L'ÉMERGENCE D'UN MODÈLE D'AFFAIRES QUÉBÉCOIS DE CAPTATION ET DE DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE

PORTRAIT, ENJEUX & RECOMMANDATIONS

LA BOHÈME
DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL PROJETÉE EN DIRECT SUR ÉCRAN GÉANT AU STADE PERCEVAL-MOLSON
MONTRÉAL, 27 MAI 2017

RAPPORT D'ORIENTATION

DESTINÉ À
LA PLACE DES ARTS

12 FÉVRIER 2018

DUBOIS - TÉTU, CONSULTANTS

DÉVELOPPEMENT CULTUREL,
RECHERCHE ET ANALYSE

TABLE DES MATIÈRES

6 . . . **SOMMAIRE DE L'ÉTUDE**

7 . . . **AVANT - PROPOS**

8 . . . **1. CONTEXTE**

8 . . . **1.1** UNE NOUVELLE OFFRE DES ARTS DE LA SCÈNE AU CINÉMA : LES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

11 . . . **1.2** VERS DES PROJECTIONS DE SPECTACLES D'ARTS DE LA SCÈNE QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT?

12 . . . **2. REVUE DE LA LITTÉRATURE**

14 . . . **3. CADRE MÉTHODOLOGIQUE**

15 . . . **4. LE PUBLIC QUÉBÉCOIS INTÉRESSÉ PAR LES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT**

15 . . . **4.1** UN INTÉRÊT MANIFESTE DU PUBLIC D'ICI POUR LES PROJECTIONS D'ARTS DE LA SCÈNE

17 . . . **4.2** LE PUBLIC QUÉBÉCOIS INTÉRESSÉ PAR LA RETRANSMISSION DE TOUTES LES DISCIPLINES ARTISTIQUES

20 . . . **4.3** SIMILITUDES ET DIFFÉRENCES ENTRE LES RÉGIONS DU QUÉBEC

22 . . . **4.4** *MADE IN QUÉBEC* : DES SPECTACLES LOCAUX POPULAIRES

22 . . . **4.5** POPULARITÉ DES SPECTACLES DE TYPE « ÉVÈNEMENT » SUR ÉCRAN GÉANT

26 . . . **5. UNE DIFFUSION PROBLÉMATIQUE DES ARTS DE LA SCÈNE QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT**

26 . . . **5.1** LES CINÉMAS, DIFFUSEURS ACTUELS DES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

28 . . . **5.2** LES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES PEUVENT-ILS AUSSI DIFFUSER DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT?

32 . . . **5.3** DÉVELOPPEMENT CULTUREL PAR LA PROJECTION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

34 . . . **5.4** DES BALISES POUR RÉUSSIR UNE DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

TABLE DES MATIÈRES (suite)

35 ... **6. DÉFIS RÈGLEMENTAIRES ET TECHNIQUES DE LA DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT AU QUÉBEC**

35 ... **6.1** LES TARIFS DE RÉMUNÉRATION DES ARTISTES, UNE PROBLÉMATIQUE CENTRALE DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

37 ... **6.2** LES BESOINS D'EXPERTISES TECHNIQUES DE LA CAPTATION DES ARTS DE LA SCÈNE

39 ... **6.3** UNE STRUCTURE DE DISTRIBUTION DES SPECTACLES SUR ÉCRAN GÉANT ENCORE À SES DÉBUTS

41 ... **6.4** INTERNET COMME MOYEN DE DISTRIBUTION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

42 ... **7. RECOMMANDATIONS**

42 ... **7.1** ACCOMPAGNER L'OFFRE DANS SA PHASE D'ÉMERGENCE

43 ... **7.2** EXPÉRIMENTER L'OFFRE POUR IDENTIFIER LES BONNES PRATIQUES

44 ... **7.3** INTÉGRER L'OFFRE DANS L'ÉCOSYSTÈME CULTUREL QUÉBÉCOIS

45 ... **BIBLIOGRAPHIE**

46 ... **ANNEXE A.**
RÉSULTATS DU SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

94 ... **ANNEXE B.**
TABLEAUX ET FIGURES COMPLÉMENTAIRES DU SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

96 ... **ANNEXE C.**
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

102 ... **ANNEXE D.**
SYNTHÈSE DU GROUPE DE DISCUSSION SUR LES SPECTACLES DE TYPE « ÉVÈNEMENTS »

105 ... **ANNEXE E.**
QUESTIONNAIRE TRANSMIS AUX DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

108 ... **ANNEXE F.**
BIOGRAPHIE DES AUTEURS

« TANT QU'IL Y AURA DES HOMMES,

ILS SE RÉUNIRONT DANS L'OBSCURITÉ

D'UN THÉÂTRE OU SOUS LE CIEL ATTIQUE

POUR COMPRENDRE LE SENS DE LEUR VIE,

POUR SE SENTIR PLUS SOLIDAIRES,

PLUS FRATERNELS. »

– **JACQUES MAUCLAIR**
DANS ROSINE MARGAT,
JE SERAI COMÉDIEN!

RÉALISATION DU PROJET
SOPHIE DUBOIS-PARADIS ET MARTIN TÉTU

COLLABORATEURS

ÉCHANGES AVEC LE PUBLIC
ANTHONY BERGERON
TESSY JEAN-PAUL
GILLES M'GOUE

GROUPE DE DISCUSSION ET
INTÉGRATION DU SONDAGE EN LIGNE
JEAN-CHRISTOPHE GAGNON

RÉVISION
SARAH DELISLE

RELECTURES
MANON DUBOIS
JACQUES PARADIS
PIERRE TÉTU

DESIGN GRAPHIQUE ET MISE EN PAGE
SOPHIE-AUDREY LALONDE-SAUVÉ
BEHANCE.NET/SO_LS
LALONDESAUVE.S@GMAIL.COM

DUBOIS - TÉTU, CONSULTANTS

DÉVELOPPEMENT CULTUREL,
RECHERCHE ET ANALYSE

5431, CHABOT
MONTRÉAL, QUÉBEC H2H 1Z1

SOPHIE.DUBOIS.PARADIS@DUBOISTETU.COM
MARTIN.TETU@DUBOISTETU.COM

(514)358-3973

SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

Depuis 10 ans, les évènements cinématographiques constituent une nouvelle offre culturelle qui connaît un important développement au plan international. Les évènements cinématographiques sont des spectacles des arts de la scène captés dans une salle de spectacle et diffusés ailleurs sur écran géant dans les cinémas, projetés en direct ou en différé. L'exemple le plus connu est celui de l'opéra du Metropolitan Opera de New York qui capte et diffuse ses opéras partout dans le monde depuis 2006.

La captation et la retransmission de spectacles des arts de la scène sur écran géant est ainsi un phénomène récent, qui pose des questions inédites au développement des arts de la scène québécois. Le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) se questionne donc sur la possibilité d'un modèle d'affaires d'une offre québécoise des arts de la scène sur écran géant. Réalisée pour la Société de la Place des Arts par Sophie Dubois-Paradis et Martin Tétu, consultants, l'étude « L'émergence d'un modèle d'affaires québécois de captation et de diffusion des arts de la scène » dresse le portrait de la situation, des principaux enjeux et apporte quelques recommandations. Le mandat reçu par l'équipe de recherche fait partie d'une mesure du *Plan culturel numérique du Québec*, la Mesure 67, laquelle consiste à « Diriger un chantier de réflexion sur les perspectives et les enjeux entourant la captation numérique et la diffusion hors salle des arts de la scène au Québec ».

La recherche s'est déroulée sur une période d'un an, entre décembre 2016 et novembre 2017. Différentes méthodes ont été employées, notamment un sondage auprès des spectateurs québécois des diffuseurs pluridisciplinaires des arts de la scène, auquel 15 344 personnes ont participé. Voici les principaux constats dégagés par la recherche :

Il existe un réel intérêt pour les arts de la scène sur écran géant chez le public québécois. Dans un sondage mené en 2017 auprès de 15 344 spectateurs des diffuseurs pluridisciplinaires du Québec, deux personnes sur trois (65 %) sont intéressées à assister à un spectacle des arts de la scène sur écran géant dans un lieu de diffusion près de chez eux. Cet intérêt se manifeste avec la même intensité chez tous les sous-groupes sondés, peu importe leur 'âge, leur genre, leur région administrative de résidence, leur scolarité ou leur occupation.

Toutes les disciplines artistiques font l'objet d'un intérêt du public pour leur retransmission sur écran géant, les plus populaires étant la comédie musicale, le théâtre, l'opéra et la musique classique. Les spectacles québécois sur écran géant sont particulièrement populaires, de même que les spectacles de type « évènement ».

Or, il n'existe pas encore d'offre d'arts de la scène québécois sur écran géant à l'heure actuelle. Au Québec, on retrouve seulement des projections de spectacles internationaux à grand déploiement, diffusées presqu'exclusivement dans les cinémas.

L'offre québécoise des arts de la scène sur écran géant fait face à plusieurs défis dont celui du lieu adéquat de sa diffusion entre cinémas et salles de spectacle, celui de l'intérêt de cette nouvelle offre pour les diffuseurs des arts de la scène québécois et celui des tarifs de rémunération des artistes lors de telles diffusions.

En résumé, le modèle d'affaires des arts de la scène québécois sur écran géant est en construction. Du côté de la demande, il existe un intérêt manifeste du public québécois, mais l'offre locale n'est pas encore développée. C'est donc principalement du côté de l'offre qu'il importe d'agir pour développer le modèle d'affaires. Ces éléments mis à jour dans le présent rapport amènent à des recommandations qui sont adaptées à ce contexte spécifique.

AVANT-PROPOS

La captation et la retransmission des spectacles des arts de la scène sur écran géant est un phénomène récent, qui pose des questions inédites au développement des arts de la scène québécois. Le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) se questionne notamment sur la possibilité d'une offre québécoise structurée de telles projections. C'est dans ce contexte que notre équipe de recherche a reçu le mandat de la Société de la Place des Arts d'analyser le modèle d'affaires québécois de la captation et de la diffusion des arts de la scène sur écran géant au Québec, qui est un modèle actuellement à l'état d'émergence. Le mandat reçu fait partie d'une mesure du *Plan culturel numérique du Québec*, la Mesure 67, laquelle consiste à « Diriger un chantier de réflexion sur les perspectives et les enjeux entourant la captation numérique et la diffusion hors salle des arts de la scène au Québec » [1].

Le présent rapport s'intitule « L'émergence d'un modèle d'affaires québécois de captation et de diffusion des arts de la scène : portrait, enjeux et recommandations », termes que nous précisons ici.

Par captation et diffusion des arts de la scène, nous entendons l'action de filmer des spectacles des arts de la scène de manière professionnelle pour les projeter ailleurs sur un écran géant, en direct ou en différé, dans un cinéma ou une salle de spectacle.

Par modèle d'affaires québécois, nous entendons une offre ayant une dimension commerciale, générant des revenus autonomes et dont le marché peut être développé. Il s'agit donc de la structuration de l'offre et de la demande de projections de spectacles professionnels des arts de la scène, de toutes disciplines artistiques, sur un écran géant et dans un lieu de diffusion spécialisé. Ce modèle d'affaires est « québécois », parce que les spectacles captés et diffusés sont présentés en salle au Québec et retransmis sur un écran géant ailleurs au Québec.

Par émergence d'un modèle d'affaires, nous entendons que le modèle d'affaires de la captation et de la diffusion des arts de la scène sur écran géant au Québec en est au tout début de son développement, ceci parce que l'offre de spectacles québécois sur écran géant n'existe pas encore dans les salles de cinéma, ni dans les salles de spectacle.

En résumé, ce rapport constitue un premier état des lieux du développement des arts de la scène sur écran géant au Québec. Comme l'offre n'existe pas de façon organisée et qu'il n'y a pas encore d'études québécoises sur le sujet, nous proposons ici une « photographie » de l'état de la demande et de l'offre, prise en 2017, visant à accompagner la prise de décision publique pour cette offre culturelle en émergence au Québec.
Nous avons choisi de porter notre regard sur des résultats observables et quantifiables. D'abord, nous poserons le contexte actuel des évènements cinématographiques (section 1), suivi d'une revue de la littérature scientifique sur le sujet (section 2), puis préciserons le cadre méthodologique de l'étude (section 3). Ensuite, nous interrogerons l'existence même d'une demande (section 4) et d'une offre (section 5) pour la captation et la diffusion des arts de la scène sur écran géant au Québec. Les défis réglementaires et techniques de cette nouvelle offre seront aussi abordés (section 6). Enfin, des recommandations complèteront le rapport, en vue de développer l'offre québécoise de façon adaptée à l'écosystème culturel local (section 7).

Le présent rapport constitue en ce sens le résultat d'une recherche « fondatrice » sur le sujet des arts de la scène sur grand écran au Québec. Fondatrice, parce qu'elle pose les jalons, les enjeux, le vocabulaire, les limites et les données disponibles de cette nouvelle offre culturelle.

1 VOIR : **http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/67-diriger-un-chantier-de-reflexion-sur-les-perspectives-et-les-enjeux-entourant-la-captation-numerique-et-la-diffusion-hors-salle-des-arts-de-la-scene-au-quebec/**

1. LE CONTEXTE

Depuis 10 ans, les évènements cinématographiques constituent une nouvelle offre culturelle qui connaît un important développement au plan international. Les évènements cinématographiques sont des spectacles des arts de la scène captés dans une salle de spectacle et diffusés ailleurs sur écran géant dans les cinémas, projetés en direct ou en différé. L'exemple le plus connu est celui de l'opéra du Metropolitan Opera de New York qui capte et diffuse ses opéras partout dans le monde depuis 2006. De nombreuses disciplines diffusées sur écran géant se sont dorénavant ajoutées à l'opéra dans les cinémas comme le théâtre, le ballet, la musique et les comédies musicales. Il s'agit en sorte d'une offre qui bonifie la programmation des films dans les cinémas, une offre dite « alternative » de plus en plus importante dans la programmation de certains cinémas. Ces évènements cinématographiques sont appelés différemment : *Events* (Cinéplex), *Cinéspectacles* (Beaubien, Guzzo et autres), *évènements alternatifs*, *diffusion hors les murs*, etc. Nous choisissons pour ce rapport l'appellation « évènement cinématographique », puisque c'est la dénomination officielle de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec pour les projections des arts de la scène sur écran géant.

À ce jour, il n'existe pas encore d'évènements cinématographiques proprement québécois. Les évènements cinématographiques diffusés au Québec proviennent plutôt de productions artistiques internationales à grand déploiement, comme les spectacles de l'Opéra de Paris, du Old Vic Theatre de Londres, du ballet Bolshoi de Moscou, des comédies musicales de Broadway. Si les spectacles québécois souhaitent faire partie de l'offre des évènements cinématographiques, il importe de réfléchir à un modèle d'affaires pour que ces spectacles prennent une part du marché des évènements cinématographiques au Québec.

Sur un autre plan, comme les évènements cinématographiques sont presqu'exclusivement diffusés par les cinémas, la question de leur expansion dans d'autres lieux de diffusion se pose. Les salles de spectacle québécoises, souvent équipées de projecteurs et d'écrans géants, pourraient ainsi diffuser des évènements cinématographiques.

1.1 UNE NOUVELLE OFFRE DES ARTS DE LA SCÈNE AU CINÉMA : LES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

Depuis 2006, les opéras du Metropolitan Opera de New York sont offerts en direct et en haute-définition dans les cinémas de plusieurs pays du monde. Durant la première saison en 2006, des retransmissions ont eu lieu dans une centaine de salles de cinéma des États-Unis, dans 28 salles de la chaîne Cineplex au Canada, 7 salles au Royaume-Uni, 2 au Japon et 1 en Norvège. Un peu plus de dix ans plus tard, en 2017, les opéras du Metropolitan sont maintenant retransmis en direct et en différé dans plus de 2 000 écrans de cinéma répartis sur 70 pays. D'autres disciplines se sont depuis ajoutées à l'opéra, comme le théâtre (dès 2009 avec le London National Theatre), la danse, la musique et la comédie musicale.

Au Québec, les onze cinémas participants au réseau *Cinéspectacle* (dont le Beaubien, la chaîne Guzzo, le Clap à Québec, la Maison du cinéma à Sherbrooke et le Cinéma Aylmer à Gatineau) projetaient en 2016-2017 onze productions du Royal Opera House (Londres), trois pièces de théâtre du Royal Shakespeare Company (Londres) et trois autres pièces de la Comédie-Française (Paris), sept opéras de l'Opéra national de Paris et deux du Gran Theatre del Liceu (Barcelone). L'offre d'évènements cinématographiques est ainsi en pleine augmentation au Québec entre 2006 (quelques opéras diffusés dans quelques cinémas seulement de la chaîne Cinéplex) et 2017 (des dizaines d'opéras, de pièces de théâtre et de spectacles de danse dans de nombreux cinémas québécois).

Du côté du public, il semble que cette offre trouve une réelle demande puisque les salles sont souvent pleines, notamment pour l'opéra du Metropolitain Opera dont les billets sont parfois tous vendus plusieurs semaines à l'avance. Par ailleurs, il semble que d'assister à de tels évènements cinématographiques dans les cinémas soit devenu une nouvelle pratique culturelle au sein de la population québécoise. En effet, les plus récentes statistiques du ministère de la Culture et des Communications du Québec indiquent que 6.9 % des Québécois ont assisté à un tel évènement cinématographique au Québec en 2014 (8.0 % pour les hommes et 5.9 % pour les femmes) [2]. Nous verrons à la section 4 du présent rapport que les résultats de notre sondage confirment ceux du MCCQ et indiquent une présence significative de cette pratique chez le public québécois.

L'intérêt du public est compréhensible car les arts de la scène sur écran géant, en 2017, sont intéressants à plusieurs niveaux. En effet, il s'agit véritablement d'une nouvelle esthétique qui se développe, un peu à la manière du passage du sport « en vrai » au sport diffusé sur écran. Il ne s'agit donc pas d'un spectacle « en vrai », ni de cinéma ou de télévision, mais bien d'une nouvelle forme culturelle. D'abord, la captation des arts de la scène pour diffusion sur écran géant intègre des gros plans des chanteurs et des acteurs, des images de haute définition (HD) de très grande qualité, plusieurs caméras non intrusives captant le spectacle sur la scène et un montage réalisé en direct. Ensuite, l'intégration de micros non visibles à l'écran ni dans la salle, parfois dissimulés dans le cas du théâtre dans le haut du dos des acteurs, rend un son excellent, autant pour le chant que pour la voix en général.

Ensuite, une place importante est accordée dans les évènements cinématographiques à la contextualisation de la production, c'est-à-dire que le spectacle est précédé d'une mise en contexte par un présentateur avec des images de la salle et du lieu de diffusion, des entrevues avec les principaux artistes et le metteur en scène, la présentation de l'oeuvre, etc. Il s'agit de la sorte d'une véritable mise en situation, à la fois ludique et explicative de l'oeuvre, au bénéfice du public de la diffusion sur écran. Les moyens investis sont à la hauteur de la qualité technique. Certaines captations de productions de compagnies internationales de renom (Metropolitain Opera, Old Vic Theatre) sont réalisées à l'aide d'un budget très élevé.

