

SOUS LA DIRECTION DE
JEAN-PAUL BAILLARGEON

Les publics du secteur culturel

NOUVELLES APPROCHES



Chapitre 3

Les publics des arts à Montréal: le cas des chevauchements de publics*

*Guy Bellavance,
Marcel Fournier
et Daniel Latouche*

Le public des arts est un objet et un enjeu majeur du développement des politiques culturelles modernes. Il constitue de fait, avec les milieux artistiques professionnels, la clientèle privilégiée des services culturels publics et l'une des cibles principales des interventions gouvernementales. Il sert ainsi de fondement à des politiques qui, après avoir été largement placées sous le signe de la démocratisation, tendent à s'infléchir aujourd'hui en faveur d'une logique de commercialisation.

Dans notre perspective toutefois, ce public représente surtout l'un des termes d'un dilemme, normatif ou idéologique, constitutif du champ même des politiques culturelles : comment concilier la liberté de choix des publics et la liberté d'expression des artistes, la « souveraineté des consommateurs » et

-
- Un rapport de recherche, dont nous présentons ici un extrait, a été rédigé à l'intention du ministère de la Culture et des Communications dans le cadre d'un programme de recherche administré par le Fonds FCAR (Projet FCAR-180 : 1992-1993).

Guy Bellavance, chercheur associé à l'INRS-Urbanisation, a rédigé l'ensemble de la première partie portant sur la démocratisation culturelle et sur les chevauchements de publics. Cette section constitue l'essentiel du présent rapport. En collaboration avec Daniel Latouche, il a aussi élaboré la deuxième partie de l'étude générale, celle portant sur les comparaisons urbaines et ethnoлингuistiques.

Marcel Fournier, de l'Université de Montréal, a rédigé l'introduction du rapport de recherche et a dirigé, conjointement avec Daniel Latouche, l'ensemble du projet. L'analyse informatique a été réalisée par le Service informatique de l'INRS-Urbanisation. Le groupe de recherche *Culture et Ville* de l'INRS-Urbanisation est dépositaire des fichiers constitués à partir des banques de données fournies par le ministère de la Culture et des Communications.

l'autonomie tout aussi souveraine des producteurs d'arts ? On peut en effet concevoir l'évolution aussi bien empirique qu'idéologique des interventions de l'État dans le secteur comme résultant de cette tension initiale qui est aussi un tiraillement quotidien. La contrainte s'exerce en effet autant sur les moyens (financiers, réglementaires, organisationnels) mis en œuvre au fil des jours, que sur les grands objectifs affichés par l'État au cours des ans : démocratisation culturelle et industrie culturelle, auxquelles il faut sans doute ajouter des enjeux plus ou moins avoués d'affirmation nationale et de prestige international. Tous demeurent soumis d'une manière ou d'une autre à ce premier dilemme, tentatives de rationalisation, de légitimation ou de dépassement d'un plus prosaïque effort de (ré)conciliation. Au cœur de cette contrainte, le public tient lieu tour à tour de cible et d'obsession, objet d'investigation et de manipulation, moyen de légitimation ou de dénonciation de ces politiques (et de leurs bénéficiaires), facteur d'évaluation de leur réussite ou de leur échec.

Mais que savons-nous plus précisément du public des arts après quelques décennies d'interventions gouvernementales ?

On semble en fait, au Canada comme au Québec, s'être jusqu'ici surtout préoccupé de cerner la taille et les caractéristiques des divers publics particuliers des arts, au sens « disciplinaire » pour ainsi dire. On a donc beaucoup moins porté attention à la différenciation plus fine des publics en fonction des genres. La dynamique des chevauchements entre les publics des différents arts reste ainsi assez mal connue, le caractère multidisciplinaire et l'éclectisme des publics d'art étant le plus souvent passés sous silence. À notre connaissance, l'enquête Decima-Cultur'Inc. (1992) est la première au Canada à traiter cette question de façon un peu systématique. Elle révèle à l'échelle du Canada un très haut degré de chevauchement aussi bien entre les publics des diverses disciplines (musées, théâtres, etc.) qu'entre la fréquentation de différents genres (populaires ou cultivés, modernes ou traditionnels).

Nous avons nous-mêmes tenté ce genre d'analyse à partir de la même banque de données, appliquée cette fois aux seules régions de Montréal et de Toronto. De telles analyses ne sont pas sans intérêt en matière de mise en marché au sens strict. Elles s'avèrent en outre un préalable à toute recherche visant à associer la fréquentation des arts, ou de certains arts, à des styles de vie, éventuellement insérés à des constellations culturelles distinctes. Ce genre d'approche demeure encore exceptionnel au Québec, parce qu'elle s'éloigne sans doute trop des préoccupations les plus immédiates des principaux commanditaires, organisations artistiques et institutions publiques à vocation culturelle. Elles n'en demeurent pas moins un détour nécessaire pour aborder ce public du point de vue des publics eux-mêmes. À l'encontre d'une approche qui tend à segmenter le public d'art en fonction des disciplines particulières et qui reprend pour l'essentiel la définition des divers milieux professionnels,

ce genre d'analyse tend à montrer en tout premier lieu le caractère non compartimenté de la fréquentation des arts, comme nous le verrons plus loin.

Malgré toutes ces réserves, les portraits d'ensemble n'en constituent pas moins un préalable nécessaire à l'analyse des publics. Chacun des tableaux présentés ici permet notamment de confirmer les grandes tendances déjà identifiées et souvent défavorables, du moins dans la perspective de démocratisation et de commercialisation qui paraît bien animer jusqu'ici l'ensemble des efforts : déséquilibre entre l'offre et la demande, profils élitistes des clientèles, publics restreints. La relation entre l'offre et la demande montre en effet une asymétrie parfois fort importante, une situation de surproduction dans certains secteurs face à une demande plus amorphe. Le profil des clientèles des établissements artistiques de Montréal reste « élitiste » même dans les secteurs les plus « populaires ». La taille annuelle des différents publics d'art au Québec est presque toujours plus restreinte qu'au Canada, sans non plus indiquer de tendances très marquées à s'élargir au-delà du bassin habituel de participants au cours des décennies. Ils permettent aussi à l'occasion d'apporter un ensemble de nuances, ou de moduler ces grandes tendances. On peut examiner plus en détail ces premiers tableaux. On complétera cet examen par la production de données originales tirées de nos propres analyses.

LE DÉSÉQUILIBRE DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE

Les séries annuelles de Statistique Canada et du Bureau de la statistique du Québec (tableau 1) permettent de suivre l'évolution de la demande, corrigée en fonction de celle de l'offre (nombre d'établissements ou de représentations). La fréquentation globale des établissements peut en effet varier sans pour autant modifier la fréquentation moyenne. Une augmentation peut dissimuler tout simplement la création dans l'intervalle d'un plus grand nombre d'institutions, et une diminution correspondre à la disparition d'un certain nombre. Le tableau montre à cet égard que les musées d'art représentent, en 1989-1990, 17 % des établissements muséologiques au Québec, tout en comptant pour 22 % des entrées enregistrées, ce qui leur est favorable, d'autant plus que cette année-là représente leur pire année.

Le nombre moyen d'entrées par musée d'art (à plus de 44 000) est également supérieur à la moyenne enregistrée pour l'ensemble des musées (à près de 34 000). Cette performance représente par ailleurs une baisse significative de popularité si on se fie aux données enregistrées depuis 1985, où la fréquentation moyenne oscille plutôt entre 51 000 et 61 000 entrées. On constatera aussi l'augmentation majeure des entrées moyennes dans les musées d'histoire, beaucoup plus nombreux, et à un moindre degré celle des autres musées. Pour la période 1986-1990, le nombre total d'entrées annuelles dans les musées correspond à peu de chose près à celui de l'ensemble des arts de la scène, le score s'avérant tout de même plus faible, et ceci en dépit de coûts à

Tableau I

Fréquentation des établissements muséologiques et des arts de la scène
en fonction du nombre d'entrées et du nombre d'établissements

Musées - Québec

Nombre d'établissements

Année	1985	1986	1987-1988	1988-1989	1989-1990
Musées d'art	23	24	24	19	18
Musées d'histoire*	48	50	53
Autres musées	82	85	36	35	39
Total	105	109	108	104	110

Total des entrées (en milliers)

Année	1985	1986	1987-1988	1988-1989	1989-1990
Musées d'art	1 333	1 222	1 338	1 156	800
Musées d'histoire*	923	1 107	2 540
Autres musées	1 120	1 139	330	325	366
Total	2 453	2 361	2 591	2 589	3 705

Nombre moyen d'entrées par établissement

Année	1985	1986	1987-1988	1988-1989	1989-1990
Musées d'art	57 597	50 917	55 746	60 853	44 443
Musées d'histoire*	19 233	22 150	47 916
Autres musées	13 659	13 400	19 949	20 078	25 678
Total	23 362	21 661	23 991	24 894	33 682

* Inclus dans «autres musées» en 1985 et 1986.

