urbains est un peu plus prononcée pour l'assistance\* que pour les spectateurs\*.

**tab.138 Proportion de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
RMR de Montréal	50 %	50 %	50 %
RMR de Québec	10 %	11 %	12 %
Autres territoires du Québec	40 %	39 %	38 %
Total	100 %	100 %	100 %
Milieux ruraux	16 %	15 %	13 %
Milieux urbains	84 %	85 %	87 %
Total	100 %	100 %	100 %



Sur les 18 139 000 entrées comptabilisées en 2023 pour les 10 disciplines considérées, on dénombre 9 009 000 entrées pour la RMR de Montréal, 2 230 000 pour la RMR de Québec et 6 900 000 pour les autres territoires du Québec. La chanson anglophone est la discipline qui génère la plus grande assistance\*, avec 3 713 000 billets vendus\*, suivie de l'humour avec 3 505 000 entrées. La chanson francophone vient au troisième rang avec 2 848 000 entrées.

L'examen des données d'assistance\* par territoire met en relief certaines variations dans le rang qu'occupe chacune des disciplines. L'humour arrive au premier rang dans la RMR de Montréal (1 698 000 entrées) et dans les autres territoires du Québec (1 445 000 entrées). Cependant, c'est la chanson anglophone qui occupe le premier rang dans la RMR de Québec (755 000 entrées).

La chanson anglophone occupe le deuxième rang au chapitre de l'assistance\* dans la RMR de Montréal (1 672 000 entrées), devant le théâtre (1 174 000 entrées) et la chanson francophone (1 120 000).

La chanson anglophone trône également au premier rang dans les milieux ruraux (504 000 entrées) comme dans les milieux urbains (3 210 000 entrées). La chanson francophone se positionne au deuxième rang au chapitre de l'assistance\* dans les milieux ruraux (500 000 entrées), alors que c'est l'humour qui occupe cette position dans les milieux urbains (3 042 000 entrées).

**tab.139 Assistance\* selon les disciplines et les territoires (en milliers)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
RMR de Montréal	449	635	790	1 174	1 120	1 672	1 698	463	631	377	9 009
RMR de Québec	77	107	185	232	337	755	362	50	81	45	2 230
Autres territoires du Québec	287	309	591	712	1 391	1 287	1 445	269	346	263	6 900
Total	813	1 050	1 565	2 118	2 848	3 713	3 505	783	1 059	685	18 139
Milieux ruraux	95	80	173	227	500	504	463	91	133	89	2 356
Milieux urbains	718	970	1 393	1 891	2 348	3 210	3 042	691	925	596	15 783
Total	813	1 050	1 565	2 118	2 848	3 713	3 505	783	1 059	685	18 139

Les données proportionnelles indiquent que la RMR de Montréal recueille la majorité de l'assistance\* (50 % des entrées), toutes disciplines confondues, à l'échelle du Québec. La RMR de Québec en regroupe 12 %, tandis que les autres territoires du Québec en obtiennent 38 %. On retrouve ainsi 87 % de l'assistance\* en milieux urbains et 13 % en milieux ruraux.

L'assistance\* de 9 disciplines sur 10 est située majoritairement dans la RMR de Montréal (la proportion varie de 60 % à 39 %). La seule discipline non majoritaire dans cette RMR est la chanson francophone (39 %) : dans les autres territoires du Québec, cette discipline récolte la part non négligeable de 49 % des entrées. Les disciplines pour lesquelles la RMR de Montréal obtient la plus grande part relative de l'assistance\* sont ex æquo la musique classique et la comédie musicale (60 %), le cirque (59 %), puis la danse, les variétés et le théâtre (55 % respectivement).

Les disciplines où la RMR de Québec fait meilleure figure sont la chanson anglophone (20 %), la musique instrumentale et la chanson francophone (12 %).

Les autres territoires du Québec font très bien sur le plan de l'assistance\* en chanson francophone (49 %), où ils dépassent la RMR de Montréal (42 %). L'humour (41 %), les variétés et la musique instrumentale (38 %) se situent respectivement au deuxième et au troisième rang sur le plan de l'assistance\* pour les autres territoires du Québec.

La répartition de l'assistance\* parmi les milieux urbains et ruraux démontre que les milieux urbains récoltent la très grande majorité de l'assistance\* pour toutes les disciplines considérées, notamment la musique classique (92 %), la musique instrumentale et le théâtre (89 %). Les milieux ruraux sont responsables d'une part non négligeable de l'assistance\* pour les spectacles de chanson francophone (18 %), de chanson anglophone (14 %), puis d'humour, de variétés et de comédie musicale (13 %).

**tab.140 Proportion de l'assistance\* selon les disciplines et les territoires**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
RMR de Montréal	55 %	60 %	50 %	55 %	39 %	45 %	48 %	59 %	60 %	55 %	50 %
RMR de Québec	9 %	10 %	12 %	11 %	12 %	20 %	10 %	6 %	8 %	7 %	12 %
Autres territoires du Québec	35 %	29 %	38 %	34 %	49 %	35 %	41 %	34 %	33 %	38 %	38 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Milieux ruraux	12 %	8 %	11 %	11 %	18 %	14 %	13 %	12 %	13 %	13 %	13 %
Milieux urbains	88 %	92 %	89 %	89 %	82 %	86 %	87 %	88 %	87 %	87 %	87 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Les spectateurs\* québécois ont assisté en moyenne à 4,4 spectacles\* en 2023, toutes disciplines confondues. Lorsqu'on décline les résultats par région, c'est la RMR de Québec qui affiche le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (4,9), suivie de la RMR de Montréal (4,3) et des autres territoires du Québec (4,3).

L'analyse par discipline, tous territoires confondus, montre que la chanson anglophone enregistre le nombre moyen de spectacles\* vus le

plus élevé (0,9), suivie de l'humour (0,8) et de la chanson francophone (0,7).

Les résultats selon les milieux ruraux et urbains permettent d'établir une moyenne de 3,8 spectacles\* vus par les spectateurs\* des milieux ruraux et de 4,5 spectacles dans les milieux urbains.

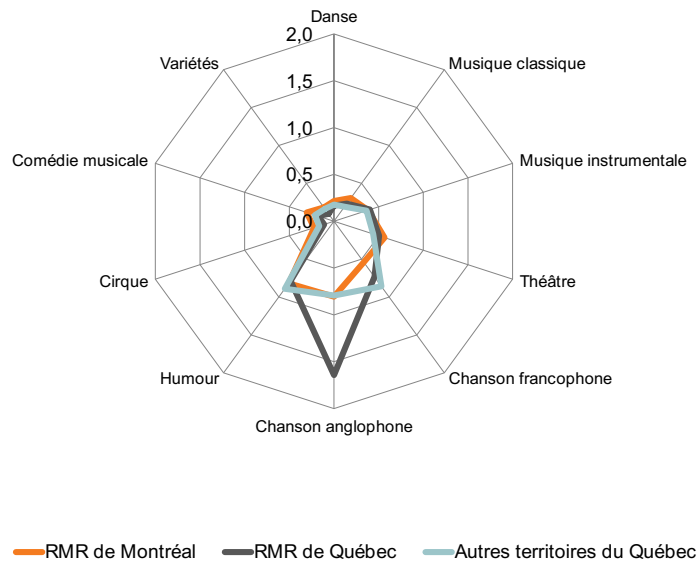
**tab.141 Nombre moyen de spectacles\* selon les disciplines et les territoires**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
RMR de Montréal	0,2	0,3	0,4	0,6	0,5	0,8	0,8	0,2	0,3	0,2	4,3
RMR de Québec	0,2	0,2	0,4	0,5	0,7	1,6	0,8	0,1	0,2	0,1	4,9
Autres territoires du Québec	0,2	0,2	0,4	0,4	0,9	0,8	0,9	0,2	0,2	0,2	4,3
Total	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4
Milieux ruraux	0,2	0,1	0,3	0,4	0,8	0,8	0,7	0,1	0,2	0,1	3,8
Milieux urbains	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,9	0,2	0,3	0,2	4,5
Total	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4

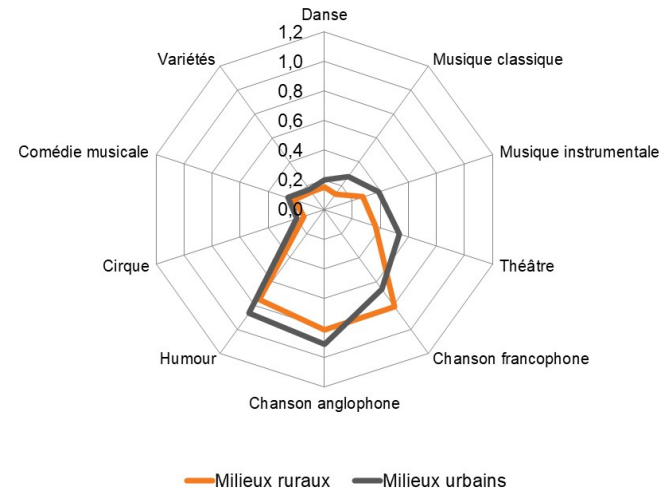
À l'échelle des territoires, 3 disciplines occupent les premières places quant au nombre de spectacles\* vus : l'humour et les chansons anglophone et francophone. Dans le cas de la RMR de Montréal, la chanson anglophone et l'humour se classent au premier rang (0,8). Pour les autres territoires du Québec, c'est l'humour et la chanson francophone qui sont en premier (0,9). Dans le cas de la RMR de Québec, c'est la chanson anglophone qui affiche le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (1,6).

Lorsqu'on distingue les zones rurales et urbaines selon leur intérêt pour les différentes disciplines, on constate que les milieux ruraux placent en premier les chansons anglophone et francophone (0,8), alors que les milieux urbains privilégient la chanson anglophone et l'humour (0,9).

**fig.154 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les territoires des RMR de Montréal et de Québec**



**fig.155 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les milieux ruraux et urbains**



L'âge moyen de la population, à l'échelle de tout le Québec, se situe à 49 ans. En distinguant chacun des 3 territoires considérés, cet âge moyen varie légèrement : il est un peu plus bas pour la RMR de Québec (48 ans), identique pour la RMR de Montréal (49 ans) et un peu plus élevé pour les autres territoires du Québec (49,1 ans).

Si l'on considère seulement les spectateurs\*, l'âge moyen est cette fois de 46,4 ans pour l'ensemble du territoire du Québec. Les spectateurs\* de la RMR de Montréal enregistrent un âge moyen de 46,6 ans – donc légèrement plus élevé que pour l'ensemble du Québec –, tandis que l'âge moyen des spectateurs\* de la RMR de Québec et des autres territoires du Québec est respectivement de 44,4 ans et de 46,4 ans.

L'assistance\* de l'ensemble du Québec enregistre une moyenne d'âge de 44,9 ans. Avec un âge moyen de 45,3 ans, l'assistance\* de la RMR de Montréal est, une fois de plus, un peu plus âgée que dans l'ensemble du Québec. Il en est de même pour l'assistance des autres territoires du Québec (45,1 ans). L'assistance\* de la RMR de Québec (42,7 ans) est, quant à elle, un peu plus jeune que la moyenne québécoise.

L'analyse selon les milieux ruraux et urbains démontre que la population, les spectateurs\* et l'assistance\* affichent tous un âge moyen plus élevé en milieux ruraux qu'en milieux urbains. Ces données révèlent aussi un âge plus élevé dans les milieux ruraux que dans l'ensemble du Québec. Les milieux urbains affichent au contraire un âge moyen légèrement plus bas que dans l'ensemble du Québec.

Ces chiffres mettent en évidence que les spectateurs\* et l'assistance\* sont plus jeunes que la population québécoise dans son ensemble.

**tab.142 Âge moyen de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
RMR de Montréal	49,0	46,6	45,3
RMR de Québec	48,0	44,4	42,7
Autres territoires du Québec	49,1	46,9	45,1
Total	49,0	46,4	44,9
Milieux ruraux	50,6	48,5	47,8
Milieux urbains	49,0	46,3	44,7
Total	49,0	46,4	45,1

Peu importe le territoire considéré, le nombre de spectateurs\* décroît à mesure que le nombre de spectacles\* vus augmente. Le profil du spectateur\* dit occasionnel (1 ou 2 spectacles\*) est celui qui regroupe le plus de spectateurs\* (1 948 000), tandis que le profil des insatiables (20 spectacles\* et plus) est celui qui en regroupe le moins, avec seulement 94 000 spectateurs\* à l'échelle de la province.

Cette courbe décroissante se retrouve également dans le découpage par milieux urbains et milieux ruraux.

**tab.143 Nombre de spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
RMR de Montréal	968	493	384	179	51	2 074
RMR de Québec	200	96	97	56	11	460
Autres territoires du Québec	780	380	316	114	32	1 622
<b>Total</b>	<b>1 948</b>	<b>969</b>	<b>797</b>	<b>348</b>	<b>94</b>	<b>4 156</b>
Milieux ruraux	324	133	123	32	8	620
Milieux urbains	1 624	836	674	316	86	3 536
<b>Total</b>	<b>1 948</b>	<b>969</b>	<b>797</b>	<b>348</b>	<b>94</b>	<b>4 156</b>

Les données proportionnelles permettent de jeter un regard plus nuancé sur la déclinaison des profils de spectateurs\* selon les territoires. Bien que la RMR de Montréal regroupe une part de 50 % ou plus des spectateurs\* pour l'ensemble des profils, sa part de spectateurs\* pour chacun des profils augmente progressivement avec le nombre de spectacles\* vus annuellement. C'est dans ce territoire que l'on retrouve la plus grande proportion de spectateurs\* dits insatiables (54 %).

La RMR de Québec se distingue pour deux des profils. Alors que sa part totale de tous les spectateurs\* compte pour 11 %, celle des passionnés atteint 16 % et celle des insatiables représente 12 %, comme celle des assidus.

Quant aux autres territoires du Québec, c'est la part attribuée aux spectateurs\* occasionnels (40 %) qui dépasse celle du poids relatif de l'ensemble des spectateurs\* de ces territoires (39 %) à l'échelle du Québec.

Les milieux ruraux affichent une proportion de spectateurs\* occasionnels (17 %) plus élevée que la part relative de leur nombre total de spectateurs\* (15 %). Quant aux milieux urbains, on y trouve 91 % des spectateurs\* insatiables et passionnés, soit une part supérieure à la proportion de tous les spectateurs\* issus de ces milieux (85 %). La part des spectateurs\* intéressés dans ces milieux (86 %) aussi est supérieure à cette proportion, tandis que celle des spectateurs assidus (85 %) y est équivalente.

**tab.144 Proportion des spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
RMR de Montréal	50 %	51 %	48 %	51 %	54 %	50 %
RMR de Québec	10 %	10 %	12 %	16 %	12 %	11 %
Autres territoires du Québec	40 %	39 %	40 %	33 %	34 %	39 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Milieux ruraux	17 %	14 %	15 %	9 %	9 %	15 %
Milieux urbains	83 %	86 %	85 %	91 %	91 %	85 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %



La mise en relation des chiffres de l'assistance\* avec les différents profils de consommation donne des résultats différents de ceux du nombre de spectateurs\*. C'est dans le profil des assidus que l'on compte ainsi le plus grand nombre d'entrées (5 133 000), suivi par celui des passionnés (4 381 000), puis des insatiables (2 571 000).

La répartition des entrées de ces différents profils sur une base régionale tend à suivre la même logique que celle des chiffres globaux, à l'exception de la RMR de Québec, où le nombre d'entrées le plus important se trouve dans le profil des passionnés. La répartition des profils entre milieux ruraux et urbains se décline à peu de chose près de la même manière.

**tab.145 Assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
RMR de Montréal	1 344	1 690	2 438	2 232	1 305	9 009
RMR de Québec	285	331	636	708	270	2 230
Autres territoires du Québec	1 120	1 288	2 057	1 445	990	6 900
<b>Total</b>	<b>2 750</b>	<b>3 309</b>	<b>5 131</b>	<b>4 384</b>	<b>2 564</b>	<b>18 139</b>
Milieux ruraux	462	447	810	393	243	2 356
Milieux urbains	2 288	2 857	4 324	3 987	2 327	15 783
<b>Total</b>	<b>2 750</b>	<b>3 304</b>	<b>5 133</b>	<b>4 381</b>	<b>2 571</b>	<b>18 139</b>

La RMR de Montréal rassemble la majorité des entrées pour chacun des profils d'assistance\*. Toutefois, dans le cas des insatiables et des passionnés, la proportion de 51 % est supérieure au pourcentage que représentent ses entrées vis-à-vis de l'ensemble des spectateurs\* (50 %).

Pour ce qui est de la RMR de Québec, c'est dans le profil des passionnés qu'elle affiche un résultat (16 %) supérieur au poids relatif de l'ensemble de ses entrées (12 %) pour tous les profils de spectateurs\*.

Quant aux autres territoires du Québec, ils enregistrent des proportions supérieures à leur poids relatif total (38 %) dans les profils occasionnels (41 %), assidus (40 %), intéressés et insatiables (39 %).

Pour les milieux ruraux, le pourcentage le plus élevé se trouve parmi les occasionnels (17 %), alors que la proportion de leurs entrées totales représente 13 %. Dans les milieux urbains, c'est dans le profil des passionnés et des insatiables (91 %) que l'on constate des parts relatives qui dépassent leur proportion de l'assistance\* totale pour tous les spectateurs\* (87 %).

**tab.146 Proportion de l'assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
RMR de Montréal	49 %	51 %	48 %	51 %	51 %	50 %
RMR de Québec	10 %	10 %	12 %	16 %	11 %	12 %
Autres territoires du Québec	41 %	39 %	40 %	33 %	39 %	38 %
<b>Total</b>	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Milieux ruraux	17 %	14 %	16 %	9 %	9 %	13 %
Milieux urbains	83 %	86 %	84 %	91 %	91 %	87 %
<b>Total</b>	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

### 3.4.3 À l'échelle de la RMR de Montréal

Des 2 074 000 spectateurs dénombrés pour la RMR de Montréal pour tous les types de spectacles, l'île de Montréal en regroupe près de la moitié, soit 1 203 000 (47 % des spectateurs). La Rive-Nord en compte pour sa part 655 000 (26 % des spectateurs), et la Rive-Sud, 681 000 (26 % des spectateurs), soit près du quart.

En considérant le nombre total de spectateurs pour chacun des types de spectacles, on observe que le spectacle professionnel tarifé intérieur (1 975 000 spectateurs) a attiré le public le plus nombreux en 2023, et ce, pour les 3 territoires. Le spectacle professionnel gratuit occupe le second rang, avec un total de 1 294 000 spectateurs, tandis que le spectacle amateur se situe au troisième rang, avec 966 000 spectateurs, tous territoires confondus. Le spectacle professionnel tarifé extérieur, au quatrième et dernier rang, a joint quant à lui 589 000 personnes.

**tab.147 Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Total des arts de la scène
Île de Montréal	891	294	678	508	1 203
Rive-Nord	540	140	294	227	655
Rive-Sud	545	155	322	230	681
Total	1 975	589	1 294	966	2 539

Dans l'ensemble, la répartition des spectateurs par territoire, tous types de spectacles confondus, est assez semblable à celle de la population de 16 ans et plus. L'île de Montréal enregistre une majorité de spectateurs pour tous les types de spectacles, à l'exception du spectacle professionnel tarifé intérieur, pour lequel elle obtient 45 % des spectateurs, soit moins que sa part totale de spectateurs en arts de la scène (47 %) et que sa part de la population âgée de 16 ans et plus (48 %).

Ce même type de spectacles affiche une proportion de 27 % des spectateurs sur la Rive-Nord et de 28 % des spectateurs sur la Rive-Sud, soit des proportions légèrement plus importantes que leurs parts totales respectives de spectateurs en arts de la scène (26 % pour la Rive-Nord et 27 % pour la Rive-Sud) et de la population de 16 ans et plus (26 % pour la Rive-Nord et pour la Rive-Sud).

Pour le spectacle professionnel tarifé extérieur, l'île de Montréal récolte là aussi une plus grande proportion de spectateurs (50 %). La Rive-Nord

affiche pour sa part une proportion de 24 % des spectateurs, et la Rive-Sud en obtient 26 %. L'île de Montréal est, dans ce cas, la seule à surpasser sa part totale de spectateurs et de la population de 16 ans et plus, les résultats pour les deux autres territoires affichant un score légèrement en deçà.

Pour le spectacle professionnel gratuit, l'île de Montréal obtient une majorité de spectateurs (52 %), tandis que la Rive-Sud en obtient le quart (25 %). La Rive-Nord se situe juste après avec 23 %. Une fois de plus, l'île de Montréal est la seule à surpasser sa part totale de spectateurs et de la population de 16 ans et plus pour ce type de spectacles.

Enfin, le spectacle amateur, quant à lui, est associé une fois de plus à une majorité de spectateurs de l'île de Montréal (53 %), tandis que la Rive-Nord et la Rive-Sud regroupent chacune 24 % des spectateurs\*.

**tab.148 Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de la RMR de Montréal**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Total des arts de la scène	Population de 16 ans et plus
Île de Montréal	45 %	50 %	52 %	53 %	47 %	48 %
Rive-Nord	27 %	24 %	23 %	24 %	26 %	26 %
Rive-Sud	28 %	26 %	25 %	24 %	27 %	26 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

La population âgée de 16 ans et plus se chiffre à 1 728 000 personnes pour l'île de Montréal (48 %), à 946 000 personnes pour la Rive-Nord (26 %) et à 952 000 personnes pour la Rive-Sud (26 %), pour un total de 3 626 000 personnes âgées de 16 ans et plus sur le territoire de la RMR de Montréal.

Sur le plan des spectateurs\*, on en dénombre 2 074 000 pour l'île de Montréal (45 %), 561 000 pour la Rive-Nord (27 %) et 578 000 pour la Rive-Sud (28 %). En 2023, on compte ainsi un total de 2 074 000 spectateurs\* de 16 ans et plus.

Quant à l'assistance\*, elle se chiffre à 9 009 000 entrées sur l'ensemble de la RMR de Montréal. L'île de Montréal est responsable de 4 585 000 entrées (51 %), la Rive-Nord de 2 123 000 entrées(24 %) et la Rive-Sud de 2 302 000 entrées (26 %).

Dans l'ensemble, les 3 territoires considérés affichent une proportion de spectateurs\* équivalente à leur part respective de la population de 16 ans et plus.

L'île de Montréal accapare cependant une majorité de l'assistance\* (51 %), qui, à titre comparatif, est plus élevée que la part de la population de 16 ans (48 %) et plus et que la part de spectateurs\*(45 %) de cette région. À l'inverse, la proportion de l'assistance\* de la Rive-Nord (24 %) est en deçà de la proportion de la population de 16 ans (26 %) et plus et de la proportion de spectateurs\* (27 %) de la Rive-Nord. L'assistance\* de la Rive-Sud (26 %), elle, correspond exactement au pourcentage de la population (26 %) que récolte la Rive-Sud, même si ce secteur réunit 28 % des spectateurs\*.

**tab.149 Population, spectateurs\* et assistance\* selon les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Île de Montréal	1 728	935	4 585
Rive-Nord	946	561	2 123
Rive-Sud	952	578	2 302
Total	3 626	2 074	9 009

**tab.150 Proportion de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires de la RMR de Montréal**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Île de Montréal	48 %	45 %	51 %
Rive-Nord	26 %	27 %	24 %
Rive-Sud	26 %	28 %	26 %
Total	100 %	100 %	100 %

Parmi les 9 009 000 entrées comptabilisées en 2023, on en dénombre 4 585 000 sur l'île de Montréal, 2 123 000 sur la Rive-Nord et 2 302 000 sur la Rive-Sud.

L'humour est la discipline qui affiche la plus grande assistance\*, avec 1 698 000 entrées, suivi de la chanson anglophone, qui compte 1 672 000 entrées, et du théâtre, qui en compte 1 174 000.

En observant les données par territoire, on voit apparaître des variations entre les disciplines qui occupent les trois premiers rangs sur le plan de l'assistance\*. L'île de Montréal enregistre son assistance\* la plus nombreuse avec la chanson anglophone (861 000 entrées), suivie de l'humour (694 000 entrées) et du théâtre (680 000 entrées).

La Rive-Nord affiche son assistance\* la plus élevée en humour (502 000 entrées), suivi de la chanson anglophone (432 000 entrées) et de la chanson francophone (279 000 entrées).

La Rive-Sud enregistre une répartition semblable à celle de la Rive-Nord. L'humour est encore au premier rang de son assistance\*, avec 502 000 entrées, suivi de la chanson anglophone, avec 379 000 entrées, et la chanson francophone, avec 323 000 entrées.

**tab.151 Assistance\* selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Île de Montréal	241	366	423	680	518	861	694	250	373	179	4585
Rive-Nord	85	124	170	235	279	432	502	88	117	91	2123
Rive-Sud	122	144	198	259	323	379	502	125	141	107	2302
Total	449	635	790	1 174	1 120	1 672	1 698	463	631	377	9009

L'île de Montréal, toutes disciplines confondues, obtient la plus grande proportion de l'assistance\* (51 %) à l'échelle de la RMR de Montréal. La Rive-Nord obtient pour sa part près du quart (24 %) de l'assistance\*, tandis que la Rive-Sud en obtient 26 %.

Sur le plan de la répartition par disciplines, l'île de Montréal rassemble plus de la moitié de l'assistance\* totale – dans des proportions qui varient entre 59 % et 51 % des entrées – pour 7 disciplines sur 10. Celles pour lesquelles elle n'atteint pas la majorité sont l'humour (41 %), la chanson francophone (46 %) et les variétés (47 %). Les disciplines pour lesquelles l'île de Montréal obtient la plus grande part relative de l'assistance\* sont le cirque et la danse (54 %), la comédie musicale (59 %), ainsi que la musique classique et le théâtre (58 %).

Pour ce qui est de la Rive-Nord, les disciplines pour lesquelles elle fait meilleure figure en termes relatifs sont l'humour (30 %), la chanson anglophone (26 %) et la chanson francophone (25 %). La proportion de l'assistance\* pour chacune de ces disciplines surpasse la part totale de l'assistance\* de ce territoire toutes disciplines confondues.

Les données d'assistance\* pour la Rive-Sud placent l'humour (30 %) au premier rang, suivi de la chanson francophone (29 %) et des variétés (28 %). Ici aussi, la proportion de l'assistance\* pour chacune de ces disciplines égale ou surpasse la part totale de l'assistance\* de ce territoire toutes disciplines confondues.

**tab.152 Proportion de l'assistance\* selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Île de Montréal	54 %	58 %	53 %	58 %	46 %	51 %	41 %	54 %	59 %	47 %	51 %
Rive-Nord	19 %	20 %	22 %	20 %	25 %	26 %	30 %	19 %	18 %	24 %	24 %
Rive-Sud	27 %	23 %	25 %	22 %	29 %	23 %	30 %	27 %	22 %	28 %	26 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Les spectateurs\* de la RMR de Montréal ont assisté en moyenne à 4,3 spectacles\* en 2023. En déclinant ces résultats par territoire, c'est l'île de Montréal qui enregistre le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (4,9). Quant à elles, la Rive-Nord et la Rive-Sud affichent respectivement une moyenne de 3,8 et de 4,0\*.

Sur le plan des disciplines, pour l'ensemble de la RMR de Montréal, c'est la chanson anglophone et l'humour (0,8) qui affichent le nombre moyen de spectacles\* le plus élevé, à égalité. Suivent ensuite le théâtre (0,6) et la chanson francophone (0,5).

À l'échelle des territoires, l'île de Montréal enregistre son nombre moyen de spectacles\* le plus élevé avec la chanson anglophone (0,9), et l'humour et le théâtre à égalité (0,7). La chanson francophone occupe le troisième rang avec une moyenne de 0,6 spectacle\* vu en 2023.

Pour la Rive-Nord, l'humour est la discipline qui trône au premier rang avec une moyenne de 0,9 spectacle\* vu, suivi de la chanson anglophone (0,8) puis de la chanson francophone (0,5).

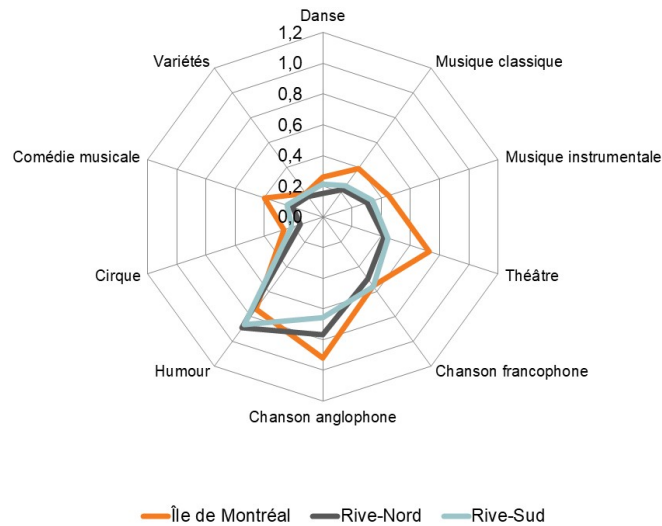
Le territoire de la Rive-Sud, lui, affiche une distribution des disciplines qui place aussi l'humour au premier rang (0,9), suivi de la chanson anglophone (0,7) et de la chanson francophone (0,6).

**tab.153 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Île de Montréal	0,3	0,4	0,5	0,7	0,6	0,9	0,7	0,3	0,4	0,2	4,9
Rive-Nord	0,2	0,2	0,3	0,4	0,5	0,8	0,9	0,2	0,2	0,2	3,8
Rive-Sud	0,2	0,2	0,3	0,4	0,6	0,7	0,9	0,2	0,2	0,2	4,0
Total	0,2	0,3	0,4	0,6	0,5	0,8	0,8	0,2	0,3	0,2	4,3



**fig.156 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les territoires de la RMR de Montréal**



Pour l'ensemble de la RMR, l'âge moyen de la population se chiffre à 49,0 ans, alors que l'âge moyen de son bassin de spectateurs\* se situe à 46,6 ans et celui de son assistance\*, à 45,3 ans.

C'est l'île de Montréal qui accueille la population (48,3 ans), les spectateurs\* (45,3 ans) et l'assistance\* (43,5 ans) les plus jeunes. Chacune de ces moyennes d'âge se situe en deçà des moyennes d'âge pour l'ensemble de la RMR de Montréal.

La Rive-Nord affiche, quant à elle, des moyennes d'âge légèrement supérieures à celles des moyennes établies pour l'ensemble de la RMR de Montréal. Alors que l'âge moyen de sa population se chiffre à 49,2 ans, celui de ses spectateurs\* est de 46,9 ans, et son assistance\* est âgée de 46,4 ans, en moyenne.

La Rive-Sud apparaît comme le territoire le plus âgé des trois. L'âge moyen de sa population (50,1 ans), celui de ses spectateurs\* (48,4 ans) et celui de son assistance\* (47,8 ans) sont, eux aussi, plus élevés que les moyennes d'âge pour l'ensemble de la RMR de Montréal.

De manière générale, on remarque que les spectateurs\* et l'assistance\* sont plus jeunes que la population dans son ensemble.

**tab.154 Âge moyen de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires de la RMR de Montréal**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Île de Montréal	48,3	45,3	43,5
Rive-Nord	49,2	46,9	46,4
Rive-Sud	50,1	48,4	47,8
Total	49,0	46,6	45,3

Sur l'ensemble des 2 074 000 spectateurs\* de la RMR de Montréal, l'île de Montréal en regroupe le plus grand nombre, soit 935 000 (45 %), mais n'atteint pas la majorité. La Rive-Nord dénombre 561 000 spectateurs\* (27 %), tandis que la Rive-Sud en dénombre 578 000, soit plus du quart (28 %).

Quand on considère les totaux de chacun des profils de spectateurs\* dans l'ensemble de la RMR de Montréal, le nombre de spectateurs\* décroît à mesure que le nombre de spectacles\* vus augmente. Ainsi, le profil de spectateur\* qui prédomine est celui dit occasionnel (1 ou 2 spectacles\*), pour lequel on dénombre un total de

968 000 spectateurs\*. À l'inverse, le spectateur\* dit insatiable (20 spectacles\* et plus) est celui qui regroupe le moins de personnes, soit 51 000.

Lorsque l'on décline ces mêmes totaux pour les différents territoires, la même tendance se dessine pour les trois territoires constituant la RMR.

**tab.155 Nombre de spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Île de Montréal	427	187	186	101	35	935
Rive-Nord	265	167	86	39	5	561
Rive-Sud	277	140	112	39	11	578
Total	968	493	384	179	51	2 074

L'île de Montréal est le territoire qui obtient la proportion la plus élevée de spectateurs\*, tous types confondus. Sa part de spectateurs\* pour chacun des types augmente progressivement avec le nombre de spectacles\* vus annuellement. Elle obtient ainsi la plus grande portion des spectateurs\* insatiables (68 %). Elle n'atteint toutefois pas la majorité pour les spectateurs\* occasionnels (44 %) ni pour les spectateurs\* intéressés (38 %), pour lesquels elle obtient une part moins grande que sa part totale de spectateurs\* en arts de la scène (45 %).

La Rive-Nord fait meilleure figure sur le plan des spectateurs\* occasionnels (27 %) et intéressés (34 %). À titre comparatif, ces deux types de spectateurs\* égale et dépasse respectivement la part totale de spectateurs\* en arts de la scène pour ce territoire (27 %).

Quant à la Rive-Sud, elle enregistre sa plus forte proportion auprès des spectateurs\* occasionnels et assidus (29 %), proportions qui surpassent sa part totale de spectateurs\* (28 %).

**tab.156 Proportion des spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Île de Montréal	44 %	38 %	48 %	56 %	68 %	45 %
Rive-Nord	27 %	34 %	22 %	22 %	11 %	27 %
Rive-Sud	29 %	28 %	29 %	22 %	21 %	28 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Le territoire de l'île de Montréal obtient la majorité de l'assistance\* totale de 9 009 000 entrées pour l'ensemble de la RMR de Montréal, avec 4 585 000 entrées (51 %). La Rive-Nord, elle, compte 2 123 000 entrées (24 %), tandis que la Rive-Sud en compte 2 302 000, soit plus d'un quart (26 %) de l'assistance\*.

Avec l'analyse par territoire, le groupe des intéressés est le plus nombreux pour la Rive-Nord (579 000 entrées) et c'est celui des assidus qui l'est pour la Rive-Sud (711 000 entrées), mais c'est le profil des passionnés qui prédomine au sein de l'île de Montréal (1 263 000 entrées).

Au regard du total de chacun des profils de fréquentation, à l'échelle de la RMR de Montréal, c'est le profil des assidus qui récolte le plus grand nombre d'entrées (2 438 000), suivi des passionnés (2 232 000) et des intéressés (1 690 000).

**tab.157 Assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Île de Montréal	593	635	1 181	1 263	914	4 585
Rive-Nord	377	579	546	488	133	2 123
Rive-Sud	375	476	711	482	258	2 302
Total	1 344	1 690	2 438	2 232	1 305	9 009

La répartition de l'assistance\* par pourcentages, selon le nombre de spectacles vus annuellement et selon les territoires de la RMR de Montréal, montre aussi que l'île de Montréal obtient une majorité pour tous les profils. Chez les passionnés (57 %) et les insatiables (70 %), ce pourcentage dépasse la moitié de l'assistance\*. Ces deux derniers profils dépassent également la part totale de l'assistance\* de l'île (51 %) vis-à-vis de l'ensemble des territoires.

La Rive-Nord enregistre, quant à elle, son meilleur résultat chez les intéressés (34 %) et les occasionnels (28 %), dont les parts surpassent la part totale de l'assistance\* que récolte ce territoire (24 %).

La Rive-Sud surpasse sa part totale de l'assistance\* en arts de la scène (26 %) auprès des occasionnels (28 %), des intéressés (28 %) et des assidus (29 %).

**tab.158 Proportion de l'assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de la RMR de Montréal**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Île de Montréal	44 %	38 %	48 %	57 %	70 %	51 %
Rive-Nord	28 %	34 %	22 %	22 %	10 %	24 %
Rive-Sud	28 %	28 %	29 %	22 %	20 %	26 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

### 3.4.4 À l'échelle de l'île de Montréal

Des 1 208 000 spectateurs dénombrés pour l'ensemble de l'île de Montréal pour tous les types de spectacles, le territoire de Montréal Est en regroupe la plus grande part, soit 468. Vient ensuite le territoire de Montréal Centre avec 429 000 spectateurs, puis Montréal Ouest avec 311 000 spectateurs.

En considérant le nombre total de spectateurs pour chacun des types de spectacles, on constate que le spectacle professionnel tarifé intérieur attire le public\* le plus nombreux, à la fois pour l'ensemble de l'île de Montréal (895 000 spectateurs) et pour chacun des 3 territoires étudiés.

Le spectacle professionnel gratuit occupe, pour sa part, le second rang avec un total de 682 000 spectateurs, tandis que le spectacle amateur se situe au troisième rang, avec 510 000 spectateurs, tous territoires confondus. Enfin, le spectacle professionnel tarifé extérieur, au quatrième et dernier rang, a rejoint 296 000 spectateurs à l'échelle de l'île de Montréal.

**tab.159 Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Tous les types de spectacles
Montréal Est	356	128	249	217	468
Montréal Centre	328	104	251	165	429
Montréal Ouest	211	64	183	128	311
Total	895	296	682	510	1 208

Le territoire de Montréal Est obtient la plus grande part de spectateurs pour tous les types de spectacles, sans toutefois rafler la majorité. Sa part de spectateurs pour le spectacle professionnel tarifé intérieur (40 %), pour le spectacle professionnel tarifé extérieur (43 %) et pour le spectacle amateur (43 %) surpasse sa part de spectateurs pour l'ensemble des arts de la scène (39 %) et sa part de la population de 16 ans et plus (38 %).

Montréal Centre affiche ses plus fortes proportions de spectateurs dans les catégories du spectacle professionnel tarifé intérieur (37 %) et professionnel gratuit (37 %), lesquelles sont plus élevées que sa part de spectateurs pour l'ensemble des arts de la scène (36 %) et que sa part de la population de 16 ans et plus (33 %).

De manière similaire, Montréal Ouest fait bonne figure quant à ses proportions de spectateurs pour le spectacle professionnel gratuit (27 %). C'est la seule catégorie qui surpasse sa part de spectateurs pour l'ensemble des arts de la scène (26 %), même si cette proportion reste en dessous de la part de la population de 16 ans et plus (30 %) associée à Montréal Ouest.

**tab.160 Répartition des spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et les territoires de l'île de Montréal**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Total des arts de la scène	Population de 16 ans et plus
Montréal Est	40 %	43 %	36 %	43 %	39 %	38 %
Montréal Centre	37 %	35 %	37 %	32 %	36 %	33 %
Montréal Ouest	24 %	22 %	27 %	25 %	26 %	30 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Dans l'ensemble, c'est le territoire de Montréal Est qui regroupe la proportion la plus importante de la population, mais sa part des spectateurs\* et de l'assistance\* est au contraire la plus faible.

L'analyse plus détaillée permet de voir que la population âgée de 16 ans et plus pour l'ensemble de l'île de Montréal se chiffre en 2023 à 1 728 000 personnes. Une part de 649 000 personnes (38 %) est attribuée à Montréal Est, une autre de 566 000 personnes (33 %) est attribuée à Montréal Centre et une dernière part de 514 000 personnes (30 %) se retrouve dans Montréal Ouest.

On dénombre un total de 921 000 spectateurs pour l'ensemble de l'île de Montréal. Sur ce total, Montréal Est obtient une portion de 281 000 spectateurs\* (31 %), Montréal Centre en obtient 345 000 (37 %) et Montréal Ouest, un peu moins du tiers, soit 294 000 spectateurs\* (32 %).

Quant à l'assistance\* totale sur l'île de Montréal, elle se chiffre à 4 454 000 entrées. Montréal Est est responsable de 1 211 000 entrées (27 %), Montréal Centre, de 1 680 000 entrées (38 %) et Montréal Ouest, de 1 563 000 entrées (35 %) en 2023.

Montréal Centre affiche la première place en termes de proportions de spectateurs\* (37 %) et d'assistance\* (38 %), alors que le territoire représente seulement un tiers de la population de l'île de Montréal.

**tab.161 Population, spectateurs\* et assistance\* selon les territoires de l'île de Montréal (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Montréal Est	649	281	1211
Montréal Centre	566	345	1680
Montréal Ouest	514	294	1563
Total	1728	921	4454

**tab.162 Proportion de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires de l'île de Montréal**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Montréal Est	38 %	31 %	27 %
Montréal Centre	33 %	37 %	38 %
Montréal Ouest	30 %	32 %	35 %
Total	100 %	100 %	100 %



La chanson anglophone (817 000 entrées) enregistre l'assistance\* la plus élevée, tandis que l'humour (683 000 entrées) vient en second. Le théâtre (666 000 entrées) occupe la troisième position sur le plan de l'assistance\*.

En déclinant l'assistance\* par territoire, on voit apparaître quelques variations entre les disciplines qui occupent les trois premiers rangs de chaque territoire. Montréal Est enregistre son assistance\* la plus nombreuse en humour (218 000 entrées), suivi du théâtre (177 000 entrées) et de la chanson anglophone (173 000 entrées).

Montréal Centre, pour sa part, affiche une plus grande assistance\* en chanson anglophone (327 000 entrées), suivie du théâtre (282 000 entrées) et de l'humour (229 000 entrées).

Montréal Ouest obtient également son assistance\* la plus nombreuse en chanson anglophone (318 000 entrées), suivie de l'humour (235 000 entrées) et du théâtre (207 000 entrées).

En somme, la chanson anglophone, l'humour et le théâtre se disputent les trois premières positions en matière d'assistance\* pour les trois territoires considérés.

**tab.163 Assistance\* selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Montréal Est	61	58	96	177	156	173	218	46	171	55	1211
Montréal Centre	110	159	150	282	157	327	229	87	122	58	1680
Montréal Ouest	66	130	158	207	192	318	235	101	94	62	1563
Total	237	347	404	666	504	817	683	235	387	175	4454

Sur le plan de la répartition de l'assistance\* par disciplines, le territoire de Montréal Centre produit 38 % de l'assistance\*, suivi de Montréal Ouest (35 %) et de Montréal Est (27 %).

Les proportions de l'assistance\* pour Montréal Centre affichent leurs meilleurs résultats pour la danse (46 %), la musique classique (46 %), le théâtre (42 %) et la chanson anglophone (40 %).

Dans le cas de Montréal Est, ce sont la chanson francophone (31 %), les variétés (31 %), l'humour (32 %) et la comédie musicale (44 %) qui obtiennent les plus fortes proportions.

Les données d'assistance\* relatives pour Montréal Ouest montrent que ce territoire fait très bonne figure en cirque (43 %), en musique instrumentale (39 %), en chanson anglophone (39 %) et en chanson francophone (38 %).

**tab.164 Proportion de l'assistance\* selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Montréal Est	26 %	17 %	24 %	27 %	31 %	21 %	32 %	20 %	44 %	31 %	27 %
Montréal Centre	46 %	46 %	37 %	42 %	31 %	40 %	34 %	37 %	32 %	33 %	38 %
Montréal Ouest	28 %	37 %	39 %	31 %	38 %	39 %	34 %	43 %	24 %	35 %	35 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Toutes disciplines confondues, les spectateurs\* de l'île de Montréal ont assisté en moyenne à 4,9 spectacles\* dans l'année. En déclinant ces résultats par territoire, c'est Montréal Est qui affiche le nombre moyen de spectacles\* vus le plus élevé (5,3), suivi de Montréal Centre (4,9) et de Montréal Ouest (4,3).

Quand on considère la moyenne totale des trois territoires pour chacune des disciplines, ce sont la chanson anglophone (0,9), l'humour (0,7) et le théâtre (0,7) qui enregistrent les moyennes les plus élevées.

Montréal Est enregistre son nombre moyen de spectacles\* le plus élevé en chanson anglophone (1,1). C'est suivi de l'humour (0,8) et du théâtre ex æquo avec la chanson francophone (0,7).

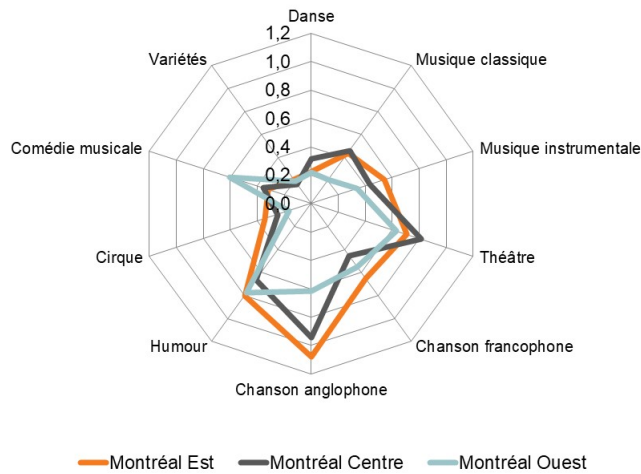
Montréal Centre présente une distribution où trônent la chanson anglophone (0,9), le théâtre (0,8) et l'humour (0,7)

Montréal Ouest enregistre, pour sa part, la moyenne de spectacles\* la plus élevée en humour (0,8), puis en théâtre, en chanson francophone, en chanson anglophone et en comédie musicale, qui arrivent tous ex æquo (0,6).

**tab.165 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Montréal Est	0,2	0,4	0,5	0,7	0,7	1,1	0,8	0,3	0,3	0,2	5,3
Montréal Centre	0,3	0,5	0,4	0,8	0,5	0,9	0,7	0,3	0,4	0,2	4,9
Montréal Ouest	0,2	0,2	0,3	0,6	0,6	0,6	0,8	0,2	0,6	0,2	4,3
Total	0,3	0,4	0,5	0,7	0,6	0,9	0,7	0,3	0,4	0,2	4,9

**fig.157 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et les territoires de l'île de Montréal**



Pour l'ensemble de l'île de Montréal, l'âge moyen de la population se situe à 48,4 ans, alors que l'âge moyen de ses spectateurs\* se chiffre à 45,3 ans et que celui de son assistance\* se situe à 43,5 ans. En moyenne, les spectateurs\* et l'assistance\* de l'île de Montréal sont donc plus jeunes que la population de ce même secteur.

Déclinées selon chacun des territoires, les données démontrent que Montréal Centre affiche la population la plus jeune (46 ans), suivi de Montréal Est (49,3 ans), puis de Montréal Ouest (49,8 ans). Ces 2 derniers territoires dépassent la moyenne d'âge de la population de l'île de Montréal (48,4).

L'analyse selon l'âge moyen des spectateurs\* révèle que Montréal Centre rassemble les spectateurs\* les plus jeunes (42,4 ans), suivi par Montréal Ouest (46,7 ans) et Montréal Est (47,2 ans).

Une fois de plus, ces deux derniers territoires affichent une moyenne d'âge plus élevée que l'ensemble des spectateurs\* de l'île de Montréal.

Montréal Centre génère l'assistance\* la plus jeune (41,5 ans). Elle est plus jeune que son bassin de spectateurs\* (42,4 ans). L'âge moyen de ce territoire est suivi de près par celui de Montréal Est (41,8 ans), et de plus loin par celui de Montréal Ouest (46,1 ans).

**tab.166 Âge moyen de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon les territoires de l'île de Montréal**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Montréal Est	49,3	47,2	41,8
Montréal Centre	46,0	42,4	41,5
Montréal Ouest	49,8	46,7	46,1
Total	48,4	45,3	43,5

Au sein de l'ensemble des 939 000 spectateurs\* de l'île de Montréal, c'est le territoire de Montréal Est qui regroupe le plus grand nombre de spectateurs\*, soit 371 000 (40 %), sans toutefois en regrouper une majorité. Montréal Centre en rassemble 345 000, soit plus du tiers (37 %), et Montréal Ouest en réunit 223 000, soit près du quart (24 %).

Parmi tous les spectateurs\* de l'île de Montréal, ce sont les spectateurs\* du profil des occasionnels qui sont les plus nombreux (428 000). Ils sont suivis des intéressés (188 000) et des assidus (187 000).

À l'échelle de chacun des territoires, la distribution des profils de spectateurs\* suit une configuration similaire, à quelques variations près. Ainsi, le profil qui regroupe le plus de personnes est celui des

occasionnels dans les 3 territoires : ils sont 159 000 dans Montréal Est, 147 000 dans Montréal Centre et 122 000 dans Montréal Ouest. Les assidus arrivent en seconde position dans les secteurs de Montréal Est (78 000) et de Montréal Centre (75 000), tandis qu'à Montréal Ouest, ce sont les intéressés (46 000).

Inversement, le profil insatiable affiche le plus petit nombre de spectateurs\* pour les 3 territoires et représente 35 000 spectateurs\* à l'échelle de l'île de Montréal. De ce nombre, 15 000 sont issus de Montréal Est, 11 000 de Montréal Centre et 9 000 de Montréal Ouest.

**tab.167 Nombre de spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Montréal Est	159	71	78	48	15	371
Montréal Centre	147	71	75	41	11	345
Montréal Ouest	122	46	33	13	9	223
<b>Total</b>	<b>428</b>	<b>188</b>	<b>187</b>	<b>101</b>	<b>35</b>	<b>939</b>

C'est Montréal Est qui obtient la plus grande part des spectateurs\* pour tous les profils de spectateurs\* (40 %). Ce territoire devance les autres sur le plan des spectateurs\* passionnés (47 %), insatiables (43 %) et assidus (42 %). Dans ces catégories, la proportion des spectateurs\* surpasse sa part totale de spectateurs (40 %) sur l'île de Montréal. Chez les occasionnels (37 %), Montréal Est arrive aussi en tête, tout comme chez les intéressés (38 %), ex æquo avec Montréal Centre.

Donc à l'exception du profil de spectateurs\* intéressés, Montréal Centre se retrouve en deuxième place pour chacun des profils de spectateurs\*, mais enregistre ses proportions les plus élevées dans le profil des

passionnés (41 %) et des assidus (40 %). Dans ces catégories ainsi que pour les intéressés (38 %), la proportion des spectateurs\* surpasse la part totale de spectateurs de ce territoire (37 %).

Quant à Montréal Ouest, ce territoire enregistre ses plus fortes proportions auprès des spectateurs\* occasionnels (28 %), insatiables (26 %) et intéressés (25 %), proportions qui dépassent la part totale des spectateurs\* issus de ce territoire (24 %).

**tab.168 Proportion des spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Montréal Est	37 %	38 %	42 %	47 %	43 %	40 %
Montréal Centre	34 %	38 %	40 %	41 %	30 %	37 %
Montréal Ouest	28 %	25 %	18 %	12 %	26 %	24 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

L'assistance\* totale pour l'île de Montréal se chiffre à 4 614 000 entrées en 2023. Alors que Montréal Est en dénombre 1 975 000, soit 43 % des entrées, Montréal Centre en regroupe plus du tiers (36 %), avec 1 680 000 entrées, et Montréal Ouest en compte moins du quart (21 %), avec 958 000 entrées.

En ce qui a trait à l'assistance\* totale de chacun des profils de spectateurs\*, tous territoires combinés, c'est le profil des passionnés qui récolte le plus grand nombre d'entrées (1 272 000), suivi du profil des assidus (1 187 000 entrées) et des insatiables (921 000 entrées).

Au regard de chacun des territoires, les passionnés sont ceux qui sont responsables de la plus grande assistance dans Montréal Est (596 000 entrées) et dans Montréal Centre (518 000 entrées), tandis que ce sont les insatiables qui dominent à ce chapitre dans Montréal Ouest (257 000 entrées).

**tab.169 Assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Montréal Est	226	238	504	596	412	1975
Montréal Centre	195	239	477	518	252	1680
Montréal Ouest	174	163	207	158	257	958
<b>Total</b>	<b>595</b>	<b>639</b>	<b>1 187</b>	<b>1 272</b>	<b>921</b>	<b>4 614</b>

Traduites en pourcentages, les données permettent de mieux voir que Montréal Est regroupe près de la moitié des passionnés (47 %) et des insatiables (45 %). Ces profils dépassent aussi la part totale de l'assistance\* pour Montréal Est (43 %).

Le territoire de Montréal Ouest présente, pour sa part, trois profils qui affichent un résultat plus élevé que sa part de l'assistance\* totale (21 %) : il s'agit du profil des occasionnels (29 %), qui arrive en tête sur ce territoire, suivi des insatiables (28 %) et des intéressés (25 %).

Dans le cas de Montréal Centre, les profils qui récoltent les proportions les plus élevées sont respectivement les passionnés (41 %), les assidus (40 %) et les intéressés (37 %), lesquels surpassent la part totale de l'assistance\* pour ce territoire (36 %).

**tab.170 Proportion de l'assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et les territoires de l'île de Montréal**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Montréal Est	38 %	37 %	42 %	47 %	45 %	43 %
Montréal Centre	33 %	37 %	40 %	41 %	27 %	36 %
Montréal Ouest	29 %	25 %	17 %	12 %	28 %	21 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %



### 3.4.5 À l'échelle des types de régions du Québec

Dans l'ensemble des régions du Québec, 5 015 000 spectateurs de 16 ans et plus ont assisté à tous types de spectacles. Ce sont les régions périphériques qui comptent le nombre de spectateurs le plus important (2 100 000), tous types de spectacles confondus. Elles sont suivies des régions centrales (1 646 000), des régions intermédiaires (788 000) et des régions éloignées (481 000).

Les spectacles professionnels tarifés intérieurs attirent, à l'échelle du Québec, un total de 3 878 000 spectateurs. Pour ce type de spectacles,

ce sont les régions périphériques qui comptent le nombre le plus important de spectateurs (1 676 000). Elles sont suivies des régions centrales (1 246 000), des régions intermédiaires (601 000) et des régions éloignées (355 000). Ce schéma se répète pour tous les types de spectacles.

Les spectacles professionnels gratuits arrivent en seconde position à l'échelle de toutes les régions du Québec, avec 2 358 000 spectateurs, suivis des spectacles amateurs, avec 1 914 000 spectateurs, puis des spectacles professionnels tarifés extérieurs, avec 1 392 000 spectateurs.

**tab.171 Nombre de spectateurs de 16 ans et plus selon le type de spectacles et le type de régions (en milliers)**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Tous les types de spectacles
Régions centrales	1246	474	849	651	1646
Régions périphériques	1676	513	955	745	2100
Régions intermédiaires	601	240	341	311	788
Régions éloignées	355	165	212	207	481
Total	3878	1392	2358	1914	5015

À l'échelle du Québec, le poids relatif du nombre de spectateurs, tous types de spectacles confondus, est relativement égal à la distribution de la population de 16 ans et plus. La part du nombre de spectateurs\* des régions centrales (33 %) correspond exactement au poids démographique de ces régions (33 %). On retrouve ce phénomène aussi pour les régions intermédiaires et éloignées. Le seul type de régions qui affiche une variation est celui des régions périphériques, où l'on constate une légère différence, à savoir que leur part du nombre de spectateurs équivaut à 42 % tandis que leur poids démographique se situe à 41 %.

Cette répartition du nombre de spectateurs demeure sensiblement la même quand on ne considère que les spectateurs de spectacles professionnels tarifés intérieurs. Dans le cas des spectateurs des spectacles professionnels tarifés extérieurs, la part des régions périphériques baisse pour atteindre 37 % alors que le poids démographique est de 41 %, et augmente à 12 % contre 10 % pour le poids démographique des régions éloignées.

Dans le cas des spectacles professionnels gratuits, la part des régions centrales atteint 36 % des spectateurs, alors que le poids démographique dans ces régions n'est que de 33 %. Ce gain est réalisé principalement au détriment des régions intermédiaires.

Dans la grande majorité des cas, l'écart de pourcentage entre la répartition des spectateurs et le poids démographique ne dépasse pas un point.

**tab.172 Répartition des spectateurs\* de 16 ans et plus selon le type de spectacles et le type de régions**

	Professionnel tarifé intérieur	Professionnel tarifé extérieur	Professionnel gratuit	Amateur	Tous les types de spectacles	Population de 16 ans et plus
Régions centrales	32 %	34 %	36 %	34 %	33 %	33 %
Régions périphériques	43 %	37 %	41 %	39 %	42 %	41 %
Régions intermédiaires	16 %	17 %	14 %	16 %	16 %	16 %
Régions éloignées	9 %	12 %	9 %	11 %	10 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

En 2023, la population âgée de 16 ans et plus dans les régions centrales, se chiffre à 2 360 000 personnes. Elle compte 2 982 000 personnes dans les régions périphériques, 1 184 000 personnes dans les régions intermédiaires et 724 000 personnes dans les régions éloignées, pour un total de 7 250 000 Québécois âgés de 16 ans et plus. Les chiffres relatifs aux spectateurs\* et à l'assistance\* tiennent seulement compte des spectacles professionnels tarifés.

Le nombre de spectateurs\* dans l'ensemble des régions est de 4 156 000. Il est de 1 324 000 dans les régions centrales, de 1 781 000 dans les régions périphériques, de 666 000 dans les régions intermédiaires et de 385 000 dans les régions éloignées.

Quant à l'assistance\*, elle se chiffre à 18 139 000 billets vendus au total. Les régions périphériques arrivent en tête et représentent 6 882 000 entrées. Elles sont suivies par les régions centrales (6 617 000), les régions intermédiaires (2 892 000) puis les régions éloignées (1 747 000).

**tab.173 Population, spectateurs\* et assistance\* selon le type de régions (en milliers)**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Régions centrales	2360	1324	6617
Régions périphériques	2982	1781	6882
Régions intermédiaires	1184	666	2892
Régions éloignées	724	385	1747
Total	7250	4156	18139

La répartition de la population (16 ans et plus), des spectateurs\* et de l'assistance\* selon le type de régions révèle quelques phénomènes. Le poids relatif des régions centrales quant au nombre de spectateurs\*, mais surtout quant à l'assistance\* augmente au détriment principalement des régions périphériques. Ainsi, les parts propres à la population, aux spectateurs\* et à l'assistance\* passent respectivement de 33 % à 32 % puis à 36 % pour les régions centrales, alors que, pour les régions périphériques, les résultats sont de 41 %, de 43 % et de 38 %.

Les parts de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* demeurent relativement constantes pour ce qui est des régions intermédiaires et éloignées.

**tab.174 Proportion de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon le type de régions**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Régions centrales	33 %	32 %	36 %
Régions périphériques	41 %	43 %	38 %
Régions intermédiaires	16 %	16 %	16 %
Régions éloignées	10 %	9 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %

La chanson anglophone est la discipline qui affiche la plus forte assistance\* dans l'ensemble des régions du Québec, avec 3 713 000 entrées. L'humour arrive en deuxième position, avec 3 505 000 entrées, et la chanson francophone occupe le troisième rang, avec 2 848 000 entrées.

L'examen des données d'assistance\* par type de régions met en lumière des variations dans le rang qu'occupe chacune des disciplines. Pour les régions centrales, la chanson anglophone arrive en tête, suivie de l'humour et du théâtre.

Dans le cas des régions périphériques, c'est l'humour qui est la discipline première, suivie de la chanson anglophone, puis de la chanson francophone.

Pour les régions intermédiaires, l'humour est toujours en tête, mais il est suivi de la chanson francophone, puis de la chanson anglophone.

Finalement, pour les régions éloignées, la chanson francophone prend les devants, suivie de l'humour et de la chanson anglophone.

**tab.175 Assistance\* selon les disciplines et le type de régions (en milliers)**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Régions centrales	310	465	581	877	836	1562	1022	295	451	220	6617
Régions périphériques	287	351	622	689	1079	1366	1557	298	363	269	6882
Régions intermédiaires	135	164	235	382	526	460	580	127	169	116	2892
Régions éloignées	81	71	127	170	407	326	346	64	75	80	1747
Total	813	1050	1565	2118	2848	3713	3505	783	1059	685	18139

Les régions périphériques sont responsables de 38 % de toute l'assistance\* au Québec. Cette part varie selon les disciplines. Les parts les plus importantes et qui dépassent leur proportion pour toutes les disciplines confondues se retrouvent en humour (44 %), en musique instrumentale (40 %) et en variétés (39 %). Les disciplines les plus en retrait pour ce type de régions sont le théâtre (33 %) et la musique classique (33 %).

Les régions centrales représentent, quant à elles, 36 % de l'assistance\* au Québec. Cette part fluctue de manière non négligeable selon les disciplines. Les parts les plus importantes reviennent à la musique classique (44 %), à la comédie musicale (43 %) et à la chanson anglophone (42 %). Les disciplines moins populaires sont la chanson

francophone et l'humour ex æquo, qui ne comptent respectivement que pour 29 % de l'assistance\*.

Les régions intermédiaires génèrent 16 % de l'assistance\* au Québec. Cette part varie selon les disciplines. Les plus hauts taux de pourcentage sont pour la chanson francophone et le théâtre ex æquo (18 %), suivis par les disciplines de la danse, de l'humour et des variétés, qui arrivent toutes au même pourcentage (17 %). La discipline qui affiche la plus basse proportion d'entrées (12 %) est la chanson anglophone.

Les régions éloignées, elles, représentent 10 % de l'assistance\* au Québec. Elles sont à l'origine de 14 % de l'assistance\* de la chanson francophone et de 12 % de l'assistance des variétés, mais seulement de 7 % de celle de la musique classique et de la comédie musicale.

**tab.176 Proportion de l'assistance\* selon les disciplines et le type de régions**

	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Régions centrales	38 %	44 %	37 %	41 %	29 %	42 %	29 %	38 %	43 %	32 %	36 %
Régions périphériques	35 %	33 %	40 %	33 %	38 %	37 %	44 %	38 %	34 %	39 %	38 %
Régions intermédiaires	17 %	16 %	15 %	18 %	18 %	12 %	17 %	16 %	16 %	17 %	16 %
Régions éloignées	10 %	7 %	8 %	8 %	14 %	9 %	10 %	8 %	7 %	12 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Le nombre moyen de spectacles\* vus par les publics\* est de 4,4 sur l'ensemble du territoire, pour toutes les disciplines confondues. Selon les disciplines et le type de régions, il varie de manière appréciable entre 5,0 et 3,9. Les régions centrales arrivent en tête (5,0), suivies des régions éloignées (4,5), puis des régions intermédiaires (4,3) et des régions périphériques (3,9).

À contrario, les autres types de régions se distinguent au chapitre de l'humour (0,9). Dans le cas des régions intermédiaires et des régions périphériques, toutes les disciplines affichent des nombres de spectacles\* vus proches de la moyenne. Quant aux régions éloignées, on remarque que la chanson francophone y est largement la plus fréquentée (1,1).

Les régions centrales enregistrent les meilleurs taux pour la chanson anglophone (1,2) et le théâtre (0,7).

**tab.177 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et le type de régions**

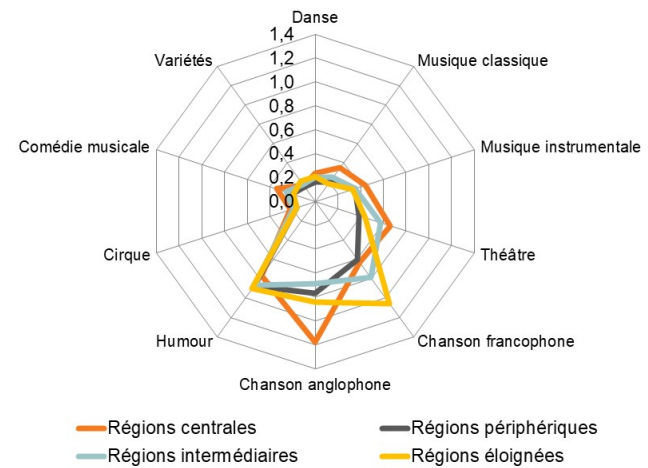
	Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés	Toutes les disciplines
Régions centrales	0,2	0,4	0,4	0,7	0,6	1,2	0,8	0,2	0,3	0,2	5,0
Régions périphériques	0,2	0,2	0,3	0,4	0,6	0,8	0,9	0,2	0,2	0,2	3,9
Régions intermédiaires	0,2	0,2	0,4	0,6	0,8	0,7	0,9	0,2	0,3	0,2	4,3
Régions éloignées	0,2	0,2	0,3	0,4	1,1	0,8	0,9	0,2	0,2	0,2	4,5
Total	0,2	0,3	0,4	0,5	0,7	0,9	0,8	0,2	0,3	0,2	4,4

En visualisant les résultats autrement, on constate que la chanson anglophone affiche la moyenne de spectacles\* vus la plus élevée, soit 0,9 spectacle par spectateur\* à l'échelle du Québec. Cette discipline enregistre des résultats relativement homogènes dans tous les types de régions excepté un pic (1,2) dans les régions centrales.

L'humour, deuxième discipline la plus fréquentée, affiche également des résultats très homogènes dans l'ensemble des régions. Il est suivi de la chanson francophone, qui, elle, affiche une moyenne de spectacles vus considérablement plus haute dans les régions éloignées (1,1) par rapport à sa moyenne sur l'ensemble du territoire (0,7).

Ainsi, sauf dans le cas de la chanson francophone, les régions centrales tendent à afficher des nombres moyens de spectacles\* parmi les plus élevés.

**fig.158 Nombre moyen de spectacles\* vus selon les disciplines et le type de régions**



L'âge moyen de la population de 16 ans et plus au Québec se situe à 49 ans. C'est dans les régions périphériques que l'âge moyen est le plus élevé (49,8) et dans les régions centrales qu'il est le plus bas (48).

De manière générale, l'âge moyen des spectateurs\* est plus bas que celui de la population. L'âge moyen de l'assistance\* est, lui, plus bas que celui des spectateurs\*. Ainsi, si l'âge moyen de la population de 16 ans et plus du Québec est de 49 ans, celui des spectateurs\* est de 46,4 ans et celui de l'assistance\* est de 44,9 ans.

Dans le cas des régions centrales, l'âge moyen de la population de 16 ans et plus est de 48 ans, tandis que celui des spectateurs\* est de 44,9 ans et que celui de l'assistance\* rajeunit pour être de 42,9 ans. C'est le type de régions où les spectateurs\* sont les plus jeunes.

Dans les régions périphériques, l'âge moyen de la population de 16 ans et plus est de 49,8 ans; celui des spectateurs\* est de 47,7 ans, tout comme celui de l'assistance. C'est le type de régions dont l'assistance affiche la plus haute moyenne d'âge.

Dans les régions intermédiaires, l'âge moyen de la population de 16 ans et plus est de 48,3 ans, alors que celui des spectateurs\* est de 45,1 ans et que celui de l'assistance\* est de 41,9 ans, ce qui représente un écart considérable.

Dans le cas des régions éloignées, l'âge moyen de la population de 16 ans et plus est de 49,7 ans, celui des spectateurs\* est de 48,5 ans et celui de l'assistance\* est de 46,4 ans.

Avec constance, quel que soit le type de régions, les spectateurs\* et l'assistance\* sont plus jeunes que la population québécoise âgée de 16 ans et plus.

**tab.178 Âge moyen de la population, des spectateurs\* et de l'assistance\* selon le type de régions**

	Population	Spectateurs*	Assistance*
Régions centrales	48,0	44,9	42,9
Régions périphériques	49,8	47,7	47,7
Régions intermédiaires	48,3	45,1	41,9
Régions éloignées	49,7	48,5	46,4
Total	49,0	46,4	44,9



Peu importe le type de régions considéré, le nombre de spectateurs\* décroît généralement à mesure que le nombre de spectacles\* vus augmente. La seule exception concerne les régions centrales, où le nombre de spectateurs dans la catégorie des assidus (273 000) est plus élevé que celui des intéressés (267 000). À l'échelle de la province, le profil dit occasionnel est celui qui regroupe le plus de personnes, avec 1 948 000 spectateurs\*, tandis que le profil des insatiables est celui qui en regroupe le moins, soit 94 000 spectateurs.

**tab.179 Nombre de spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et le type de régions (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Régions centrales	583	267	273	154	46	1324
Régions périphériques	860	460	322	117	23	1781
Régions intermédiaires	331	147	122	51	15	666
Régions éloignées	173	96	80	27	9	385
<b>Total</b>	<b>1948</b>	<b>969</b>	<b>797</b>	<b>348</b>	<b>94</b>	<b>4156</b>

Tandis que les régions périphériques récoltent la proportion la plus importante des spectateurs\* pour tous les profils combinés, elles obtiennent les parts les plus fortes chez trois profils : les occasionnels (44 %), les intéressés (47 %) et les assidus (40 %). Dans le cas des 2 premiers profils, ces régions enregistrent des proportions qui surpassent leur part totale de spectateurs\* (43 %).

Les régions centrales, avec 32 % de tous les spectateurs\*, prennent la tête chez les passionnés (44 %) et les insatiables (50 %). La proportion de spectateurs\* assidus qu'on y trouve (34 %) surpasse également la part relative des spectateurs\* de ce territoire.

Quant aux régions intermédiaires, seulement la part occupée par les spectateurs\* intéressés (17 %) surpasse la part relative de tous les spectateurs de ce territoire (16 %); les autres catégories y récoltent une part égale ou plus basse de 1 point.

Les écarts sont également légers en ce qui concerne les régions éloignées. Les parts des intéressés, des assidus et des insatiables (10 %) pour ces régions dépassent celle que celles-ci récoltent pour l'ensemble des spectateurs (9 %). Les passionnés, eux, se retrouvent en proportion plus basse par 1 point (8 %).

**tab.180 Proportion des spectateurs\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et le type de régions**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Régions centrales	30 %	28 %	34 %	44 %	50 %	32 %
Régions périphériques	44 %	47 %	40 %	34 %	24 %	43 %
Régions intermédiaires	17 %	15 %	15 %	15 %	16 %	16 %
Régions éloignées	9 %	10 %	10 %	8 %	10 %	9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Dans les régions centrales, ce sont les passionnés (1 933 000), suivis des assidus (1 762 000) et des insatiables (1 201 000), qui génèrent les plus importants volumes d'assistance\*.

Dans les régions périphériques, les assidus sont ceux qui sont responsables du plus grand nombre d'entrées (2 058 000). Ils sont suivis par les intéressés (1 571 000 entrées) et d'assez près par les passionnés (1 471 000 entrées).

Les volumes d'assistance\* les plus importants dans les régions intermédiaires sont ici aussi le fait des assidus (783 000 entrées). Ceux-ci sont suivis par les passionnés (626 000 entrées) et les intéressés (509 000 entrées).

Pour ce qui est des régions éloignées, c'est encore auprès des assidus qu'on retrouve l'assistance\* la plus élevée, avec 528 000 entrées, suivis ici aussi par les passionnés (354 000), eux-mêmes talonnés par les intéressés (322 000 entrées).

**tab.181 Assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et le type de régions (en milliers)**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Régions centrales	815	907	1762	1933	1201	6617
Régions périphériques	1214	1571	2058	1471	567	6882
Régions intermédiaires	475	509	783	626	499	2892
Régions éloignées	246	322	528	354	297	1747
Total	2750	3309	5131	4384	2564	18139

Bien que les régions centrales constituent 36 % de l'assistance\* totale, elles génèrent 44 % et 47 % des entrées associées respectivement au profil des passionnés et des insatiables, soit presque la majorité de l'assistance dans ces catégories. C'est également le cas pour le profil des spectateurs occasionnels dans les régions centrales, qui a une part d'assistance de 47 %.