Plus globalement, les évènements cinématographiques font partie des offres d'arts de la scène existantes qui jumèlent à la fois spectacle et écran géant (voir le tableau 1). Ce marché culturel incluant l'écran est en pleine expansion, étant donné la récente facilité technologique amenée par le numérique (caméras et projecteurs plus puissants et moins chers) et l'intérêt du public pour une telle diffusion sur écran.

TABLEAU 1. LES TYPES D'OFFRE DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN EN SALLE

TYPE DE PROJECTIONS	DIRECT	DIFFÉRÉ	LIEU DE DIFFUSION	EXEMPLE DE PROJECTION
ÉVÉNEMENT CINÉMATOGRAPHIQUE	OUI	OUI	CINÉMA	NABUCCO AU MÉTROPOLITAN OPERA AU CINEPLEX
FILM PARLANT AVEC ORCHESTRE EN DIRECT	OUI	NON	SALLE DE SPECTACLES	HARRY POTTER AVEC ORCHESTRE À LA PLACE DES ARTS
FILM MUET AVEC ACCOMPAGNEMENT MUSICAL	OUI	NON	CINÉMA	LA RUÉE VERS L'OR AVEC PIANISTE À LA CINÉMATHÈQUE QUÉBÉCOISE
LONG MÉTRAGE D'UN SPECTACLE MUSICAL	NON	OUI	CINÉMA	U2 3D EN IMAX AU CINÉMA

2 Source : **Tableau 100 – Visionnement de spectacles au cinéma (opéra, rock, humour, etc.) au cours des douze derniers mois, en ligne à https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Enquete_pratiques_culturelles/Recueil _statistique_2014__Vol_1__groupes_sociaux.pdf.**

En ce qui concerne la popularité du direct par rapport à celle du différé pour les évènements cinématographiques, la projection en direct apparaît plus populaire que la projection en différé, du moins les salles présentant le direct sont davantage remplies. Précisions que le direct a lieu au moment exact de la représentation en salle, ou encore quelques heures après (*buffered live*). Quant au différé, il a lieu le lendemain ou plus tard, jusqu'à un an après le spectacle en salle. Les billets du direct sont souvent un peu plus chers que ceux du différé, preuve d'une plus grande valorisation de la part des cinémas pour cette formule. L'intérêt d'une participation immédiate avec l'oeuvre, visionnée au cinéma au moment même où elle est jouée ailleurs dans une salle, pourrait inciter à préférer l'évènement cinématographique en direct. Toutefois, notre sondage auprès du public des salles de spectacle au Québec (section 4) montre que la version en différé est d'égal intérêt pour la moitié du public.

Pour le public, l'accès aux évènements cinématographiques se modèle sur le principe des arts de la scène. D'abord, on peut acheter son billet à l'avance, en ligne ou à la billetterie, et souvent choisir sa place dès l'achat comme au théâtre. Ensuite, il existe des séries de projections, par exemple en fonction de spectacles présentés dans une même salle de spectacle (ex. le Metropolitain Opera) ou de spectacles d'une même discipline (ex. le théâtre, appelé *Stage* chez Cineplex). Tout le marketing est ainsi orienté vers l'idée d'une série, à la manière d'une programmation annoncée à l'avance dans un lieu de diffusion des arts de la scène. Quant au prix des billets, il oscille autour de 25 $ par évènement, un prix inférieur au prix du même spectacle en salle, représentant souvent une fraction du prix du billet pour certaines disciplines comme l'opéra (voir le tableau 2). Enfin, les prix des évènements cinématographiques sont relativement semblables entre les cinémas de la chaine Cineplex et les cinémas indépendants, comme le Beaubien à Montréal.

TABLEAU 2. **PRIX MOYEN DES ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE AU CINÉMA, QUÉBEC, 2017.** [1]

DISCIPLINES	CINÉPLEX (CHAÎNE)	BEAUBIEN (INDÉPENDANT)
OPÉRA	27, 00 $	26, 00 $
DANSE	19, 95 $	26, 00 $
THÉÂTRE	23, 00 $	26, 00 $

1 . Sources : **sites web de Cinéplex et du cinéma Beaubien**

1.2 VERS DES PROJECTIONS DE SPECTACLES QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT AU CINÉMA ET DANS LES SALLES DE SPECTACLE?

Il n'y a pas encore de spectacles québécois projetés sur les écrans des cinémas au Québec, ni dans le réseau Cineplex, ni parmi les cinémas indépendants. Il reste à cerner les raisons de cette absence d'offre locale. Est-ce l'intérêt du public, lequel serait moins porté vers les productions québécoises? Y a-t-il un manque d'expertise au Québec pour capter et diffuser ces spectacles? Le présent rapport répondra en détail à beaucoup de ces questions. Indiquons ici d'abord que le public de toutes les régions du Québec est intéressé aux spectacles québécois sur écran géant (voir la section 4). Ensuite, les capacités technologiques et artistiques pour capter et diffuser les spectacles québécois existent au Québec . En effet, de nombreux évènements culturels sont déjà captés et rediffusés en direct, le plus récent étant l'évènement *Montréal Symphonique*, présenté le 19 août 2017 sur le Mont-Royal et diffusé en direct dans les parcs de 18 arrondissements de la ville de Montréal sur des écrans géants, de même qu'à la radio et à la télévision. Plusieurs spectacles de l'Orchestre symphonique de Montréal sont aussi diffusés en direct sur Internet (via le service Web spécialisé *Médici*).

Par ailleurs, l'intérêt de diffuser des spectacles québécois sur écran géant s'inscrit dans le contexte d'une relative stagnation de la fréquentation des arts de la scène au Québec dans les salles. En effet, on constate depuis dix ans au Québec une stagnation des entrées payantes en salle (voir l'Annexe C). Les évènements sur écran pourraient ainsi constituer une nouvelle offre culturelle pour les lieux de diffusion de spectacles, de façon à agir comme levier supplémentaire de développement du public local des arts de la scène. Il faut indiquer aussi que plusieurs salles de spectacle au Québec sont équipées de matériel audiovisuel et diffusent déjà des projections diverses (des films, la série des Grands explorateurs, etc.). Ces salles implantées dans toutes les régions du Québec pourraient ainsi projeter des évènements cinématographiques québécois, par exemple de l'opéra (ex. Opéra de Montréal) ou du théâtre (ex. une pièce de Robert Lepage). Toutefois, plusieurs enjeux existent pour les diffuseurs à présenter de telles projections (voir la section 5).

L'absence de spectacles québécois dans l'offre actuelle des évènements cinématographiques est donc difficile à comprendre à première vue. Il importe maintenant d'analyser tous les facteurs liés à cette offre culturelle au Québec et de trouver l'angle adéquat de développement d'un modèle d'affaires québécois des arts de la scène sur écran géant.

ÉVÈNEMENT CINÉMATOGRAPHIQUE DU METROPOLITAN OPÉRA AU CINÉMA
ÉTATS-UNIS, 2016

2. REVUE DE LA LITTÉRATURE

La littérature scientifique sur les évènements cinématographiques est peu abondante, malgré le fait que le Metropolitain Opera de New-York diffuse depuis 2006 dans les cinémas plusieurs opéras et qu'il s'agit aujourd'hui d'un phénomène mondial touchant plusieurs disciplines artistiques. Les recherches existantes sur le sujet ont la particularité d'être issues de travaux menés hors des États-Unis, notamment au Canada, en Irlande, en Australie et en Europe. Une thèse de doctorat a d'ailleurs été réalisée à l'Université de Carleton (Ontario) sur le sens de la performance de l'opéra en direct dans les cinémas (Irina, 2016).

Une autre caractéristique de la recherche scientifique sur les évènements cinématographiques est qu'elle est presqu'exclusivement centrée sur les opéras au cinéma et ce, pour deux raisons. D'abord, l'opéra a été pendant plusieurs années la seule discipline projetée comme spectacle sur écran géant dans les cinémas, avant que ne soit graduellement inclus le théâtre à partir de 2009. Ensuite, la recherche a tenté de cerner, dès 2007, le modèle culturel qui se mettait en place avec cette nouvelle offre dans les cinémas (ex. Lacasa et Villaneuva, 2011 ; Schutt, 2010). C'est en conséquence surtout l'effet de nouveauté amené par l'opéra dans les cinémas qui a suscité l'intérêt de ces premières recherches, plus nombreuses entre 2007-2012 (période de nouveauté) qu'entre 2013-2017 (période de développement).

Une dernière caractéristique de la recherche concerne l'angle d'analyse des évènements cinématographiques, un angle le plus souvent théorique, plutôt qu'empirique. Sont alors convoquées les théories sur les médias (Heyer, 2008; Lloveria et Pignier, 2017), les théories de l'évolution de la dramaturgie et de la pratique de l'opéra (Steichen, 2009; Cachopo, 2014), celles sur le « capital culturel » associé aux nouvelles offres sur écran (Rössel, 2011) et sur les politiques culturelles (King, 2016). La perspective empirique sur les habitudes et intérêts du public est en conséquence beaucoup moins utilisée pour comprendre le nouveau phénomène des spectacles sur écran. En bref, on connaît très peu le public qui va voir de tels évènements cinématographiques. Ceci est bien résumé par les chercheurs canadiens Vladica et Davis (2013 : 7) dans leur analyse des intérêts du public face à de tels évènements cinématographiques: *Very little empirical research has been published on audiences for live opera in cinema or theatre in cinema (but see Barker, 2013; Bakhshi, Mateos-Garcia & Throsby, 2010). What is the spectator's perceived value of the live-performance-in-cinema consumption experience? A live broadcast in cinema combines in various ways « the shared experience of traditional movie-going with at least part of the 'aura' of attending a live theatrical performance »* (Heyer, 2008 : 602).

VERY LITTLE EMPIRICAL RESEARCH HAS BEEN PUBLISHED ON AUDIENCES FOR LIVE OPERA IN CINEMA OR THEATRE IN CINEMA (BUT SEE BARKER, 2013; BAKHSHI, MATEOS-GARCIA & THROSBY, 2010). WHAT IS THE SPECTATOR'S PERCEIVED VALUE OF THE LIVE-PERFORMANCE-IN-CINEMA CONSUMPTION EXPERIENCE? A LIVE BROADCAST IN CINEMA COMBINES IN VARIOUS WAYS THE SHARED EXPERIENCE OF TRADITIONAL MOVIE-GOING WITH AT LEAST PART OF THE 'AURA' OF ATTENDING A LIVE THEATRICAL PERFORMANCE

(*Heyer*, 2008 : 602)

D'autres recherches sur les spectacles sur écran sont toutefois utiles pour une analyse empirique du modèle d'affaires, puisqu'elles touchent plusieurs aspects pragmatiques des évènements cinématographiques, soit ceux du marketing, des valeurs associées aux spectacles attractifs sur écran et de l'impact des évènements cinématographiques sur la fréquentation des spectacles « en vrai » sur scène.

D'abord, les recherches sur le public de l'opéra dans les cinémas révèlent que l'âge moyen des spectateurs est de plus de 50 ans et que le genre est surtout féminin (Stríteský, 2016). Ensuite, le public recherche des qualités bien définies dans les spectacles projetés sur écran géant, c'est-à-dire les qualités suivantes : *perceived artistic quality, visual cinematic spectacle, novelty, and a sense of value for money* (Vladica et Davis, 2012). Ces qualités mentionnées deviennent dès lors les conditions du succès des évènements cinématographiques pour le public.

Enfin, le public qui assiste à des évènements cinématographiques délaisse-t-il le spectacle en salle, ce qui créerait un effet de « cannibalisation » du public ? Une enquête de Bakhshi et Throsby (2014) arrive à la conclusion inverse avec une étude de cas sur le Royal National Theatre : *Digital broadcast technologies have expanded the virtual capacity of live performing arts venues, but they have also raised concerns about possible cannibalisation of box office revenues. We report the results of a quasi-field experiment involving the Royal National Theatre's live broadcasts of theatre to digital cinemas in the UK and find that, if anything, live broadcasts generate greater, not fewer, audiences at the theatre.*

Par contre, le lien entre l'assistance aux projections d'opéra sur écran et l'assistance à l'opéra en salle est difficile à établir. Un précédent travail de maîtrise du Canadien Van Eeden (2012) arrive en ce sens à des résultats plus mitigés quant à l'impact positif des projections de l'opéra du Metropolitain Opera (*Live in HD*) sur la fréquentation des opéras locaux à Vancouver :

The results show that Live in HD does not at present cannibalize the local live opera audience, but it does establish an audience for itself. Live in HD is not viewed as an inferior product to live opera. There is evidence that the program is so successful that it builds a loyal following –audiences attend because they enjoy the experience, some decide to subscribe, others begin to prefer the format. Live in HD attendees are very likely to reattend HD but not necessarily live opera. There is no evidence that Live in HD generates more live opera attendance or brings new audiences into local opera Houses (ii-iii).

Au Québec, à notre connaissance, il n'existe pas de recherches scientifiques axées spécifiquement sur le sujet des évènements cinématographiques. On ignore ainsi la réelle dynamique québécoise de ce phénomène, notamment les types de spectacles attractifs et la possible cannibalisation des arts de la scène par une offre de projections sur écran géant.

THE RESULTS SHOW THAT LIVE IN HD DOES NOT AT PRESENT CANNIBALIZE THE LOCAL LIVE OPERA AUDIENCE, BUT IT DOES ESTABLISH AN AUDIENCE FOR ITSELF. LIVE IN HD IS NOT VIEWED AS AN INFERIOR PRODUCT TO LIVE OPERA. THERE IS EVIDENCE THAT THE PROGRAM IS SO SUCCESSFUL THAT IT BUILDS A LOYAL FOLLOWING –AUDIENCES ATTEND BECAUSE THEY ENJOY THE EXPERIENCE, SOME DECIDE TO SUBSCRIBE, OTHERS BEGIN TO PREFER THE FORMAT. LIVE IN HD ATTENDEES ARE VERY LIKELY TO REATTEND HD BUT NOT NECESSARILY LIVE OPERA. THERE IS NO EVIDENCE THAT LIVE IN HD GENERATES MORE LIVE OPERA ATTENDANCE OR BRINGS NEW AUDIENCES INTO LOCAL OPERA HOUSES

(*Van Eeden*, 2012: **II-III**)

3. CADRE MÉTHODOLOGIQUE

La perspective de recherche adoptée pour le présent rapport combine la sociologie et l'économie de la culture, pour l'analyse des pratiques culturelles du public et celle de l'organisation de l'offre d'arts de la scène sur écran géant. La méthodologie employée pour le présent rapport inclut une approche à la fois quantitative et qualitative. L'usage de la littérature et des statistiques disponibles complètent notre portrait de cette offre en développement au Québec. L'étude est menée par Sophie Dubois-Paradis et Martin Tétu, et intègre des collaborateurs à différentes étapes de la recherche, notamment pour les échanges avec le public (Anthony Bergeron, Tessy Jean-Paul, Gilles M'Goue) et pour le groupe de discussion (Jean-Christophe Gagnon). La recherche s'est déroulée sur une période d'un an, entre décembre 2016 et novembre 2017. Différentes méthodes ont été employées :

_ SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES SOUTENUS PAR LE CALQ (102), AUQUEL 15 344 RÉPONDANTS ONT PARTICIPÉ. IL S'AGIT D'UN SONDAGE DE 50 QUESTIONS À CHOIX DE RÉPONSES SUR LES PRATIQUES CULTURELLES DU PUBLIC ET LEUR INTÉRÊT À ASSISTER À DES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

_ QUESTIONNAIRES POUR LES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES SOUTENUS PAR LE CALQ (102), AUQUEL 45 RÉPONDANTS ONT PARTICIPÉ. IL S'AGIT D'UN QUESTIONNAIRE DE SIX QUESTIONS À DÉVELOPPEMENT SUR LA PERCEPTION DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC À L'ÉGARD DES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES ET LEUR INTÉRÊT À EN DIFFUSER COMPLÉTÉ PAR DES QUESTIONS SUR LEURS ACTIVITÉS ET SUR LEURS ÉQUIPEMENTS DE PROJECTION

_ OBSERVATION DIRECTE DU TERRAIN À MONTRÉAL ET EN RÉGIONS LORS DE SPECTACLES DE DIVERSES DISCIPLINES ARTISTIQUES

_ OBSERVATION DIRECTE DE TERRAIN DANS LES CINÉMAS LORS D'ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

_ ENTRETIENS AVEC DES INTERVENANTS DU MILIEU (PRODUCTEURS, DIFFUSEURS SPÉCIALISÉS ET PLURIDISCIPLINAIRES, DIFFUSEUR WEB, CINÉMAS, MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC, FESTIVAL DES ARTS DE LA SCÈNE, DIFFUSEURS TECHNOLOGIQUES, ASSOCIATIONS PROFESSIONNELLES)

_ ÉCHANGES AVEC LE PUBLIC DES ARTS DE LA SCÈNE À L'ENTRÉE DES SPECTACLES (AVEC QUESTIONNAIRE)

_ RECHERCHE DOCUMENTAIRE

_ GROUPE DE DISCUSSION SUR LES ARTS DE LA SCÈNE CONSIDÉRÉS COMME DES « ÉVÈNEMENTS »

_ PRÉSENTATIONS DES RÉSULTATS PARTIELS AUPRÈS DE RÉSEAUX DE DIFFUSEURS DES ARTS DE LA SCÈNE

SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC

NOMBRE DE RÉPONDANTS	15 344
NOMBRE DE QUESTIONS	50
DURÉE DE RÉPONSE	4 SEMAINE [3]
MODE DE RÉPONSE	EN LIGNE

3 Le sondage a été réalisé en deux phases, la première ayant obtenu 8 350 répondants (mars 2017) et la seconde 6 994 répondants (avril / mai 2017).

4- LE PUBLIC QUÉBÉCOIS INTÉRESSÉ PAR LES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

Dans cette section, nous analysons l'intérêt du public québécois pour les arts de la scène sur écran géant. Cet intérêt a été documenté par un sondage auquel ont participé un total de 15 344 personnes, échantillon constitué de spectateurs des diffuseurs pluridisciplinaires de toutes les régions du Québec.[4] Il s'agit donc d'un échantillon volumineux. À titre d'exemple, l'enquête sur les pratiques culturelles du ministère de la Culture et des Communications du Québec en 2014 se basait sur 6 765 répondants (avec un échantillon stratifié).[5]

D'entrée de jeu, on remarque que les arts de la scène sur écran géant sont déjà connus du public. En effet, une personne sur quatre (25 %) parmi les répondants du sondage a déjà assisté à une projection d'arts de la scène au cinéma, c'est-à-dire un évènement cinématographique. De plus, il s'agit d'une offre qui intéresse beaucoup les répondants, puisque deux personnes sur trois (65 %) souhaitent assister à un spectacle sur écran géant dans un lieu de diffusion près de chez eux.

Ce sondage nous permet de prendre une mesure actuelle de la demande québécoise de spectacles retransmis sur écran géant. Nous présentons ici les résultats du sondage auxquels s'ajoutent des observations directes sur le terrain et des informations complémentaires fournies lors de rencontres avec des diffuseurs des arts de la scène.