Source : Bureau de la statistique du Québec, *Indicateurs d'activités culturelles*, Édition 1993.

Tableau I (suite)

Fréquentation des établissements muséologiques et des arts de la scène
en fonction du nombre d'entrées et du nombre d'établissements

Arts de la scène – Québec

Nombre de compagnies ou d'ensembles

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	60	58	86	78	83
Musique	10	12	28	26	25
Danse	12	11	21	19	19
Opéra	3	3	4	3	4
Total	85	84	139	126	131

Nombre total d'entrées (en milliers)

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	1 506	1 614	2 056	2 162	2 163
Musique	666	616	889	1 077	1 137
Danse	357	325	505	497	460
Opéra	96	108	88	77	107
Total	2 625	2 664	3 538	3 813	3 867

Nombre moyen d'entrées par compagnie

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	25 102	27 835	23 906	27 720	26 057
Musique	66 605	51 336	31 736	41 427	45 470
Danse	29 735	29 553	24 058	26 168	24 235
Opéra	32 049	36 011	22 117	25 578	26 744
Total	30 884	31 709	25 455	30 263	29 518

Nombre total de représentations

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	6 186	6 963	8 281	8 003	8 476
Musique	489	448	944	1 075	1 238
Danse	521	498	851	748	699
Opéra	47	51	56	47	95
Total	7 243	7 960	10 132	9873	10 508

Source : Statistique Canada, *Les arts d'interprétation*; cat. 87-209, Conseil des arts du Canada, réf. 513, Statistiques diverses sur les arts et la culture au Canada, janvier 1993.

Tableau I (suite)

Fréquentation des établissements muséologiques et des arts de la scène
en fonction du nombre d'entrées et du nombre d'établissements

Arts de la scène - Canada

Nombre de compagnies ou d'ensembles

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	197	192	220	202	234
Musique	66	69	88	91	100
Danse	46	43	48	48	54
Opéra	12	13	13	13	14
Total	321	317	369	354	402

Nombre total d'entrées (en milliers)

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	7 717	8 236	8 464	9 392	8 549
Musique	2 445	2 606	2 921	3 512	3 241
Danse	1 623	1 676	1 843	1 682	1 587
Opéra	555	686	572	475	537
Total	12 340	13 203	13 800	15 061	13 914

Nombre moyen d'entrées par compagnie

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	39 173	41 807	38 473	46 495	36 534
Musique	37 045	37 768	33 193	38 593	32 410
Danse	35 282	38 977	38 396	35 042	29 389
Opéra	46 250	52 769	44 000	36 538	38 357
Total	38 442	41 650	37 398	42 545	34 612

Nombre total de représentations

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	29 610	30 270	31 193	33 421	33 634
Musique	2 512	2 581	3 098	3 476	3 886
Danse	2 346	2 501	2 818	2 366	2 420
Opéra	655	724	639	511	615
Total	35 123	36 076	37 748	39 774	40 555

Source : Statistique Canada, *Les arts d'interprétation*; cat. 87-209, Conseil des arts du Canada, réf. 513, *Statistiques diverses sur les arts et la culture au Canada*, janvier 1993.

l'entrée moins élevés, s'il y en a. Le niveau de fréquentation annuel des musées d'art est quant à lui beaucoup plus faible que celui du théâtre, comparable à celui de la musique, mais plus élevé que celui de la danse et plus encore que l'opéra. Par contraste à l'ensemble des musées, le secteur des arts de la scène enregistre des taux de croissance fort importants, à la fois au plan du nombre de compagnies, de représentations et d'entrées. Ceci n'affecte pas cependant le nombre moyen d'entrées par compagnie. On n'observe ici aucune tendance très marquée, ni à la hausse ni à la baisse.

La comparaison du comportement des compagnies québécoises d'art d'interprétation vis-à-vis l'ensemble du Canada souligne par ailleurs des caractéristiques bien particulières du rapport de l'offre et de la demande au Québec, tout au moins pour cette période. Le tableau 2 présente à cet égard les proportions annuelles comparées du nombre moyen d'entrées par compagnie et par représentation au Canada et au Québec.

Dans l'ensemble, ce rapport paraît moins positif, comme l'indique une moyenne annuelle d'entrées par compagnie, toujours inférieure¹. Seul le secteur musical échappe à cette règle générale². Les stratégies diffèrent par ailleurs entre les différents sous-secteurs. Le théâtre québécois paraît multiplier non seulement le nombre de compagnies, mais aussi le nombre de représentations. L'opéra au contraire restreint à la fois le nombre de compagnies et de représentations³. La danse et la musique occupent ici une position mitoyenne, la danse étant néanmoins plus productive⁴. Le cas de la musique classique

-
1. Notons néanmoins que la proportion relative des entrées pour les différents types de compagnies des arts de la scène se répartit à peu près dans les mêmes proportions au Canada et au Québec, ce qui indique une dynamique comparable au plan de la fréquentation des salles. Le théâtre compte ainsi pour plus ou moins 60 % de l'ensemble des entrées, la musique oscille autour de 22 %, la danse autour de 12 %, l'opéra autour de 3 % (au Québec) ou de 4 % (au Canada). On constate une même tendance en ce qui a trait au nombre de représentations par discipline. Le théâtre domine cependant ici encore plus largement, avec plus de 80 % des représentations, suivi de très loin par la musique et la danse à moins de 10 %, l'opéra comptant entre 1 % et 2 %.
 2. Le nombre moyen d'entrées par compagnie est ainsi plus faible au Québec en matière de théâtre, de danse et d'opéra (avec des écarts de 10 000 entrées le plus souvent). Le domaine de la musique classique enregistre au contraire des écarts annuels le plus souvent très positifs : près de 30 000 entrées de plus en moyenne en 1986, près de 15 000 en 1990.
 3. Le théâtre représente en effet annuellement au Québec plus de 60 % des compagnies et plus de 80 % des représentations. À l'autre extrême, l'opéra enregistre une part nettement plus faible de représentations (1 % des produits) que de compagnies (entre 2 et 4 %).
 4. Les troupes de danse, deux fois moins nombreuses que les ensembles musicaux, n'en fournissent pas moins un taux de spectacles à peu près équivalent à ces derniers.

Tableau 2
Proportions annuelles comparées du nombre moyen d'entrées par compagnie
et par représentation, arts de la scène, Canada et Québec, 1986-1990

Arts de la scène						
% du nombre total d'entrées par type de discipline						
	<i>Année</i>	<i>1986</i>	<i>1987</i>	<i>1988</i>	<i>1989</i>	<i>1990</i>
Théâtre	Canada	63	61	58	57	56
	Québec	57	62	61	62	61
Musique	Canada	21	20	21	23	23
	Québec	25	23	25	28	29
Danse	Canada	13	13	13	11	11
	Québec	14	12	14	13	12
Opéra	Canada	4	5	4	3	4
	Québec	4	4	2	2	3
Toutes disciplines	Canada	100	100	100	100	100
	Québec	100	100	100	100	100
% du nombre de représentations par type de discipline						
	<i>Année</i>	<i>1986</i>	<i>1987</i>	<i>1988</i>	<i>1989</i>	<i>1990</i>
Théâtre	Canada	61	61	60	57	58
	Québec	71	69	62	62	63
Musique	Canada	21	2	24	26	25
	Québec	12	14	20	21	19
Danse	Canada	14	14	13	14	13
	Québec	14	13	15	15	14
Opéra	Canada	4	4	4	4	3
	Québec	4	4	3	2	3
Toutes disciplines	Canada	100	100	100	100	100
	Québec	100	100	100	100	100
% du nombre de représentations par type de discipline						
	<i>Année</i>	<i>1986</i>	<i>1987</i>	<i>1988</i>	<i>1989</i>	<i>1990</i>
Théâtre	Canada	84	84	83	84	83
	Québec	85	87	82	81	81
Musique	Canada	7	7	8	9	10
	Québec	7	6	9	11	12
Danse	Canada	7	7	7	6	6
	Québec	7	6	8	8	7
Opéra	Canada	2	2	2	1	1
	Québec	1	1	1	-	1
Toutes disciplines	Canada	100	100	100	100	100
	Québec	100	100	100	100	100

Source : Statistique Canada, *Les arts d'interprétation*; cat. 87-209, Conseil des arts du Canada, réf. 513, *Statistiques diverses sur les arts et la culture au Canada*, janvier 1993.

tend à montrer pour sa part qu'une restriction au plan de l'offre ne s'avère pas nécessairement négative en termes d'offre et de demande⁵.