Les régions périphériques, pour leur part, comptent pour 38 % de l'assistance\* au Québec, pourtant elles récoltent jusqu'à 47 % et 40 % de l'assistance\* générée respectivement par les intéressés et les assidus.

Quant aux régions intermédiaires, alors qu'elles représentent 16 % de l'assistance\* au Québec, elles sont responsables de 19 % des entrées des insatiables.

Enfin, les régions éloignées représentent 10 % de l'assistance\* au Québec, mais elles comptent pour 12 % de l'assistance\* des insatiables. Leurs autres profils génèrent à peu près la même proportion d'assistance\* que leur part totale des entrées.

**tab.182 Proportion de l'assistance\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement et le type de régions**

	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	<b>Tous les spectateurs*</b>
Régions centrales	30 %	27 %	34 %	44 %	47 %	36 %
Régions périphériques	44 %	47 %	40 %	34 %	22 %	38 %
Régions intermédiaires	17 %	15 %	15 %	14 %	19 %	16 %
Régions éloignées	9 %	10 %	10 %	8 %	12 %	10 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

### 3.3.12 Spectacle pour le jeune public

Une nouvelle section sur la consommation de spectacles destinés au jeune public vient bonifier la mise à jour de l'étude sur la fréquentation des arts de la scène.

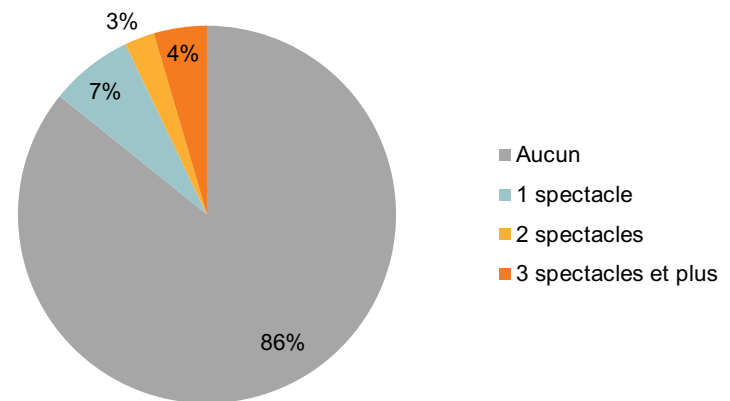
En effet, il a été demandé aux répondants du sondage de préciser si, au cours de l'année 2023, ils avaient assisté à un ou plusieurs spectacles professionnels pour le jeune public, qu'ils soient tarifés ou non. Ainsi, l'analyse dans cette section diffère de celles des autres sections puisque, à moins d'une indication autre, les spectacles gratuits et les spectacles payants sont amalgamés. On considère donc tous les spectacles professionnels pour le jeune public.

Il faut également prendre en compte que la définition de spectacle jeune public n'était pas formulée spécifiquement : la question demandait de préciser, parmi les spectacles professionnels auxquels la personne a assisté, « combien étaient destinés aux enfants ou au jeune public ». Il n'y avait pas, entre autres, de catégorie d'âge pour définir le jeune public. L'interprétation de ce qu'est un spectacle destiné à ce public peut donc varier d'un répondant à l'autre.

Il convient également d'ajouter qu'il n'est pas possible de parler d'assistance aux spectacles jeune public de la même manière que pour le reste des disciplines artistiques. En effet, les individus devaient avoir 16 ans et plus pour répondre au sondage, ce qui exclut de facto le public cible des spectacles jeune public. De plus, bien que certains adultes puissent assister à un spectacle jeune public sans enfant et que ce type de spectacles puisse tout à fait s'adresser à des adultes, il est légitime de penser que la plupart agissent à titre d'accompagnateurs.

La figure ci-dessous montre que 86 % des répondants déclarent ne pas avoir assisté à un spectacle jeune public au cours de l'année de référence, tandis que 7 % ont assisté à 1 spectacle, 3 % à 2 spectacles et 4 % à 3 spectacles ou plus.

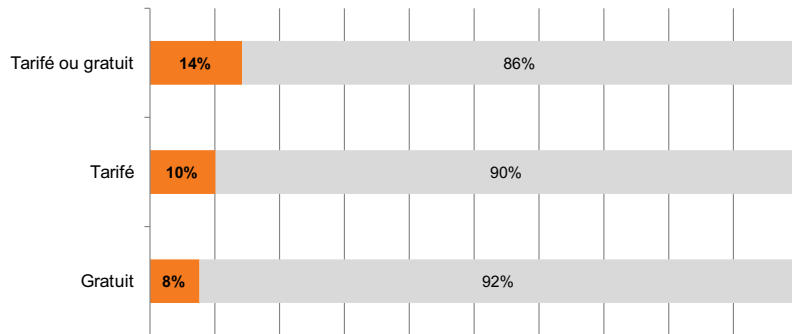
**fig.159 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public**



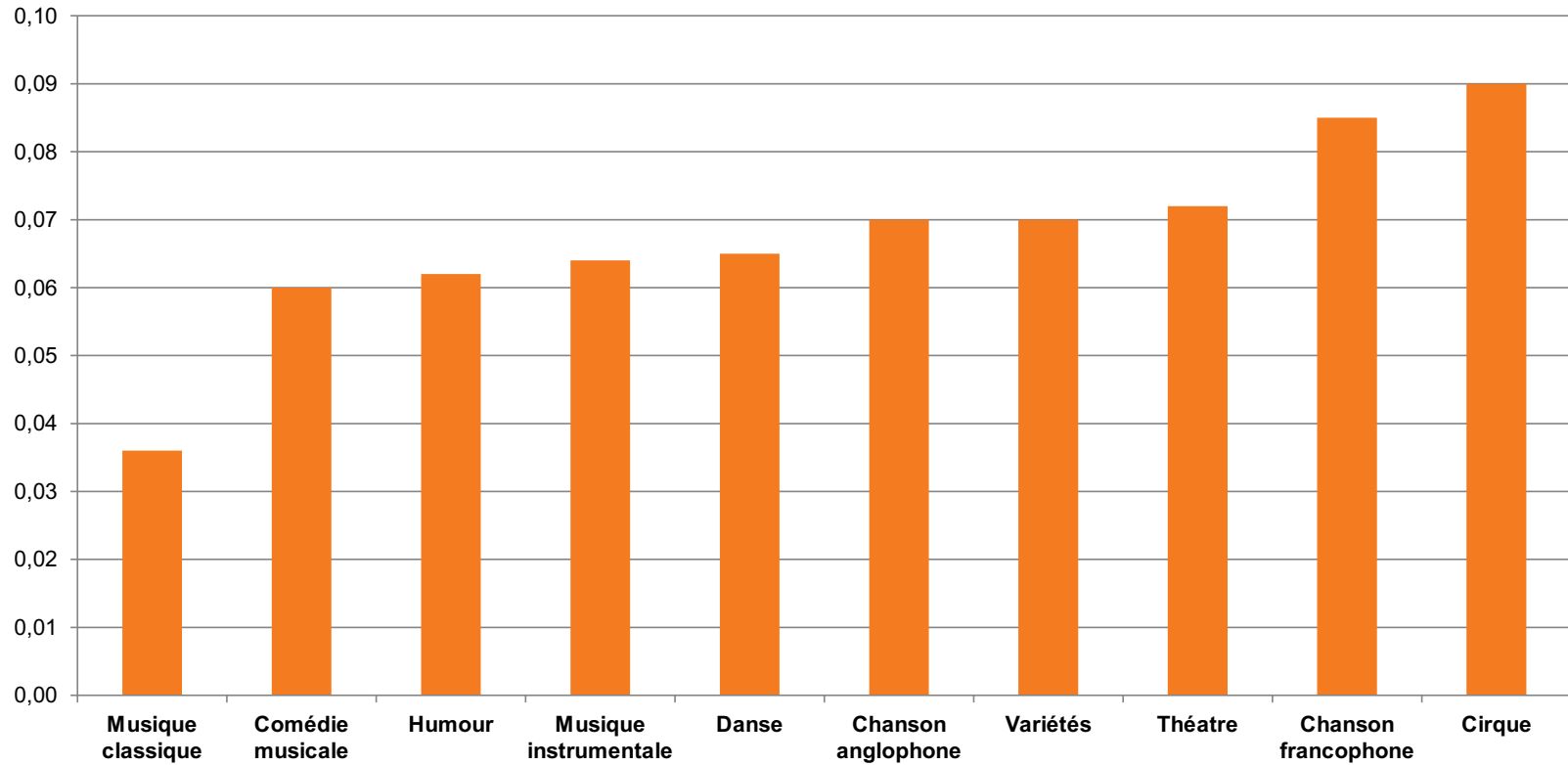
De l'ensemble des répondants au sondage, 8 % sont allés voir un spectacle jeune public gratuit et 10 % ont payé pour assister à ce spectacle (voir la figure ci-dessous). La part des personnes ayant assisté à un spectacle jeune public gratuit ou payant est de 14 %, ce qui se situe un peu en dessous de la somme des parts des 2 types de spectacles respectifs puisqu'un même répondant a pu assister aux 2 types de spectacles.

La figure suivante indique le nombre moyen de spectacles professionnels jeune public auxquels ont assisté au cours de l'année les répondants du sondage. Au-delà des chiffres absolus, il est plutôt intéressant de regarder les valeurs relatives : il a été vu deux fois plus de spectacles jeunesse en cirque qu'en musique classique. Le cirque et la chanson francophone sont les deux disciplines pour lesquelles les répondants ont indiqué le plus avoir assisté à des spectacles jeune public, et la musique classique ferme la marche. Il convient de rappeler que la définition de jeune public ayant été laissée libre d'interprétation, les données ci-dessous peuvent aussi comporter des biais quant à ce qu'on définit comme un spectacle jeune public et que certaines disciplines artistiques peuvent être jugées moins pertinentes ou appropriées pour le jeune public.

**fig.160 Part de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public**



**fig.161** Moyenne d'assistance de la population de 16 ans et plus aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon la discipline



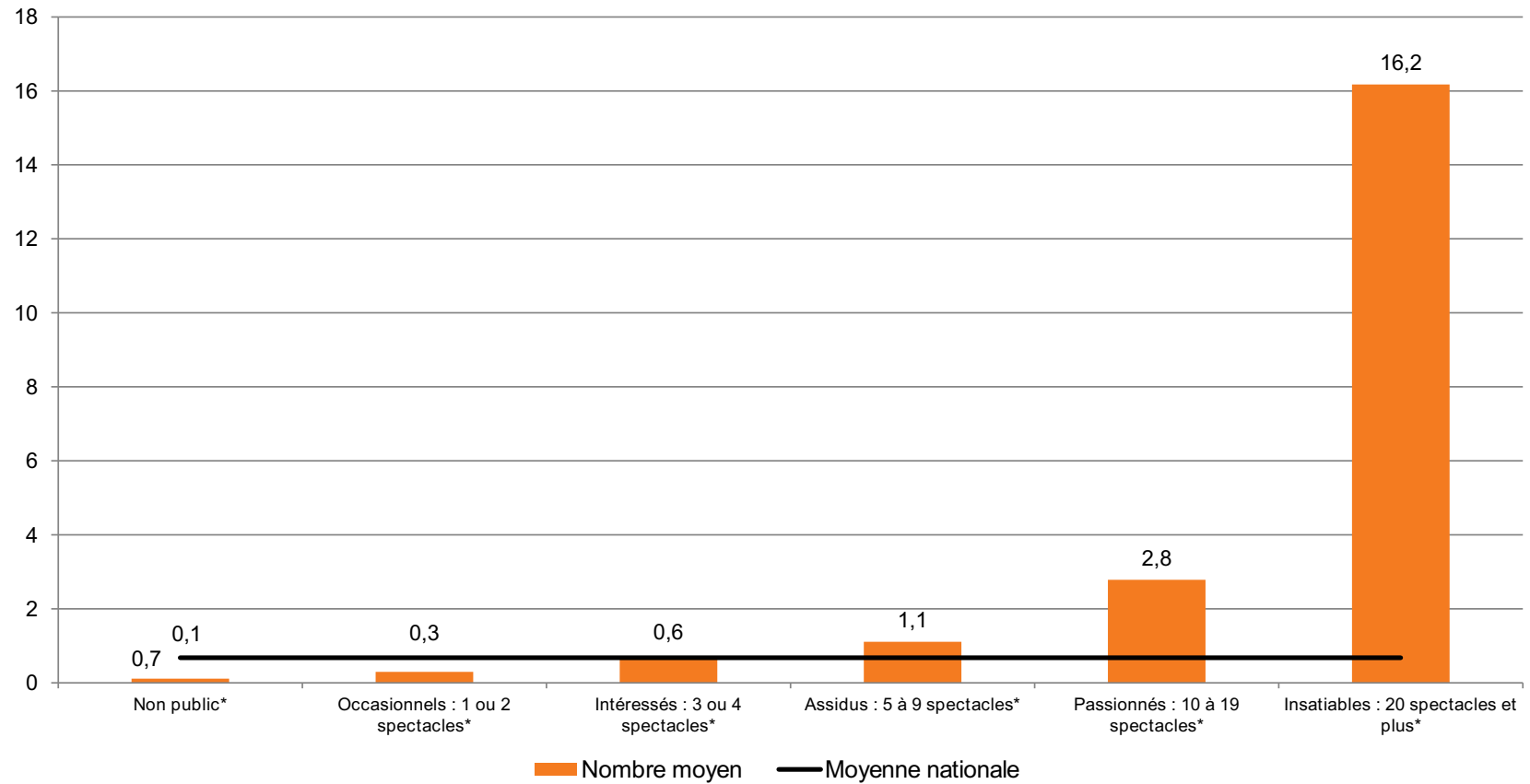
Toutes les figures ci-dessous croisent la consommation de spectacles jeune public avec les variables sociodémographiques les plus susceptibles de l'influencer : l'intensité de fréquentation annuelle à des spectacles professionnels, l'âge, le lieu de résidence, et le niveau de scolarité. C'est aux deux premières variables que la consommation de spectacles jeunesse est la plus sensible.

Les figures 162 à 168 renseignent sur la consommation de spectacles jeune public en fonction de l'intensité de fréquentation annuelle à des spectacles professionnels (qu'ils soient pour adultes ou pour enfants).

La moyenne de fréquentation de spectacles gratuits ou tarifés destinés au jeune public est de 0,7 auprès de la population de 16 ans et plus. Ce nombre varie considérablement selon le niveau de fréquentation annuelle à des spectacles professionnels. Pour le non-public\*, il n'est que de 0,1. Pour les spectateurs\* occasionnels, les intéressés et les assidus, ce nombre passe de 0,3 à 0,6 et à 1,1. Ce sont les passionnés et surtout les insatiables qui fréquentent le plus le spectacle\* pour le jeune public\* : ils ont des moyennes respectives de 2,8 et 16,2 spectacles\*.

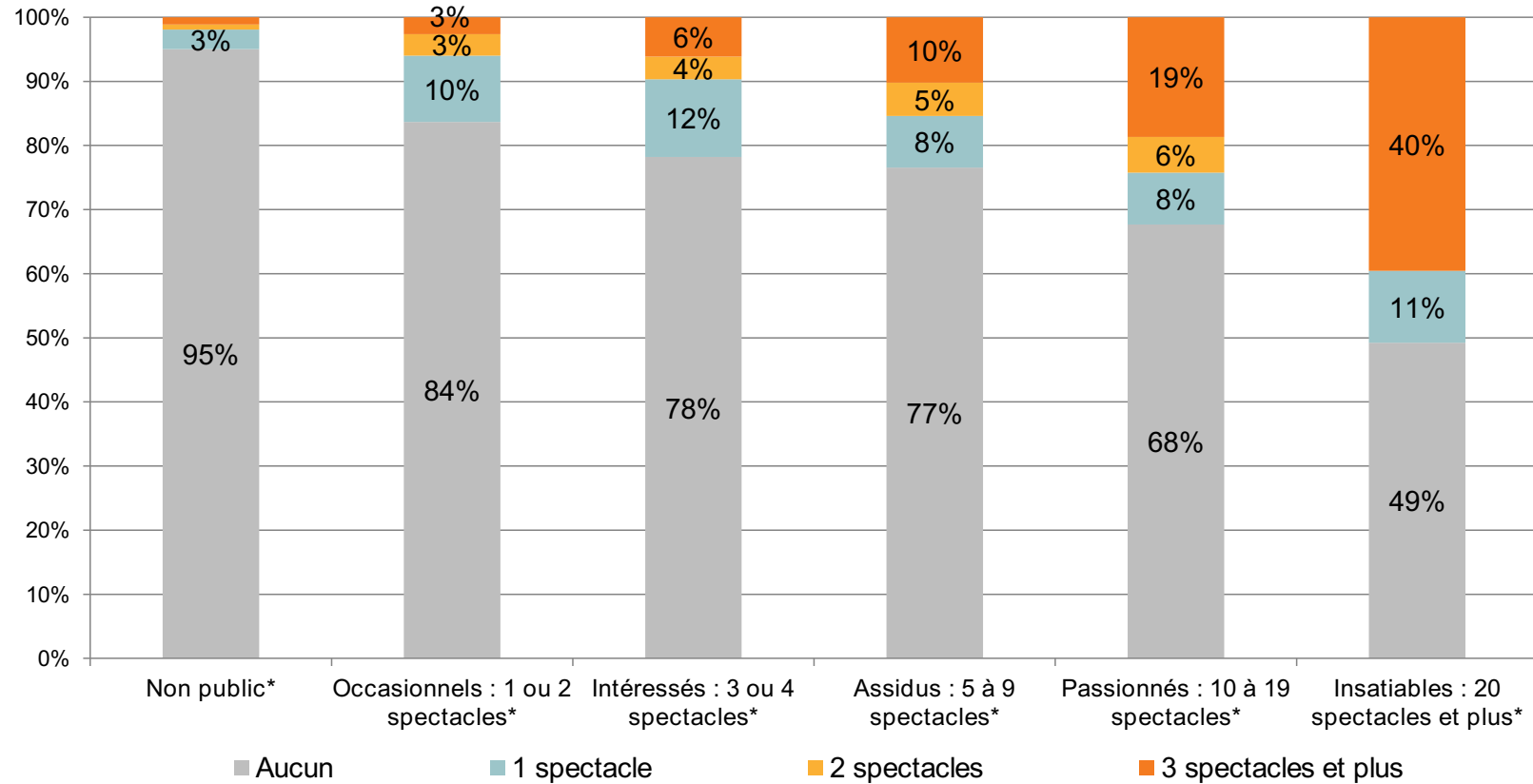


**fig.162** Moyenne nationale et moyenne d'assistance aux spectacles tarifés et gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation\* annuelle de la population de 16 ans et plus

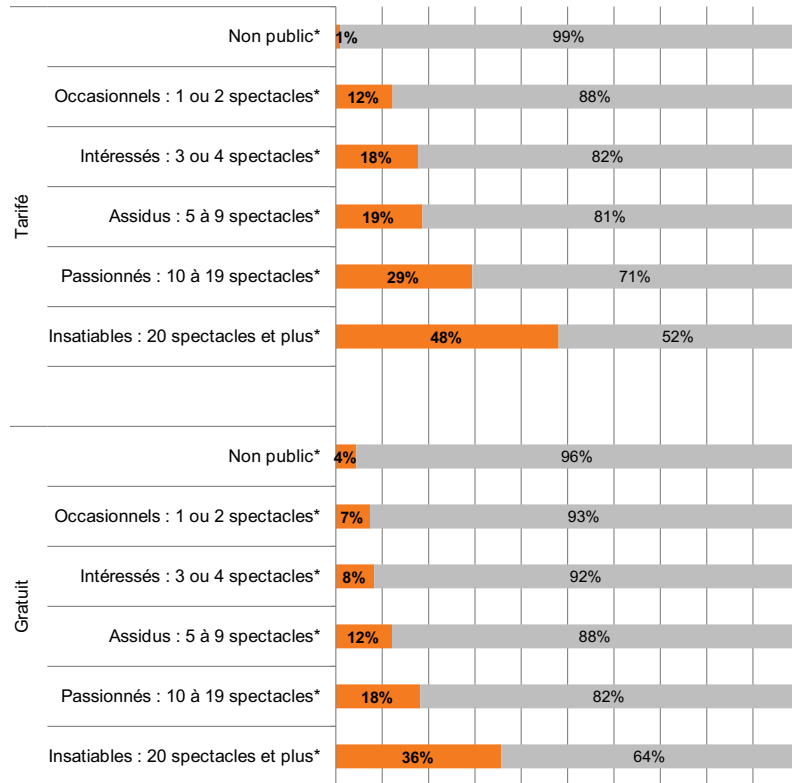


La figure 163 montre que plus on consomme de spectacles professionnels annuellement, plus on assiste à des spectacles jeunesse. En effet, presque l'entièreté du non-public n'assiste pas à des spectacles jeune public, alors que seulement un peu moins de la moitié des spectateurs insatiables n'y assiste pas. Au-delà du fait d'y assister, la quantité de spectacles jeune public consommés augmente, elle aussi, parallèlement à la consommation annuelle de spectacles professionnels. Si 3 % des consommateurs occasionnels ont consommé 3 spectacles jeune public et plus, cette proportion grimpe à 40 % chez les spectateurs insatiables.

**fig.163 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation\* annuelle**



**fig.164 Part de la population de 16 ans et plus aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'intensité de fréquentation\* annuelle**

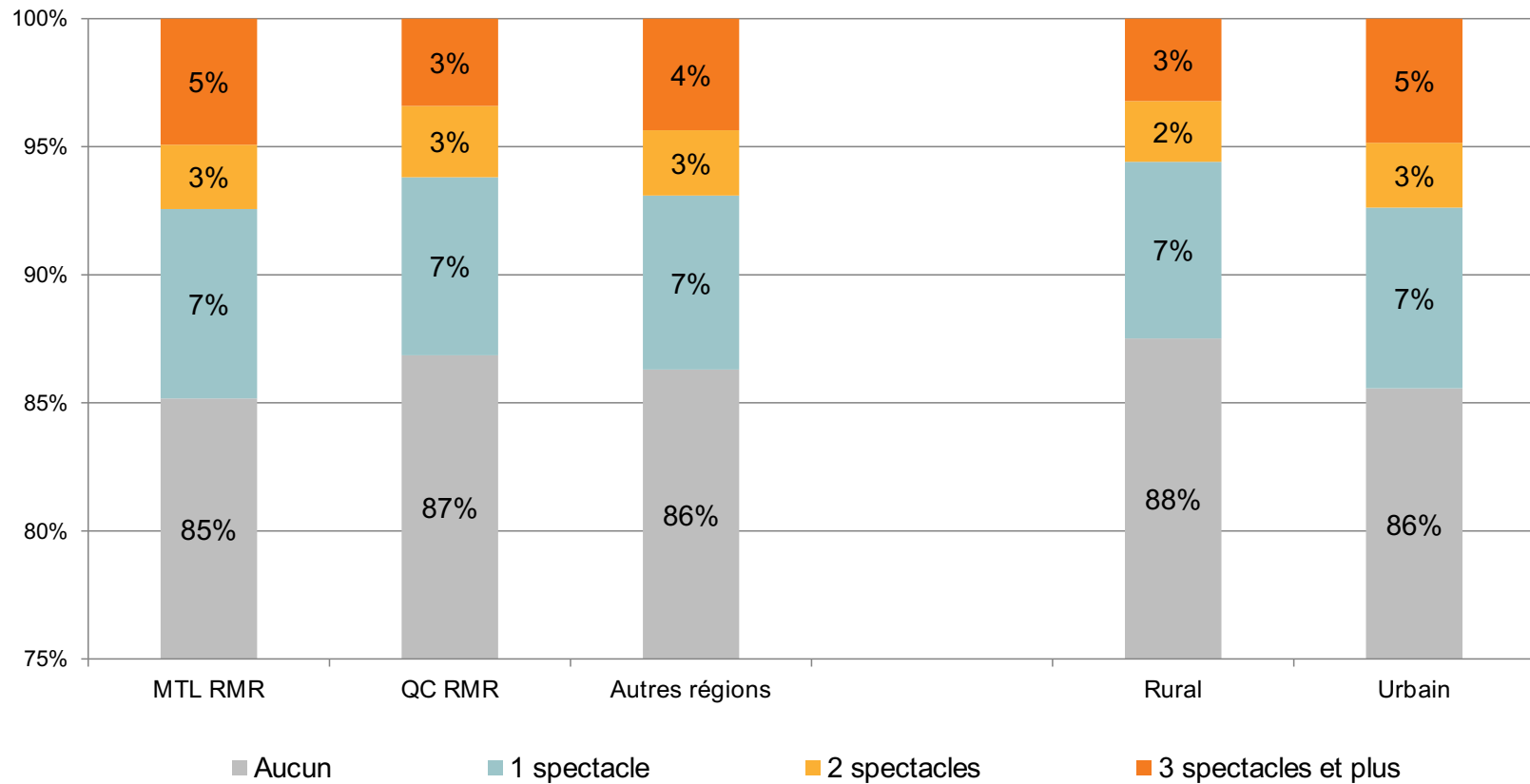


Le constat d'une plus grande consommation de spectacles jeunesse en fonction d'une consommation annuelle élevée de spectacles professionnels vaut pour les spectacles jeunesse aussi bien gratuits que tarifés (figure 165). Cela dit, les spectacles jeune public tarifés sont plus souvent consommés, peu importe la consommation annuelle de spectacles professionnels, que les spectacles gratuits. Par exemple, les consommateurs passionnés sont 18 % à avoir assisté à un spectacle jeune public gratuit contre 29 % à un spectacle jeune public payant.

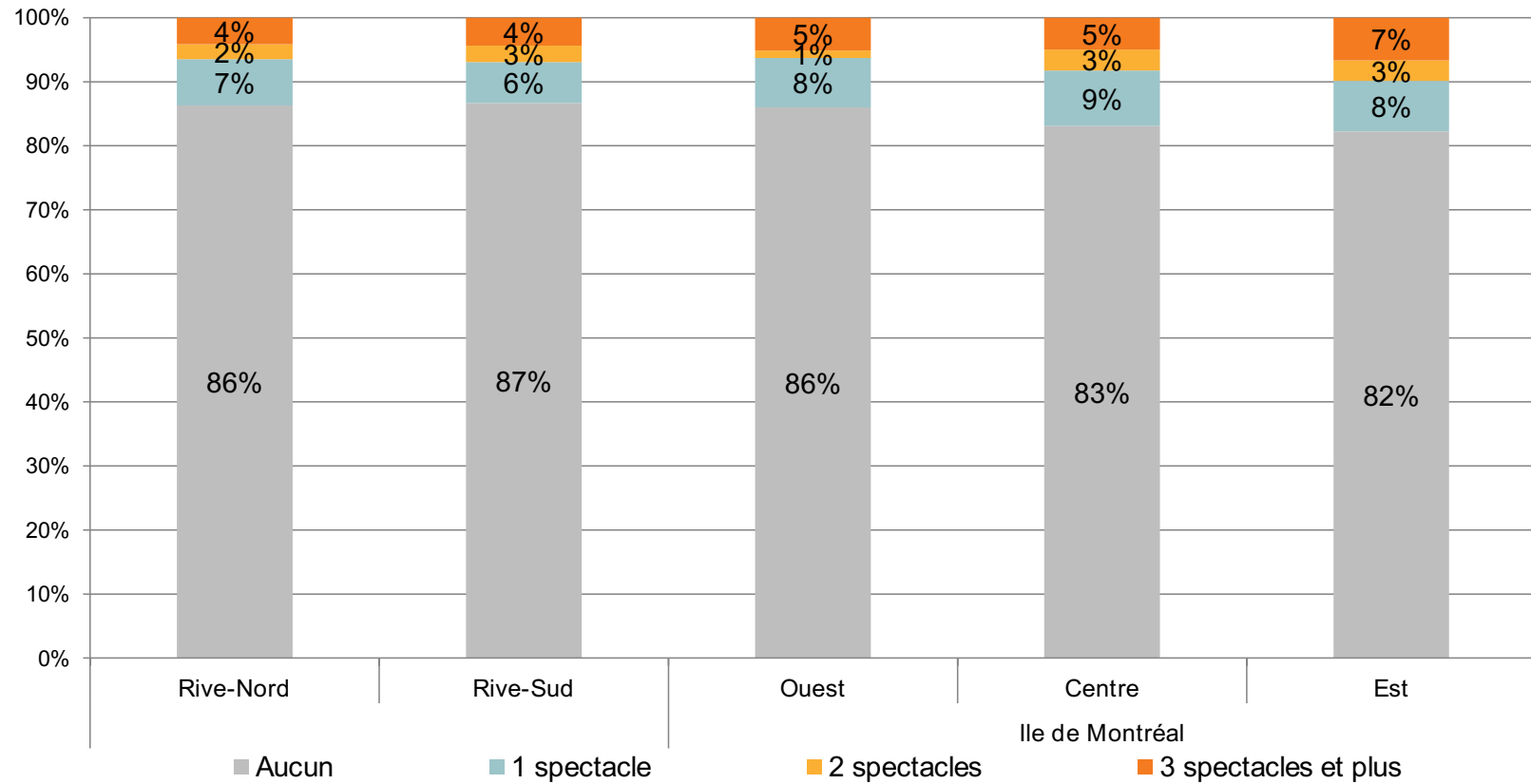
La figure suivante montre que les résidents urbains sont légèrement plus nombreux (15 %) que les ruraux (12 %) à avoir assisté à des spectacles pour le jeune public. Cette proportion est aussi légèrement plus élevée pour les habitants de la RMR de Montréal (15 %) par rapport à celle de Québec (13 %). Les spectateurs qui ont le plus assisté à des spectacles jeune public (trois spectacles et plus) sont, eux aussi, situés en ville et/ou dans la RMR de Montréal. Toutefois, ces différences sont minimes et donc plus ou moins significatives.

À l'intérieur de la RMR de Montréal, les habitants du centre et de l'est du territoire ont le plus souvent assisté à des spectacles jeune public, et ce sont aussi eux qui consomment le plus ce type de spectacles.

**fig.165 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon les territoires**



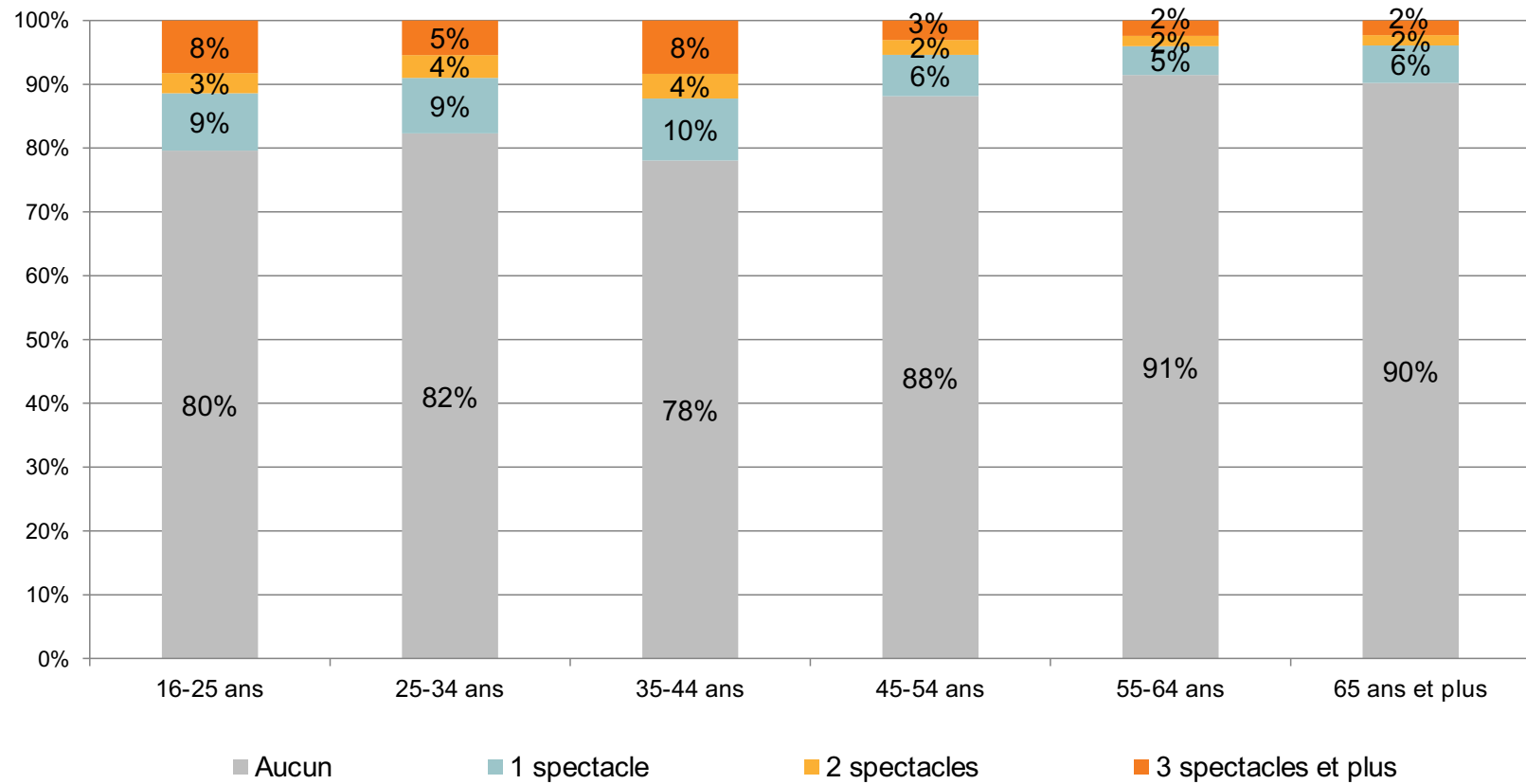
**fig.166 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon les territoires de la RMR de Montréal**



Les groupes d'âge de 16 ans à 25 ans et de 35 ans à 44 ans sont ceux dont les répondants ont le plus souvent déclaré fréquenter des spectacles destinés au jeune public au cours de l'année 2023 (20 % et 22 %). Plus les répondants vieillissent, moins ils déclarent assister à ce type de spectacles (10 % chez les répondants de 65 ans et plus). Ce sont aussi ces 2 groupes qui consomment le plus de spectacles pour le jeune public : ils sont 8 % dans chaque groupe à avoir assisté à 3 spectacles jeunesse ou plus contre 2 % parmi les répondants de 65 ans et plus.

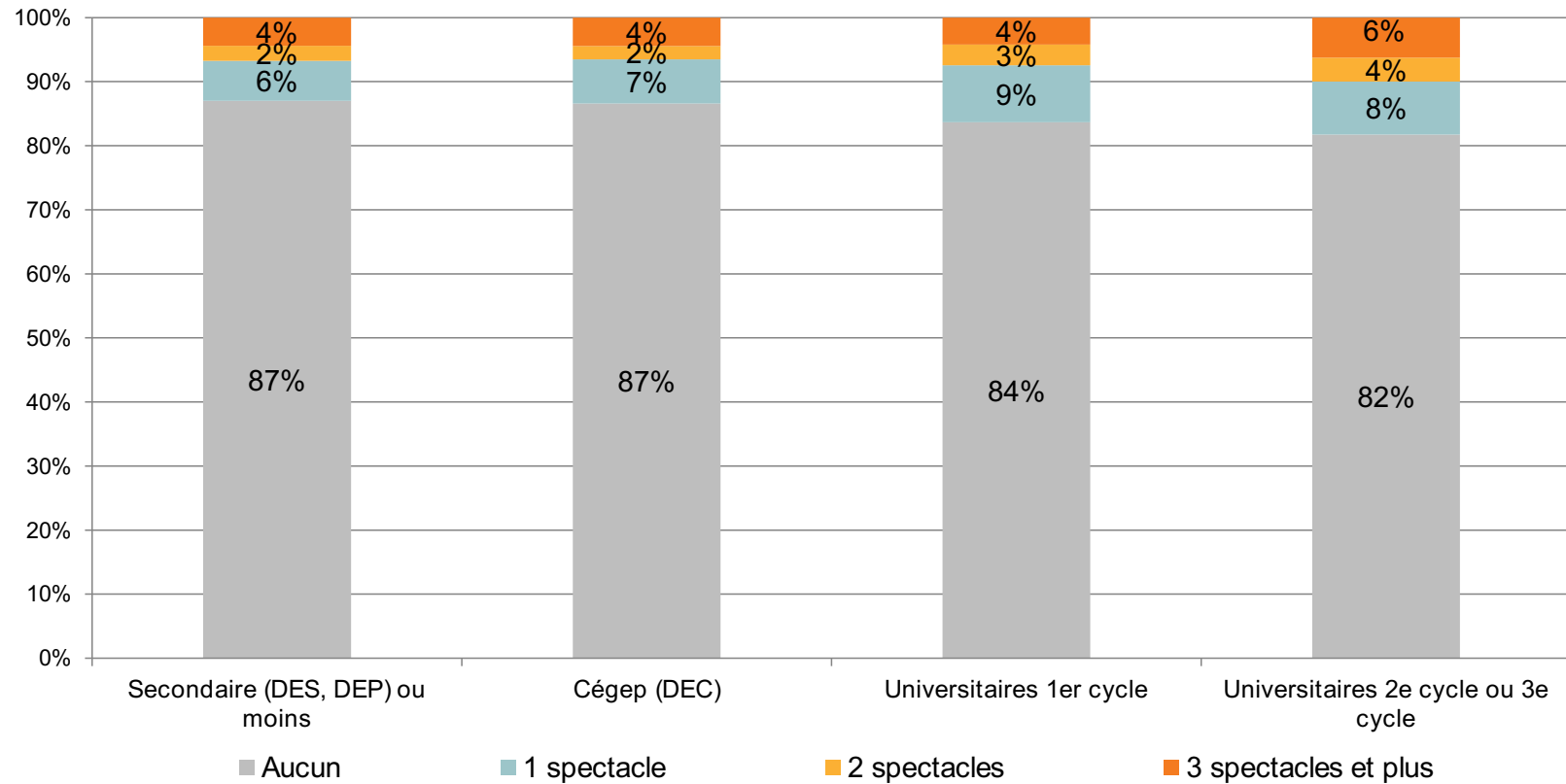
Enfin, plus le niveau de scolarité est élevé, plus on a de chances d'assister à un spectacle jeunesse et plus on consomme ce type de spectacles. Ainsi, les détenteurs d'un diplôme du 2<sup>e</sup> ou du 3<sup>e</sup> cycle universitaire sont, toutes proportions gardées, 5 % plus nombreux à avoir assisté à ce type de spectacles et ils sont 2 % plus nombreux à avoir assisté à 3 spectacles jeune public ou plus.

**fig.167 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon l'âge**





**fig.168 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'assistance aux spectacles tarifés ou gratuits pour le jeune public selon le niveau de scolarité**



### 3.5 COMPRENDRE L'ÉVOLUTION DES PUBLICS

#### 3.5.1 Mise en garde

Les résultats sont extrapolés à partir des sondages nationaux réalisés pour la première et la seconde éditions de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec. Bien que les méthodologies utilisées soient techniquement similaires, certains éléments peuvent influencer les résultats.

Le questionnaire a évolué sur plusieurs points; notamment, il y a simplification quant au nombre de spectacles amateurs fréquentés. De plus, l'interface informatique de Léger a été modifiée pour améliorer la facilité d'utilisation grâce à un nouveau logiciel. Ces changements peuvent avoir introduit des variations dans la manière de répondre, mais leur impact reste probablement mineur.

La période de sondage diffère également : le premier sondage a été réalisé au début de 2019, tandis que le second a eu lieu à la fin de 2023. Ce changement de période pourrait avoir affecté la perception des répondants, car on leur a demandé de quantifier leur fréquentation et leurs pratiques au cours des 12 derniers mois.

La dynamique culturelle et le contexte économique et social des deux périodes étaient différents :

- Au début de 2019, nous sommes dans une période prospère où la fréquentation des spectacles atteint un sommet après quatre années de croissance;
- À la fin de 2023, la conjoncture économique est marquée par l'inflation et la hausse des taux d'intérêt. En plus des problèmes de pouvoir d'achat, il y a une recrudescence des cas de COVID-19. Après la reprise de la fréquentation des spectacles en 2022, l'ambiance est morose : plusieurs salles enregistrent un

recul de leur fréquentation comparativement à l'année précédente.

Les enquêtes sur les pratiques culturelles sont sujettes au biais de désirabilité sociale : les répondants ont tendance à surestimer leurs pratiques culturelles pour se présenter sous un jour valorisant. Cela était probablement le cas en 2019. Cependant, en 2023, l'ambiance économique et sociale morose pourrait diminuer cette tendance, voire entraîner une sous-estimation des pratiques culturelles. En d'autres mots, les deux périodes de sondage correspondent à des acmés inverses : en 2019, nous étions au zénith et, en cette fin de 2023, nous sommes plutôt sous le choc dépressif de la conjoncture économique.

En 2019 comme en 2023, les biais cognitifs observés dans les réponses des individus se sont révélés systématiques. Cela signifie que, bien que des distorsions puissent exister dans la manière dont les individus perçoivent et rapportent leurs comportements ou préférences, ces biais sont présents de manière cohérente et prévisible.

Cette systématisme offre un avantage clé pour l'analyse des données : elle permet de comparer les écarts ou les proportions avec un certain degré de fiabilité. En d'autres termes, même si les biais cognitifs influencent les réponses, leur constance dans les deux périodes d'étude permet de dégager des tendances significatives et d'identifier des changements réels dans les comportements ou les perceptions.

Cela signifie également que toute variation importante observée d'une période à l'autre peut être attribuée à un changement réel dans les attitudes, les comportements ou les contextes.

La constance des biais cognitifs entre 2019 et 2023 offre une base solide pour l'interprétation des résultats, permettant de comparer les écarts et les proportions avec un haut degré de confiance. Ce cadre analytique assure que les tendances observées reflètent des changements réels dans la population étudiée plutôt que des artefacts méthodologiques.

Les résultats des sondages incluent une marge d'erreur. Plus le nombre de répondants est faible, plus la marge d'erreur est importante. Tous les écarts observés entre 2018 et 2023 ne sont donc pas significatifs sur le plan statistique.

Nous avons effectué des tests statistiques pour valider la pertinence de nos constats dans le cadre de l'analyse des écarts. Lorsque nous énonçons une tendance, celle-ci est validée d'un point de vue statistique.

Deux types de tests sont utilisés :

- Pour mesurer les différences entre deux moyennes, nous avons utilisé un test t de différence de moyennes, avec un seuil de signification de 5 %;
- Pour mesurer les différences entre deux proportions, nous avons utilisé un test z de différence de proportions, avec une correction de Bonferroni, à un seuil de signification de 5 %.

Ces tests assurent que les tendances observées sont statistiquement significatives. Dans le cadre de l'étude, la communication de tendance correspond à des résultats probants, c'est-à-dire des résultats validés d'un point de vue statistique et qui sont suffisamment convaincants et fiables pour être acceptés comme preuve ou comme base de décision.

Dans le contexte de l'étude, un résultat probant est celui qui a été testé, analysé, et qui démontre de manière claire un certain phénomène, une relation ou un effet.

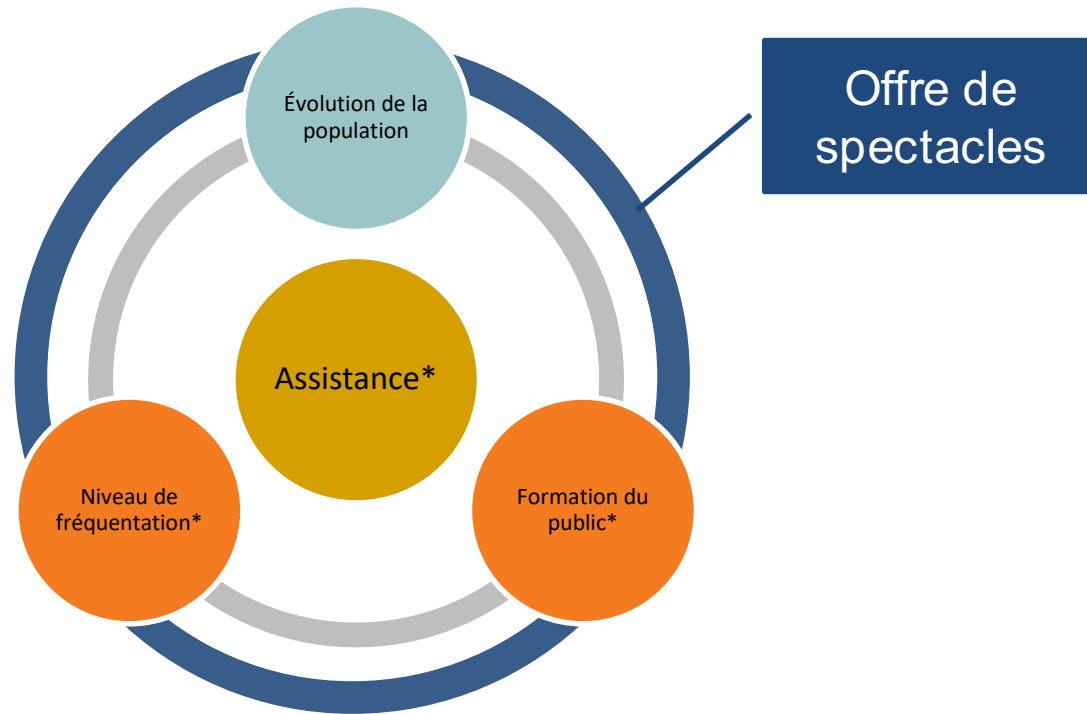
### 3.5.2 Variations du public et de l'assistance

Avant d'aborder plus en détail les variations du public et de l'assistance des arts de la scène au Québec entre 2018 et 2023, il convient de préciser le modèle utilisé pour calculer ces variations. Ce modèle statistique repose sur la combinaison de 3 ensembles de données (figure 169) :

- L'évolution de la population de 16 ans et plus;
- La formation du public, c'est-à-dire la part de spectateurs (individus ayant vu au moins 1 spectacle professionnel en arts de la scène) au sein de la population de 16 ans et plus;
- Le niveau de fréquentation, c'est-à-dire le nombre de spectacles consommés au sein du public des arts de la scène.

Ce modèle est centré sur la demande. Il regarde la variation de la demande effective (formation du public et niveau de fréquentation) en tenant compte de l'évolution de la demande potentielle (population totale). Toutefois, il faut mentionner que l'offre de spectacles a elle aussi un impact sur l'assistance et le public. Bien que le modèle utilisé ne tienne pas compte de la variation de l'offre, la lecture des résultats devra considérer l'évolution de l'offre entre 2018 et 2023. En effet, il est possible, par exemple, que la variation de fréquentation d'une discipline artistique puisse être corrélée à la présentation de spectacles de cette forme d'art chez les diffuseurs.

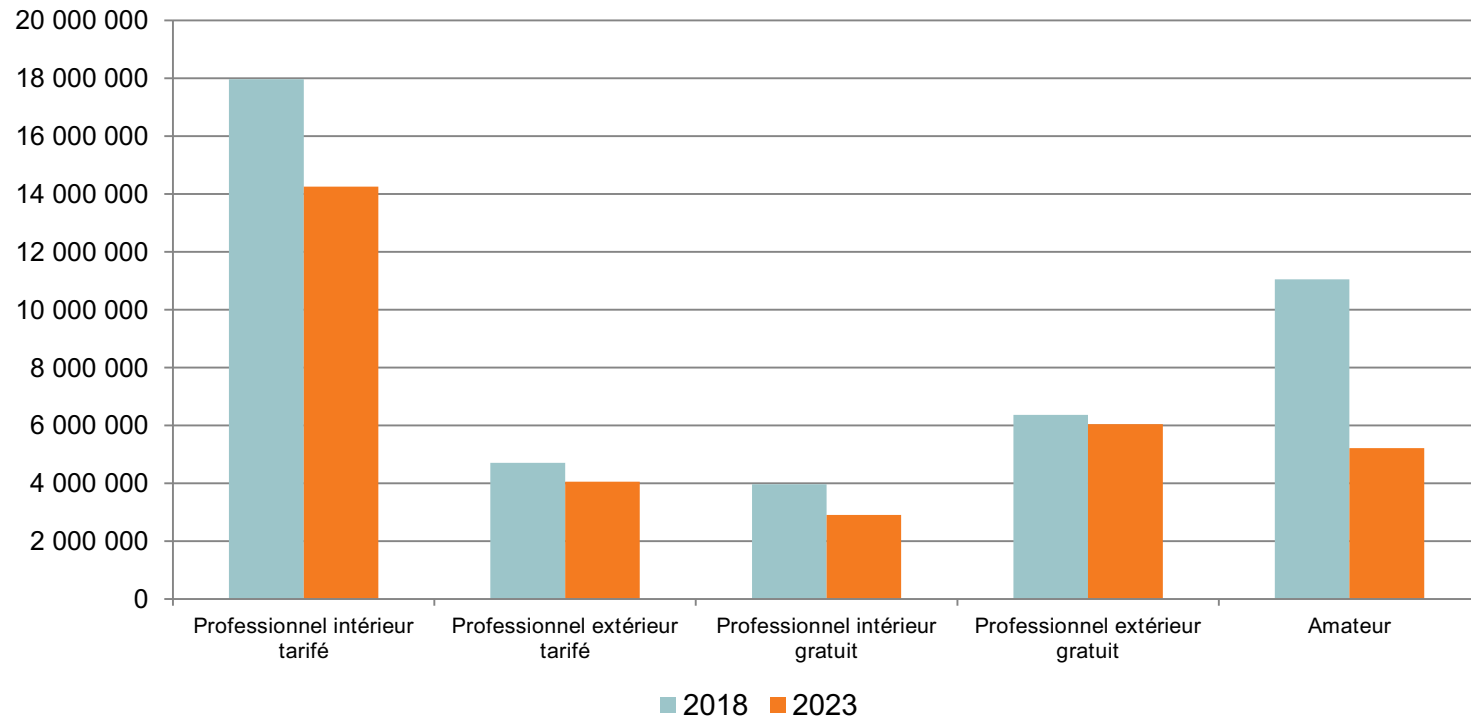
**fig.169 Modélisation du calcul de la variation de l'assistance\***



Entre 2018 et 2023, peu importe le type de spectacles en arts de la scène consommés (professionnels ou amateurs, gratuits ou tarifés), l'assistance est en baisse (voir la figure ci-dessous). La baisse est plus marquée pour ce qui est des spectacles professionnels intérieurs (gratuits ou tarifés) et des spectacles amateurs, tandis que, pour ce qui est des spectacles professionnels à l'extérieur, la baisse de consommation est plus légère.

---

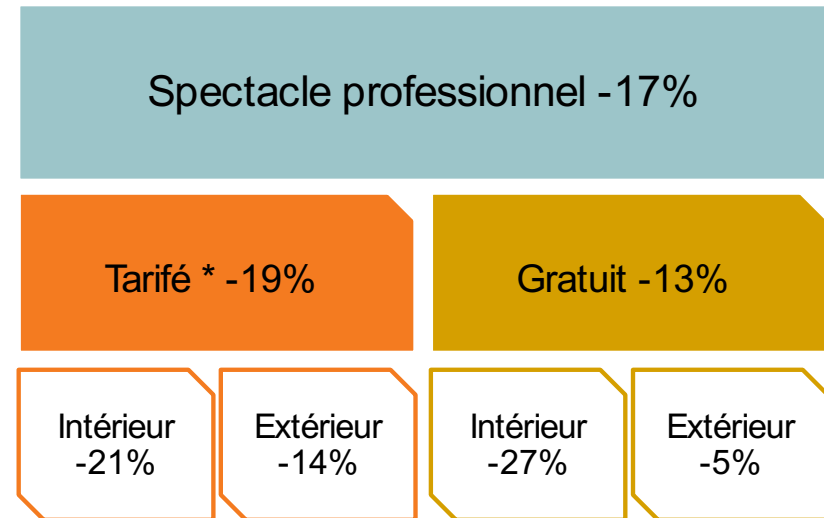
**fig.170 Niveaux d'assistance selon le type de spectacles en 2018 et en 2023**



Si l'on ne regarde que les spectacles professionnels (voir la figure 171), l'assistance a diminué de 17 % entre 2018 et 2023, tous types de spectacles confondus. Concernant les spectacles professionnels intérieurs tarifés, la baisse de fréquentation se matérialise par une perte de 3,8 millions d'entrées (-21 %) entre 2023 et 2018, où l'assistance avait atteint près de 18 millions d'entrées. La baisse est, toutes proportions gardées, plus importante du côté des spectacles gratuits à l'intérieur (-27 %). À l'inverse, les spectacles professionnels à l'extérieur sont un peu moins affectés par la baisse de l'assistance : les spectacles professionnels extérieurs tarifés voient leur assistance diminuer de 14 %, tandis que celle des spectacles extérieurs gratuits a diminué de 5 %.

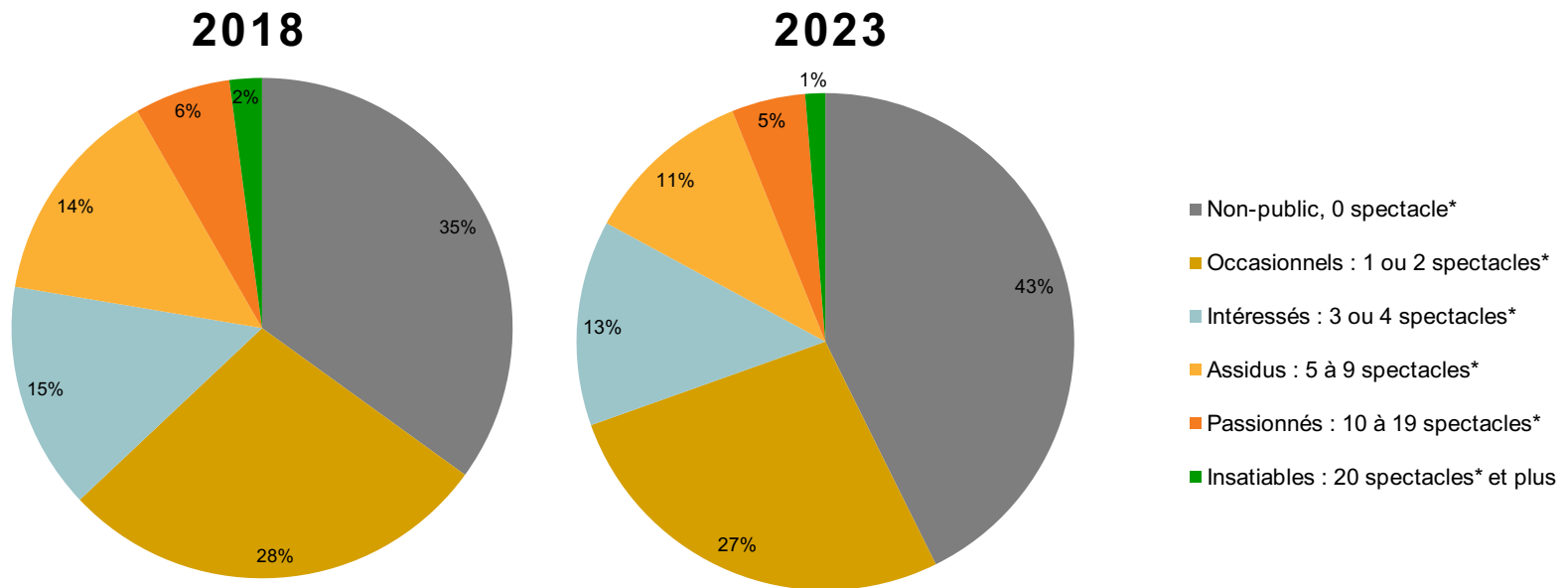
Enfin, la tendance à la baisse en moyenne est plus visible du côté des spectacles tarifés (-19 %) par rapport aux spectacles gratuits (-13 %).

**fig.171 Évolution du niveau d'assistance selon le type de spectacles entre 2018 et 2023**



Au chapitre de la formation du public, les deux figures suivantes montrent une diminution du public des arts de la scène au sein de la population de 16 ans et plus : si 65 % des individus sondés avaient assisté à au moins 1 spectacle professionnel en arts de la scène en 2018, ils ne sont plus que 57 % en 2023. Logiquement, le non-public est donc passé de 35 % des répondants à 43 %.

**fig.172 Répartition de la population de 16 ans et plus selon l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\* en 2018 et en 2023**

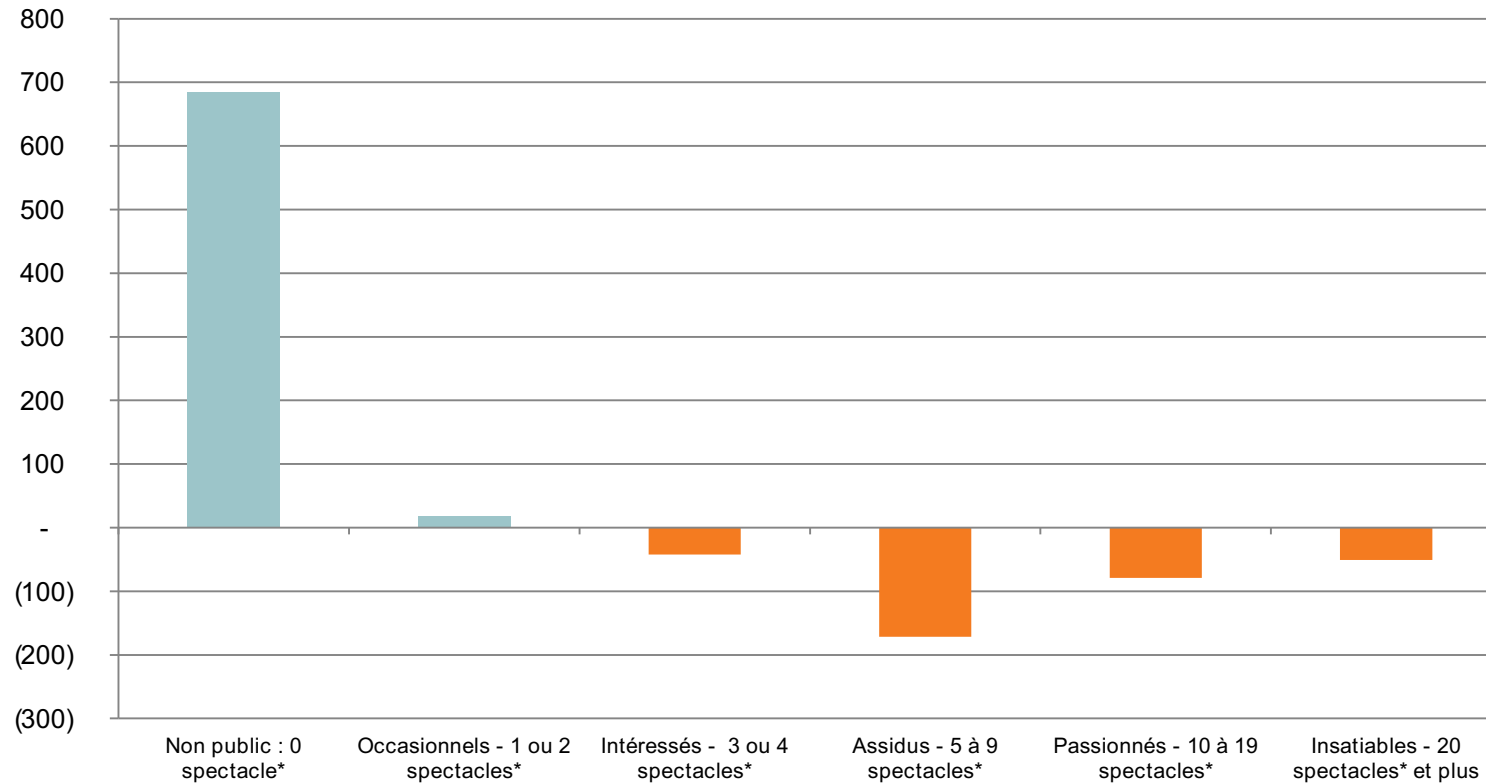




En valeur absolue, cela correspond à une perte de presque 700 000 spectateurs. Les spectateurs occasionnels (qui voient 1 ou 2 spectacles par année) sont les seuls à voir leur nombre augmenter. Cela dit, lorsqu'on met cette donnée en corrélation avec l'évolution de la

population générale et de la fréquentation, on constate que la part relative de ce type de spectateurs est en baisse (15 % des répondants en 2018 contre 13 % en 2023).

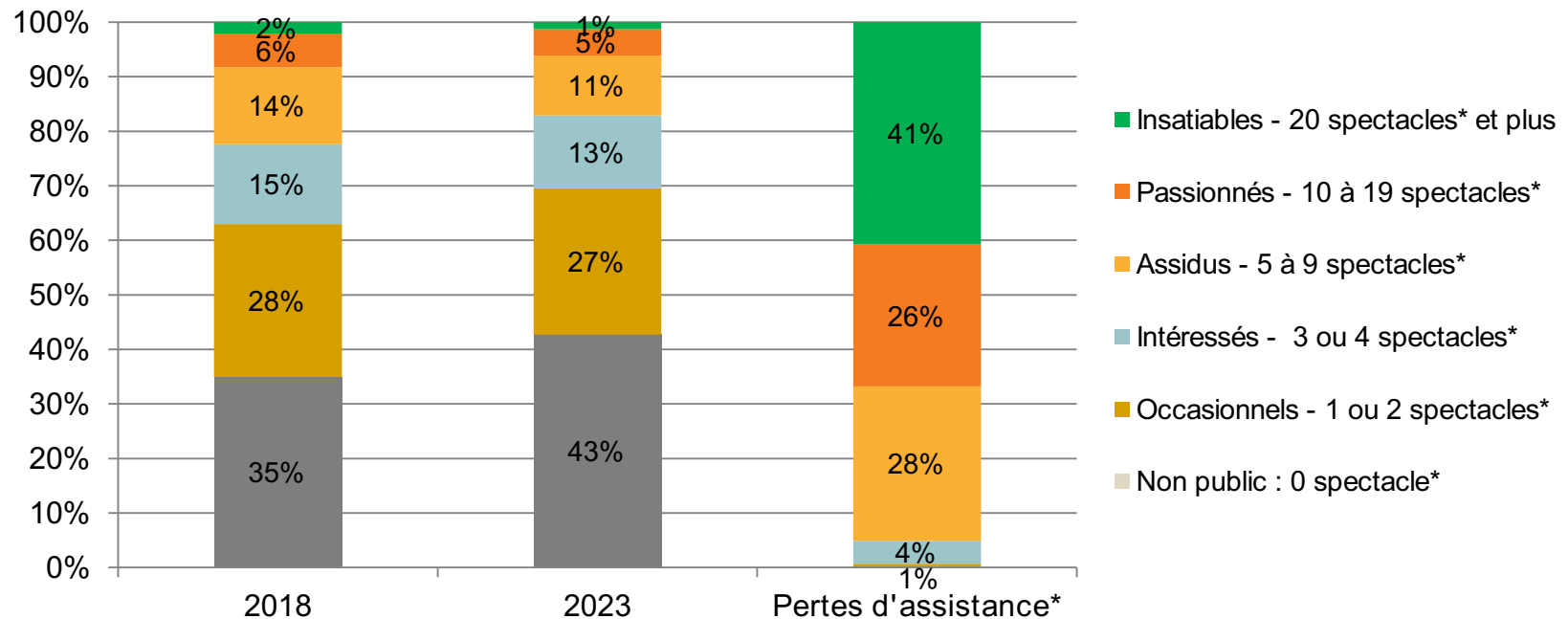
**fig.173 Évolution du nombre de spectateurs\* selon le profil de fréquentation entre 2018 et 2023 (en milliers)**



Toutes les catégories de spectateurs, des spectateurs occasionnels aux spectateurs insatiables, ont également vu leur part diminuer au profit du non-public. Pour les spectateurs insatiables (20 spectacles\* et plus annuellement), même si l'écart semble peu élevé (2 % des répondants en 2018 contre 1 % en 2023), la perte d'assistance correspondante est beaucoup plus conséquente : les insatiables\* sont associés à 41 % des pertes d'assistance\*.

La diminution de la part des spectateurs passionnés (qui voient de 10 à 19 spectacles annuellement) est associée à 26 % des pertes d'assistance, et celle des spectateurs assidus (qui voient de 5 à 9 spectacles par année), à 28 %. Les pertes d'assistances associées aux spectateurs intéressés (voyant 3 et 4 spectacles) et occasionnels (assistant à 1 ou 2 spectacles) ne sont que de 5 %.

**ig.174 Niveaux d'assistance selon le type de spectacles en 2018 et en 2023**



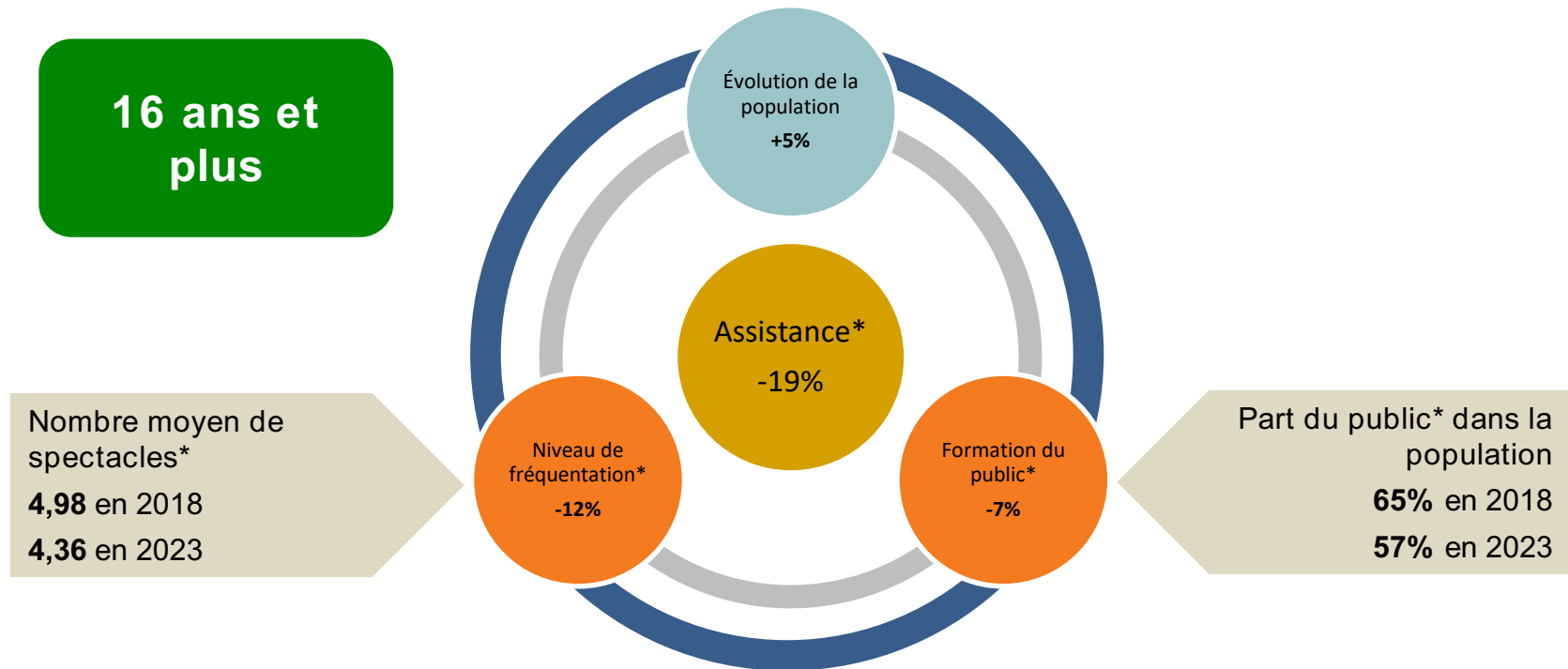
Dit autrement, le public de 2023, d'une part, est moins nombreux (en valeur absolue et de façon relative vis-à-vis du reste de la population) et, d'autre part, fréquente moins de spectacles qu'en 2018. La baisse d'assistance est donc en partie due à une augmentation du nombre d'individus n'ayant assisté à aucun spectacle au cours de l'année et à une moindre consommation de spectacles de la part du public, notamment des individus qui consomment d'habitude le plus de spectacles.

Entre 2018 et 2023, la population québécoise a augmenté de 5 %, pour s'établir à 8,77 millions d'habitants (ce qui inclut donc un accroissement de près de 430 000 individus). Si le public des arts de la scène représentait les deux tiers de la population québécoise en 2018, 5 ans plus tard, il ne correspond plus qu'à 57 % de la population totale (voir la figure 175). Quant au niveau de fréquentation (soit le nombre de spectacles professionnels auxquels assiste annuellement un individu), il est passé de près de 5 spectacles en 2018 à 4,36 en 2023, soit une diminution de 12 %. Combinés, ces 3 ensembles de données permettent de conclure que l'assistance (c'est-à-dire le nombre total d'entrées aux spectacles professionnels) des arts de la scène a diminué de 19 % entre 2018 et 2023.