4.1 UN INTÉRÊT MANIFESTE DU PUBLIC D'ICI POUR LES PROJECTIONS D'ARTS DE LA SCÈNE

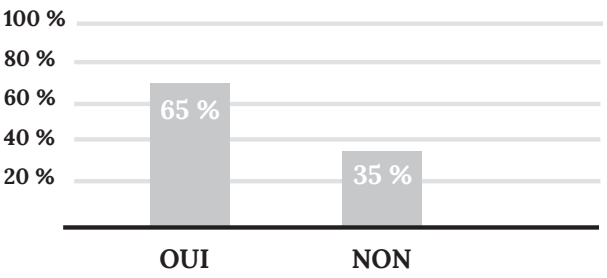
On constate un intérêt marqué du public québécois pour les arts de la scène sur écran géant. En effet, les deux tiers des répondants (8 905 sur 13 610 personnes) ont affirmé vouloir assister à de telles projections. À la question « Si une salle de spectacle près de chez vous présentait des projections de spectacles sur grand écran (musique, danse, théâtre, etc.), seriez-vous intéressé à y assister ? », 65 % des répondants ont affirmé que oui.

Ce fort intérêt apparait comme une tendance lourde. Cet intérêt est en effet présent chez tous les sous-groupes d'âge, d'occupation, de scolarité et de lieu de résidence. De même, l'intérêt des hommes et des femmes se situe au même niveau, les premiers étant intéressés à voir des spectacles sur écran géant à 59 % et les secondes à 62 %. L'annexe B contient les résultats détaillés pour les différentes variables démographiques, d'occupation et de scolarité liées à l'intérêt d'assister à de telles projections. Nous analyserons ici plus spécifiquement les variables d'âge et de lieu de résidence.

D'abord, l'âge du public importe peu dans l'intérêt pour les arts de la scène sur écran géant. En effet, dans une proportion d'au moins 50 % pour chaque groupe d'âge, les répondants souhaitent assister à des spectacles sur écran géant (voir le tableau 5). À partir de 41 ans cet intérêt augmente toutefois graduellement. On constate en effet une corrélation entre l'âge et la volonté d'assister à des projections à partir d'un certain âge, volonté qui passe de 55 % entre 41 et 50 ans à 75 % pour les 71 ans et plus. Il serait utile de se pencher davantage sur cette corrélation entre âge et intérêt chez les sous-groupes plus âgés.

FIGURE 1. INTÉRÊT DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES À ASSISTER À DES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, QUÉBEC 2017

SI UNE SALLE DE SPECTACLE PRÈS DE CHEZ VOUS PRÉSENTAIT DES PROJECTIONS DE SPECTACLES SUR GRAND ÉCRAN (MUSIQUE, DANSE, THÉÂTRE, ETC.) SERIEZ - VOUS INTÉRESSÉ À Y ASSISTER ?



4 En collaboration avec l'organisme Réseau indépendant des diffuseurs d'évènements artistiques unis (RIDEAU), nous avons sollicité les 102 diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) sur tout le territoire, dont le tiers ont transmis le sondage à leur liste d'envoi courriel (leurs abonnés).
5 Source : http://bit.ly/2zOoHu3

TABLEAU 5. **INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON L'ÂGE DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017**

TRANCHES D'ÂGE	INTÉRÊT (EN %)
30 ANS ET MOINS	51 %
31 - 40 ANS	49 %
41 - 50 ANS	55 %
51 - 60 ANS	60 %
61 - 70 ANS	68 %
71 AND ET PLUS	75 %

Ensuite, le lieu de résidence des répondants ne semble pas lui non plus avoir d'influence sur l'intérêt du public à assister à des arts de la scène sur écran géant, comme le montre clairement le tableau 6. Peu importe la région administrative où habitent les répondants, ils sont intéressés à assister dans un ratio d'au moins une personne sur deux (de 50 % en Chaudière-Appalaches à 69 % à Laval) à des arts de la scène sur écran géant. L'intérêt pour les arts de la scène sur écran géant se confirme donc pour toutes les régions à peu près dans la même proportion.

TABLEAU 6. **INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON LE LIEU DE RÉSIDENCE DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017**

RÉGIONS ADMINISTRATIVES	INTÉRÊT (EN %)
ABITIBI - TÉMISCAMINGUE	53 %
BAS - SAINT - LAURENT	66 %
CAPITALE - NATIONALE	66 %
CENTRE - DU - QUÉBEC	62 %
CHAUDIÈRE - APPALACHES	50 %
CÔTE - NORD	64 %
ESTRIE	57 %
GASPÉSIE	63 %
LANAUDIÈRE	60 %
LAURENTIDES	62 %
LAVAL	69 %
MAURICIE	65 %
MONTÉRÉGIE	59 %
MONTRÉAL	66 %
NORD - DU - QUÉBEC	57 %
OUTAOUAIS	66 %
SAGUENAY - LAC - SAINT - JEAN	67 %
EN RÉGIONS	**64 %**
MONTRÉAL	**66 %**

4.2 LE PUBLIC QUÉBÉCOIS INTÉRESSÉ PAR LA RETRANSMISSION DE TOUTES LES DISCIPLINES ARTISTIQUES

Les répondants du sondage intéressés par cette nouvelle offre indiquent qu'ils voudraient voir toutes les disciplines artistiques projetées sur écran géant, et non seulement une discipline en particulier, comme l'opéra par exemple. En effet, parmi les disciplines artistiques que les répondants souhaiteraient voir sur écran géant dans un lieu de diffusion près de chez eux, on retrouve notamment les comédies musicales (53 %), le théâtre (46 %), les autres musiques comme le rock, la pop, le blues, etc. (42 %), l'opéra (42 %), la chanson francophone (36 %), la musique classique (33 %), l'humour (33 %), le ballet (26 %), la danse contemporaine (18 %) et le cirque (16 %) (voir le tableau 7).

Cet intérêt du public pour plusieurs disciplines artistiques différentes se manifeste aussi dans les spectacles qu'ils voudraient voir sur écran géant. Les répondants[6] se sont vus proposer une liste de 46 spectacles de 12 disciplines artistiques différentes[7]. Leurs réponses sont instructives. On constate en effet que les spectacles qu'ils voudraient le plus voir sur écran géant sont de disciplines variées. Le tableau 8 présente le palmarès des 10 spectacles les plus populaires sur écran géant à partir de cette liste des 46 spectacles proposés. On remarque la présence de 7 disciplines artistiques différentes, comme la comédie musicale, la chanson francophone, le théâtre, l'opéra, la chanson anglophone, la musique classique et le cirque dans ces 10 spectacles les plus populaires sur écran géant. En somme, il semble que selon le public toutes les disciplines soient attractives sur écran géant. Sous cet angle, la nouvelle offre d'arts de la scène sur écran géant apparaît comme une forme de continuité de l'offre de spectacles en salle, où il existe aussi une grande variété de disciplines populaires.

TABLEAU 7. INTÉRÊT DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRE À ASSISTER À DES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON LA DISCIPLINE ARTISTIQUE, QUÉBEC 2017

RANG	DISCIPLINES	INTÉRÊT (EN %
1	COMÉDIES MUSICALES	53 %
2	THÉÂTRE	46 %
3	AUTRE MUSIQUE (ROCK, POP, BLUES, ETC.)	42 %
4	OPÉRA	42 %
5	CHANSON FRANCOPHONE	36 %
6	MUSIQUE CLASSIQUE	33 %
7	HUMOUR	33 %
8	BALLET	26 %
9	DANSE CONTEMPORAINE	18 %
10	CIRQUE	16 %
11	SPECTACLES JEUNESSE	7 %
12	CONTE	7 %
13	DANSE FOLKLORIQUE	6 %

6 Parmi ceux ayant affirmé souhaiter voir des arts de la scène sur écran géant dans un théâtre près de chez eux.
7 Cette liste de 46 spectacles, déterminée par l'équipe de chercheurs, incluait des spectacles de 12 disciplines artistiques différentes, dont 31 québécois et 15 étrangers. Chaque discipline incluait des spectacles de renommée internationale et d'autres connus surtout au Québec.

TABLEAU 8. **SPECTACLES LES PLUS POPULAIRES DIFFUSÉS SUR ÉCRAN GÉANT, POUR LE PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017**

RANG	DISCIPLINES	DISCIPLINES	PROVENANCE
1	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL (KENT NAGANO)	MUSIQUE CLASSIQUE	QUÉBEC
2	NOTRE DAME DE PARIS	COMÉDIE MUSICALE	FRANCE / QUÉBEC
3	VOLTA DU CIRQUE DU SOLEIL	CIRQUE	QUÉBEC
4	CHARLES AZNAVOUR	CHANSON FRANCOPHONE	FRANCE
5	STARMANIA	COMÉDIE MUSICALE	QUÉBEC
6	LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	OPÉRA	QUÉBEC
7	887 (ROBERT LEPAGE)	THÉÂTRE	QUÉBEC
8	LES BELLES - SOEURS	COMÉDIE MUSICALE	QUÉBEC
9	CÉLINE DION	CHANSON ANGLOPHONE	QUÉBEC
10	ANOTHER BRICK IN THE WALL DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	OPÉRA	QUÉBEC

Par ailleurs, l'analyse de l'intérêt du public permet de faire ressortir une importante caractéristique. En effet, si les spectacles les plus populaires sont variés en terme de disciplines artistiques, ces spectacles possèdent toutefois une caractéristique commune, soit celle d'être plus difficilement accessibles, autant physiquement que monétairement. Par exemple, le spectacle *Volta* du Cirque du Soleil, avec son chapiteau et ses nombreux artistes, peut difficilement se déplacer en tournées au Québec. De même, les comédies musicales *Notre-Dame-de-Paris* et *Starmania*, ainsi que les opéras de l'Opéra de Montréal sont des productions diffusées principalement dans les grands centres. Enfin, ces spectacles sont en règle générale moins accessibles monétairement (souvent plus chers que les autres spectacles), intérêt supplémentaire à y assister via une projection.

LA DISCIPLINE DE LA DANSE CONTEMPORAINE EN PLEIN ESSOR AU QUÉBEC

La danse contemporaine était jusqu'à récemment une discipline au public plus restreint, peu diffusée sur l'ensemble du territoire québécois. Or, notre sondage démontre qu'un répondant sur cinq souhaite voir de la danse contemporaine sur écran géant (voir le tableau 7). Ceci s'explique parce que la danse contemporaine au Québec connaît actuellement un essor sans précédent, autant en termes de nouvelles propositions artistiques que de lieux dédiés, ainsi que de rayonnement national et international des compagnies et chorégraphes. Depuis 10 ans, l'assistance globale aux spectacles de danse s'est maintenue et a augmenté de 32 % entre 2013 et 2015 chez les diffuseurs pluridisciplinaires (voir Annexe C). La stabilité de la fréquentation pour la danse est explicable par plusieurs facteurs, notamment un intérêt accru du public pour cette discipline, une promotion soutenue de la danse de la part des diffuseurs sur le terrain, une plus grande offre professionnelle québécoise et internationale et vraisemblablement une plus grande diversité de spectacles diffusés dans un plus grand nombre de lieux. « C'est formidable, ce qui se passe au Québec en ce moment. On ne peut pas, dans le cadre d'un festival international de danse, ne pas inviter de Québécois : c'est trop fort, ce qui se fait ici ! », explique la chorégraphe québécoise de renommée internationale Marie Chouinard dans une récente entrevue (La Presse, 9 juillet 2017). Le milieu de la danse est organisé plus que jamais dans des nouveaux lieux dédiés comme la Maison pour la danse à Québec, l'Édifice Wilder Espace danse qui abrite entres autre l'Agora de la danse et Tangente au coeur du Quartier des spectacles à Montréal, ainsi qu'avec le soutien d'un organisme favorisant les tournées de création La danse sur les routes du Québec.

Cette popularité grandissante de la danse se constate dans le sondage mené auprès du public des arts de la scène au Québec. Parmi les répondants intéressés par cette nouvelle offre sur écran géant, 26 % sont intéressés à voir du ballet sur écran géant et 18 % de la danse contemporaine. De plus, dans le palmarès des spectacles que ce public souhaiterait le plus voir sur écran géant (voir tableau 9), le spectacle de Louise Lecavalier arrive en 15e position comme spectacle le plus populaire à Montréal et en 23e position pour l'ensemble du Québec. Ces données démontrent bien l'évolution marquée de cette discipline artistique, autant du côté du développement de l'offre québécoise en matière de danse contemporaine que du côté de l'intérêt grandissant du public pour cette discipline.

SOFT VIRTUOSITY
COMPAGNIE MARIE CHOUINARD
2017

4.3 SIMILITUDES ET DIFFÉRENCES ENTRE LES RÉGIONS DU QUÉBEC

Nous avons vu au point 4.1 que le lieu de résidence du public n'a vraisemblablement pas d'influence sur la volonté d'assister à des spectacles sur écran géant (66 % des gens à Montréal et 64 % des gens des autres régions sont intéressés, voir le tableau 6). De même, parmi la liste de spectacles proposés aux répondants, les spectacles que le public voudrait le plus voir sur écran géant sont relativement similaires à Montréal et ailleurs au Québec, à peu de choses près.

Le palmarès des 25 spectacles sur écran géant les plus populaires à Montréal et en régions fait clairement ressortir cette similitude sur le territoire québécois malgré les différences géographiques (voir le tableau 9). Globalement, pour les 10 premières positions, 8 spectacles sur 10 sont les mêmes à Montréal et en régions. C'est l'Orchestre Symphonique de Montréal qui est le spectacle le plus populaire pour les deux catégories territoriales.

Céline Dion constitue la seule exception notable entre Montréal et les régions : son spectacle se retrouve au 6e rang en régions, alors qu'à Montréal, il est plutôt au 23e rang, derrière entre autres *Les 7 doigts de la main* (12e rang), Louise Lecavalier (15e rang) et *12 hommes rapaillés* (21e rang).

Les différences entre Montréal et les autres régions se situent plus loin que les 10 premières positions du palmarès des spectacles les plus populaires. Ces différences sont donc moins marquées, bien que réelles. On remarque par exemple que la danse contemporaine est plus attractive à Montréal. Louise Lecavalier est ainsi au 15e rang à Montréal et au 25e rang en régions. De plus, on remarque à Montréal un intérêt un peu plus prononcé pour la musique classique. Autre différence, Fred Pellerin se situe au 19e rang en régions alors qu'il est plutôt au 40e rang à Montréal.

TABLEAU 9. SPECTACLES LES PLUS POPULAIRES DIFFUSÉS SUR ÉCRAN GÉANT, POUR LE PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, MONTRÉAL ET RÉGIONS, 2017

RANG	MONTRÉAL	RÉGION (HORS MONTRÉAL)	TOUS
1	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL (KENT NAGANO)	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL (KENT NAGANO)	**ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL (KENT NAGANO)**
2	887 (ROBERT LEPAGE)	NOTRE DAME DE PARIS	**NOTRE DAME DE PARIS**
3	NOTRE DAME DE PARIS	VOLTA DU CIRQUE DU SOLEIL	**VOLTA DU CIRQUE DU SOLEIL**
4	STARMANIA	CHARLES AZNAVOUR	**CHARLES AZNAVOUR**
5	LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	STARMANIA	**STARMANIA**
6	VOLTA DU CIRQUE DU SOLEIL	CÉLINE DION	**LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL**
7	ORCHESTRE PHILARMONIQUE DE NEW YORK	LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	**887 (ROBERT LEPAGE)**
8	LES GRANDS BALLETS CANADIENS DE MONTRÉAL	LES BELLES - SOEURS	**LES BELLES - SOEURS**
9	CHARLES AZNAVOUR	887 (ROBERT LEPAGE)	**CÉLINE DION**
10	LES BELLES - SOEURS	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL AVEC INVITÉE SPÉCIALE (EX: ARIANE MOFFATT)	**ANOTHER BRICK IN THE WALL DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL**
11	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE LONDRE	ROMÉO ET JULIETTE (THÉÂTRE DU NOUVEAU MONDE)	**LES GRANDS BALLETS CANADIENS DE MONTRÉAL**
12	LES 7 DOIGTS DE LA MAIN (TOHU)	LE DÎNER DE CONS (AVEC THIERRY LHERMITTE)	**ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL AVEC INVITÉE SPÉCIALE (EX: ARIANE MOFFATT)**
13	ANOTHER BRICK IN THE WALL DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	ANOTHER BRICK IN THE WALL DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	**LE DÎNER DE CONS (AVEC THIERRY LHERMITTE)**
14	LE LAC DES CYGNES DES BALLETS DE L'OPÉRA DE PERM	CASSE - NOISETTE	**ROMÉO ET JULIETTE (THÉÂTRE DU NOUVEAU MONDE)**
15	LOUISE LECAVALIER	LES GRANDS BALLETS CANADIENS DE MONTRÉAL	**ORCHESTRE PHILARMONIQUE DE NEW YORK**
16	LE DÎNER DE CONS (AVEC THIERRY LHERMITTE)	MAMMA MIA !	**CASSE - NOISETTE**
17	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL AVEC INVITÉE SPÉCIALE (EX: ARIANE MOFFATT)	ORCHESTRE PHILARMONIQUE DE NEW YORK	**MAMMA MIA !**
18	ROMÉO ET JULIETTE (THÉÂTRE DU NOUVEAU MONDE)	STÉPHANE ROUSSEAU	**LE LAC DES CYGNES DES BALLETS DE L'OPÉRA DE PERM**
19	LE BALLET DE SHANGAÏ	FRED PELLERIN	**LES 7 DOIGTS DE LA MAIN (TOHU)**
20	NABUCCO DU MÉTROPOLITAIN OPERA	LE LAC DES CYGNES DES BALLETS DE L'OPÉRA DE PERM	**ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE LONDRES**
21	12 HOMMES RAPAILLÉS	LES 7 DOIGTS DE LA MAIN (TOHU)	**12 HOMMES RAPAILLÉS**
22	MAMMA MIA !	12 HOMMES RAPAILLÉS	**STÉPHANE ROUSSEAU**
23	CÉLINE DION	ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE LONDRES	**LOUISE LECAVALIER**
24	CASSE - NOISETTE	COLDPLAY	**LE BALLET DE SHANGAÏ**
25	COLDPLAY	LOUISE LECAVALIER	**COLDPLAY**

4.4 « MADE IN QUÉBEC » : DES SPECTACLES LOCAUX POPULAIRES

On remarque que 8 des 10 spectacles les plus populaires sur écran géant sont des spectacles québécois, comme *Starmania* ou 887 de Robert Lepage (voir le tableau 8). Les deux autres spectacles du palmarès proviennent de la France et d'une collaboration France / Québec (Charles Aznavour et *Notre-Dame De-Paris*). Il y a donc un fort intérêt de la part du public québécois pour les spectacles québécois et francophones. Par contre, malgré cette demande, il n'existe pas encore d'arts de la scène québécois sur écran géant à l'heure actuelle, sauf dans certains cas exceptionnels, souvent gratuits. Le sondage indique donc clairement que le public souhaite voir des spectacles québécois sur écran géant dans une salle de spectacle près de chez eux. Ceci signale un réel décalage entre l'offre et la demande pour le volet québécois de l'offre sur écran géant.