L'instrument permet en outre d'évaluer la performance générale du Québec en relation à son poids démographique au Canada (autour de 23 % en 1991). Le tableau 3 présente à cet égard la proportion québécoise des entrées, des compagnies et des représentations en fonction de l'ensemble du Canada. Sous cet éclairage, la production québécoise apparaît alors très effervescente d'un côté, compte tenu de la forte représentation de compagnies, dans l'ensemble bien supérieure au poids démographique québécois. Cette effervescence ne semble pas pour autant garantir des gains équivalents du côté de la demande. Si la proportion des entrées demeure le plus souvent supérieure au poids démographique du Québec (théâtre, musique et danse), elle n'en reste pas moins bien souvent à la traîne en regard du taux de production (théâtre, danse). Seul le domaine musical fait état ici d'une relation positive entre le nombre de compagnies et le nombre d'entrées. La relation est négative pour les trois autres secteurs, surtout pour l'opéra.

Le tableau 4, réalisé à partir de données recueillies par Cultur'inc., 1991, permet quant à lui de confronter ni plus ni moins, pour le seul secteur des arts de la scène et pour Montréal, la performance des OSBL artistiques à celle des entreprises à but lucratif (les variétés). Il permet en outre de considérer le poids économique relatif de chacun de ces secteurs. L'étude estimait alors à 39M\$ les revenus de billetterie de l'ensemble du marché, ce qui reste sans doute une estimation conservatrice. L'examen ne porte en effet que sur 99 lieux actifs à partir d'un échantillon qui en comptait 177 au départ et exclut notamment le Stade Olympique et le Forum, importants fournisseurs de spectacles de variétés. Le secteur des variétés n'en domine pas moins largement, avec environ 40 % de l'auditoire et près de la moitié des revenus (19M\$), et pour un taux relativement faible de représentations (20 %) et de lieux de représentations (33 salles). Le théâtre institutionnel, qui dispose pour sa part d'un plus grand nombre de salles (38), se caractérise également par une proportion nettement plus élevée de représentations (36 %). Son auditoire reste important (29 %) mais fournit une part de revenu beaucoup moindre (22 %). L'opéra, le ballet et la musique classique (56 salles) s'avèrent de ce point de vue non déficitaires ; bien que ne comptant que pour 8 % des spectacles offerts, ce marché va néanmoins chercher 22 % de l'auditoire et 27 % des revenus.

5. La situation différente du théâtre et de la musique est assez révélatrice. D'un côté, la proportion des compagnies de théâtre est généralement plus forte au Québec, alors qu'inversement celle des ensembles musicaux est plus faible. D'un autre côté cependant, le nombre moyen d'entrées par compagnie reste plus élevé que celui du Canada en matière de musique classique, alors que le théâtre s'avère au contraire déficitaire de ce point de vue.

Tableau 3
Proportion québécoise du nombre d'entrées, de compagnies
et de représentations en fonction de l'ensemble du Canada,
par discipline des arts de la scène, 1986-1990

% du nombre total d'entrées

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	20	20	24	23	25
Musique	27	24	30	31	35
Danse	22	19	27	30	29
Opéra	17	16	15	16	20
Toutes disciplines	21	20	26	25	28

% du nombre de compagnies

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	30	30	39	39	35
Musique	15	17	31	29	25
Danse	26	26	44	40	41
Opéra	25	23	31	23	29
Toutes disciplines	26	26	38	36	33

% du nombre de représentations

Année	1986	1987	1988	1989	1990
Théâtre	21	23	27	24	25
Musique	19	17	30	31	32
Danse	22	20	30	32	29
Opéra	7	7	9	9	15
Toutes disciplines	21	22	27	25	26

Source : Statistique Canada, *Les arts d'interprétation*; cat. 87-209, Conseil des arts du Canada, réf. 513, *Statistiques diverses sur les arts et la culture au Canada*, janvier 1993.

Les petites productions alternatives et spécialisées (incluant ici théâtre d'avant-garde et danse contemporaine, spectacles pour l'enfance et la jeunesse et Maisons de la Culture) utilisent un nombre important de salles (48) ; elles se distinguent également par un taux de production élevé (35 %), légèrement supérieur au domaine des variétés et à peu près équivalent à celui du théâtre institutionnel. En revanche, leur part d'assistance (10 %) et plus encore des revenus au guichet (3 %) apparaît d'autant plus faible. Ajoutons que ces données ne tiennent pas compte de la part des subventions publiques, fort importantes pour tous ces secteurs, sauf les variétés. Mais bien que l'échantillon sous-estime considérablement l'importance de ce dernier secteur, les OSBL n'apparaissent tout compte fait pas si marginaux. La part de revenus au guichet et les taux de fréquentation cumulés de ces formes d'art approchent en effet celui du secteur des variétés, la principale carence tenant de fait surtout au déséquilibre entre l'offre et la demande dans certains secteurs, plus particulièrement celui des plus petites salles, par ailleurs très productives.

LE PUBLIC DES ÉTABLISSEMENTS ET DES ÉVÉNEMENTS ARTISTIQUES À MONTRÉAL

La plupart des résultats obtenus par la voie des sondages, sectoriels ou panoramiques, vont dans le sens des grandes tendances déjà identifiées. Le tableau 5 permet à cet égard de constater, comme dans la totalité des sondages de public d'art, une nette surreprésentation des plus scolarisés et de certaines catégories socioprofessionnelles. La proportion des diplômés post-secondaires va de plus du tiers (34 %) pour Expotec-Imax, qui représente tout de même l'établissement le plus « populaire », à plus des deux-tiers dans le cas des visiteurs montréalais des musées montréalais (Locus Loisir), des spectateurs (surtout montréalais) du Théâtre du Nouveau Monde (TNM), ou encore de la Place des Arts, et des visiteurs de l'exposition Bouguereau du Musée des Beaux-Arts de Montréal (MBAM) (compte tenu entre autres ici d'une très forte présence de touristes hautement scolarisés).

Même des établissements ou des événements en principe moins élitistes ou élitaires, comme le Musée de la civilisation, le Festival de Jazz ou Expotec-Imax, font état de cette tendance. Au plan des professions, on constate une semblable disproportion des administrateurs et des professionnels et, dans certains cas, des professeurs et des professionnels des arts et des médias (l'Orchestre symphonique de Montréal (OSM), le MBAM, les galeries d'art contemporain, le Festival international de jazz de Montréal (FIJM)). Les sondages confirment par ailleurs la tendance à la diminution de la participation culturelle avec l'âge, et l'exception notable que représente la grande musique : la majeure partie des abonnés de l'OSM, et plus encore les abonnés anglophones, est en effet fortement parmi les 55 ans et plus.

Tableau 4
L'offre et la demande de spectacles à Montréal, 1991

	% des représentations	% des assistances	% des revenus au guichet	Nombre de salles
Opéra-Ballet	2	8	14	11
Musique symphonique	2	10	9	13
Autres musiques classiques	4	4	4	31
Théâtre institutionnel (400 places et plus)	18	22	18	20
Théâtre institutionnel (400 places et moins)	18	5	4	18
Productions alternatives spécialisées (théâtre et danse)	16	2	2	14
Enfance et jeunesse	8	4	1	31
Maisons de la Culture	11	4	-	3
Variétés	20	40	49	33
Total	100	100	100	99

Source : Les Consultants Cultur'Inc., *Étude sur le marché des lieux de diffusion en arts d'interprétation dans la région de Montréal*, Ville de Montréal, Communications Canada et ministère des Affaires culturelles du Québec, juin 1991, Compilation spéciale.