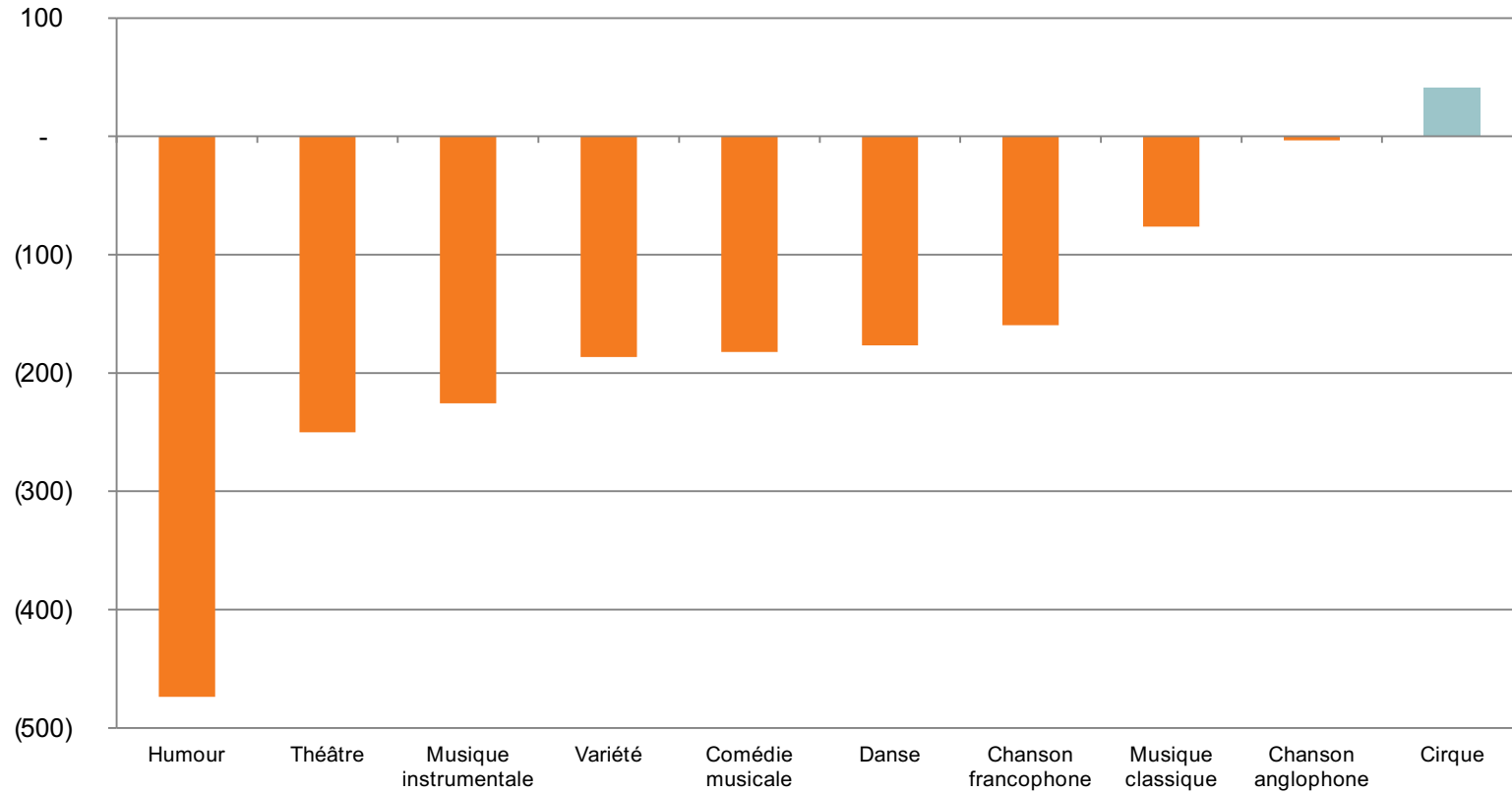
Les figures suivantes (176 et 177) montrent l'évolution du public et de l'assistance pour chaque discipline des arts de la scène entre 2018 et 2023. Toutes les disciplines ont perdu du public sauf le cirque, qui enregistre une légère hausse de son bassin de spectateurs (avec environ 40 000 spectateurs supplémentaires), et la chanson anglophone, dont le public stagne. La baisse la plus importante concerne l'humour, qui frôle le demi-million de spectateurs perdus. La baisse du nombre de spectateurs uniques est comprise entre 240 000 et 80 000 pour les autres disciplines.

Puisque le niveau de fréquentation ainsi que le public ont diminué, le nombre d'entrées enregistrées est, lui aussi, en baisse dans toutes les disciplines sauf le cirque, qui voit son assistance légèrement augmenter. Comme pour le public, la baisse la plus importante de l'assistance concerne l'humour, avec environ 1,1 million d'entrées en moins. Les autres disciplines affichent une perte d'assistance comprise entre 800 000 entrées (au théâtre) et un peu moins de 200 000 entrées (en chanson anglophone).

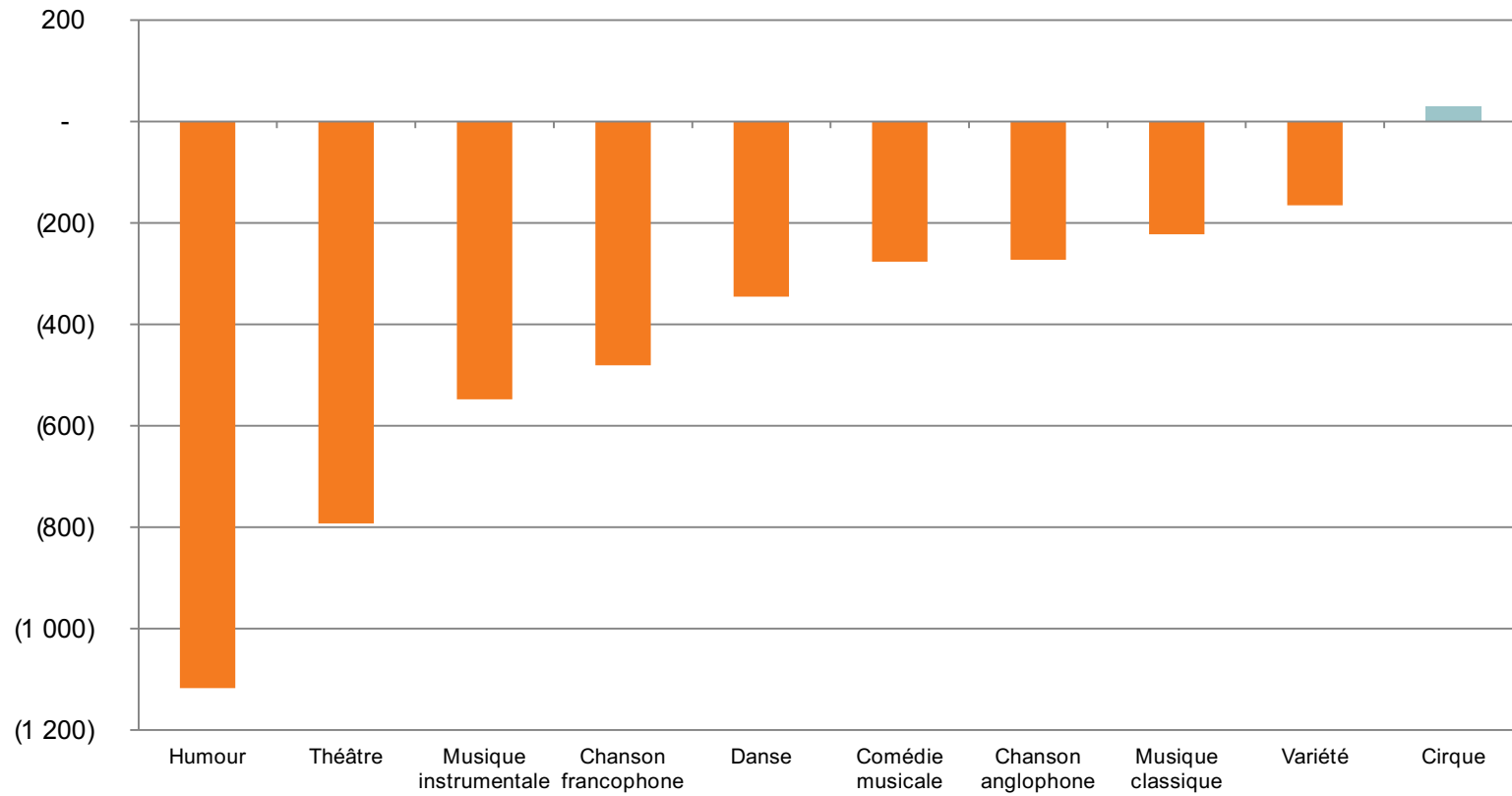
**fig.175** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 au Québec (population de 16 ans et plus)



**fig.176** Nombre de spectateurs\* gagnés ou perdus selon la discipline entre 2018 et 2023 (en milliers)



**fig.177 Assistances\* gagnées ou perdues selon la discipline entre 2018 et 2023 (en milliers)**



Alors que 10 % des répondants du sondage en 2018 ont déclaré avoir assisté à au moins 1 spectacle de danse, cette part a diminué à 7 % en 2023. En valeur absolue, cette diminution correspond à une baisse de 36 % du public de la danse. De plus, ces répondants ont déclaré assister en moyenne à 1,63 spectacle en 2023; c'est 5 % de moins qu'en 2018. Au général, l'assistance pour la danse a diminué de 30 % entre les 2 années de référence, soit la baisse la plus importante constatée pour une discipline des arts de la scène.

La part du public en musique classique au sein de la population de 16 ans et plus a légèrement baissé (de 9 % à 8 %), bien que cela corresponde, en valeur absolue, à une baisse de 12 % du nombre de spectateurs. Le niveau de fréquentation, lui, a baissé de 6 %, passant de 2 spectacles par année à 1,87. Le nombre d'entrées pour la musique classique a baissé de 17 %.

Concernant la musique instrumentale, le nombre de spectateurs a chuté d'un quart entre 2018 et 2023 tandis que le niveau de fréquentation est resté stable (à raison de 2,22 spectacles en 2018 contre 2,16 en 2023). C'est donc la baisse du public qui est principalement responsable de la diminution de 26 % de l'assistance.

Le théâtre a connu une diminution de son assistance de 27 % entre 2018 et 2023. Cette baisse est d'abord liée à un amenuisement du public (-18 % de spectateurs) et, dans une autre mesure, à une diminution du niveau de fréquentation (-11 % de spectacles consommés par spectateur).

La chanson francophone a perdu un dixième de son public entre 2018 et 2023. En effet, si 23 % de la population avait assisté à au moins 1 spectacle de chanson francophone en 2018, elle n'était plus que 19 % en 2023. Le niveau de fréquentation, pour sa part, a baissé de 5 %,

passant de 2,13 spectacles par individu à 2,03. Au total, la baisse d'assistance est estimée à 14 %.

La chanson anglophone s'en sort mieux que la chanson francophone. En effet, plutôt que de baisser, le nombre de spectateurs a stagné entre 2018 et 2023 : la part d'individus déclarant avoir assisté à un spectacle de cette discipline a diminué légèrement, mais cette baisse a été compensée par la hausse de la population. Si le nombre d'entrées enregistrées pour la chanson anglophone a décliné de 7 %, c'est donc principalement dû au fait que le niveau de fréquentation a faibli de 7 % lui aussi.

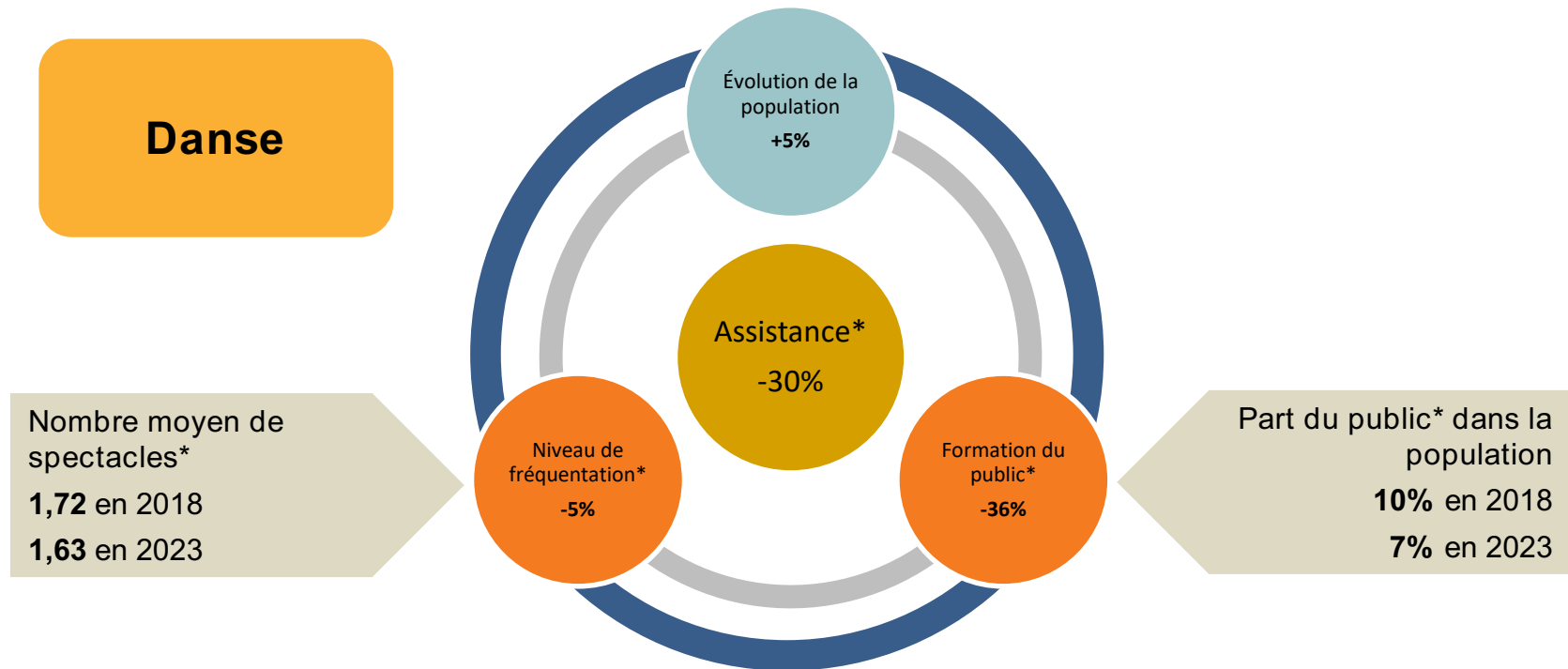
L'humour a vu son nombre d'entrées diminuer d'un quart entre 2018 et 2023. Cette baisse peut s'expliquer par la diminution du nombre de spectateurs (-19 %) et du niveau de fréquentation (1,88 spectacle consommé en moyenne en 2018 contre 1,77 en 2023).

Le cirque est la seule discipline des arts de la scène à avoir enregistré une hausse du nombre d'entrées (+5 %) entre les 2 années de référence. Cette hausse est attribuable à l'augmentation du public au sein de la population (+7 %) : 9 % de la population a vu au moins 1 spectacle de cirque en 2023 contre 8 % en 2018. Ce public a vu un nombre presque similaire de spectacles de cirque en moyenne) en 2018 et en 2023, soit respectivement 1,30 et 1,26.

Quant à la comédie musicale, le nombre moyen de spectacles vus est demeuré presque identique, passant de 1,55 à 1,56, malgré une baisse de 21 % de l'assistance\* comme du public\*.

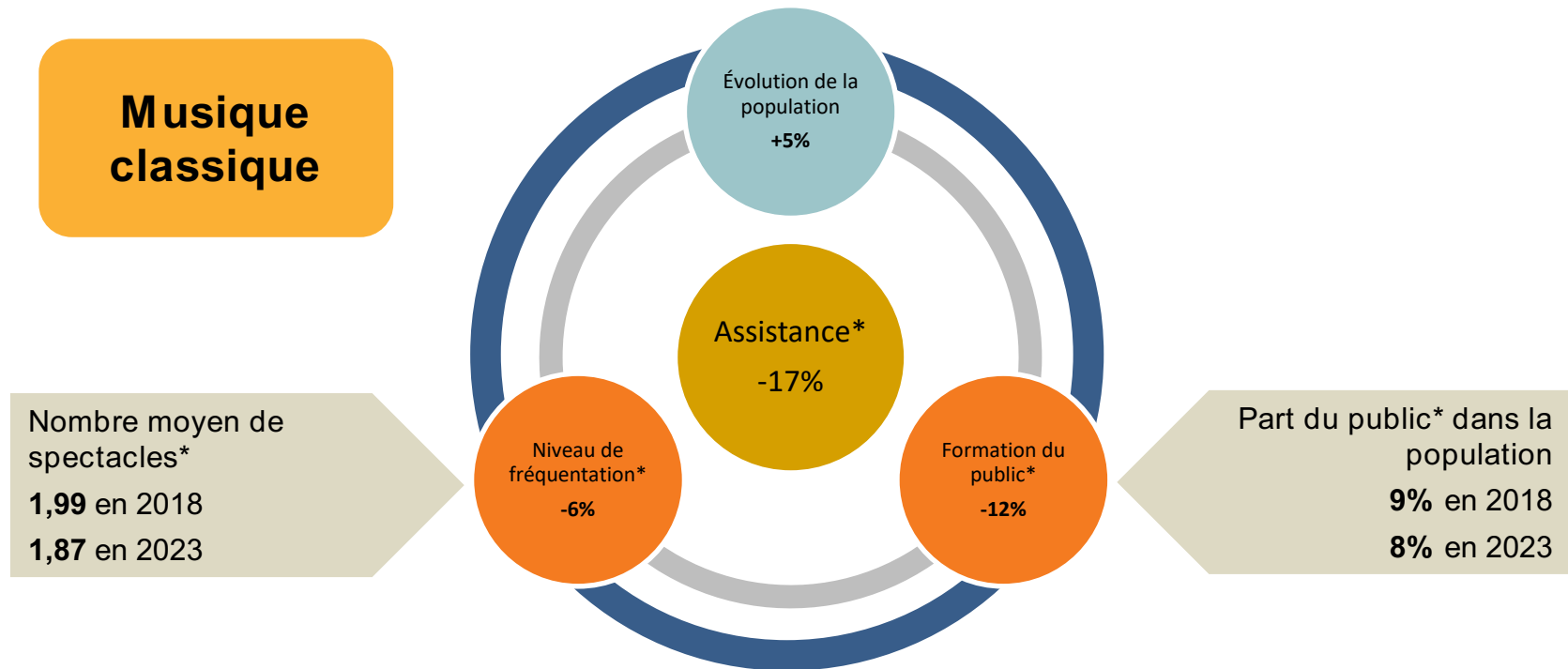
Enfin, il y a eu 19 % d'entrées en moins pour les spectacles de variétés entre 2018 et 2023, qui ont vu leur public baisser de presque un tiers. Cette baisse a été compensée par une hausse du niveau de fréquentation (+16 %), la seule enregistrée pour une discipline des arts de la scène.

**fig.178** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la danse

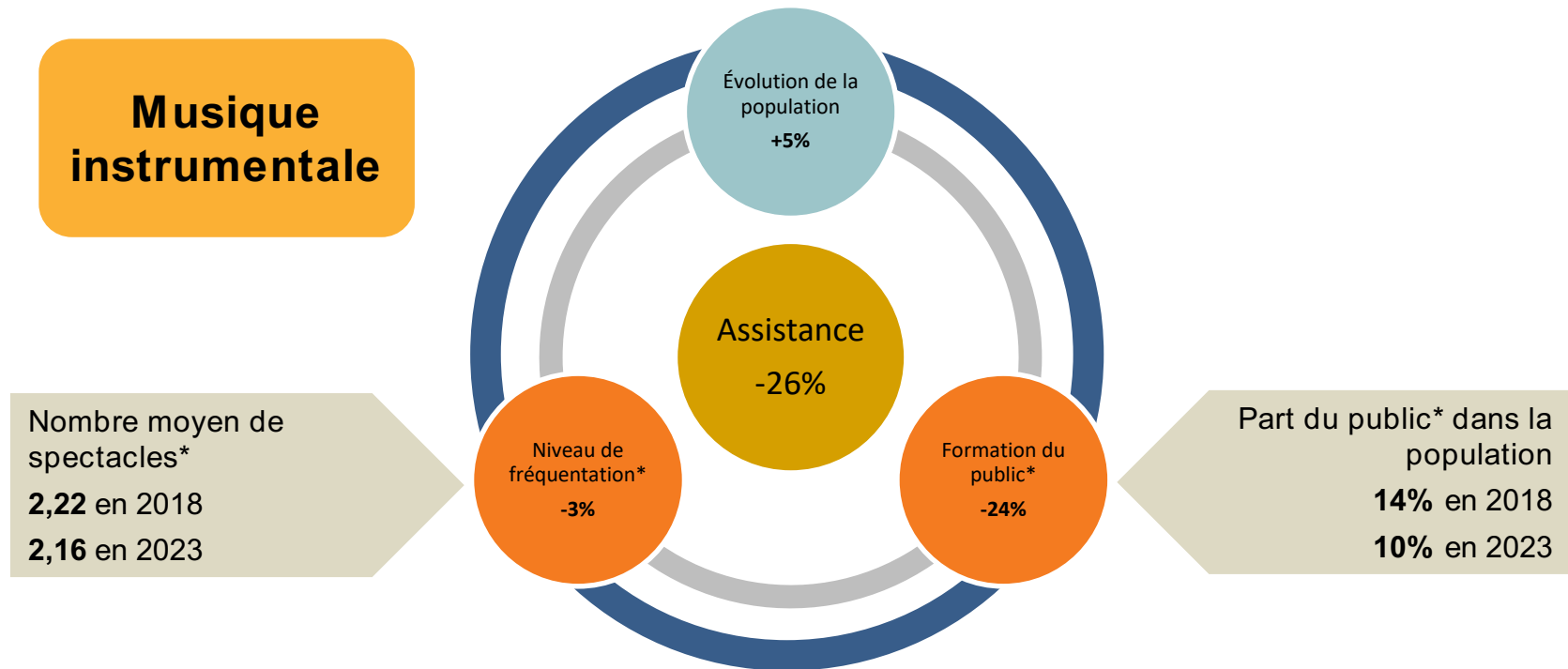




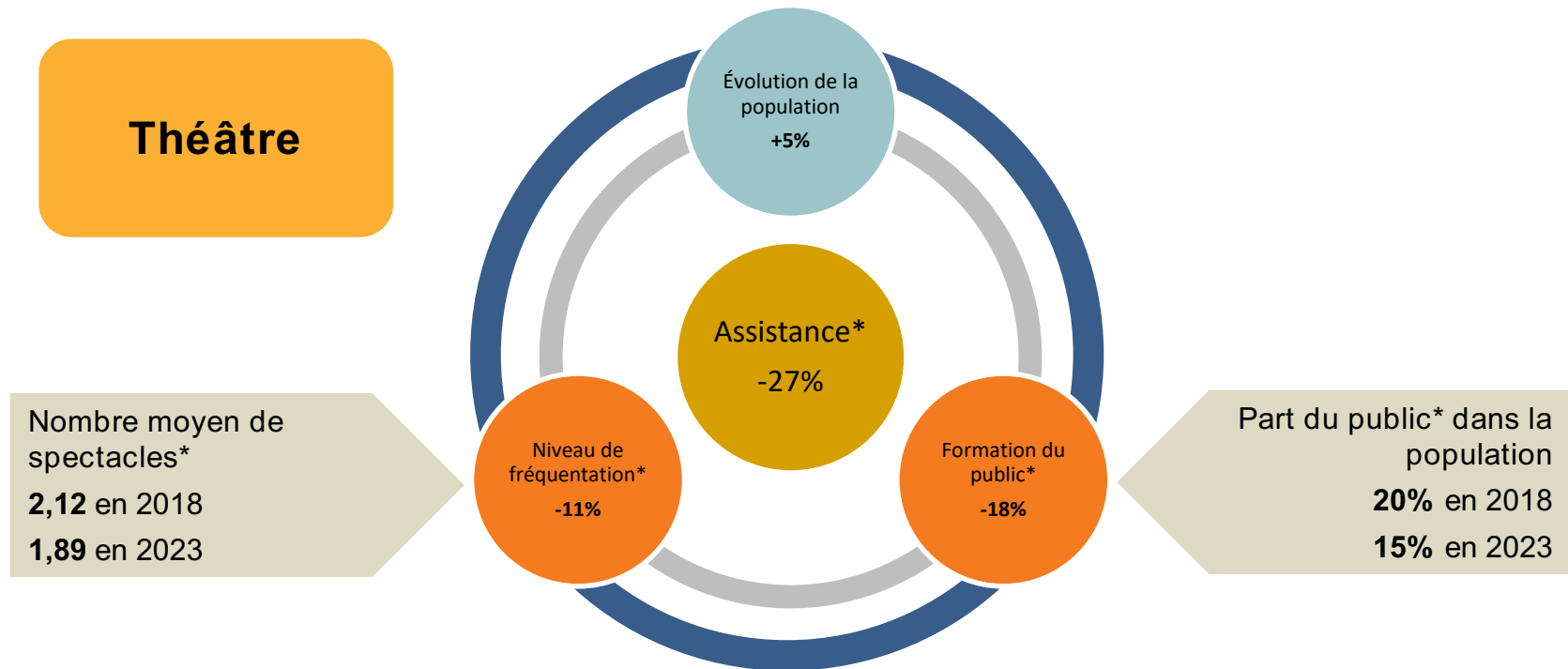
**fig.179** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la musique classique



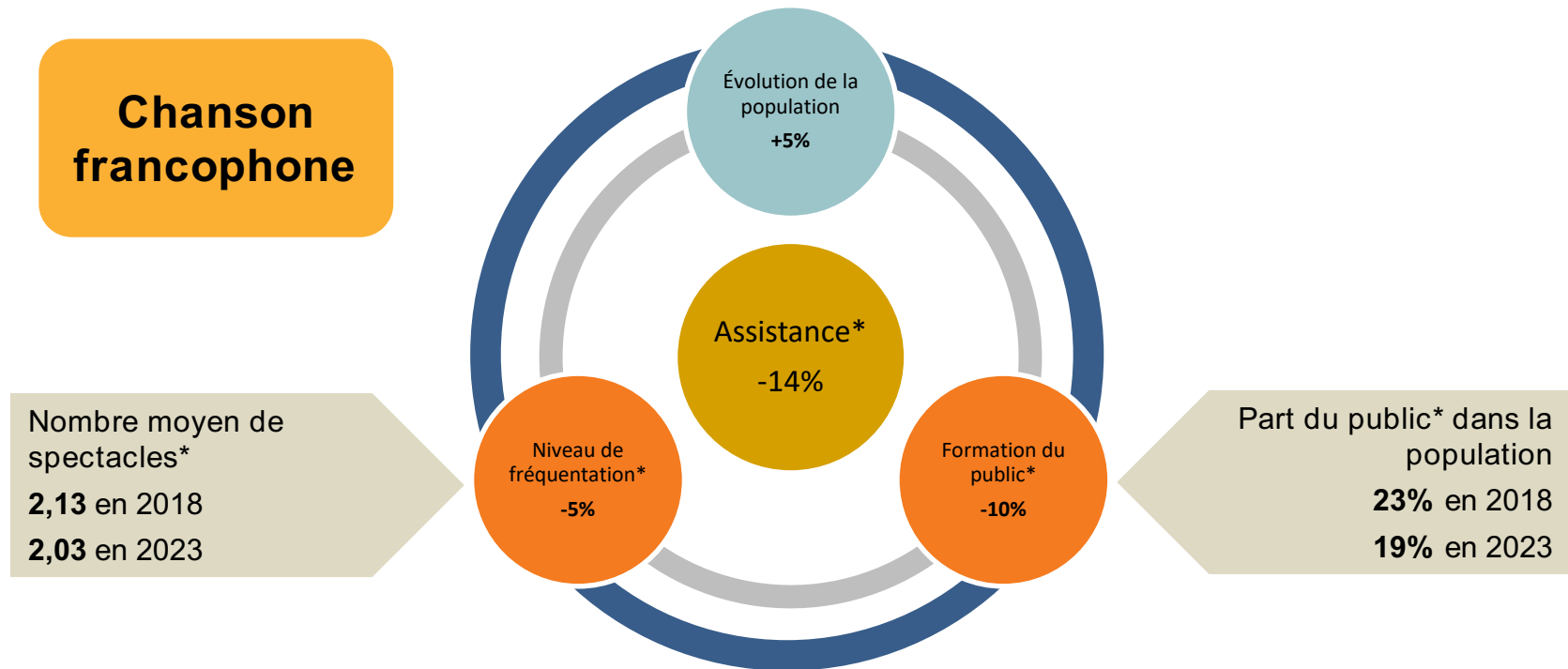
**fig.180** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la musique instrumentale



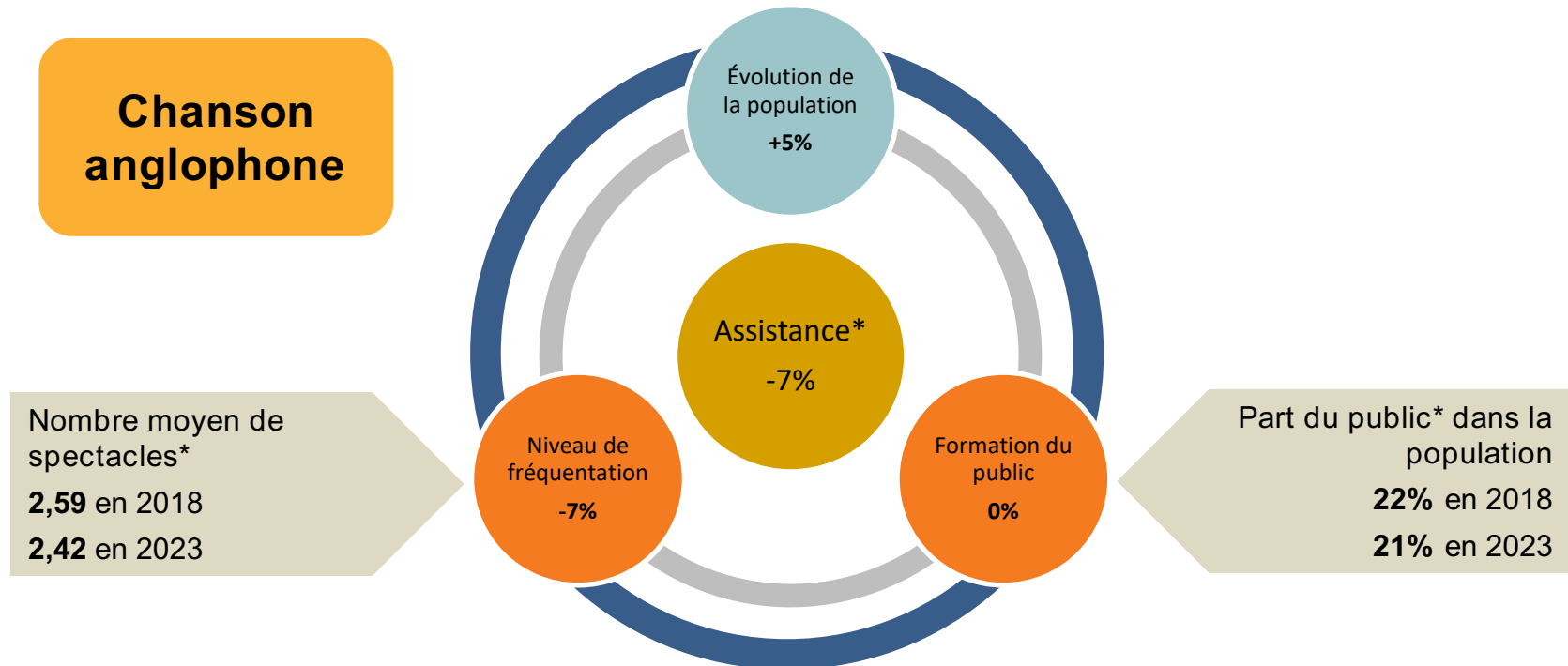
**fig.181** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour le théâtre



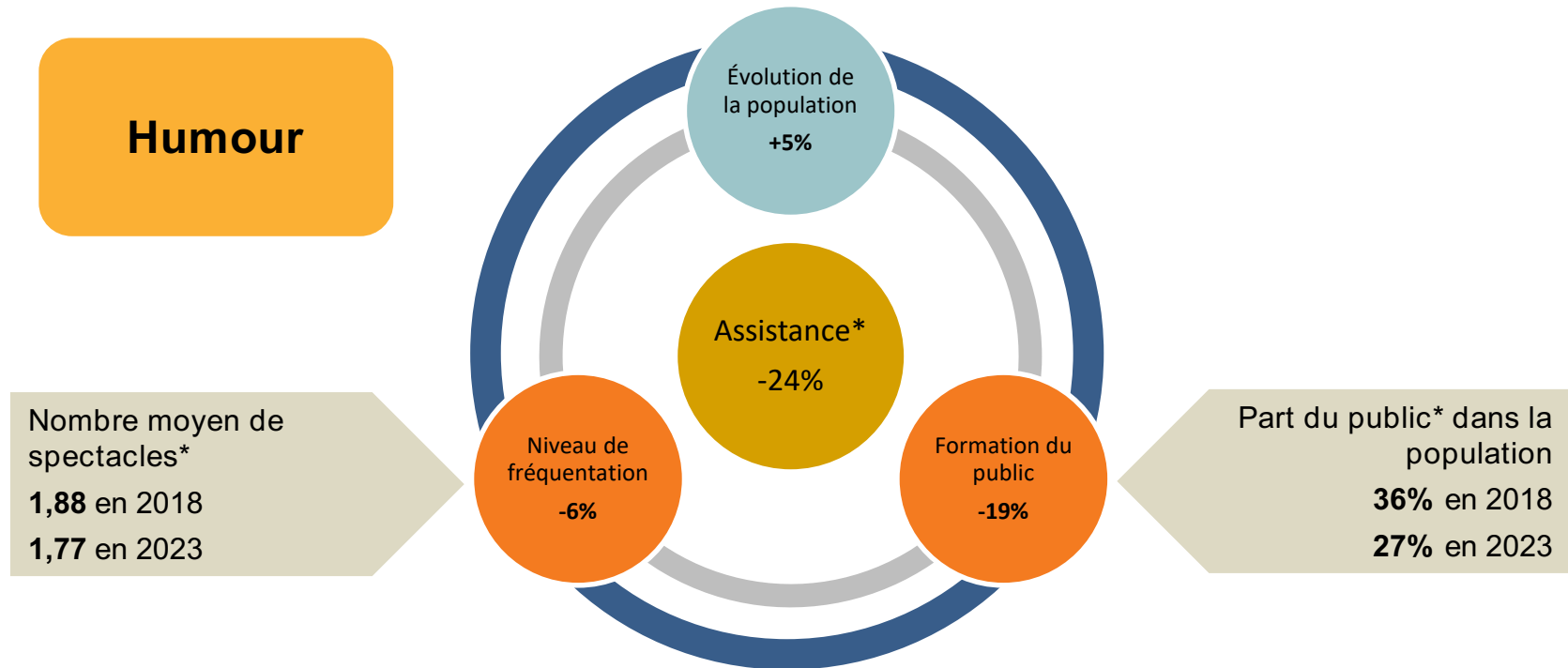
**fig.182** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la chanson francophone



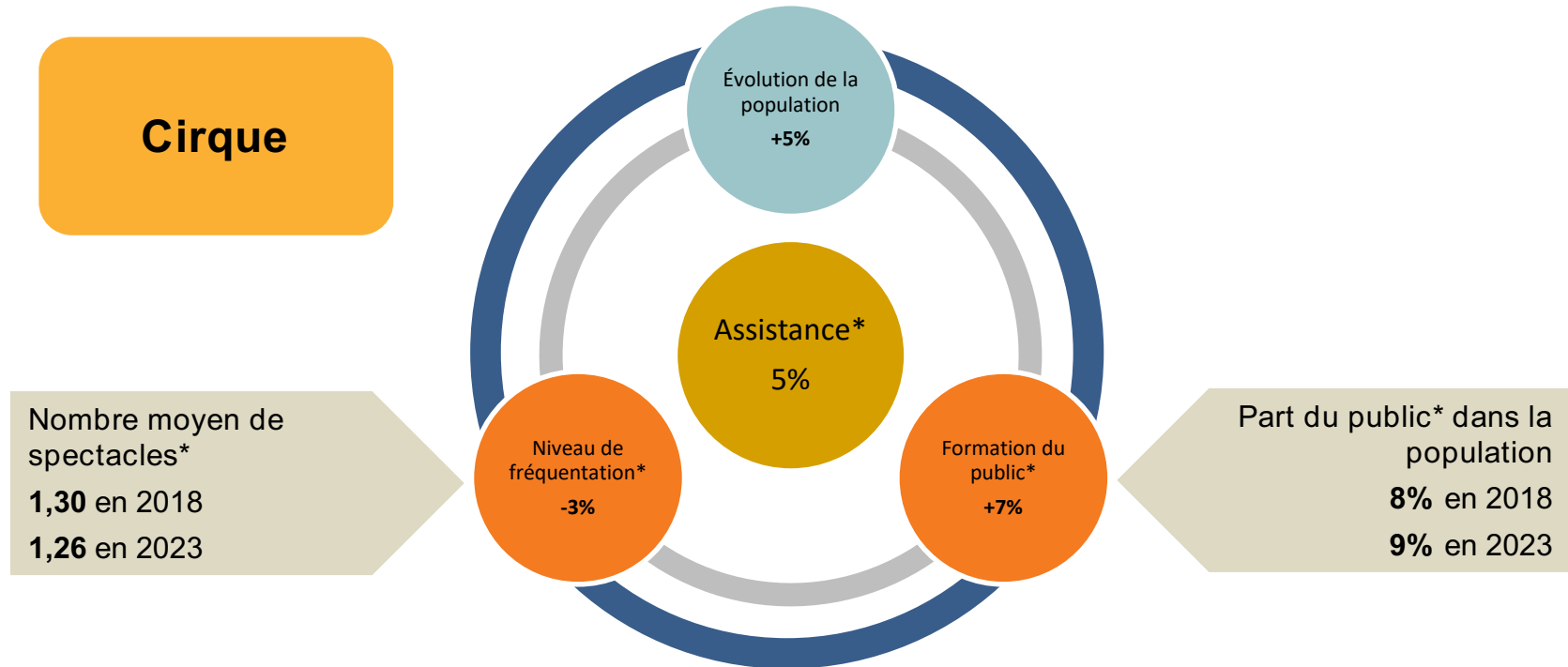
**fig.183** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la chanson anglophone



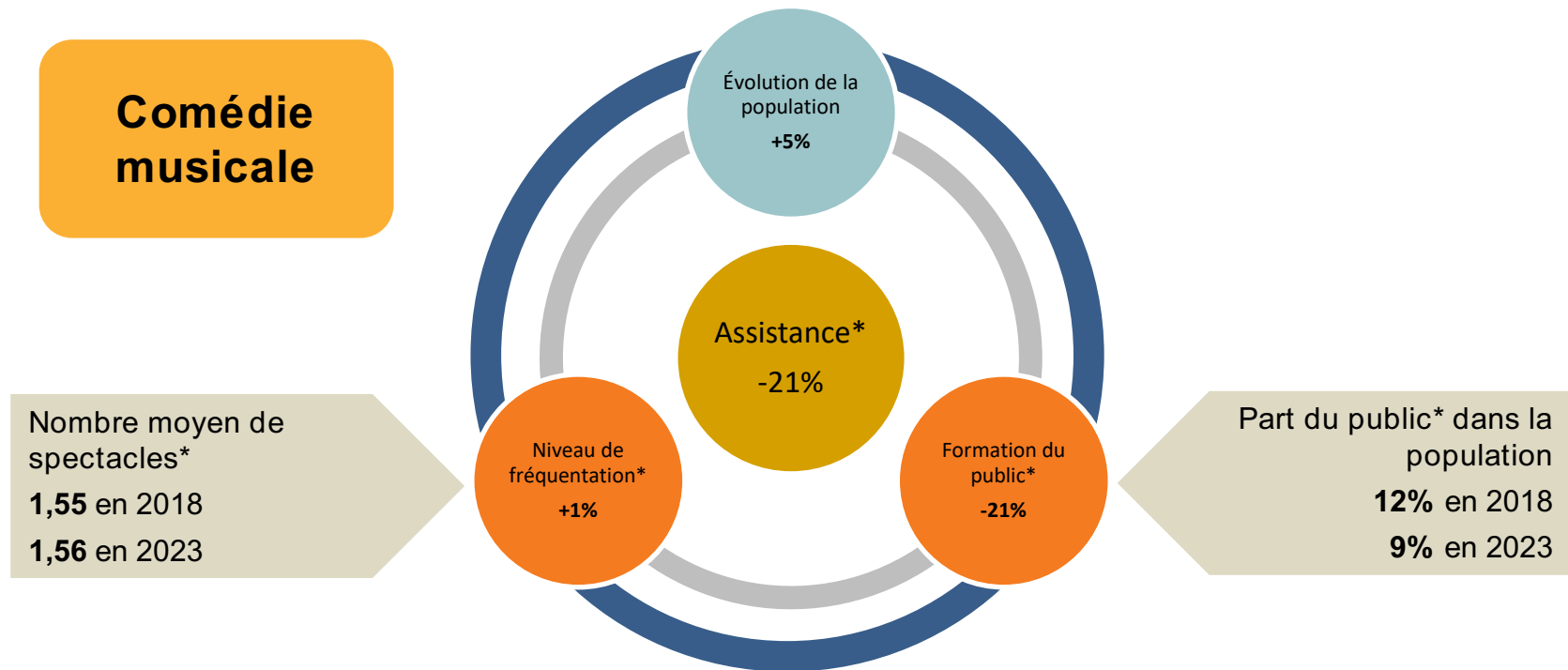
**fig.184** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour l'humour



**fig.185** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour le cirque

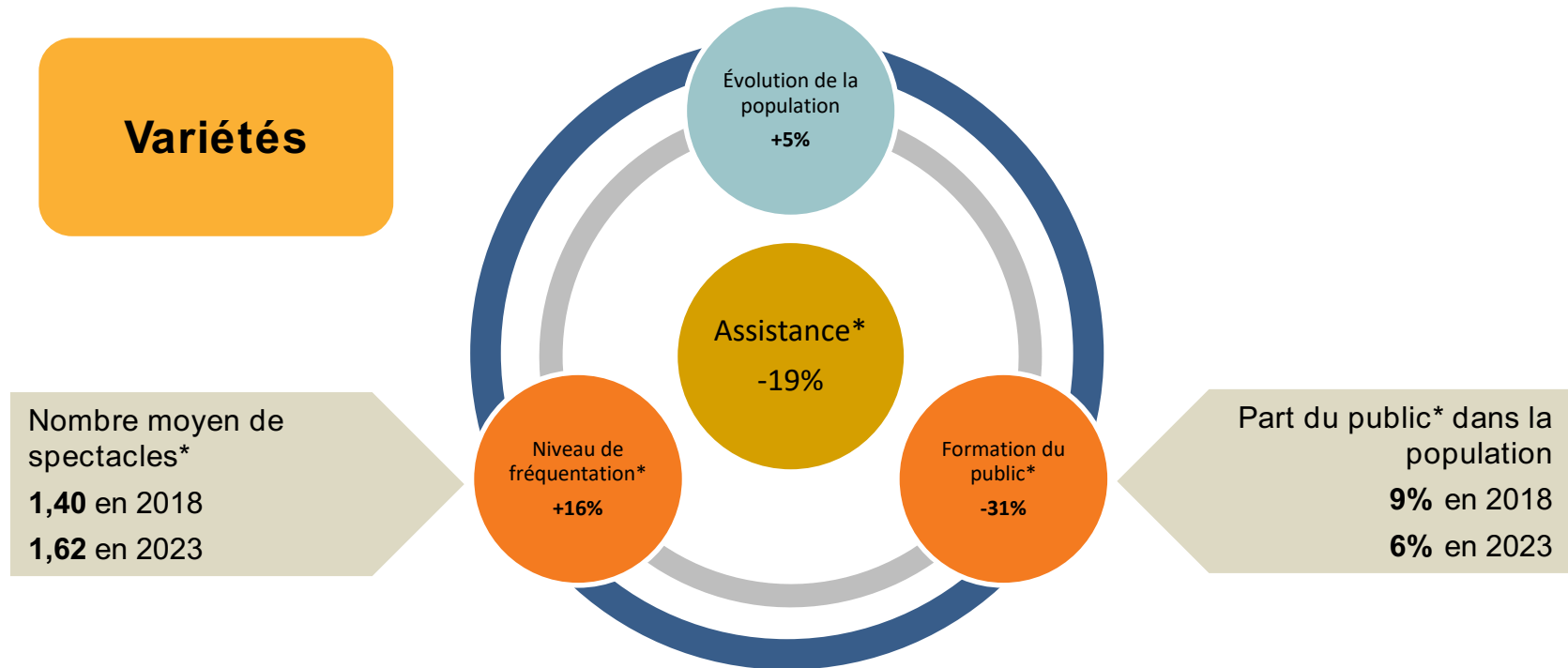


**fig.186** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour la comédie musicale





**fig.187** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour les variétés



Outre l'angle des disciplines artistiques, l'évolution de la fréquentation des arts de la scène se mesure également à travers le prisme de la répartition géographique de la consommation de spectacles professionnels.

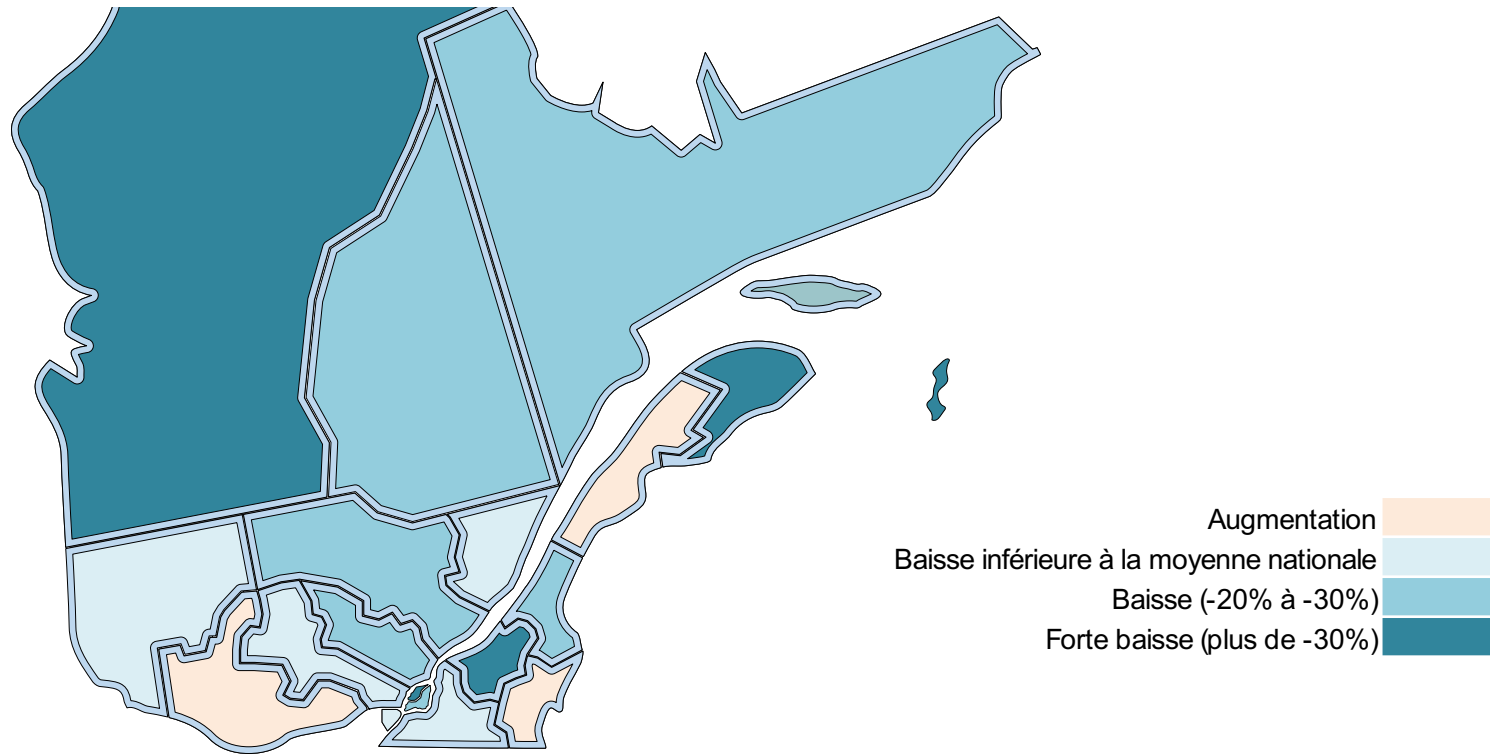
Cette approche est néanmoins à contextualiser. En effet, le lieu d'assistance n'est pas forcément le lieu de résidence. En d'autres termes, une baisse de la fréquentation de la population d'une région peut se manifester dans une autre région. Par exemple, un Lanaudois qui fréquentait les salles de Montréal est enregistré dans Lanaudière. S'il voit moins de spectacles, la baisse d'assistance se manifesterà à Montréal, mais sera associée à Lanaudière. Les fréquentations interrégionales sont difficiles à cerner.

À cela il faut ajouter que la pandémie de COVID-19 a accentué la mobilité interrégionale. On a notamment observé une migration des populations des centres urbains vers des régions périphériques ou éloignées, sans pouvoir dire exactement si ces populations ont cessé de consommer des spectacles dans leur région d'origine et se sont mises à consommer de la même manière des arts de la scène dans leur nouvelle région de résidence. Prenons le cas d'un Montréalais qui assistait à 15 spectacles par an à Montréal et qui a déménagé dans les Laurentides. Depuis, il ne fréquente que 7 fois par an les arts de la scène, dans les Laurentides. Au niveau régional, l'impact sera négatif pour Montréal et positif pour les Laurentides. Au bilan, ce changement a un impact négatif à l'échelle nationale.

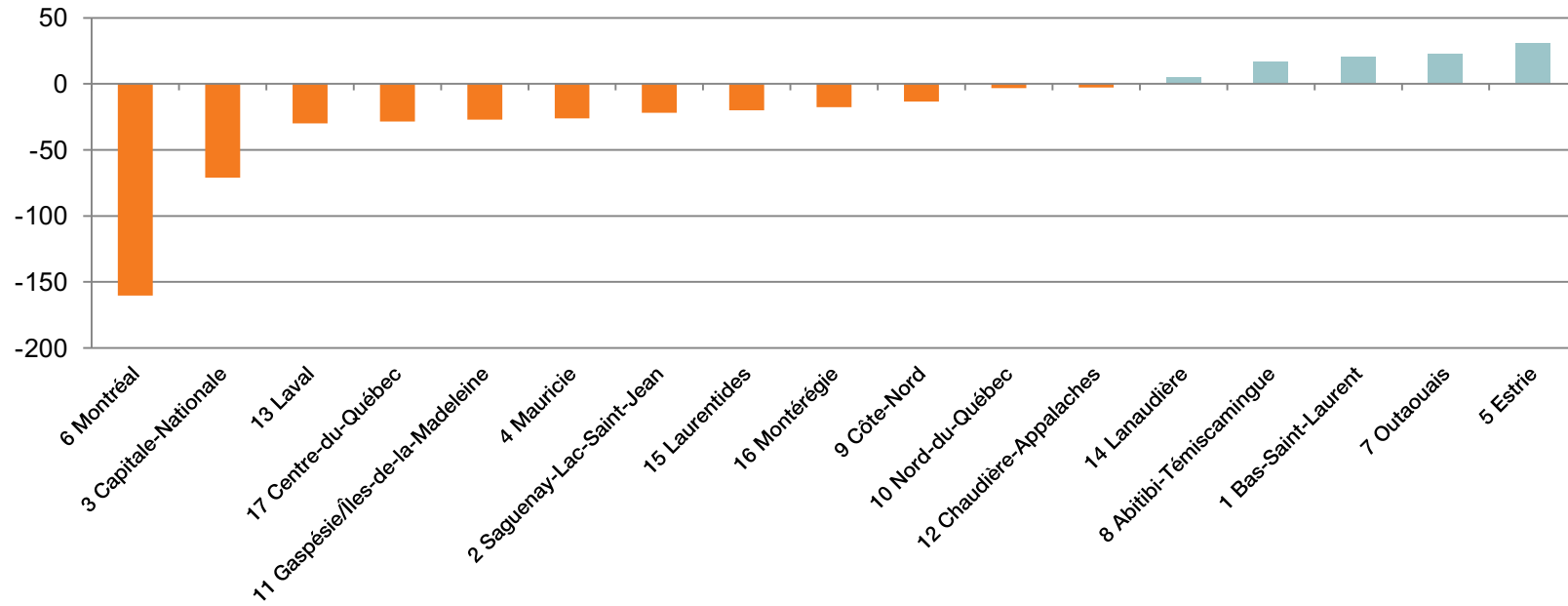
Quand on examine l'évolution de l'assistance par région entre 2018 et 2023, on constate que 4 régions font face à une baisse d'assistance de plus de 30 % : Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, le Nord-du-Québec, Laval et le Centre-du-Québec. En valeur absolue, c'est à Montréal et en Capitale-Nationale que reviennent les chutes les plus importantes, qui accusent des pertes respectives d'environ 160 000 et 70 000 spectateurs, ce qui se traduit par des baisses d'assistance de 1,8 million d'entrées et 420 000 entrées.

De manière générale, les zones urbaines enregistrent plus souvent des baisses de fréquentation, à l'inverse des régions périphériques et éloignées. Cinq régions voient leur public augmenter : l'Estrie, l'Outaouais, le Bas-Saint-Laurent, l'Abitibi-Témiscamingue et Lanaudière. Toutefois, cela se traduit par une hausse de l'assistance seulement pour l'Outaouais, le Bas-Saint-Laurent et l'Estrie.

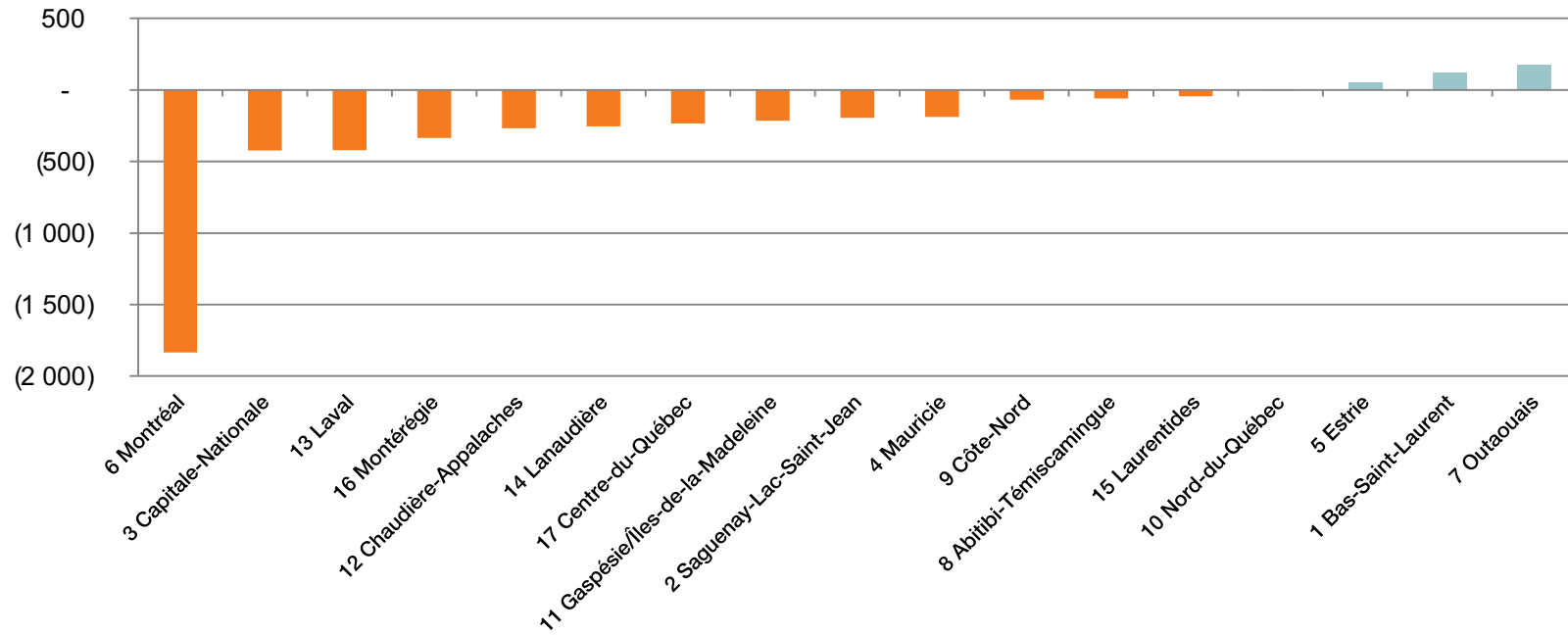
**fig.188** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 selon les régions



**fig.189 Variation du nombre de spectateurs\* entre 2018 et 2023, selon les régions (en milliers)**



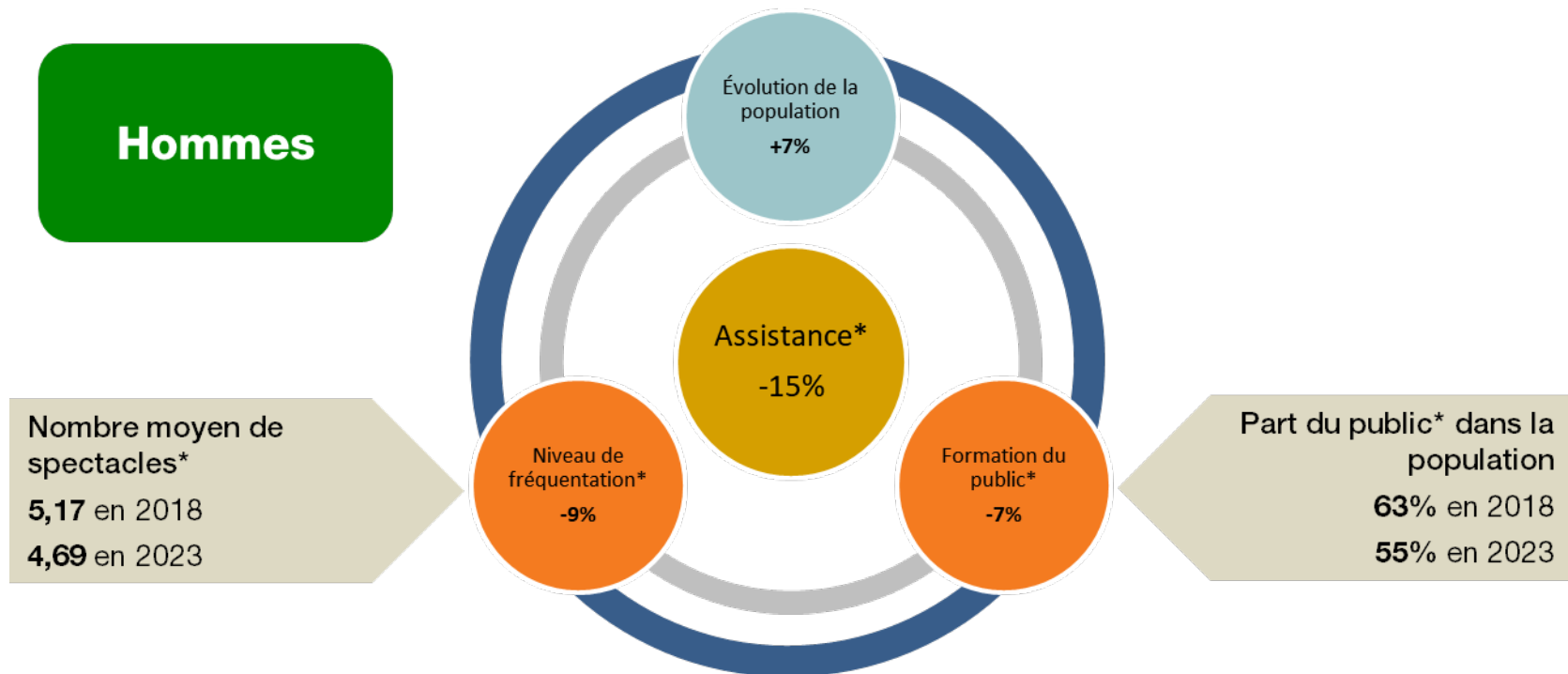
**fig.190** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023, selon les régions (en milliers)



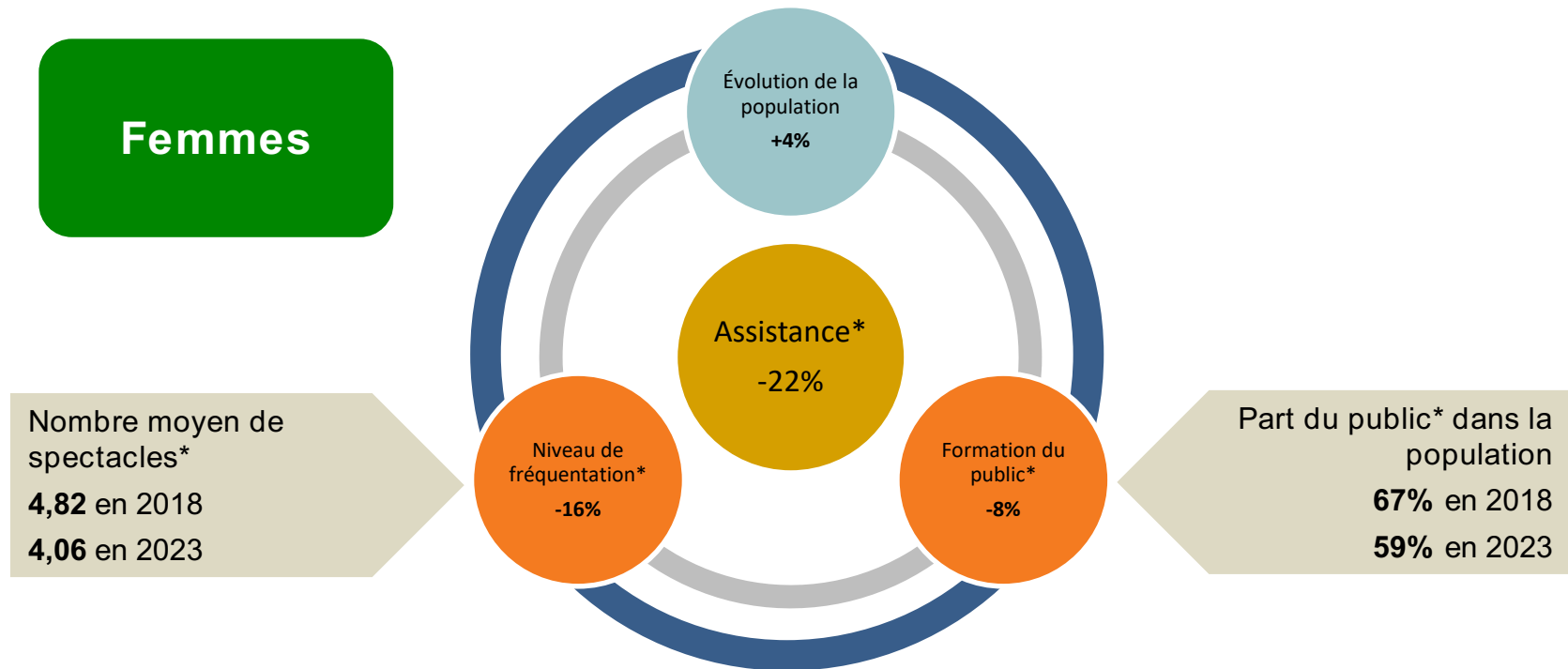
L'évolution de la fréquentation des arts de la scène s'observe aussi à travers le prisme du genre. Si 63 % des hommes ont déclaré avoir vu au moins 1 spectacle professionnel en 2018, ils ne sont plus que 55 % en 2023. Cela correspond à une baisse de 7 % du nombre de spectateurs, alors que la population masculine a augmenté de 7 % au cours de la même période. Outre la diminution de la part du public masculin, ce public consomme également moins de spectacles : 5,2 spectacles en 2018 contre 4,7 en 2023, soit une baisse de 9 %. Au total, l'assistance masculine a donc baissé de 15 % entre les 2 années de référence.

L'assistance pour les femmes a diminué plus lourdement (-22 %). Ce repli s'explique à la fois par une baisse du nombre de spectatrices (-8 %, ce qui équivaut à 41 % du non-public parmi l'ensemble des femmes) et une diminution de 16 % du nombre moyen de spectacles vus (4,8 en 2018 contre 4,1 en 2023).

**fig.191** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour les hommes



**fig.192** Variation de l'assistance\* entre 2018 et 2023 pour les femmes





Enfin, la fréquentation des arts de la scène a connu des variations significatives selon les groupes d'âge.

La part du public des arts de la scène représentait 65 % de l'ensemble de la population en 2018. Cette part est passée à 57 % en 2023. Tous les groupes d'âge affichent une baisse bien que, chez les répondants âgés de 35 ans à 44 ans, elle soit très légère (-2 %).

La part du public a le plus diminué entre 2018 et 2023 à la fois chez les plus jeunes – c'est-à-dire les spectateurs de moins de 25 ans (passant de 71 % à 63 %) et ceux de 25 ans à 34 ans (passant de 75 % à 67 %) – et, de façon encore plus visible, chez les plus âgés (passant de 57 % à 45 % pour ce qui est des spectateurs de 65 ans et plus).

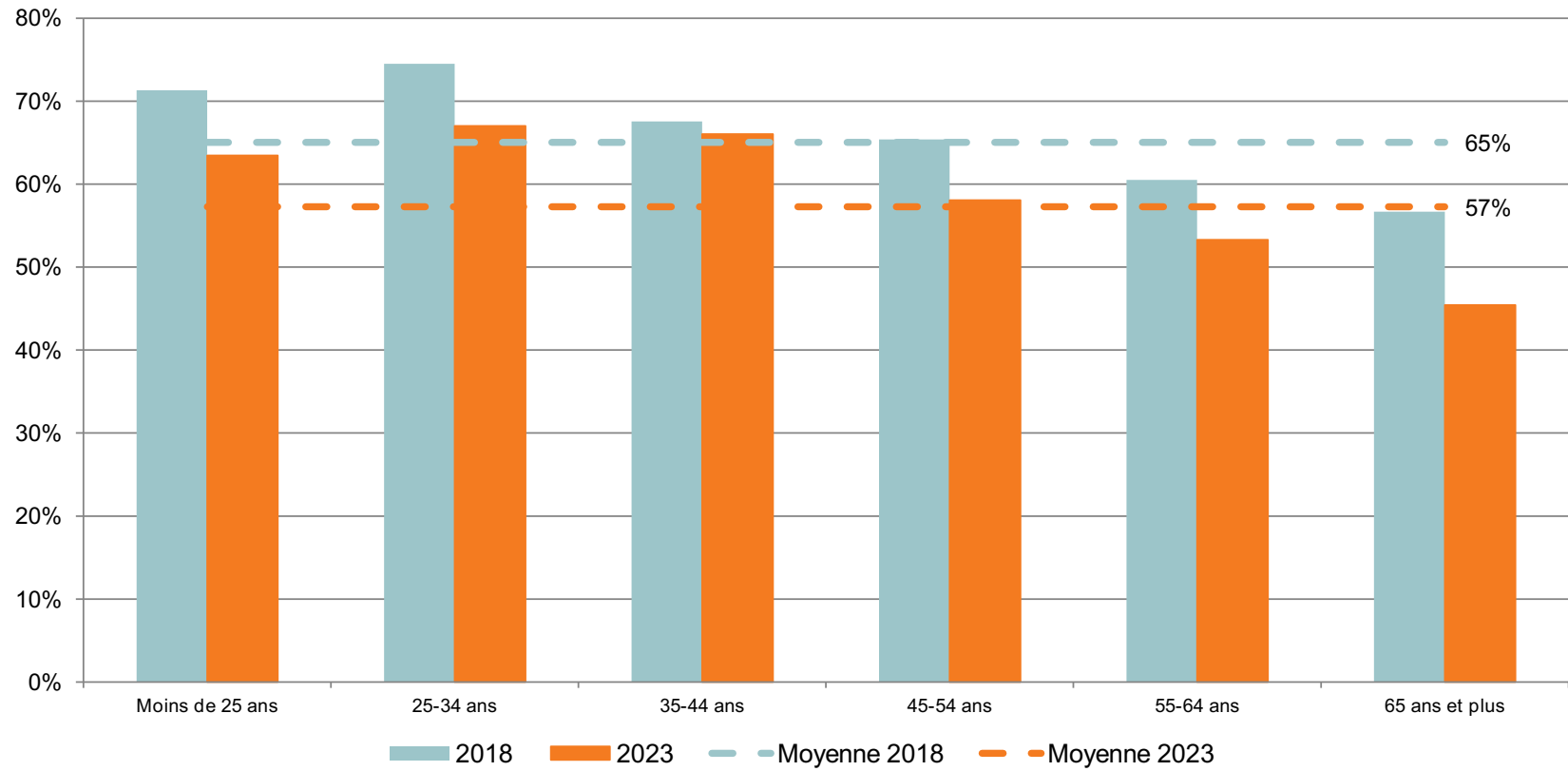
La variable du genre corrélée à celle de l'âge permet de faire ressortir deux tendances. D'une part, la baisse est particulièrement marquée chez les jeunes hommes : ceux qui ont moins de 25 ans et qui assistent à des spectacles professionnels en arts de la scène représentent 69 %

de leur groupe d'âge en 2018 contre 57 % en 2023, et, chez les hommes âgés de 25 ans à 34 ans, cette proportion passe de 74 % à 63 %. Chez les femmes, la part de spectatrices a diminué de 4 % pour ces deux groupes d'âge (passant de 74 % à 70 % et de 75 % à 71 %).

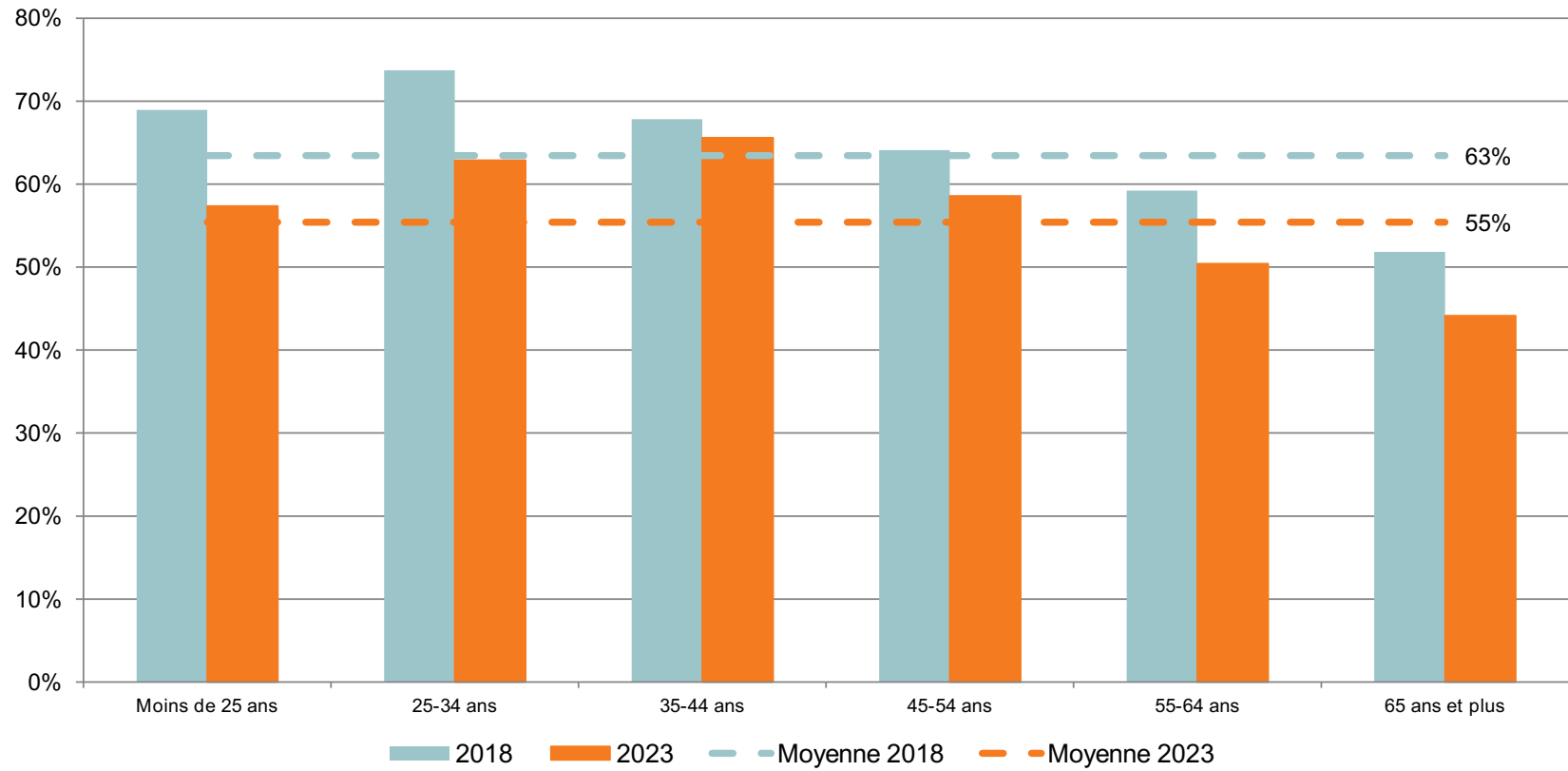
D'autre part, à l'inverse des jeunes hommes, le décrochage au chapitre de la fréquentation est plus visible chez les femmes les plus âgées. La part de femmes de 65 ans et plus assistant à des spectacles professionnels en arts de la scène a chuté, passant de 61 % à 46 % (-14 %) entre 2018 et 2023, alors que la part des spectatrices de moins de 35 ans n'a chuté que de 4 %.