Comment comprendre et expliquer cet intérêt du public pour la rediffusion de spectacles québécois? D'abord, les spectacles québécois sont déjà populaires dans les salles de spectacle au Québec, ce qui peut expliquer qu'il existe un intérêt pour leur retransmission sur écran géant. À cet égard, on peut y voir ici l'effet bénéfique des programmes québécois de circulation des artistes locaux depuis quarante ans, qui ont contribué à valoriser la culture locale partout sur le territoire. Ensuite, les spectacles québécois populaires sur écran ont la particularité d'être des spectacles à grand déploiement, par exemple l'opéra (ex. *La Bohème*), les comédies musicales (ex. *Les Belles soeurs*) et le cirque (ex. *Volta*). Inversement, les spectacles québécois à moins grand déploiement (ex. Safia Nolin, Bobby Bazini) sont moins populaires sur écran géant. En somme, les spectacles québécois populaires sur écran sont des spectacles à **grand déploiement, qui ne tournent pas** ou très peu sur le territoire québécois, souvent **dispendieux** par rapport au prix moyen d'un billet de spectacle au Québec (43,75 $ en 2016 [8]), ce qui peut créer un intérêt de les voir à distance sur écran pour le public.

4.5 POPULARITÉ DES SPECTACLES DE TYPE « ÉVÈNEMENT » SUR ÉCRAN GÉANT

Tous nos contacts avec le public ont révélé une dimension propre aux arts de la scène sur écran géant, soit celle de l'évènement. Pour la majeure partie du public, une projection des arts de la scène sur écran géant constitue un véritable « évènement » auquel il assiste.

Cette logique évènementielle fait partie des conditions essentielles pour que le public soit intéressé à assister à des arts de la scène sur écran géant. Cette logique repose sur deux caractéristiques principales que sont celles du « gros nom connu » (selon les mots récurrents du public) et du spectacle qu'on ne pourrait voir autrement (soit le spectacle inédit et inaccessible). Le **gros nom** (artiste et/ou institution) soulève la question de la reconnaissance des artistes (ex. Céline Dion) et des institutions (ex. Orchestre Symphonique de Montréal, Grands Ballets Canadiens), qui agissent comme une marque (*label*) de qualité. Le **spectacle inédit** est un spectacle ponctuel, qu'il n'est possible de voir qu'une seule fois. Le **spectacle inaccessible**, pour sa part, soulève la question de l'accès à un spectacle qui ne tourne pas, ou auquel le public n'a pas accès facilement (ex. l'opéra ne tourne pas en règle générale). En conséquence, il est intéressant d'examiner attentivement le palmarès des 10 spectacles les plus populaires et de se questionner sur l'existence « d'évènements » que constituent ces spectacles (voir le tableau 8). À titre d'exemple, l'OSM avec ses 86 musiciens ne peut tourner facilement et se retrouve en première position des spectacles les plus populaires sur écran géant.

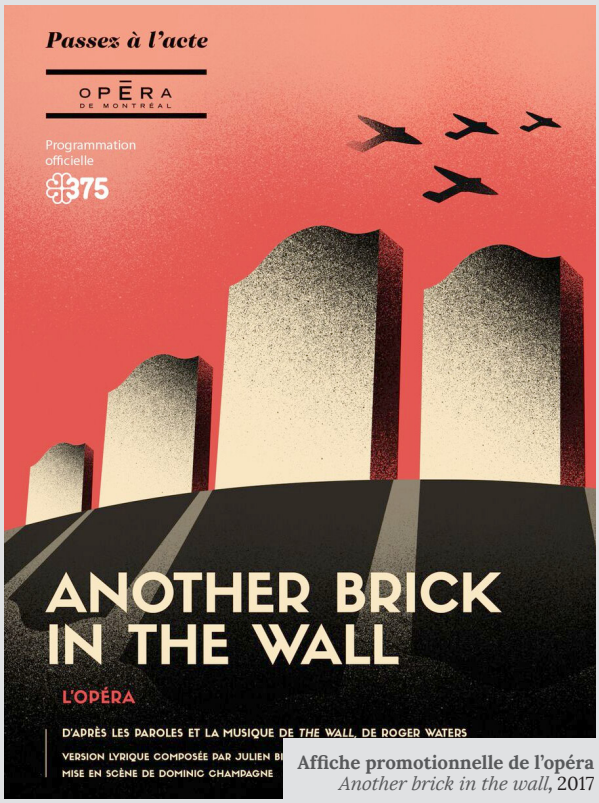
En ce sens, il n'est pas étonnant que l'humour, pourtant parmi les disciplines les plus populaires en salle au Québec, soit à peu près absent des spectacles les plus recherchés sur écran géant chez le public sondé, puisqu'il s'agit de spectacles pouvant tourner partout au Québec. Ces spectacles d"humour ne sont donc pas des évènements dans le sens donné ici, puisque malgré la notoriété des artistes, les spectacles ne sont ni inédits (ils tournent beaucoup), ni inaccessibles (ils tournent partout).

8 Source : **Observatoire de la culture et des communications du Québec (http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/bulletins/optique-culture-56.pdf).**

L'ÉVÉNEMENT ANOTHER BRICK IN THE WALL À L'OPÉRA DE MONTRÉAL

Certains spectacles des arts de la scène sont considérés comme des « évènements » par le public. Ces spectacles ont comme caractéristiques d'être une oeuvre connue ou reconnue, d'être présentés de façon ponctuelle et d'avoir une dimension « spectaculaire ». La première mondiale de l'opéra *Another Brick In The Wall* à la Place des Arts par l'Opéra de Montréal est une bonne illustration d'un tel spectacle de type « évènement ». D'abord, il s'agit d'un spectacle reprenant un album connu (*The Wall*) d'un groupe particulièrement apprécié au Québec, en l'occurrence Pink Floyd. Ensuite, il s'agit d'une adaptation inédite de l'album pour l'opéra, ce qui constitue une première pour cette oeuvre. Enfin, l'équipe de réalisation et le metteur en scène (Dominic Champagne) sont des artistes québécois reconnus, autre élément ajoutant à la dimension évènementielle du spectacle.

Le spectacle a été une réussite aux plans artistique et de l'assistance, en font foi les nombreuses supplémentaires qui ont été ajoutées aux représentations prévues. Notre sondage auprès du public des arts de la scène constitue un indicateur de la popularité de ce spectacle de type évènement, en vue d'une retransmission sur écran géant. En effet, ce spectacle arrive en 10e position parmi les spectacles que les répondants souhaiteraient le plus voir sur écran géant (voir le tableau 9). L'annexe D résume un groupe de discussion sur la dimension évènementielle des spectacles en prenant pour exemple cet opéra *Another Brick in the Wall*.



Affiche promotionnelle de l'opéra *Another brick in the wall*, 2017

Un évènement peut aussi être caractérisé comme étant une activité sociale. Cette dimension sociale est visible auprès du public dans notre sondage. En effet, 96 % des répondants ayant déjà assisté à des évènements cinématographiques considèrent ceux-ci comme une « sortie ». De leur côté, les cinémas établissent leur offre d'évènements cinématographiques comme une activité sociale. Par exemple, la stratégie marketing du réseau Cinéplex pour ces évènements cinématographiques est basée sur une logique de série (ex. *Le Met* ou *Le Bolchoï* à Cinéplex), avec une possibilité d'achat de billets allant jusqu'à un an à l'avance. Une telle stratégie de série apparaît bien adaptée, car dès le lancement de la programmation des évènements cinématographiques chez Cinéplex en 2017, une bonne part des billets était déjà vendue.

Sous un autre angle, il est frappant de remarquer que certains spectacles ayant été largement diffusés par le passé (ex. *Starmania*, *Notre-Dame De-Paris*) suscitent encore un fort intérêt pour leur diffusion sur écran géant, au point qu'ils se retrouvent dans le palmarès des 10 spectacles les plus populaires du sondage. En ce sens, ce ne sont pas nécessairement les nouveautés qui sont les plus attractives pour les arts de la scène sur écran géant, contrairement au cinéma, mais bien des spectacles qu'on peut qualifier de classiques, ou encore de « phares ». Certains spectacles apparaissent en effet comme des « classiques » récurrents, liés à une période de l'année (ex. *Casse-Noisette*), à une oeuvre chérie (ex. *La Bohème*) ou à un artiste favori (ex. Pink Floyd). D'autres spectacles très populaires font partie du répertoire culturel québécois (ex. *Starmania*). Ces spectacles transcendent l'actualité de la diffusion et se retrouvent dans le palmarès des spectacles les plus populaires sur écran géant dans le sondage.

On pourrait même se demander si certaines disciplines artistiques en elles-mêmes ne génèreraient pas de tels spectacles phares, particulièrement bien adaptées à une projection sur écran géant. C'est le cas notamment des comédies musicales, discipline artistique que le public aimerait voir sur écran géant dans une proportion de 53 %, ainsi que l'opéra. Une future offre de spectacles sur écran géant devrait intégrer ces spectacles à grand déploiement très attractifs, une offre liée de près à la dynamique propre au Québec en termes de répertoire culturel et de « star system ».

CASSE-NOISETTE, SPECTACLE « PHARE » DU RÉPERTOIRE CULTUREL QUÉBÉCOIS

Certains spectacles sont des « classiques », c'est-à-dire qu'ils reviennent année après année et sont toujours aussi populaires, faisant partie du répertoire culturel local (ex. *Broue*) ou international (ex. *Roméo et Juliette*). En ce sens, leur intérêt de la part du public n'est pas basé sur la nouveauté ni sur une relecture complète de l'oeuvre, mais plutôt sur leur statut d'oeuvre à la fois classique et populaire, qu'il est intéressant de voir plusieurs fois.

Parmi ce type de spectacles, *Casse-Noisette* représente un exemple qui rallie à la fois le public adulte et jeunesse. Revenant à chaque mois de décembre, ce spectacle agit comme une tradition du temps des Fêtes.

À Montréal, la même version donnée par les Grands Ballets Canadiens est diffusée annuellement depuis 1964. Ce genre de spectacle populaire, souvent présenté devant des salles combles, apparaît tout destiné pour une projection sur écran géant. C'est en effet 39 % du public dans notre sondage qui serait intéressé à voir spécifiquement *Casse-Noisette* sur écran géant. Voici donc un exemple de spectacle classique, au contenu grand public, qui fait l'objet d'une tradition de sortie annuelle et dont la retransmission sur écran géant pourrait recréer ce rendez-vous du Temps des Fêtes.

LE BALLET *CASSE-NOISETTE*,
PRÉSENTÉ PAR LES GRANDS BALLETS CANADIENS
MONTRÉAL, 2016

5. UNE DIFFUSION PROBLÉMATIQUE DES ARTS DE LA SCÈNE QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT

Si la demande apparaît évidente dans le sondage auprès du public, c'est du côté de l'offre des arts de la scène sur écran géant que la situation actuelle apparaît la plus complexe et problématique. D'abord, l'offre des évènements cinématographiques est concentrée dans les cinémas en salle des chaînes Cinéplex et Guzzo, ainsi que chez quelques cinémas indépendants seulement, dont le Beaubien à Montréal et le Clap à Québec. Ensuite, les évènements cinématographiques québécois sont inexistants pour le moment. Il n'y a ainsi pas d'offre d'arts de la scène québécois sur écran géant diffusé en salle.

En conséquence, l'offre actuelle d'évènements cinématographiques est disponible dans quelques cinémas seulement et elle n'inclut pas de spectacles québécois. Cette offre que l'on retrouve actuellement dans les cinémas, pourrait-elle aussi se développer dans d'autres lieux de diffusion au Québec? Pour plusieurs raisons, ce sont les diffuseurs des arts de la scène au Québec qui pourraient intégrer cette offre sur écran, puisqu'ils diffusent déjà des arts de la scène, qu'ils sont présents sur tout le territoire et que plusieurs d'entre eux sont dorénavant équipés de matériel audiovisuel. Or, les diffuseurs sont-ils prêts à court terme, capables et intéressés à intégrer cette nouvelle offre culturelle?

Dans cette section, nous traiterons d'abord des infrastructures de diffusion, soit les cinémas qui présentent déjà des évènements cinématographiques (5.1), ainsi que les diffuseurs pluridisciplinaires qui pourraient inclure cette nouvelle offre (5.2). En fonction des réalités de ces deux infrastructures, il sera ensuite question du développement culturel possible avec des projections sur écran géant (5.3). Sur ces bases, des balises seront enfin proposées pour l'organisation concrète d'une diffusion locale plus étendue des arts de la scène sur écran géant (5.4).

5.1 LES CINÉMAS, DIFFUSEURS ACTUELS DES ÉVÈNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

La diffusion des arts de la scène sur écran géant, au Québec et ailleurs dans le monde, prend place presqu'exclusivement dans les cinémas. Dans le cas spécifique du territoire québécois, les spectacles diffusés proviennent de l'étranger (surtout des États-Unis et d'Europe) et sont en grande partie anglophones. Or, les cinémas québécois ne diffusent pas d'évènements cinématographiques proprement québécois. Pourquoi? Il y a une certaine logique à ce que les cinémas d'ici ne diffusent pas d'évènements québécois. D'abord, il y a vraisemblablement encore peu de productions d'arts de la scène québécois captées et prêtes à être distribuées sur grand écran dans les cinémas. Ensuite, la programmation de ces évènements est souvent décidée hors du Québec, même en ce qui concerne les cinémas québécois. Par exemple la chaîne Cinéplex – la plus grande chaîne de cinémas au Québec- décide de sa programmation d'évènements cinématographiques pour l'ensemble du Canada à partir de Toronto. Enfin, rappelons-le, les cinémas québécois diffusent des films étrangers en grande majorité. La part d'assistance des films québécois se situe en général à moins de 10 % de l'assistance totale des cinémas au Québec, par rapport à 80 % pour les films états-uniens. En somme, la part des films québécois demeure minoritaire dans les cinémas locaux.

Les cinémas d'ici pourraient-ils intégrer l'offre québécoise de spectacles sur écran géant? La question reste ouverte. S'ils ne le peuvent pas pour un ensemble de raisons (gestion centralisée de la programmation à l'extérieur du Québec, films provenant surtout des États-Unis, logique commerciale en général basée sur les « blockbusters », etc.), quelle infrastructure pourrait diffuser des spectacles locaux sur écran? C'est du côté des salles de spectacle que les arts de la scène québécois pourraient vraisemblablement être retransmis, étant donné que les nombreuses salles de spectacle du Québec diffusent en majorité des productions locales, d'une variété de disciplines artistiques.

Or, les salles de spectacle au Québec ne diffusent pas encore des arts de la scène sur écran, du moins certaines le font de façon exceptionnelle. La question se pose alors à savoir si elles intègreront à court terme, à moyen ou même à long terme cette offre de projection de spectacles. Comment alors se développera l'infrastructure de diffusion des arts de la scène québécois sur écran? Dans les cinémas? Dans les salles de spectacle? Ou dans les deux lieux en parallèle? Y aura-t-il une division en succès internationaux du côté des cinémas (spectacles du Metropolitain Opera, du Royal Opera House, de la Comédie Française, etc.) et en succès « locaux » du côté des salles de spectacle (spectacles de l'Orchestre Symphonique de Montréal, de l'Opéra de Montréal, du Théâtre du Nouveau Monde, etc.)? Une telle division posséderait une certaine logique, mais d'autres considérations pourraient aussi intervenir pour modifier la structure de diffusion entre cinémas et salles de spectacle.

Il y a par ailleurs une différence fondamentale dans la dynamique de réception des oeuvres de la part du public entre le cinéma et la salle de spectacle. En effet, dans les cinémas, il y a une dynamique d'immersion (confort, vue, son, etc.), et une réalité propre aux films. Dans les salles de spectacle, il y a une dynamique culturelle (accueil, ambiance, etc.), et une réalité propre aux arts de la scène. En conséquence, il existe des différences fondamentales entre les deux lieux de diffusion, liées au contexte physique de réception du public. Certaines projections des arts de la scène seraient mieux servies dans un théâtre, où existent un contexte et une atmosphère spécifiques évoquant les arts de la scène davantage que le cinéma.

5.2 LES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES PEUVENT-ILS AUSSI DIFFUSER DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT?

L'offre de projections de spectacles québécois sur écran géant pourrait-elle se développer du côté des diffuseurs des arts de la scène au Québec? Pour plusieurs raisons, il apparaît que les diffuseurs pluridisciplinaires (diffuseurs présentant plusieurs disciplines, comme c'est le cas de nombreuses salles de spectacle au Québec) sont en effet tout indiqués pour proposer cette nouvelle offre culturelle. D'abord, ils sont implantés dans toutes les régions du Québec et présentent une grande variété de disciplines et de formes artistiques. Ensuite, ces diffuseurs pluridisciplinaires sont en règle générale soutenus par l'État (ex. Conseil des arts et lettres du Québec (CALQ), ministère de la Culture et des Communications du Québec, Conseil des arts du Canada, etc.), étant donné leur double mission de développement culturel, soit l'accès des communautés à la culture et le rayonnement des disciplines artistiques sur le territoire. En ce sens, la diffusion de la culture québécoise est inscrite au coeur de leur mandat.

Pour vérifier si ces diffuseurs pourraient intégrer l'offre des arts de la scène sur écran géant, nous avons interrogé l'ensemble des diffuseurs pluridisciplinaires québécois soutenus par le CALQ à ce sujet. Un total de 45 diffuseurs (sur les 102 diffuseurs de cette catégorie au Québec) ont répondu à un questionnaire divisé en deux sections. La première section portait sur l'équipement audiovisuel disponible et les habitudes de diffusion sur écran des diffuseurs. La seconde section, composée de questions ouvertes, portait sur le développement de l'offre des arts de la scène sur écran géant, de façon générale d'abord et de façon plus particulière chez les diffuseurs eux-mêmes ensuite (voir le questionnaire, Annexe E). Leurs réponses sont instructives sur plusieurs plans, autant du côté de leurs pratiques actuelles de diffusion sur écran géant que de leur intérêt à développer une offre québécoise d'arts de la scène en projection.

Les réponses au questionnaire indiquent que de nombreux diffuseurs pluridisciplinaires font déjà des projections d'une grande variété de contenus culturels et artistiques dans leurs salles. Plusieurs diffusent les Grands Explorateurs, ainsi que des films dans le cadre de cinéclubs ou de « Ciné-répertoires ». Certains diffusent le Metropolitain Opera, des évènements sportifs, des films de festivals internationaux, des courts-métrages, des spectacles locaux, du cinéma familial, du théâtre jeunesse, des projections avec orchestre, des jeux vidéos, des ciné-conférences, etc. Ceci indique que plusieurs diffuseurs possèdent déjà l'équipement technique et que les projections font maintenant partie de leurs activités régulières.

Par contre, l'inclusion des arts de la scène sur écran géant comme nouvelle offre pour les diffuseurs pluridisciplinaires est loin de faire consensus. En effet, on note de grandes divergences au sein des diffuseurs québécois consultés face à l'intérêt de diffuser des arts de la scène sur écran. Si certains diffuseurs estiment qu'une projection permet de « donner accès à des oeuvres internationales », d'autres considèrent au contraire les projections comme « pas du tout pertinentes » ou encore « irréalistes ». En conséquence, d'après les réponses au questionnaire transmis aux diffuseurs pluridisciplinaires, peu de diffuseurs se montrent intéressés d'emblée à intégrer une offre de spectacles québécois des arts de la scène sur écran dans leur programmation annuelle. Les divergences entre les diffuseurs concernent principalement a) l'intérêt même pour de telles projections et b) l'intégration de cette offre dans le mandat actuel des diffuseurs. Nous nous basons ici sur la perception des diffuseurs sur l'offre de spectacles sur écran géant, tirée du questionnaire (voir l'Annexe E).