Tableau 5
Profil démographique de certaines clientèles d'établissements et d'événements culturels au Québec
selon quelques sondages récents

	Les abonnés de TOSM, 1982-1983 n=696 (Colbert et Boisvert 1985)	Les abonnés anglophones de TOSM, 1982-1983 n=224 (Colbert et Boisvert 1985)	Les visiteurs des expositions Bouguereau et Seagram et Paysage, MBAM, juin 1984, n=601 (Colbert et Boisvert 1985)	Les visiteurs montréalais des expositions Bouguereau et Seagram et Paysage, MBAM, juin 1984, n=288 (Colbert et Boisvert 1985)	Les visiteurs de l'exposition Pop Art, MBAM, nov-déc. 1992	Les spectateurs de la Place des Arts, 1993
Langue/ethnie	anglais français autres	47 40 13	30 59 11	28 59 13	18 82 ..
Sexe	femmes hommes	52 48	56 44	56 44	56 44	58 42
Âge	45 ans et plus : 71 % plus de 50 ans : 56 % 55 ans et plus : 41 %	55 ans et plus : 57 %	18-39 ans : 60 % 18-34 ans : 47 %	18-39 ans : 59 %	moins de 35 ans : 65 %	25-49 ans : 67 %
Scolarité	59 % ont 16 ans et plus de scolarité	57 % ont 16 ans ou plus de scolarité	64 % ont 16 ans et plus de scolarité	56 % ont 16 ans ou plus de scolarité	60 % ont un diplôme universitaire	69 % ont au moins 15 ans de scolarité
Occupation	Professionnels et administrateurs 59 % ; employés du tertiaire 15 % ; professeurs 15 %	Professionnels et administrateurs, 67 % ; employés du tertiaire, 13 %	Professionnels et administrateurs, 43 % ; employés tertiaires, 19 % ; professeurs, 16 % ; artistes, 8 %	Professionnels et administrateurs : 35 % ; employés du tertiaire : 25 % ; professeurs : 16 %	33 % aux études ; 15 % proviennent des secteurs des arts-médias-communications	..
Revenu personnel (sauf lorsque spécifié)	25 000 \$ et plus : 71 %	25 000 \$ et plus : 69 %	25 000 \$ et plus 38 %	25 000 \$ et plus : 30 %	50 000 \$ et plus : 40 % 70 000 \$ et plus, 24 %	50 000 \$ et plus : 29 %
Provenance géographique	Quasi exclusivement montréalaise ; 44 % de la Ville de Montréal ; 30 % Île de Montréal	..	Majoritairement de l'extérieur du Montréal métropolitain (52 %) et forte proportion hors Québec (45 %), 24 % des USA ; 11 % du Canada hors Québec, 7 % du Québec hors Montréal, 7 % d'Europe	65 % de la Ville de Montréal ; 18 % d'ailleurs sur l'Île de Montréal ; 18 % d'ailleurs dans la Région de Montréal	67 % de la région métropolitaine de Montréal, (50 % de l'Île de Montréal, 38 % de la Ville de Montréal), 24 % de l'extérieur du Québec, 9 % du Québec hors la région de Montréal	..

Tableau 5 (suite)
Profil démographique de certaines clientèles d'établissements et d'événements culturels au Québec
 selon quelques sondages récents

	La clientèle de 5 galeries d'art contemporain de Montréal, 1989 n=32, non aléatoire	Les spectateurs du TNM, décembre 1992-janvier 1993	3 segments de la clientèle du FTA, d'après listes d'envoi des 3 premières éditions, et 2 spectacles (Compusearch 1990)	Les spectateurs en salle et hors salle du FJM 1984 n=600 (Colbert et Boisvert 1985)	Les spectateurs en salle du FJM 1984 n=116 (Colbert et Boisvert 1985)
Langue/ethnie					
anglais	31	..	Les groupes ethniques : 9,4 % de la clientèle	24	36
français	69	..		71	59
autres		5	5
Sexe					
femmes	44	64	..	41	46
hommes	56	40		59	54
Âge					
	35-54 ans : 66 %	25 et 44 ans : 46 % ; moins de 25 ans : 15 % ; âge moyen : 42 ans	Les jeunes célibataires : 20 % de la clientèle	moins de 40 ans : 75 % ; moins de 35 ans : 68 % ; moins de 30 ans : 50 %	18-39 ans : 80 %
Scolarité	47 % avec diplôme de 2 ^e cycle universitaire	64 % ont un diplôme universitaire	..	44 % ont 12-15 ans de scolarité ; 44 % ont 16 ans et plus de scolarité	51 % ont 16 ans ou plus de scolarité
Occupation	Professionnels et administrateurs 44 % ; professeurs 19 % ; domaine des communications 22 %	11 % aux études	Jeunes professionnels 20 % ; administrateurs et directeurs d'entreprises : 7 %	Professionnels et administrateurs : 30 % ; techniciens, semi-professionnels et employés du tertiaire : 39 % ; professeurs : 10 % ; artistes : 6 %	Professionnels et administrateurs : 36 % ; employés de bureau : 22 % ; professeurs : 12 %
Revenu personnel (sauf lorsque spécifié)	55 000 \$ et plus : 66 % 70 000 \$ et plus : 47 %	Revenu familial moyen : 51 000 \$..	25 000 \$ et plus : 30 %	25 000 \$ et plus : 29 %
Provenance géographique	..	62 % résident sur le territoire de la CUM ; Rive-sud (21 %) et Rive-nord (11 %)	La majeure partie de la clientèle est concentrée dans le centre-ville de Montréal, le Plateau Mont-Royal, Outremont, la Rive-sud et l'est de Montréal	84 % des festivaliers proviennent de la région métropolitaine de Montréal (65 % de l'île de Montréal), 7 % du Québec hors Montréal et 9 % résident hors du Québec	..

Tableau 5 (suite)
Profil démographique de certaines clientèles d'établissements et d'événements culturels au Québec
selon quelques sondages récents

	Les spectateurs en salle du FJ/M 1993 n=227 (Impact Recherche)	Fréquentation et connaissance des musées montréalais par les Montréalais, en 1989, n=600 pondéré selon le sexe et l'âge (Boucher, Lucas Loisir 1989)	Les visiteurs du Musée de la civilisation de Québec de 18 ans et plus, 19 juillet-1er août 1993 excluant les groupes organisés, n=1996 (Allaire 1993)	Les visiteurs d'Espatoc-Inax, 1-15 juillet 1993 n=584, (Crop)
Langue/ethnie anglais français autres	11 89 ..	Connaissance et fréquentation plus élevée des anglophones	12 87 1	4 94 1
Sexe femmes hommes	44 56		50 50	46 54
Âge	Âge moyen : 35 ans 25 et 34 ans : 35 % 35 et 44 ans : 37 %	Les 35-44 ans fréquentent en plus grand nombre et plus assidûment et ont une meilleure connaissance	Les 25-34 ans et 35-44 ans comptent pour 27 % chacun, les 45-54 ans pour 20 %	18-24 ans : 22 % 25-34 ans : 29 % 35-44 ans : 25 %
Scolarité	57 % ont un diplôme universitaire	65 % des 16 ans et plus de scolarité ont effectué au moins 1 visite, contre 38 % pour l'ensemble des Montréalais	42 % ont au moins 16 ans de scolarité	34 % ont un diplôme universitaire, 34 % un diplôme collégial, 27 % un diplôme secondaire
Occupation	Professionnels : 31 % ; techniciens et semi-professionnels : 26 % ; employés du tertiaire : 6 %	22 % aux études
Revenu personnel (sauf lorsque spécifié)	Revenu annuel moyen du ménage : 42 000 \$	Revenu familial brut : 50 000 \$ et plus : 39 %, 70 000 \$ et plus : 10 %
Provenance géographique	..	49 % des Montréalais ne peuvent estimer ou sous-estiment grandement le nombre de musées à Montréal. 35 % l'estiment plus ou moins correctement	76 % du Québec ; hors-Québec : 24 % (10 % de France) ; 35 % des visiteurs du Québec proviennent de la ville de Québec, 16 % de la région immédiate Chaudière-Appalaches ; 25 % de la grande région de Montréal (Montréal, Laval, Montérégies et Laurentides)	99 % du Québec ; 59 % de la région urbaine de Montréal (28 % de l'île de Montréal), 41 % d'ailleurs au Québec