Ces deux tendances auront donc des répercussions différentes selon le profil du public majoritaire d'une discipline artistique. Par exemple, la baisse marquée de spectatrices âgées aura plus de conséquences pour le théâtre (dont on sait que le public est, en moyenne, plus âgé et plus féminin), et la baisse marquée chez les jeunes hommes touchera plus durement l'humour (dont le public est généralement plus jeune et masculin).

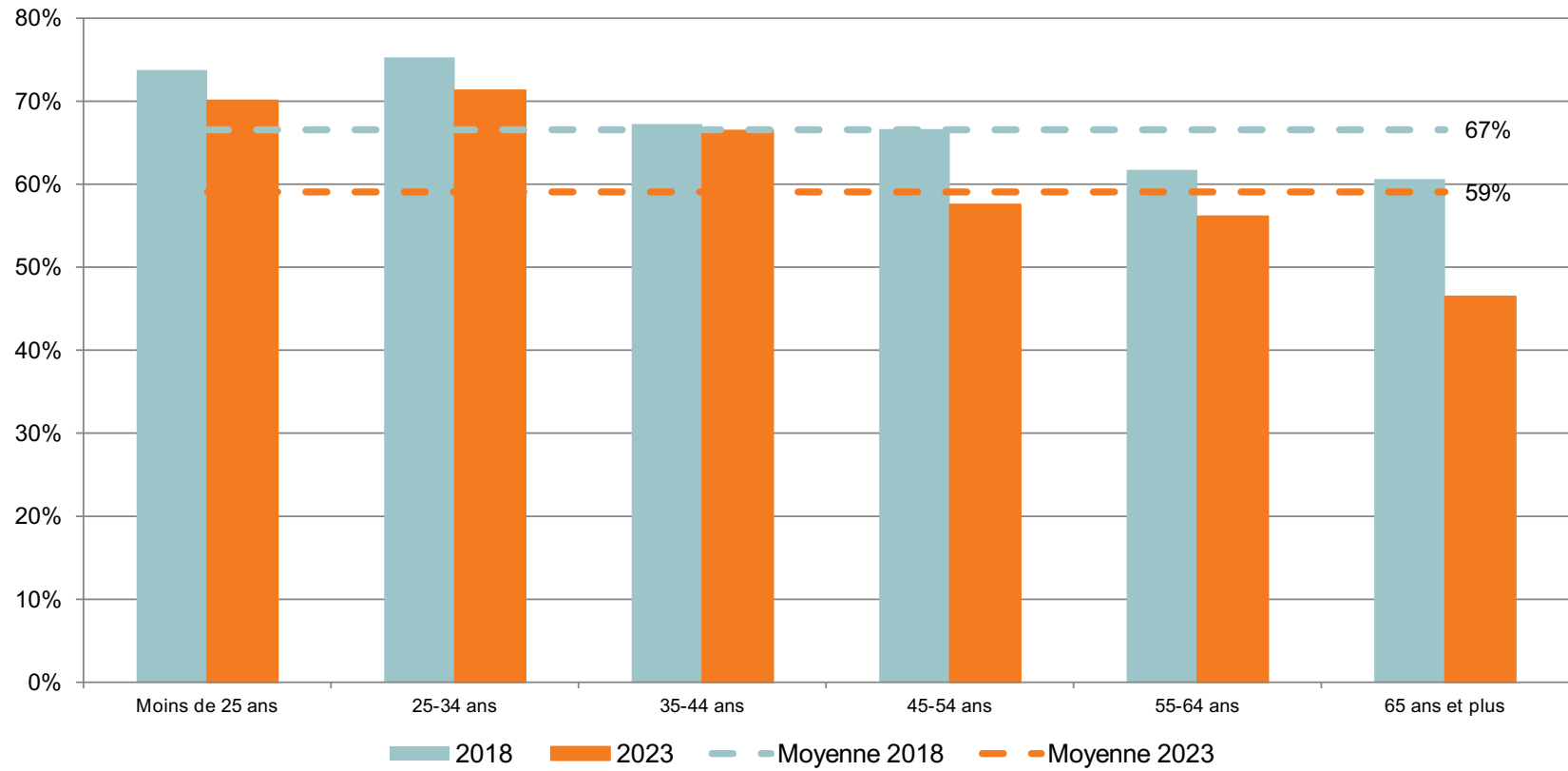
**fig.193 Parts moyenne et selon l'âge du public\* en 2018 et en 2023 pour l'ensemble de la population**



**fig.194 Parts moyenne et selon l'âge du public\* en 2018 et en 2023 pour les hommes**



**fig.195 Parts moyenne et selon l'âge du public\* en 2018 et en 2023 pour les femmes**



### 3.5.3 Pistes d'explication

Entre 2018 et 2023, le paysage des publics des spectacles a connu des évolutions notables. L'examen de la distribution des résultats révèle quatre grands changements qui marquent cette période de transition et nous incitent spontanément à formuler des hypothèses explicatives :

- Le décrochage accéléré d'un public âgé : la fréquentation des spectacles par les personnes âgées a diminué de manière significative. Ce décrochage était attendu après la crise de la COVID-19. Avec l'âge, les personnes limitent leurs sorties. En raison de la crise sanitaire, certaines personnes ont accéléré ce retrait. De plus, les personnes âgées, souvent plus vulnérables aux complications liées au virus, ont pu se montrer plus réticentes à fréquenter de nouveau des lieux publics, notamment les salles de spectacles;
- La moindre présence des jeunes, particulièrement les hommes : cette tendance pourrait être expliquée par un changement dans les préférences de loisirs, notamment en raison de la période de confinement. Souvent évoquée, l'attrance accrue pour les divertissements numériques tels que les jeux vidéo, les plateformes de diffusion en continu ou les réseaux sociaux est une réalité. Ces formes de divertissement, plus accessibles et moins coûteuses, accaparent une part importante du temps libre des jeunes. Par ailleurs, les contraintes économiques, associées notamment à la précarité du logement et à la hausse du coût de la vie, pourraient dissuader cette tranche d'âge de consacrer une partie de ses revenus à la culture;
- Une baisse de la fréquentation qui est généralisée, mais plus accentuée chez les femmes : bien que la fréquentation des spectacles ait globalement reculé, cette tendance se révèle particulièrement prononcée chez les femmes. Plusieurs facteurs

peuvent expliquer cette baisse plus accentuée. En tant que principales gestionnaires du foyer dans de nombreux ménages, les femmes peuvent être plus sensibles aux difficultés économiques, ce qui les conduit à réduire les dépenses jugées non essentielles, telles que les sorties culturelles. Leurs conditions socioéconomiques généralement moins favorables par rapport à celles des hommes pourraient également contribuer à cette différence de consommation des arts de la scène;

- La perte d'habitudes de fréquentation des spectacles chez certains individus : l'interruption prolongée des activités culturelles pendant la pandémie a modifié les routines et les habitudes de loisirs de nombreuses personnes. Celles qui étaient autrefois des habituées des spectacles continuent de les fréquenter, mais de manière moins régulière. Cette rupture dans les habitudes pourrait être liée à une redéfinition des priorités personnelles ou à une réévaluation des activités de loisirs dans un contexte postpandémique. Le retour à une normalité prépandémique ne s'est pas fait de manière automatique, et il est possible que certaines personnes aient trouvé de nouvelles formes de divertissement ou de stimulation qui ont remplacé les sorties à des spectacles.

Si l'on peut observer la transformation du public entre 2018 et 2023, il est plus important d'en comprendre les ressorts. Les changements de fréquentation des spectacles mettent en lumière des dynamiques complexes influencées par des facteurs sanitaires, économiques et sociaux. Toutefois, l'étude de différentes variables a permis de mettre en lumière et de confirmer au moins six facteurs qui expliquent la transformation des publics :

1. La persistance des craintes liées à la COVID-19;
2. La sensibilité à la dégradation des conditions économiques (surtout chez les femmes);

3. La mobilité vers des régions périurbaines;
4. L'absence d'initiation aux sorties culturelles auprès d'une génération de spectateurs;
5. L'évolution des modes vie qui impacte négativement la fréquentation (télétravail dans une certaine mesure, toujours moins de temps pour la culture);
6. La baisse du taux d'abonnement.

#### La persistance des craintes liées à la COVID-19

La peur de la contamination par la COVID-19 demeure un frein important à la fréquentation des lieux de spectacles, particulièrement pour les populations vulnérables telles que les personnes âgées. Une part significative de la population déclare avoir des craintes lorsqu'elle fréquente une salle de spectacles. Ces craintes ont un impact sur le niveau de fréquentation des spectacles.

**tab.183 Nombre moyen de spectacles\* fréquentés selon le niveau de craintes à fréquenter une salle de spectacles et le genre**

	Ensemble de la population	Hommes	Femmes
Pas de craintes	2,8	2,8	2,8
Faibles craintes	2,9	3,2	2,7
Craintes modérées	1,9	2,2	1,7
Fortes craintes	1,3	1,4	1,2

Plus une personne a de craintes à fréquenter une salle de spectacles, moins elle fréquente de spectacles. Les femmes ont un niveau de craintes plus élevé que les hommes, mais, surtout, pour un niveau de craintes comparable, elles fréquenteront le spectacle à un niveau inférieur.

Plus les personnes sont âgées, plus leur niveau de craintes à fréquenter une salle de spectacles augmente. Mais, surtout, pour un niveau de craintes comparable, on fréquentera moins le spectacle en vieillissant.

**tab.184 Nombre moyen de spectacles\* fréquentés selon le niveau de craintes à fréquenter une salle de spectacles et l'âge**

	16 à 17 ans	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 54 ans	55 à 64 ans	65 à 74 ans	75 ans ou plus
Pas de craintes	2,9	4,3	3,5	3,9	2,5	2,4	2,6	1,4
Faibles craintes	1,9	5,3	1,9	3,1	2,3	1,5	1,2	1,4
Craintes modérées	1,5	3,8	2,1	2,5	1,5	1,3	0,9	0,7
Fortes craintes	1,0	3,6	2,8	3,3	2,4	2,7	2,6	1,2

Le niveau de craintes a un impact différent selon le niveau de scolarité. Plus le niveau de scolarité est élevé, plus la relation entre le niveau de craintes et l'intensité de la fréquentation est ténue. En d'autres mots, les craintes des personnes fortement scolarisées ne semblent pas affecter le niveau de fréquentation de spectacles de celles-ci.

### La sensibilité à la dégradation des conditions économiques

Au dernier trimestre de 2023, l'économie du Québec a montré des signes de faiblesse, comme en témoigne le léger recul de 0,2 % du PIB réel par rapport au trimestre précédent. La détérioration des conditions économiques, avec une inflation forte et la hausse des taux d'intérêt et du coût de la vie, affecte particulièrement le pouvoir d'achat des ménages. Plusieurs ont entrepris de réduire les dépenses; c'est particulièrement le cas des femmes, qui semblent être plus sensibles aux contraintes budgétaires.

Dans le cas des achats de billets de spectacles, 46 % de la population a déclaré avoir réduit ses dépenses; chez les hommes, ce taux est de 43 %, tandis qu'il est de 49 % chez les femmes.

**tab.185 Réduction ou augmentation des dépenses pour l'achat de billets de spectacles au cours des 12 derniers mois**

	Ensemble de la population	Hommes	Femmes
Beaucoup réduites	29 %	27 %	31 %
Un peu réduites	17 %	16 %	18 %
Inchangées	44 %	47 %	41 %
Un peu augmentées	8 %	9 %	8 %
Beaucoup augmentées	2 %	2 %	2 %

Ces déclarations se sont matérialisées : les personnes qui disent avoir réduit leurs dépenses sont effectivement celles qui ont fréquenté le moins de spectacles au cours des 12 derniers mois.

**tab.186 Nombre moyen de spectacles\* fréquentés selon le niveau de réduction des dépenses au cours des 12 derniers mois et le type de dépenses**

	Beaucoup réduites	Un peu réduites	Inchangées	Un peu augmentées	Beaucoup augmentées
Pour des sorties au restaurant	1,9	2,9	2,3	3,7	4,0
Pour l'achat de produits alimentaires	2,0	2,4	2,4	3,1	3,1
Pour l'achat de vêtements	2,0	2,7	2,4	3,8	4,6
Pour l'achat de billets de spectacles	1,0	3,6	2,8	3,3	2,4

Les effets de la conjoncture économique sur l'achat de billets de spectacles sont examinés plus en profondeur à la section 3.7, car leur mesure ne peut pas, dans le cas de l'achat de billets, se réduire à une lecture économique; elle mérite d'être entreprise dans le cadre plus large de la valeur accordée au spectacle.

### La mobilité vers des régions périurbaines

Entre 2019 et 2023, près d'un tiers (30 %) des ménages ont déménagé. Les mouvements interrégionaux au sein du Québec ont montré des tendances contrastées. Montréal, par exemple, a connu une perte nette importante de population en raison de migrations internes, en particulier entre 2020 et 2021, période où de nombreuses personnes ont choisi de quitter les grands centres urbains pour des régions périphériques ou rurales, probablement influencées par la pandémie de COVID-19 et les changements associés aux modes de vie, tels que l'adoption accrue du télétravail. En revanche, des régions comme les Laurentides, l'Estrie et Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine ont vu leurs populations augmenter en raison de ces mouvements internes.

Durant cette période, alors que l'immigration internationale a alimenté la croissance globale de la population québécoise, les dynamiques internes ont révélé le déplacement des populations des grandes villes vers des régions moins densément peuplées, un phénomène accentué par la crise sanitaire mondiale et ses répercussions sur les modes de vie.

Ces déménagements ont eu un impact négatif sur la fréquentation de spectacles : globalement, 24 % des personnes ayant déménagé dans les 3 dernières années déclarent avoir moins fréquenté les spectacles, contre 14 % qui affirment en avoir vu plus.

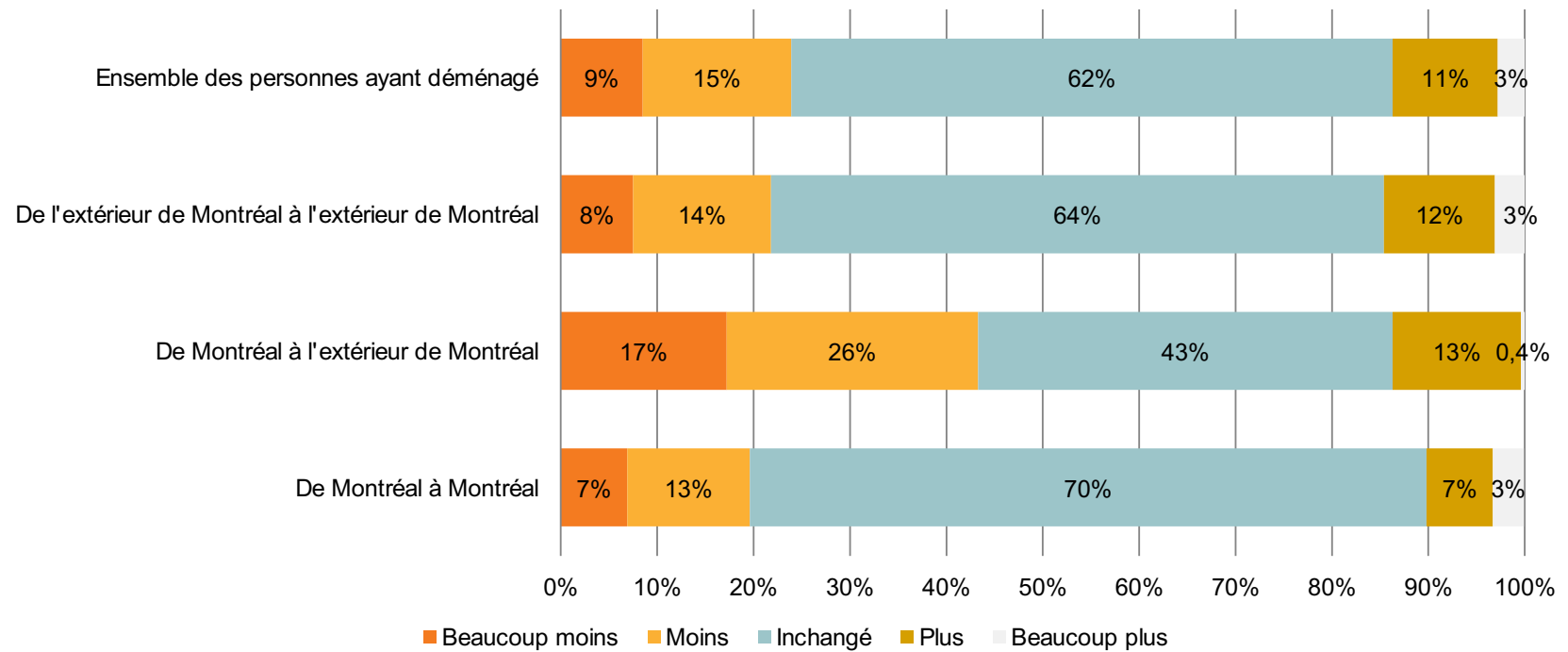
Ce qu'il faut retenir principalement, c'est que cet impact globalement négatif concerne surtout les migrations des régions urbaines vers un territoire périurbain. Ainsi, dans le cas des déménagements de Montréal vers une autre région, 43 % des personnes ayant déménagé dans les 3 dernières années déclarent moins fréquenter de spectacles, contre 14 % qui affirment en fréquenter plus.

Le profil des personnes s'étant déplacées des villes vers des régions périurbaines correspond à celui des personnes consommant beaucoup de spectacles, à savoir qu'elles présentent des niveaux de revenu et de scolarité élevés. Ces déménagements ont eu un impact négatif sur la fréquentation de spectacles à l'échelle nationale et celle des grands centres urbains, mais ont pu avoir un impact positif sur les niveaux de fréquentation des régions de destination. Prenons le cas d'un Montréalais qui fréquentait 15 fois par an des spectacles et qui a déménagé définitivement dans son chalet des Laurentides, où il assiste dorénavant à 5 spectacles par an; sur le plan national, c'est une perte d'assistance de 10 spectacles, mais c'est un gain pour la région des Laurentides.

L'impact de ces déménagements se combine avec les changements intervenus en matière de télétravail lorsqu'il est question de villégiature. Grâce au télétravail, les villégiateurs peuvent travailler à distance et passer plus de journées dans leurs résidences secondaires, ce qui a certainement des effets semblables à l'exode des centres urbains sur la fréquentation de spectacles.



**fig.196 Évolution de la fréquentation de spectacles chez les personnes ayant déménagé au cours des trois dernières années**



### **L'absence d'initiation aux sorties culturelles auprès d'une génération de spectateurs**

Les jeunes générations, qui ont grandi pendant les restrictions de la pandémie, n'ont pas été amenées à fréquenter régulièrement les spectacles et les événements culturels, ce qui pourrait entraîner une baisse de la fréquentation à long terme.

Ces jeunes ont souvent été privés d'une exposition régulière à des spectacles en direct, à des concerts, à des pièces de théâtre et à d'autres événements culturels. Les restrictions imposées ont limité les opportunités pour ces jeunes de participer à des activités culturelles et d'intégrer celles-ci dans leurs routines habituelles. Cette absence prolongée d'occasions a pu réduire la familiarité des jeunes avec ce type d'événements et leur intérêt pour ces derniers.

Pendant la pandémie, les jeunes ont développé de nouvelles habitudes et de nouveaux modes de divertissement, souvent plus orientés vers le numérique. Les plateformes de diffusion en continu, les jeux vidéo et les réseaux sociaux sont devenus des sources principales de loisirs. Ces habitudes pourraient persister, rendant les sorties culturelles en personne moins attrayantes en comparaison des options numériques plus accessibles et personnalisables.

Les jeunes générations ayant grandi pendant les restrictions de la pandémie présentent des habitudes de consommation culturelle différentes de celles des générations précédentes. On enregistre une baisse marquée de la fréquentation de spectacles, particulièrement chez les hommes et les étudiants.

L'absence d'une exposition régulière à des événements culturels pourrait influencer la fréquentation future de ces segments de la population, en modifiant leurs préférences et en créant des barrières à l'engagement culturel.

### **L'évolution des modes de vie qui impacte négativement la fréquentation**

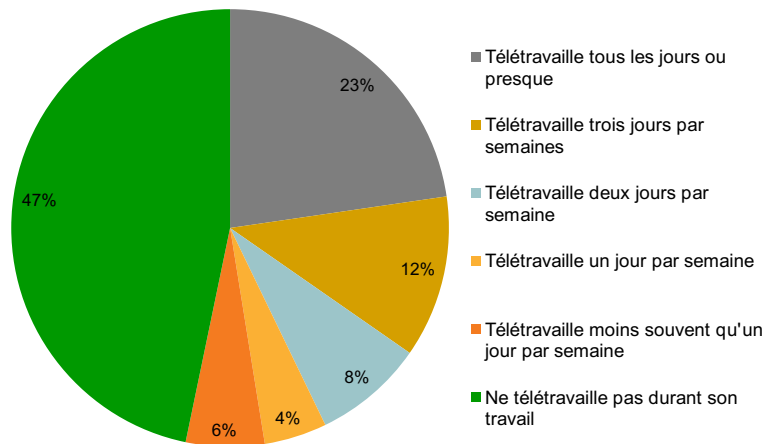
La pandémie de COVID-19 a eu un impact profond sur nos modes de vie, modifiant de nombreux aspects de notre quotidien :

- Elle a accéléré l'adoption du télétravail. Beaucoup d'entreprises ont découvert que les employés pouvaient être aussi, voire plus productifs en travaillant depuis chez eux. Cela a favorisé une plus grande flexibilité dans les modalités de travail;
- Les réunions virtuelles, les cours en ligne et les consultations médicales à distance sont devenus la norme, changeant ainsi la manière dont nous interagissons et accédons aux services;
- Les habitudes d'achat ont évolué, comme en témoigne la forte augmentation des achats en ligne, et une préoccupation accrue relative à la sécurité et à l'hygiène des produits s'est installée;
- La pandémie a mis en lumière l'importance de la santé mentale et du bien-être. De nombreuses personnes ont pris conscience de la nécessité de prendre soin de leur santé mentale, et il y a eu une augmentation des initiatives visant à soutenir le bien-être émotionnel et psychologique;
- Les restrictions de voyage ont modifié nos habitudes de déplacement. Les voyages internationaux se sont faits moins nombreux, et il y a eu un regain d'intérêt pour les séjours locaux et les activités de plein air. Les individus ont également réévalué leurs besoins en matière de déplacements;
- Le système éducatif a subi des transformations significatives en raison de la généralisation de l'enseignement en ligne. Cela a mis en avant les défis et les opportunités de l'apprentissage numérique, modifiant la manière dont les étudiants et les enseignants interagissent.

Ces quelques exemples montrent l'ampleur des changements intervenus. Ils reflètent une adaptation à une situation exceptionnelle et ils continuent à influencer nos comportements à long terme.

A priori, certains d'entre eux, comme le télétravail, libèrent du temps et pourraient favoriser la fréquentation de spectacles. Plus de la moitié (53 %) de la population télétravaille et près de 1 personne sur 4 (23 %) télétravaille presque tous les jours.

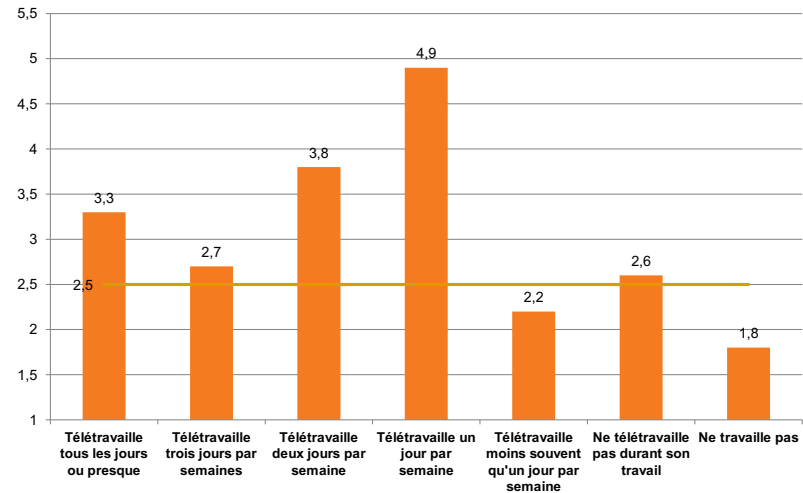
**fig.197 Fréquence du télétravail auprès des 16 ans et plus**



D'autre part, la figure suivante montre que le niveau de fréquentation moyen de spectacles est corrélé avec l'intensité d'usage du télétravail. Les télétravailleurs fréquentent en général plus les spectacles que les autres travailleurs. En outre, ce sont ceux qui télétravaillent un ou deux jours par semaine qui sont les plus grands consommateurs de spectacles.

Un élément d'explication réside dans le profil socioéconomique des télétravailleurs : tous les emplois ne se prêtent pas au télétravail, et ce sont les femmes et les personnes les plus scolarisées qui télétravaillent le plus. Ces facteurs sont également des déterminants forts de la fréquentation de spectacles.

**fig.198 Fréquentation moyenne de spectacles\* selon l'intensité d'usage du télétravail**



Le fait que ceux qui télétravaillent un ou deux jours par semaine soient les plus grands consommateurs de spectacles peut s'expliquer par l'équilibre qu'ils trouvent entre flexibilité et interaction sociale. En télétravaillant partiellement, ces individus bénéficient à la fois de la liberté du télétravail et des avantages de la vie au bureau, tels que le réseau social et la séparation claire entre vie professionnelle et vie personnelle.

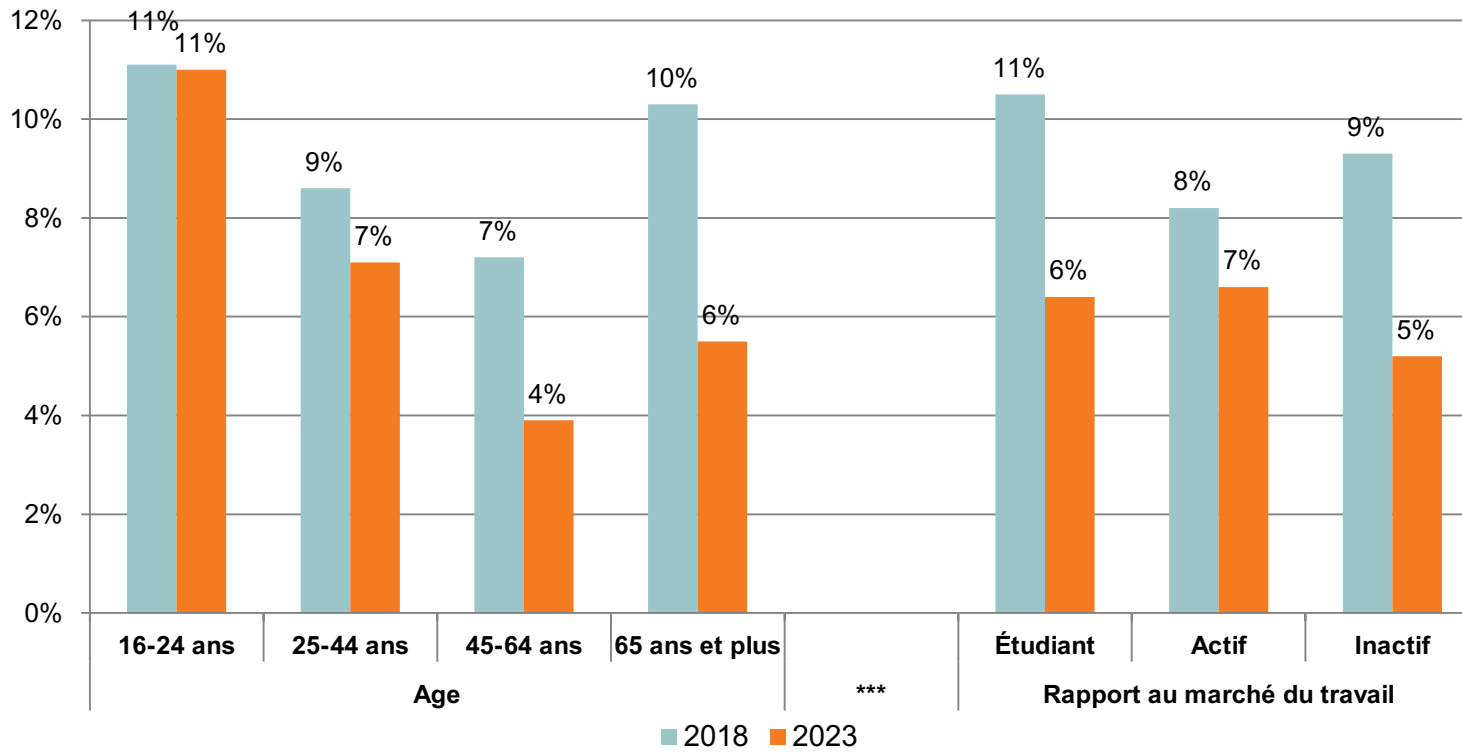
Dans une section qui suit, nous analyserons le lien entre la gestion du temps et la fréquentation de spectacles à l'aune de ces résultats. Nous montrerons notamment que, si le télétravail et d'autres changements intervenus à la suite de la pandémie peuvent avoir libéré du temps, ces gains ne profitent pas à la fréquentation de spectacles.

### **La baisse du taux d'abonnement**

La proportion d'abonnés à des spectacles professionnels est de 12 % en 2018 et de 9 % en 2023; la proportion d'abonnés a donc diminué de trois points de pourcentage. Si nous retenons le public des spectacles professionnels tarifés, la proportion d'abonnés en 2018 est de 13 % et celle en 2023, de 10 %. Le nombre moyen d'abonnements a également chuté en 2023, passant de 3 abonnements en moyenne en 2018 à 2 abonnements en 2023.

Cette baisse est particulièrement marquée chez les plus âgés, les inactifs, mais aussi les étudiants. La diminution des abonnements aux spectacles indique une baisse de l'engagement régulier du public envers les activités culturelles. L'abonnement constitue une sorte de plancher de verre pour la fréquentation : on ne peut pas voir moins de spectacles que le nombre inclus dans un abonnement.

**fig.199 Part des abonnés aux spectacles\* dans l'ensemble de la population en 2018 et en 2023 selon l'âge et le rapport au marché du travail**



La réduction du nombre d'abonnements ou l'arrêt total de ces derniers ne signifie pas nécessairement que les individus ont complètement cessé de fréquenter les spectacles, mais plutôt qu'ils y assistent moins fréquemment. Cette tendance était déjà perceptible avant la pandémie : la première édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec avait déjà mis en lumière une diminution progressive du nombre d'abonnés.

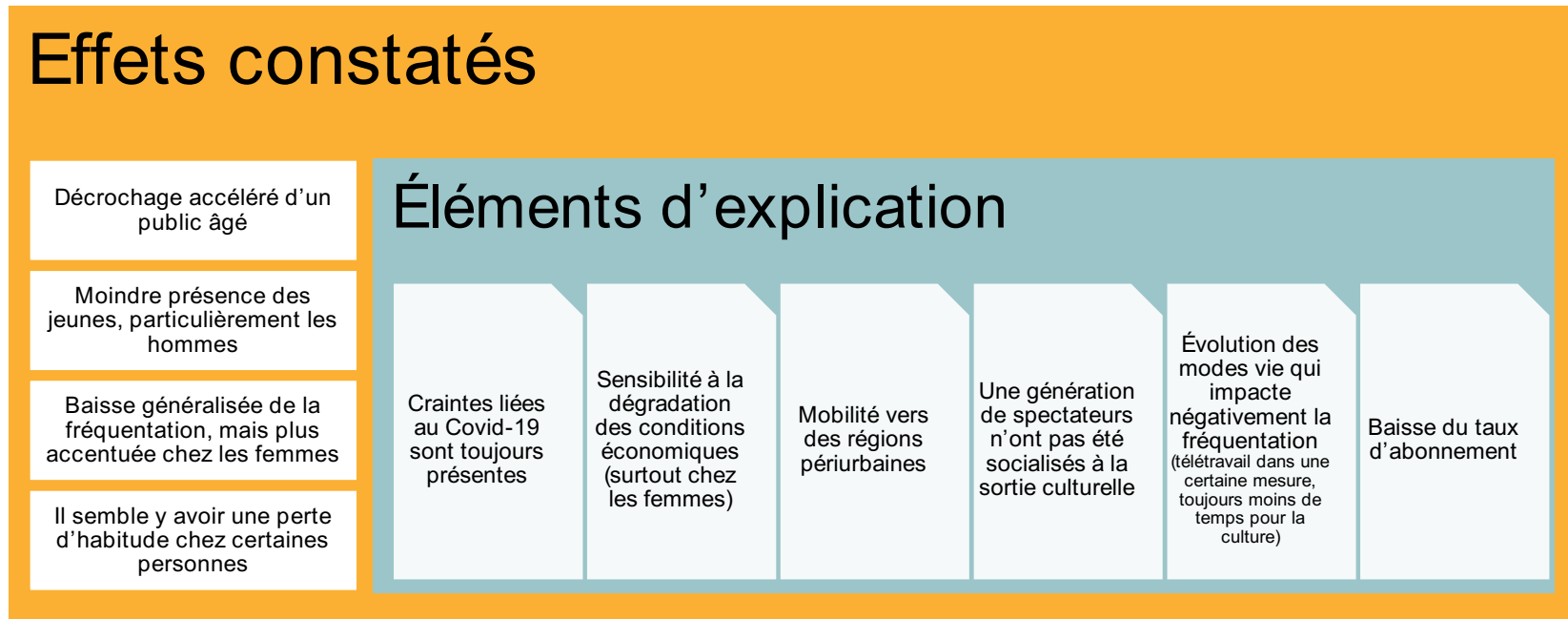
La pandémie a amplifié cette tendance en accélérant le décrochage de certains segments de la population. Certains étaient prévisibles, comme les personnes âgées, mais d'autres étaient plus inattendus, comme les étudiants. Ces derniers, traditionnellement considérés comme un public dynamique et engagé, ont vu leurs habitudes de consommation culturelle bouleversées par la fermeture des établissements d'enseignement, la transition vers l'apprentissage en ligne, et les restrictions sur les rassemblements sociaux. Cette situation non seulement a limité leur accès aux spectacles, mais a également renforcé leur tendance à se tourner vers d'autres formes d'occupation.

En revanche, certaines catégories de la population, notamment les trentenaires actifs professionnellement, ont montré une plus grande résilience face à ces changements. Ces individus, dont le mode de vie a été relativement moins bouleversé par la pandémie, ont été en mesure de maintenir des habitudes d'achat d'abonnements culturels.

Cette diversité de comportements met en évidence l'importance de mieux comprendre les spécificités de chaque segment du public pour concevoir des offres adaptées aux nouvelles réalités de consommation.

Au bilan, les effets constatés de la baisse de fréquentation des spectacles peuvent être attribués à un ensemble de facteurs, très souvent interconnectés, allant des préoccupations sanitaires persistantes aux changements économiques et sociaux. Il est crucial pour les acteurs du secteur culturel de comprendre ces dynamiques afin d'élaborer des stratégies efficaces pour revitaliser la fréquentation et réengager les différents segments de la population.

**fig.200 Effets constatés de l'évolution de la fréquentation des publics et éléments d'explication**



### 3.5.6 LES JEUNES ET LA SORTIE À UN SPECTACLE EN ARTS DE LA SCÈNE

Les jeunes constituent un groupe social particulièrement scruté dans les sociétés vieillissantes comme le Québec. C'est tout aussi vrai lorsqu'il est question d'étudier les publics des arts de la scène. En effet, étant donné l'importance des jeunes en termes de fréquentation et de consommation, comprendre la relation qu'ils entretiennent avec les arts de la scène et plus spécifiquement avec la sortie à un spectacle professionnel paraît essentiel pour assurer l'avenir des publics de ces disciplines.

Les répondants au sondage sur lequel reposent les principales données de cette étude devaient avoir 16 ans ou plus au moment de leur participation. Cette section tient donc principalement compte des jeunes âgés de 16 ans à 24 ans.

Elle vise à faire ressortir des données quantitatives portant sur plusieurs dynamiques générales liées à la consommation de spectacles chez les jeunes, puis à émettre des hypothèses pour expliquer l'évolution de la fréquentation et l'assistance chez ce groupe de spectateurs, en particulier chez les jeunes hommes, auprès desquels la variation est la plus préoccupante.

#### **Une consommation culturelle éclatée**

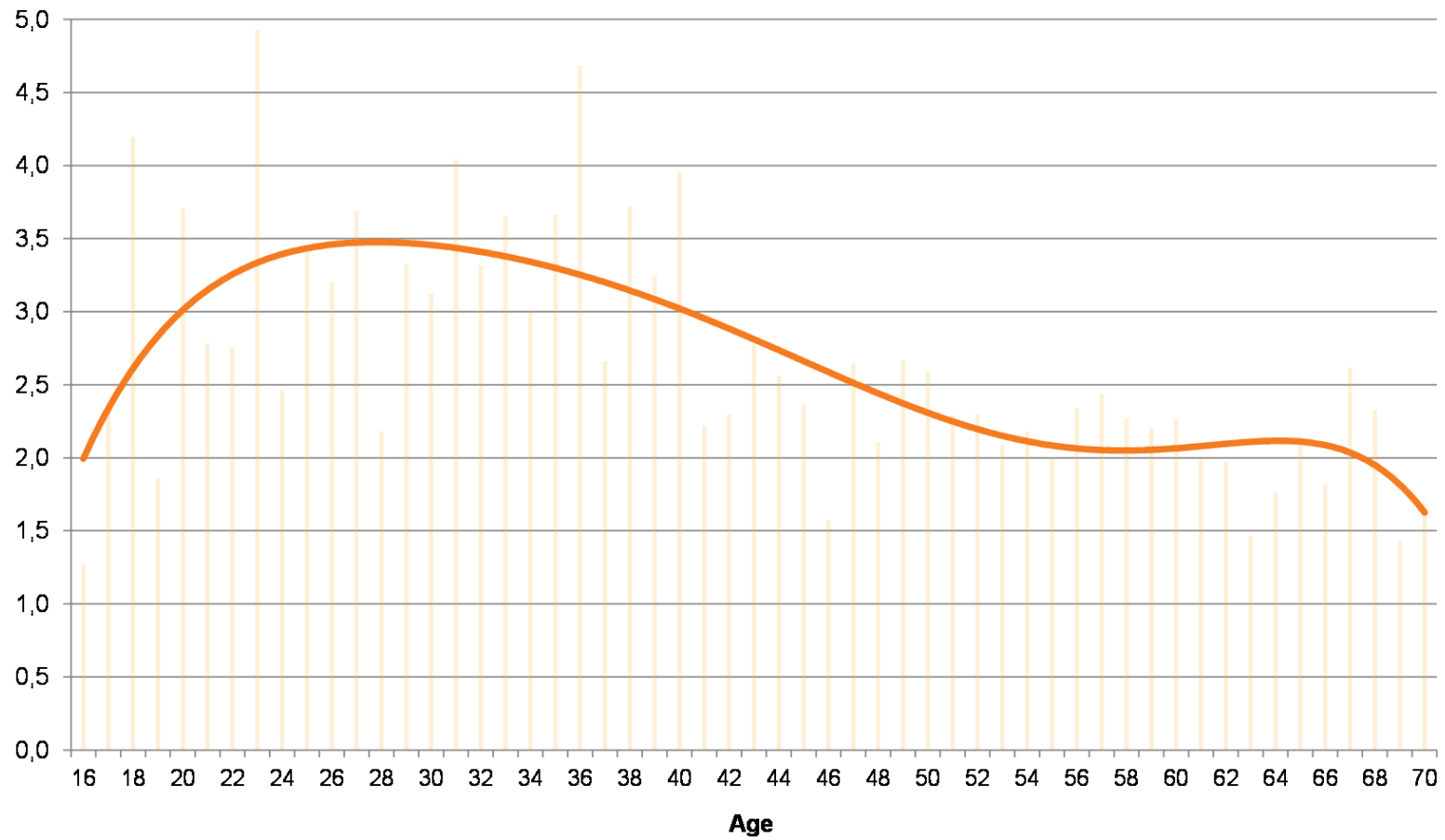
Loin de désertier les salles de spectacles au profit des écrans, les jeunes ont davantage tendance à fréquenter le spectacle professionnel comparativement à d'autres âges. Ils sont en réalité de grands consommateurs de culture, notamment de spectacles professionnels. C'est la classe d'âge qui a la plus forte propension à y assister, qu'il s'agisse de spectacles professionnels tarifés intérieurs ou extérieurs.

En 2023, 64 % des répondants âgés de 16 ans à 24 ans ont assisté à au moins 1 spectacle professionnel en arts de la scène, contre 57 % de l'ensemble de la population québécoise. Cette proportion de 64 % est supérieure à celle de l'ensemble des répondants de 45 ans et plus.

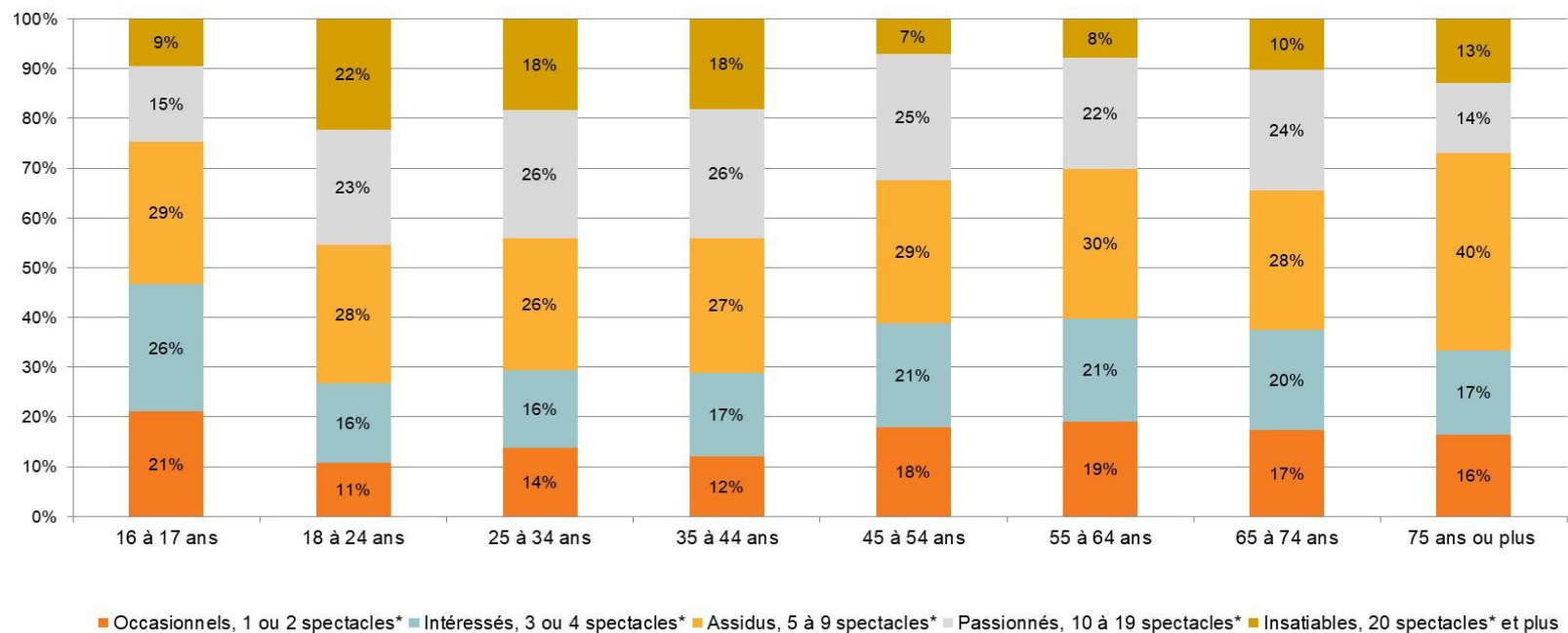
L'aube de l'âge adulte est une période d'expérimentation d'abord dans le cadre familial, puis d'autonomisation des choix culturels en dehors du giron familial ou scolaire. Cette période se traduit par un accroissement de la fréquentation pour la plupart des disciplines des arts de la scène. La figure 201 montre une forte augmentation du nombre moyen de spectacles vus de 16 ans à 24 ans, croissance qui se poursuit chez les spectateurs jusqu'à leurs 30 ans environ pour atteindre 3,5 spectacles en moyenne par année. Les répondants de 18 ans à 24 ans constituent aussi le groupe d'âge où les spectateurs insatiables (20 spectacles professionnels et plus consommés annuellement) sont proportionnellement les plus nombreux : ils représentent 22 % de ce groupe d'âge contre 7 % à 8 % chez les 45 ans à 64 ans (voir la figure 202). À l'inverse, c'est aussi le groupe dont la part des spectateurs occasionnels (1 ou 2 spectacles par année) et intéressés (3 ou 4 spectacles par année) est la plus faible (27 % contre presque 40 % chez les 45 ans à 64 ans).



**fig.201** Nombre moyen de spectacles\* vus selon l'âge – courbe de tendance polynomiale d'ordre 6



**fig.202 Répartition de l'assistance\* selon l'âge et l'intensité de la fréquentation annuelle aux spectacles\***



Certaines disciplines artistiques sont plus fréquentées par les jeunes et récoltent auprès de ces spectateurs un nombre moyen de spectacles vus plus élevé qu'auprès des spectateurs plus âgés; il s'agit de la danse, de la chanson anglophone, de la musique instrumentale, du cirque, de l'humour et des variétés. À contrario, les jeunes assistent moins, comparativement aux spectateurs plus âgés, à des représentations de musique classique ou de théâtre.

Les jeunes sont également la classe d'âge pour laquelle la préférence pour une sortie culturelle « bonifiée » est la plus forte (voir la section 4). Assister uniquement à un spectacle constitue plus rarement le seul élément d'une sortie culturelle chez les moins de 25 ans. Au contraire, une sortie culturelle est préférée lorsqu'elle est rehaussée par plusieurs éléments comme un souper avant d'assister à un spectacle ou un verre avec des amis à la suite d'un concert. Par ailleurs, les moins de 25 ans préféreront un spectacle avec entracte plutôt que sans entracte. Ces préférences traduisent le rôle, plus que pour toute autre tranche d'âge, de la sortie culturelle comme d'un lieu où les liens sociaux se développent en groupe et se renforcent autour du spectacle.

À noter également que les 16 ans à 24 ans sont moins sensibles à l'aspect identitaire d'un spectacle comparativement aux générations précédentes, pour lesquelles la langue principale dans laquelle se produisent les artistes et l'origine de ceux-ci ont plus d'importance (préférences plus marquées pour les spectacles français et les artistes d'origine québécoise).

Si l'on constate une moindre prévalence de l'abonnement d'année en année, le nombre de spectateurs abonnés âgés de 16 ans à 24 ans est resté stable à 11 % entre 2018 et 2023, alors qu'il est passé de 10 % à 6 % chez les 65 ans et plus. Le taux d'abonnement a toutefois diminué de moitié chez les étudiants entre les deux années de référence (passant de 11 % à 6 %). Il faut savoir que le prix est le principal argument des jeunes pour s'abonner : plus de la moitié des jeunes qui se sont abonnés à une série de spectacles l'ont fait pour obtenir un meilleur prix

(à peine 1 spectateur de plus de 75 ans sur 6 a invoqué cette raison pour s'abonner). Dans un contexte de forte inflation, la baisse des abonnés chez les spectateurs étudiants peut donc s'expliquer par une plus forte sensibilité au coût que représente un abonnement et à un plus faible budget dévolu aux loisirs.

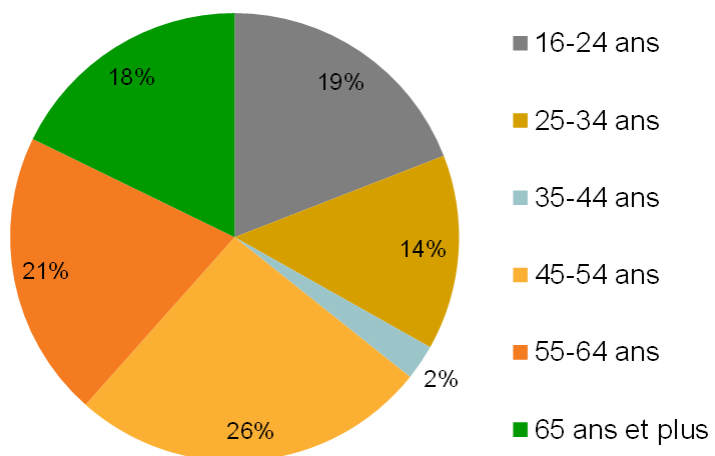
### **Une baisse de fréquentation et d'assistance**

La section 3.5 met en lumière une baisse générale de fréquentation et d'assistance aux spectacles en arts de la scène entre 2018 et 2023. Cette baisse n'épargne pas non plus les jeunes.

En 2018, 71 % des répondants de 16 ans à 24 ans avaient assisté à au moins 1 spectacle professionnel en arts de la scène contre 65 % pour ce qui est de l'ensemble de la population québécoise de 16 ans et plus. Seuls les 25 ans à 34 ans faisaient mieux avec un taux d'assistance de 74 %. En moyenne, les jeunes avaient assisté à 3,8 spectacles contre 3,2 dans l'ensemble de la population.

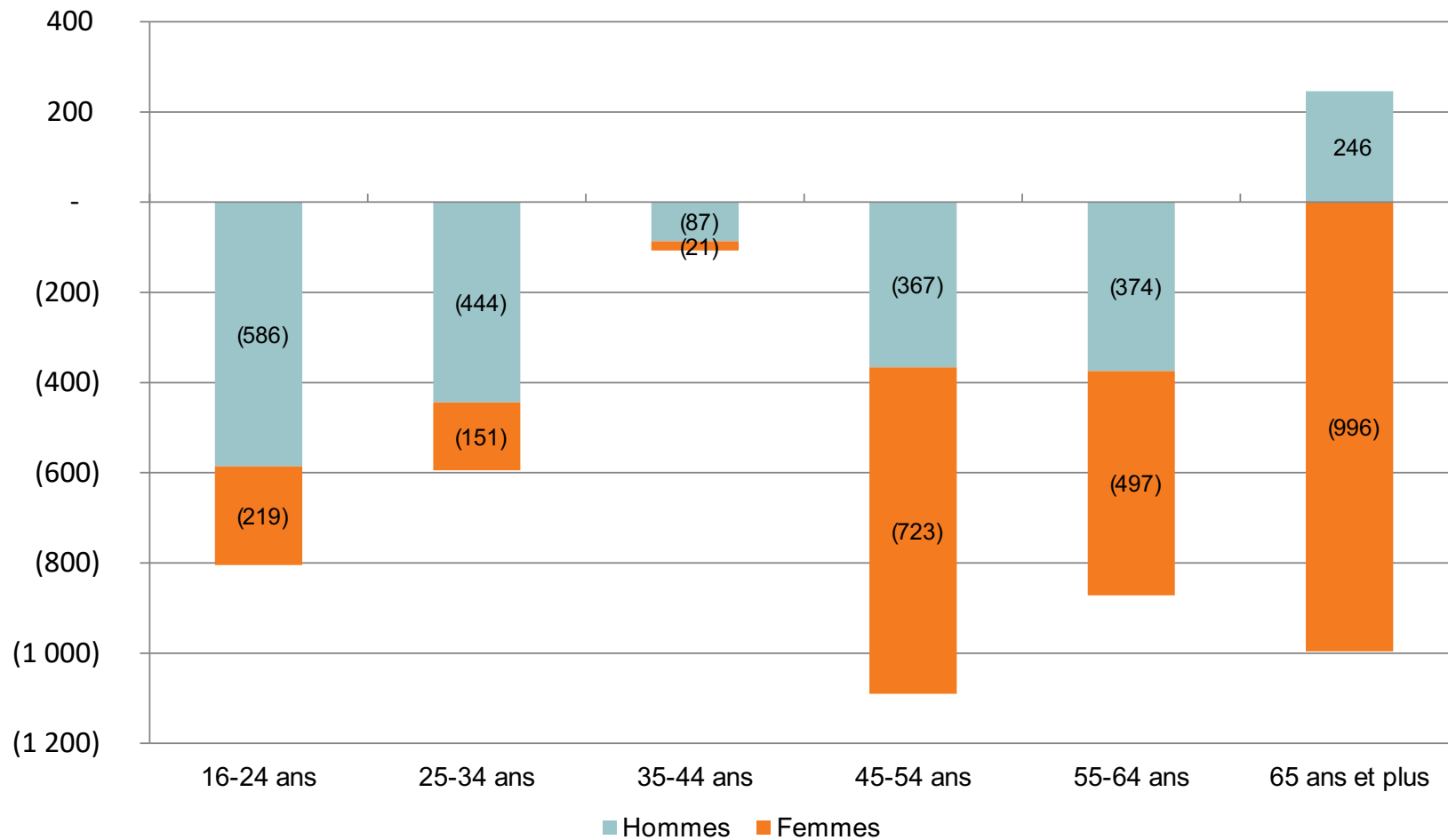
Cinq ans plus tard, le taux d'assistance des jeunes a diminué de presque 8 %, pour s'établir à 64 %, et ils ont vu en moyenne 3,1 spectacles professionnels au cours de l'année (comparativement à un taux d'assistance de 57 % et à une moyenne de 2,5 spectacles consommés pour ce qui est de l'ensemble de la population). Concrètement, les entrées à des spectacles professionnels en arts de la scène (gratuits ou payants, intérieurs ou extérieurs) ont diminué de 800 000 entre 2018 et 2023 auprès des répondants de 16 ans à 24 ans, alors qu'elle n'est que de 108 000 chez les 35 ans à 44 ans. Cette baisse d'entrées chez les spectateurs âgés de 16 ans à 24 ans correspond à 19 % de l'ensemble des pertes d'assistance entre 2018 et 2023 (figure 203).

**fig.203 Répartition des pertes d'assistance\* entre 2018 et 2023 selon l'âge**

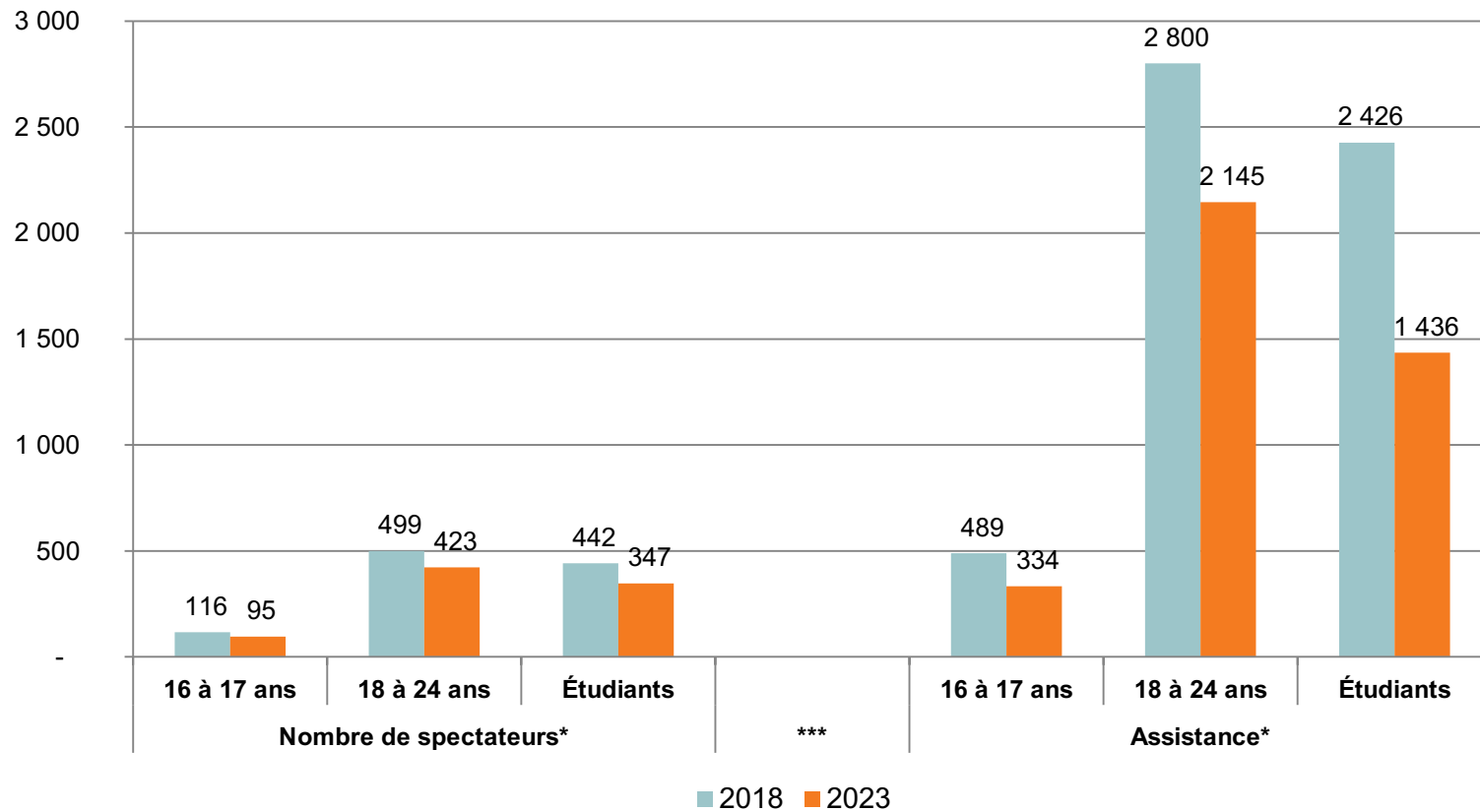


La baisse d'assistance est particulièrement ressentie chez les étudiants avec une chute de plus de 40 % du nombre d'entrées comptabilisées pour ce groupe entre 2018 et 2023. Cette diminution peut être en partie expliquée par une baisse de plus de 20 % du nombre de spectateurs.

**fig.204 Gains et (pertes) d'assistance\* entre 2018 et 2023 selon le genre (en milliers)**



**fig.205** Nombre de spectateurs\* et niveau d'assistance\* (en milliers) en 2018 et en 2023 pour les 16 ans à 24 ans et les étudiants



### Une baisse multifactorielle

Comment expliquer cette baisse d'assistance chez les jeunes? La pandémie de COVID-19 a eu, a et aura des impacts sur la fréquentation des jeunes en matière de spectacles en arts de la scène. La section 2.2 aborde largement les effets attendus de la COVID-19 sur la fréquentation des arts de la scène. Il est possible d'ajouter aux effets mentionnés dans cette section d'autres effets qui concernent plus particulièrement les jeunes.

Les politiques de démocratisation et de médiation culturelles qui s'adressent aux jeunes, dans le cadre à la fois scolaire et familial, ont des impacts évidents chez les publics ciblés. La première étude sur la fréquentation des arts de la scène a montré que la corrélation entre le niveau d'assistance à des spectacles professionnels durant la jeunesse et le nombre de spectacles vus annuellement à l'âge adulte se vérifie : plus on a assisté à des spectacles dans sa jeunesse, plus on consomme des spectacles à l'âge adulte. Ce lien existe pour tout spectacle fréquenté durant la jeunesse, que ce soit lors d'une sortie avec les parents que dans le cadre scolaire ou avec des amis.

Dès lors, il est pertinent de se demander quels impacts auront les deux années de pandémie – au cours desquelles l'accès aux salles de spectacles a été soit impossible, soit restreint – sur la consommation de spectacles des jeunes. Deux ans sans sortie scolaire au théâtre ou sans concert ont pu détricoter et réarranger les habitudes culturelles des jeunes.

**tab.187 Nombre de spectacles fréquentés en jeunesse (avant 16 ans) en 2018 selon l'âge et le niveau de fréquentation**

	Avec les parents ou d'autres membres de la famille	Dans le cadre scolaire	Avec des amis	
Âge	16-17 ans	4	3	2
	18-24 ans	3	3	2
	25-34 ans	3	3	2
	35-44 ans	2	3	2
	45-54 ans	1	2	2
	55-64 ans	1	2	2
	65-74 ans	0	2	2
	75 ans et plus	0	1	1
Intensité de fréquentation	Non-public*	1	2	2
	Occasionnels 1 ou 2 spectacles*	2	2	2
	Intéressés 3 ou 4 spectacles*	2	3	2
	Assidus 5 à 9 spectacles*	2	3	2
	Passionnés 10 à 19 spectacles*	4	4	3
	Insatiables 20 spectacles et plus*	3	3	4

Pire, ces habitudes ont pu simplement ne pas avoir été prises. Une étude menée par la métropole du Grand Lyon en France sur les défis rencontrés par les acteurs culturels pour joindre les jeunes à la sortie de la pandémie le démontre : « la période de la crise sanitaire coïncidait, pour la plupart des jeunes majeurs, [avec] leurs premières années universitaires. Ils ont sans doute été moins amenés que d'autres générations à développer l'habitude régulière de se rendre à des concerts<sup>13</sup>. » Ancrer ou réancrer la sortie culturelle dans les habitudes des jeunes constitue donc un défi majeur pour les professionnels des arts, défi d'autant plus grand qu'il en va de la pérennité du public de demain.

Chez les jeunes, il est connu que les pairs et les tendances populaires exercent une influence prépondérante dans la formation de la consommation culturelle. C'est d'abord au sein de la famille que naissent les habitudes culturelles, qui sont ensuite affinées en dehors du cadre familial, avec des amis ou des membres d'une communauté d'intérêt.

À l'ère d'une connectivité accrue, l'influence des pairs peut être amplifiée à travers les chambres d'écho que sont les réseaux sociaux. Or, l'influence des pairs n'a pas agi de la même manière durant les deux ans de la pandémie truffés de mesures sanitaires visant à endiguer celle-ci. Étant donné la fermeture des salles, les programmations en arts de la scène ont pu être moins visibles auprès de ce public. La réduction ou l'absence de visibilité pourrait avoir fait de la consommation de spectacles en présentiel un choix de sortie ou d'activité culturelle moins évident, voire moins valorisé.

<sup>13</sup> *Culture & Jeunesse*, « *Pratiques et préférences culturelles des jeunes métropolitains* », Métropole du Grand Lyon, avril 2023

La nature des programmations en arts de la scène proposées aux jeunes peut aussi être questionnée. En effet, les types de spectacles plus traditionnels peuvent ne pas ou ne plus correspondre aux goûts et aux attentes des jeunes, qui indiquent une préférence plus marquée pour des formats plus interactifs et immersifs. Les jeunes ont également une préférence plus prononcée pour les créations. Ce goût pour la nouveauté doit inciter les diffuseurs à renouveler leur programmation pour capter un jeune public friand de contenus inédits.

Les données récoltées par le sondage mettent de l'avant un mode de vie omnivore chez beaucoup de répondants, notamment chez les jeunes. Les sorties actives sont variées : les jeunes constituent le groupe d'âge dont les préférences sont les plus élevées pour des activités telles qu'aller au cinéma, assister à un match de sport, réaliser une activité en plein air ou participer à un repas entre amis. Les jeunes sont de grands consommateurs de culture sous toutes ses formes, car ils présentent des goûts culturels plus variés, multidisciplinaires et décloisonnés. Ainsi, assister à un spectacle professionnel n'est qu'une facette de cette consommation culturelle qui se décline sous plusieurs aspects : au domicile, à l'extérieur, en ligne, en présentiel, de façon hybride, de façon active ou passive, etc. La question de la concurrence des autres activités culturelles et d'autres formes de loisir se pose donc d'autant plus après deux années de pandémie, où l'accès aux lieux de diffusion de spectacles professionnels a été restreint et la qualité de l'expérience spectateur, affectée par les mesures sanitaires. La redirection vers des activités culturelles en ligne était avérée pendant la pandémie, bien que l'envie de revenir à un mode présentiel ait été constatée lors de la réouverture des salles en 2022.

De plus, le développement d'activités culturelles en ligne facilement accessibles et substituables aux spectacles, comme les plateformes de vidéos à la demande, d'écoute en ligne et de création de contenu culturel, met sous pression le temps accordé aux activités culturelles en présentiel (voir la section sur la gestion du temps).



Outre les activités culturelles en ligne, la pandémie a amené certains individus à travailler à distance ainsi que de nombreux élèves à étudier en ligne. La majorité des cours ont désormais repris en présentiel, mais certains programmes sont offerts en mode hybride ou exclusivement en ligne afin d'avoir accès à un bassin plus large d'étudiants. Conjugué avec une plus grande difficulté à se loger sur les campus et dans les grands centres urbains, la possibilité d'étudier en ligne convient peut-être davantage à certains. Dès lors, comme pour le télétravail (voir la section 3.6.3), le rapport temporel et spatial avec la sortie culturelle en présentiel et ses défis évoluent : éloignement des centres-villes, où se situent bon nombre d'établissements d'enseignement secondaire et universitaire ainsi que d'établissements culturels; fatigue mentale liée à une augmentation du temps d'écran; planification et gestion du temps plus délicate à court et à moyen terme; etc.

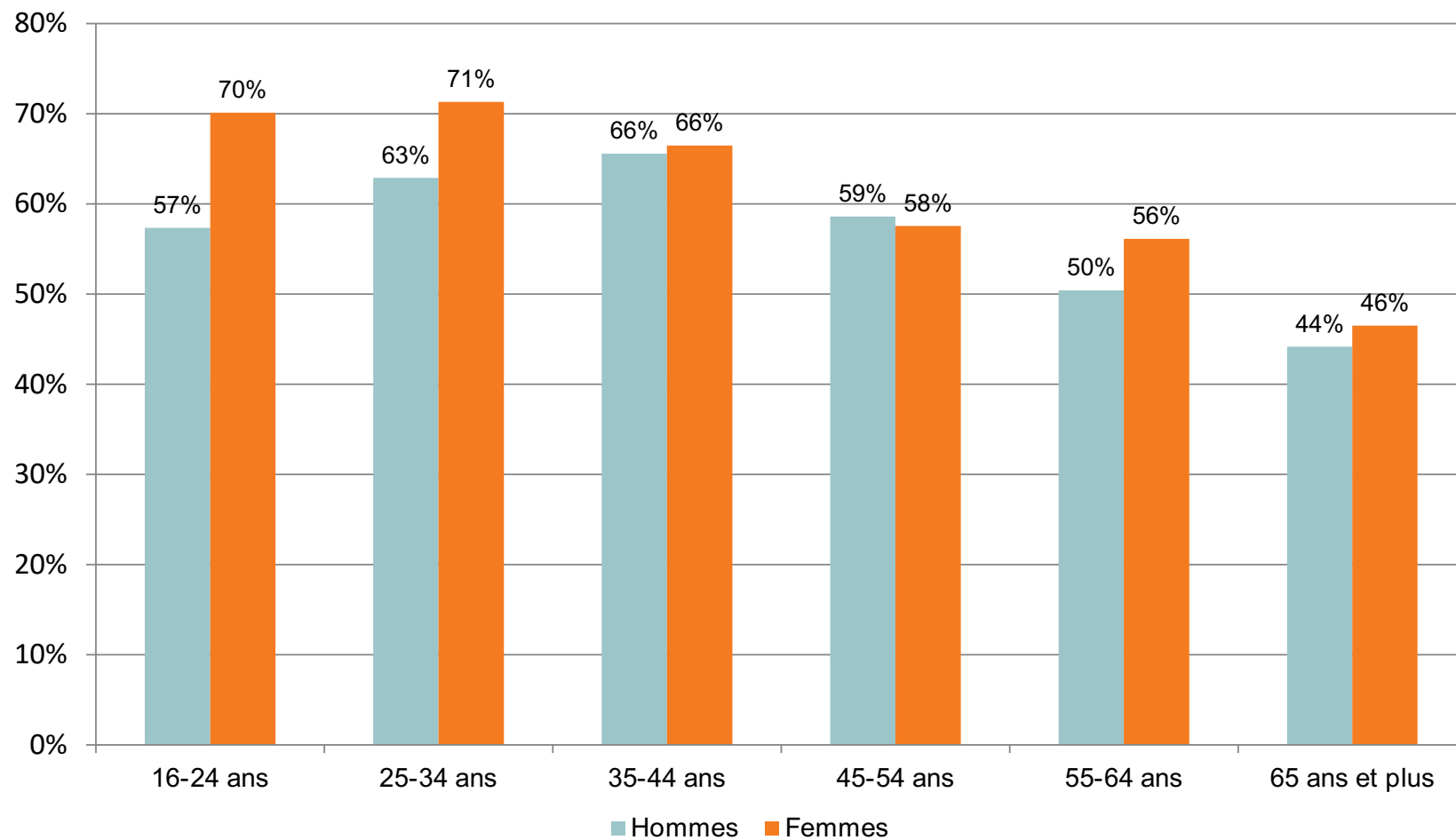
Enfin, il est connu que les 16 ans à 24 ans constituent l'un des groupes les plus sensibles au prix des billets de spectacle. En effet, plus un individu dispose d'un revenu élevé, moins il est sensible au prix. Or, les spectateurs de 16 ans à 24 ans, parce qu'ils sont encore aux études ou qu'ils entament leur vie professionnelle, disposent de plus faibles revenus comparativement à l'ensemble de la population. Dans un contexte d'inflation élevée, la contraction du pouvoir d'achat affecte d'abord les dépenses discrétionnaires comme l'achat de billets de spectacle afin que le budget alloué au logement, à l'alimentation et à l'éducation soit préservé (voir la section sur la conjoncture économique). Cette sensibilité au prix freine donc l'appétit des jeunes, à commencer par les étudiants plutôt que les jeunes actifs sur le marché de l'emploi, pour les spectacles en arts de la scène.