Comme premier constat général, nous remarquons que la majorité des diffuseurs pluridisciplinaires ne sont pas intéressés à diffuser des spectacles sur écran géant en direct ou en différé. Les diffuseurs intéressés, qui sont moins nombreux, ont quant à eux un intérêt mitigé et ce, pour différentes raisons. Seuls quelques diffuseurs sont donc intéressés d'emblée. Une analyse de la majorité des diffuseurs qui n'ont pas d'intérêt à projeter des arts de la scène sur écran géant dans leurs lieux de diffusion fait apparaître quatre raisons principales à cette absence d'intérêt, que nous résumons ici.

1. Les arts de la scène sont des arts « vivants », disent-ils. Une projection « dénature » donc l'expérience du spectacle vivant.

De nombreux diffuseurs considèrent ainsi que l'offre d'arts de la scène sur écran géant n'est pas intéressante en soi. Un diffuseur exprime ce non intérêt de la façon suivante : « Peut être intéressant pour des cas d'exception, mais très loin de remplacer l'expérience « live » entre le spectateur et l'artiste. » Un autre diffuseur l'explique ainsi : « Rien ne remplace la présence des musiciens [...]. »

D'autres ajoutent que les arts de la scène sur écran constituent « [...] une expérience incomplète selon nous. On se retrouve involontairement à dénaturer le spectacle vivant en voulant le projeter dans un lieu différent. [...] Rien au monde ne vaut l'expérience de l'art vivant, du contact direct avec le public, de l'énergie et des émotions qui se dégagent d'une représentation ». La nouvelle offre sur écran, pour certains, est clairement vue de manière négative : « Nous ne devons pas devenir des pantins pour les nouvelles exigences technologiques, la technologie existe pour nous aider à répondre à nos besoins particuliers et non l'inverse ! ».

2. La nouvelle offre de spectacles sur écran géant est susceptible, selon les diffuseurs, de diminuer la tournée des artistes en région éloignée.

Cette crainte est partagée chez plusieurs diffuseurs : « Des spectacles ayant lieu dans les villes dans les centres urbains diffusés en région peuvent s'avérer très dangereux pour le milieu du spectacle, pour la survie des diffuseurs et dans le dynamisme des régions. Les artistes doivent se déplacer et venir à la rencontre de leur public ». Un autre diffuseur indique que « les gens [des régions] auraient encore plus l'impression d'être mis de côté. ». Sentiment partagé par un diffuseur qui indique que « l'offre se développera peut-être si acceptation sociale, mais avec une réticence exprimée par les régions qui ne sont pas des citoyens de seconde zone ».

3.Cette offre sur écran pourrait agir comme une nouvelle forme de compétition avec la programmation régulière, une compétition qui conduirait à diminuer le nombre de spectacles dans les salles de diffusion.

Cette compétition possible entre écran et spectacle vivant est bien exprimée par un diffuseur : « La projection en cinéma cannibalise la diffusion en salle car le budget culturel passe dans des évènements tenus ailleurs [qu'en région] au détriment de la culture québécoise ». Pour d'autres, les risques sont la « disparition ou diminution des offres de spectacles en diffusion réelle » ou encore la « diminution potentielle de l'achalandage car la compétition hors salle va gruger dans le budget des spectateurs». Ainsi, la nouvelle offre « [...] augmente la compétition quant à l'achalandage des salles de spectacle ».

4. Le développement de cette offre sur écran n'est pas perçu comme une priorité dans un contexte où l'activité régulière est déjà précaire pour certains.

En effet, un diffuseur exprime ainsi que « les diffuseurs ne veulent pas, ils pensent à leur survie d'abord qui est déjà un défi. » Un autre abonde dans le même sens : « Ce n'est définitivement pas un besoin qui part du milieu, plutôt un besoin qui s'impose au milieu. Un diffuseur perçoit son rôle comme étant d'abord celui de vendre des billets de spectacles, il mentionne n'avoir « aucun intérêt à promouvoir et/ou recevoir ce type de proposition ». Il y a une réelle précarité chez plusieurs diffuseurs, comme le rappelle cet autre diffuseur : « Oui, on souhaite notamment offrir des expériences variées et novatrices, tout en permettant une certaine ouverture pour des oeuvres inaccessibles autrement. Mais nous sentons que la diffusion des arts vivants est extrêmement précaire ».

Pour leur part, d'autres diffuseurs ne rejettent pas d'emblée la possibilité de projeter des arts de la scène, mais ceux-ci sont mitigés quant à l'intérêt et à la forme que pourraient prendre ces projections dans leur propre lieu de diffusion. Ces diffuseurs souhaiteraient diffuser des spectacles sur écran, mais uniquement de façon exceptionnelle, par exemple du contenu « international de spectacles qui ne tournent pas ». Bien que la majorité des diffuseurs ne souhaite pas intégrer à court terme une offre québécoise d'arts de la scène sur écran géant dans leurs activités régulières, une minorité d'entre eux y voit malgré tout une opportunité de développement. Un diffuseur considère en ce sens qu'il s'agit d'une « excellente forme pour initier le public à cette discipline et accessibilité locale ». Un autre diffuseur intéressé par cette nouvelle offre sur écran rappelle l'importance d'une appropriation locale de l'offre, car « c'est souhaitable que cela se fasse en collégialité avec les diffuseurs pluri[disciplinaires] qui ont les équipements, l'expertise et une connaissance intime de leurs marchés respectifs ». Le besoin d'accessibilité des arts de la scène chez tous les publics trouve un écho chez quelques diffuseurs, notamment pour ce diffuseur qui considère qu'il « est plus que temps de donner accès à tous aux arts de la scène d'ici et ailleurs par le biais des captations en temps réel et/ou différé ».

Comme deuxième constat général, nous remarquons dans les propos des répondants qu'il existe un problème lié à l'adéquation entre la nouvelle offre sur écran et le mandat des diffuseurs pluridisciplinaires. En effet, comment concilier la diffusion des arts de la scène sur écran avec le mandat des diffuseurs qui ont pour principale activité le spectacle « vivant » en salle? Certains croient à cet égard que les projections « risquent de pervertir notre mandat premier », alors que d'autres estiment que cette offre de projection « revient aux salles de cinéma ». Un diffuseur l'indique de la manière suivante : « Pour ce qui est de la diffusion de projections des arts de la scène dans notre salle, je suis fondamentalement contre. Notre mission première est de diffuser des arts vivants… avec du vrai monde, sur nos scènes ». Il ajoute « […] le risque de pervertir notre mandat premier qu'est celui d'apporter à notre population une expérience que seuls les arts vivants peuvent offrir ». Un autre diffuseur abonde dans le même sens : « Projet irréaliste pour le marché québécois. C'est déjà difficile de vendre les spectacles en version live…. En retransmission ça ne fonctionnera pas ».

Il est utile de mettre en perspective les réponses des diffuseurs avec le fait que, d'après les réponses aux questionnaires, de nombreux diffuseurs n'ont toutefois pas expérimenté la diffusion des arts de la scène sur écran géant dans leur lieu de diffusion. De même, d'après certaines rencontres avec les diffuseurs, plusieurs n'avait jamais vu encore un évènement cinématographique dans un cinéma. Il y a donc ici une absence d'expérimentation concrète chez les diffuseurs avec cette nouvelle offre culturelle sur écran, laquelle pourrait peut-être expliquer en partie leur absence d'intérêt à priori.

UNE DYNAMIQUE CULTURELLE RÉGIONALE : LA VILLE DE SAINT-JÉRÔME

Chaque ville au Québec évolue dans une dynamique culturelle qui lui est propre reflétant sa réalité locale, qu'il faut prendre en compte pour développer l'offre de projections de spectacles sur écran géant. Saint-Jérôme est un bon exemple d'une ville culturellement dynamique dans une région périphérique. Située à 50 kilomètres de Montréal, il existe à Saint-Jérôme une offre culturelle diversifiée, essentiellement fréquentée par le public local et régional, malgré la proximité de la métropole. En effet, Diffusion En Scène, le diffuseur principal de la ville, accueille entre 45 000 et 55 000 spectateurs annuellement et ce, depuis 30 ans.

Une part de 80 % de son auditoire provient de sa propre municipalité régionale de comté (MRC), soit la MRC de la Rivière-du-Nord et la part restante d'environ 20 % provient des MRC limitrophes, soit d'Argenteuil, des Pays-d'en-Haut et de Mirabel. Seulement 2 % du public de Diffusion En Scène provient d'ailleurs (Montréal et autres régions). Il existe en ce sens une compétition interrégionale (Laval, Sainte-Thérèse, Saint-Eustache) plus qu'une compétition avec la métropole. La croissance démographique dans la MRC de la Rivière-du-Nord depuis 20 ans rend le besoin évident d'une nouvelle salle de spectacle, le Théâtre Gilles-Vigneault, qui a ouvert ses portes en 2017.

DESSIN DU FUTUR THÉÂTRE GILLES-VIGNEAULT,
SAINT-JÉRÔME, 2017

5.3 DÉVELOPPEMENT CULTUREL PAR LA PROJECTION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

Une diffusion des arts de la scène sur écran géant dans toutes les régions du Québec pourrait rejoindre le public québécois réparti sur le territoire. Cette diffusion pan-québécoise agirait comme activité de développement culturel, dans une logique de démocratisation culturelle. Par démocratisation culturelle, nous entendons que la projection d'arts de la scène sur écran géant rendrait accessible, en direct et en différé, sur tout le territoire québécois, les grandes oeuvres du patrimoine culturel et les productions les plus significatives pour la culture québécoise.

Un des défis pour le modèle d'affaires des arts de la scène sur écran géant est donc de trouver l'équilibre entre les impacts positifs de cette démocratisation culturelle et le besoin concret d'une offre commerciale viable. Il importe donc de prioriser des spectacles qui sont populaires auprès du public. Il s'agit en effet d'atteindre une masse critique de public pour un spectacle diffusé sur écran géant. Des productions internationales reconnues et très populaires comme celles du Metropolitain Opera atteignent ainsi un équilibre entre qualité artistique et popularité auprès du public. Au Québec, comme le montre clairement notre sondage, la popularité des productions de l'Orchestre Symphonique de Montréal, de l'Opéra de Montréal et des Grands Ballets Canadiens, ainsi que certaines figures connues comme Robert Lepage ou Louise Lecavalier répondent également à ce critère d'équilibre entre l'art et le marché. Visiblement, la tension entre la qualité artistique perçue (démocratisation) et la popularité des spectacles (marché) est au coeur même de la logique du modèle d'affaires des projections des arts de la scène sur écran.

En parallèle du modèle d'affaires, d'autres usages de projections sur écran géant existent pour effectuer du développement culturel, par exemple à des fins éducatives ou expérimentales. Par fins éducatives, il s'agit ici notamment de projections de spectacles sur écran géant du Conservatoire, de projections destinées à des cours ou à des groupes scolaires, etc. Par fins expérimentales, il s'agit ici de co-création, de projets multimédias, etc. La Société des Arts Technologiques (SAT) a d'ailleurs développé le programme *Scènes ouvertes* qui a jusqu'à maintenant équipé une vingtaine de lieux de diffusion au Québec d'une « station scénique » permettant une transmission audiovisuelle en circuit fermé entres les différentes salles. De nouveaux usages culturels et éducatifs semblent ainsi appelés à se développer avec les écrans, dans une logique de services publics davantage que dans une logique de modèle d'affaires.

PLACE DES ARTS, UN DIFFUSEUR DE SPECTACLES À GRAND DÉPLOIEMENT

Quels spectacles présentés au Québec pourrait-on diffuser sur écran géant sur l'ensemble du territoire québécois? Cette question amène à se demander quels diffuseurs québécois peuvent capter des spectacles destinés à être vus sur écran géant. Les spectacles de type « évènement », particulièrement bien adaptés pour le modèle d'affaires de rediffusions sur écran géant, font partie des spectacles les plus recherchés par le public. La Place des Arts présente régulièrement de tels spectacles de type évènement dans sa programmation.

Fondée en 1963, la Société de la Place des Arts est une société d'État possédant, en 2017, cinq salles de différentes jauges (Wilfrid-Pelletier, Théâtre Maisonneuve, Théâtre Jean-Duceppe, Cinquième Salle et Claude-Léveillée). La Place des Arts gère aussi les spectacles diffusés à la Maison Symphonique autres que ceux de l'Orchestre symphonique de Montréal. Trois compagnies artistiques sont établies en résidence à la Place des Arts : DUCEPPE, Les Grands Ballets Canadiens de Montréal et l'Opéra de Montréal. La Place des Arts est le seul lieu de diffusion québécois à présenter certaines comédies musicales de Broadway au Québec. Dans notre sondage, les spectacles les plus populaires sur écran géant sont des spectacles diffusés pour la plupart à la Place des Arts et à la Maison Symphonique (ex. l'OSM, *Another Brick In The Wall* de l'Opéra de Montréal, etc.) (voir le tableau 9).

En ce sens, la Place des Arts pourrait faire partie des diffuseurs dont certains spectacles feraient l'objet d'une captation pour retransmission ailleurs au Québec sur écran géant. Au plan de l'expérience et de la technique, certaines des compagnies résidentes ainsi que certains diffuseurs associés de la Place des Arts ont déjà une expérience de captation pour la télévision (ex. *Casse-Noisette* des Grands Ballets Canadiens de Montréal à Radio-Canada), pour le Web (ex. l'OSM sur www.medici.tv) et pour des évènements spéciaux sur écran géant (ex. *La Bohème* de l'Opéra de Montréal au Stade Perceval-Molson).

SPECTACLE PRÉSENTÉ À LA SALLE WILFRID - PELLETIER DE LA PLACE DES ARTS, 2016

5.4 DES BALISES POUR RÉUSSIR UNE DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

Nos recherches amènent à dégager certaines balises pour programmer une diffusion des arts de la scène sur écran géant. Ces balises concernent principalement la notion de série (incluant le forfait), la notion d'évènement (incluant le *branding*) et la notion d'ancrage local (incluant la valorisation).

Pour la notion de **série**, il s'agit de programmer des arts de la scène sur écran géant à la manière d'une programmation régulière de spectacles en salle. En effet, diffuser des arts de la scène de façon ponctuelle, à l'extérieur d'une planification de programmation de saison, semble risqué pour garantir le succès de telles projections. Ceci parce que plusieurs caractéristiques de cette nouvelle offre sont à prendre en compte dans l'organisation des projections des arts de la scène. D'abord, une projection des arts de la scène sur écran géant constitue pour le public une « sortie » (voir la section 4.4). En conséquence, toute projection doit être programmée à l'avance et être intégrée dans la logique de l'offre officielle du lieu de diffusion, par exemple à l'intérieur d'une série de quelques spectacles d'une même discipline, accompagnée d'une promotion par un marketing spécifique et pouvant être inclus dans un forfait spécial, etc. Il y a, dans une série, un effet de bouche-à-oreille essentiel qui bonifie l'intérêt pour ces projections.

La notion **d'évènement** implique pour sa part cette dimension évènementielle recherchée par le public quant aux projections des arts de la scène, qui distingue clairement l'offre sur écran géant de la diffusion de l'offre des spectacles « en vrai » en salle. Ce ne sont pas tous les spectacles qui sont alors destinés à être projetés sur écran géant. Il y a là le fondement d'un modèle d'affaires basé sur le type de spectacles projetés, un type qui inclut des spectacles de toutes les disciplines, mais ayant les caractéristiques d'un évènement, ce qui restreint beaucoup le nombre de spectacles potentiels à diffuser. Le *branding* ou l'image de marque, ici, est central, en ce sens que des compagnies reconnues (ex. OSM, TNM) agissent comme garants du succès d'un tel évènement.

Pour la notion **d'ancrage local**, il s'agit du contexte dans lequel se situe la projection. En effet, la projection ne constitue pas à elle seule un évènement. Ce qui constitue l'évènement, c'est plutôt l'inclusion de cette projection dans un contexte social et collectif plus large, qui prend en compte la communauté spécifique où se situe le lieu de diffusion. Cet ancrage local peut se réaliser par une animation autour de la projection, par la présence d'un orchestre, par de la musique dans la salle, par une présentation avant ou après le spectacle, par de la médiation, par la mobilisation d'un groupe d'amateur, par un partenariat avec des organismes du milieu, etc. En bref, il faut que la diffusion se situe au coeur du contexte de réception participatif et local.

6. DÉFIS RÈGLEMENTAIRES ET TECHNIQUES DE LA DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT AU QUÉBEC

On constate l'existence de problèmes structurels importants liés directement à la mise en place d'une offre québécoise des arts de la scène sur écran géant. Il s'agit d'abord des tarifs de rémunération des artistes, qui ne sont pas standardisés encore au Québec. Ensuite, la gestion de la distribution des spectacles présentés est réalisée à l'extérieur du Québec en bonne part. Enfin, au plan technique, le réseau de transmission via Internet est inégal sur le territoire québécois. Dans cette section, nous poserons les grands jalons des enjeux propres à la nouvelle offre, soit la question des tarifs de rémunération des artistes (6.1), les besoins d'expertise technique de captation (6.2), la structure de distribution en développement (6.3) et Internet comme moyen de distribution de spectacles sur écran géant (6.4).

6.1 LES TARIFS DE RÉMUNÉRATION DES ARTISTES, UNE PROBLÉMATIQUE CENTRALE DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

La problématique des tarifs est évoquée comme centrale dans le développement d'une nouvelle offre québécoise d'arts de la scène sur écran géant par les producteurs de spectacles et les diffuseurs. En effet, au Québec, toute représentation professionnelle des arts de la scène implique, sauf exception, une rémunération des créateurs et des interprètes. Ainsi, en plus du cachet d'une représentation donné aux artistes pour leur prestation sur scène, une rémunération supplémentaire doit être octroyée pour l'exploitation de la performance sur d'autres plateformes comme la télévision ou encore la radio. Les taux et les modalités de rémunération sont encadrés par des ententes avec des syndicats professionnels d'artistes (ex. Union des artistes, Guilde des musiciens et musiciennes du Québec). Or, la diffusion sur écran géant des arts de la scène ne fait pas encore l'objet d'ententes collectives des associations professionnelles d'artistes au Québec, qui définiraient la tarification propre à cette nouvelle offre. Autant pour l'Union des artistes que pour la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec, il n'existe pas de tarif associé à ce type de projection. La raison expliquant l'absence de tarification, selon les associations rencontrées, est le fait qu'aucune demande formelle de tarification n'a été déposée par des producteurs québécois des arts de la scène sur écran géant.

Au Québec, les rares cas de captation et de diffusion d'arts de la scène québécois sur écran géant ont par ailleurs été présentés lors d'évènements gratuits. Dans certains cas, les artistes ont accepté de renoncer exceptionnellement à leurs droits pour des retransmissions, de façon à ce que ces évènements soient possibles, à des fins de promotion de la compagnie artistique, de démocratisation culturelle ou de festivités. Ainsi, la mécanique de tarification actuelle n'inclut pas la diffusion sur écran géant, ce qui empêche *de facto* un réel développement d'une offre professionnelle à grand déploiement d'arts de la scène québécois sur écran géant.