On constate par ailleurs d'importantes variations d'âge⁶, de sexe, de revenu et de langue selon les types d'événements ou d'établissements. Le sexe qui, avec la scolarité, est généralement tenu en Amérique du Nord et au Canada comme la principale variable déterminant la fréquentation des arts, présente notamment des variations singulières. Les hommes sont non seulement majoritaires chez Imax-Expotec, les musées scientifiques échappant généralement à la règle, mais aussi du côté de la musique, chez les abonnés de l'OSM (et de fait strictement chez les abonnés francophones) et parmi les spectateurs en salle et hors salle du FIJM. Il pourrait également en être de même de la clientèle des galeries d'art, quoique ici l'échantillon ne soit pas représentatif⁷. Les femmes demeurent néanmoins largement majoritaires en matière de musées d'art (MBAM) et plus encore de théâtre de répertoire (TNM), ce qui va dans le sens habituel.

On constate également de bien plus hauts revenus parmi les clientèles d'art contemporain et chez les abonnés de l'OSM. La proportion de visiteurs gagnant plus de 25 000 \$ est beaucoup plus élevée chez ces derniers (71 %), et plus encore chez les francophones, qu'au MBAM la même année (38 %), où les seuls Montréalais paraissent encore moins riches (30 %). Le profil économique des visiteurs montréalais du MBAM s'apparente ici à celui des spectateurs du FIJM 1984 (30 %). Le revenu des auditoires du TNM au début de 1993 est pour sa part plus élevé que celui des auditoires des spectacles payant du FIJM de 1993, comme en témoigne le revenu moyen des ménages, à respectivement 51 000 \$ et 42 400 \$. Le groupe des hauts revenus représente une proportion également plus importante de la clientèle du MBAM en 1992, que de la Place des Arts (PdA) en 1993 : les visiteurs gagnant plus de 50 000 \$ représentent 40 % de la clientèle dans le premier cas, 29 % dans le second.

La dimension ethnolinguistique fait par ailleurs état de fortes disparités. La présence francophone est largement majoritaire dans un certain nombre

-
6. Si les publics des musées en général se recrutent en plus grand nombre auprès des classes d'âge moyen (35-44 ans), on constate néanmoins une plus forte présence de jeunes au MBAM lors de l'exposition de Bouguereau en 1984, et plus encore à celle du Pop Art en 1993. Le public du Festival de jazz paraît lui aussi très jeune, et plus encore son auditoire en salle. L'âge moyen des spectateurs en salle du FIJM 1993 (35 ans) est notamment nettement plus bas que celui du TNM (42 ans). La clientèle des galeries d'art contemporain, sans paraître aussi âgée que celle de l'OSM, semblerait l'être plus que les autres.
 7. Notons que la clientèle des galeries d'art s'avère l'une des populations les plus difficiles à cerner par la voie d'enquêtes classiques, comme le démontrent les diverses tentatives en ce sens recensées au Canada. C'est le cas des enquêtes de Bailey, Courtney et Dixon (1976) ou plus récemment des deux enquêtes de Decima-Cultur'Inc. visant ce marché. Ceci tient non seulement au petit nombre de personnes impliquées, mais au secret entourant ce genre de transactions. Les approches de nature plus qualitative s'avèrent ici nettement plus riches.

d'établissement (FIJM 1993, Musée de la civilisation, Expotec-Imax, ou PdA, et sans doute aussi au TNM compte tenu d'un répertoire strictement en français). En revanche, la présence anglophone, et parfois celle d'autres groupes ethniques, demeure très sensible à l'OSM, au MBAM, lors de l'édition 1984 du FIJM ou parmi la clientèle d'art contemporain. Le Festival du théâtre des Amériques, qui présente des spectacles en langues autres que l'anglais ou le français, fait état quant à lui d'une assez forte présence ethnique. Le cas des visiteurs du MBAM en 1985 est également intéressant, compte tenu notamment de la part des visiteurs hors Québec (45 %) et surtout des États-Unis (24 %). La proportion de touristes à la même institution en 1992 paraît par ailleurs beaucoup plus faible (24 %). Elle est alors comparable à celle du Musée de la civilisation à la même époque (1993). Par contraste, la clientèle du FIJM de 1984 est nettement plus régionale que celle de ces deux musées, plus même que celle d'Expotec-Imax en 1993.

Les hauts et les bas des publics disciplinaires

Le tableau 6 présente la taille relative des différents publics disciplinaires. De façon générale, la taille estimative annuelle de ces publics oscille pour le Québec entre un peu moins de 10 % pour la danse moderne, à plus ou moins 40 % pour le théâtre, avec l'exception notable de Schliewen dont l'estimation beaucoup plus modeste se rapproche des taux enregistrés en France depuis les années 1970⁸. Les concerts classiques, entre 14 % et 18 %, et les musées d'art, entre 20 % et 28 %, occupent ici une position mitoyenne. Si on se fie aux données des différents sondages commandés par le ministère québécois de la Culture entre 1979 et 1989, certains publics pourraient avoir connu une légère augmentation. C'est le cas des musées d'art (de 23 % à 28 %), des galeries d'art commerciales (de 19 à 23 %), du théâtre (de 31 à 39 %), du ballet et de la danse moderne (de 8 à 9 %). Toutefois, sauf le théâtre, toutes ces activités connaissent également des baisses importantes entre ces deux dates, plus précisément en 1986.

Les acquisitions d'œuvres d'art et d'artisanat sont pour leur part plus faibles à la fin qu'au début des années 1980, ce qui, faut-il le rappeler, correspond à la grande période du « macramé », la variation n'étant sans doute pas ici le fait des arts cultivés. La musique classique revient pour sa part en 1989 à son taux initial de 1979, après avoir connu une pointe à 18 % en 1986. Tout ceci porte à croire qu'il n'y a pas eu d'élargissement significatif du public des arts les plus cultivés entre 1979 et 1989, même si par ailleurs la fréquentation brute des institutions peut avoir augmenté (ce qui n'est d'ailleurs pas nécessairement le cas non plus, si on se fie à l'évolution du nombre d'entrées moyen

8. Les données recueillies en France situent en effet le taux de fréquentation annuelle du théâtre à 12 % en 1973, 10 % en 1981, et 14 % en 1988. Voir Donnat (1993) : 157.

Tableau 6
Taille estimative des publics de différentes activités artistiques selon quelques sondages canadiens et québécois,
en fonction du taux de fréquentation ou d'acquisition annuel déclaré

	Dixon et al. 1974 (14 ans et plus)			Schliewen 1975 (14 ans et plus)			Crop 1979 (18 ans et plus)			Goldfarb 1983		
	Canada	Québec	Ontario	Canada	Québec	Ontario	Québec	Canada	Québec	Ontario		
Musées et galeries d'art	48	35	52									
Musées												
Musées d'art et/ou art gallery	25	25	26					35	27	41		
Musée national ou provincial				22			23	31	25	37		
Galeries d'art nationales ou provinciales												
Galeries d'art commerciales				17	13	20						
Musées scientifiques							19					
Autres musées				15								
Expositions d'art/artisanat				22			18					
Expo. d'art ailleurs que musées et galeries				22			44					
Achat d'œuvres d'art/artisanat												
Spectacles en salle												
Spectacles dans bars et boîtes de nuit												
Théâtre	43	44	44	13	14	15	31	41	45	46		
Concerts	49	39	53					42	31	49		
Musique classique				11			14					
Opéra				4				13	12	16		
Musique populaire (pop-rock-jazz-folk, etc.)				20			38					
Danse				6			8					
Danse moderne												
Ballet				3			8	13	14	16		
D. folklorique							7					
Autres spectacles en salles				15								
Bibliothèques				27	17	33	23	59	54	64		
Cinéma	67	71	66					46	43	50		
Cinéma commercial				57								
Ciné-club				10								

par établissement enregistré depuis 1985). Pour expliquer dès lors une éventuelle augmentation intervenue sur le plus long terme, il faudra sans doute tenir compte bien moins de l'effet direct de politiques de démocratisation que des effets conjugués de l'accroissement de la population, de la multiplication des établissements et sans doute aussi de l'élévation progressif du niveau moyen de scolarité. Notons cependant que ce dernier facteur ne semble pas produire autant d'effets que ceux généralement escomptés⁹.