### **Un recul d'assistance particulièrement marqué chez les jeunes hommes**

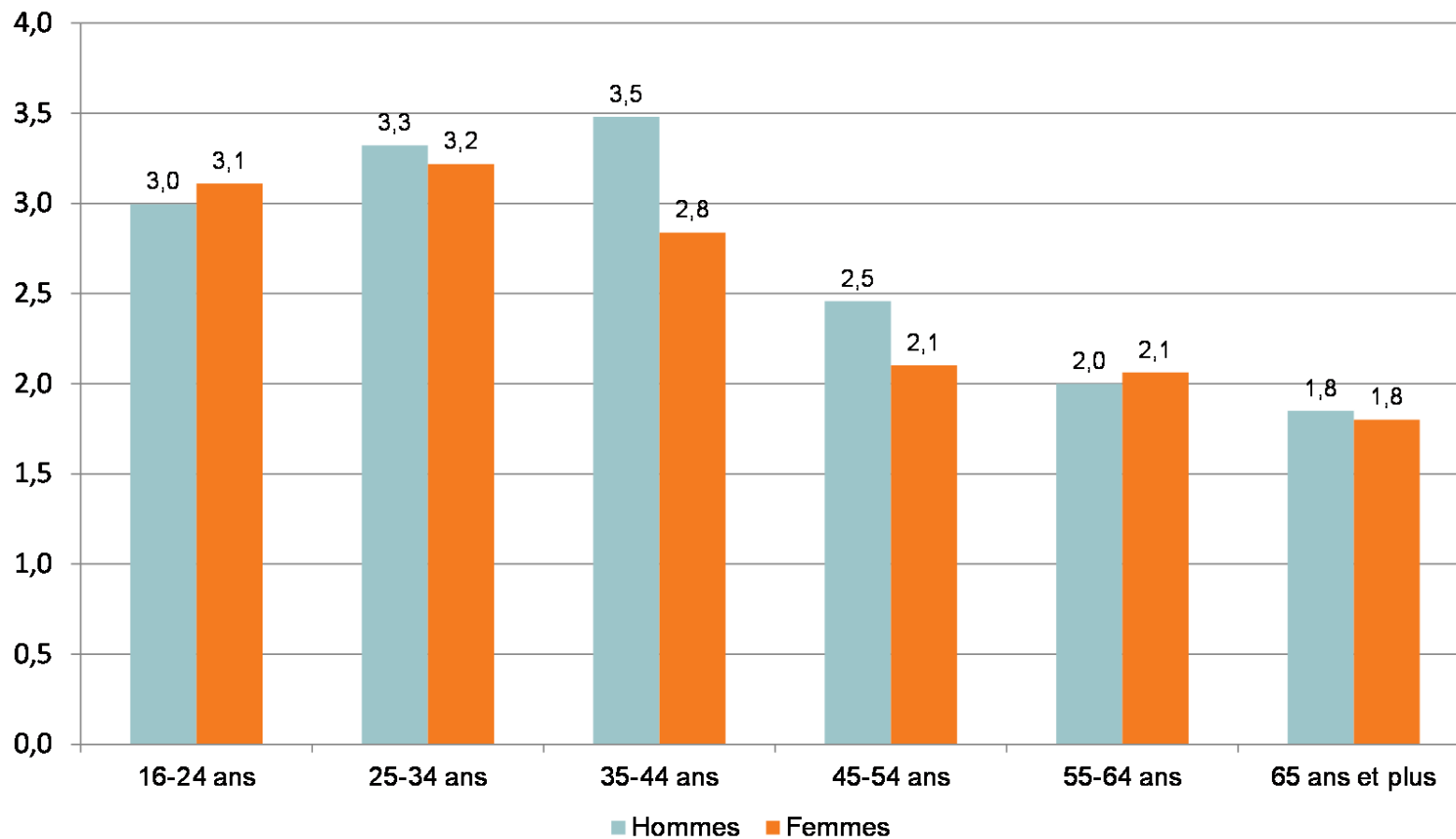
La tendance à la baisse d'assistance aux spectacles est particulièrement marquée chez les jeunes hommes : 70 % des femmes âgées de 16 ans à 24 ans ont assisté à au moins 1 spectacle professionnel en 2023 contre seulement 57 % chez les hommes (figure 206). Bien que le fossé de genre au sein des pratiques culturelles soit connu et largement documenté, cette baisse soulève des questions puisque ces proportions étaient relativement similaires entre les deux genres en 2018, c'est-à-dire 69 % chez les hommes et 74 % chez les femmes.

Lorsqu'on regarde les autres groupes d'âge, l'anomalie statistique chez les jeunes hommes est flagrante : cet écart se retrouve dans une moindre mesure chez les hommes âgés de 25 ans à 34 ans (63 % de public chez les hommes contre 71 % chez les femmes), puis il s'estompe pratiquement pour ce qui est des autres tranches d'âge. Au sein du public, la baisse de l'assistance ne se traduit pas par une baisse de la consommation chez les hommes : les spectateurs âgés de 16 ans à 24 ans consomment autour de 3 spectacles par année, peu importe leur genre. Autrement dit, on peut considérer qu'une partie des jeunes hommes se sont complètement détournés des spectacles professionnels en arts de la scène entre 2018 et 2023.

**fig.206 Part du public\* selon l'âge et le genre**



**fig.207** Nombre moyen de spectacles\* vus pour l'ensemble de la population selon le genre



Plusieurs hypothèses pourraient expliquer cette baisse de fréquentation des spectacles professionnels chez les jeunes hommes. Ces hypothèses viennent s'ajouter à celles mentionnées précédemment pour tenter d'expliquer la baisse de fréquentation chez les jeunes, femmes et hommes.

La popularité croissante des plateformes de vidéos à la demande et de jeux vidéo offre des options de divertissement facilement accessibles et souvent préférées par les jeunes hommes, en particulier pour ce qui est des jeux vidéo en réseau. Ces pratiques culturelles induisent de nouvelles formes de socialisation, dont on peut penser qu'elles entrent en concurrence avec la socialisation en présentiel dans le cadre d'une sortie culturelle par exemple. Le tableau suivant fait état d'une fréquence moyenne d'utilisation d'Internet consacrée au jeu plus élevée chez les hommes âgés de 16 ans à 34 ans qu'au sein de n'importe quel groupe d'âge. En moyenne, on enregistre autour de 1 à 2 fois par semaine d'utilisation pour l'ensemble du groupe d'âge; le temps qui est consacré à cette fin peut réduire l'intérêt et la disponibilité de ces jeunes hommes pour d'autres types d'activités culturelles.

Les résultats sur l'assistance et la fréquentation des arts de la scène continuent d'illustrer à quel point le genre est un prédicteur fort pour aider à comprendre la fréquentation des arts de la scène. Le fossé de genre est bien connu des études sociologiques : les hommes et les femmes ni ne fréquentent ni ne consomment les arts de la scène de la même manière. Certaines formes artistiques sont plus fréquentées par les femmes, comme la danse, et d'autres par les hommes, telles que la musique classique.

Ainsi, les stéréotypes de genre pourraient jouer un rôle significatif dans la baisse d'assistance chez les jeunes hommes. En effet, certaines activités culturelles et artistiques sont parfois perçues comme moins masculines, ce qui pourrait dissuader certains garçons de s'y intéresser. À l'inverse, des activités perçues comme plus masculines, telles que les sports, les jeux vidéo ou les sorties en plein air, pourraient être davantage pratiquées par les jeunes hommes. À ce titre, l'influence des

pairs et du regard des autres, prépondérante dans la formation des goûts culturels à cet âge, serait à questionner dans la perception de certaines pratiques culturelles, comme une sortie à un spectacle. Une telle sortie est-elle – suffisamment – valorisée au sein de ce groupe de la population?

L'étude démontre à nouveau que le niveau de scolarité est l'un des prédicteurs les plus forts pour expliquer le niveau de fréquentation d'une personne. Dès lors, il n'est pas à exclure que la baisse chez les jeunes hommes puisse être corrélée à une baisse du niveau de scolarisation, voire à un décrochage scolaire plus fort chez les jeunes hommes, et que la pandémie a accentué.

Enfin, les jeunes femmes ont tendance à adopter une consommation culturelle semblable à celle des femmes adultes plus rapidement, tandis que les jeunes hommes conservent une consommation culturelle moins élevée que leurs aînés (voir le tableau 188). On observe chez les jeunes femmes âgées de 16 ans à 24 ans des niveaux de consommation pour certaines activités culturelles (ex. : aller au restaurant, aller au cinéma, assister à une compétition sportive, etc.) semblables ou supérieurs à ceux des femmes plus âgées, ce qui n'est pas le cas des jeunes hommes. Dit autrement, d'un point de vue de la consommation culturelle, les femmes deviennent « adultes » plus rapidement que les hommes. La moindre fréquentation des jeunes hommes aux arts de la scène pourrait donc être en réalité un retard d'assistance plutôt qu'un réel décrochage.

Des fossés de consommation ont déjà été constatés dans le cas d'autres pratiques culturelles, comme la lecture, mais ils n'étaient pas, au cours des dernières études de ce type, aussi prononcés pour les arts de la scène. Les trois principales hypothèses mentionnées précédemment – la concurrence des jeux vidéo, l'influence des stéréotypes de genre et un retard de consommation – demeurent spéculatives et appellent à un réel travail d'analyse pour mieux comprendre les causes et les effets de la baisse de fréquentation des jeunes et spécifiquement des jeunes hommes en matière de spectacles en arts de la scène.

**tab.188 Moyenne de la fréquence d'utilisation d'Internet selon l'âge et le genre**

(5 : tous les jours ou presque, 4 : une ou deux fois par semaine, 3 : une ou deux fois par mois, 2 : plus rarement, 1 : jamais)

		Pour s'informer	Pour jouer	Pour faire des achats	Pour échanger des messages textes	Pour suivre les médias sociaux
Ensemble de la population	Total	4,7	3,2	3,1	4,4	4,2
	16-24 ans	4,4	3,6	3,3	4,6	4,5
	25-34 ans	4,6	3,4	3,4	4,6	4,6
	35-44 ans	4,7	3,2	3,4	4,6	4,5
	45-54 ans	4,8	3,2	3,2	4,5	4,3
	55-64 ans	4,8	3,0	2,9	4,3	4,0
	65 ans et plus	4,8	3,2	2,6	4,0	3,6
Hommes	Total	4,7	3,2	3,1	4,3	4,1
	16-24 ans	4,3	3,8	3,1	4,5	4,4
	25-34 ans	4,5	3,7	3,4	4,5	4,4
	35-44 ans	4,8	3,4	3,4	4,5	4,4
	45-54 ans	4,8	3,0	3,2	4,3	4,2
	55-64 ans	4,7	2,8	2,9	4,2	3,8
	65 ans et plus	4,8	2,8	2,6	3,9	3,5
Femmes	Total	4,7	3,3	3,0	4,5	4,3
	16-24 ans	4,5	3,3	3,4	4,8	4,7
	25-34 ans	4,6	3,0	3,5	4,8	4,8
	35-44 ans	4,7	2,9	3,4	4,7	4,5
	45-54 ans	4,8	3,3	3,1	4,7	4,4
	55-64 ans	4,8	3,3	2,8	4,5	4,2
	65 ans et plus	4,8	3,5	2,5	4,1	3,6

**tab.189 Fréquentation moyenne d'activités au cours des 12 derniers mois selon l'âge et le genre**

		Aller au restaurant (pour le plaisir, avec des parents, avec des amis)	Activités «libres»		Activités organisées		
			Aller dans les pubs, les bars, les clubs	Aller au cinéma	Artistiques et culturelles	Sportives et compétitives	Spirituelles et de bien être
Ensemble de la population	Total	13,0	3,0	2,6	1,6	5,1	1,3
	16-24 ans	12,4	3,7	3,4	1,4	6,1	1,1
	25-34 ans	15,2	5,1	3,0	1,4	5,7	1,6
	35-44 ans	12,0	4,1	2,5	1,3	5,0	1,0
	45-54 ans	12,9	3,3	2,2	1,0	4,8	1,0
	55-64 ans	12,7	2,4	2,3	1,5	4,9	1,2
	65 ans et plus	13,0	1,2	2,3	2,4	4,6	1,5
Hommes	Total	12,1	3,4	2,6	1,3	5,2	1,1
	16-24 ans	9,2	3,1	2,7	1,1	5,7	1,2
	25-34 ans	15,2	4,7	3,1	1,5	5,4	1,4
	35-44 ans	11,9	4,9	2,6	1,4	5,3	0,9
	45-54 ans	12,3	4,1	2,4	0,9	5,6	1,1
	55-64 ans	11,0	2,8	2,2	0,8	4,5	0,7
	65 ans et plus	12,2	1,5	2,4	2,0	5,0	1,2
Femmes	Total	14,0	2,7	2,6	1,8	5,0	1,4
	16-24 ans	16,0	4,3	4,2	1,7	6,5	1,0
	25-34 ans	15,2	5,5	2,9	1,4	6,0	1,8
	35-44 ans	12,0	3,2	2,4	1,3	4,7	1,1
	45-54 ans	13,5	2,5	2,0	1,1	4,1	1,0
	55-64 ans	14,3	1,9	2,3	2,1	5,4	1,6
	65 ans et plus	13,6	1,0	2,2	2,7	4,3	1,8

### 3.6 GESTION DU TEMPS ET FRÉQUENTATION DU SPECTACLE

#### 3.6.1 Mode de vie et manque de temps

La première édition de l'Étude des publics des arts de la scène au Québec a mis en lumière que les modes de vie et le manque de temps avaient un impact sur le niveau de fréquentation des arts de la scène.

Le manque de temps expose des modes de vie où la place des activités artistiques et culturelles est réduite à une portion congrue. Les personnes qui fréquentent le plus les spectacles\* ont un mode de vie actif, tant culturellement et physiquement que socialement. Les activités avec des amis et les sorties en famille sont importantes. La sortie à des spectacles\* apparaît alors comme un des piliers d'un mode de vie actif.

Si les spectateurs identifient le coût du billet comme étant le principal facteur les conduisant à ne pas voir plus de spectacles\*, l'analyse statistique (la régression logistique binaire, selon la méthode pas-à-pas ascendante, conditionnelle) montre que les freins à la fréquentation sont, avant tout, le manque d'intérêt pour un spectacle\* ou de temps pour y assister. Le coût des spectacles\* a moins d'importance que ces deux premiers déterminants.

Le manque de temps est le second frein à la fréquentation des spectacles\*. Si le manque de temps peut s'envisager comme corollaire par rapport au manque d'intérêt, c'est aussi fondamentalement une ressource rare (bien autant que l'argent). Il faut nécessairement s'allouer du temps (plusieurs heures) pour fréquenter un spectacle. La fréquentation d'un spectacle\* représente donc un important investissement de temps.

Les personnes qui assistent au plus grand nombre de spectacles sont celles qui consacrent le plus de temps aux activités culturelles et artistiques, mais aussi aux activités physiques ou sportives, aux activités avec des amis ou encore à des activités et des sorties en famille. Le profil des grands consommateurs de spectacles renvoie donc à un

mode de vie qui est actif sur les plans à la fois culturel, physique et social ainsi qu'à une plus grande capacité à libérer du temps et à l'organiser selon ses choix culturels.

À l'inverse, les spectateurs les moins assidus ou les personnes qui ne fréquentent pas le spectacle sont aussi ceux qui s'investissent le moins dans des activités culturelles actives et préfèrent des activités culturelles moins exigeantes en termes d'organisation et de temps, comme visionner un film. Sur ce point, la facilité d'accès et la multiplication des activités culturelles en ligne peuvent exercer une forme de pression sur le temps octroyé à la sortie culturelle. Toutefois, le report de temps n'est pas forcément automatique : une personne qui préfère consommer des activités culturelles en ligne n'est pas forcément une personne qui aurait assisté à un spectacle en salle.

Dans ce contexte, le manque de temps peut d'autant plus être ressenti comme un frein réel à la fréquentation des spectacles\*. Cela pose assurément comme défi la manière d'agencer le spectacle\* au rythme de vie des personnes. De façon plus pragmatique, il y a matière à réfléchir aux formats et aux horaires des spectacles pour mieux ancrer ceux-ci dans le quotidien et le mode de vie des personnes.

Pour augmenter la fréquentation des spectacles, il est essentiel de considérer non seulement les aspects financiers, mais aussi les contraintes temporelles et les préférences des publics. Adapter l'offre culturelle aux modes de vie pourrait permettre de surmonter certains de ces obstacles et de rendre les spectacles plus accessibles et attractifs pour un plus grand nombre de personnes.

#### 3.6.2 Temps de la sortie à un spectacle

La réduction du temps disponible pour les activités culturelles se mesure dès les années 1980. Cette évolution se fait essentiellement au profit du temps de travail. La réduction affecte donc de manière différenciée la population : les personnes actives sont naturellement les plus concernées. Aussi certains types d'emplois sont-ils plus particulièrement

concernés, notamment dans le secteur tertiaire. Finalement, ce sont les femmes et les personnes les plus scolarisées qui sont les plus affectées. Il se trouve que le genre et le niveau de scolarité sont parmi les prédicteurs les plus forts de la fréquentation du spectacle.

La fréquentation du spectacle n'est pas une activité anodine. Nous avons pu le montrer sur le plan social, et elle est aussi exigeante en ce qui a trait au temps. La durée d'un spectacle est souvent d'environ deux heures, mais c'est un loisir actif qui réclame obligatoirement un déplacement. Si l'on se fie au temps généralement nécessaire pour se rendre au lieu de présentation de spectacles fréquenté le plus régulièrement (voir le tableau 190), il faut compter une heure pour l'aller-retour. Comme l'a montré la section sur les préférences, la sortie à un spectacle comprendra souvent un repas ou une sortie pour boire un verre. Ainsi, en matière de consommation de temps, il est question d'un bloc de trois à cinq heures pour la plupart des sorties à un spectacle.

**tab.190 Temps généralement nécessaire pour se rendre au lieu de présentation de spectacles fréquenté le plus régulièrement (en minutes)**

		Moyenne	Médiane
Ensemble du Québec		33	30
Territoires	RMR de Montréal	33	30
	RMR de Québec	29	20
	Autres régions	33	20
Milieux	Ruraux	38	30
	Urbains	32	30



Dans une perspective plus générale, la sortie à un spectacle s'inscrit dans une logique de temps moyen (voir le tableau 191). C'est une activité qui demande quelques heures et qui réclame un déplacement relativement court, mais qui nécessite une forte planification (souvent plusieurs semaines à l'avance), notamment pour rallier et coordonner parents ou amis participant à cette activité sociale. Par opposition, les activités culturelles de temps court comme lire un livre, écouter de la musique ou regarder la télévision ne réclament pas ce niveau de planification et exigent des plages de temps plus limitées.

**tab.191 Typologie du temps de loisir**

	Temps court	Temps moyen	Temps long
Durée	Quelques minutes	Quelques heures	Quelques jours
Déplacement	Sans	Court	Long
Dynamique	Loisir passif	Loisir actif	Loisir actif
Planification	Faible	Forte	Forte
Organisation	Autonomie forte	Expérience sociale	Expérience sociale
Exemples	Lire un livre Regarder la télévision ou visionner un film Écouter de la musique	Fréquenter un spectacle Aller au cinéma Aller voir un match ou une épreuve sportive	Vacances et séjours touristiques Longue randonnée Croisière

Les individus qui assistent le plus à des spectacles (activité de temps moyen) sont aussi ceux qui semblent le plus effectuer d'autres activités de temps moyen, comme une sortie à un match de sport ou au cinéma, pour lesquelles une planification est nécessaire. Ce sont eux qui choisissent le plus souvent de rehausser leurs sorties culturelles d'une activité avant ou après le spectacle et donc qui préfèrent une sortie de quatre heures à cinq heures plutôt que de simplement assister à un spectacle.

Les activités de temps court comme visionner un film à la maison sont tout autant appréciées par les consommateurs assidus de spectacles que par les spectateurs occasionnels ou les personnes qui n'assistent pas à des spectacles. Les spectateurs les moins investis sont aussi ceux pour qui assister à un spectacle sans y ajouter une activité culturelle ou sociale avant ou après est le plus fréquent.

Au courant des dernières décennies, étant donné la réduction du temps de loisirs disponible, la stratégie dominante a été de sanctuariser des temps longs souvent associés aux vacances ou à de longues fins de semaine. Naturellement, la fréquentation du spectacle peut s'insérer dans ces périodes, mais c'est une solution limitée à la pression exercée par le manque de temps pour la fréquentation du spectacle.

### 3.6.3 Impact du télétravail sur la fréquentation du spectacle

La crise de COVID-19 a mené à certains changements, dont il n'est pas toujours simple de comprendre et d'évaluer les conséquences à long terme.

Comme nous avons pu l'analyser, le télétravail a un impact sur la fréquentation du spectacle. Les télétravailleurs fréquentent en général plus le spectacle que les autres travailleurs. De plus, ce sont ceux qui télétravaillent un ou deux jours par semaine qui fréquentent le plus le spectacle.

Un élément d'explication réside dans le profil socioéconomique des télétravailleurs : tous les emplois ne se prêtent pas au télétravail, et ce sont les femmes et les personnes les plus scolarisées qui télétravaillent le plus. Ces facteurs sont également des déterminants forts de la fréquentation du spectacle.

Le télétravail est aussi l'occasion de libérer du temps : puisqu'il y a moins de préparation et moins de transport, il y a un « gain » d'une à deux heures par journée en télétravail. On pourrait s'attendre à ce que ce temps libéré soit bénéfique à la fréquentation du spectacle.

L'article de Gilles Pronovost<sup>14</sup> portant sur le temps libéré par le télétravail éclaire la dynamique d'usage de ce « nouveau » temps libre récupéré. Il se fonde sur l'analyse des résultats de « l'enquête emploi du temps » de Statistique Canada effectuée en 2022-2023.

<sup>14</sup> Pronovost, Gilles (2024), « Le télétravail rend-il plus heureux? Les paradoxes du temps libéré », *Observatoire québécois du loisir*, volume 21, numéro 16

On y apprend que les télétravailleurs<sup>15</sup> gagnent en moyenne une heure par jour, soit presque l'équivalent d'une journée de travail en une semaine, et que ce gain est réparti comme suit :

- Les femmes consacrent 16 minutes de plus par jour aux tâches ménagères, et les hommes, 14;
- 35 minutes de plus sont consacrées aux soins des enfants;
- Les télétravailleurs dorment plus longtemps et ils consacrent plus de temps aux repas.

Le transfert de temps vers le loisir compte pour environ la moitié du temps total gagné. Cette demi-heure quotidienne est consacrée à des activités de loisir, principalement la télé. La place des loisirs actifs (culturels, mais aussi sportifs) n'a gagné qu'une dizaine de minutes. Ces gains s'expliquent par la réduction du temps alloué à la composante « déplacement », puisque le temps consacré au travail, lui, demeure stable.

L'étude indique que « plus de temps disponible quotidiennement ne renvoie que très minoritairement à des sorties, ou à des pratiques culturelles ou physiques ».

Selon ces résultats, la fréquentation du spectacle ne bénéficiera que très marginalement des gains de temps quotidien. Ce sont les loisirs passifs ou ne réclamant qu'un temps court qui pourront en profiter plus directement.

<sup>15</sup> Les travailleurs qui peuvent demeurer chez eux par opposition à ceux qui ne peuvent pas télétravailler ou qui se rendent sur leur lieu de travail pour travailler

### 3.6.4 Crise de COVID-19 et changements des habitudes de fréquentation

Ce regard analytique sur le temps permet de mieux comprendre les effets des changements des habitudes sur la fréquentation du spectacle. Le télétravail a certes libéré du temps, mais ce temps court ne peut pas être accumulé pour être utilisé pour une activité de temps moyen comme le spectacle.

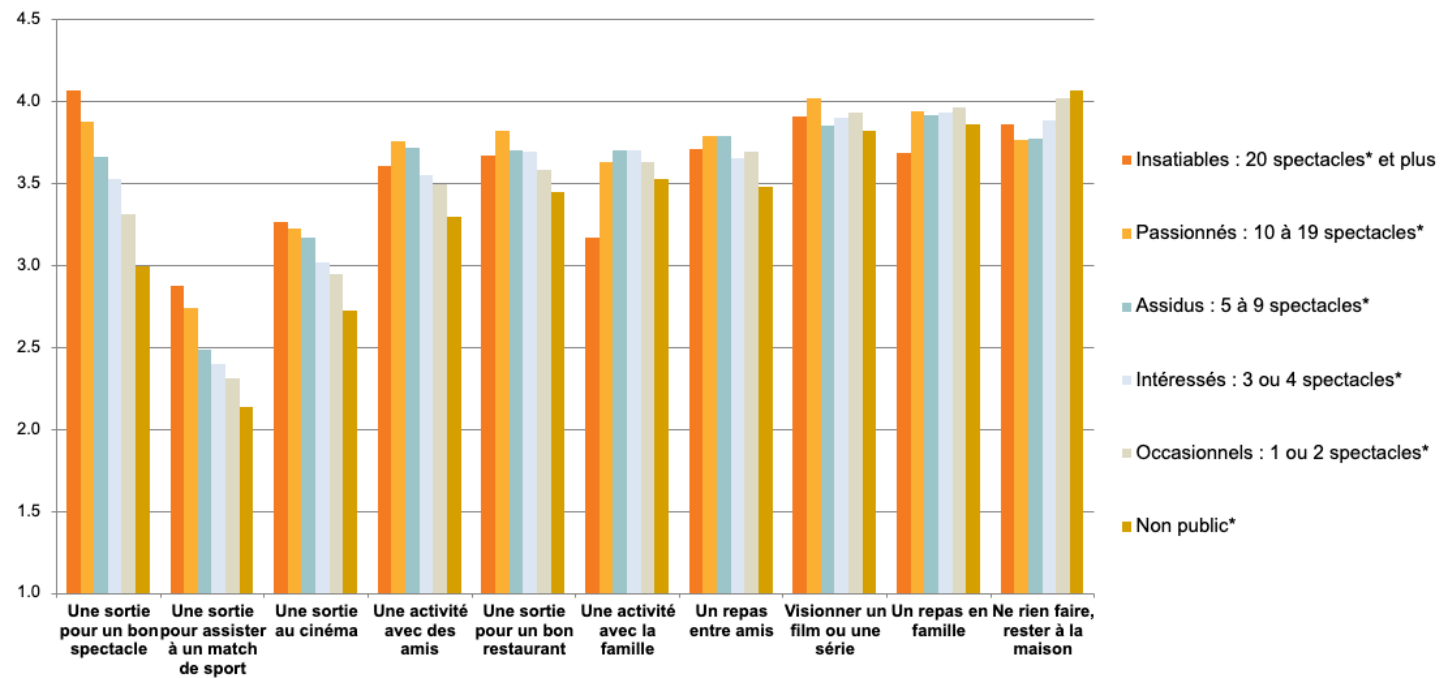
En modifiant les routines de travail, le télétravail rend plus incertaine la planification des déplacements au spectacle : « Vais-je travailler à la maison ou au bureau vendredi dans deux mois? » « Qu'en sera-t-il des personnes qui vont m'accompagner? » Ces questions triviales montrent que le télétravail affecte directement la planification et l'organisation d'une sortie à un spectacle.

Parallèlement, le travail à distance et la baisse du temps consacré aux déplacements s'insèrent également dans une tendance sociétale visant à ce qu'on soit moins captif du temps et évite l'écueil d'une vie trop remplie, qui est un facteur de stress. En effet, les diffuseurs et les billetteries constatent des changements importants depuis la pandémie : les spectateurs achètent leurs billets à plus court terme (quelques semaines plutôt que quelques mois avant le spectacle) et le nombre de billets non honorés (*no-show*) est en hausse pour les activités aussi bien gratuites que tarifées.

Au courant des dernières décennies, les loisirs de temps long ont bénéficié de l'effet de rareté du temps, contrairement aux activités de temps moyen comme le spectacle. Aujourd'hui, ce dernier ne bénéficie pas directement du temps libéré par le télétravail. Les nouvelles habitudes prises et les changements intervenus dans le monde du travail affecteront durablement la fréquentation du spectacle et en particulier le processus de planification et d'organisation d'une sortie à un spectacle.

Les diffuseurs auront à trouver des réponses, notamment du côté du marketing, pour composer avec ces changements. Il est question d'efforts de promotion étalée dans le temps, mais aussi d'outils pour faciliter la planification et l'organisation de sorties. Dans tous les cas de figure, ce sont des activités supplémentaires et certainement une pression financière supplémentaire. Une meilleure compréhension de ces changements donne l'occasion de développer des pratiques novatrices et efficaces.

**fig.208 Préférences en matière de sorties selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels**  
 (échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



### 3.7 CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET ACHAT D'UN BILLET DE SPECTACLE

L'année 2023 a été marquée par une conjoncture économique particulièrement difficile au Québec. Pour l'ensemble de l'année, le PIB réel du Québec aux prix courants s'établit pratiquement au même niveau qu'en 2022 (0,0 %). Il s'agit d'un ralentissement significatif, qui est notamment attribuable au fléchissement de la consommation des ménages, malmenée par une forte inflation persistante (4 % en 2023 après 6,8 % en 2022) qui érode le pouvoir d'achat des Québécois.

Le marché de l'emploi a également montré des signes de faiblesse. Le nombre de chômeurs a dépassé celui des postes vacants depuis le milieu de l'année, et l'augmentation des salaires a ralenti.

Cette conjoncture a affecté négativement la fréquentation de spectacles, mais il mérite de s'arrêter sur les effets spécifiques de la situation économique sur l'achat de billets.

#### 3.7.1 Le billet de spectacle, une porte d'accès à une expérience sociale unique

Contrairement aux biens de consommation courante, le billet de spectacle est un produit à haute implication qui engage émotionnellement et socialement les spectateurs.

Le spectacle est un événement collectif où les émotions sont amplifiées par la présence des autres. Rire, pleurer, applaudir ensemble crée un lien entre les spectateurs et renforce le sentiment de communauté. Cette dimension sociale est essentielle et ajoute une valeur significative à l'expérience du spectacle.

Le même spectacle peut offrir des expériences très différentes en fonction du contexte. Par exemple, assister à un concert en plein air lors d'un festival d'été ne procure pas la même sensation que d'écouter le même artiste dans une salle de concert intime en hiver. La météo,

l'acoustique, l'ambiance du lieu et même la compagnie influencent la perception et la valeur du spectacle.

Tous les spectateurs n'ont pas la même lecture de la valeur d'un spectacle. Cette perception varie selon les attentes individuelles, les expériences passées ou les goûts personnels. Par exemple, un amateur de théâtre classique pourra attribuer une grande valeur à une pièce de Molière, tandis qu'un passionné de musique électronique trouvera plus de valeur dans un concert de DJ.

De manière plus analytique, la valeur attribuée par un spectateur comprendra plusieurs composantes :

- La valeur cognitive liée à la qualité du spectacle en tant que stimulation intellectuelle et artistique;
- La valeur de connaissance, et de reconnaissance sociale associée, liée à la possibilité de fréquenter des spectacles considérés comme à la mode ou à l'avant-garde de l'innovation artistique;
- La valeur esthétique, qui réfère au plaisir sensuel, visuel et auditif que procure un spectacle;
- La valeur hédonique, liée au plaisir et à la joie collective et de communion que procure la fréquentation d'un spectacle;
- Les effets d'évasion ou de surprise, qui jouent aussi un rôle dans la valeur ressentie par le spectateur.

Il est souvent formulé que l'appréciation d'un spectacle est subjective. Il faudrait aussi spécifier que l'appréciation du spectateur variera objectivement en fonction des dimensions qu'il valorise.

Contrairement à d'autres formes artistiques, le spectacle se singularise par l'expérience sociale. La valeur de lien social se manifeste dans la capacité des spectacles à être des lieux de rencontres et d'échanges. Les spectateurs viennent non seulement pour voir le spectacle, mais aussi pour socialiser, rencontrer de nouvelles personnes et partager des moments conviviaux. Les spectacles deviennent ainsi des espaces où les liens sociaux se renforcent et où la communauté se construit.

La valeur de pratique sociale réfère à l'aspect collectif d'une sortie à un spectacle : très peu de personnes assistent seules à un spectacle. Les gens aiment venir en groupe, que ce soit en famille, avec des amis ou en couple. Cette dimension accentue le caractère social de l'expérience de sortie en la transformant en une activité partagée qui renforce les relations et crée des souvenirs communs.

En approfondissant la notion de valeur à travers ces différentes dimensions, nous pouvons mieux comprendre les attentes des spectateurs et comment se forme la demande. Chaque dimension — cognitive, esthétique, affective et sociale — contribue à créer une expérience de sortie qui offre une satisfaction globale et va bien au-delà des simples aspects transactionnels de l'achat d'un billet de spectacle.

### 3.7.2 Une activité à haute implication sociale

Le spectacle est un produit à haute implication, ce qui signifie que son achat et sa consommation nécessitent un engagement important de la part du spectateur. Cela inclut la planification (achat des billets, organisation du transport), la coordination avec les amis ou la famille, et la préparation mentale pour profiter pleinement de l'expérience. Cette implication renforce le lien émotionnel avec l'événement et augmente la satisfaction globale.

De plus, la sortie à un spectacle ne se limite pas à l'événement en lui-même : elle inclut souvent des activités associées qui enrichissent l'expérience. Par exemple, un dîner avant le spectacle, une discussion autour d'un verre après ou même le choix de la tenue vestimentaire sont des éléments qui participent à la création d'un moment mémorable. La gestion du temps et la coordination de ces activités renforcent l'engagement et la satisfaction des spectateurs.

Le billet de spectacle donne accès à une expérience riche et complexe qui combine des aspects émotionnels, sociaux et contextuels. Comprendre cette dynamique est essentiel pour évaluer l'impact d'une conjoncture économique défavorable. Au-delà de l'aspect financier, quand on tient compte des multiples facettes de la perception de valeur, si le contexte social et économique n'est pas favorable à l'appréciation de cette expérience, la fréquentation sera affectée négativement.

### 3.7.3 Le coût d'un spectacle

Assister à un spectacle est souvent un achat planifié. Contrairement aux achats impulsifs, l'achat de billets de spectacle nécessite une anticipation et une organisation préalable. Les spectateurs doivent réserver leurs places, parfois plusieurs mois avant l'événement. Cette planification inclut la coordination des horaires, la sélection des sièges et, souvent, la synchronisation avec les disponibilités d'amis ou de membres de la famille. Cette anticipation ajoute une dimension de réflexion et d'engagement face à l'acte d'acheter.

Les spectacles sont fréquemment des événements sociaux auxquels on assiste en groupe, que ce soit en famille, entre amis ou en couple. Ainsi, l'achat de billets de spectacle implique souvent l'achat de plusieurs places, ce qui augmente le coût total de l'événement. Cette dimension collective de l'achat renforce le caractère social et festif du spectacle, mais elle nécessite également une planification et une coordination supplémentaires.

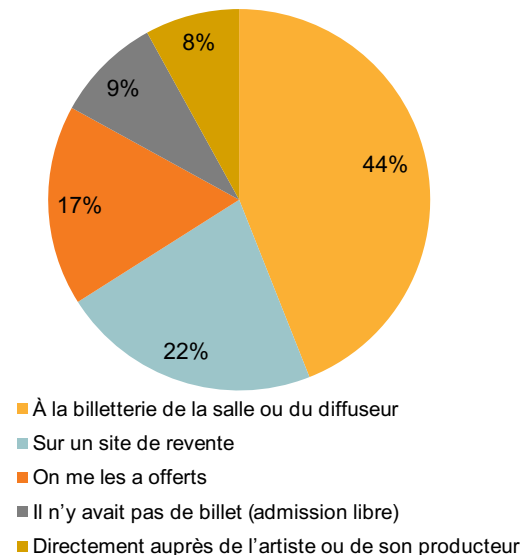
Habituellement, le coût d'une sortie à un spectacle dépasse largement celui de l'achat des billets. En effet, il faut prendre en compte plusieurs dépenses annexes : le transport, le stationnement, le restaurant, la garde d'un enfant, etc. Le coût du billet peut ne représenter finalement qu'une fraction de celui de la sortie.

#### Modalité d'achat du dernier billet de spectacle\*

Le coût perçu d'un billet pour un spectateur comprend généralement les frais de billetterie et les taxes. Mais ce coût peut aussi varier selon la modalité d'achat. C'est particulièrement le cas avec le développement des sites de revente. Alors que la billetterie de la salle de spectacles ou du diffuseur demeure le premier lieu d'achat (44 %) du billet de spectacle le plus récemment acheté par les répondants, les sites de revente suivent avec 22 %. Cette donnée est certainement sous-estimée, car, dans de nombreux cas, les spectateurs n'ont pas conscience de transiger avec un site de revente.

Ce pourcentage varie selon la discipline du spectacle. Par exemple, il atteint 37 % pour un spectacle de chanson anglophone, 30 % pour la musique instrumentale et 27 % pour la comédie musicale. À l'échelle du Québec, Montréal semble particulièrement concerné (26 %). Enfin, plus les spectateurs sont jeunes, plus l'usage des plateformes est important (28 % auprès des spectateurs de moins de 25 ans). La sensibilité au prix des billets de spectacle est souvent plus liée à l'appréciation du spectacle et à sa fréquentation qu'au niveau de revenu des spectateurs. En d'autres termes, même ceux ayant un revenu élevé peuvent être réticents à payer un prix qu'ils jugent excessif si la valeur perçue du spectacle n'est pas à la hauteur de leurs attentes. À l'inverse, des spectateurs avec un revenu plus modeste peuvent être prêts à investir dans des billets coûteux pour des événements qu'ils considèrent comme exceptionnels ou très attendus.

**fig.209 Modalité d'achat du dernier billet de spectacle\***



Ainsi, en 2023, lorsqu'on interroge une personne sur le montant qu'elle est prête à payer pour un billet de spectacle qu'elle juge intéressant, on observe que le prix moyen varie considérablement selon les disciplines (voir le tableau 192). Par exemple, le prix moyen pour un spectacle de danse est de 28 \$, tandis qu'il est de 58 \$ pour un spectacle de chanson anglophone, soit plus du double. Cette capacité à distinguer les prix reflète en partie une connaissance des tarifs des spectacles. En outre, les disciplines bénéficiant déjà d'une fréquentation importante, comme la chanson anglophone ou l'humour, affichent également les prix moyens des billets les plus élevés.

Mais surtout, cette tendance se confirme également selon les différentes catégories de spectateurs. Plus les spectateurs assistent à des spectacles chaque année, plus ils sont prêts à dépenser pour un spectacle qu'ils trouvent intéressant. Le prix payé par les non-spectateurs (0 spectacle\* par an) et les spectateurs insatiables

(20 spectacles\* ou plus par an) passe du simple au double (un écart de 95 % en moyenne) pour pratiquement toutes les disciplines.

Le prix des billets pour un spectacle jugé intéressant varie également selon le revenu du ménage, mais dans des proportions moindres, soit 25 % en moyenne. Entre les ménages ayant un revenu de moins de 20 000 \$ et ceux ayant un revenu de plus de 120 000 \$, les écarts de prix des billets oscillent entre 12 % et 35 % selon les disciplines, sauf pour la chanson anglophone, où l'écart atteint 46 %. En somme, le revenu influence peu le prix qu'un consommateur est prêt à payer pour un spectacle.



**tab.192 Prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle\* intéressant selon le revenu du ménage et selon le nombre de spectacles\* vus annuellement (ensemble de la population)**

		Danse	Musique classique	Musique instrumentale	Théâtre	Chanson francophone	Chanson anglophone	Humour	Cirque	Comédie musicale	Variétés
Ensemble de la population		27 \$	33 \$	34 \$	42 \$	46 \$	61 \$	53 \$	43 \$	43 \$	28 \$
Revenu du ménage	Moins de 20 000 \$	27 \$	31 \$	36 \$	37 \$	42 \$	55 \$	47 \$	41 \$	38 \$	29 \$
	De 20 000 \$ à 29 999 \$	29 \$	29 \$	30 \$	35 \$	43 \$	55 \$	46 \$	38 \$	39 \$	28 \$
	De 30 000 \$ à 39 999 \$	25 \$	31 \$	32 \$	40 \$	42 \$	53 \$	49 \$	38 \$	39 \$	23 \$
	De 40 000 \$ à 49 999 \$	28 \$	32 \$	35 \$	42 \$	45 \$	52 \$	52 \$	40 \$	41 \$	29 \$
	De 50 000 \$ à 59 999 \$	25 \$	32 \$	34 \$	42 \$	48 \$	55 \$	52 \$	40 \$	41 \$	27 \$
	De 60 000 \$ à 69 999 \$	24 \$	34 \$	35 \$	46 \$	49 \$	56 \$	56 \$	43 \$	46 \$	27 \$
	De 70 000 \$ à 79 999 \$	23 \$	37 \$	35 \$	44 \$	48 \$	61 \$	55 \$	44 \$	45 \$	27 \$
	De 80 000 \$ à 99 999 \$	25 \$	34 \$	35 \$	43 \$	46 \$	71 \$	54 \$	44 \$	41 \$	27 \$
	De 100 000 \$ à 119 999 \$	27 \$	32 \$	31 \$	41 \$	46 \$	64 \$	56 \$	48 \$	48 \$	29 \$
120 000 \$ et plus	30 \$	42 \$	40 \$	47 \$	51 \$	80 \$	61 \$	52 \$	48 \$	32 \$	
Nombre de spectacles* vus annuellement	<b>Non-public*</b> 0 spectacle*	19 \$	24 \$	26 \$	30 \$	32 \$	40 \$	38 \$	32 \$	29 \$	20 \$
	<b>Occasionnels</b> 1 ou 2 spectacles*	24 \$	28 \$	30 \$	38 \$	41 \$	55 \$	54 \$	41 \$	39 \$	26 \$
	<b>Intéressés</b> 3 ou 4 spectacles*	26 \$	34 \$	34 \$	42 \$	48 \$	64 \$	55 \$	42 \$	46 \$	29 \$
	<b>Assidus</b> 5 à 9 spectacles*	31 \$	41 \$	40 \$	50 \$	53 \$	71 \$	55 \$	49 \$	50 \$	29 \$
	<b>Passionnés</b> 10 à 19 spectacles*	33 \$	45 \$	42 \$	50 \$	56 \$	76 \$	55 \$	47 \$	50 \$	31 \$
	<b>Insatiables</b> 20 spectacles* et plus	41 \$	50 \$	56 \$	53 \$	59 \$	82 \$	60 \$	59 \$	56 \$	44 \$

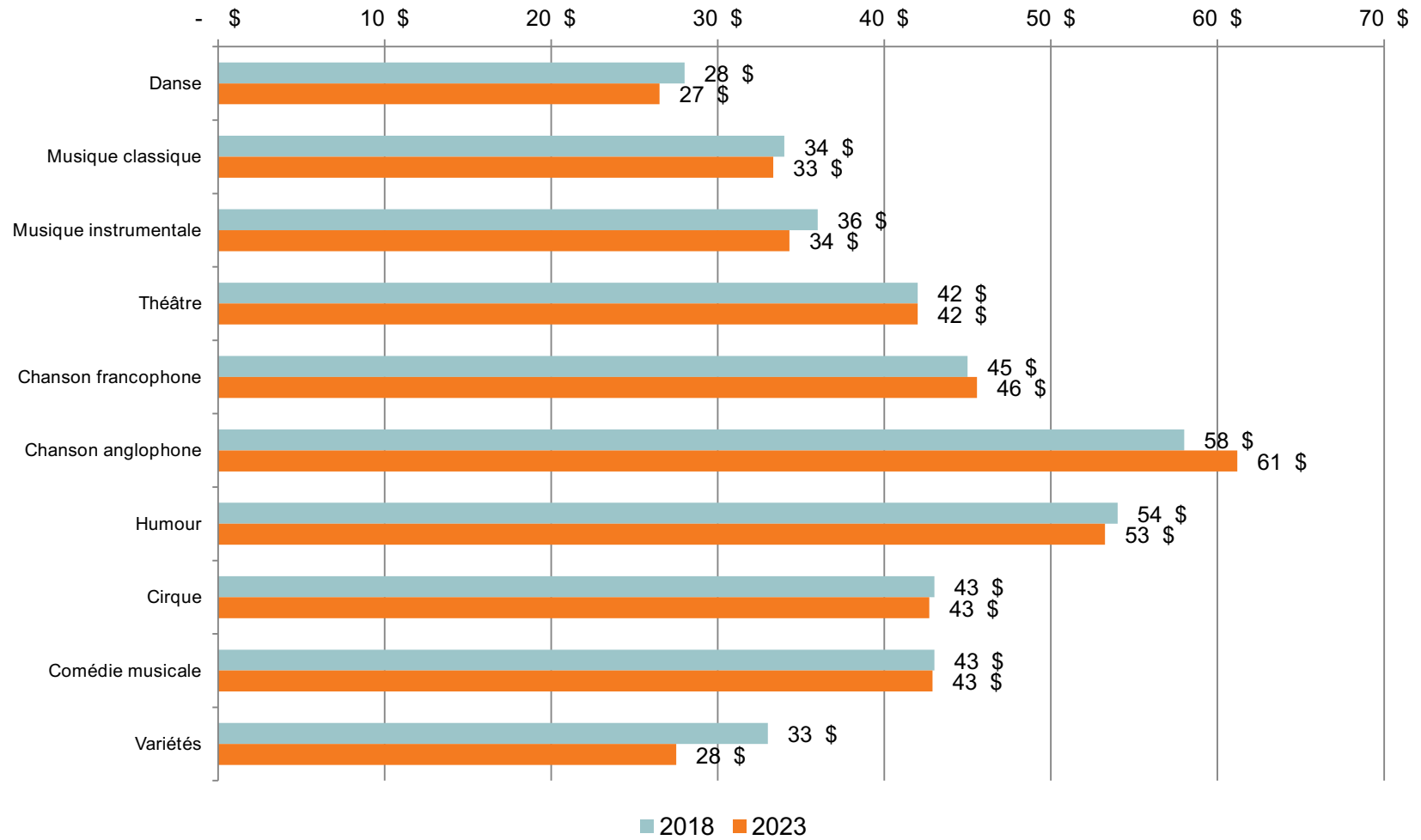
Ces résultats sont semblables à ceux enregistrés en 2018. Toutefois, l'effet de la pandémie ou de la conjoncture économique se manifeste plus sur le niveau du prix du billet. Comme le montre la figure suivante, le prix du billet que l'on est prêt à dépenser est pratiquement inchangé entre 2018 et 2013. Pourtant, rappelons que l'inflation au Québec pendant cette période était de 20 %.

Cette stagnation est associée à une baisse respective du prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle\* intéressant chez les passionnés\* et les insatiables\* : cette baisse moyenne est respectivement de 10 % et de 23 %.

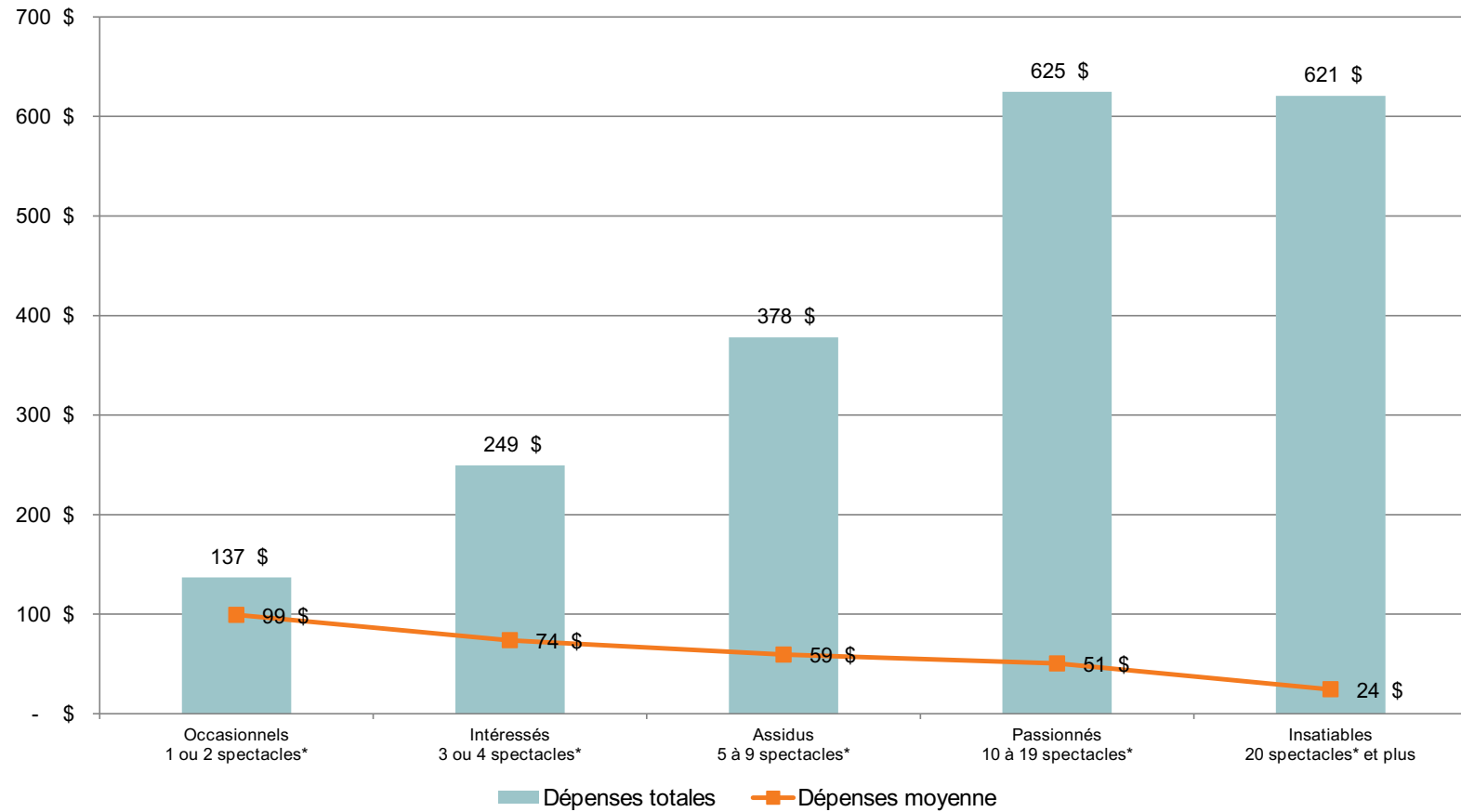
Les grands consommateurs culturels sont ceux qui consacrent le plus fort budget à l'achat de billets en un an. Mais ce sont eux également qui ont tendance à consacrer les montants moyens les plus faibles pour l'achat d'un billet.

Ces résultats sont conformes à ce qui a été mis en lumière lors de la première édition de l'étude. Toutefois, le besoin de compression des dépenses lié certainement à la conjoncture économique semble particulièrement s'exprimer et s'exercer — à travers le prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle\* intéressant ainsi que la dépense totale moyenne pour des billets de spectacle\* — chez les plus forts consommateurs culturels.

**fig.210 Prix moyen que l'on est prêt à payer pour un billet de spectacle\* considéré comme intéressant (ensemble de la population) en 2018 et en 2023**



**fig.211** Dépense totale moyenne pour l'achat de billets de spectacle\* et dépense moyenne par billet de spectacle\* selon le nombre de spectacles\* vus annuellement



Le prix qu'un spectateur est prêt à payer peut aussi dépendre de l'abondance ou de la rareté de l'offre perçue ou réelle du bien ou de produits substituables. Dans le cas de l'offre en arts de la scène, la sensation d'une offre trop abondante et la disponibilité d'activités culturelles et de loisir facilement accessibles pourraient expliquer la stagnation du montant qu'une personne est prête à déboursier pour un spectacle\*.

La sensibilité au prix varie également selon la valeur qu'on attribue à un spectacle et la perception du risque vis-à-vis de ce spectacle. Exception faite peut-être des grands consommateurs de culture, qui sont plus habitués à ce risque, l'achat d'un billet de spectacle peut représenter une incertitude par rapport au temps et à l'argent engagés, d'autant plus lorsqu'il s'agit d'une nouveauté ou d'une création. Dans ce cas, il s'agit d'anticiper la valeur du produit et d'en estimer la valeur de retour. Par exemple, le risque perçu pourrait être moins élevé pour un concert d'une grande vedette de la chanson anglophone que pour la dernière création d'un collectif d'artistes en danse contemporaine peu connu, et ce, même si le prix sera beaucoup plus élevé dans le premier cas de figure. Certes, un consommateur aguerri pourra faire confiance aux choix de programmation d'un diffuseur dans le second cas de figure, mais il n'en demeure pas moins que, pour un spectateur occasionnel, le risque perçu de « ne pas en avoir pour son argent » peut entraver le processus d'achat. Le risque ne sera levé qu'après avoir acheté le billet puis avoir assisté au spectacle. Dans un contexte où les dépenses en loisirs et culture sont soumises à une forte pression financière et à une forte concurrence d'autres formes de divertissement et d'expériences sociales, atténuer le risque perçu et accroître la confiance vis-à-vis du produit est primordial.

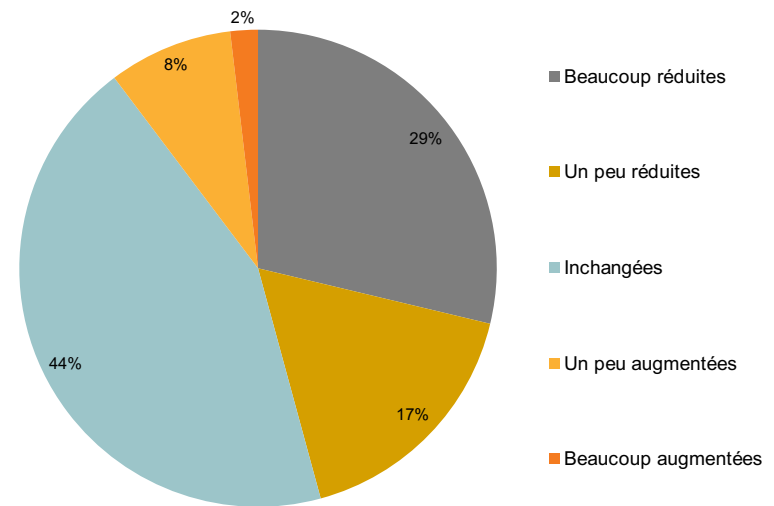
Outre l'argent, le temps est une ressource précieuse et limitée. La gestion du temps est un facteur crucial dans la décision d'assister à un spectacle. Les spectateurs doivent souvent jongler avec des emplois du temps chargés, des obligations professionnelles et familiales, et d'autres engagements sociaux. Le temps nécessaire pour se rendre au spectacle, assister à l'événement et retourner chez soi représente un investissement important. Ainsi, même si le coût financier est acceptable, le manque de temps disponible peut dissuader les spectateurs potentiels (voir la section 3.6.1).

En somme, le coût d'un spectacle est un concept complexe qui va bien au-delà du prix du billet. Il englobe une variété de dépenses supplémentaires et implique une planification. La perception de la valeur, la sensibilité au prix et la gestion du temps sont autant de facteurs qui influencent la décision des spectateurs.

### 3.7.3 Les effets d'une conjoncture économique difficile

En 2023, près de la moitié (46 %) de la population du Québec affirmait avoir réduit ses dépenses pour l'achat de billets de spectacle. Cette mesure est certainement liée à la conjoncture économique. On observe aussi la compression d'autres dépenses comme les sorties au restaurant (55 %), l'achat de vêtements (49 %) et, dans une moindre mesure, l'achat de produits alimentaires (29 %).

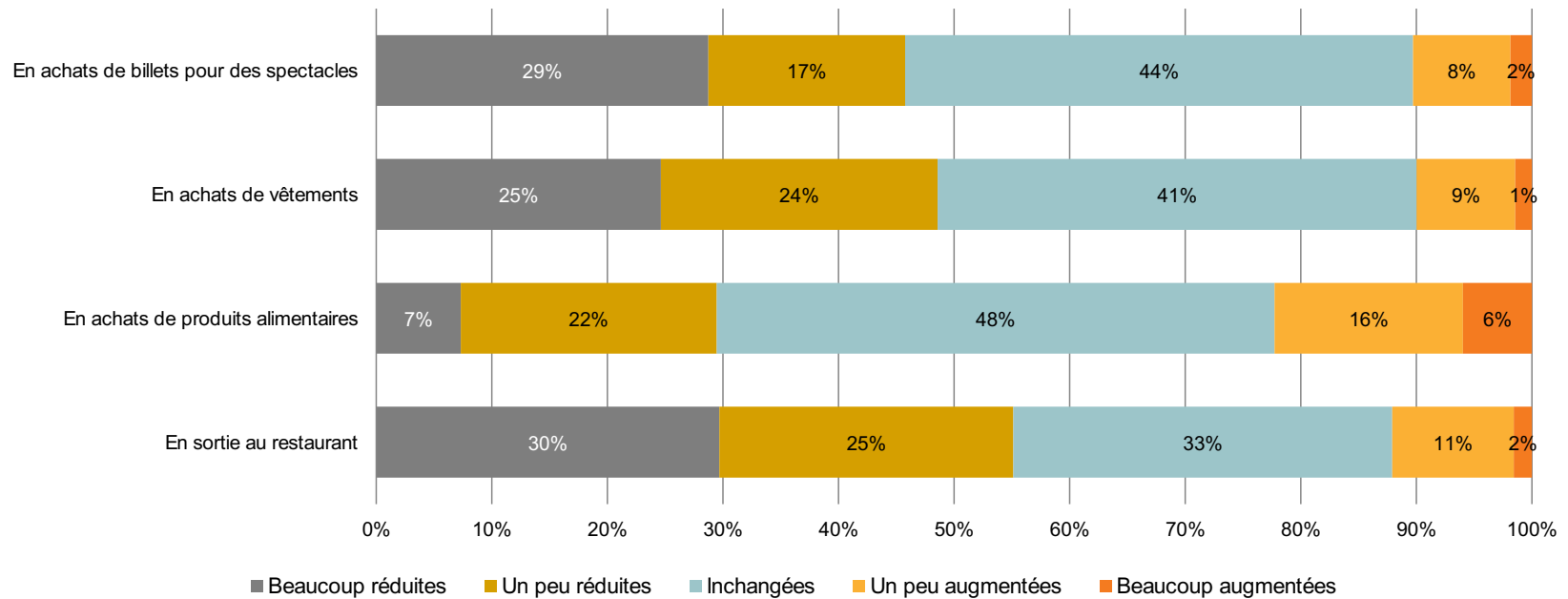
**fig.212 Réduction ou augmentation des dépenses pour l'achat de billets de spectacle au cours des 12 derniers mois**



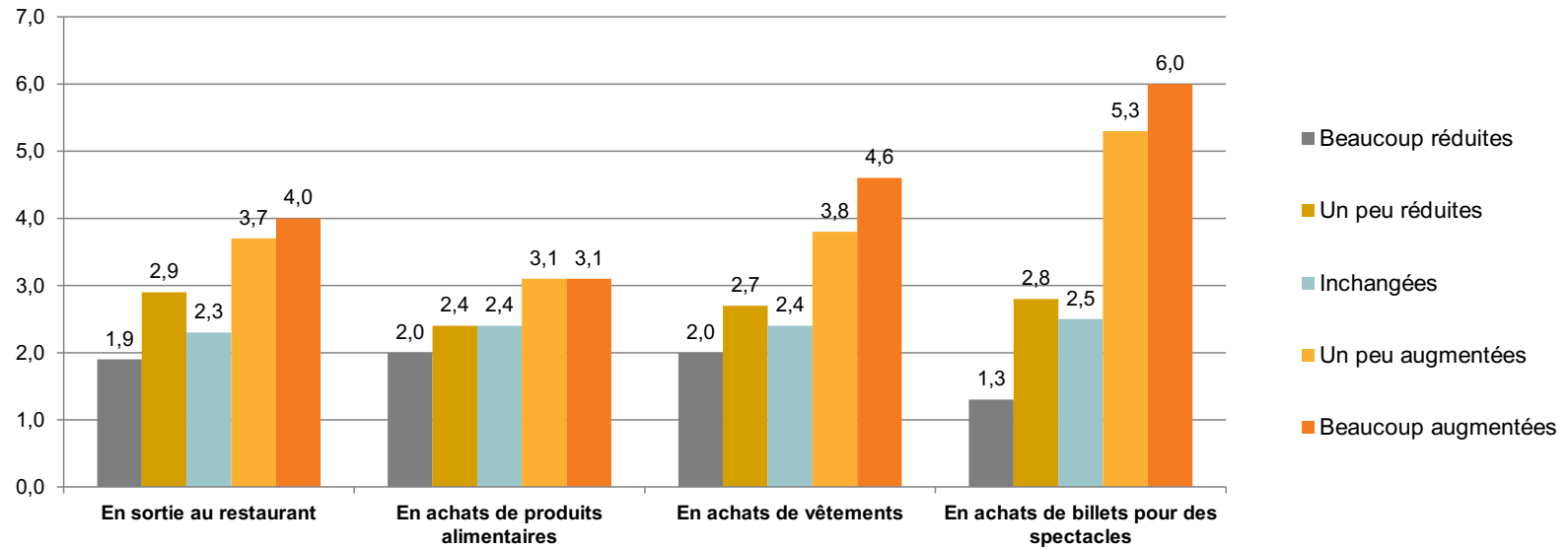
Cette réduction des dépenses se traduit par un nombre moyen de spectacles\* fréquentés inférieur. Il y a une corrélation entre le nombre moyen de spectacles\* auxquels une personne a assisté et la décision de comprimer ses dépenses. Cette relation se vérifie pour l'ensemble des postes de dépenses (sorties au restaurant, achat de produits

alimentaires et achat de vêtements), mais elle est particulièrement forte au chapitre des dépenses pour l'achat de billets : les personnes qui affirmaient avoir beaucoup réduit leurs achats de billets ont fréquenté en moyenne 1,3 spectacle\*, et celles qui disaient avoir beaucoup augmenté leurs achats ont fréquenté 6 spectacles\* en moyenne.

**fig.213 Réduction ou augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois**



**fig.214** Nombre moyen de spectacles\* en fonction du niveau de réduction ou d'augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois



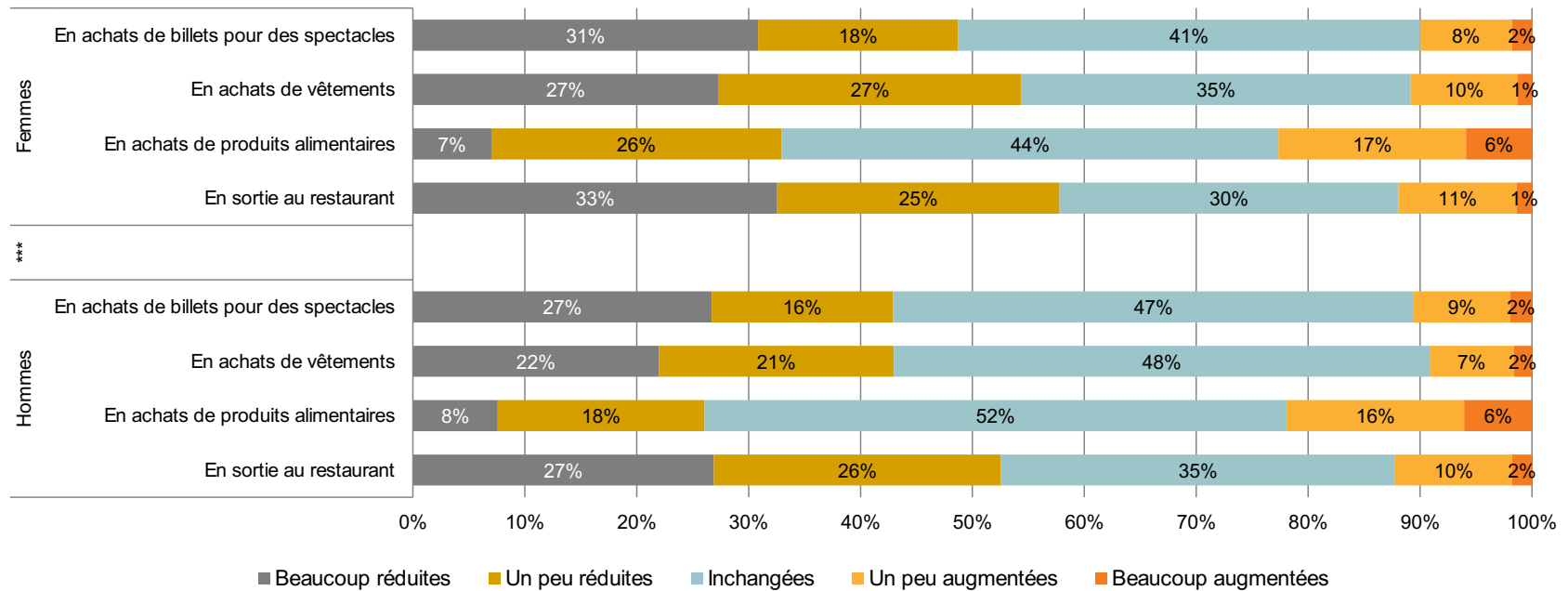


### 3.7.4 Les femmes, plus sensibles à la conjoncture économique

Les femmes semblent se montrer plus sensibles à la conjoncture économique. En effet, elles sont plus nombreuses que les hommes à

avoir réduit leurs dépenses : en moyenne, concernant les 4 postes de dépenses, les femmes sont 18 % plus nombreuses que les hommes à affirmer avoir réduit leurs dépenses.

**fig.215 Réduction ou augmentation des dépenses au cours des 12 derniers mois selon le genre**



Cette sensibilité au prix a aussi été constatée dans les raisons données pour prendre un abonnement aux spectacles. Alors que l'écart selon les genres n'est que de quelques points pour la plupart des raisons invoquées, quand il est question d'obtenir un meilleur prix, la différence est de 10 points : 37 % pour les hommes et 47 % pour les femmes.

**tab.193 Raisons pour lesquelles un spectateur abonné déclare prendre un abonnement selon le genre**

	Masculin	Féminin
Pour obtenir un meilleur prix	37 %	47 %
Pour avoir de meilleures places	28 %	28 %
Pour bénéficier de privilèges autres que le prix ou le choix préférentiel des places	26 %	27 %
Pour m'encourager à aller régulièrement voir un spectacle	25 %	22 %
Pour soutenir la vitalité culturelle de ma communauté	21 %	22 %
Pour être avec mes amis	17 %	20 %
Pour être avec ma famille	14 %	18 %
Par habitude	15 %	7 %
Parce que je fais confiance à la ligne artistique de la salle	10 %	12 %

On peut raisonnablement établir que cette sensibilité à la conjoncture économique explique en partie pourquoi la baisse de l'assistance a été plus forte chez les femmes que chez les hommes.

### 3.7.4 L'évolution des comportements

En cas de conjoncture économique défavorable, le comportement du public en matière de consommation de spectacles peut changer de manière significative. La logique économique veut que :

- les consommateurs aient tendance à réduire leurs dépenses discrétionnaires, comme les spectacles, pour se concentrer sur les besoins essentiels tels que l'alimentation, le logement ou la santé;
- les consommateurs deviennent plus sensibles aux prix et cherchent des options moins coûteuses ou des réductions. Les promotions, les rabais et les événements gratuits ou à prix réduits deviennent plus attractifs. Les gens peuvent explorer et adopter de nouvelles formes de divertissement qui sont perçues comme plus économiques ou pratiques, comme les plateformes de diffusion en continu, les jeux vidéo ou les événements culturels en ligne. Une fois qu'ils s'habituent à des solutions de rechange moins coûteuses ou plus accessibles, ils peuvent maintenir ces nouvelles habitudes, même après une amélioration de la situation économique;
- les gens privilégient les formes de divertissement à domicile, telles que la diffusion en continu de films et de séries, les jeux vidéo ou la lecture, qui peuvent être perçus comme des solutions de rechange plus économiques que les sorties. Les publics peuvent aussi simplement changer leurs habitudes d'achat et acheter des billets moins chers ou choisir des sièges à moindre coût. Ils peuvent également attendre pour bénéficier de réductions de dernière minute;
- ils augmentent leur participation à des activités gratuites ou à faible coût, comme les promenades dans les parcs, les événements communautaires ou les soirées entre amis à domicile.

Ces choix et ces comportements correspondent à un raisonnement logique. Toutefois, comme nous avons pu le montrer, ces changements à eux seuls ne peuvent expliquer certains résultats.

Même pour les personnes ne traversant pas de difficultés financières, la fréquentation des spectacles peut diminuer pendant les périodes de difficultés économiques pour plusieurs raisons psychologiques, sociétales et comportementales. Ainsi, même celles qui ne sont pas directement affectées peuvent adopter une attitude plus prudente et réduire leurs dépenses par précaution. L'incertitude économique incite souvent à épargner davantage pour se protéger contre de possibles difficultés futures. Voir d'autres personnes réduire leurs dépenses peut encourager des comportements similaires, même parmi les gens qui n'y sont pas économiquement contraints. Cela peut créer un effet d'entraînement où la réduction des dépenses devient socialement normative.

Les périodes économiquement difficiles peuvent amener les gens à réévaluer leurs priorités. Ils peuvent choisir de consacrer leur temps et leurs ressources à des activités qu'ils jugent plus essentielles ou plus gratifiantes à long terme, comme les loisirs en famille ou les projets personnels. Ils peuvent aussi déplacer leur attention vers des activités perçues comme plus enrichissantes pour leur bien-être personnel, telles que le sport, les loisirs créatifs ou les activités de plein air.

Certaines personnes peuvent réduire leurs dépenses relatives au divertissement par solidarité avec ceux qui sont plus durement touchés par la récession. Il peut y avoir une volonté de montrer une forme de sensibilité ou de modestie dans un contexte économique difficile. Par exemple, quand l'usine Electrolux à L'Assomption a annoncé la fermeture de ses portes en 2014, le diffuseur pluridisciplinaire Théâtre Hector-Charland a ressenti une baisse de son assistance sans proportion avec le nombre de personnes ayant perdu leur emploi.

En période économique plus difficile, les gens peuvent aussi devenir plus critiques quant à la valeur relative des dépenses culturelles. Les spectacles peuvent être perçus comme offrant moins de valeur par rapport à d'autres formes de divertissement ou d'activités.

La diminution de la fréquentation des spectacles par des personnes n'ayant pas de difficultés financières pendant ces périodes s'explique par des facteurs psychologiques, sociétaux, pratiques et comportementaux. La prudence financière, la solidarité sociale, les changements de priorités et l'émergence de nouvelles habitudes de consommation jouent tous un rôle important dans cette dynamique.

La conjoncture économique finira par se rétablir. Il sera alors essentiel de mesurer les effets à long terme sur les habitudes et les comportements des spectateurs. Le retour à une situation économique favorable ne signifiera pas automatiquement un retour en salle identique à celui d'avant la crise.

### 3.7.5 Quelle stratégie de prix?

La conjoncture économique a joué un rôle important dans la fréquentation des spectacles et la formation du public. En période d'incertitude financière, les dépenses discrétionnaires, telles que les sorties culturelles, sont souvent les premières à être réduites, soit par une moindre consommation, soit par des changements d'habitudes (comme se rabattre sur des activités de loisir à moindre coût). Cette réalité oblige les professionnels du secteur à réfléchir attentivement à leurs stratégies de prix, particulièrement en période de forte inflation.