Par ailleurs, la petite taille du marché des arts de la scène québécois, comparativement aux marchés états-unien et français, impose des limites quant à l'exploitation des captations des spectacles. Si le Metropolitain Opera peut bénéficier d'une économie d'échelle, en diffusant ses opéras sur des milliers d'écrans, ce n'est probablement pas le cas pour l'Opéra de Montréal. À titre d'exemple, le Royal Opera House à Londres est diffusé sur 1001 écrans, en 9 langues différentes et la Comédie française quant à elle est diffusée dans 300 salles dans 31 pays. En somme, l'enjeu actuel de de la tarification est de trouver un équilibre entre la juste rémunération des créateurs et la diffusion des arts de la scène sur écran géant, dans un marché québécois relativement restreint, avec une offre en émergence.

LA BOHÈME SUR TROIS PLATEFORMES DIFFÉRENTES

L'opéra *La Bohème* a été diffusé sur trois plateformes différentes à Montréal entre mai et juillet 2017. D'abord, à la salle Wilfrid-Pelletier de la Place des Arts (20 au 27 mai 2017), ensuite au Stade Perceval-Molson en direct de la Place des Arts sur écran géant (27 mai 2017) et finalement au cinéma Beaubien avec une production italienne captée au festival Taormina Opera (5 juillet 2017).

Ces trois plateformes de diffusion ont présenté *La Bohème* avec des choix esthétiques différents, par exemple la version diffusée au Stade Perceval-Molson incluait des plans d'ensemble et des gros plans. Quant à elle, la version italienne diffusée au cinéma Beaubien incluait un survol en hélicoptère du théâtre antique gréco-romain de Taormina. Or, toutes ces trois versions de *La Bohème* ont reçu un excellent accueil du public, qui était d'ailleurs nombreux aux trois types de représentations. Des salles combles à la Place des Arts (environ 12 000 spectateurs pour les quatre représentations), une centaine de personnes au cinéma Beaubien et près de 15 000 spectateurs au Stade Perceval-Molson ont donc assisté à ces trois versions de l'oeuvre.

La gestion des droits pour deux de ces trois versions fait l'objet de conventions collectives. Pour la version en salle, *La Bohème* implique une gestion basée sur le nombre de représentations et selon les tarifs des associations professionnelles (Union des artistes et Guilde des musiciens et musiciennes du Québec). Pour la version italienne au cinéma Beaubien, il s'agit d'une entente de diffusion à l'échelle mondiale d'une production italienne, à laquelle participent des chanteurs de partout dans le monde. Pour ce qui est du cas de *La Bohème* au Stade Perceval-Molson, une entente spéciale et exceptionnelle a été aménagée entre le producteur (Opéra de Montréal) et les artistes pour rendre possible la retransmission en public de cet opéra. Cette entente exceptionnelle a été effectuée dans le contexte où il s'agissait d'une activité de développement de public et de promotion pour l'Opéra de Montréal dans le cadre des célébrations du 375e anniversaire de Montréal. Une telle entente exeptionnelle pour les droits de diffusion de *La Bohème* au Stade Perceval-Molson témoigne de la situation problématique dans laquelle l'offre de projection évolue actuellement, à savoir un intérêt du public, mais un mécanisme de droit visiblement non adapté à la nouvelle offre sur écran.

LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL
PRÉSENTÉE À LA SALLE WILFRID-PELLETIER ET PROJETÉE EN DIRECT SUR ÉCRAN GÉANT AU STADE PERCEVAL-MOLSON,
MONTRÉAL, 27 MAI 2017

6.2 LES BESOINS D'EXPERTISES TECHNIQUES DE LA CAPTATION DES ARTS DE LA SCÈNE

Il est désormais possible de capter à relativement faible coût des arts de la scène pour les retransmettre sur écran géant. La miniaturisation des équipements et l'augmentation de la performance des caméras permettent une captation non intrusive avec des équipements de petite taille. La haute définition (HD) constitue à cet égard un changement radical des standards de l'image. Il existe maintenant des logiciels de mixage et de transmission en direct des images et du son très performants.

Toutefois, une expertise est requise pour bien rendre le nouveau langage esthétique des arts de la scène sur écran géant, lequel est au coeur des attentes du public. Cela signifie d'abord une haute qualité de la captation des spectacles, ainsi qu'une capacité à effectuer un montage en direct de façon professionnelle. Il existe sur le territoire québécois certaines entreprises spécialisées dans la captation des arts de la scène.

Dans le cadre d'un modèle d'affaires des arts de la scène sur écran géant, l'offre de spectacles débute par la présence d'une compagnie spécialisée en captation qui va assurer un rendu professionnel. Une captation « maison » pourrait servir d'autres fonctions, comme le développement artistique, l'expérimentation, l'éducation, l'archivage et autres, mais pas la transmission d'une offre artistique professionnelle tarifée sur écran géant, laquelle nécessite une captation de haute qualité professionnelle. Par ailleurs, certaines productions requièrent des ressources humaines et techniques importantes, comme c'est le cas du Metropolitan Opera, où il y a parfois autant de personnel affecté à la captation qu'au spectacle lui-même.

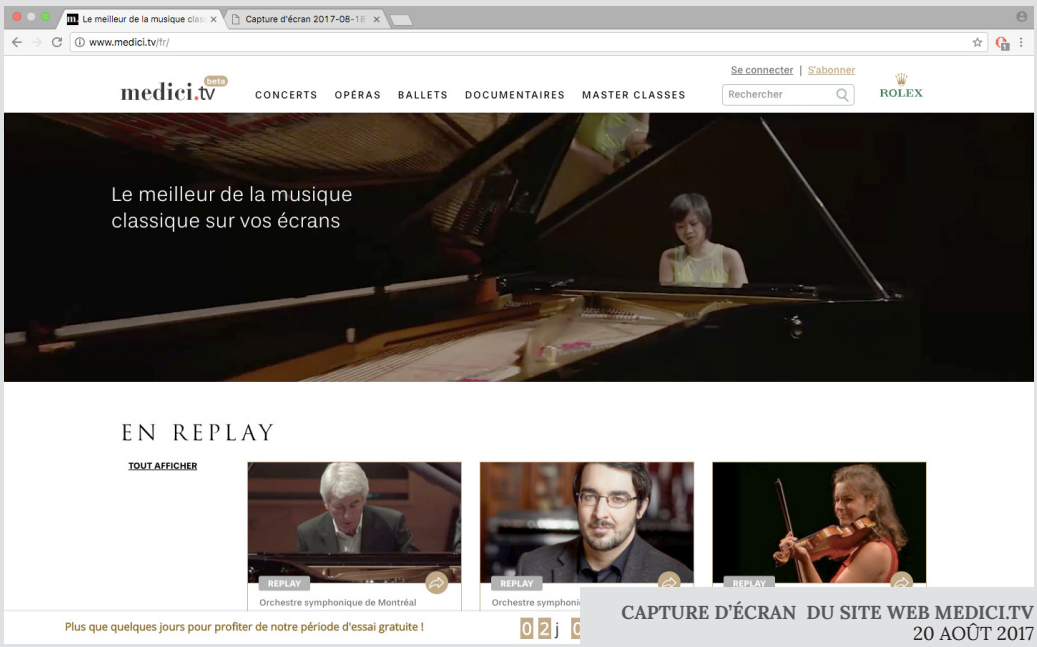
Les ressources techniques et financières requises peuvent varier en fonction de la discipline captée et du type de spectacle. Par exemple, la musique classique où les musiciens sont immobiles, permet une captation avec des caméras fixes, alors que ce n'est pas le cas pour l'opéra ou encore le théâtre, où il y a plus de mouvements sur scène.

MEDICI.TV, DES SPECTACLES DE MUSIQUE CLASSIQUE SUR LE WEB

S'il n'existe pas de spectacles québécois sur écran géant, il existe sur le Web une offre spécialisée dans la retransmission d'évènements classiques internationaux, dont certains provenant du Québec. Le leader mondial de la musique classique en vidéo sur Internet se nomme medici.tv. Cette plateforme Web, disponible en 8 langues et regardée dans plus de 182 pays, présente une variété d'évènements classiques internationaux à la fois gratuits (en direct et en rediffusion pendant plusieurs semaines), et payants (sur abonnement). Au Québec, medici.tv capte et diffuse plusieurs évènements culturels majeurs, tels que le Concours international de musique de Montréal, les concerts des Violons du Roy, de l'Orchestre I Musici de Montréal et de l'Orchestre symphonique de Montréal (OSM), notamment l'évènement *Symphonie montréalaise* réalisé avec le studio multimédia Moment Factory dans le cadre des célébrations du 375e anniversaire de Montréal.

Pour réaliser ces captations audiovisuelles, l'équipe de medici.tv utilise entre six et huit caméras. Les responsables de l'équipe indiquent à ce propos que le travail de production « n'est plus si dispendieux, tout dépend de ce qui est capté ! ». Ils mentionnent également que la captation d'un orchestre avec mise en scène théâtrale est plus complexe que la captation d'un orchestre seul, celui-ci étant relativement statique. Enfin, ces derniers affirment que le matériel technique a évolué, si bien que, désormais, « pour capter un orchestre symphonique, le matériel tient dans une voiture ».

Décrit comme « le phénomène le plus près du Netflix de la musique classique » par le New York Times, le site medici.tv est fréquenté par plusieurs millions de visiteurs uniques de partout dans le monde. À titre d'exemple, le Concours international Tchaïchovski de Saint-Pétersbourg a été visionné en ligne par 11 millions de visiteurs uniques. Le concert de l'OSM présenté en collaboration avec Moment Factory, quant à lui, a été visionné par 95 000 personnes un mois après sa sortie sur le site.



CAPTURE D'ÉCRAN DU SITE WEB MEDICI.TV
20 AOÛT 2017

6.3 UNE STRUCTURE DE DISTRIBUTION DES SPECTACLES SUR ÉCRAN GÉANT ENCORE À SES DÉBUTS

Pour le moment, dans les cinémas, la gestion de la distribution des évènements cinématographiques se fait à l'extérieur du Québec. Pour le réseau Cinéplex par exemple, les évènements cinématographiques proviennent des États-Unis, d'Angleterre et d'ailleurs en Europe et la programmation de ces évènements pour tous les cinémas Cinéplex du Canada est effectuée à Toronto. Par ailleurs, certains spectacles, dont ceux du Metropolitain Opéra, sont une exclusivité de Cinéplex pour le Canada. En conséquence, si une salle de spectacle du Québec désire diffuser le Metropolitain Opéra chez elle, elle doit faire affaire avec Cinéplex comme distributeur. Il y a ici une forme de concentration industrielle à l'oeuvre.

Pour les autres cinémas (Guzzo, Beaubien, etc.) qui diffusent des évènements cinématographiques, les spectacles proviennent surtout d'Europe et sont différents des spectacles présentés chez Cinéplex. C'est le cinéma Beaubien, à Montréal, qui agit comme distributeur de ces nombreux spectacles hors Cinéplex, comme ceux de la Comédie française, des Ballets de l'Opéra de Paris, etc. Dans les deux cas, Cinéplex et Beaubien, il n'y a aucun spectacle québécois diffusé dans la programmation régulière des salles de cinéma.

Ceci nous laisse penser que la distribution est encore à son stade initial et qu'il s'agit d'une activité périphérique de l'activité régulière des cinémas. La professionnalisation de la fonction de diffuseur d'évènements cinématographiques pour les cinémas et les salles de spectacle est manifestement à venir. À cet égard, il est possible que le marché soit structurellement sous exploité par des acteurs qui adoptent une multitude de rôles différents (un cinéma comme le Beaubien devenant distributeur de spectacles sur écran pour l'ensemble du territoire québécois).

LA SÉRIE DE « CINÉSPECTACLES » AU CINÉMA BEAUBIEN

De nombreux cinémas diffusent depuis quelques années des projections qui ne sont pas des films, mais qui sont plutôt du sport, des jeux vidéo ou encore des arts de la scène sur grand écran. Ces évènements cinématographiques sont relativement marginaux dans l'offre des cinémas, mais ils se développent de plus en plus. Bien que la chaine Cineplex ait été la première à présenter de tels évènements cinématographiques avec les opéras du Metropolitain Opera en direct en 2006, le cinéma de quartier Beaubien à Montréal a développé sa propre offre différente de Cineplex, en devenant à la fois diffuseur et distributeur de certains spectacles internationaux des arts de la scène sur grand écran. Ainsi, en plus de présenter au Beaubien 52 évènements cinématographiques annuellement, ce cinéma distribue ces mêmes évènements cinématographiques dans d'autres cinémas indépendants du Québec sous l'appellation de la série « Cinéspectacles ». Cela signifie que le cinéma Beaubien distribue les spectacles qui seront projetés chez des cinémas participants à Québec (Clap), à Gatineau (Cinéma Aylmer), à Sherbrooke (Maison du cinéma), à Montréal (Cinéma du Parc) et dans certains cinémas de la chaîne Guzzo, auxquels s'ajoutent une dizaine de salles indépendantes en région qui participent comme Alma, Val d'Or, Amqui, La Pocatière, Sept-Îles, Baie Comeau et Magog.

CINÉMA BEAUBIEN, MONTRÉAL, 2014

6.4 INTERNET COMME MOYEN DE DISTRIBUTION DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

C'est par Internet que s'effectue la transmission de spectacles sur écran géant entre la salle de spectacle et le cinéma. C'est-à-dire que le spectacle est capté dans une salle et transmis en direct via Internet à une multitude de cinémas simultanément. Le perfectionnement technologique permet dès lors de transmettre un spectacle en direct via Internet, sans perte de définition et sans interruption. Les seuls problèmes existants à ce système de distribution en ligne concernent certains délais de son et d'image pouvant survenir lors de la représentation en direct. Sur un autre plan, la diffusion en direct d'un spectacle pose un problème de fuseaux horaires, qui ne sont pas les mêmes pour l'émetteur (salle où est présentée le spectacle vivant) et le récepteur (cinéma ou lieu de diffusion sur écran). À titre d'exemple, une représentation donnée à Londres à 20h est diffusée en direct à Montréal à 14h. La solution consiste en *buffered live*, c'est-à-dire en une rediffusion avec un court délai la journée même.

Pour projeter les spectacles, les cinémas doivent être équipés informatiquement pour recevoir le signal Internet et rediffuser le spectacle dans une qualité sonore et visuelle élevée, avec un équipement de projection professionnel. Ces impératifs techniques amènent à se questionner sur les standards techniques à adopter par les diffuseurs pour assurer une bonne qualité de diffusion, soit essentiellement une connexion Internet haute-vitesse avec bande passante élevée, un ordinateur pour recevoir le signal, un projecteur de haute résolution (ex. 2k) et un écran professionnel.

Sur le terrain au Québec, il y a une grande disparité d'équipement entre les salles de diffusion. Par exemple, un lieu de diffusion québécois possède un réseau de fibre optique (100 mgb/sec.) alors qu'un autre détient seulement une connexion de base pour les courriels. En ce qui concerne les projecteurs, un diffuseur possède un équipement de projection de standard 2K, comme dans les cinémas, alors qu'un autre diffuseur n'en possède aucun. Une telle disparité est problématique pour le développement du modèle d'affaires de spectacles sur écran géant sur l'ensemble du territoire québécois.

7. RECOMMANDATIONS

Le modèle d'affaires des arts de la scène québécois sur écran géant est en construction. Du côté de la demande, il existe un intérêt manifeste du public québécois, mais l'offre locale n'est pas encore développée. C'est donc principalement du côté de l'offre qu'il importerait d'agir pour développer le modèle d'affaires. Ces éléments mis à jour dans le rapport amènent ici à des recommandations adaptées à ce contexte spécifique.

Étant donné l'absence de cette offre, les recommandations suivantes forment une démarche en trois actions complémentaires, de façon à assurer le début d'une offre québécoise concrète. La première action vise à ce que l'offre des arts de la scène québécois sur écran géant soit accompagnée dans son passage d'offre émergente à offre organisée. La recommandation appropriée consiste alors à ce que l'État québécois alloue certaines ressources pour **accompagner** efficacement la planification et la mise en place de l'offre à ses débuts. La deuxième action vise à ce que les acteurs du milieu aient une connaissance pratique de la nouvelle offre en question, c'est-à-dire qu'ils l'expérimentent eux-mêmes. La recommandation consiste alors à mettre sur pied un projet-pilote de diffusion d'une première série des arts de la scène québécois, pour **expérimenter** l'offre et familiariser tous les acteurs de façon concrète aux spectacles sur écran géant et aux réalités qui y sont associées (tarifs, technique, promotion, popularité, réception du public, etc.). La troisième action vise la mobilisation des acteurs du milieu, de toutes les régions du Québec. La recommandation adaptée consiste à **intégrer** cette nouvelle offre à l'écosystème québécois de diffusion, à l'aide d'une consultation avec le milieu de la diffusion des arts de la scène.

Les recommandations suivent donc un ordre chronologique de réalisation, car l'accompagnement de l'offre en émergence (1ère recommandation) et l'expérimentation via un projet-pilote (2e recommandation), réalisées en amont d'une consultation du milieu (3e recommandation), assureraient une base de connaissances communes et un début d'expertise sur lesquels bâtir les assises d'une offre locale organisée.

7.1 ACCOMPAGNER L'OFFRE DANS SA PHASE D'ÉMERGENCE

Afin que l'offre québécoise d'arts de la scène sur écran géant, actuellement inexistante, se développe de façon organisée, des ressources humaines et financières seront nécessaires pour accompagner la nouvelle offre locale. Ces ressources mobilisées pourront planifier et soutenir les différentes étapes du développement de l'offre. Elles pourront aussi réaliser la mobilisation du milieu nécessaire à l'intégration de l'offre et faire les liens entre les différents acteurs concernés.

Ces ressources auront pour objectif de planifier et coordonner les différentes actions de développement (projet pilote, consultation, veille, etc.) de la nouvelle offre. Elles feront le lien avec le milieu institutionnel (ex. SODEC, MCCQ), le milieu de la diffusion (ex. RIDEAU) et les associations professionnelles artistiques (Union des Artistes, Guilde des musiciens et musiciennes du Québec) et disposeront d'un budget de fonctionnement pour une étape d'expérimentation (voir 6.2) et de consultation avec le milieu (voir 6.3).

DE CETTE MISE À DISPOSITION DE RESSOURCES DÉCOULERA LA POSSIBILITÉ D'AGIR DE FAÇON CONCRÈTE À COURT TERME ET DE METTRE EN PLACE DES ACTIONS ORGANISÉES, COMME UN PROJET PILOTE ET UNE CONSULTATION. CELA PERMETTRA AUSSI D'ACCOMPAGNER LA NOUVELLE OFFRE QUÉBÉCOISE DANS TOUTES LES PHASES DE SON ÉMERGENCE ET DE SON DÉVELOPPEMENT.