Malgré ces variations à la hausse ou à la baisse, l'ordre de préférence en matière de sorties cultivées demeure pour sa part largement inchangé. On retrouve assez invariablement au Québec le théâtre en première place, suivi des musées d'art, des concerts classiques et de la danse, et ceci tout aussi bien dans les enquêtes canadiennes que québécoises. Cette prépondérance du théâtre s'avère sans contredit une singularité québécoise. Les Québécois placent invariablement le théâtre en première position, contrairement au Canada ou à l'Ontario qui le placent en deuxième ou troisième position, derrière les concerts et parfois les musées et expositions. La position des musées et des galeries d'art paraît de ce fait nettement moins favorable au Québec, ce qui est d'autant plus étonnant que le coût d'entrée à ces établissements est faible. Comparé au reste du Canada, le niveau de fréquentation des Québécois est ainsi toujours déficitaire, comme il l'est d'ailleurs pour toutes les autres activités, à l'exception du théâtre.

Les genres populaires de disciplines cultivées

Le tableau 7 permet d'ailleurs de nuancer l'apparente popularité de cet art cultivé que représente le théâtre. Il permet également d'approcher de plus près la réalité des genres artistiques. La première enquête Décima, qui teste le niveau de fréquentation déclaré au cours des neuf derniers mois, constate elle aussi la faveur relative dont jouit le théâtre au Québec. C'est le cas à un moindre degré du jazz et blues, manifestement à cause de Montréal (sans doute à cause du Festival), comme de la danse moderne, mais non du ballet. Le déficit québécois apparaît surtout en matière de musées, de galeries d'art et d'opéra. Mais la seconde enquête Cultur'Inc.-Décima, qui teste la fréquentation au cours des six derniers mois à partir d'un sous-échantillon de la première

9. À la fin des années 1970, des projections basées sur cette tendance à une scolarisation plus élevée pouvaient estimer une croissance beaucoup plus forte. Selon Picot (1980), la proportion de la population de 15 ans et plus ayant complété des études post-secondaires devait passer de 26 % en 1977 à 38 % en l'an 2000. Le taux de croissance des sorties culturelles apparaît à cet égard nettement plus faible. Donnat a, quant à lui, assez bien montré pour la France l'effet contraire qu'a pu exercer dans le même intervalle la progression de la nouvelle économie « médiatico-publicitaire », juvénalisation et spectacularisation. Pour des exercices plus récents de prospective sur le Québec, voir Létourneau (1992), et Gagnon (1994).

enquête, est plus révélatrice. Si les Québécois s'avèrent de grands amateurs de cette forme d'art, c'est manifestement à cause du genre comique. C'est d'ailleurs également le cas à l'échelle du Canada, mais à un bien plus faible degré; ce n'est pas le cas de Toronto où le théâtre de répertoire domine au contraire légèrement. Quoique Montréal soit généralement considérée comme le centre de la création théâtrale au Québec et même au Canada, on doit remarquer que le théâtre d'avant-garde est deux fois plus populaire à Toronto. Les spectacles d'humour s'avèrent quant à eux les seconds en ordre d'importance au Québec, qui se situe là aussi nettement au-delà de la moyenne canadienne. Par ailleurs, la fréquentation montréalaise de concerts symphoniques, malgré des taux plus faibles que le théâtre comique, l'humour, la musique populaire ou le théâtre de répertoire, surpasse légèrement celle de Toronto. La participation des Québécois paraît d'ailleurs aussi avantageuse dans un bon nombre de genres musicaux. Elle est sinon supérieure, du moins équivalente en matière de musique symphonique populaire, de chant choral, de musique de chambre, de récitals de solistes, de jazz et blues. Dans l'ensemble, on remarquera que le déficit québécois en matière de fréquentation est souvent plus sensible en matière de spectacles ou d'événements populaires typiquement nord-américains (concerts rock, comédies musicales, cinéma, comme aussi de spectacles traditionnels ou ethniques)¹⁰. Il est beaucoup moins manifeste, ou inexistant, en ce qui a trait aux arts cultivés (sauf l'opéra), la taille de ces publics se caractérisant surtout par une certaine stabilité (ou un plafonnement). Dans le cas du théâtre comique et de l'humour, il faudrait au contraire parler d'un gain. Mais s'agit-il pour autant d'un gain culturel ?

L'éclectisme et la multidisciplinarité des publics

L'opposition entre arts populaire et arts « cultivés » tient sans doute un rôle paradigmatique en matière d'analyse des comportements culturels. Elle n'en demeure pas moins très ambiguë, dans la mesure où il ne s'agit pas simplement d'opposer un ensemble de disciplines artistiques à un autre (le théâtre contre les variétés par exemple), mais plutôt des genres (le théâtre comique et l'humour contre le théâtre de répertoire ou d'avant-garde). L'importance du théâtre, que l'on peut être tenté d'associer au domaine cultivé, est indéniablement liée aux succès de la comédie, qui recoupe par plus d'un côté le domaine des variétés, de l'humour ou du cirque. C'est aussi vrai pour les musées, qui ne sont pas tous des musées d'art, ou les galeries, confondues avec des

10. Il est intéressant de comparer ici avec les catégories musicales utilisées par Pronovost. Les auteurs-compositeurs-interprètes, les chansonniers et d'autres formes de concerts populaires occupent une place prépondérante au détriment du rock-and-roll, new wave, heavy metal ou country-western. Il est donc fort possible que la liste de Décima soit biaisée en faveur des répondants anglo-canadiens, comédies musicales, musique country-western et rock-and-roll ne tenant pas une place équivalente sur le marché québécois.

Tableau 7
Taille estimative du public selon certains genres artistiques,
Canada, Québec, Montréal et Toronto, 1991

	Decima/Cultur'Inc. 1991 Sondage téléphonique court n=11106 au moins 1 fois 9 derniers mois 16 ans et plus				Decima/Cultur'Inc. 1991 Sondage postal long n= 5457 au moins 1 fois 6 derniers mois 16 ans et plus				Pronovost 1989 n=2900, au moins 1 fois l'an, 15 ans et plus
	Canada	Québec	Montréal	Toronto	Canada	Québec hors Montréal	Montréal	Toronto	Québec
Musées	36	30	31	36	39
Galleries d'art	27	25	29	31	23
Théâtre	29	36	37	37	39
Répertoire	24	16	23	33	..
Comédie	27	38	37	31	..
Avant-garde	5	5	5	10	..
Musique classique	14	15	18	19	14
Musique symphonique classique	12	8	16	15	..
Musique symphonique populaire	9	10	11	11	..
Chant choral	10	14	12	8	..
Musique de chambre et soliste	6	5	6	7	..
Opéra	7	6	8	12	5	2	7	10	6
Danse moderne	9	11	12	11	6	5	7	9	9
Ballet	8	7	9	11	6	3	7	9	9
Pop-rock-folk	25	21	23	31
Pop-rock seul	27	28	27	34	..
Rock seul	14
New wave, heavy metal	3	..
Auteur-compositeur- interprète	17	..
Chansonnier	14
Folk	8	7	4	7	..
Autres concerts pop	18
Jazz-blues	13	14	19	16	13	12	19	17	12
Country-western	12	8	5	7	15	15	4	8	5
Comédies musicales	21	14	17	31	19	9	18	31	..
Humour	19	28	29	21
Musique et danse traditionnelle ou ethnique	15	12	14	20	13	12	10	15	..
Danse folklorique	7
Spectacles jeunes publics	16	15	15	15	16	15	15	16	..
Cinéma	58	53	62	71	51

boutiques de cadeaux ou de décoration. L'analyse du caractère multidisciplinaire de la fréquentation des arts, qu'il faudrait lier à l'examen de l'éclectisme au plan de la fréquentation des genres, peut néanmoins servir à relativiser sinon dédramatiser totalement ce genre d'opposition.