L'élasticité prix de la demande désigne la sensibilité de la demande par rapport aux variations de prix. Dans le secteur culturel, cette élasticité peut varier considérablement. Une baisse de prix pourrait augmenter la demande, mais ce n'est pas garanti. En effet, les biens culturels possèdent une dimension symbolique forte. Les spectateurs ne recherchent pas uniquement une activité de divertissement, mais aussi une expérience enrichissante, éducative ou socialement valorisante. Par conséquent, une réduction des prix peut parfois être perçue comme une diminution de la qualité ou de la valeur symbolique de l'événement.

Les stratégies marketing qui jouent sur le prix, telles que les offres « 2 pour 1 » ou les rabais, visent à rendre les spectacles plus accessibles financièrement. Cependant, ces approches ont souvent un effet d'aubaine, c'est-à-dire qu'elles attirent principalement les personnes qui seraient venues de toute façon, mais le font alors à un coût réduit. Ces stratégies ne réussissent donc pas toujours à attirer de nouveaux publics ni à fidéliser ceux existants de manière durable.

Les professionnels doivent adopter une approche plus large qui ne se limite pas à des réductions de prix, mais qui valorise l'expérience culturelle, diminue le risque perçu et crée des liens durables avec les spectateurs. Une compréhension approfondie de l'élasticité prix et de la dimension symbolique des spectacles est essentielle pour l'élaboration de stratégies efficaces et pertinentes, surtout dans une période où l'inflation est forte.

---

## PRÉFÉRENCES DE FORMATS ET DE SORTIES EN MATIÈRE DE SPECTACLES

Cette nouvelle section traite des préférences de formats et de sorties en matière de spectacles selon cinq thématiques :

- Les préférences en matière de spectacles professionnels;
- Les préférences en matière de journées et d’horaires de spectacles professionnels;
- Les préférences en matière de lieux de spectacles professionnels;
- Les préférences en matière de sorties culturelles;
- Les préférences en matière d’activités en fin de semaine.

Ces thématiques étaient abordées dans le questionnaire recontactant (voir l’annexe 3), qui comprenait plusieurs questions pour chaque thématique afin de couvrir plusieurs angles.

Le traitement des résultats a été mené systématiquement selon sept variables :

- Le genre;
- L’aspect géographique;
- L’intensité de fréquentation;
- L’âge;
- Le revenu du ménage;
- Le niveau de scolarité;
- La langue parlée.

Les sections suivantes rendent compte de ces résultats. Toutefois, comme l’ensemble des traitements conduit à la production de plus d’une centaine de figures ou de tableaux, un choix éditorial a eu lieu : nous présentons dans ce document les résultats les plus probants<sup>16</sup>.

### 4.1 PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE SPECTACLES PROFESSIONNELS

Une section du questionnaire recontactant a permis d’interroger les répondants quant à leurs préférences à propos des spectacles professionnels. Ces préférences concernent plusieurs paramètres d’un spectacle professionnel : son format, sa nature, son prix, sa langue ainsi que l’origine et la notoriété des artistes qui y prennent part. Au total, huit paramètres construits sous forme d’échelles d’opposition gradées ont été présentés aux répondants :

1. Artistes québécois — artistes canadiens et internationaux;
2. Spectacles en français — spectacles en anglais ou dans une autre langue;
3. Spectacles d’artistes émergents — spectacles d’artistes établis;
4. Spectacles gratuits — spectacles tarifés;
5. Nouveautés ou créations — classiques ou valeurs sûres;
6. Spectacles légers, divertissants — spectacles exigeants, profonds;

<sup>16</sup> Un document à part, compilant l’ensemble des figures réalisées à partir de ces données, peut être téléchargé [ici](http://daiglesaire.ca/upload/pdf/GTFAS2_Prefs_formats_sorties.pdf) : [http://daiglesaire.ca/upload/pdf/GTFAS2\\_Prefs\\_formats\\_sorties.pdf](http://daiglesaire.ca/upload/pdf/GTFAS2_Prefs_formats_sorties.pdf)

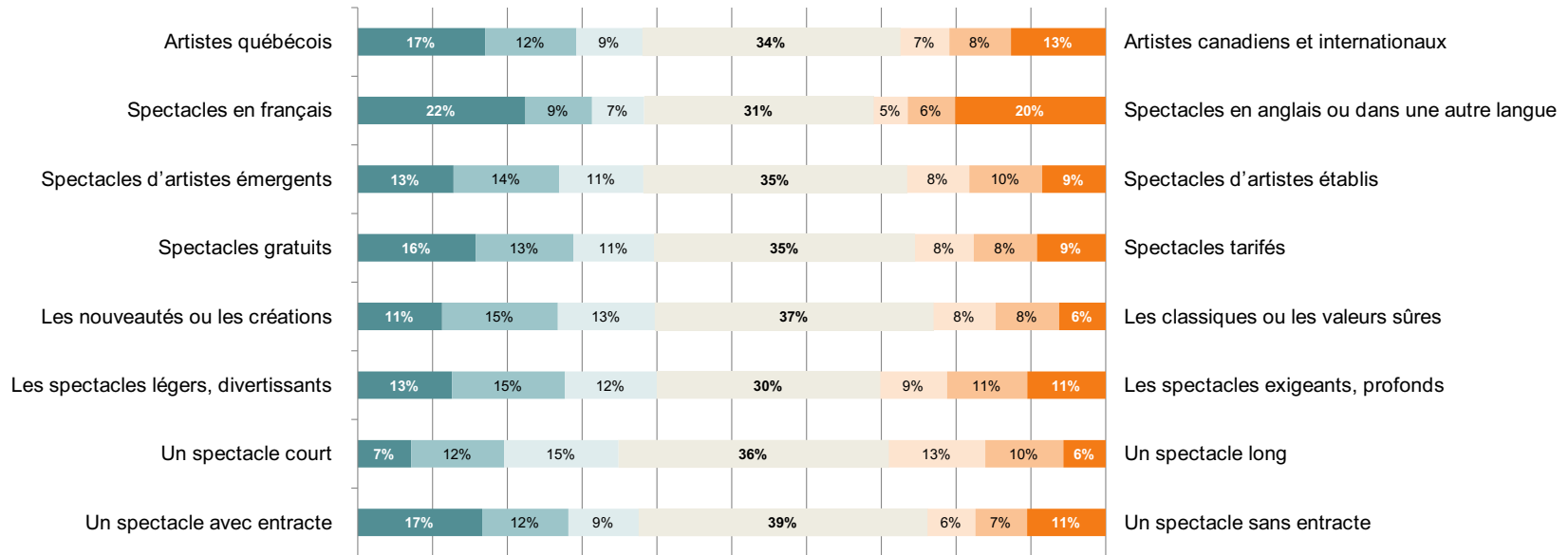
7. Spectacles courts — spectacles longs;
8. Spectacles avec entracte — spectacles sans entracte.

Pour chaque paramètre, les répondants ont pu indiquer leur préférence grâce à un curseur se déplaçant sur une échelle d'un pôle à l'autre (chaque pôle indique une grande préférence tandis que le milieu de l'échelle est synonyme d'indifférence). Les résultats qui suivent doivent être lus selon l'importance relative que chacun de ces paramètres (correspondant à la préférence du public et du non-public) peut avoir dans le choix d'un spectacle professionnel : les répondants sont-ils davantage indifférents à ce paramètre? Un pôle (ex. : spectacle court plutôt que long) est-il préféré par les répondants?

De manière générale (voir la figure 216), pour la plupart des paramètres testés, les données indiquent une indifférence concernant de 30 % à 40 % des réponses totales. C'est de loin le choix le plus souvent retenu par les répondants.

Toutefois, la figure 219 illustre une cristallisation quant à la langue principale du spectacle : moins de répondants sont indifférents à ce paramètre et une proportion plus importante exprime une plus grande préférence pour l'un ou l'autre des pôles (spectacles en français ou spectacles en anglais ou dans une autre langue). Une plus grande polarisation des préférences indique une plus grande sensibilité à ce paramètre parmi les répondants; les diffuseurs devront en tenir compte dans leur façon de viser un ou des publics particuliers pour leurs spectacles.

**fig.216 Préférences en matière de spectacles professionnels**  
*(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)*



Même si la part des répondants indifférents est élevée par rapport aux autres, une préférence semble émerger pour les nouveautés ou les créations vis-à-vis des spectacles plus classiques ou ce qu'on nomme « les valeurs sûres » ainsi que pour les spectacles gratuits par rapport aux spectacles payants. Similairement, si une part importante des répondants (presque 4 répondants sur 10) se montre indifférente à la présence ou non d'un entracte, une même proportion préfère qu'un spectacle soit entrecoupé d'une pause tandis que seulement 1 répondant sur 4 n'en souhaite pas.

À l'intérieur de chaque paramètre testé, les réponses ont été croisées avec les sept variables sociodémographiques présentées précédemment. Seules les variables sociodémographiques les plus sensibles, c'est-à-dire celles pour lesquelles certains résultats varient suffisamment de ceux de l'ensemble des répondants, ont fait l'objet d'un graphique. Les graphiques des autres variables, moins déterminantes dans la compréhension d'une préférence, ont néanmoins été insérés en annexe.

### **Artistes québécois — artistes canadiens ou internationaux**

Concernant la préférence entre un spectacle composé d'artistes québécois et un autre composé d'artistes canadiens ou internationaux, deux variables sociodémographiques font apparaître des résultats plus polarisants :

- L'intensité de fréquentation de spectacles professionnels;
- L'âge.

Le genre, le lieu de résidence, le niveau de scolarité et la langue parlée ont un impact limité sur cette préférence (voir les graphiques en annexe), tandis que le revenu du ménage semble n'avoir aucun impact particulier sur ce paramètre.

La préférence pour des spectacles avec une distribution majoritairement québécoise devient plus prononcée à mesure que le nombre de spectacles professionnels consommés au cours d'une année augmente (voir la figure 217). Cette tendance montre que plus un individu consomme de spectacles, moins il est indifférent à l'origine des artistes sur scène et plus sa préférence va à des artistes québécois : 38 % de l'ensemble des répondants estiment avoir une préférence (de légère à grande) pour des spectacles dont la distribution est majoritairement québécoise, tandis que cette préférence se manifeste chez 55 % des répondants qui assistent annuellement à 20 spectacles et plus.

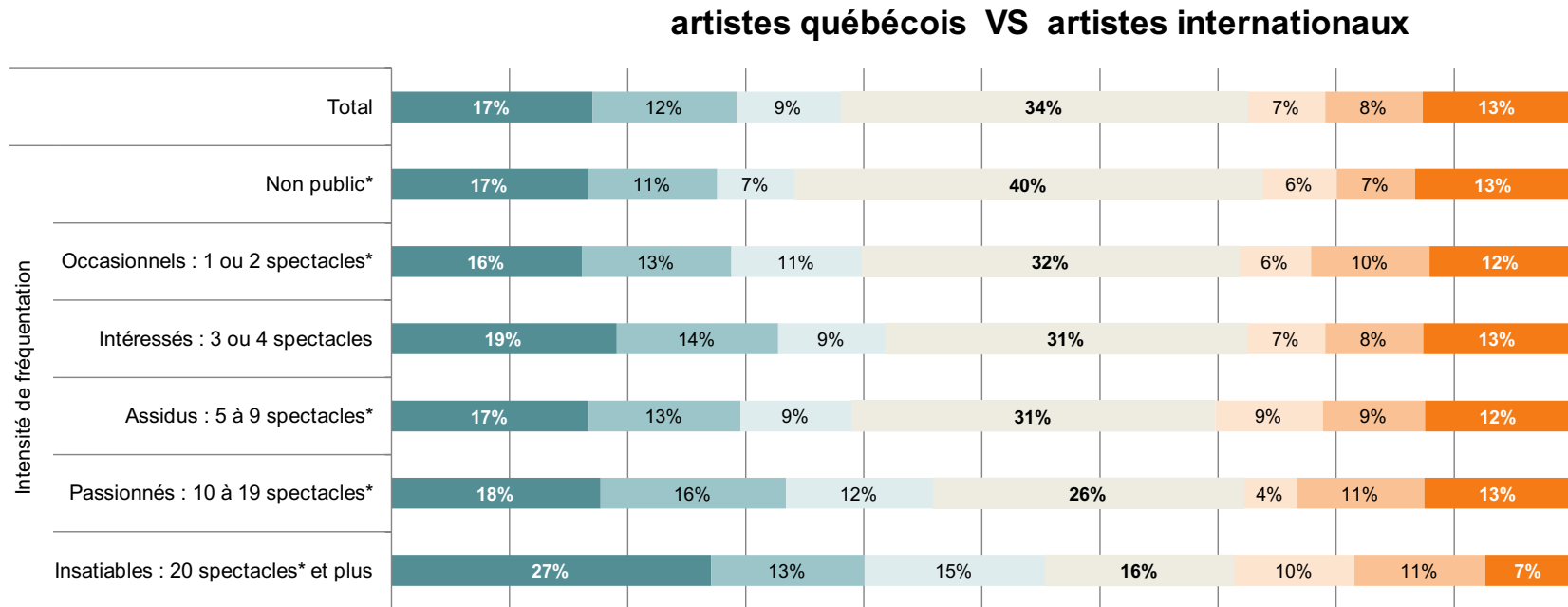
L'âge est également une variable sensible pour expliquer la préférence d'un individu pour des spectacles composés d'artistes québécois ou d'artistes canadiens ou internationaux (voir la figure 218). Les spectateurs âgés de 25 ans à 44 ans se montrent les plus indifférents vis-à-vis de l'origine des artistes sur scène tandis que ceux de 65 ans et plus y sont le plus sensibles. Alors qu'une corrélation positive s'établit graduellement entre l'intensité de fréquentation et la préférence pour des artistes québécois, la variable de l'âge montre une plus grande polarisation constante des préférences, sauf chez les spectateurs de moins de 25 ans : les préférences sont plus marquées pour les deux pôles et l'indifférence plus faible à mesure que l'âge des répondants augmente.

L'aspect identitaire d'un spectacle ou à tout le moins de sa distribution semble être à prendre davantage en compte pour un public plus âgé et plus consommateur de spectacles, alors que, pour le non-public, cet aspect du spectacle laisse plus indifférent.



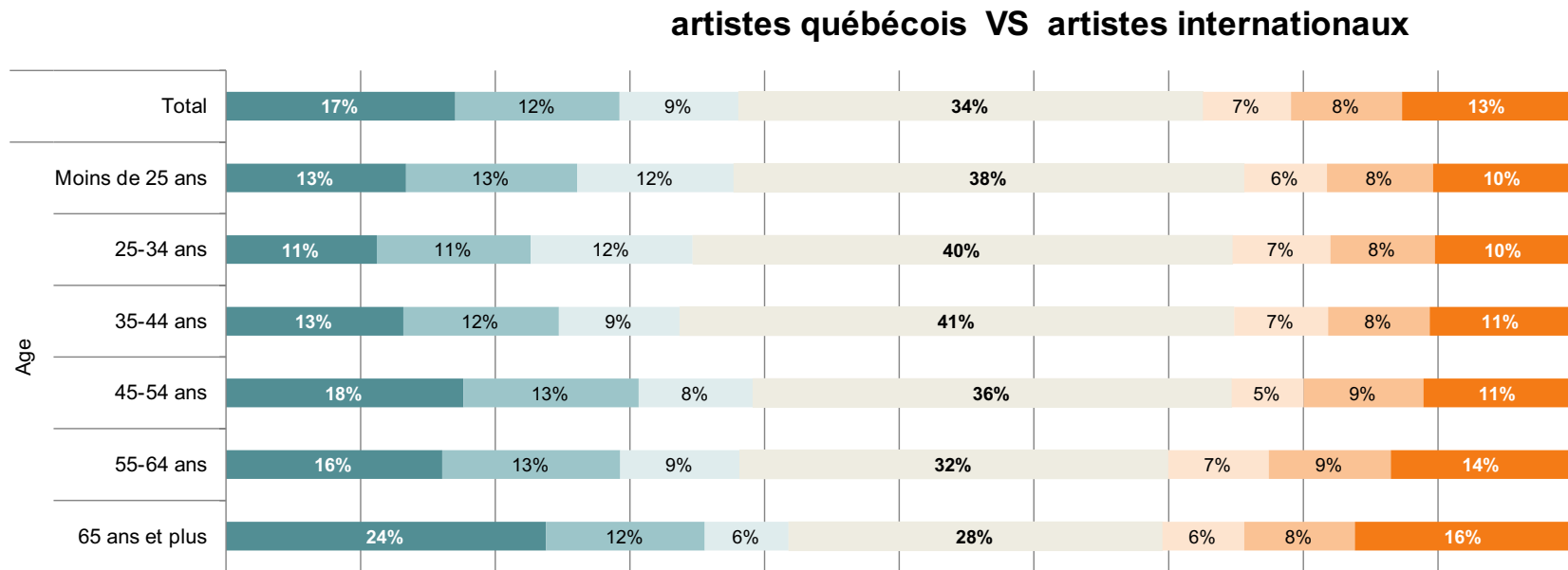
**fig.217 Préférences pour un spectacle composé d'artistes québécois ou d'artistes canadiens ou internationaux selon l'intensité de fréquentation**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.218 Préférences pour un spectacle composé d'artistes québécois ou d'artistes canadiens ou internationaux selon l'âge**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



## Spectacles en français — spectacles en anglais ou dans une autre langue

Lorsqu'il s'agit d'assister à un spectacle en français ou à un spectacle en anglais ou dans une autre langue, la préférence observée est beaucoup plus polarisée que pour les sept autres préférences testées. Moins de répondants se montrent indifférents par rapport à ce paramètre et les proportions de répondants affichant une grande préférence pour l'un des deux pôles (spectacles en français ou spectacles en anglais ou dans une autre langue) sont plus élevées que pour les autres préférences (voir la figure 219).

Par rapport à l'ensemble des réponses analysées, l'intensité de fréquentation à des spectacles professionnels et l'âge des répondants sont aussi les deux variables pour lesquelles les résultats liés à cette préférence sont les plus polarisants et celles qui affichent les plus nettes tendances. Il est intéressant de noter que la variable de la langue parlée à la maison donne des résultats très similaires entre anglophones et francophones : les proportions de répondants déclarant préférer des spectacles en anglais ou en français sont quasiment identiques. Autrement dit, il n'y a pas, par exemple, de préférence plus marquée pour des spectacles en anglais parmi les répondants dont la langue parlée à la maison est l'anglais et inversement en ce qui concerne le français.

Plus on consomme de spectacles professionnels annuellement, moins on est indifférent à la langue du spectacle (voir la figure 220). À contrario, le non-public est le groupe de répondants le plus indifférent à la langue d'un spectacle.

Quant aux plus grands consommateurs de spectacles, 8 répondants sur 10 disent avoir une préférence (qu'elle soit forte ou moins marquée)

pour la langue du spectacle. Les répondants dont la préférence va aux spectacles en français sont, eux aussi, plus nombreux chez les grands consommateurs de spectacles (on parle de plus de la moitié des répondants chez le groupe des insatiables, contre 38 % pour l'ensemble des répondants).

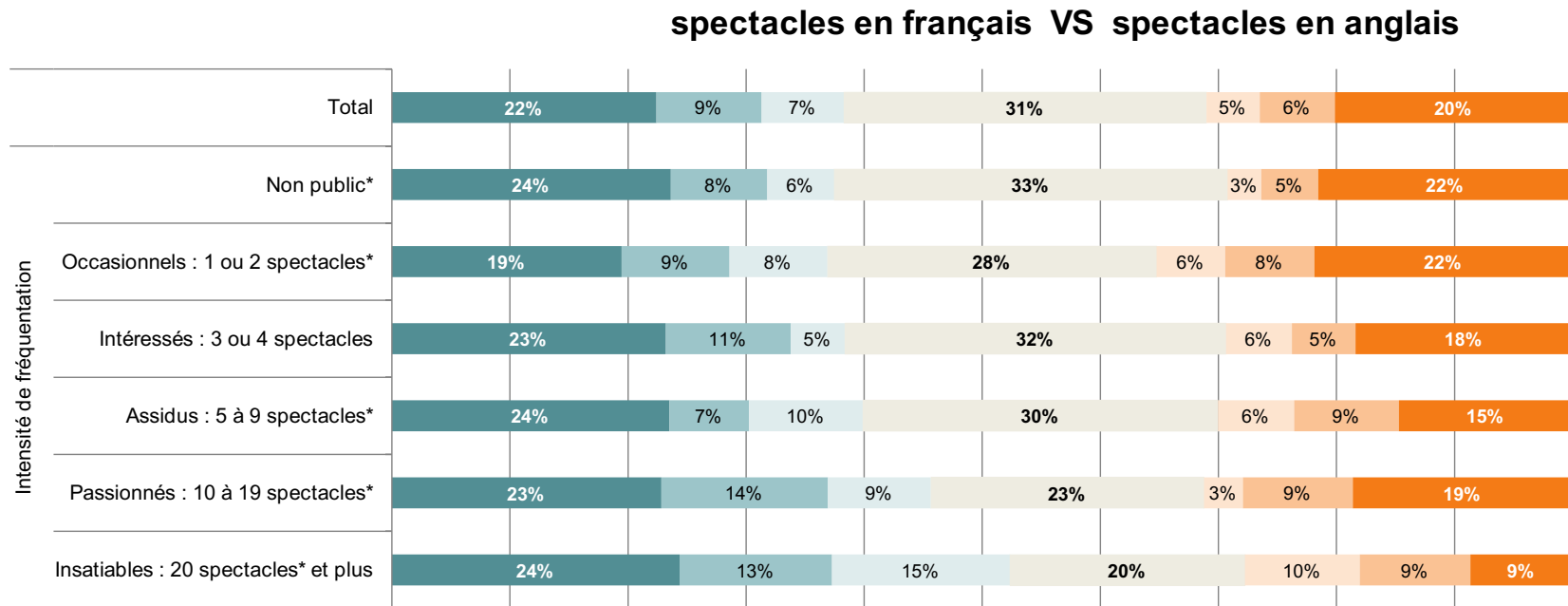
Les spectateurs insatiables (donc qui assistent à 20 spectacles et plus annuellement), s'ils ont certes des préférences marquées, affichent à la fois une plus grande préférence que les autres types de consommateurs pour les spectacles en français et une plus faible préférence pour les spectacles en anglais ou dans une autre langue. À l'inverse, les spectateurs occasionnels (qui voient 1 ou 2 spectacles par année) sont, par rapport à la moyenne de l'ensemble des répondants, légèrement plus sensibles aux spectacles en anglais ou dans une autre langue qu'à ceux en français.

Une logique similaire prévaut au chapitre de l'âge des répondants, qui semble cristalliser les préférences des répondants : plus un spectateur est âgé, plus il affiche une préférence pour la langue du spectacle auquel il souhaite assister, qu'il s'agisse du français, de l'anglais ou d'une autre langue. Deux explications sont possibles : soit il s'agit d'un phénomène générationnel (les individus plus âgés sont, pour différentes raisons culturelles et sociales, plus polarisés quant au choix de la langue), soit il peut s'agir d'un effet lié au cycle de vie (nos préférences deviennent plus claires à mesure qu'on vieillit).

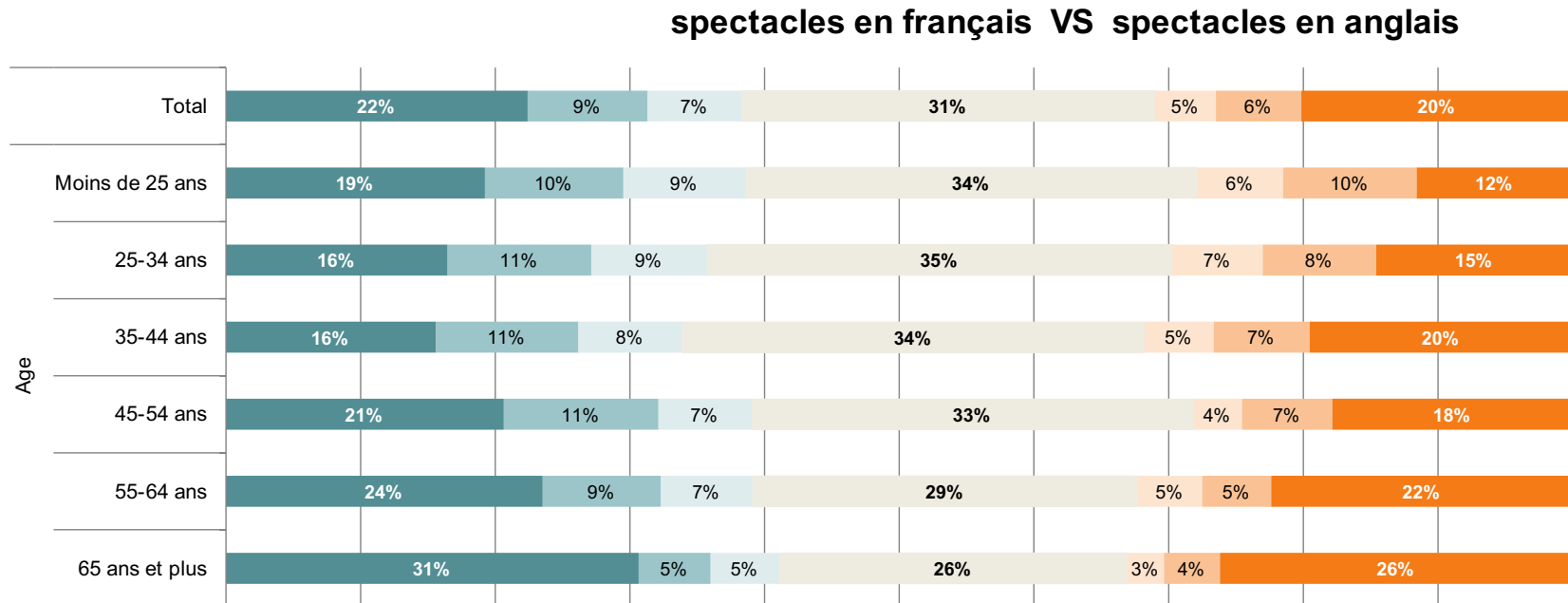
La préférence des répondants âgés de 25 ans à 44 ans à l'égard des spectacles en français est plus légère que parmi les autres groupes d'âge. Là encore, il est difficile d'affirmer s'il s'agit d'un effet lié au cycle de vie ou d'un effet générationnel.

**fig.219 Préférences pour un spectacle en français ou un spectacle en anglais ou dans une autre langue selon l'intensité de fréquentation**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.220 Préférences pour un spectacle en français ou un spectacle en anglais ou dans une autre langue selon l'âge**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



### Spectacles d'artistes émergents — spectacles d'artistes établis

La préférence pour assister à un spectacle composé d'artistes émergents (38 %) plutôt qu'à un spectacle d'artistes établis (27 %) est plus prégnante chez les répondants du sondage (figure 221).

Les données ne montrent que de légères variations quant aux préférences liées à l'expérience et à la notoriété des artistes pour les variables du genre, de l'âge et du niveau de scolarité à travers tout l'échantillon.

Le portrait est toutefois à nuancer quant à la variable reliée à l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels. En effet, pour l'ensemble des groupes de consommateurs (du non-public aux plus grands consommateurs de spectacles professionnels), la préférence pour des spectacles composés d'artistes établis demeure stable, exception faite du groupe des passionnés (qui voient entre 10 et 19 spectacles par année), dont la préférence diminue.

Globalement, plus un individu consomme de spectacles professionnels au cours d'une année, moins il est indifférent à la notoriété et à l'expérience des artistes sur scène (les individus indifférents sont proportionnellement deux fois moins nombreux chez les consommateurs insatiables par rapport à l'ensemble des répondants au questionnaire). La moindre indifférence des répondants semble se traduire par un choix en faveur des spectacles composés d'artistes émergents.

### Spectacles gratuits — spectacles tarifés

Plus de 40 % des répondants disent avoir une préférence pour les spectacles gratuits contre 25 % pour les spectacles payants (figure 222). Un bon tiers se dit quant à lui indifférent vis-à-vis de ce paramètre.

La figure montre que la préférence concernant le coût du billet pour un spectacle devient moins importante à mesure que le revenu du ménage augmente. Plus le revenu est élevé, moins ce paramètre, pour les spectacles tant gratuits que tarifés, semble compter. Les individus dont le revenu du ménage est de 100 000 \$ ou plus sont ainsi les plus indifférents au coût d'achat d'un billet de spectacle, tandis que ceux disposant d'un revenu du ménage inférieur à 50 000 \$ sont les moins indifférents.

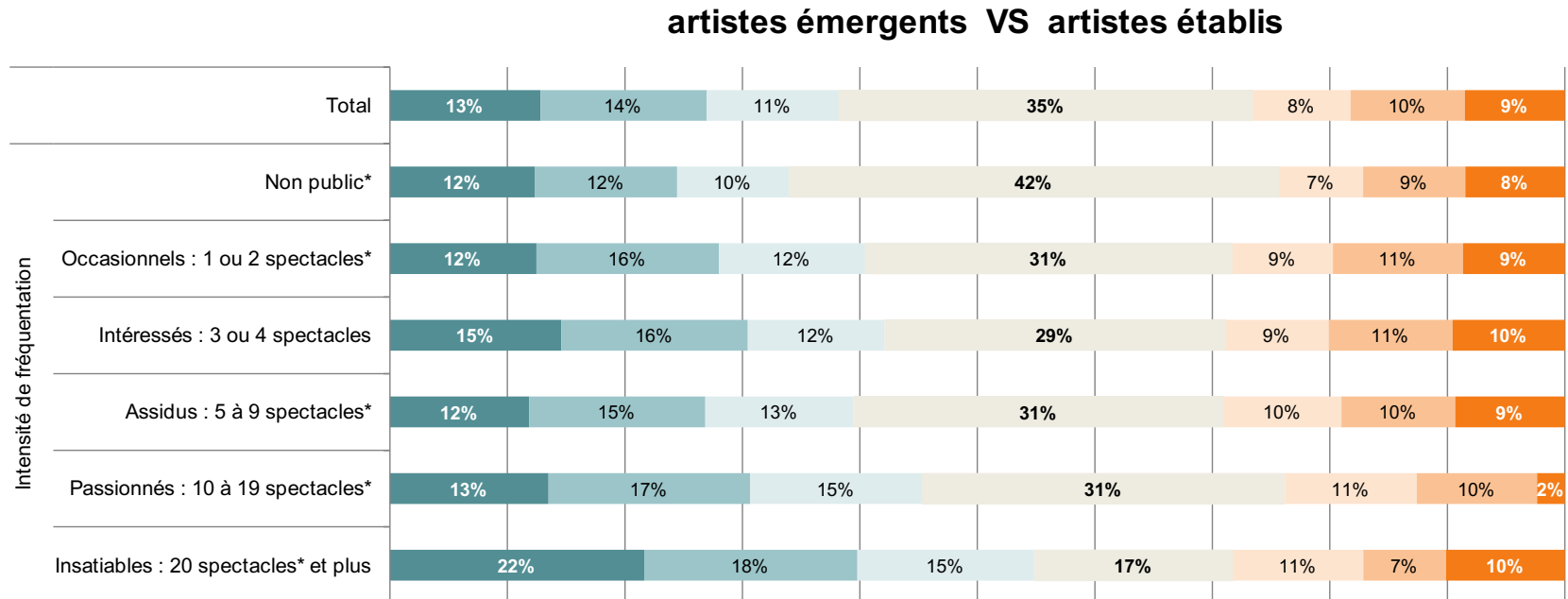
La préférence liée à la gratuité ou à la tarification d'un spectacle réagit également à la variable de la langue parlée à la maison. Si l'on n'observe pas de différences significatives entre les anglophones et les francophones quant à ce paramètre, les allophones sont nettement plus sensibles aux spectacles gratuits : 1 répondant allophone sur 4 affirme sa forte préférence pour les spectacles gratuits, contre 16 % des répondants en moyenne. On peut imaginer que la gratuité d'un spectacle pour un individu allophone permet de contrebalancer le risque que peut représenter un spectacle présenté en français ou en anglais, c'est-à-dire dans une langue qu'il ne parle pas habituellement à la maison. Un autre aspect lié à la variable sensible du revenu du ménage est que le coût d'un billet de spectacle peut représenter un frein pour un individu allophone, dont les revenus sont en moyenne moins élevés que ceux des francophones et des anglophones<sup>17</sup>.

Le genre, le niveau de scolarité, l'intensité de fréquentation ainsi que l'âge sont légèrement sensibles à cette préférence, c'est-à-dire que les résultats varient un peu en fonction des différentes catégories d'individus pour chaque variable. Les graphiques correspondants à chaque variable ont été ajoutés en annexe.

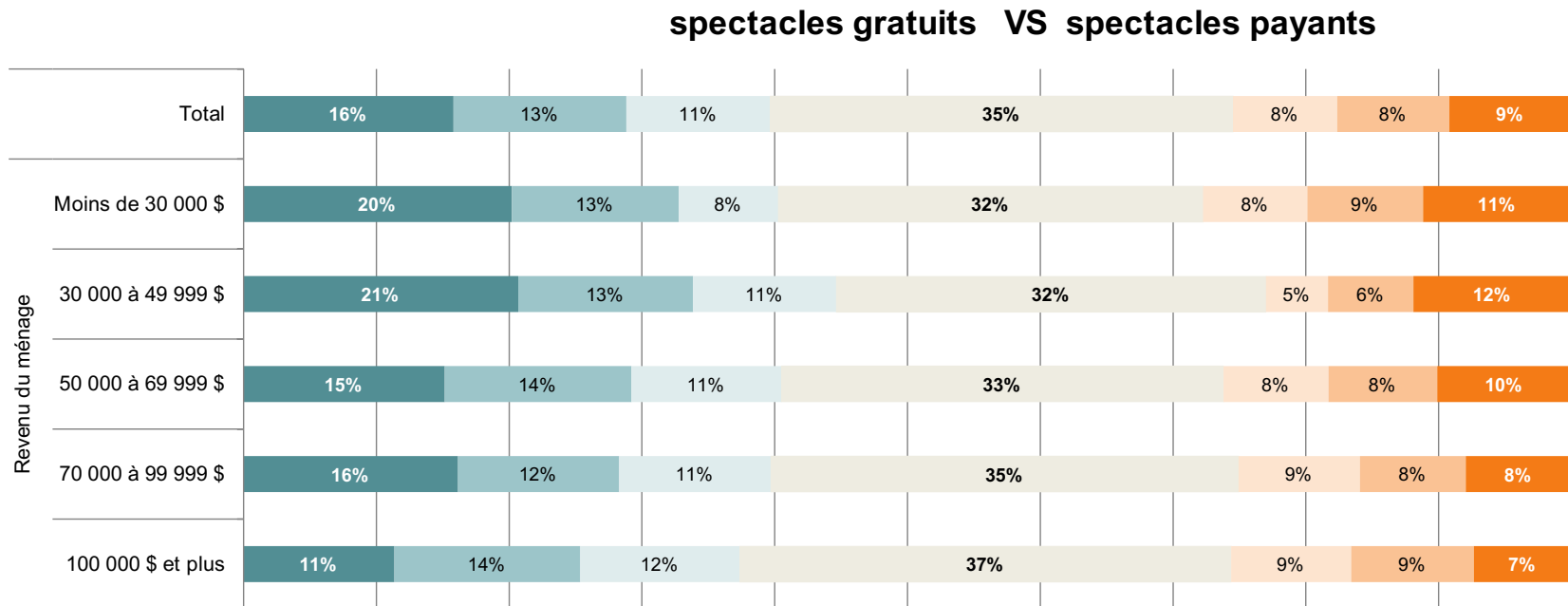
<sup>17</sup> Office québécois de la langue française (2022). <https://www.quebec.ca/nouvelles/actualites/details/nouvelle-etude-de-loffice-quebecois-de-la-langue-francaise-portrait-du-revenu-demploi-au-quebec-en-2015-selon-les-langues-utilisees-au-travail-42655>

**fig.221 Préférences pour un spectacle d'artistes émergents ou un spectacle d'artistes établis selon l'intensité de fréquentation**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)

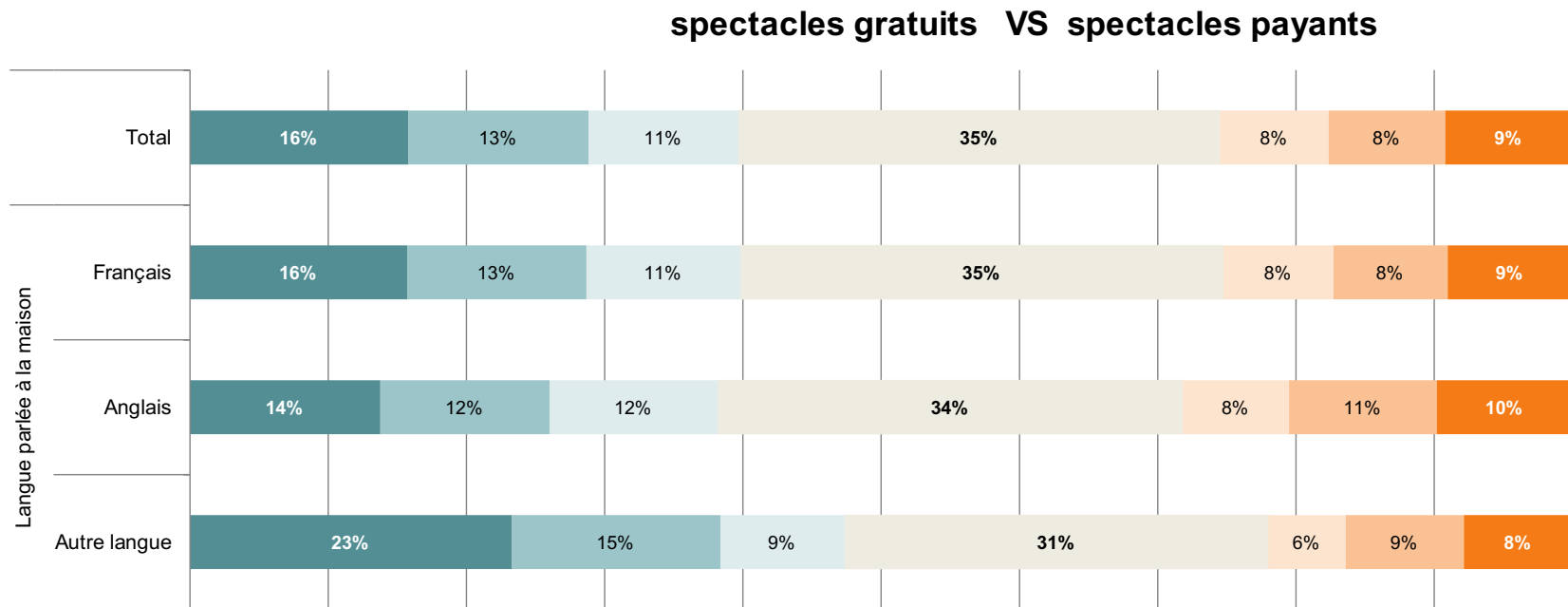


**fig.222 Préférences pour un spectacle gratuit ou un spectacle tarifé selon le revenu du ménage**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)





**fig.223 Préférences pour un spectacle gratuit ou un spectacle tarifé selon la langue parlée à la maison**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



### **Nouveautés ou créations — classiques ou valeurs sûres**

Au sein du continuum « nouveautés ou créations — classiques ou valeurs sûres », la préférence pour des nouveautés ou créations est marquée et concerne 4 répondants sur 10 (contre à peine plus de 2 répondants sur 10 pour les classiques et les valeurs sûres (figure 224). La proportion d'indifférents est également l'une des plus élevées parmi les 8 préférences testées dans le sondage (37 %).

La préférence « nouveautés ou créations — classiques ou valeurs sûres » se montre plus sensible à deux variables sociodémographiques : l'intensité de fréquentation et l'âge.

Dans le cas de la première variable, le même schéma que pour les préférences précédentes se dessine : plus un consommateur assiste à des spectacles professionnels au cours d'une année, plus il affirme ses préférences (la proportion de répondants indifférents est alors moindre) et plus sa préférence va pour les nouveautés et les créations.

En effet, les consommateurs insatiables (qui consomment 20 spectacles professionnels et plus par année) sont, toutes proportions gardées, 2 fois moins nombreux à se déclarer indifférents lorsqu'il s'agit d'assister à une nouveauté ou à un classique que le non-public et 2 fois plus nombreux à avoir une préférence forte pour les nouveautés. Cela pourrait s'expliquer par le risque que peut représenter une nouveauté ou création (risque financier et artistique) vis-à-vis d'une valeur sûre pour un public qui assiste peu à des spectacles professionnels. Pour un public d'habitues, le risque financier et artistique est dilué par la fréquence élevée de sorties. On peut également avancer que sa grande consommation de spectacles est liée au besoin de découvrir de nouvelles avenues artistiques.

À noter tout de même que la proportion d'individus préférant (toutes formes de préférences confondues) un classique (autour d'un répondant sur cinq) est relativement stable, peu importe le nombre de spectacles vus au cours d'une année.

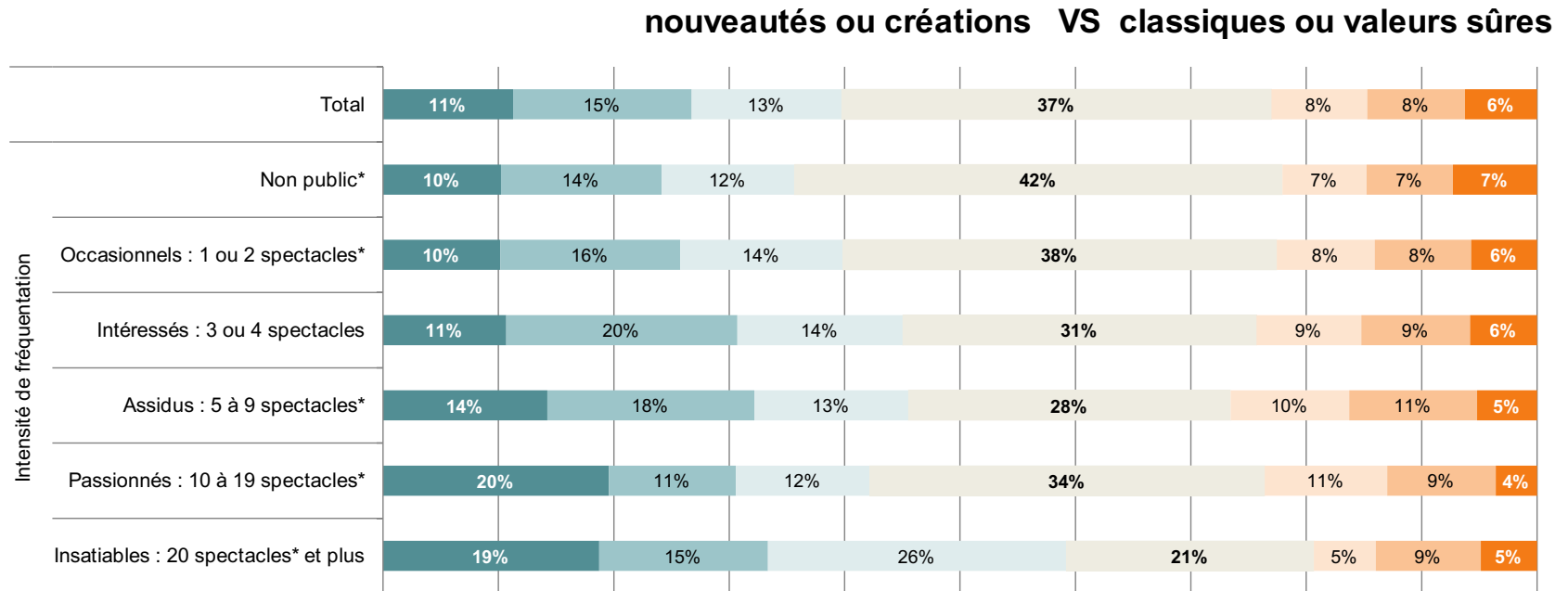
La variable de l'âge fait réagir les résultats de la même façon, à quelques nuances près et de façon légèrement moins marquée (figure 225 : plus un individu est âgé, plus ses préférences s'affirment (il y a moins de répondants indifférents) et plus sa préférence va aux créations et aux nouveautés. Les spectateurs âgés de moins de 25 ans constituent une exception puisque, bien qu'ils constituent le groupe le plus jeune, leur préférence pour les nouveautés et les créations est déjà claire, bien que moins marquée que chez les spectateurs de 65 ans et plus.

Ceux de 25 ans à 44 ans constituent le groupe le plus indifférent lorsqu'il s'agit de choisir entre une nouveauté et un classique. Sans surprise, c'est aussi ce groupe d'âge qui a le moins de préférences fortes à ce chapitre : seulement 6 % des spectateurs âgés de 25 ans à 44 ans préfèrent fortement les nouveautés ou créations. Cette proportion est 2,5 fois plus élevée chez les répondants de 65 ans et plus.

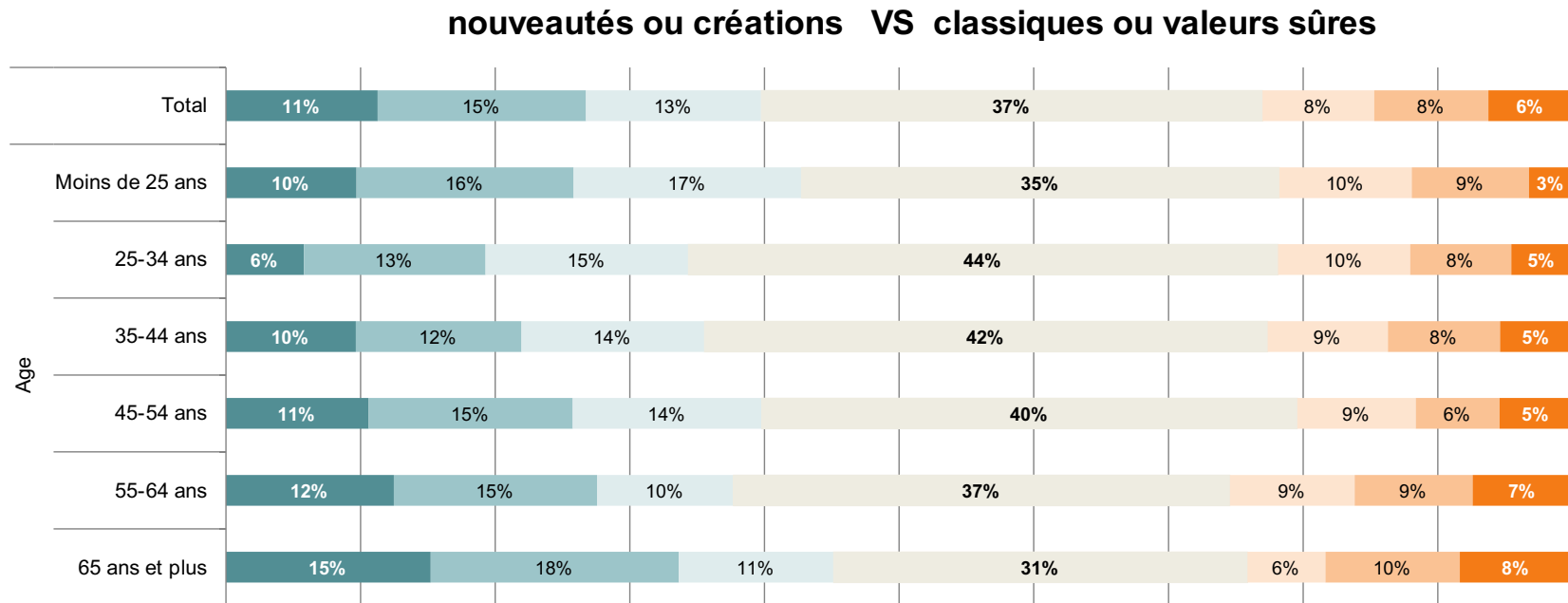
La préférence entre des nouveautés ou créations et des classiques ou valeurs sûres est légèrement sensible aux variables du genre, du niveau de scolarité et du lieu de résidence.

**fig.224 Préférences pour des nouveautés ou créations ou pour des classiques ou valeurs sûres selon l'intensité de fréquentation**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.225 Préférences pour des nouveautés ou créations ou pour des classiques ou valeurs sûres selon l'âge**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



### **Spectacles légers, divertissants — spectacles exigeants, profonds**

Assister à un spectacle léger et divertissant ou profond et exigeant est l'un des paramètres pour lesquels la proportion de répondants indifférents est la plus faible, soit 30 % (voir la figure 226). La préférence va plus largement à des spectacles légers, avec 4 répondants sur 10 qui l'ont sélectionnée, contre 3 répondants sur 10 pour des spectacles exigeants.

Ce paramètre se montre sensible à l'intensité de fréquentation. En effet, plus l'intensité de fréquentation est grande, plus la préférence pour un spectacle léger et divertissant est élevée et marquée : la moitié des consommateurs insatiables préfèrent des spectacles légers. À l'inverse, seulement 2 répondants sur 10 préfèrent des spectacles exigeants. Le degré de profondeur souhaité d'un spectacle tend donc à diminuer avec l'habitude prononcée de consommer des spectacles.

Les spectateurs occasionnels, intéressés et assidus (qui consomment donc entre 1 et 9 spectacles professionnels par année) sont les groupes dont la préférence pour un spectacle profond et exigeant est la plus élevée sans pour autant être la préférence la plus répandue.

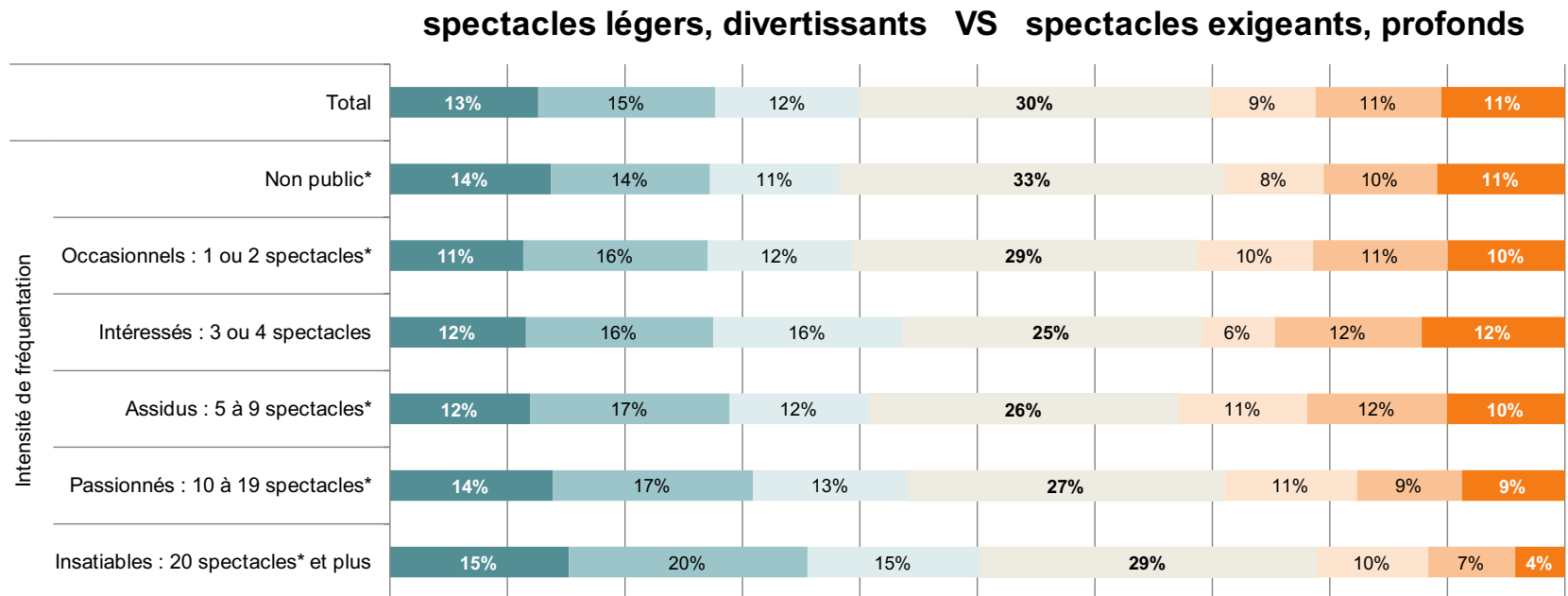
L'âge, le revenu du ménage, le niveau de scolarité et le genre ont un impact limité sur cette préférence (voir les graphiques en annexe).

### **Spectacles courts — spectacles longs**

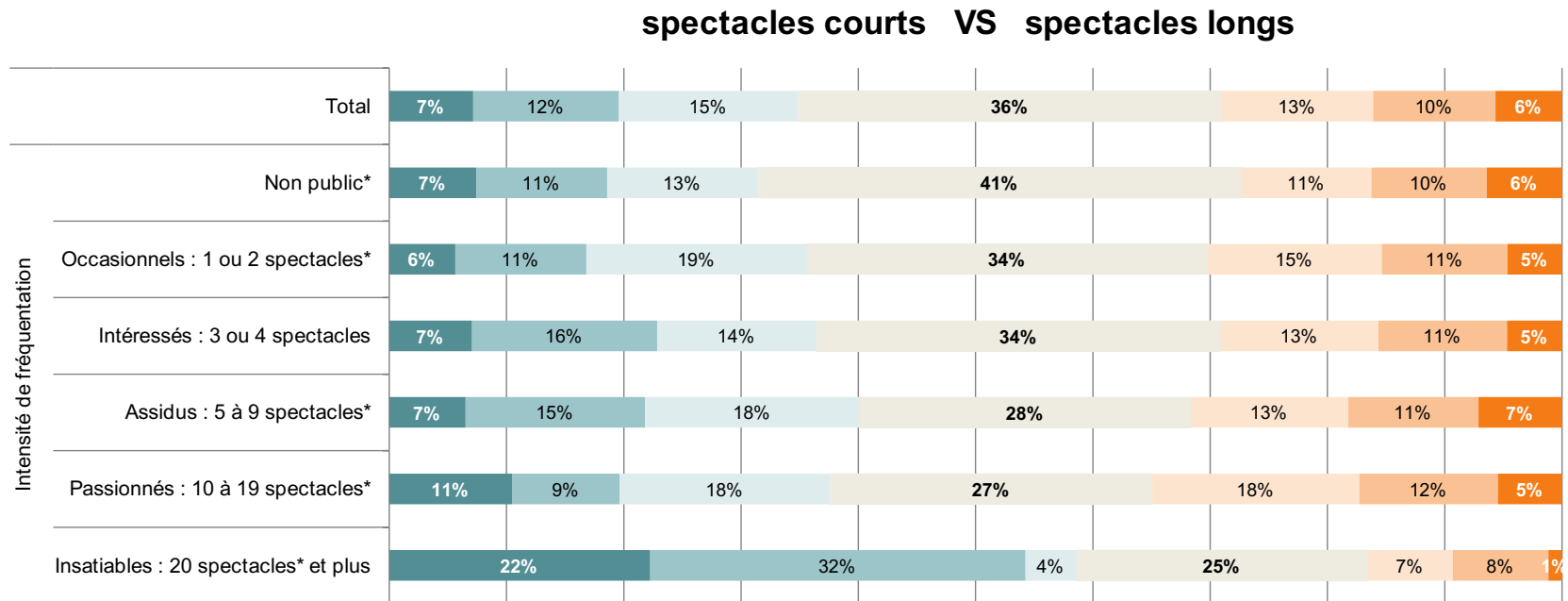
La longueur des spectacles est l'un des paramètres étudiés les moins polarisants. La proportion de répondants ayant des préférences fortes pour l'un des deux pôles est moindre par rapport aux autres paramètres analysés. Les réponses sont plus marquées en fonction de l'intensité de fréquentation (voir la figure 227) : la longueur d'un spectacle laisse de moins en moins indifférent à mesure que la consommation de spectacles au cours d'une année augmente (et que se dessine alors un penchant vers un spectacle court plutôt que long). Dans le cas des consommateurs insatiables, la tendance est claire : près de 6 répondants sur 10 assurent préférer un spectacle court, contre 16 % qui favorisent un spectacle long.

**fig.226 Préférences pour des spectacles légers, divertissants ou des spectacles exigeants, profonds selon l'intensité de fréquentation**

(échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.227 Préférences pour des spectacles courts et des spectacles longs selon l'intensité de fréquentation**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



### Spectacles avec entracte — spectacles sans entracte

La préférence pour un spectacle avec entracte ou un spectacle sans entracte regroupe la plus grande proportion d'indifférents parmi les 8 préférences analysées (39 %). Toutefois, cette proportion équivaut pratiquement aussi au pourcentage de répondants préférant, à divers degrés, un spectacle avec entracte (38 %). Moins d'un répondant sur quatre préfère un spectacle sans entracte (figure 228).

La préférence pour un spectacle avec ou sans entracte semble plus sensible à trois des huit variables sociodémographiques testées :

- L'intensité de fréquentation;
- L'âge;
- La langue parlée à la maison.

Elle l'est dans une moindre mesure au genre, au lieu de résidence et au niveau de scolarité (voir les graphiques en annexe).

La variation des résultats est particulièrement marquée selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels au cours d'une année. En effet, si près de 44 % du non-public est indifférent à l'intégration d'un entracte dans un spectacle, les plus grands consommateurs de spectacles professionnels ne sont plus que 9 % à se dire indifférents. Leur préférence est plus polarisée : ce dernier groupe est celui dont les préférences fortes pour l'une ou l'autre des options sont aussi les plus imposantes (27 % ont une préférence forte pour des spectacles avec entracte, 19 % pour des spectacles sans entracte).

La variable de l'âge (voir la figure 229) connaît la même tendance : plus on vieillit, plus on est sûr de ses préférences (il y a moins de répondants indifférents) et plus les préférences tendent à s'affirmer (les préférences

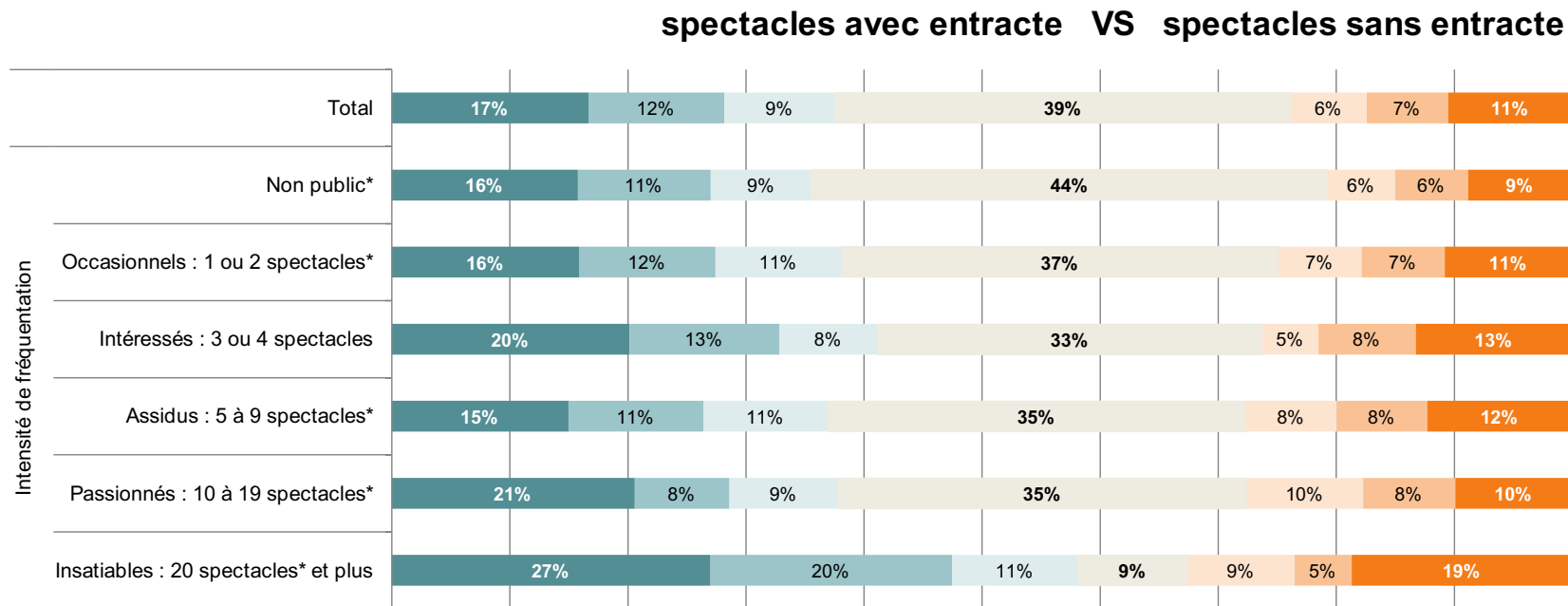
sont fortes pour l'une et l'autre des deux options). Seuls les spectateurs âgés de 25 ans et moins se composent majoritairement d'individus préférant les spectacles avec entracte (4 répondants sur 10 contre 2 répondants sur 10 pour des spectacles sans entracte).

Enfin, les répondants dont la langue parlée à la maison n'est ni le français ni l'anglais, et dans une moindre mesure les anglophones, sont beaucoup plus indifférents à la présence d'un entracte lors d'un spectacle. Quant à ceux qui se prononcent, la préférence va nettement à la présence d'un entracte (voir la figure 230).

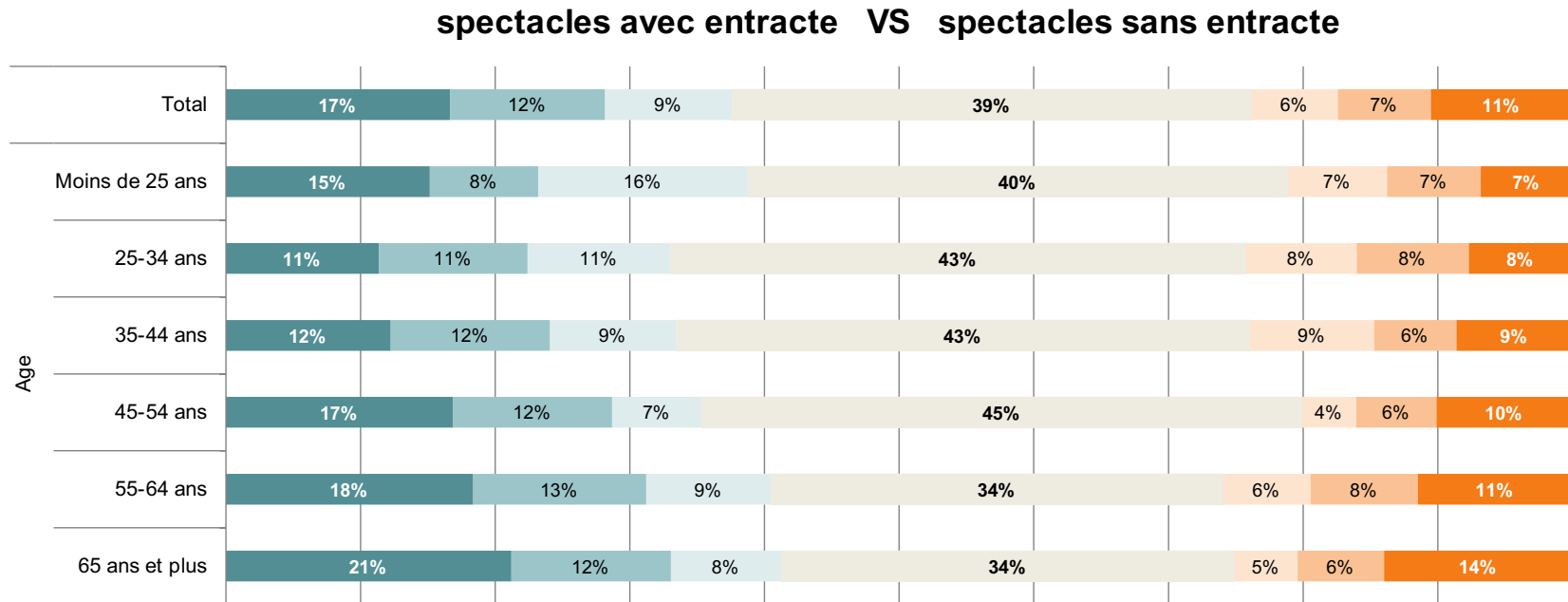
Devant l'hétérogénéité des résultats, il est important de revenir sur le lieu de diffusion et la nature du spectacle diffusé pour considérer le sens que peut prendre un entracte selon les différents types de spectateurs : un moment de socialisation, de partage ou de restauration; une pause toilette; une prise de recul vis-à-vis du spectacle, etc. On peut par exemple expliquer que les plus grands consommateurs de spectacles préférèrent très largement un spectacle avec entracte du fait que leurs sorties culturelles leur permettent d'appartenir à une communauté de spectateurs pour lesquels l'entracte ainsi que l'avant ou l'après-spectacle deviennent des moments de socialisation.



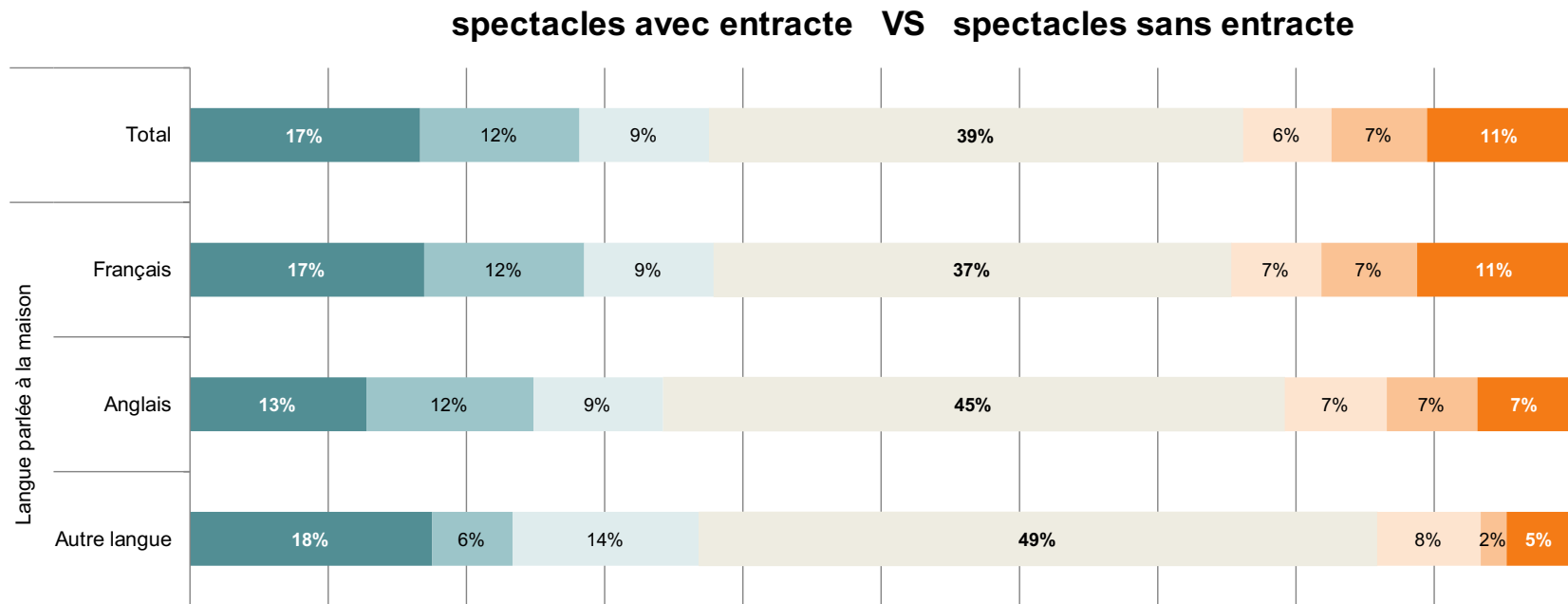
**fig.228 Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon l'intensité de fréquentation**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.229 Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon l'âge**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



**fig.230 Préférences pour des spectacles avec entracte et des spectacles sans entracte selon la langue parlée à la maison**  
 (échelle d'opposition : grande préférence aux extrêmes, indifférence au centre)



#### 4.2 PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE JOURNÉES ET D'HORAIRES DE SPECTACLES PROFESSIONNELS

Deux questions ont été posées aux répondants sur leurs préférences en matière de journées et d'horaires pour assister à des spectacles :

1. Quel jour ou quels jours de la semaine choisissez-vous pour assister à un spectacle professionnel?
2. Quel moment ou quels moments de la journée choisissez-vous pour assister à un spectacle professionnel?

Pour chaque jour de la semaine, les répondants ont pu indiquer, nonobstant leur consommation réelle, leur préférence grâce à une échelle d'occurrence (« jamais », « très rarement », « rarement », « souvent », « très souvent »). Un indice a ensuite été attribué à leurs réponses (de 1 pour « jamais » jusqu'à 5 pour « très souvent ») et la moyenne a été calculée pour chaque jour de la semaine.

Pour chacun des segments de la semaine (de lundi à mercredi, jeudi, vendredi, samedi et dimanche), le répondant a pu indiquer son horaire préféré : la matinée, l'après-midi, 18 h, 19 h, 20 h et 21 h ou plus tard. Sinon, il pouvait aussi indiquer qu'il n'assiste habituellement pas à des spectacles lors de telle journée de la semaine.

Les résultats de chacune des deux questions ont été croisés avec les mêmes variables sociodémographiques que précédemment (le genre, l'aspect géographique, l'intensité de fréquentation, l'âge, le revenu du ménage, le niveau de scolarité et la langue parlée).

#### Jours préférés pour assister à un spectacle professionnel

Le samedi apparaît nettement comme étant la journée préférée par les répondants pour assister à un spectacle professionnel (figure 231). En moyenne, les répondants indiquent qu'ils pourraient « souvent » assister à un spectacle le samedi. Suivent de près le vendredi puis le dimanche et le jeudi. Le lundi, le mardi et le mercredi sont les trois journées les moins plébiscitées (la possibilité d'assister à un spectacle lors de ces journées est donc très rare).

Cette tendance s'observe pour toutes les variables sociodémographiques testées. Des nuances sont toutefois à apporter, non pas sur la dynamique de fond, mais sur la plus faible ou plus grande possibilité d'assister à un spectacle pour chacune des journées en fonction de certains groupes sociodémographiques.

Qu'on soit non-public ou spectateur insatiable, la préférence d'assistance suit une courbe ascendante du lundi jusqu'au samedi (il y a apogée), puis redescend le dimanche (voir la figure 231). Sans surprise, la possibilité d'assister à un spectacle, et ce, peu importe le jour de la semaine, est plus forte à mesure que l'on consomme des spectacles dans l'année. En outre, plus on consomme de spectacles au cours d'une année, moins l'éventualité d'assister à des spectacles en début de semaine (de lundi à mercredi) est faible. En effet, outre les insatiables (qui voient 20 spectacles\* et plus par année) et les passionnés (qui assistent à 10 à 19\* spectacles par année), les autres groupes ne veulent jamais ou veulent très rarement assister à un spectacle en début de semaine. Pour aller chercher le non-public, programmer un spectacle en fin de semaine fonctionnera davantage que pour n'importe quel autre jour de la semaine. En effet, le non-public ne choisirait « jamais » ou choisirait « très rarement » les jours de la semaine pour une sortie à un spectacle.