7.2 EXPÉRIMENTER L'OFFRE POUR IDENTIFIER LES BONNES PRATIQUES

Afin de construire une connaissance commune et pratique des arts de la scène québécois sur écran géant, une expérimentation concrète de captation et de diffusion servirait de première expérience du genre au Québec. Cette expérimentation prendrait la forme d'un projet pilote d'une série de captations et de diffusions. Le choix des spectacles serait déterminé par un comité de programmation spécialisé afin d'assurer que l'offre sur écran géant rejoigne une réelle demande chez le public concerné. Finalement, un des objectifs de l'expérimentation consiste à effectuer une première rétroaction sur les mécanismes de tarification, l'organisation technique, la promotion, les types de contenus adéquats, les attentes du public et les intérêts des diffuseurs.

Concrètement, le projet pilote pourrait se baser sur une série de spectacles captés et diffusés en direct, ce qui multiplierait les opportunités de rétroaction. La série en question aurait avantage à inclure de la musique classique, un spectacle de l'OSM ayant été le spectacle le plus populaire selon le sondage. De la même façon, la comédie musicale, l'opéra et le théâtre apparaissent comme des disciplines particulièrement populaires sur écran géant. Enfin, des spectacles de type « évènement » bénéficieraient de faire partie du projet-pilote. Une diffusion du projet-pilote dans plusieurs régions du Québec permettrait par ailleurs d'expérimenter la réception de cette offre culturelle dans des contextes régionaux différents.

DE CE PROJET PILOTE DÉCOULERA UNE PREMIÈRE EXPÉRIENCE CONCRÈTE ET ORGANISÉE DE DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT, LAQUELLE MÈNERA À IDENTIFIER LES BONNES PRATIQUES, LES ENJEUX DES DIFFÉRENTES ÉTAPES DE LA CAPTATION ET DE LA DIFFUSION, LES CONTENUS POPULAIRES, L'ORGANISATION TECHNIQUE ET LA NÉGOCIATION POSSIBLE DES DROITS DE DIFFUSION.

7.3 INTÉGRER L'OFFRE DANS L'ÉCOSYSTÈME CULTUREL QUÉBÉCOIS

Afin que l'offre fasse partie de l'écosystème culturel québécois de diffusion, il importe de l'intégrer dans le respect de la dynamique des arts de la scène. En effet, il existe une dynamique historique et territoriale du développement de la diffusion des arts de la scène au Québec, qui doit être prise en compte pour le développement d'un modèle d'affaires québécois. Ceci se traduit par une consultation du milieu culturel concerné, dont les acteurs devront être identifiés dans un premier temps. Cette consultation mènera ensuite à un plan d'action pour développer cette nouvelle offre sur écran géant.

Pour ce faire, une démarche de consultation (dont la forme est à définir par les ressources mises en place) du milieu de la diffusion (ex. diffuseurs, associations professionnelles) au sujet du développement de l'offre sur écran géant au Québec, apparaît incontournable pour une intégration de l'offre à moyen et long termes au Québec. Cette consultation servira à préciser la manière dont l'offre pourra se développer (ex. fréquence, type de spectacles) et la matérialité de la diffusion (ex. ressources techniques, humaines, marketing).

DE CETTE CONSULTATION DÉCOULERONT DES CONSENSUS, L'IDENTIFICATION DES PROCHAINES ÉTAPES À EFFECTUER ET L'IDENTIFICATION DES MESURES À METTRE EN PLACE POUR L'INTÉGRATION DE L'OFFRE DANS LE MILIEU CULTUREL QUÉBÉCOIS DE LA DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE.

ÉTAPES DU DÉVELOPPEMENT DU MODÈLE D'AFFAIRES DES ARTS DE LA SCÈNE QUÉBÉCOIS SUR ÉCRAN GÉANT

ACCOMPAGNEMENT	1	**RESSOURCES** **PLANIFICATION** **MOBILISATION DU MILIEU**
EXPÉRIMENTATION	2	**COMITÉ DE PROGRAMMATION** **PROJET PILOTE** **RÉTROACTION**
INTÉGRATION	3	**IDENTIFICATION DES ACTEURS** **CONSULTATION DU MILIEU** **PLAN D'ACTION**

BIBLIOGRAPHIE

BAKHSHI, H. ET D. THROSBY (2014)
« Digital complements or substitutes? A quasi-field experiment from the Royal National Theatre », Journal of Cultural Economics, vol. 38, no. 1, pp. 1-8.

CACHOPO, J. P. (2014)
« Opera's Screen Metamorphosis : The Survival of a Genre or a Matter of Translation? », Opera Q, vol. 30, no. 4, pp. 315-329.

IRINA, M. (2016)
The spell of live performance : HD Opera and liveness today, thèse de doctorat, Université Carleton, 252 p.

HEYER, P. (2008)
« Live from the Met : Digital broadcast cinema, medium theory, and opera for the masses », Canadian Journal of Communication, vol. 33, pp. 591-604.

KING, T. (2016)
« Streaming from stage to screen: its place in the cultural marketplace and the implication for UK arts policy », International Journal of Cultural Policy, Taylor & Francis, 17 p.

LACASA, I. ET I. VILLANEUVA (2011)
« La digitalización audiovisual de la ópera. Nuevos medios, nuevos usos, nuevos públicos », Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación), July-September 2011, pp. 1-9.

LLOVERA, V. ET N. PIGNIER (2017)
« L'intermédiation comme tension énonciative entre des supports, des dispositifs et des horizons de référence : le cas des opéras retransmis au cinéma », dans Pratiques émergentes et pensée du médium, (dir.) Badir, S. et F. Provenzano, Louvain, Academia, pp. 89-104.

ROSSEL, J. (2011)
« Cultural capital and the variety of the modes of cultural consumption in the opera audience », The Sociological Quarterly, vol. 52, pp. 83-103.

SCHUTT, B. (2010)
« The Work of Art in the Age of Technological Reproduction : The National Theatre goes to the movies », Judge Business School teaching case 3010-221-1, Cambridge University.

STEICHEN, J. (2009)
« The Metropolitan Opera goes public : Peter Gelb and the institutional dramaturgy of The Met : Live in HD », Music and the Moving Image, 2009, vol. 2, no. 2, pp. 24-30.

VAN EEDEN, S. (2012)
The Impact of the Met : Live in HD on Local Opera Attendance, M.A. thesis, Vancouver, Canada : University of British Columbia, 72 p.

TAHAL, R. ET V. STŘÍTESKÝ (2016)
« Target Audience of Live Opera Transmissions to Cinema Theatres from the Marketing Point of View », Central European Business Review, vol. 2016, issue 1, pages 29-36.

VLADICA, F. ET C. DAVIS (2013)
Value propositions of opera and theater live in cinema, Dubai : Canadian University of Dubai et Ryerson University, 33 p.

ANNEXE A
RÉSULTATS DU SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

SECTION 1
PRATIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE

SECTION 2
ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

SECTION 3
INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS
DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

SECTION 4
HUMOUR

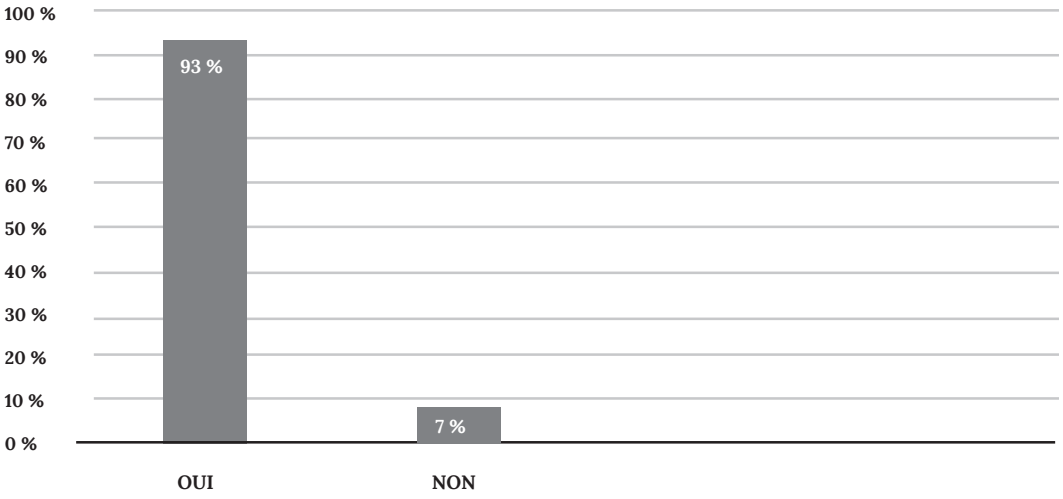
SECTION 5
JEUNESSE

SECTION 6
QUESTIONS GÉNÉRALES

ANNEXE A
SECTION 1 - PRATIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE

QUESTION 1 **AVEZ - VOUS ASSISTÉ, AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE, À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE?**

FIGURE 1

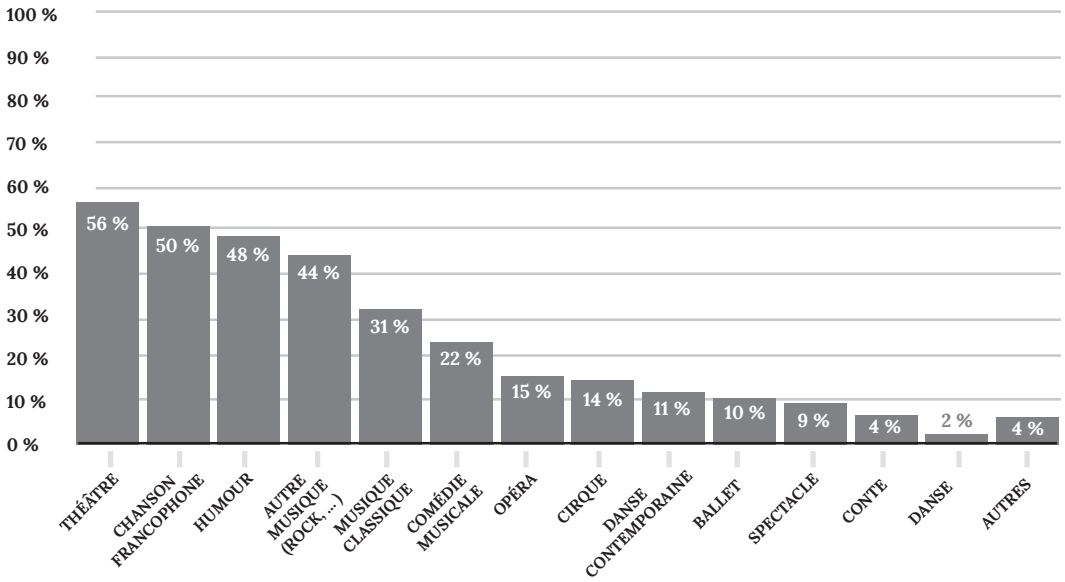


QUESTION 1

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	93,02 %	14273
NON	6,98 %	1071
TOTAL DES RÉPONDANTS	100%	15344

FIGURE 2

QUESTION 2 **AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE, À QUELS TYPES DE SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE SUIVANTS AVEZ - VOUS ASSISTÉ ?**



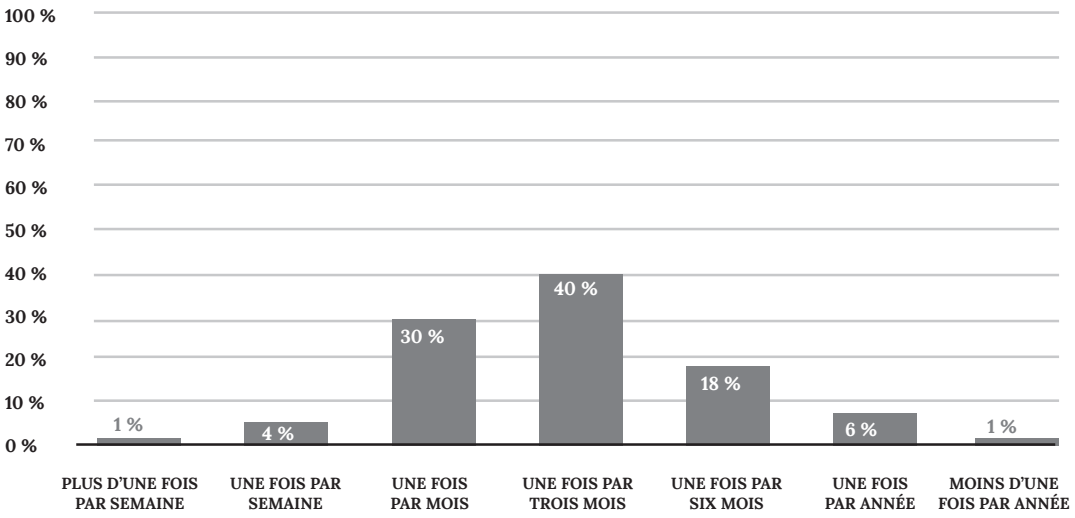
QUESTION 2

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
THÉÂTRE	56, 30 %	8035
CHANSON FRANCOPHONE	49, 67 %	7090
HUMOUR	47, 92 %	6839
AUTRE MUSIQUE (ROCK, POP, BLUES, MUSIQUE DU MONDE, ETC.)	44, 05 %	6287
MUSIQUE CLASSIQUE	30, 66 %	4376
COMÉDIE MUSICALE	21, 92 %	3129
OPÉRA	15, 07 %	2151
CIRQUE	13, 89 %	1982
DANSE CONTEMPORAINE	10, 80 %	1542
BALLET	10, 13 %	1446
SPECTACLE JEUNESSE	8, 99 %	1283
CONTE	3, 71 %	529
DANSE FOLKLORIQUE	1, 98 %	283
AUTRES (VEUILLEZ PRÉCISER)	3, 83 %	546
TOTAL DES RÉPONDANTS	**15 344**	

ANNEXE A
SECTION 1 - PRATIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE

QUESTION 3 À QUELLE FRÉQUENCE ASSISTEZ - VOUS À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE ?

FIGURE 3

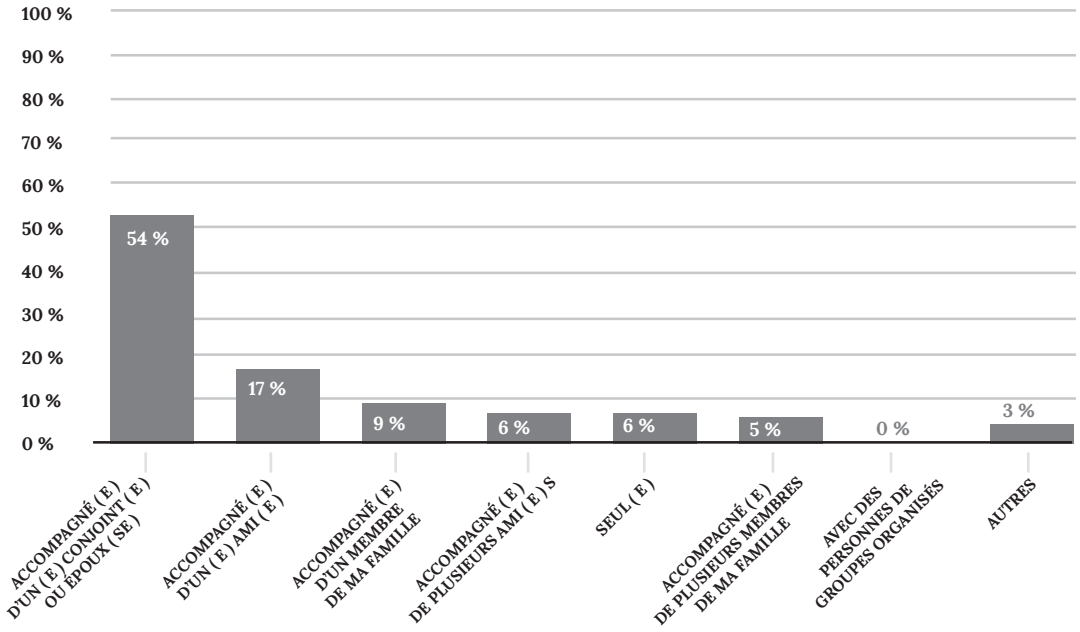


QUESTION 3

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
PLUS D'UNE FOIS PAR SEMAINE	1, 03 %	144
UNE FOIS PAR SEMAINE	4, 22 %	590
UNE FOIS PAR MOIS	29, 98 %	4195
UNE FOIS PAR TROIS MOIS	40, 10 %	5610
UNE FOIS PAR SIX MOIS	18, 24 %	2552
UNE FOIS PAR ANNÉE	5, 58 %	778
MOINS D'UNE FOIS PAR ANNÉE	0, 87 %	122
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13991**

FIGURE 4

QUESTION 4 GÉNÉRALEMENT, QUAND VOUS ASSISTEZ À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE, Y ALLEZ - VOUS :



QUESTION 4

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ACCOMPAGNÉ (E) D' UN (E) CONJOINT (E) OU ÉPOUX (SE)	54, 21 %	7318
ACCOMPAGNÉ (E) D'UN (E) AMI (E)	17, 11 %	2576
ACCOMPAGNÉ (E) D'UN MEMBRE DE MA FAMILLE	8, 67 %	1201
ACCOMPAGNÉ (E) DE PLUSIEURS AMI (E) S	5, 94 %	765
SEUL (E)	5, 51 %	962
ACCOMPAGNÉ (E) DE PLUSIEURS MEMBRES DE MA FAMILLE	5, 34 %	731
AVEC DES PERSONNES DE GROUPES ORGANISÉS	0, 39 %	46
AUTRES (VEUILLEZ PRÉCISER)	2, 83 %	392
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13991**

ANNEXE A
SECTION 1 - PRATIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE

QUESTION 5 VOUS DÉPLACEZ - VOUS DANS UNE AUTRE MUNICIPALITÉ QUE CELLE DE VOTRE RÉSIDENCE PRINCIPALE LORSQUE VOUS ASSISTEZ À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE ?