Le tableau 8 présente à cet égard le résultat d'un examen des intersections entre les différents publics disciplinaires. L'analyse de ces « intersections » montre ainsi que chaque public particulier reste de fait composé d'une fraction toujours importante et même souvent majoritaire de personnes ayant fréquenté également au moins une autre forme d'activité artistique au cours de la même période. Bien que ces publics interdisciplinaires ne comptent souvent que pour une fraction très faible de la population¹¹, le poids qu'ils tiennent dans la composition même des différents publics disciplinaires demeure toujours cruciale. Au point qu'il faut se demander s'il existe à proprement parler pour chaque discipline un noyau dur de publics spécialisés.

Ces publics interdisciplinaires, pris un à un, comptent en effet la plupart du temps pour au moins le tiers, bien souvent pour plus de la moitié, parfois même pour plus des trois-quarts de chacun de ces marchés. C'est particulièrement le cas pour le champ des sorties cultivées (entendues ici toutefois en un sens très large qui ne tient pas compte des genres). On constate ainsi que près des trois-quarts de l'ensemble du public de ballet sont formés en réalité de gens qui sont aussi allés à une pièce de théâtre (74 %) et à près des deux-tiers par des gens qui ont aussi assisté à un concert de musique classique (60 %). La situation est plus extrême encore pour le public de l'opéra, dont la très grande majorité s'avère de fait constituée d'un public de théâtre et de musique classique : 79 % de ceux ayant affirmé y être allés au moins une fois au cours des neuf derniers mois étaient aussi allés au moins une fois au théâtre, et 72 % à un concert de musique classique. Et il en est un peu de même pour la danse moderne, dont les deux-tiers étaient aussi allés au théâtre (67 %), et plus du tiers à un concert classique (35 %). Les recoupements ne sont toutefois pas moins importants au sein de formes d'art plus fréquentées, par exemple la musique classique dont le public est de fait constitué pour plus ou moins des deux-tiers par des gens qui vont aussi au théâtre (69 %) ou qui visitent des galeries (64 %) ou des musées (60 %).

Si on fait abstraction du cinéma, dont la force d'attraction surpasse en quelque sorte les différents genres, la place du théâtre (en tous genres) s'avère la plus cruciale, soit qu'il fournisse plus de public aux autres disciplines, soit

11. Cette proportion d'interdisciplinaires peut être très élevée dans le cas des intersections entre formes d'art les plus fréquentées comme le cinéma et le théâtre, qui concerne 30 % de la population montréalaise. Elle est au contraire très faible dans le cas d'activités moins fréquentées, comme la musique classique et la danse moderne (4 %), ou hétérogènes comme les concerts d'opéra et de musique pop (3 %).

Tableau 8
Estimation de l'impact des publics interdisciplinaires sur l'ensemble du public
de certaines formes d'art au cours des neuf derniers mois, Montréal, 1991

Intersections	a)	b)	c)	Intersections	a)	b)	c)
Théâtre et				Musique classique et			
Cinéma	30	80	48	Cinéma	15	84	24
Musée	19	51	61	Théâtre	12	69	33
Galerias d'art	18	48	62	Galerias d'art	11	64	40
Pop, rock et folk	13	35	57	Musées	11	60	34
Comédies musicales	12	33	72	Comédies musicales	8	43	44
Musique classique	12	33	69	Jazz et blues	7	38	41
Jazz et blues	12	33	64	Pop, rock et folk	6	34	26
Danse moderne	8	21	67	Opéra	6	33	72
Ballet	7	18	74	Ballet	6	31	60
Opéra	6	11	79	Danse moderne	4	22	35
Jazz et Blues et				Pop, rock et folk et			
Cinéma	16	83	26	Cinéma	20	86	32
Théâtre	12	64	33	Théâtre	13	57	35
Musées	10	53	33	Musées	10	44	32
Pop, rock et folk	9	49	40	Jazz et blues	9	40	49
Galerias d'art	9	48	32	Galerias d'art	9	40	32
Musique classique	7	41	38	Comédies musicales	7	28	38
Comédies musicales	6	30	34	Musique classique	6	26	34
Danse moderne	4	23	38	Danse moderne	5	22	44
Ballet	3	17	37	Ballet	3	15	37
Opéra	3	14	34	Opéra	3	13	38

Source : Cultur'inc.-Decima Research, 1992, Banque de données TELCOURT, traitement spécial INRS-Urbanisation.

- a) % du public ayant assisté à l'un et l'autre des deux formes d'art au cours des neuf derniers mois en fonction de l'ensemble de la population.
- b) % du public interdisciplinaire en fonction de l'ensemble du public du premier terme de l'intersection (par exemple, le public montréalais qui va à la fois au théâtre et au cinéma compte pour 80% du public de théâtre).
- c) % du public interdisciplinaire en fonction de l'ensemble du public du second terme de l'intersection (par exemple, le public montréalais qui va à la fois au théâtre et au cinéma compte pour 48% du public de cinéma).

qu'il soutire plus de public aux autres disciplines. La quasi totalité des publics de théâtre (80 %) et de musique classique (84 %), aussi bien que de jazz et blues (83 %) ou de concerts pop et rock (86 %), est de fait constituée de gens allant aussi au cinéma. Mais le public de théâtre n'en constitue pas moins près de la moitié du public de cinéma (48 %), tout en constituant la majorité du public d'opéra, de ballet et de danse moderne, de musique classique, de galeries et de musée. Le public de théâtre – ces chiffres pourront surprendre – n'en demeure pas moins déterminant pour celui du jazz et blues (64 %), de la musique pop et rock (57 %) et des comédies musicales (72 %). Les intersections à partir de la musique classique sont d'ailleurs presque aussi significatives, et cela bien que le public de musique classique soit lui-même presque essentiellement formé, comme on l'a vu, de majorités allant au théâtre, aux galeries d'art et aux musées. Le public de concert classique est en effet fort important pour l'opéra (72 %) et le ballet (60 %). Mais son apport à la danse moderne (35 %) ou même au théâtre (33 %) n'est pas négligeable non plus.

La même étude indique par ailleurs que les chevauchements ne jouent pas strictement à l'intérieur du domaine cultivé. Il y a beaucoup de recouvrements entre le théâtre et les concerts rock et pop. Mais il y en a aussi entre le rock et l'opéra. Le public d'opéra ne constitue sans doute que 13 % du public des concerts pop ; ceci n'en reste pas moins une proportion appréciable, compte tenu de l'hétérogénéité supposée de ces deux domaines. Et on peut tout autant s'étonner que plus du tiers de ceux qui disent être allés au moins une fois à un concert pop, rock ou folk disent également être allés à l'opéra au cours de la même période. De tels scores peuvent sans doute être le fait d'une compréhension très large dans la population de ce qu'est l'opéra (incluant l'opérette, l'opéra rock et la comédie musicale). Tout cela n'introduit pas moins un doute sérieux quant à la pertinence d'un clivage abrupt entre formes d'art populaires et cultivées. Celui-ci dépend en effet peut-être moins des publics, que d'enjeux liés aux milieux professionnels. L'existence d'un public de théâtre nettement différencié d'un public de musée reste par plus d'un côté une fiction traduisant avant tout la perspective des professionnels, une sorte de « déformation professionnelle ». C'est d'ailleurs la conclusion que nous suggérons de retenir. Il est possible que les publics les plus assidus aient un comportement plus homogène, ou plus cohérent, en matière de fréquentation des disciplines, choisissant de se spécialiser. Mais il vaudrait alors la peine de vérifier le niveau d'éclectisme de ces plus forts consommateurs au sein de leur propre spécialité : on peut être amateur de musique classique et aller à des concerts rock, et vice-versa. La norme pourrait bien être d'ailleurs ici à l'éclectisme plutôt qu'à la spécialisation chez les plus forts adeptes.