Par rapport à la langue parlée à la maison, on constate qu'il est légèrement moins rare que les anglophones choisissent d'assister à des spectacles en début de semaine et le dimanche comparativement aux spectateurs francophones (voir la figure 232), bien que la possibilité

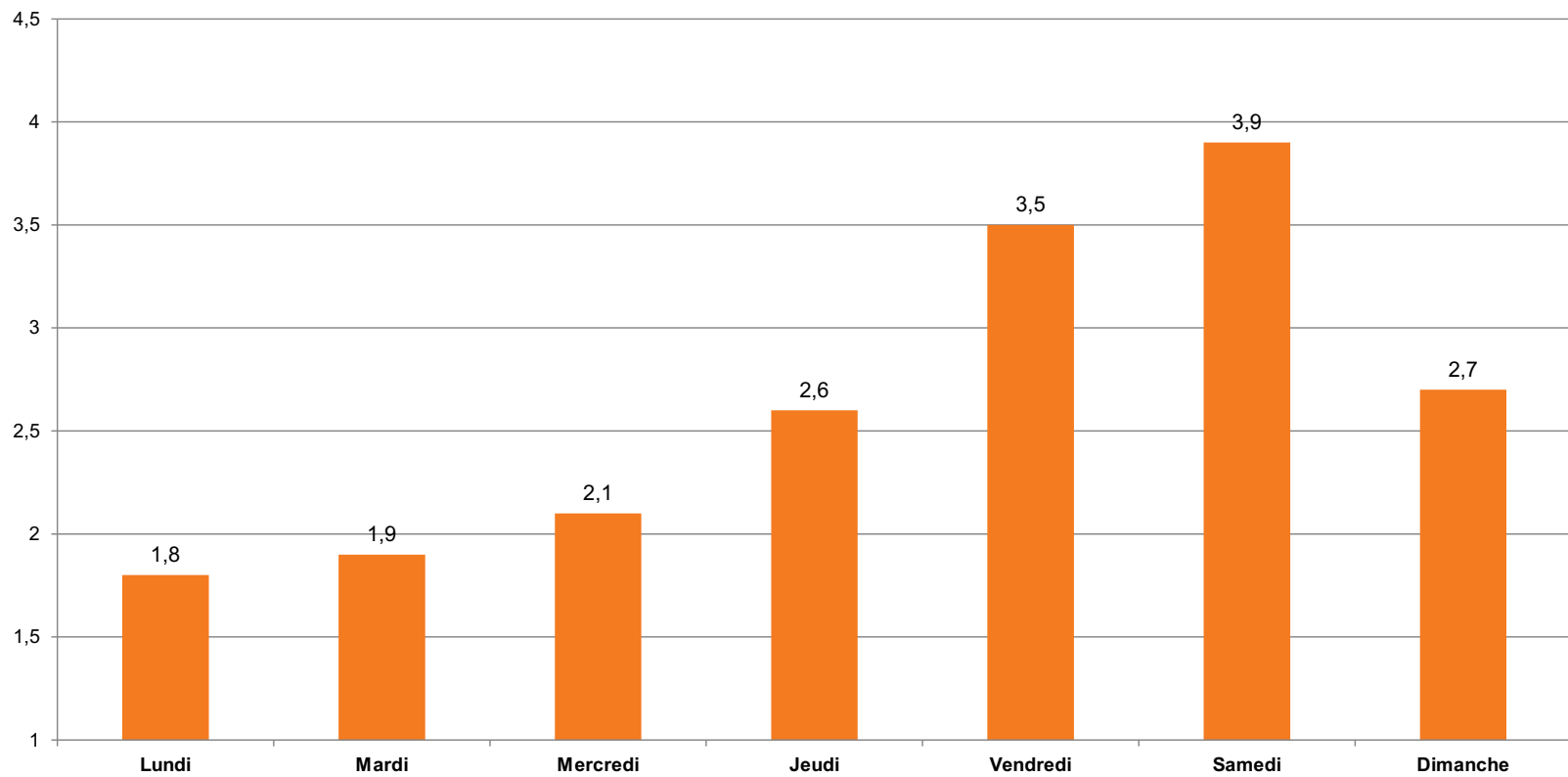
demeure très faible les lundis et mardis, peu importe le groupe linguistique examiné. La possibilité d'assister à un spectacle professionnel est plus faible pour les allophones, et ce, pour tous les jours de la semaine.

Assister à un spectacle en début de semaine est un peu moins rare chez les hommes, tandis que les milieux et fins de semaine sont davantage préférés chez les femmes.

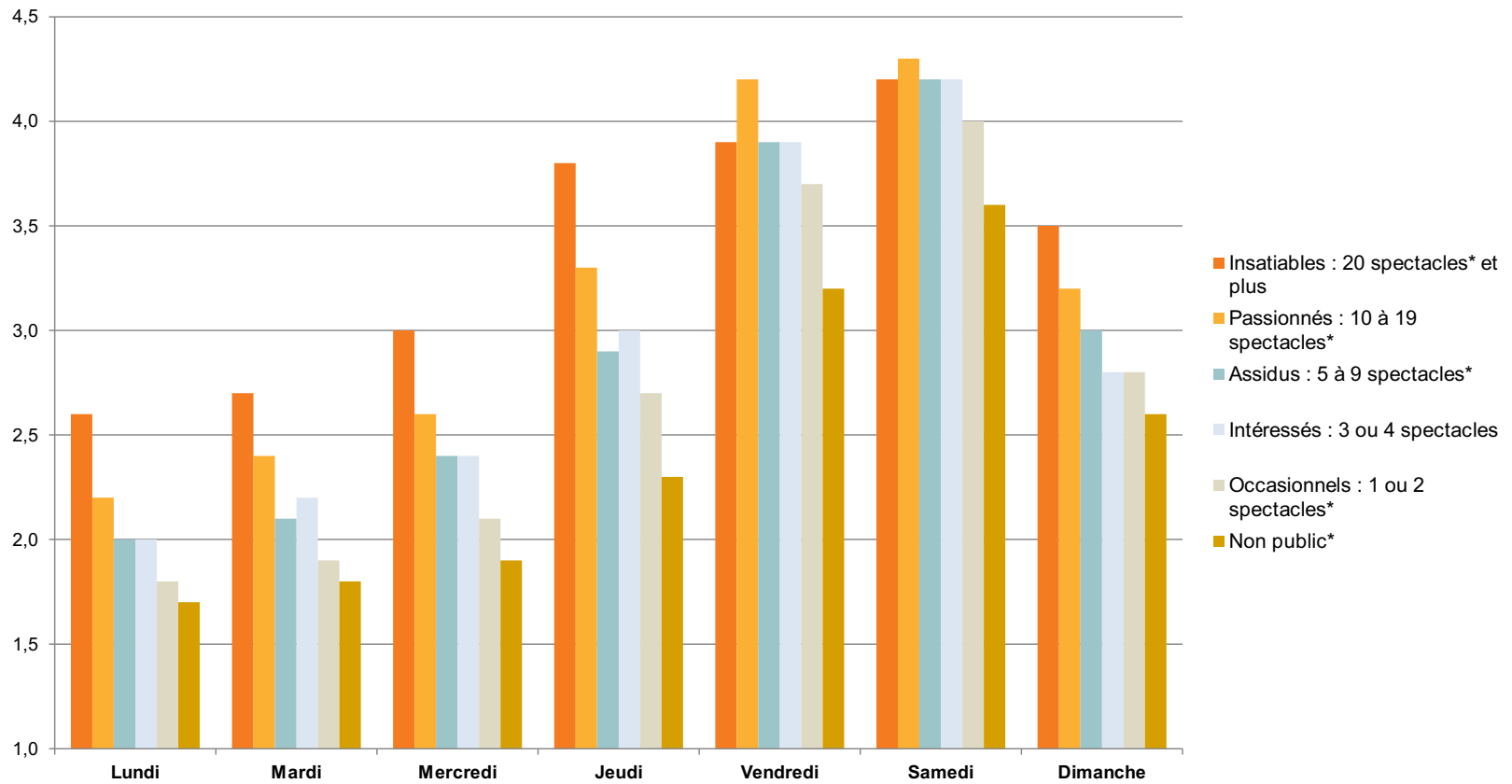
Les répondants de 25 ans à 54 ans se distinguent par une préférence légèrement plus élevée pour une sortie le samedi – ils choisissent cette journée pour assister « souvent » à un spectacle –, tandis que le dimanche est davantage préféré par les répondants de 65 ans et plus. Par ailleurs, il est très rare que ceux de moins de 55 ans choisissent

d'assister à un spectacle en début de semaine, alors que cette possibilité est légèrement moins faible auprès des spectateurs de 55 ans et plus.

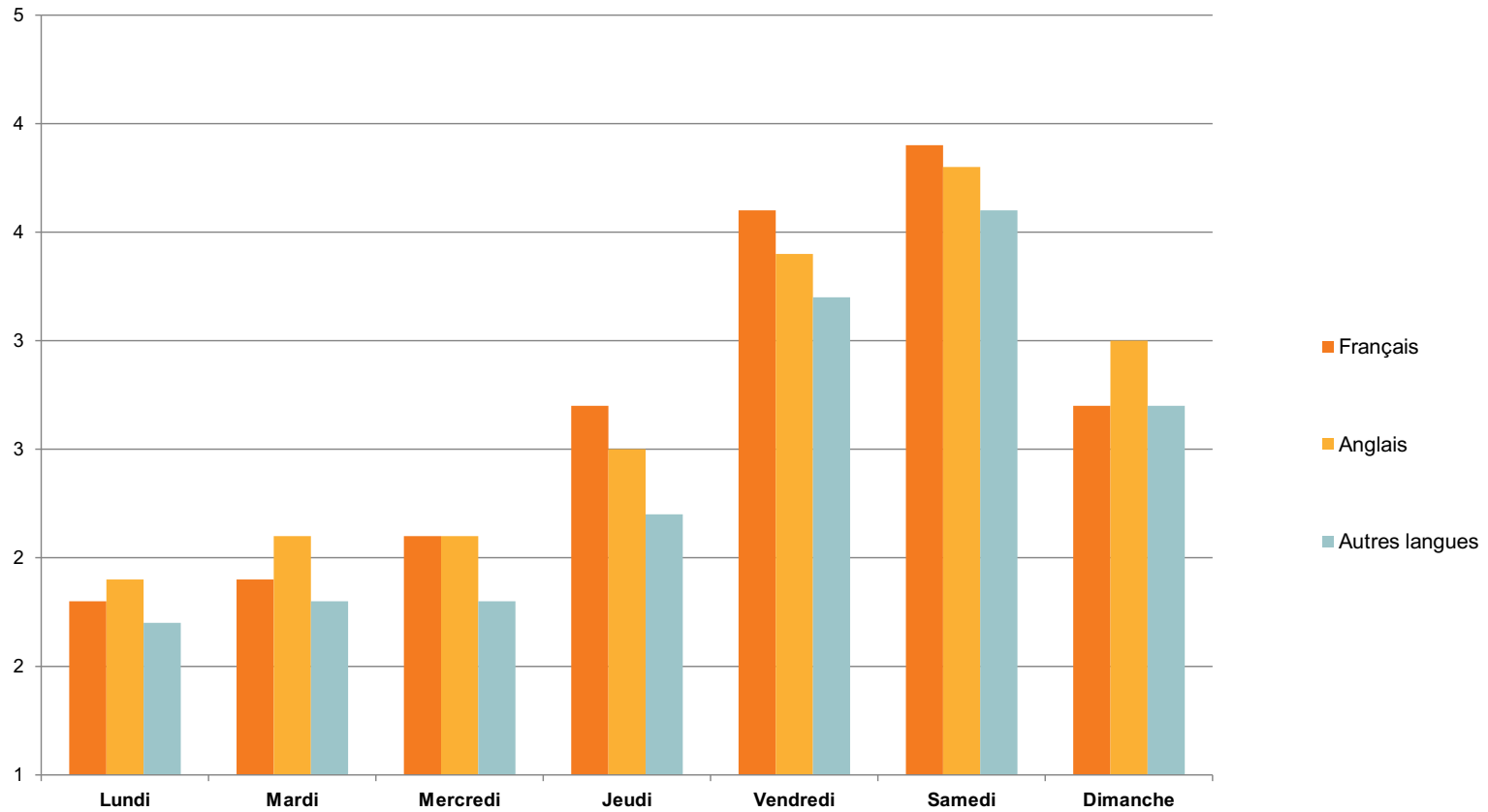
**fig.231 Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel**  
(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



**fig.232 Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation**  
 (échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



**fig.233 Préférences de journées pour assister à un spectacle professionnel selon la langue parlée à la maison**  
(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)





## Horaires préférés pour assister à un spectacle professionnel

Une tendance assez claire se dessine quant aux horaires préférés pour commencer un spectacle (voir la figure 234). Idéalement, un spectacle devrait se tenir plus tôt en soirée en semaine (19 h) et un peu plus tard (20 h) pour les deux premières soirées de la fin de semaine (vendredi et samedi soir). Voici plus de détails :

- Du lundi au jeudi, les répondants sont plus nombreux à choisir un début de spectacle à 19 h (entre 45 % et 47 %). Entre 19 % et 32 % des répondants préfèrent voir le spectacle commencer à 20 h. Les autres options récoltent très peu de soutien;
- La préférence est plus polarisée le vendredi soir : commencer un spectacle à 19 h est choisi par 40 % des répondants, alors qu'un début à 20 h est préféré par 42 % des répondants;
- Cette préférence s'inverse dans des proportions similaires le samedi soir;
- Les préférences sont plus éclatées pour le dimanche : si un tiers des répondants préfèrent assister à un spectacle à 19 h, un quart souhaite y assister en après-midi et un cinquième à 20 h.

Bien que les réponses varient d'un moment de la semaine à l'autre, trois choix sont plébiscités : 19 h ou 20 h ainsi que l'après-midi les dimanches. Les autres options (en matinée, 18 h, et 21 h et plus tard) sont très peu choisies.

### HORAIRES DES SPECTACLES ET PARENTALITÉ

Avoir de jeunes enfants agit-il sur les jours et les horaires auxquels on assiste à un spectacle?

À la variable de l'âge a été ajouté le fait d'avoir des enfants, ce que les répondants ont mentionné dans leur profil sociodémographique au début du questionnaire. Ainsi, une attention particulière a été portée aux répondants de moins de 35 ans ainsi qu'à ceux de 35 ans à 54 ans avec et sans enfants.

Bien qu'il eût été possible d'envisager des différences – par exemple, l'habitude d'assister plus tôt ou en fin de semaine à des spectacles pour les répondants avec enfants –, les résultats n'ont pas montré d'écarts significatifs entre les groupes avec et sans enfants dans le choix des journées et des horaires. Statistiquement, le fait d'avoir des enfants ne semble donc pas avoir d'influence sur ce paramètre.

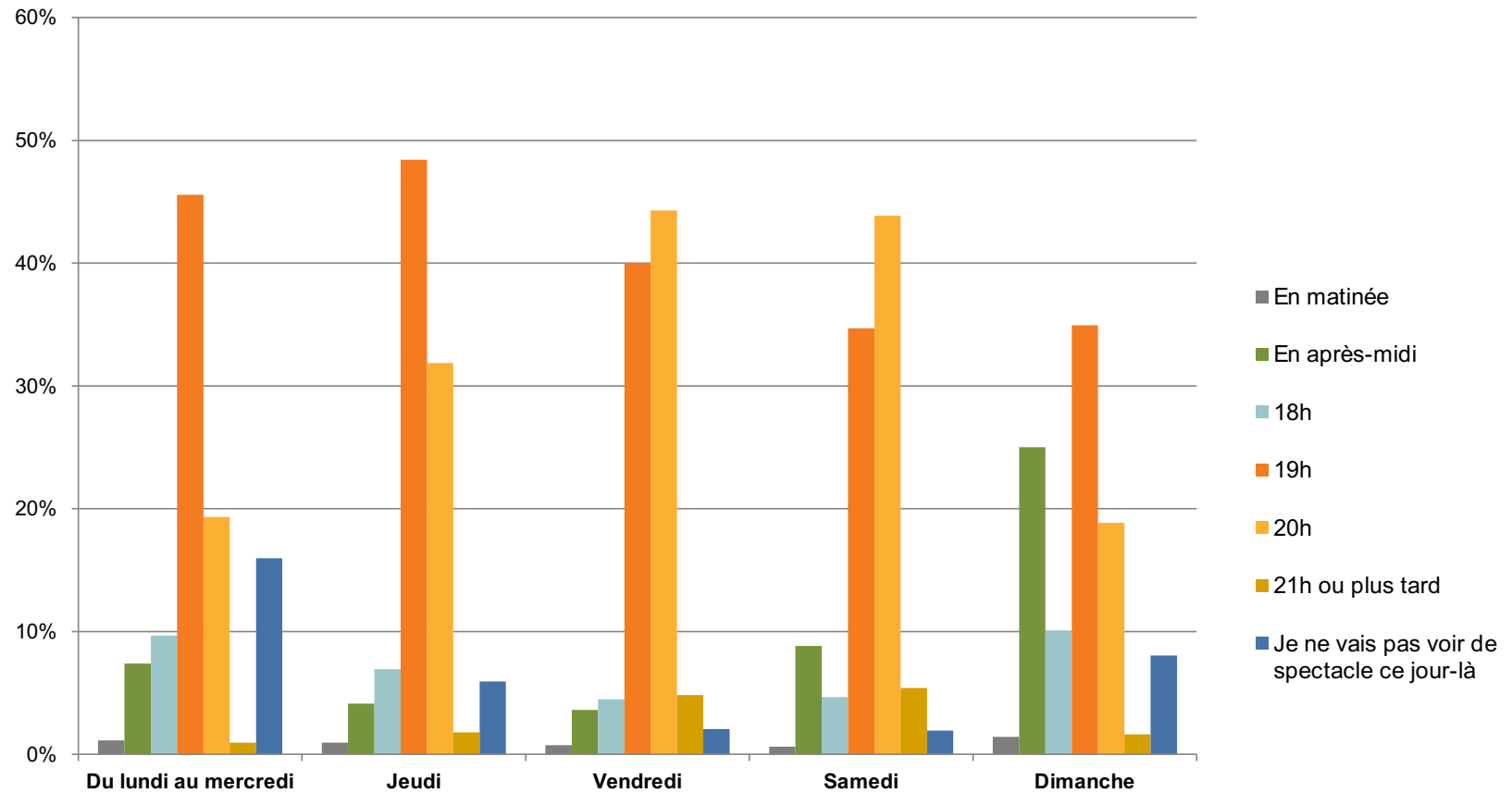
Si la dynamique reste la même, quelques nuances dans les résultats sont à apporter lorsque les préférences des répondants sont observées à travers l'intensité de fréquentation (voir la figure 235) et l'âge (voir la figure 236) des répondants.

Les spectacles en après-midi, en semaine ou en fin de semaine, sont principalement préférés par les spectateurs insatiables (qui assistent à 20 spectacles et plus par année). À l'inverse, commencer un spectacle plus tard en soirée, à 20 h, est une option davantage choisie, toutes proportions gardées, par des consommateurs intéressés ou assidus (qui voient entre 3 et 9 spectacles année), alors que commencer un spectacle plus tôt, à 19 h, est un choix retenu davantage par les spectateurs occasionnels (qui fréquentent 1 ou 2 spectacles par année).

Les répondants de moins de 25 ans, bien qu'ils préfèrent les spectacles commençant à 19 h ou à 20 h, sont proportionnellement plus nombreux à indiquer une préférence pour des spectacles qui débutent à 18 h, notamment en semaine, alors qu'ils indiquent aussi une préférence plus marquée pour des spectacles à 21 h ou plus tard en fin de semaine. Similairement, les répondants de 65 ans et plus indiquent, toutes proportions gardées, une préférence plus élevée pour les spectacles en après-midi, peu importe le moment de la semaine. Si les répondants de 25 ans à 44 ans préfèrent un peu plus commencer un spectacle à 20 h, ceux de 45 ans à 64 ans sont, pour leur part, plus friands des levers de rideau une heure plus tôt.

Enfin, deux nuances sont à apporter dans le cas de la langue parlée à la maison (voir la figure 237). Les spectacles qui débutent à 18 h, peu importe le moment dans la semaine, sont davantage préférés par les allophones. En comparaison, les spectateurs francophones ont tendance à préférer des spectacles plus tard le soir que les anglophones. Ce dernier groupe, quant à lui, semble un peu plus amateur de spectacles en début de soirée ou en après-midi.

fig.234 Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage)



**fig.235 Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels**

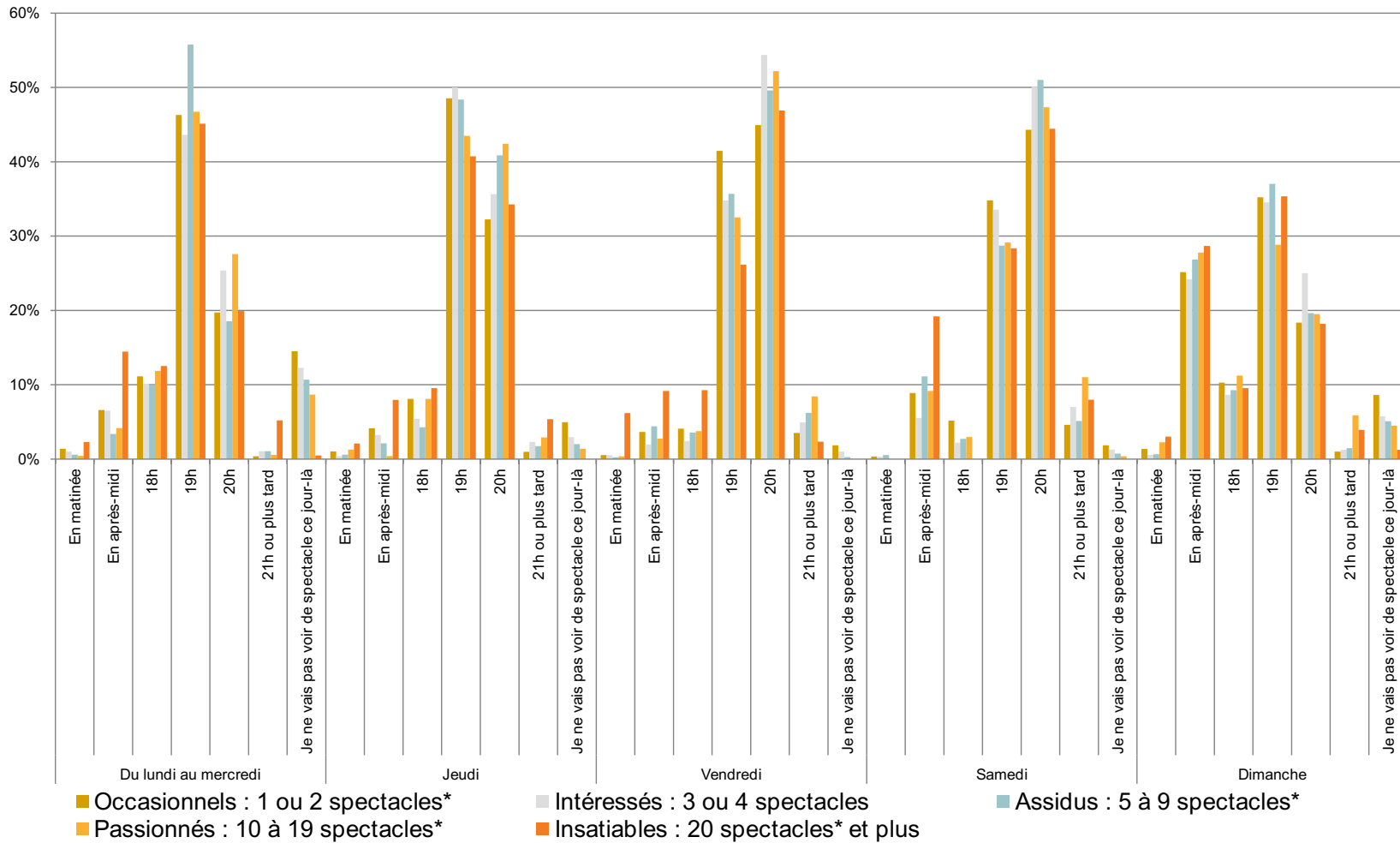
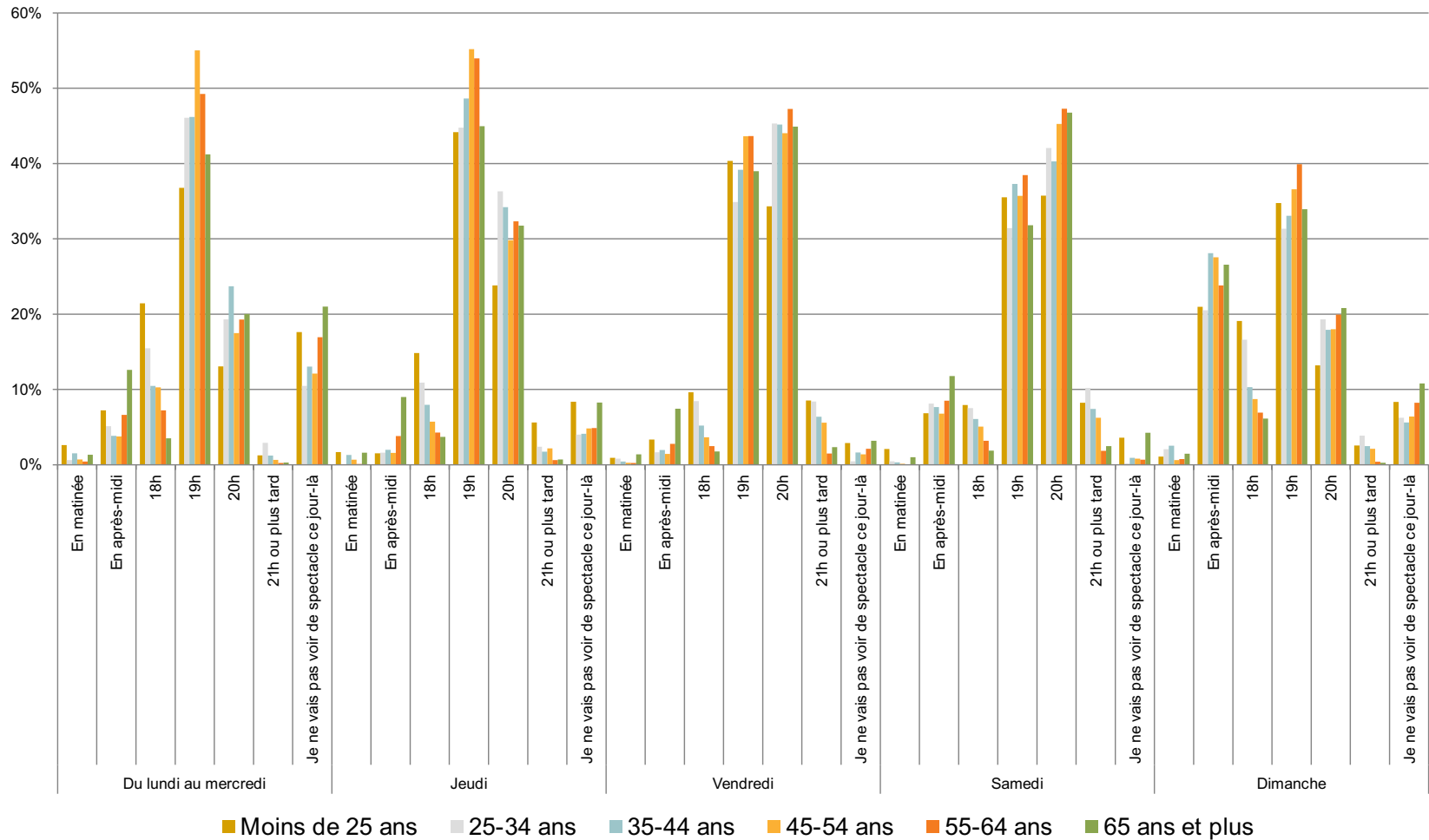
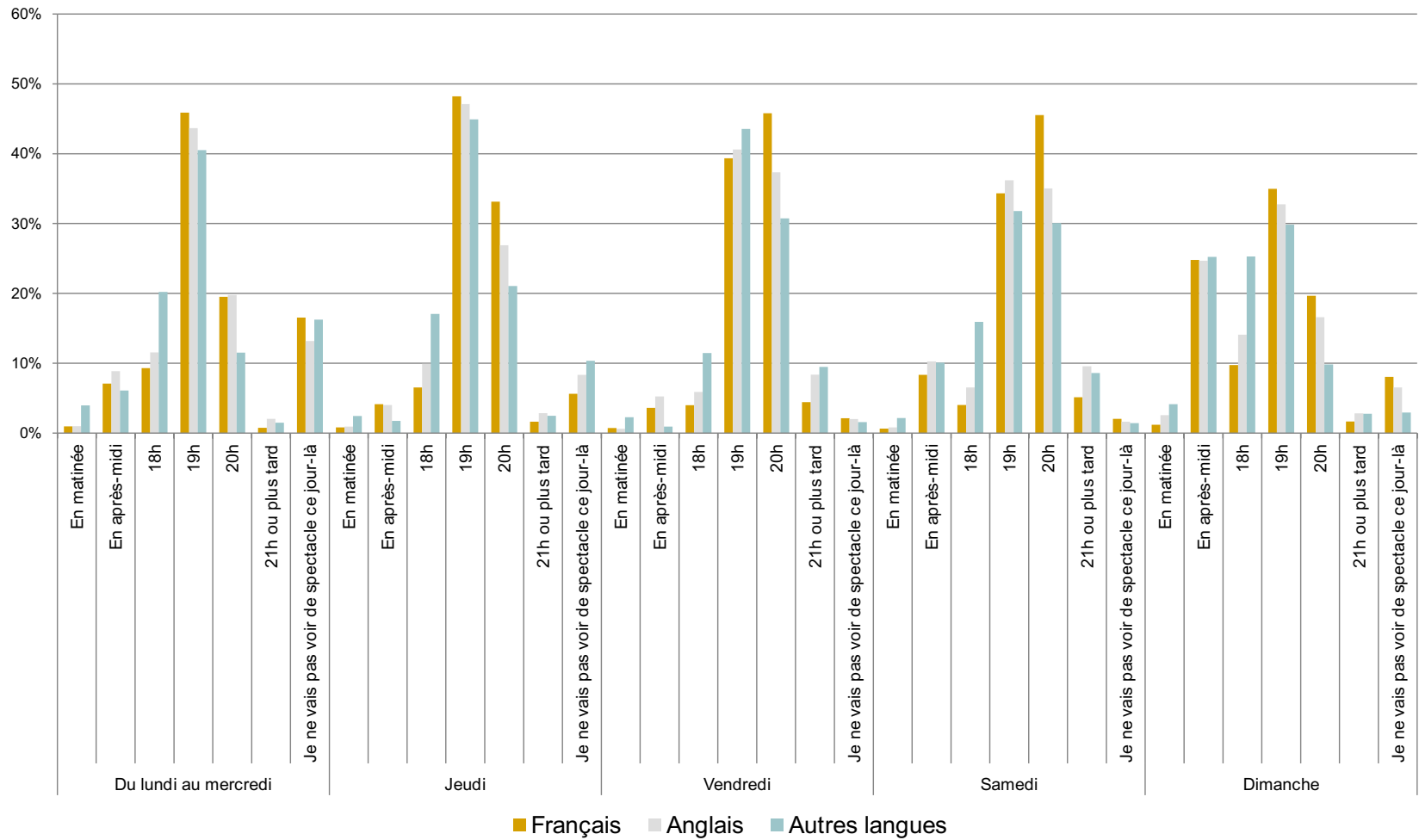


fig.236 Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon l'âge



**fig.237 Préférences d'horaires pour assister à un spectacle professionnel (en pourcentage) selon la langue parlée à la maison**



#### 4.3 PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE LIEUX DE SPECTACLES PROFESSIONNELS

Après le format, le jour et l'horaire, les répondants ont été invités à se prononcer sur les lieux de diffusion de spectacles. Les répondants ont renseigné leur préférence grâce à une échelle allant de « j'aime » à « je n'aime pas » et proposant au centre le choix « indifférent » pour cinq types de lieux :

- Les petites salles;
- Les grandes salles;
- Les fêtes et les festivals extérieurs;
- Les salles en formule cabaret<sup>18</sup>;
- Les bars.

Ils ont ensuite utilisé la même échelle pour indiquer leur préférence quant à trois caractéristiques qualitatives des lieux de spectacles :

- Les salles avec une bonne acoustique;
- Les salles avec des sièges confortables;
- Les lieux où l'on peut danser, bouger.

Pour faciliter la lecture et les comparaisons, les résultats ont été convertis en données chiffrées allant de +3 (j'aime) à -3 (je n'aime pas) en passant par 0 (indifférent).

<sup>18</sup> Les spectateurs sont assis autour de tables et ils ont la possibilité de consommer des boissons durant le spectacle.

#### Types de lieux de spectacles

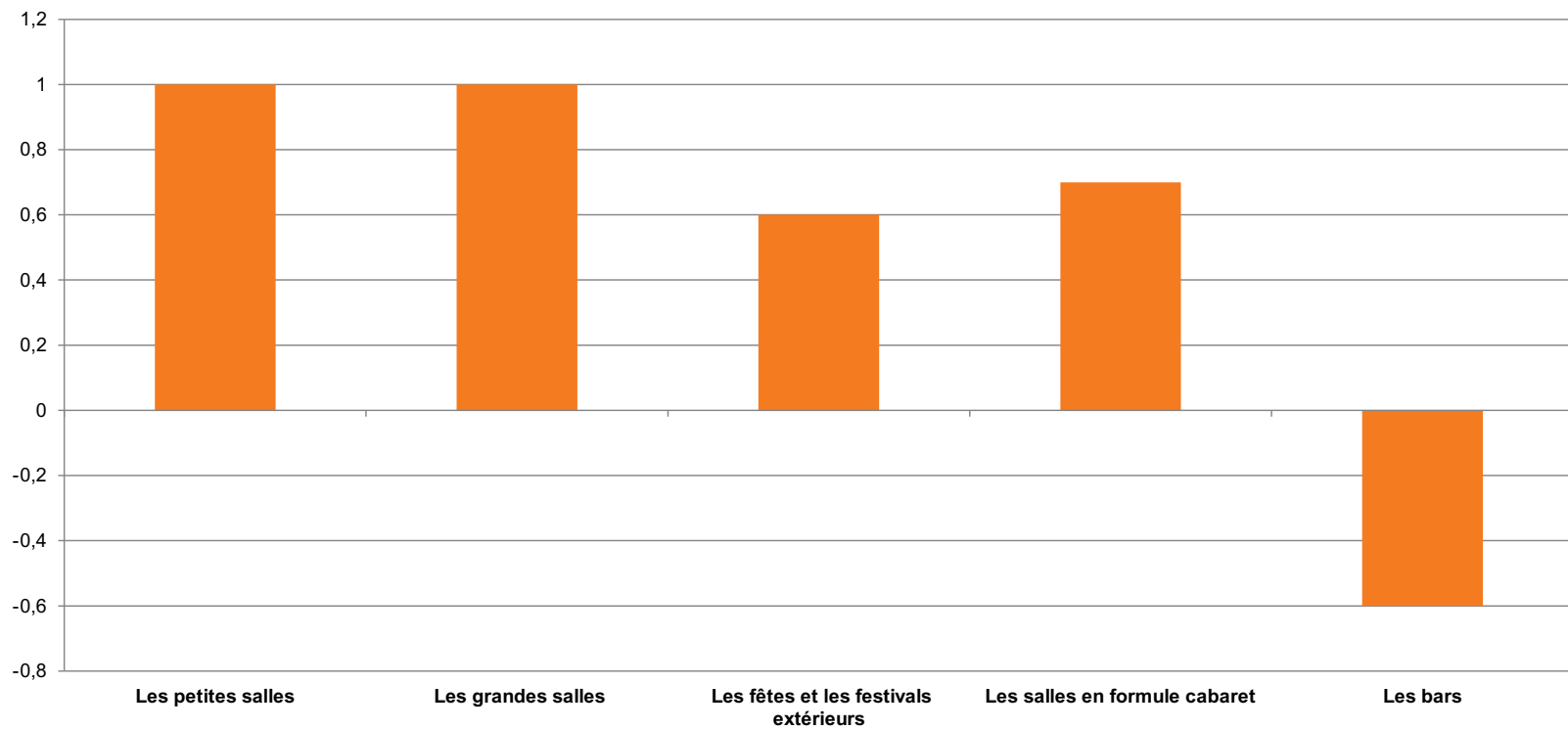
Si les petites et les grandes salles sont préférées aux autres types de lieux, il n'existe pas de différence significative entre les deux tailles de salle (voir la figure 238). Cette absence d'écart ne signifie pas pour autant que les deux types de salles soient préférés de la même manière. Il serait pertinent de mieux comprendre les avantages de chacun des types de salles aux yeux des répondants pour mieux les relier à un public particulier : intimité, effet de groupe, acoustique, accessibilité, etc. En moyenne, les répondants expriment une légère aversion pour les bars, tandis que les fêtes et festivals extérieurs ainsi que les salles en formule cabaret sont très faiblement préférés.

L'indifférence pour le type de salles de spectacles devient moins forte à mesure que l'intensité de fréquentation augmente (voir la figure 239). Les plus grands consommateurs de spectacles affichent une plus grande préférence pour les petites salles vis-à-vis des grandes salles. À noter que les spectateurs insatiables constituent le seul groupe de consommateurs n'ayant pas une aversion pour les bars comme lieux de spectacles professionnels.

Plus un répondant est âgé, plus sa préférence pour les petites salles augmente (voir la figure 240). L'inverse prévaut pour les fêtes et les festivals extérieurs, tandis que les grandes salles sont appréciées de façon uniforme peu importe l'âge, exception faite d'une plus grande préférence auprès des répondants de moins de 25 ans. Si ceux de moins de 34 ans sont en moyenne indifférents à la fréquentation d'un spectacle professionnel dans un bar, l'aversion pour ce lieu de spectacles croît avec l'âge.

La langue parlée à la maison et le genre laissent apparaître quelques nuances : alors que les petites salles sont préférées par les francophones, les grandes salles sont, quant à elles, davantage dans la mire des allophones. Les femmes sont généralement moins indifférentes que les hommes au type de lieux de spectacles : leurs préférences sont toutes plus marquées, peu importe le type de salles.

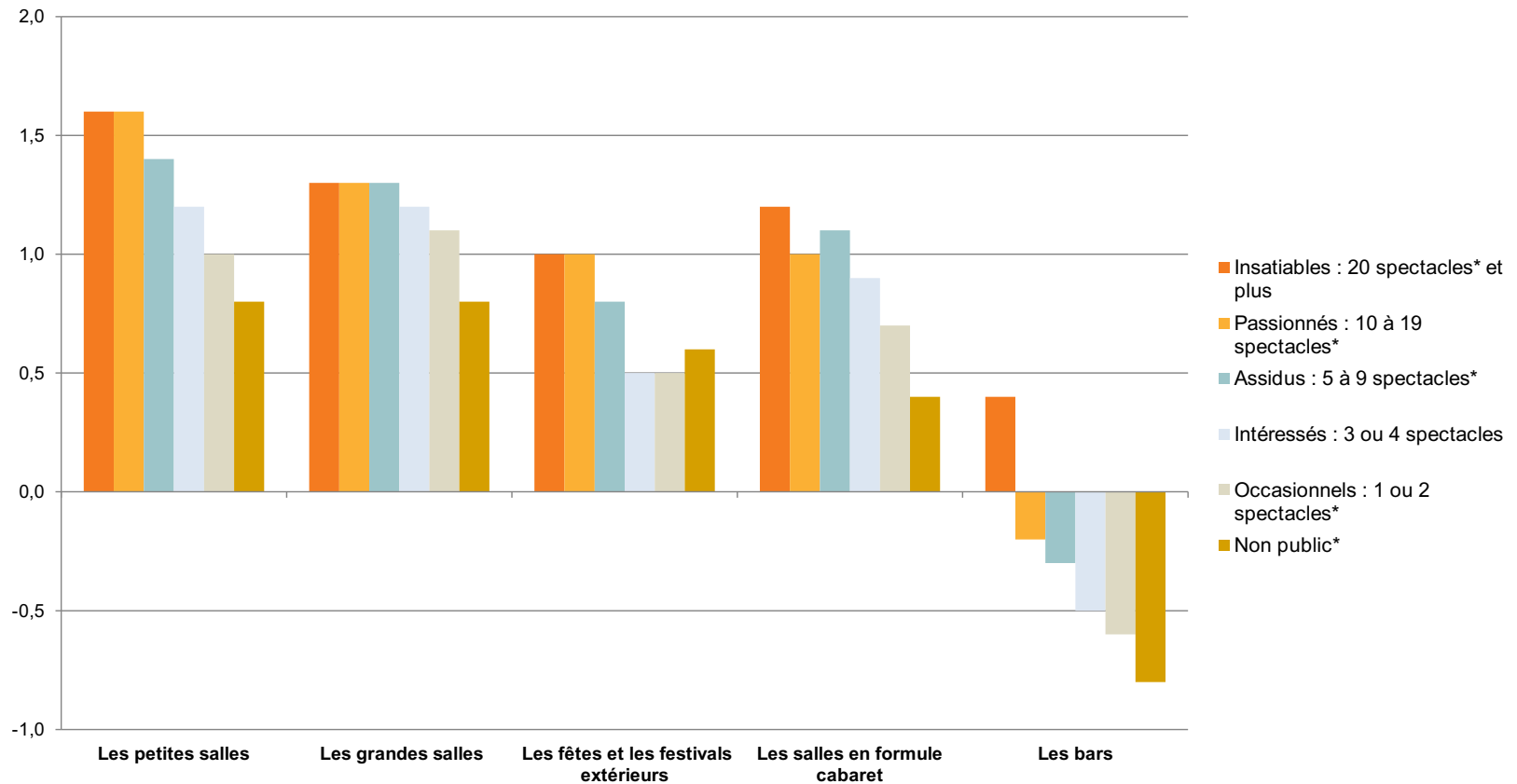
**fig.238 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel**  
(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])



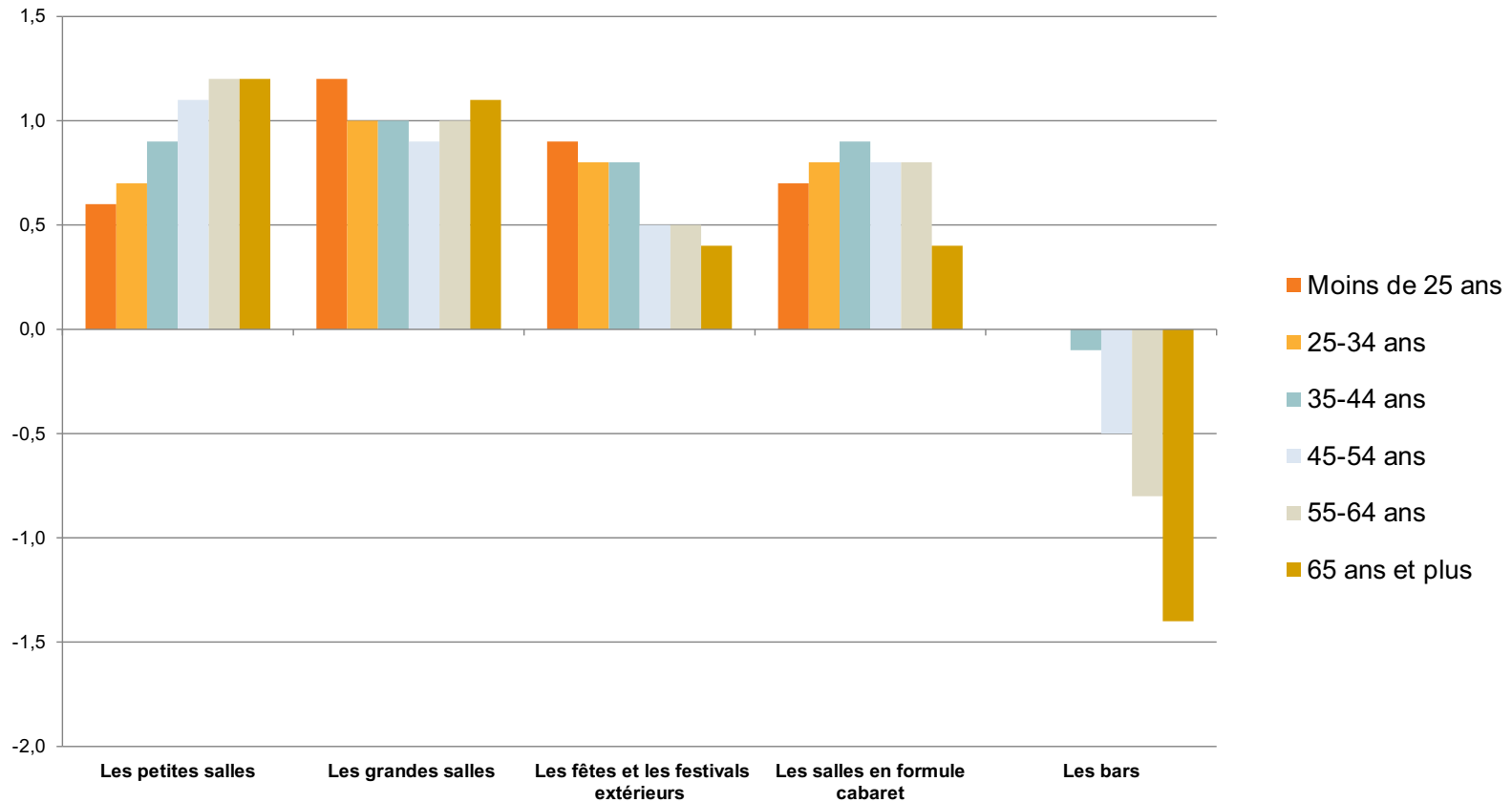


**fig.239 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation**

(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])



**fig.240 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'âge**  
(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])



### **Caractéristiques des lieux de spectacles**

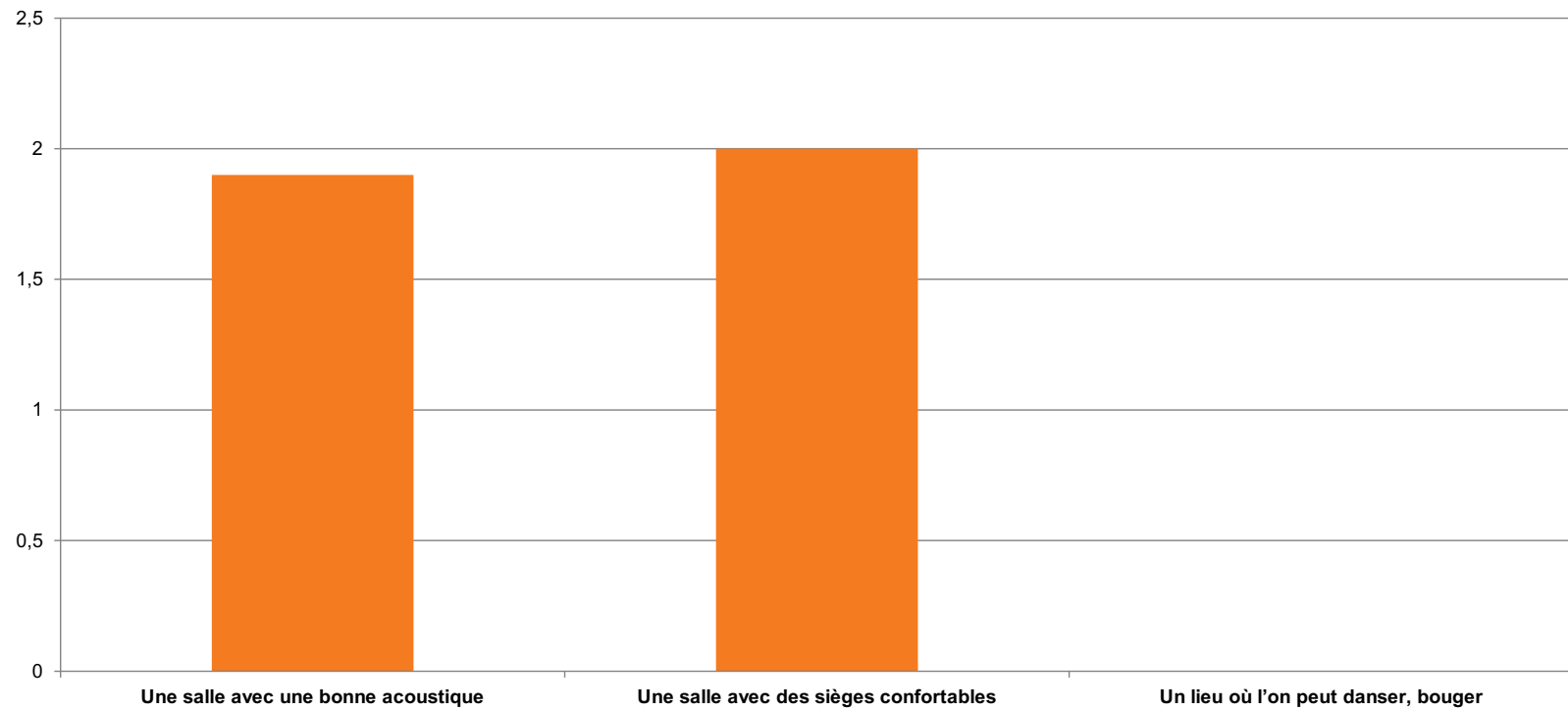
Trois caractéristiques portant sur la qualité de la salle ou du lieu où se tient un spectacle ont été testées : l'acoustique, le confort des sièges et la possibilité de danser ou de bouger.

Des sièges confortables puis une bonne acoustique sont les deux critères préférés par les répondants (voir la figure 241). Pouvoir danser ou bouger laisse plutôt indifférent en moyenne.

Les consommateurs insatiables sont toutefois un peu moins préoccupés par l'acoustique et le confort des sièges, tandis qu'ils sont, toutes proportions gardées, moins indifférents que les autres types de spectateurs au fait de pouvoir danser ou bouger lorsqu'ils assistent à un spectacle professionnel (voir la figure 242).

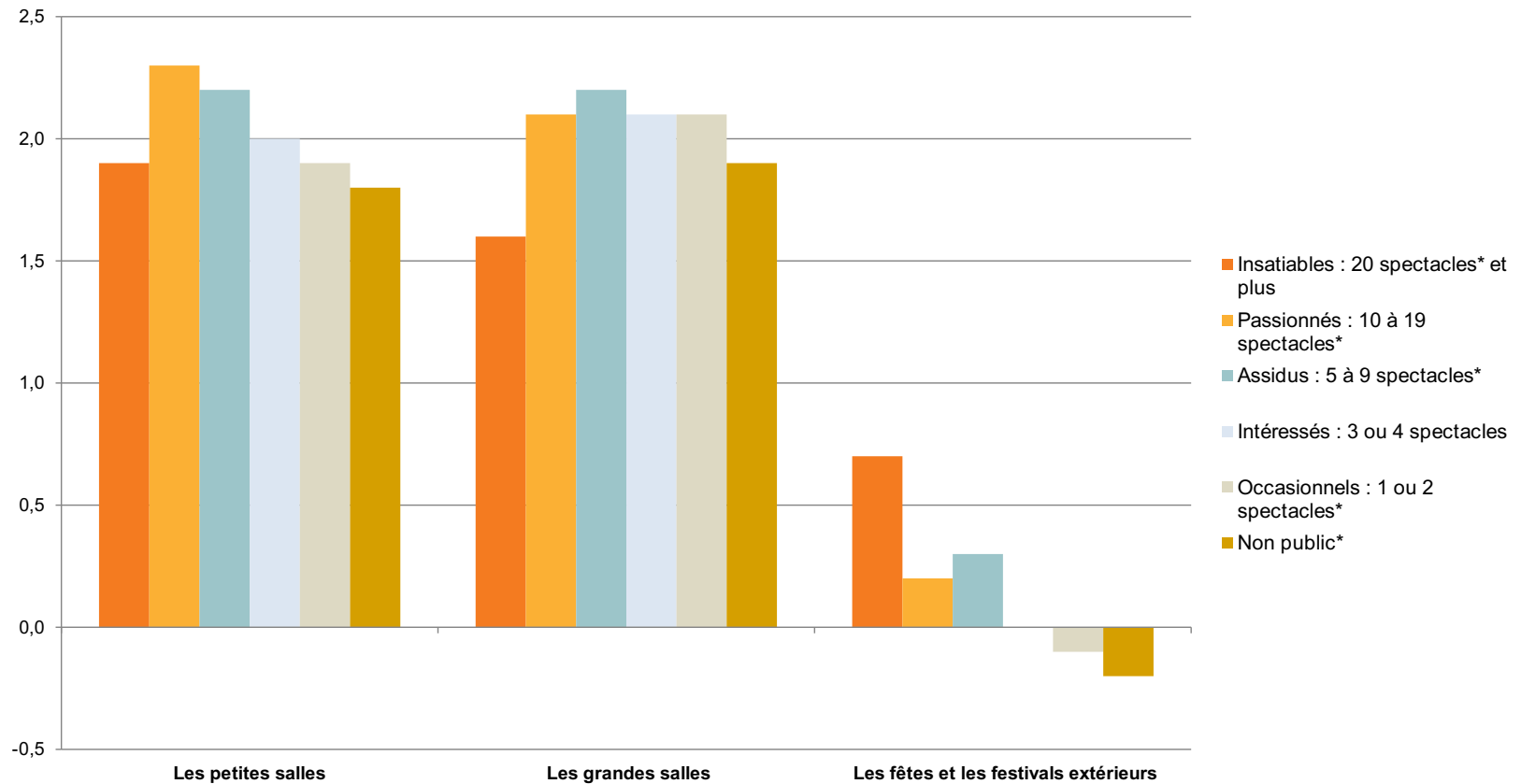
Par ailleurs, plus l'on vieillit, plus les deux premières caractéristiques prennent de l'importance (voir la figure 243). Bouger ou danser laisse les répondants de moins de 45 ans légèrement moins indifférents que les autres groupes d'âge.

**fig.241 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel**  
(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])

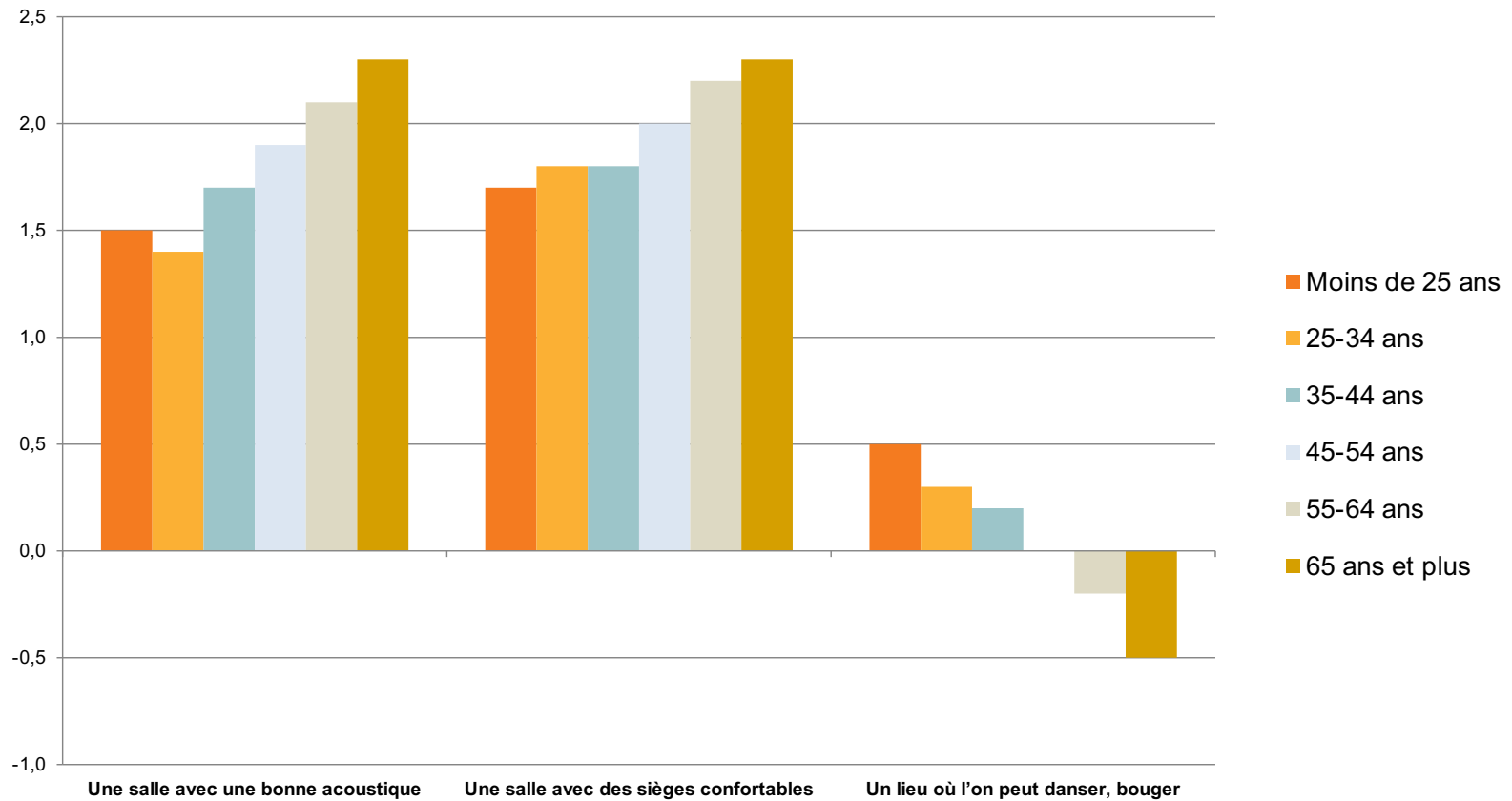


**fig.242 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'intensité de fréquentation**

(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])



**fig.243 Préférences en matière de types de lieux pour assister à un spectacle professionnel selon l'âge**  
(échelle allant de « j'aime beaucoup » [+3] à « je n'aime pas » [-3] en passant par le centre « indifférent » [0])



#### 4.4 PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE DE SORTIES CULTURELLES

À quoi ressemble une sortie à un spectacle? Pour répondre à cette question, il a été demandé aux répondants de préciser de quoi se compose une « bonne sortie » s'ils doivent assister à un spectacle professionnel. Plusieurs situations ont été testées avec, pour chacune, la possibilité d'indiquer la fréquence à laquelle elles se produisent (« jamais », « très rarement », « rarement », « souvent » et « très souvent ») :

- Un spectacle et rien d'autre;
- Un verre avant le spectacle;
- Un verre après le spectacle;
- Un repas avant le spectacle;
- Un repas après le spectacle;
- Une activité avant le spectacle;
- Une activité après le spectacle;
- Une présentation du spectacle par un animateur ou un des artistes;
- Une nuit à l'extérieur (hôtel, location, couette et café, etc.) quand le spectacle est éloigné;
- Un échange avec les artistes après le spectacle.

L'échelle de préférence a été convertie en données chiffrées (de 1 pour « jamais » à 5 pour « très souvent ») pour faciliter la lecture des résultats. Les données ont ensuite été lues en fonction des variables sociodémographiques utilisées précédemment.

Deux situations recueillent le plus de préférences : un spectacle seulement et un repas avant le spectacle (voir la figure 244), qui demeure l'activité hors spectacle préférée des répondants. La

préférence moyenne pour ces deux activités est « rarement », contrairement à celle de toutes les autres situations, qui ont très rarement la possibilité d'arriver. Les activités avant le spectacle (repas, verre ou autre) sont davantage préférées à celles après le spectacle.

Globalement, plus un répondant consomme de spectacles dans l'année, plus il est susceptible de vouloir agrémenter sa sortie à un spectacle d'une activité, d'un repas avant ou après le spectacle, d'une présentation de l'œuvre avant le spectacle, d'une discussion après le spectacle, ou encore d'une nuit à l'extérieur si le lieu du spectacle est éloigné de son domicile (voir la figure 245). De plus, les consommateurs insatiables sont ceux dont la préférence pour une sortie composée que du spectacle et de rien d'autre est la moins élevée.

Plus un répondant est âgé, plus sa préférence pour n'assister qu'au spectacle est élevée, et plus ses préférences pour des activités autres que le spectacle sont faibles, sauf pour ce qui est des répondants âgés de 65 ans et plus (voir la figure 246). En effet, ce groupe affiche des préférences un peu plus élevées que d'autres groupes, voire semblables à celles des répondants de moins de 25 ans dans certains cas, lorsqu'il s'agit de participer à des activités après le spectacle, comme une discussion avec des artistes ou un repas.

Les allophones sont le groupe linguistique dont la préférence pour le spectacle seul est la plus élevée. C'est aussi celui qui affiche les préférences les plus faibles pour tous les autres types d'activités avant ou après le spectacle, exception faite de la présentation du spectacle. Généralement, les anglophones affichent une plus grande préférence que les francophones pour les activités avant ou après le spectacle, peu importe qu'il s'agisse de prendre un verre ou d'assister à une discussion avec les artistes après le spectacle.

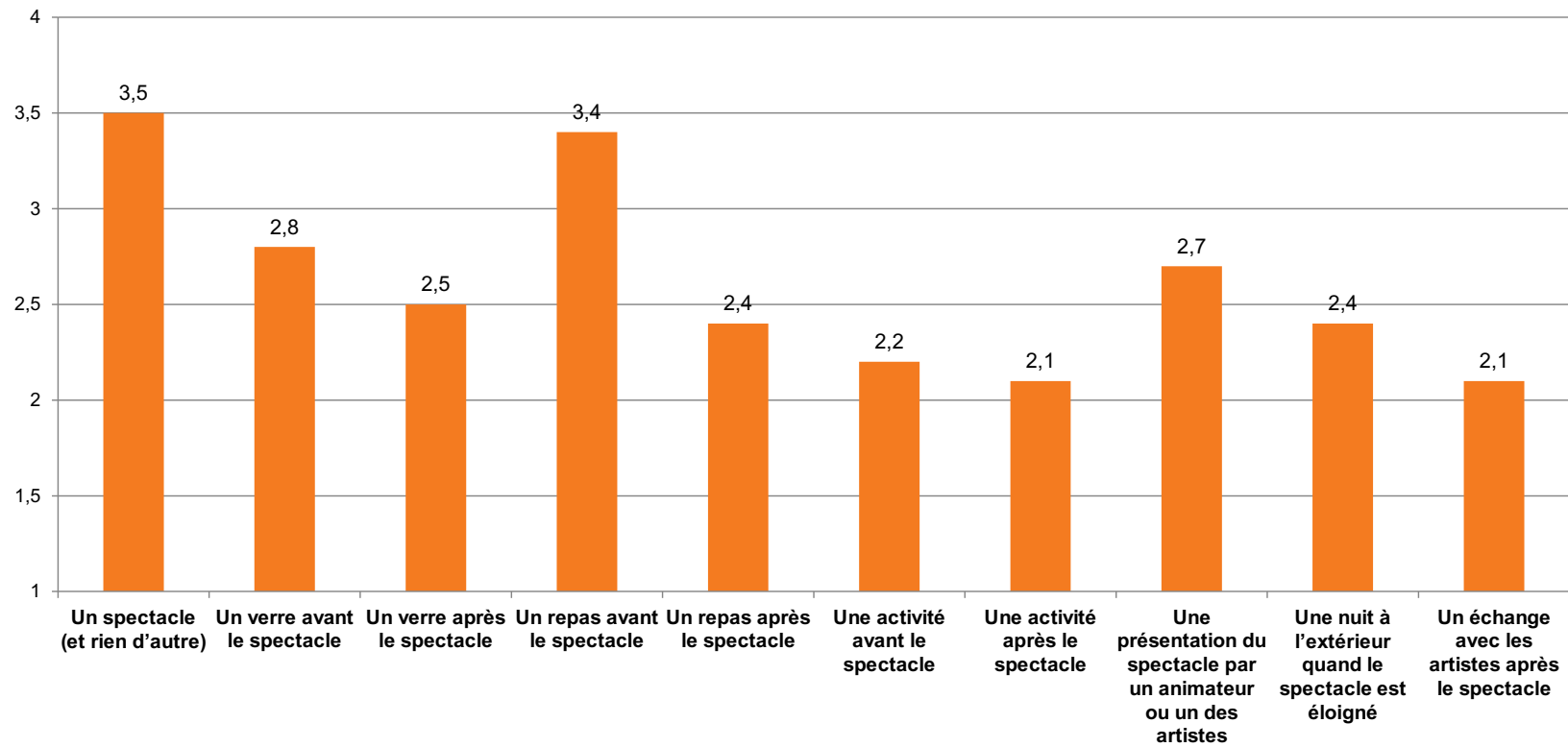
Une bonne sortie se traduit un peu plus souvent par une activité avant ou après le spectacle pour les hommes que pour les femmes. Ces dernières se contentent davantage du spectacle en lui-même.

Enfin, connaître le lieu de résidence des répondants permet d'apporter quelques nuances aux résultats. De façon générale, les résidents urbains sont plus enclins que les ruraux à vouloir ajouter une activité avant ou après le spectacle. Au sein de l'agglomération montréalaise, les habitants de la Rive-Sud sont ceux dont la préférence se démarque le plus pour presque toutes les activités avant ou après le spectacle (sauf pour le verre ou le repas avant le spectacle).

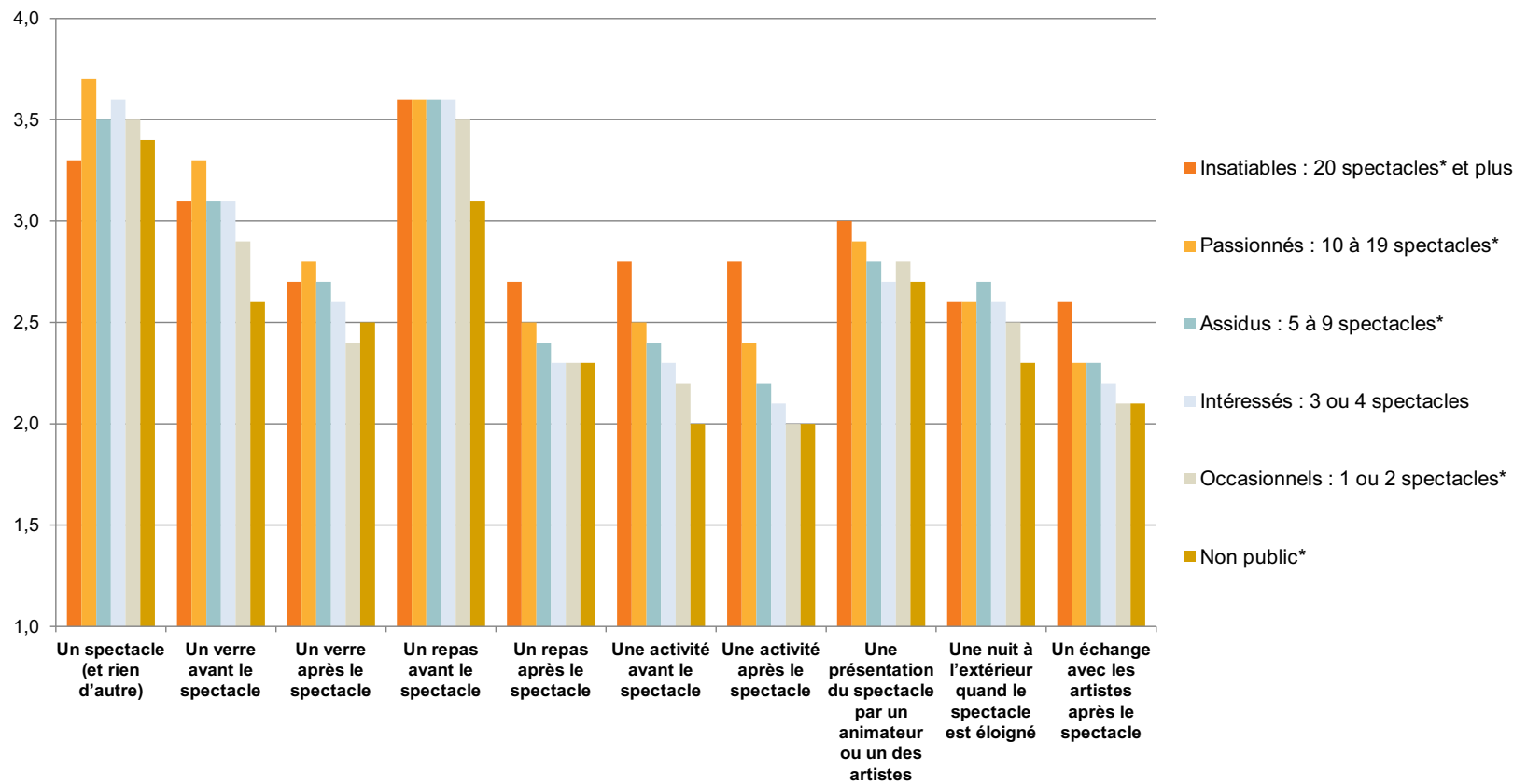


**fig.244 Préférences de sorties en matière de spectacles**

(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)

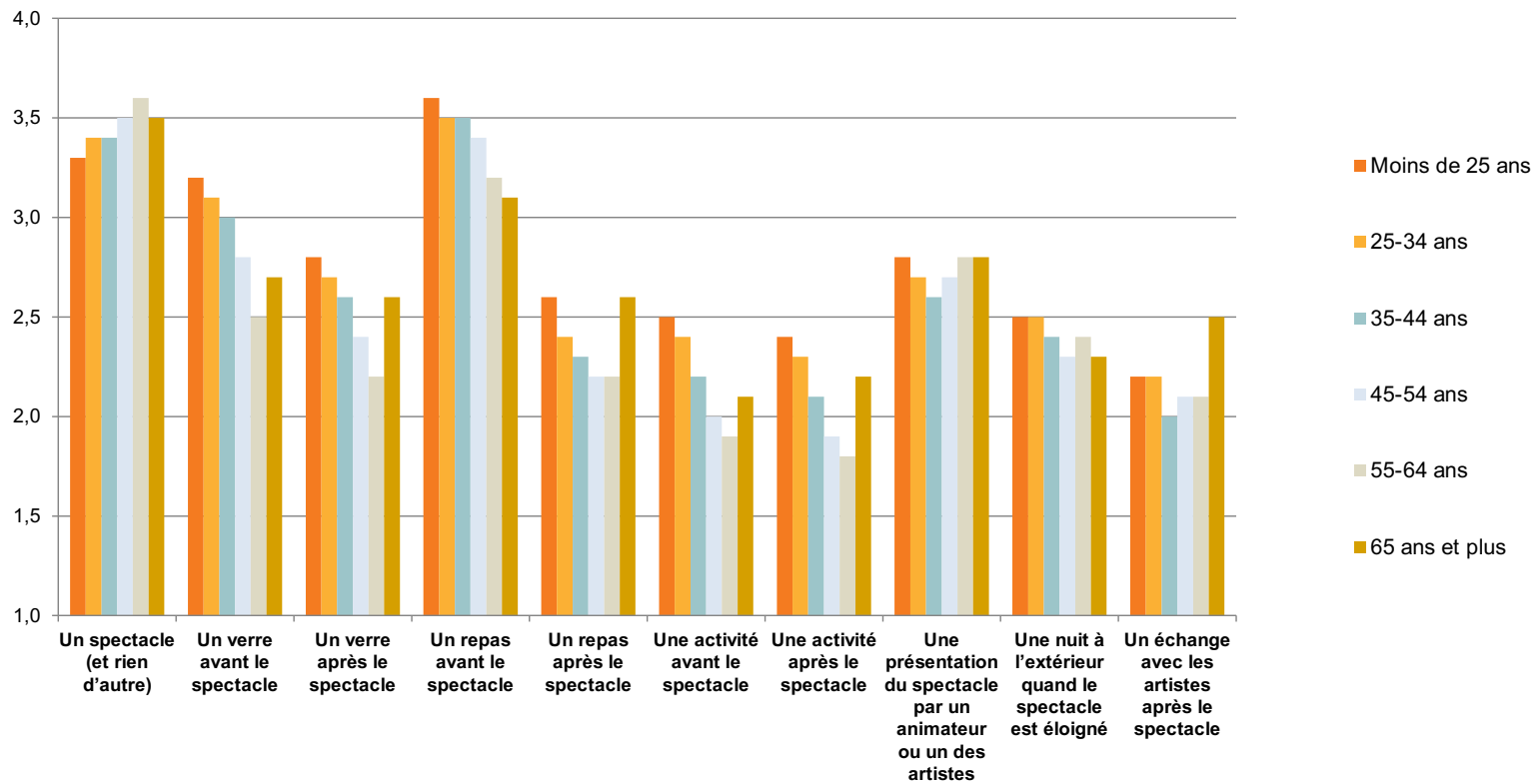


**fig.245 Préférences de sorties en matière de spectacles selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels**  
 (échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



**fig.246 Préférences de sorties en matière de spectacles selon l'âge**

(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



#### 4.5 PRÉFÉRENCES EN MATIÈRE D'ACTIVITÉS EN FIN DE SEMAINE

Pour situer la sortie culturelle par rapport à d'autres types de sorties ou d'activités, il a été demandé aux répondants d'indiquer la fréquence d'occurrence (« jamais », « très rarement », « rarement », « souvent », « très souvent ») de dix activités et loisirs :

- Une sortie à un bon spectacle;
- Une sortie à un bon restaurant;
- Une sortie à un match de sport;
- Un repas en famille;
- Un repas entre amis;
- Une activité avec des amis;
- Une activité avec la famille;
- Visionner un film ou une série;
- Une sortie au cinéma;
- Ne rien faire, rester à la maison.

Les choix de réponses questionnent à la fois la nature de l'activité culturelle (sortie culturelle, restaurant, sport, loisir, etc.), le lieu (au domicile ou à l'extérieur) et les personnes avec qui cette activité est réalisée (amis, famille, seul).

Pour faciliter la lecture des résultats, chaque réponse a été transformée en données chiffrées selon l'occurrence choisie (de 1 pour « jamais » à 5 pour « très souvent »).

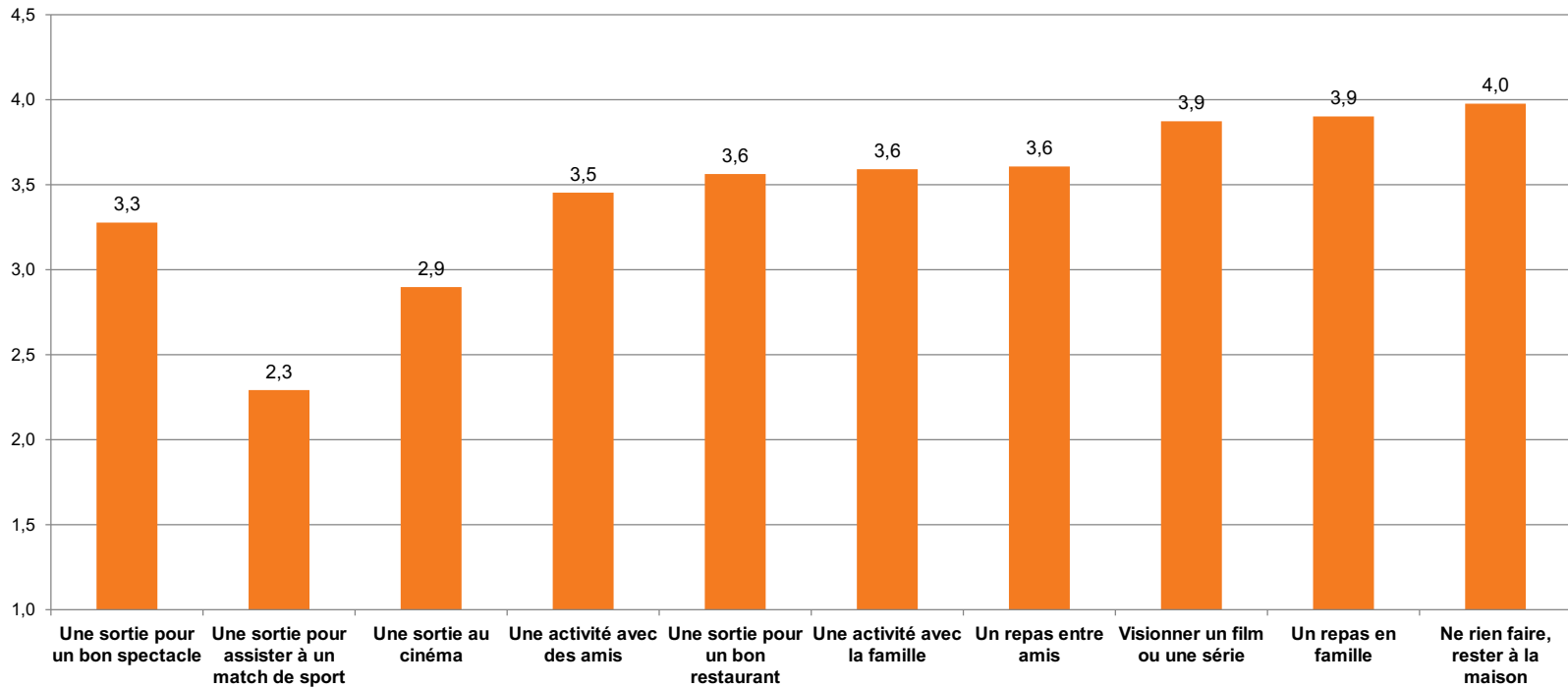
« Ne rien faire, rester à la maison » est l'activité dont l'occurrence est, en moyenne, la plus élevée (figure 247). Les trois activités les moins fréquemment choisies par les répondants sont : une sortie à un match de sport (très rarement), une sortie au cinéma (rarement) et une sortie à un spectacle (rarement).

Toutefois, une sortie à un spectacle est l'activité la plus entreprise par les spectateurs insatiables (figure 248). Plus les répondants consomment de spectacles par année, plus ils sont à même de préférer, comme activité, une sortie à un spectacle, à un match de sport ou au cinéma. Les plus grands consommateurs (insatiables, passionnés et assidus) sont aussi ceux pour qui la préférence à ces activités est la plus forte : une sortie au restaurant, visionner un film ou une série, une activité avec des amis, et un repas entre amis. De tous les groupes de consommateurs, le non-public affiche les préférences les plus faibles pour presque toutes les activités, à l'exception d'une activité avec la famille et de l'option « ne rien faire, rester à la maison », pour laquelle la fréquence de réalisation est au contraire la plus élevée.

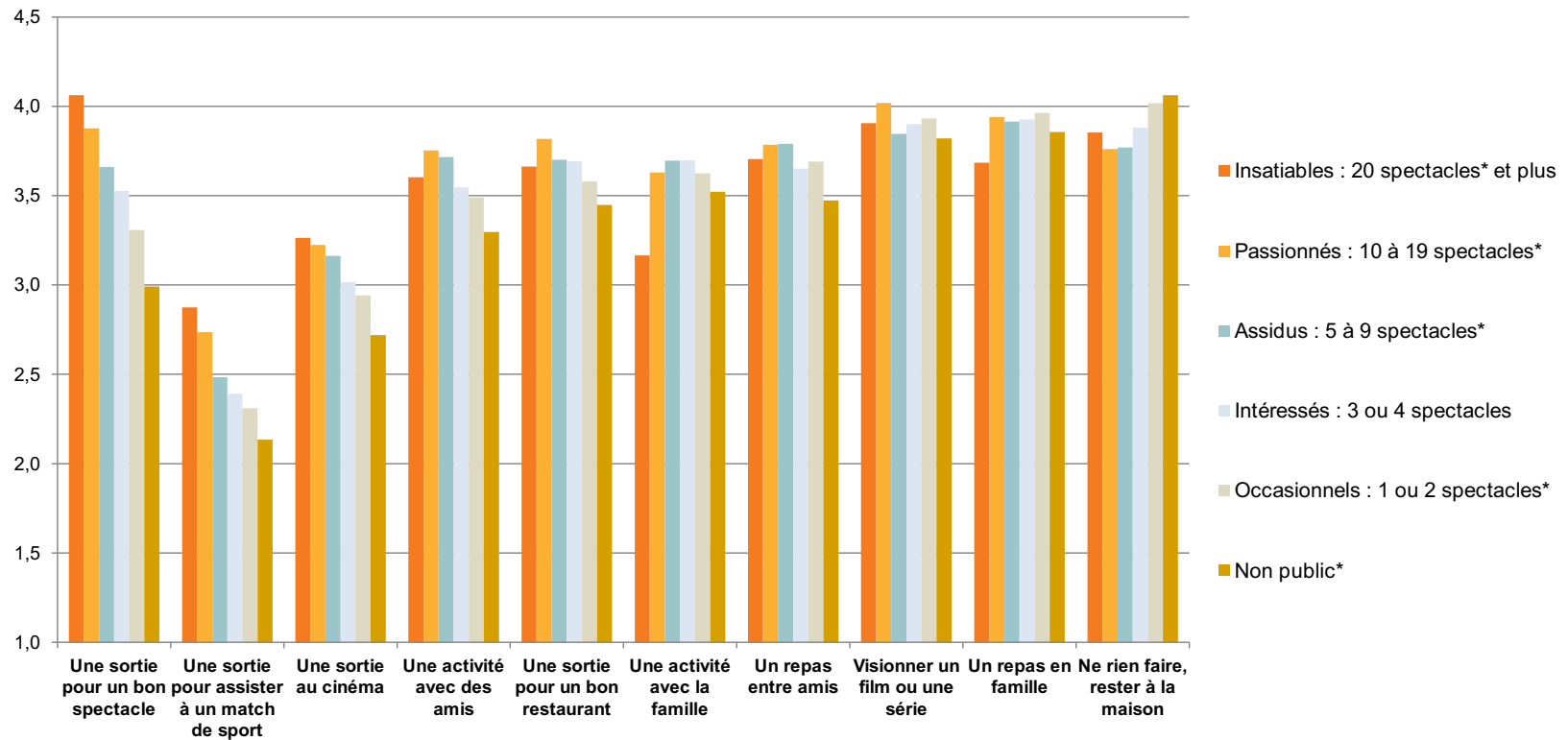
Enfin, la figure 249 montre que si les plus jeunes (34 ans et moins) sont ceux pour qui la préférence est la plus élevée pour presque toutes les activités (sauf la sortie à un spectacle, un repas en famille et le fait de rester chez soi), les répondants de 65 ans et plus sont, à l'autre extrême, le groupe d'âge pour lequel elle est la plus faible. En ce qui concerne la sortie à un spectacle, on ne constate pas de différence significative entre les différents groupes d'âge (ce qui était le cas pour les groupes de consommateurs).

**fig.247 Préférences en matière de sorties**

(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)

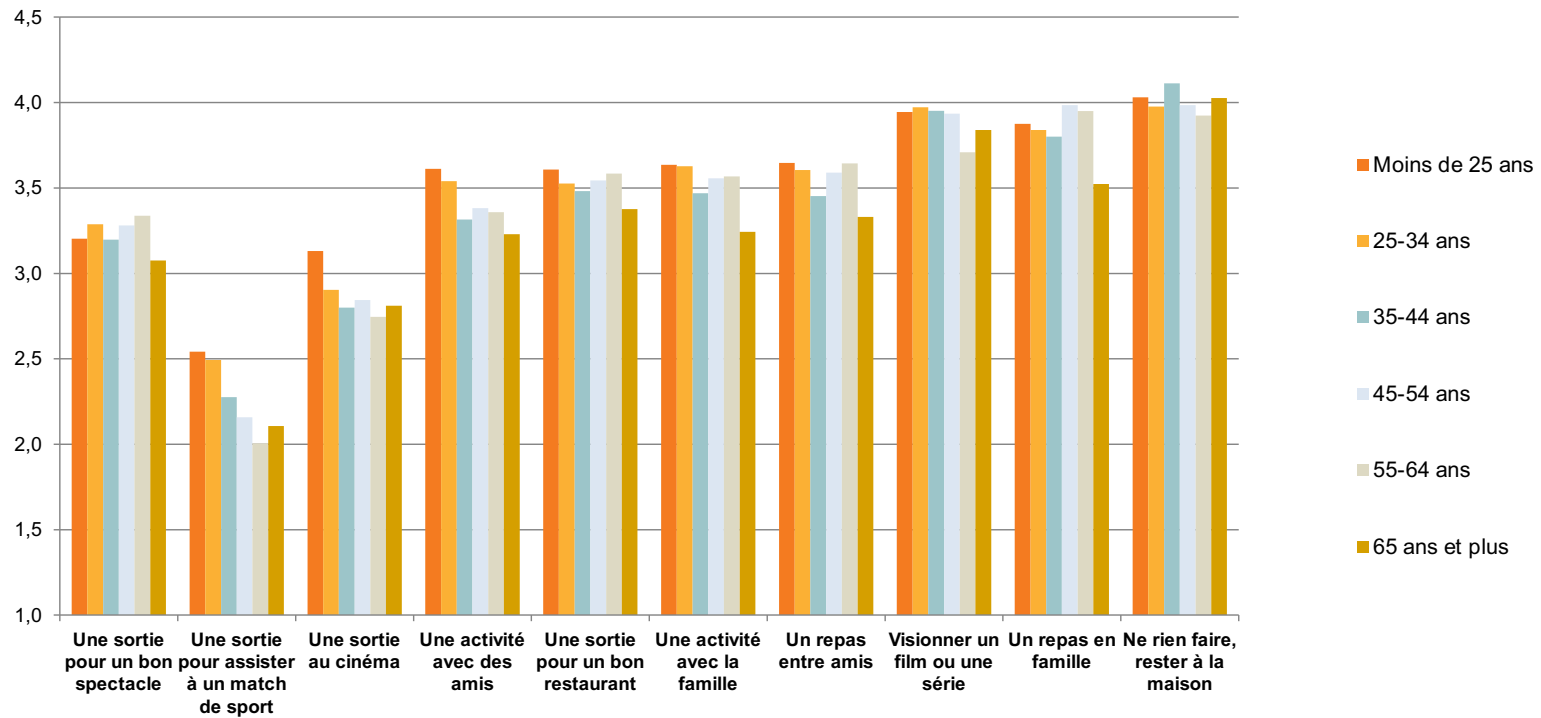


**fig.248 Préférences en matière de sorties selon l'intensité de fréquentation de spectacles professionnels**  
 (échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



**fig.249 Préférences en matière de sorties selon l'âge**

(échelle de préférence : 1 = jamais, 2 = très rarement, 3 = rarement, 4 = souvent, 5 = très souvent)



#### 4.6 PRINCIPALES TENDANCES LIÉES AUX PRÉFÉRENCES

Au-delà des résultats propres à chaque sous-partie, plusieurs tendances transversales se dessinent quant aux préférences liées à la fréquentation d'un spectacle professionnel.

L'intensité de fréquentation à des spectacles professionnels au cours d'une année et l'âge sont les variables qui ont le plus de sensibilité sur les préférences des répondants, qu'il s'agisse de la nature ou du format du spectacle, de la journée ou de l'horaire du spectacle, du type de lieu de diffusion, de la sortie liée au spectacle ou des autres activités culturelles réalisées par les répondants. Les autres variables sociodémographiques (genre, lieu de résidence, revenu du ménage, niveau de scolarité, langue parlée à la maison) ont finalement peu d'impact sur les préférences qui ont été testées dans le cadre de cette étude.

Plus un individu consomme de spectacles professionnels au cours d'une année, moins il est indifférent vis-à-vis de certains paramètres liés aux spectacles auxquels il souhaite assister, comme l'origine et la notoriété des artistes, la langue, la longueur, la nouveauté ou le caractère divertissant de l'œuvre. L'expérience semble ainsi forger les préférences. Il n'est donc pas étonnant qu'à l'inverse, le groupe d'individus le plus indifférent vis-à-vis des paramètres testés soit le non-public (individus n'ayant assisté à aucun spectacle professionnel au cours de l'année).

Outre une diminution de l'indifférence, des préférences marquées se dessinent clairement autour de certains paramètres à mesure que la consommation annuelle de spectacles devient élevée. Ainsi, un spectacle type pour un consommateur insatiable (20 spectacles et plus annuellement) serait une création ou une nouveauté, courte, avec entracte, légère ou divertissante, et composée d'artistes émergents. Ce consommateur préfère y assister le jeudi à 19 h ou le vendredi ou

samedi soir à 20 h, dans une petite salle idéalement, après avoir soupiré au restaurant.

Concernant l'âge, les résultats suivent, dans les grandes lignes, ceux de la variable liée à l'intensité de fréquentation : plus on vieillit, moins on est indifférent vis-à-vis des paramètres énoncés, bien que le groupe des 24 ans et moins fasse figure d'exception. Malgré sa jeunesse, ce groupe affiche un peu plus ses préférences que d'autres groupes, bien qu'elles soient moins marquées. De manière générale, s'ils sont semblables aux tendances observées pour l'intensité de fréquentation, les résultats liés à l'âge diffèrent du fait que les préférences sont moins polarisées sur les échelles d'opposition proposées.

Les préférences touchant à des aspects plus identitaires du spectacle sont celles qui polarisent le plus les répondants. En effet, les préférences sur l'origine des artistes (qu'ils soient québécois ou canadiens, ou venus de l'extérieur du pays) et la langue du spectacle (français ou anglais, ou une autre langue) ont, d'une part, une proportion d'indifférents moindre et, d'autre part, des proportions de répondants aux préférences fortes plus élevées que pour les autres paramètres. Ces préférences identitaires sont plus prégnantes chez les répondants de 65 ans et plus et moins prononcées chez ceux de 25 ans à 44 ans, sans qu'il soit possible de dire s'il s'agit d'un effet lié à la génération ou au cycle de vie.

Les préférences liées aux horaires et aux jours où ont lieu les spectacles suivent des tendances assez claires et moins nuancées que pour la nature et le format des spectacles. En général, les samedis ou vendredis à 20 h récoltent une forte adhésion des répondants, tandis que les spectacles en semaine qui commencent un peu plus tôt sont davantage l'apanage d'un public d'habitues. Les représentations en après-midi sont presque exclusivement préférées le dimanche.

Le type de lieu a fait ressortir des préférences peu prononcées de façon générale; seules quelques nuances sont à apporter en fonction de la variable sociodémographique examinée. La préférence pour de petites salles augmente avec l'âge. Ce sont les plus jeunes qui apprécient les



plus grandes salles, mais aussi les bars. Les salles en formule cabaret attirent particulièrement les spectateurs de 35 ans à 44 ans. Les qualités acoustiques et de confort sont d'autant plus appréciées à mesure que l'on vieillit.

Les petites salles sont autant appréciées que les grandes salles, et les répondants sont plutôt indifférents vis-à-vis d'autres types de lieux (scènes extérieures, cabarets ou bars) pour autant qu'ils possèdent une bonne acoustique et des sièges confortables.

En observant attentivement les préférences des plus grands consommateurs comme celles du non-public, plusieurs tendances pointées par la première étude se confirment. Consommer ou ne pas consommer de spectacles professionnels s'inscrit dans un contexte bien plus large que celui du simple achat de billets. Cette section de la recherche laisse deviner les contours d'un mode de vie dans lequel s'insère la consommation de spectacles professionnels.

Les plus grands consommateurs de spectacles professionnels sont moins indifférents à la façon d'assister à un spectacle, au lieu, à l'heure et à l'horaire du spectacle; en plus, leurs préférences sont plus nettes. Aller voir un spectacle professionnel s'inscrit dans un mode de vie où les sorties culturelles ou les activités sociales sont tout autant préférées. La sortie en tant que telle est plus rarement constituée du seul spectacle. L'avant et l'après-spectacle, qu'il s'agisse d'approfondir l'œuvre ou de socialiser autour d'un verre ou d'un repas, sont plus riches chez le grand consommateur de spectacles. La sortie culturelle, si elle est préférée le jeudi, le vendredi ou le samedi, se fait aussi en début de semaine, comme si elle était davantage imbriquée dans une routine.

À l'inverse, on décèle chez le non-public ou les spectateurs occasionnels une indifférence plus grande ou des préférences plus faibles pour presque tous les paramètres testés, ce qui peut être synonyme de désintérêt, de méconnaissance ou d'indécision. On remarque également une appétence plus faible pour d'autres sorties culturelles ou d'autres formes de loisir.

Il faut noter que, pour beaucoup de paramètres testés, les préférences exprimées sont peu marquées et/ou l'indifférence, élevée. Comment interpréter ces résultats? Quel sens donner à ces faibles préférences ou à une indifférence plus élevée? Les résultats recueillis peuvent mener à plusieurs pistes d'interprétation. La première est que le paramètre observé est peu important pour certains répondants parce qu'il ne modifie pas fondamentalement leur expérience ou leur appréciation d'un spectacle (ex. : la durée du spectacle et la présence ou non d'un entracte). Dans un tel cas, le diffuseur saura sur quel paramètre axer sa communication pour joindre le public. Une autre piste oriente plutôt vers la méconnaissance de l'impact qu'a le paramètre sur l'expérience ou l'appréciation du spectacle. Expliquer et convaincre vis-à-vis d'un paramètre plutôt que d'informer, voilà l'approche que devra plutôt retenir un diffuseur pour parler dudit paramètre à un non-public. Enfin, il est possible aussi que le répondant ne parvienne pas à faire un choix, par exemple parce que deux options se valent à ses yeux.

---

## ÉLÉMENTS DE CONCLUSION

Le portrait renouvelé de l'assistance et de la fréquentation des arts de la scène ouvre une perspective inédite sur la transformation en cours des publics, résultat d'une évolution multifactorielle, à la fois structurelle et conjoncturelle qui oblige le milieu culturel à se questionner et à inventer de nouvelles manières d'entretenir le lien avec les publics.

### LA TRANSFORMATION DES PUBLICS

#### Un recul de la fréquentation et de l'assistance

À la lumière des principaux résultats de l'étude, une tendance claire se dessine : la fréquentation\* et l'assistance\* aux arts de la scène sont en recul par rapport à 2018.

Alors qu'en 2018, 35 % des Québécois n'avaient jamais assisté à un spectacle\* au cours de l'année, ils sont 43 %, 5 ans plus tard, à ne pas avoir franchi le seuil des lieux de diffusion des arts de la scène au Québec. En 2023, assister à un spectacle\* ne faisait pas partie des habitudes de vie de 70 % des Québécois, qui n'avaient vu aucun spectacle sinon que 1 ou 2 spectacles\* au cours de l'année, contre 63 % en 2018.

Qu'il s'agisse du spectacle tarifé ou gratuit intérieur ou extérieur, les données accusent une baisse générale d'assistance de l'ordre de 17 %. La fréquentation du spectacle\* est, elle aussi, en baisse, avec une diminution du nombre de spectacles consommés par spectateur, passant de presque 5 en 2018 à 4,4 en 2023. Les grands consommateurs d'arts de la scène, qui tirent habituellement les moyennes vers le haut puisqu'ils ont vu plus de cinq spectacles par année, sont aussi moins nombreux.

#### Les femmes, le jeune public et le public âgé sont les premiers touchés

La dynamique de vieillissement du public des arts de la scène semble s'être arrêtée, voire inversée. Il s'agit d'un trompe-l'œil puisque ce rajeunissement du public tient en partie au fait que les spectateurs âgés sont moins nombreux à avoir assisté à un spectacle\* en 2023. S'il est fort possible que cette tendance dans cette tranche d'âge puisse s'expliquer par une plus grande difficulté à se déplacer ou par la pandémie et la crainte persistante d'être contaminé dans une salle de spectacles ou au contact de la foule, on observe aussi, à l'autre extrême de la ligne des âges, un net recul de fréquentation\* des jeunes hommes.

Il est encore difficile de cerner les causes du désengagement de ce groupe de population vis-à-vis du spectacle\*, mais plusieurs hypothèses peuvent être avancées, comme la concurrence d'autres activités culturelles particulièrement chronophages telles que les jeux vidéo ou la persistance des stéréotypes de genre sur la sortie culturelle. Il est aussi possible d'envisager qu'il ne s'agit que d'un retard de fréquentation lié à la fois à la pandémie et à la façon de consommer de la culture qu'ont les jeunes hommes.

Pour autant, les chiffres dans leur ensemble révèlent que la baisse de fréquentation s'observe davantage chez les femmes que chez les hommes. Face à une conjoncture économique plus difficile marquée par une forte inflation, les femmes se montrent plus prudentes vis-à-vis de l'achat de billets de spectacles\*. Dans une société où les femmes gagnent encore moins que les hommes, il est logique qu'elles semblent plus sensibles à l'érosion du pouvoir d'achat.

## Des nuances selon les diffuseurs

Tous les diffuseurs ne sont pas touchés de la même façon par la baisse d'assistance\*, premièrement, parce que des disciplines sont historiquement plus affectées que d'autres par l'érosion du public, comme le théâtre; d'autres, comme l'humour, connaissent depuis plusieurs années une hausse régulière du nombre d'entrées, mais voient en 2023 une chute marquée de leur assistance\*.

La baisse de fréquentation est particulièrement associée aux personnes qui assistaient fréquemment aux spectacles (plus de dix fois par an). Généralement des spectateurs avertis, ils sont nombreux à fréquenter la diffusion spécialisée. Ce type de diffusion risque donc d'être davantage affecté.

Aussi, la baisse d'assistance\* frappe plus durement les diffuseurs des grands centres urbains comme Montréal et Québec, alors que les régions périurbaines peuvent voir leur assistance croître. Il n'est pas exagéré de penser que le mouvement de population des grands centres urbains vers les régions périurbaines et périphériques se traduit par des déplacements plus ou moins symétriques d'assistance\*. Cette hémorragie démographique semble toutefois s'être atténuée en 2024; il conviendra donc d'observer comment la tendance évolue dans le temps.

## DES RAISONS D'ESPÉRER

### Les effets d'une crise exceptionnelle

Bien que certaines dynamiques d'assistance et de fréquentation des publics s'observaient déjà en 2018, la pandémie de COVID-19 a bousculé avec une rare intensité le modèle de consommation culturelle que nous connaissions avant l'imposition des mesures sanitaires. Deux après la réouverture des lieux de diffusion, certains impacts de la pandémie persistent, tandis que d'autres se sont résorbés.

Le développement d'activités en ligne mené dans la foulée des fermetures des lieux de diffusion n'a pas entraîné le report massif de la consommation du présentiel vers le virtuel. Lorsque les mesures de distanciation sociale ont été progressivement levées, le retour en salle et des rassemblements extérieurs a été vécu comme un soulagement par bien des spectateurs pour qui la consommation d'activités culturelles en ligne n'était qu'un pis-aller avant un retour à la normale. Ce soulagement témoigne de l'importance de la dimension physique et du contact humain dans l'expérience d'un spectacle\*.

Un effet de rattrapage dès la levée des restrictions sanitaires a été observé dans les salles et à l'extérieur : les chiffres de fréquentation inédits et catastrophiques des années 2020 et 2021 ont été suivis du retour massif des spectateurs dans les lieux de diffusion. En 2023, le rattrapage ne semble pas encore complété et laisse une marge de manœuvre conséquente aux diffuseurs pour convaincre leur public d'avant-crise de revenir en salle.

Des craintes persistent, notamment celle de ne pas être en sécurité face au risque de contagion en salle ou au milieu d'une foule. Il est possible d'y répondre par des mesures sanitaires et par une communication efficace sur le faible risque de transmission dans les salles de spectacles.

### Une situation économique morose mais conjoncturelle

La situation économique difficile dont pâtissent les ménages québécois et plus particulièrement ressentie par les femmes demeure, semble-t-il, conjoncturelle. Et si, face à une inflation galopante, le réflexe habituel pour assumer les dépenses essentielles comme l'alimentation ou le logement consiste à sabrer les sommes dévolues aux loisirs, quelques nuages gris comme la forte augmentation des prix s'éloignent et laissent place à une note d'espoir quant à une stabilisation prochaine des dépenses culturelles.

## DE NOUVELLES TENDANCES À PRENDRE EN COMPTE

### Composer avec l'évolution des modes de vie

L'un des impacts les plus durables de la pandémie est sans conteste la persistance du télétravail sous sa forme complète ou hybride. Or, bien que le télétravail offre davantage de temps libre, ces moments dégagés sont finalement très peu reportés vers les sorties culturelles; ils servent plutôt à des activités qui exigent, contrairement à la sortie à un spectacle, peu d'organisation et peu de temps, comme le visionnement de films ou la lecture.

Cette nouvelle gestion du temps se manifeste également par des billets de spectacles achetés plus tardivement, une baisse de l'abonnement et une augmentation des billets non honorés.

N'en demeure pas moins que la réduction du temps disponible est à l'œuvre depuis les années 1980, au profit notamment du travail et au détriment des loisirs. Et, tout comme le manque d'intérêt, le manque de temps demeure l'un des principaux freins à la sortie culturelle.

Si les travailleurs ne sont pas tous affectés de la même manière par le travail à distance, les télétravailleurs sont plus enclins à assister à des spectacles en arts de la scène en raison de leur niveau de scolarité et de leurs revenus plus élevés que la moyenne. Leur éloignement des centres-villes et le temps plus important passé à la maison affectent directement la fréquentation des lieux de diffusion centraux, qui, auparavant, pouvaient compter plus facilement sur la sortie culturelle après le travail en semaine.

Le télétravail ajoute une couche de difficulté aux centres-villes et aux grands centres urbains, qui accusent depuis plusieurs années des baisses de population au profit des régions périurbaines et périphériques.

### Les préférences des spectateurs

Le portrait des préférences dressé dans cette étude donne l'occasion aux professionnels des arts de la scène de mieux composer avec l'évolution des habitudes et des pratiques culturelles de leurs publics afin d'ajuster leur offre et l'expérience promise.

Tout indique que l'expérience forge les préférences : plus un spectateur assiste à des spectacles, plus ses préférences sur la nature, le format et l'horaire des spectacles s'affinent et se précisent. À l'inverse, le non-public ou les spectateurs occasionnels sont plus indifférents vis-à-vis de ces paramètres. Derrière l'indifférence peut se cacher, certes, un désintérêt, mais aussi une méconnaissance de l'impact qu'aura un paramètre sur l'expérience du spectateur. Dès lors, il devient possible pour les diffuseurs d'adapter leur communication selon la segmentation de publics visés ni de mettre en place ou de renforcer les actions visant à accompagner ces publics dans leur expérience.

Les aspects identitaires d'un spectacle (la langue du spectacle et l'origine des artistes) sont ceux qui polarisent le plus les spectateurs (sauf les jeunes, qui sont plus indifférents à ces paramètres). Ces paramètres sont donc à prendre en compte dans la communication réalisée autour d'un spectacle en fonction du public visé.

Des spectacles plus tôt en semaine notamment pour les consommateurs occasionnels et plus tard en fin de semaine pour les spectateurs plus assidus ainsi que des matinées le dimanche pour les publics plus âgés, c'est en général ce qu'indiquent les préférences moyennes en matière d'horaire, avec quelques nuances. L'âge, la langue et le niveau de fréquentation\* sont les deux facteurs à prendre en compte pour établir l'horaire de spectacle en fonction des préférences des publics.

## Une jeunesse à conquérir

Les jeunes adultes âgés de 16 ans à 24 ans demeurent un public important pour les arts de scène. À cet âge, les goûts culturels ne sont pas encore arrêtés et la consommation culturelle est éclectique. Plus un individu assistera tôt et à de multiples reprises à des spectacles\*, plus il aura de chances de revenir adulte et de fréquenter assidûment les arts de la scène.

On comprend alors l'importance de maintenir les efforts, voire de redoubler d'ardeur vis-à-vis des jeunes adultes pour pérenniser le public d'aujourd'hui et de demain. La mesure des impacts des multiples fermetures des salles de spectacles pendant la pandémie sur les jeunes n'a pas encore été prise. Alors que les effets à long terme ne sont pas encore connus, dans l'immédiat, on constate déjà à quel point ces deux années ont été préjudiciables au chapitre de l'adaptation des jeunes aux spectacles. Des habitudes de consommation ont été détricotées; pire, certaines n'ont jamais pu être prises. Si la moindre fréquentation des jeunes hommes aux spectacles\* évoquée précédemment peut n'être qu'un retard comblé avec l'âge, il peut aussi s'agir des prémisses d'un décrochage générationnel.

Quoi qu'il en soit, il y a matière à travailler sur le lien entre la jeunesse et les arts de la scène. L'évolution de la consommation culturelle et des modes de vie des jeunes doit inciter les acteurs du milieu des arts de la scène à adapter leurs actions afin que la sortie à un spectacle redevienne un espace de socialisation et d'expérimentation de premier plan pour les jeunes. Par exemple, ils peuvent rendre les lieux de diffusion plus ouverts et plus conviviaux, et en faire des endroits où il est facile de tisser des liens; ils peuvent les intégrer davantage dans les lieux de vie des jeunes.

## ÉVOLUER ET SE DÉVELOPPER

### Des efforts marketing supplémentaires

Par le biais des profils sociodémographiques et géographiques qu'elle dresse, l'étude développe des nuances riches et fines des types de publics selon différents territoires. Ces données donnent aux diffuseurs les moyens d'ajuster leurs communications et leurs actions et de les préciser en fonction des publics visés.

Il est indéniable que des choix difficiles seront à faire selon les publics traditionnels des diffuseurs et les publics visés : par exemple, faut-il d'abord regagner le public plus âgé perdu depuis la pandémie ou redoubler d'efforts pour conquérir la jeunesse? Au regard des préférences et des pratiques de ces deux groupes, les stratégies différeront : spectacles en matinée dans une salle confortable et intime dans un cas, spectacles dans de grandes salles ou dans des lieux atypiques dans l'autre.

En raison des achats de billets de dernière minute plus courants, de la baisse des abonnements et de l'augmentation des billets non honorés, les diffuseurs se voient obligés de revoir leur stratégie de mise en marché en rééchelonnant leurs communications et en les étalant davantage tout au long de l'année. Ainsi, le lancement de saison n'aura peut-être plus la même importance étant donné le plus grand étalement des ventes sur l'ensemble de la saison. Indéniablement, ces changements au chapitre des revenus de billetterie obligeront l'évolution du modèle d'affaires des diffuseurs et entraîneront de plus grandes prises de risque sur le plan financier.

La conjoncture économique difficile que traversent les ménages québécois depuis la sortie de la pandémie exerce une pression sur les dépenses de loisir. Dans ce contexte, et puisqu'une sortie culturelle peut représenter aux yeux des spectateurs un « risque » en termes de temps et d'argent, des efforts peuvent être entrepris du côté des diffuseurs afin d'atténuer le risque perçu et de valoriser l'expérience d'une sortie à un spectacle.

### **Aider le public à s'organiser**

L'évolution des modes de vie et en premier lieu le télétravail induisent un nouveau rapport physique et temporel à la sortie culturelle, dont doivent tenir compte les acteurs du milieu des arts de la scène. Le modèle classique de la sortie culturelle après le bureau en semaine accompagnée d'un souper au restaurant tend à ne plus être aussi courant qu'avant.

Il y a donc matière à repenser l'approche et le discours autour de la sortie à un spectacle ainsi que la façon dont celle-ci peut s'insérer dans le temps et l'espace des spectateurs. Le morcellement du temps et l'accélération du rythme de vie rendent plus que jamais nécessaire la facilitation de la gestion du temps en offrant davantage de flexibilité et de fluidité lors d'une sortie à un spectacle.

Des solutions existent déjà, comme faciliter l'accessibilité aux lieux de diffusion, offrir davantage d'activités près des lieux de vie des spectateurs, proposer d'autres plages horaires, réduire la longueur des spectacles, mentionner la présence ou l'absence d'entracte selon les publics visés, accroître et renforcer la préparation des spectateurs à leur sortie, etc.

### **Éduquer les jeunes à la sortie au spectacle**

La socialisation au spectacle est une pierre angulaire de la fréquentation à l'âge adulte. Si la sensibilisation aux arts dès le plus jeune âge est cruciale, il ne faut pas oublier que la sortie au spectacle est également un acte social qui s'apprend.

Pendant cette période formatrice, il est essentiel de ne pas présumer que les jeunes sauront spontanément s'organiser pour franchir les portes des salles de spectacle. Cet apprentissage est fondamental pour assurer l'avenir des arts de la scène au Québec.

---

## ANNEXE 1 — BIBLIOGRAPHIE DE LA SECTION 2.2

Ali, Roaa et Balme, Christopher (2023). « Festivals in the COVID Age of Crisis », *Contemporary Theatre Review*, (n<sup>os</sup> 3-4), 32, pages 336 à 341, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10486801.2022.2117804>

Allard, Amélie et coll. (2020). *L'influence de la pandémie de la Covid-19 sur le secteur événementiel selon le point de vue des consommateurs*, [https://eut4115.uqam.ca/contenus/exemple\\_rapport\\_influence\\_pandemie\\_evenementiel\\_a2020.pdf](https://eut4115.uqam.ca/contenus/exemple_rapport_influence_pandemie_evenementiel_a2020.pdf)

Bigay, Romain (2022). « Ce que le livestream fait au live », *Communiquer*, (n<sup>o</sup> 35), pages 25 à 37, <https://journals.openedition.org/communiquer/9670#quotation>

Brouard, François (2020). *Industrie de l'humour et l'après-Covid : Diminution des revenus, augmentation des coûts et rentabilité*. <https://carleton.ca/profbrouard/wp-content/uploads/GRIHNote202009NRrevenuscoutsrentabilite20201031FBMPCP.pdf>

Giorgi, Julien Giorgi et Scott, Suzanne (2022). « Crise sanitaire dans le secteur culturel : Impact de la pandémie de Covid-19 et des mesures de soutien sur l'activité et la situation financière des entreprises culturelles en 2020 », *Culture études*, (n<sup>o</sup> 1), 1, pages 1 à 36, <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2022-1-page-1.htm>

Jeannotte, Sharon (2021). « When the gigs are gone: Valuing arts, culture and media in the COVID-19 pandemic », *Social Sciences & Humanities Open*, (n<sup>o</sup> 1), 3, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291120300863>

Jonchery, Anne et Lombardo, Philippe (2020). « Pratiques culturelles en temps de confinement », *Culture études*, (n<sup>o</sup> 6), 6, pages 1 à 44. <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2020-6-page-1.htm?ref=doi>

Khalid, Amrita (2020). « Livestream platforms are a home for the world we've lost under quarantine », *Quartz*, <https://qz.com/1828586/twitch-is-a-home-for-the-world-weve-lost-under-quarantine/>

Lee, Daniel, Baker, William et Haywood, Nick (2020). *Coronavirus, the cultural catalyst*, <https://wim.hypotheses.org/1302>

Mouillot, François (2021). « The social and cultural dimension of 'platforming' live music: the case of the Hong Kong independent music scene during the Covid-19 pandemic », *Popular Communication*, (n<sup>o</sup> 4), 20, pages 274 à 291, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15405702.2021.2006663>

Muller, Jörg et Schreiber, Amandine (2022). « Les sorties culturelles des Français après deux années de Covid », *Culture études*, (n<sup>o</sup> 6), 6, pages 1 à 20, <https://www.cairn.info/revue-culture-etudes-2022-6-page-1.htm>

Naef, Patrick et Birchler, Bastien (2022). « L'impact du COVID-19 sur les mondes de l'art », *Tsantsa*, 27, <https://www.redalyc.org/journal/6647/664772596004/664772596004.pdf>

Nguyen, Hang Thi Tuyet (2018). *Audiences' Engagement with Twitter and Facebook Live during Classical Music Performances: community and connectivity through live listening experiences*. <https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/doctoral/Audiences-engagement-with-Twitter-and-Facebook/9983777204302771>

Novat, Astrid (2023). « Redéfinir les contours du spectacle et du vivant : technodrame en temps de pandémie. L'exemple du projet AREA (2021) », *IdeAs*, (n° 21), <https://journals.openedition.org/ideas/15170>

Onderdijk, Kelsey E. et coll. (2021). « Livestream Experiments: The Role of COVID-19, Agency, Presence, and Social Context in Facilitating Social Connectedness », *Frontiers in Psychology*, 12, [https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.647929/full?utm\\_source=Email\\_to\\_a](https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2021.647929/full?utm_source=Email_to_a)

Rentschler, Ruth et coll. (2020). « Festival Innovation in Times of Crisis », *Event Management*, (n° 4), 27, pages 559 à 575, <https://www.ingentaconnect.com/content/cog/em/2023/00000027/0000004/art00006;jsessionid=7des7p67o0ln7.x-ic-live-03>

Rothschild, Philip C., Vowels, Kendall A. et Rothschild, Connor L. (2020). « Cancel, Postpone, or Reschedule: The Live Music Industry's Response to Ticket Refunds During the COVID-19 Pandemic », *MEIEA Journal*, (n° 1), 20, [https://www.meiea.org/resources/Journal/Vol.%2020/MEIEA\\_Journal\\_2020\\_Complete.pdf#page=45](https://www.meiea.org/resources/Journal/Vol.%2020/MEIEA_Journal_2020_Complete.pdf#page=45)

Sirois, Guillaume et Bélanger, Jeanne (2023). *Modifications des habitudes de consommation culturelle pendant la pandémie de COVID-19 : Regard sur les publics des arts de la scène*. <https://synapsec.ca/wp-content/uploads/2023/05/Rapport-Synapse-Final-2023.pdf>

Taylor, Iain A., Raine, Sarah et Hamilton, Craig (2020). « COVID-19 and the UK Live Music Industry: A Crisis of Spatial Materiality », *MAST*, (n° 2), 1, pages 219 à 241, [https://www.open-access.bcu.ac.uk/10360/1/COVID\\_19\\_and\\_the\\_UK\\_Live\\_Music\\_Industry.pdf](https://www.open-access.bcu.ac.uk/10360/1/COVID_19_and_the_UK_Live_Music_Industry.pdf)

Trottier-Pistien, Frédéric (2023). « "C'est ça le futur des soirées?" Les musiques électroniques de danse à l'épreuve du livestream et de la COVID-19 », *Communiquer*, (n° 35), <https://www.erudit.org/en/journals/communiquer/1900-v1-n1-communiquer08109/1100450ar/>

Vandenberg, Femke, Berghman, Michaël et Schaap, Julian (2021). *The 'lonely raver': music livestreams during COVID-19 as a hotline to collective consciousness?* <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616696.2020.1818271#abstract>



## ANNEXE 2 — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE NATIONAL

1. Veuillez indiquer votre genre.
  - Homme
  - Femme
  - Autre genre
2. Où résidez-vous ? *Liste des régions du Québec*
3. Quels sont les 3 premiers caractères du code postal de votre lieu principal de résidence ? \_\_\_\_\_
4. Quelle est votre année de naissance ? \_\_\_\_\_
5. Quelle langue parlez-vous le plus souvent à la maison?
  - Français
  - Anglais
  - Français et anglais
  - Français et autre langue
  - Anglais et autre langue
  - Autres langues
6. Connaissez-vous assez bien le français, l'anglais ou une autre langue pour soutenir une conversation?
  - Français seulement
  - Anglais seulement
  - Français et anglais
  - Français ou anglais et une autre langue

Un **spectacle professionnel** comprend majoritairement des artistes professionnels (chanteurs, musiciens, acteurs, etc.). Il peut être présenté dans des lieux consacrés aux arts comme des salles de spectacle, mais aussi dans le cadre de festivals, sur des scènes extérieures, dans des bars ou dans l'espace public. L'accès aux spectacles professionnels peut être payant ou gratuit.

7. Aux cours des 12 derniers mois, à combien de spectacles professionnels gratuits ou payants avez-vous assisté?

	Payant		Gratuit	
	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur
Danse				
Musique classique et opéra				
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.				
Théâtre				
Chanson francophone				
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français				
Humour				
Cirque				
Comédie musicale et revue musicale				
Variété et magie				

Aucun : X direction Q12

Aléatoire

8. Au cours des 12 derniers mois, combien avez-vous dépensé personnellement pour l'achat de vos billets de spectacles professionnels :

Danse	
Musique classique et opéra	
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.	
Théâtre	
Chanson francophone	
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français	
Humour	
Cirque	
Comédie musicale et revue musicale	
Variété et magie	
TOTAL	<i>calcul automatique</i>

9. Au cours des 12 derniers mois, parmi les spectacles professionnels, combien de spectacles faisaient partie d'un festival?

	Payant		Gratuit	
	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur
Danse				
Musique classique et opéra				
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.				
Théâtre				
Chanson francophone				
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français				
Humour				
Cirque				
Comédie musicale et revue musicale				
Variété et magie				

10. Au cours des 12 derniers mois, parmi les spectacles professionnels auxquels vous avez assisté, combien était destinés aux enfants ou au jeune public?

Danse	
Musique classique et opéra	
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.	
Théâtre	
Chanson francophone	
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français	
Humour	
Cirque	
Comédie musicale et revue musicale	
Variété et magie	

11. Au cours des 12 derniers mois, parmi les spectacles professionnels auxquels vous avez assisté, combien faisaient partie d'un abonnement?

Danse	
Musique classique et opéra	
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.	
Théâtre	
Chanson francophone	
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français	
Humour	
Cirque	
Comédie musicale et revue musicale	
Variété et magie	

12. [si réponses à Q précédente différentes de 0] Au cours des 12 derniers mois, parmi les spectacles professionnels auxquels vous avez assisté, combien faisaient partie d'un abonnement? \_

13. Pourquoi prenez-vous un abonnement?

- Par habitude
- Parce que je fais confiance à la ligne artistique de la salle
- Pour obtenir un meilleur prix
- Pour avoir de meilleures places
- Pour bénéficier de privilèges autres que le prix ou le choix préférentiel des places
- Pour m'encourager à aller régulièrement voir un spectacle
- Pour être avec mes amis
- Pour être avec ma famille
- Pour soutenir la vitalité culturelle de ma communauté

*Aléatoire. Plusieurs réponses possibles*

14. Aux cours des 12 derniers mois, vous avez assisté à combien de spectacles qui n'étaient pas professionnels? Les spectacles non-professionnels mettent généralement en valeur des non-professionnels du secteur artistique, que ce soit des amateurs ou encore des personnes en formation. Ils sont parfois payants.

Danse	
Musique classique et opéra	
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.	
Théâtre	
Chanson francophone	
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français	
Humour	
Cirque	
Comédie musicale et revue musicale	
Variété et magie	

15. Quels endroits fréquentez-vous pour voir un spectacle ?

- Salle de spectacle ou de concert
- Auditorium
- Centre sportif (Stade Olympique, Centre Bell, Centre Videotron, etc.)
- Maison de la culture, centre culturel municipal
- Salle communautaire
- Bar, café, clubs, bistro
- Autre

*Aléatoire*

*Échelle d'intensité de 1 à 10 : Jamais – Très souvent*

16. Cela vous prend combien de temps généralement pour vous rendre au lieu de présentation de spectacle que vous fréquentez le plus régulièrement? Minutes : \_\_\_\_\_

17. Avec qui, habituellement, allez-vous voir des spectacles?

- Seul
- Avec des amis
- Avec mon (ma) conjoint(e), mon (ma) petit(e) ami(e)
- Avec mes enfants
- Avec d'autres membres de ma famille
- En groupes organisés
- Avec mes collègues
- Autre situation

*Échelle d'intensité de 1 à 10 : Jamais – Très souvent*

18. Qui décide généralement d'une sortie à un spectacle?

- Moi
- Mon conjoint ou ma conjointe
- Une autre personne de mon entourage familial
- Un(e) ami(e)
- Un(e) collègue
- Mon enfant
- Une autre personne

*Échelle d'intensité de 1 à 10 : Jamais – Très souvent*

19. Jusqu'à quel prix seriez-vous prêt à payer pour un billet de spectacle professionnel qui vous intéresse ?

Danse	Échelle glissante \$
Musique classique et opéra	Échelle glissante \$
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.	Échelle glissante \$
Théâtre	Échelle glissante \$
Chanson francophone	Échelle glissante \$
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français	Échelle glissante \$
Humour	Échelle glissante \$
Cirque	Échelle glissante \$
Comédie musicale et revue musicale	Échelle glissante \$
Variété et magie	Échelle glissante \$
Un spectacle destiné au jeune public (enfants ou adolescents)	Échelle glissante \$

0\$ à 500\$ et plus

20. Quels modes de transport utilisez-vous principalement pour vous rendre à un spectacle?

- À pied
- En vélo, patin, trottinette
- En voiture
- En transport collectif (bus, métro, etc.)
- En taxi, Uber, etc.
- Autre mode de transport

Échelle d'intensité de 1 à 10 : Jamais – Très souvent

21. Quels facteurs expliquent pourquoi vous ne voyez pas plus de spectacles professionnels?

- Manque de temps
- Coût trop élevé
- Manque d'intérêt
- Personne pour m'accompagner
- Problèmes de santé
- Difficultés de transport, de stationnement
- Manque d'information sur ce qui est disponible
- Caractère élitiste des spectacles
- Préférences pour d'autres activités de loisir
- Pas de spectacles présentés à proximité
- Garde des enfants
- N'aime pas sortir tard le soir
- Trop fatigué pour sortir
- Je ne me sens pas à ma place dans une salle de spectacle
- Difficulté d'accès compte-tenu de mon handicap
- Ce n'est pas dans mes habitudes

Aléatoire

Échelle d'intensité de 1 à 10 : Jamais – Très souvent

22. Durant votre enfance et votre jeunesse (avant 16 ans), vous avez assisté à combien de spectacles professionnels ?

- Accompagné de vos parents ou d'autres membres de votre famille (grands-parents, frères, sœurs, oncles, tantes...)
- Dans le cadre scolaire?
- Avec des amis?

Aléatoire. 0 à plus de 100

23. Aux cours des 12 derniers mois, vous avez assisté ou participé à combien de ces activités?

Aller au restaurant (pour le plaisir, avec des parents, des amis)	
Aller dans les pubs, les bars, les clubs	
Aller au cinéma	
Visiter les musées d'art ou autres, les sites historiques	
Fréquenter les expositions artistiques ou culturelles	
Fréquenter une bibliothèque publique	

24. Aux cours des 12 derniers mois, vous avez participé à combien d'activités organisées de loisir (cours, rassemblements, compétitions, etc.)?

Activités artistiques et culturelles	
Activités sportives et compétitives	
Activités spirituelles et de bien être	

25. À quelle fréquence en moyenne télétravaillez-vous?

- Tous les jours ou presque
- Trois jours par semaines
- Deux jours par semaine
- Un jour par semaine
- Moins souvent
- Je ne télétravaille pas durant mon travail
- Je ne travaille pas

26. À combien d'équipement(s) avez-vous accès personnellement ou à votre domicile?

	Un	Plusieurs	Aucun
Ordinateur fixe ou portable (personnel ou professionnel)			
Tablette tactile			
Téléphone intelligent (Smartphone)			
Console de jeux			

27. À quels services de streaming video avez-vous accès personnellement ou à votre domicile?

- Aucun
- Je ne sais pas
- Tou.TV Extra
- Club Illico
- Crave TV
- Prime Video,
- Netflix
- Disney+
- Apple TV+
- Paramount +
- Sportsnet Now
- TSN Direct
- DAZN
- Autre(s) service(s)

*Aléatoire pour les marques*

28. À quels services de streaming audio avez-vous accès personnellement ou à votre domicile?

- Aucun
- Je ne sais pas
- Spotify
- Apple Music
- Amazon Music
- YouTube Music
- Amazon Music Unlimited
- Deezer
- QUB musique
- iHeartRADIO
- Radio-Canada OHdio
- Soundcloud
- Bandcamp
- Tidal
- Autres(s) services(s)

*Aléatoire pour les marques*

29. À quelle fréquence utilisez-vous Internet

	Tous les jours ou presque	Une à deux fois par semaine	Une à deux fois par mois	Plus rarement	Jamais
Pour vous informer					
Pour jouer					
Pour faire des achats					
Pour échanger des messages textes					
Pour suivre les médias sociaux					
Pour développer des contenus (vidéo, audio, rédaction, etc.) et les transmettre ou les diffuser					

30. En moyenne, au cours d'une semaine, combien d'heures consacrez-vous :

- Au travail (déplacements compris) : Nb \_\_\_\_
- À des activités culturelles et artistiques: Nb \_\_\_\_
- À des activités physiques ou sportives: Nb \_\_\_\_
- Aux activités sur un écran autres qu'au travail (télévision, internet, cellulaire, jeux vidéo, etc.): Nb \_\_\_\_
- À des activités avec des amis: Nb \_\_\_\_
- À des activités ou des sorties en famille: Nb \_\_\_\_

*Aléatoire*



**31. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous avez atteint?**

- Aucun diplôme
- Diplôme d'études secondaires (DES)
- Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou Attestation de spécialisation professionnelle (ASP)
- Diplôme d'études collégiales (DEC)
- Diplôme universitaire de premier cycle
- Diplôme universitaire de second cycle ou grade professionnel
- Diplôme universitaire de troisième cycle

**32. Dans quel domaine avez-vous étudié principalement?**

- Sciences et technologies de la science (physique, chimie, biologie, sciences générales et intégrées)
- Génie et technologie du génie
- Mathématiques, informatique, sciences de l'information
- Commerce, gestion, administration, administration publique
- Arts
- Sciences humaines
- Sciences sociales et de comportements
- Droit et professions connexes
- Soins de santé (soins infirmiers, pharmacie, programmes connexes)
- Travail social et programmes connexes
- Éducation et enseignement
- Ressources naturelles, agriculture, conservation
- Autre : \_\_\_\_\_

**33. Quelle est votre situation principale ?**

- Travailleur(se) à temps plein
- Travailleur(se) à temps partiel
- Entrepreneur(se) / travailleur(se) autonome
- Actuellement en congé (maladie, maternité, sabbatique, parental, etc.)
- À la recherche d'un emploi / sans emploi (assurance-emploi, aide sociale...)
- Étudiant(e)
- Retraité(e)
- À la maison
- Autre : \_\_\_\_\_

**34. Composition du ménage**

En vous incluant, combien y a-t-il de personnes dans votre ménage?

Si plus d'une personne :

Votre ménage comprend combien de personnes de :

- 18 ans et plus ? Nb : \_\_\_\_\_
- De 17 ans et moins ? : Nb : \_\_\_\_\_
- Combien sont d'âge préscolaire (0 à 4 ans)? Nb : \_\_\_\_\_
- Combien sont d'âge scolaire (5 à 17 ans)? Nb : \_\_\_\_\_
- Combien sont en garde partagée ? Nb : \_\_\_\_\_

35. Quel est le niveau de scolarité le plus élevé atteint par ?

	Votre conjoint(e)	Votre mère	Votre père
Aucun diplôme			
Diplôme d'études secondaires (DES)			
Diplôme d'études professionnelles (DEP) ou Attestation de spécialisation professionnelle (ASP)			
Diplôme d'études collégiales			
Diplôme universitaire de premier cycle			
Diplôme universitaire de second cycle ou grade professionnel			
Diplôme universitaire de troisième cycle			
Ne s'applique pas			

36. Pour la dernière année, dans quelle catégorie se situe le revenu total de votre ménage (conjoint et conjointe, père et mère, etc. qui partagent votre logement), avant impôt, en incluant les revenus de toutes provenances?

- Moins de 20 000 \$
- De 20 000 à 29 999 \$
- De 30 000 à 39 999 \$
- De 40 000 à 49 999 \$
- De 50 000 à 59 999 \$
- De 60 000 à 69 999 \$
- De 70 000 à 79 999 \$
- De 80 000 \$ à 99 999 \$
- De 100 000 \$ à 109 999 \$
- De 110 000 \$ à 119 999 \$
- De 120 000 \$ à 129 999 \$
- De 130 000 \$ à 139 999 \$
- De 140 000 \$ à 149 999 \$
- De 150 000 \$ à 159 999 \$
- De 160 000 \$ à 169 999 \$
- De 170 000 \$ à 179 999 \$
- De 180 000 \$ à 189 999 \$
- De 190 000 \$ à 199 999 \$
- 200 000 \$ et plus
- Je préfère ne pas répondre

*Menu déroulant jusqu'à 200 000\$ et plus*

**37. Pour la dernière année, dans quelle catégorie se situe votre revenu personnel, avant impôt, en incluant les revenus de toutes provenances?**

- Moins de 20 000 \$
- De 20 000 à 29 999 \$
- De 30 000 à 39 999 \$
- De 40 000 à 49 999 \$
- De 50 000 à 59 999 \$
- De 60 000 à 69 999 \$
- De 70 000 à 79 999 \$
- De 80 000 \$ à 99 999 \$
- De 100 000 \$ à 109 999 \$
- De 110 000 \$ à 119 999 \$
- De 120 000 \$ à 129 999 \$
- De 130 000 \$ à 139 999 \$
- De 140 000 \$ à 149 999 \$
- De 150 000 \$ à 159 999 \$
- De 160 000 \$ à 169 999 \$
- De 170 000 \$ à 179 999 \$
- De 180 000 \$ à 189 999 \$
- De 190 000 \$ à 199 999 \$
- 200 000 \$ et plus
- Je préfère ne pas répondre

*Menu déroulant jusqu'à 200 000\$ et plus*

**38. Immigration +**

- Dans quel pays êtes-vous né? \_\_\_\_\_
- Dans quel pays est né votre père? \_\_\_\_\_
- Dans quel pays est née votre mère? \_\_\_\_\_

Si né à l'étranger :

- Depuis combien d'années résidez-vous au Canada? \_\_\_\_\_

**39. Identification +**

- Vous considérez-vous comme une personne handicapée (les personnes handicapées ont une déficience entraînant une incapacité significative et persistante et sont sujettes à rencontrer des obstacles dans l'accomplissement d'activités courantes)? O/N
- Faites-vous partie des premières nations du Canada? O/N  
*Si O direction question finale*
- Faites-vous partie des minorités visibles (personnes, autres que les autochtones, qui ne sont pas de race ou de couleur blanche)?  
*Si O direction question finale*
- Faites-vous partie des minorités ethniques (personnes, autres que les autochtones et les personnes d'une minorité visible, dont la langue maternelle n'est ni le français ni l'anglais)? O/N
- Vous identifiez-vous comme appartenant à la communauté LGBTQ+ (personnes dont la sexualité n'est pas exclusivement hétérosexuelle)? O/N

**40. Quel était votre sexe à la naissance?** (cette question permet d'assurer la continuité des traitements statistiques)

- Masculin
- Féminin

---

### ANNEXE 3 — QUESTIONNAIRE DU SONDAGE RECONTACTANT

Un **spectacle professionnel** comprend majoritairement des artistes professionnels (chanteurs, musiciens, acteurs, etc.). Il peut être présenté dans des lieux consacrés aux arts comme des salles de spectacle, mais aussi dans le cadre de festivals, sur des scènes extérieures, dans des bars ou dans l'espace public. L'accès aux spectacles professionnels peut être payant ou gratuit.

**1. Quelles sont vos préférences en matière de spectacles professionnels (échelle d'opposition, indifférent au centre)**

- Artistes québécois / Artistes canadiens et internationaux
- Spectacles en français / Spectacles en anglais ou dans une autre langue
- Spectacles d'artistes émergents / Spectacles d'artistes établis
- Spectacles gratuits / Spectacles tarifés
- Les nouveautés ou les créations / Les classiques ou les valeurs sûres
- Les spectacles légers, divertissants / Les spectacles exigeants, profonds
- Un spectacle court / Un spectacle long
- Un spectacle avec entracte / Un spectacle sans entracte

**2. Quel(s) jour(s) de la semaine choisissez-vous pour assister à un spectacle professionnel**

	Jamais	Très rarement	Rarement	Souvent	Très souvent
Lundi					
Mardi					
Mercredi					
Jeudi					
Vendredi					
Samedi					
Dimanche					

**3. À quelle heure préférez-vous voir débiter un spectacle professionnel**

	En matinée	En après-midi	18h	19h	20h	21h ou plus tard	Je ne vais pas voir de spectacle ce jour-là
Du lundi au mercredi							
Jeudi							
Vendredi							
Samedi							
Dimanche							

*Un choix par ligne obligatoire*

**4. Quelles sont vos préférences en matière de lieux de spectacles?**

- Les petites salles
- Les grandes salles
- Les fêtes et les festivals extérieurs
- Les salles en formule cabaret (les spectateurs sont assis autour de tables et ils ont la possibilité de consommer des boissons durant le spectacle)
- Les bars
- Une salle avec une bonne acoustique
- Une salle avec des sièges confortables
- Un lieu où l'on peut danser, bouger

*Aléatoire. Échelle sur 7 centrée sur indifférent (ça m'est égal) Je n'aime pas VS J'aime beaucoup*

5. Une bonne sortie au spectacle se compose?

	Jamais	Très rarement	Rarement	Souvent	Très souvent
Un spectacle (et rien d'autre)					
Un verre avant le spectacle					
Un verre après le spectacle					
Un repas avant le spectacle					
Un repas après le spectacle					
Une activité avant le spectacle					
Une activité après le spectacle					
Une présentation du spectacle par un animateur ou un des artistes					
Une nuit à l'extérieur (hôtel, location, couette & café, etc.) quand le spectacle est éloigné					
Un échange avec les artistes après le spectacle					

6. En fin semaine, si on vous propose ces activités, laquelle allez-vous choisir?

	Jamais	Très rarement	Rarement	Souvent	Très souvent
Une sortie pour un bon spectacle					
Une sortie pour un bon restaurant					
Une sortie pour assister à un match de sport					
Un repas en famille					
Un repas entre amis					
Une activité avec des amis					
Une activité avec la famille					
Visionner un film ou une série					
Une sortie au cinéma					
Ne rien faire, rester à la maison					

*Aléatoire*

Nous allons évoquer dans les prochaines questions, votre dernière sortie à un spectacle professionnel.

7. Quel était le type de spectacle professionnel auquel vous avez assisté?

- Danse
- Musique classique et opéra
- Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.
- Théâtre
- Chanson francophone
- Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français
- Humour
- Cirque
- Comédie musicale et revue musicale
- Variété et magie
- Autres
- Un spectacle destiné au jeune public (enfants ou adolescents)

*Aléatoire*

8. Quand avez-vous assisté à ce spectacle? Mois / année :

\_\_\_\_\_

9. Quel jour de la semaine avez-vous assisté à ce spectacle?

\_\_\_\_\_

10. Cela vous a pris combien de temps pour vous rendre au lieu de présentation de ce spectacle? Minutes : \_\_\_\_\_

11. Avec qui êtes-vous allé voir ce spectacle?

- Seul
- Avec des amis
- Avec mon (ma) conjoint(e), mon (ma) petit(e) ami(e)
- Avec mes enfants
- Avec d'autres membres de ma famille
- En groupes organisés
- Autre situation

12. Qui a décidé de cette sortie au spectacle?

- Moi
- Des amis
- Mon (ma) conjoint(e), mon (ma) petit(e) ami(e)
- Mes enfants
- D'autres membres de ma famille
- Des collègues
- Autre situation



**13. Comment avez-vous obtenu les billets**

- Je ne sais pas : ce n'est pas moi qui les avais achetés
- On me les a offerts
- Directement auprès de l'artiste ou de son producteur (sur place ou par internet)
- À la billetterie de la salle ou du diffuseur (sur place ou par internet)
- Sur un site de revente (Billets.ca, Spectacle.ca, site de revente de Ticketmaster.ca, etc.)
- Il n'y avait pas de billet (admission libre)

*Aléatoire*

**14. Comment vous êtes-vous rendu au lieu du spectacle?**

- À pied
- En vélo, patin, ou trottinette
- En voiture
- En transport en commun (bus, métro, etc.)
- En taxi, Uber, etc.
- Autre mode de transport

*Aléatoire (sauf « autre mode de transport »)*

**15. Dans quel lieu était présenté ce spectacle?**

- Petite salle de spectacle (moins de 400 places)
- Grande salle de spectacle (plus de 400 places)
- Auditorium
- Centre sportif (Stade Olympique, Centre Bell, Centre Videotron, etc.)
- Maison de la culture, centre culturel municipal
- Salle communautaire
- Bar, café, club, bistro
- À l'extérieur, dans le cadre d'un festival, d'une fête
- Autres

16. Quel était le prix du billet (en incluant les taxes et les frais de services)?

- Entrée gratuite ou non tarifée
- 1\$ à 5\$
- 6\$ à 10\$
- 11\$ à 15\$
- 16\$ à 20\$
- 21\$ à 25\$
- 26\$ à 30\$
- 31\$ à 35\$
- 36\$ à 40\$
- 41\$ à 45\$
- 46\$ à 50\$
- 51\$ à 55\$
- 56\$ à 60\$
- 61\$ à 65\$
- 66\$ à 70\$
- 71\$ à 75\$
- 76\$ à 80\$
- 81\$ à 85\$
- 86\$ à 90\$
- 91\$ à 95\$
- 96\$ à 100\$
- Plus de 100\$
- Ne sait pas

17. Comment avez-vous apprécié ce spectacle sur une échelle de 1 à 10 où 1 indique «pas aimé » et 10, «beaucoup aimé»?

- Échelle de 1 à 10 ( curseur)

18. Veuillez nous indiquer pour ce spectacle dans quelle mesure vous êtes en accord avec les énoncés suivants en utilisant une échelle de 1 à 10, où 1 indique «tout à fait désaccord » et 10, «tout à fait en accord».

- Le lieu du spectacle était facilement accessible en voiture
- Le lieu du spectacle était accessible en transport en commun
- Je pouvais trouver facilement un bon restaurant à proximité du lieu du spectacle
- Je pouvais facilement prolonger ma sortie après le spectacle (animation extérieure, cafés, bars, commerces, etc.)
- J'ai pu aisément obtenir un siège bien situé dans la salle
- J'ai pu obtenir les billets du spectacle facilement
- J'ai pu aisément acheter un billet de spectacles à un prix abordable
- Le spectacle était de grande qualité artistique
- Le spectacle était une source de réflexion : il m'a fait réfléchir
- Le spectacle était un plaisir pour les yeux et les oreilles : c'est un beau spectacle
- Le spectacle compte parmi ce qui se fait de mieux, il était à l'avant-garde : c'était « in » d'y assister
- Le spectacle présentait des célébrités, des artistes connus
- Le spectacle me dépaysait : il était surprenant
- Le spectacle me procurait du plaisir : il me rendait joyeux

- Le spectacle m'a permis de bouger, de m'extérioriser
- Le spectacle m'a permis de sortir de mon quotidien, de m'évader
- Assister au spectacle m'a permis de rencontrer et d'échanger avec d'autres personnes dans un climat convivial
- Assister au spectacle m'a permis de sortir en famille ou avec des amis
- Assister au spectacle se faisait dans une ambiance contagieuse, j'étais en communion avec les autres spectateurs

*Aléatoire*

19. Avez-vous relayé sur les réseaux sociaux ou sur Internet votre présence au spectacle (appréciation, commentaires, photo, vidéo, etc.)? O/N : \_\_\_\_\_

20. Avez-vous effectué des achats reliés au spectacle (disque, T-shirt, livre, souvenir, etc.)? O/N : \_\_\_\_\_

21. Si s'était possible, recommanderiez-vous ce spectacle à un ami? O/N : \_\_\_\_\_

## Effets Covid-19 +

22. À combien de spectacles avez-vous assisté durant la période de pandémie de la COVID-19 avec mesures sanitaires obligatoires (port du masque obligatoire, mesures de distanciation, etc.) entre mars 2020 et mars 2022?

	Payant		Gratuit	
	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur	Dans un lieu intérieur	À l'extérieur
Danse				
Musique classique et opéra				
Musique instrumentale, électronique, actuelle, du monde, jazz, etc.				
Théâtre				
Chanson francophone				
Chanson anglophone ou dans une autre langue que le français				
Humour				
Cirque				
Comédie musicale et revue musicale				
Variété et magie				

23. Avez-vous été malade de la COVID-19?

- Pas malade
- Un peu malade
- Très malade

24. Avez-vous des craintes liées aux infections lorsque vous fréquentez

	Pas de craintes	Faibles craintes	Des craintes	Des fortes craintes
Une salle de spectacle				
Un événement ou un spectacle extérieur				
Un supermarché				

*Aléatoire*

25. Assistez-vous maintenant à plus ou moins de spectacles qu'avant la pandémie de COVID-19?

- Beaucoup moins
- Moins
- Inchangé
- Plus
- Beaucoup plus

#### Télétravail

26. Vous télétravaillez à domicile combien de journées par semaine : (0 à 7) \_\_\_\_\_

- Ne travaille pas

#### Déménagement

27. Avez-vous déménagé dans les 3 dernières années (O/N):  
\_\_\_\_\_

Si oui :

- Région de départ (avec détail si MTL) : *menu déroulant*
- Région d'arrivée (avec détail si MTL) : *menu déroulant*

#### Effet perçu du déménagement

28. Allez-vous voir plus ou moins de spectacles depuis votre déménagement?

- Beaucoup moins
- Moins
- Inchangé
- Plus
- Beaucoup plus

## Indice de bien-être de l’OMS

29. Au cours des deux dernières semaines :

	Jamais	De temps en temps	Moins de la moitié du temps	Plus de la moitié du temps	La plupart du temps	Tout le Temps
Je me suis senti(e) bien et de bonne humeur						
Je me suis senti(e) calme et tranquille						
Je me suis senti(e) plein(e) d’énergie et vigoureux(se)						
Je me suis réveillé(e) en me sentant frais(che) et dispos(e)						
Ma vie quotidienne a été remplie de choses intéressantes						

### Effets conjonctures économiques +

30. Avez-vous réduit ou augmenté vos dépenses au cours des 12 derniers mois :

	Beaucoup réduites	Un peu réduites	Inchangées	Un peu augmentées	Beaucoup augmentées
En sortie au restaurant (échelle)					
En achats de produits alimentaires					
En achats de vêtements					
En achats de billets pour des spectacles					

*Aléatoire*