LES PUBLICS D'ART ET LE PUBLIC DES ARTS

Compte tenu du haut degré de chevauchement entre les publics disciplinaires, il paraît d'autant plus nécessaire de considérer l'ensemble du public de ces différents arts comme un seul et même grand public, sans doute segmenté, mais non pas nécessairement en fonction d'une logique disciplinaire (au sens des organisations professionnelles). Notre étude nous a ainsi conduit à segmenter la population de Montréal en fonction de leur niveau d'assiduité à treize formes de sorties artistiques aussi bien populaires que cultivées¹². Le tableau 9 permet ici de comparer cette tentative de segmentation du marché montréalais avec celle de Décima-Cultur'Inc. à l'échelle canadienne et avec celle d'Olivier Donnat pour la France, l'une et l'autre obtenues par d'autres moyens. Les segments intermédiaires peuvent varier en termes de définition et de quantité, compte tenu des critères différents utilisés pour établir les regroupements (assiduité et/ou attitudes selon les cas). On remarquera néanmoins des résultats assez semblables en ce qui a trait aux extrêmes. Plus ou moins le tiers de la population s'avère pratiquement absente de toute forme de sorties culturelles, alors que 7 % ou 8 % se classent parmi les très assidus. Une majorité n'a donc aussi qu'une relation épisodique ou exceptionnelle.

Ce dernier tableau traduit à lui seul un bon nombre des difficultés que rencontrent les divers projets de démocratisation culturelle ou de commercialisation des arts. Ces difficultés sont aussi bien d'ordre méthodologique et conceptuel que normatif (ou idéologique) et économique. Doit-on par exemple réserver la notion de public à ce noyau dur de publics assidus (et comment définir ici le niveau d'assiduité voulu) ? Doit-on au contraire aller vers cette espèce de trou noir que représente le non-public absolu, pour élargir l'accès à l'ensemble de la population, au même titre que la citoyenneté, en vue d'assurer

12. Cette liste exclut le cinéma qui ferait augmenter sensiblement le taux de sorties moyen. Elle comporte cependant outre les activités artistiques cultivées (musées, galeries d'art, théâtre, musique classique, danse moderne, ballet, opéra) un bon nombre de formes populaires (concerts country-western, danse et musique traditionnelle ou ethnique, spectacles jeunes publics, comédies musicales, jazz et blues, concerts pop, rock ou folk). Ce type de regroupement est curieusement fort peu courant dans les diverses enquêtes consultées. Outre la tentative de Décima-Cultur'Inc. qui effectue ses regroupements à partir d'indicateurs d'attitudes plutôt que de fréquentation, mentionnons celle de Schliewen (1975). Ce dernier propose une segmentation appliquée non pas aux seuls arts mais portant sur l'ensemble des activités culturelles et de loisir. L'auteur identifie à cet égard quatre grands types en fonction des niveaux de participation et de diversité des intérêts : diversité faible et engagement faible ; diversité faible et engagement élevé ; diversité élevée et engagement faible ; diversité élevée et engagement élevé. L'une des conclusions les plus intéressantes de cette enquête est sans doute d'avoir montré que les plus forts consommateurs d'art sont aussi généralement de forts consommateurs de loisirs et de sports, et manifestent une plus grande diversité d'intérêt en matière d'art et de culture tout autant que de loisirs.

Tableau 9
Trois formes de segmentation du public des arts, en France, au Canada et à Montréal

La France (Donnat 1993) 8 rapports aux sorties et visites culturelles	Le Canada (Décima-Cultur'Inc 1992) 8 segments en fonction des valeurs attribuées aux arts visuels et aux arts de la scène	Montréal (Bellavance et Latouche, 1994) 5 segments en fonction de l'assiduité aux sorties et visites culturelles
Reclus	Débranchés (6%) Non impliqués (17%) Non engagés (14%)	Aucunes sorties
34%	37%	32%
Logique de l'occasion ou de l'exceptionnel	Conditionnels (18%) Pratiquants (14%)	Sorties exceptionnelles (au plus moins d'une fois par 2 mois)
26%	32%	31%
Le temps des copains (9%) Extérieur pour la sociabilité (14%)	Pop-rocker insouciant (6%) Croyants (17%)	Sorties épisodiques (au moins 1 fois par 2 mois, au plus 1 fois par mois)
23%	23%	19%
Sortie standing (5%) Sorties familiales (5%)	Dévoués	Sorties régulières (plus d'une fois par mois, moins de 2 fois par mois)
10%	8%	11%
Habituels des premières (4%) Noctambules (3%)		Assidus (au moins 2 fois par mois)
7%		7%

un éventuel service culturel universel, comme la santé et l'éducation, avec CLSC et réseaux d'école ? Doit-on plutôt s'intéresser aux fractions des publics plus épisodiques, pour développer des stratégies à moyen terme ? Les instruments actuels ne peuvent, bien entendu, répondre à ce genre de questions.

RÉFÉRENCES

- Allaire, André (1994). *Les Publics du Musée de la civilisation. Portrait de l'été 1993 et évolution depuis l'ouverture*, Cahiers de Recherche, n° 7, Service de la recherche et de l'évaluation, Québec, Musée de la civilisation.
- (1990). *Enquête auprès des visiteurs du Musée de la civilisation du 10 au 22 avril 1990. Rapport préliminaire*, Cahiers de recherche, Service de la recherche, Québec, Musée de la civilisation.
- (1990). *Étude comparative des publics du Musée de la civilisation*, Service de la recherche, Québec, Musée de la civilisation.
- (1990). *Profil des visiteurs du Musée de la civilisation quatre mois après l'ouverture*, Cahiers de recherche, n° 1, Service de la recherche, Québec, Musée de la civilisation.
- Bellavance, Guy et Daniel Latouche (1994). *Les Publics des arts à Montréal. Comparaison urbaines et ethnolinguistiques*, Montréal, INRS-Urbanisation.
- Bourdieu, Pierre (1979). *La distinction*. Critique sociale du jugement, Paris, Éditions de Minuit.
- Bradley, Iris M. et Megan, Ward (1979). *Increasing Attendance at Performing Arts Events : the Results of Audience Surveys in 16 Communities*, Ottawa, Secrétariat d'État du Canada.
- Bureau de la statistique du Québec. *Indicateurs d'activités culturelles au Québec*, Québec, Les Publications du Québec.
- Colbert, François et J.-M. Boisvert (1985). *Certaines dimensions économiques des activités à caractère culturel*. Le cas de l'Orchestre symphonique de Montréal, du Musée des Beaux-Arts de Montréal et du Festival International de Jazz de Montréal, Ville de Montréal (CIDEM-Tourisme) et ministère des Affaires culturelles du Québec.
- Cultur'Inc. et Decima Research (1992). *Profil des Canadiens consommateurs d'art 1990-1991*. Constats, Ottawa, Communications Canada.
- Cultur'Inc. (1990). *Étude du public actuel et potentiel du Festival du théâtre des Amériques*, Festival de Théâtre des Amériques.
- (1991). *Étude sur le marché des lieux de diffusion en arts d'interprétation dans la région de Montréal*, Ville de Montréal, Communications Canada et ministère des Affaires culturelles du Québec.
- Dixon, Brian, Alice E. Courtney et Robert H. Bailey (1976). *Canadian Contemporary Art. A Market Study for the Canada Council*.
- (1974). *Le Musée et le public canadien*, Toronto, Culturcan Publications, pour la Direction arts et culture, Secrétariat d'État du Canada.
- Donnat, Olivier (1994). *Les Français face à la culture*. De l'exclusion à l'éclectisme, Paris, Éditions la Découverte.
- Ekos Research Associates Inc. (1989). *Les Artistes et leurs auditoires : des liens essentiels*, Communications Canada.
- Fournier, Marcel et Jan Marontate (1992). *Loin de Québec ? Caractéristiques sociales et pratiques culturelles du public montréalais des musées*, Québec, Musée de la civilisation.

- Gagnon, Gilbert (1994). « Le public des arts et la consommation de produits culturels : 1991-2011 », *Chiffres à l'appui*, VIII, 3.
- Goldfarb Consultants (1983). *The Culture of Canada*, A Research Report for the Department of Communications.
- Létourneau, Esther (1992). *Prévisions des comportements en matière d'activités culturelles et de loisirs, Québec, 1991-2011*, Québec, Bureau de la statistique du Québec.
- Picot, G. (1980). *The Changing Educational Profile of Canadians 1961 to 2000*, Ottawa, Statistique Canada.
- Schliwen, R. E. (1975). *A Leisure Study, Canada, 1975*, Direction art et culture, Secrétariat d'État du Canada, Ottawa, Comstat Consulting.