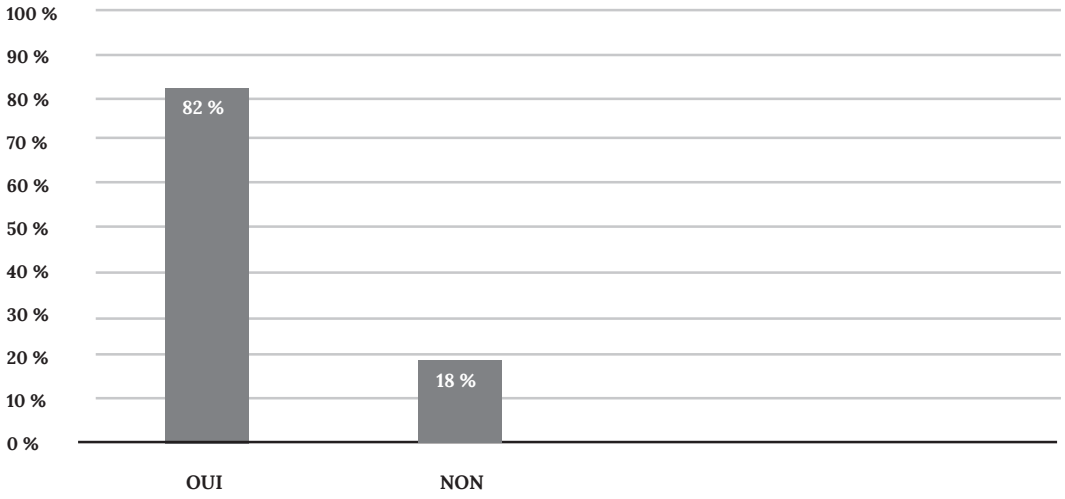


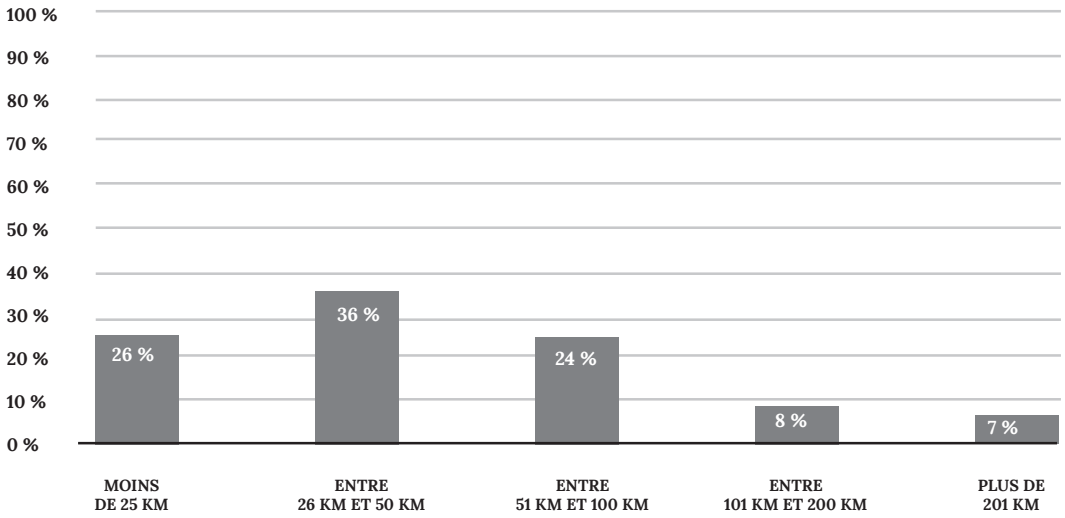
FIGURE 5

QUESTION 5

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	81, 76 %	5205
NON	18, 24 %	1161
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**6366**

FIGURE 6

QUESTION 6 JUSQU'À COMBIENS DE KILOMÈTRE (KM) VOUS DÉPLACEZ - VOUS POUR ASSISTER À DES SPECTACLES PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE ?



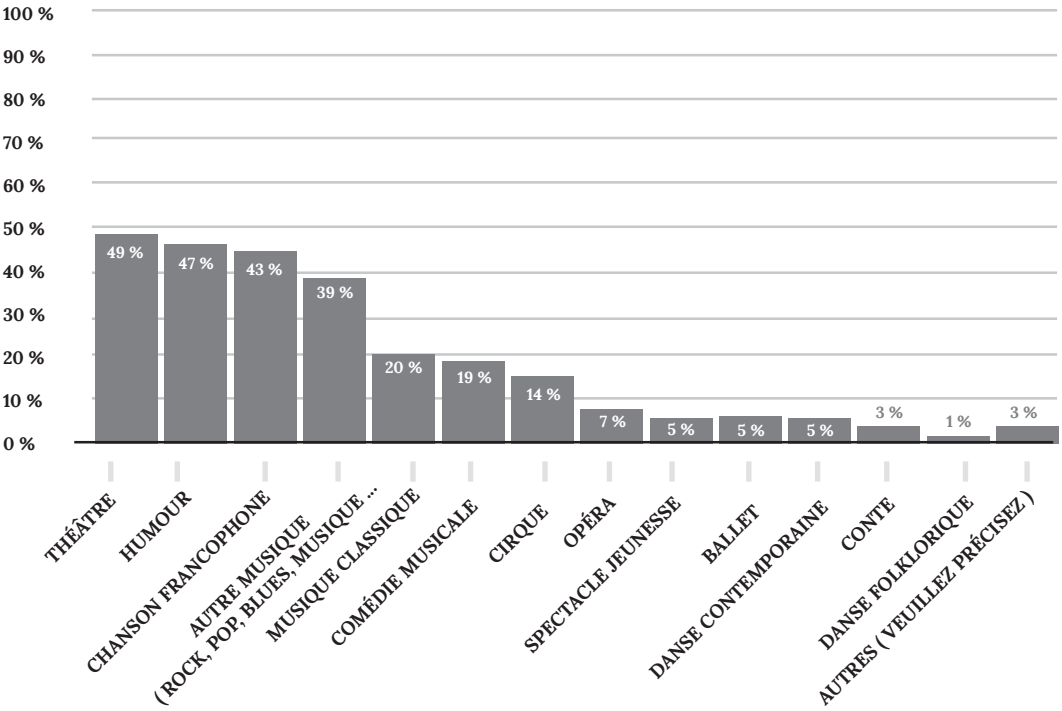
QUESTION 6

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
MOINS DE 25 KM	25, 59 %	1318
ENTRE 26 KM ET 50 KM	35, 70 %	1839
ENTRE 51 KM ET 100 KM	23, 74 %	1223
ENTRE 101 ET ET 200 KM	8, 39 %	432
PLUS DE 201 KM	6, 58 %	339
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**5151**

ANNEXE A
SECTION 1 - PRATIQUES DES ARTS DE LA SCÈNE

QUESTION 7 À QUELS TYPES DE SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS DES ARTS DE LA SCÈNE AVEZ - VOUS ASSISTÉ EN DEHORS DE LA MUNICIPALITÉ OÙ SE SITUE VOTRE RÉSIDENCE PRINCIPALE?

FIGURE 7

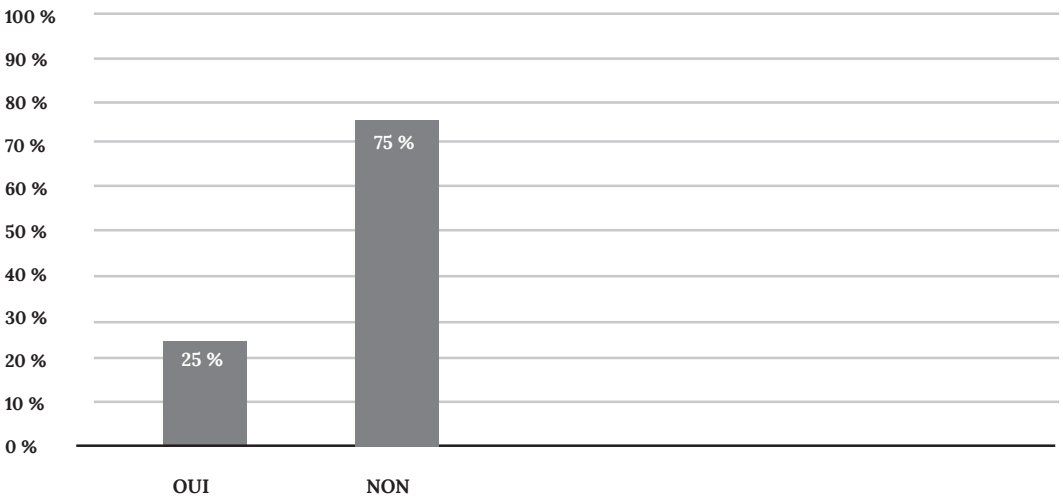


QUESTION 7

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
THÉÂTRE	48, 59 %	2503
HUMOUR	46, 81 %	2411
CHANSON FRANCOPHONE	42, 67 %	2198
AUTRE MUSIQUE (ROCK, POP, BLUES, MUSIQUE DU MONDE, ETC.)	38, 63 %	1990
MUSIQUE CLASSIQUE	20, 27 %	1044
COMÉDIE MUSICALE	19, 49 %	1004
CIRQUE	14, 15 %	729
OPÉRA	7, 40 %	381
SPECTACLE JEUNESSE	5, 38 %	277
BALLET	5, 01 %	258
DANSE CONTEMPORAINE	4, 83 %	249
CONTE	2, 93 %	151
DANSE FOLKLORIQUE	1, 07 %	55
AUTRE (VEUILLEZ PRÉCISER)	3, 01 %	155
TOTAL DES RÉPONDANTS		**5151**

QUESTION 8 AVEZ - VOUS DÉJÀ ASSISTÉ À DES «ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES» ?

FIGURE 8



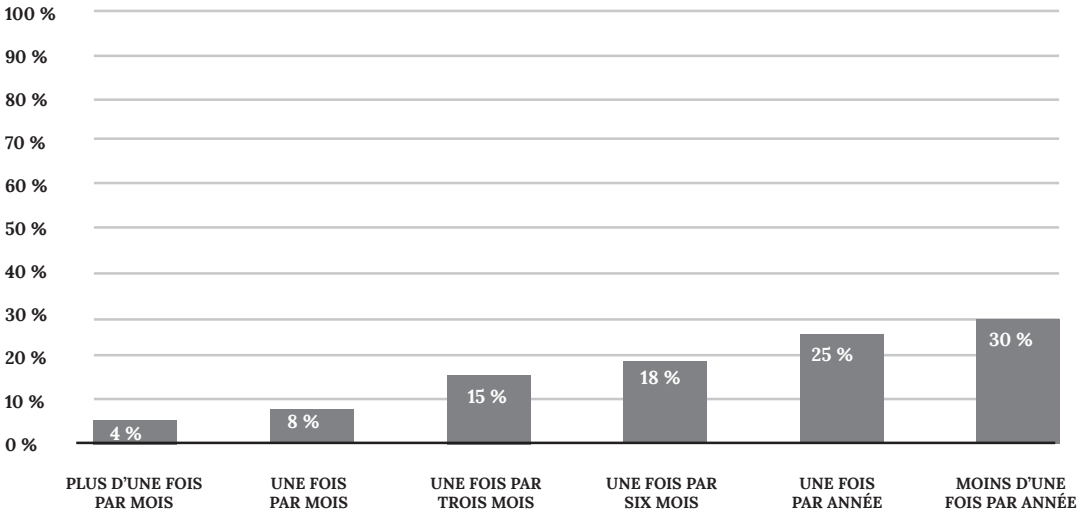
QUESTION 8

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	24, 91 %	3417
NON	75, 09 %	10300
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13717**

ANNEXE A
SECTION 2 - ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

QUESTION 9 À QUELLE FRÉQUENCE ASSISTEZ - VOUS À DES « ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES » ?

FIGURE 9

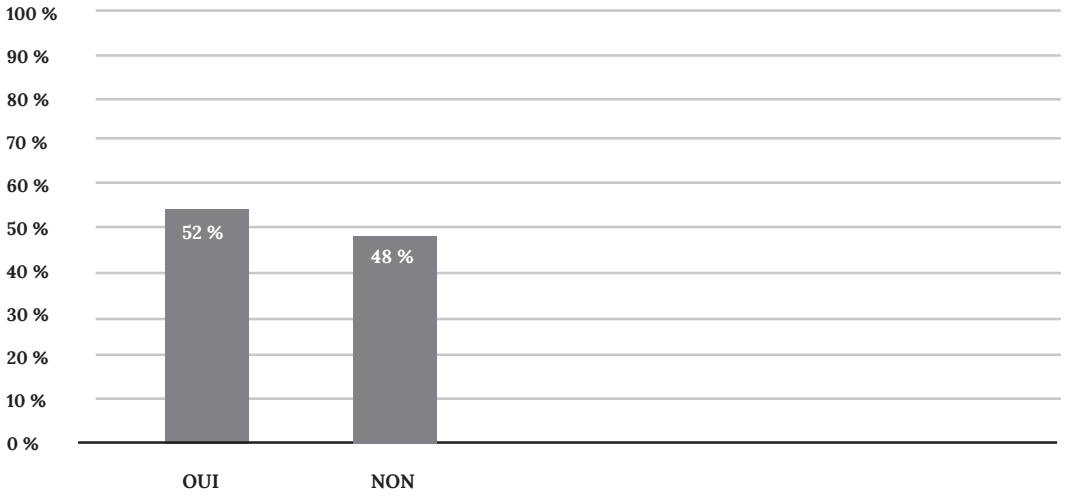


QUESTION 9

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
PLUS D'UNE FOIS PAR MOIS	3, 68 %	124
UNE FOIS PAR MOIS	8, 38 %	282
UNE FOIS PAR TROIS MOIS	15, 36 %	517
UNE FOIS PAR SIX MOIS	17, 59 %	592
UNE FOIS PAR ANNÉE	25, 25 %	850
MOINS D'UNE FOIS PAR ANNÉE	29, 74 %	1001
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

FIGURE 10

QUESTION 10 **LE FAIT QUE LE SPECTACLE PROJETÉ AIT LIEU EN DIRECT (LIVE) A - T - IL UNE IMPORTANCE POUR VOUS ?**



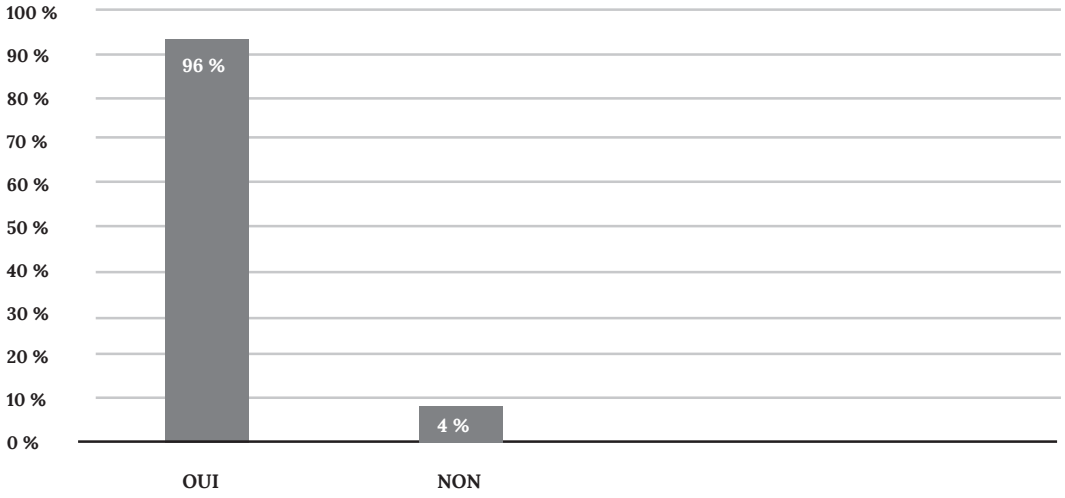
QUESTION 10

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	52, 32 %	1761
NON	47, 68 %	1605
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

ANNEXE A
SECTION 2 - ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

QUESTION 11 POUR VOUS, ALLER AU CINÉMA LORS D'UN ÉVÉNEMENT CINÉMATOGRAPHIQUE EST - IL UNE SORTIE ?

FIGURE 11

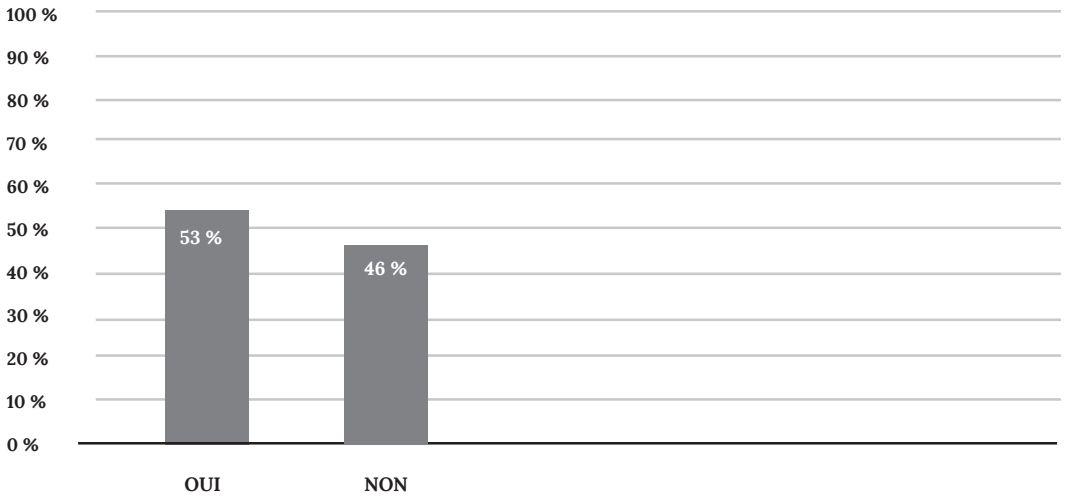


QUESTION 11

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	95, 72 %	3222
NON	4, 28 %	144
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

FIGURE 12

QUESTION 12 AVEZ - VOUS UN CINÉMA PRÉFÉRÉ OÙ ASSISTER À DES ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES ?



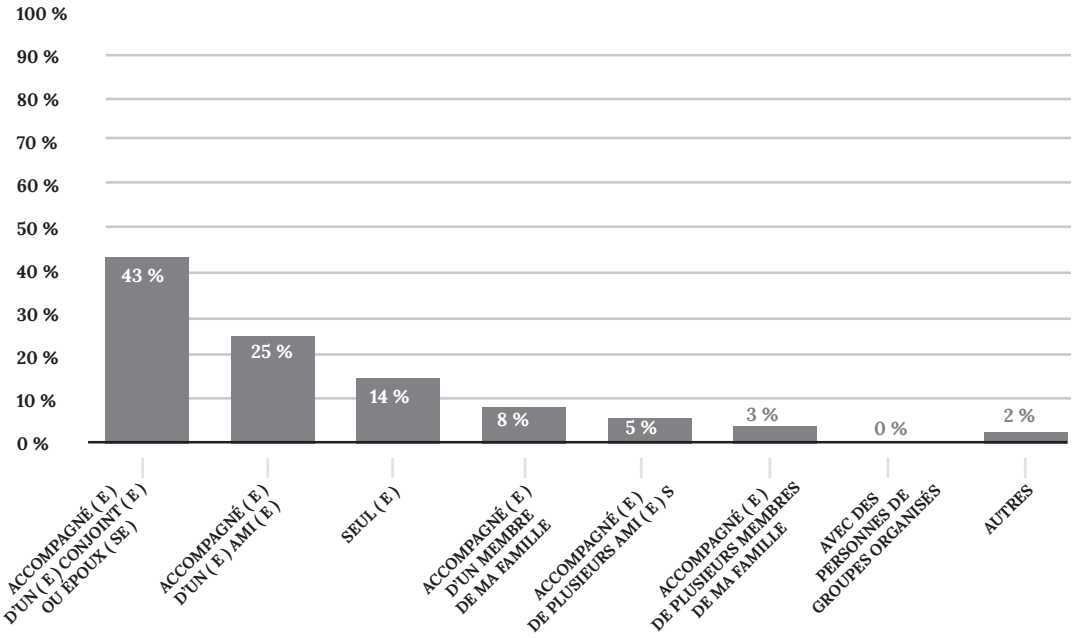
QUESTION 12

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	53, 12 %	1788
NON	46, 88 %	1578
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

ANNEXE A
SECTION 2 - ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

QUESTION 13 GÉNÉRALEMENT, QUAND VOUS ASSISTEZ À DES ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES, Y ALLEZ - VOUS :

FIGURE 13



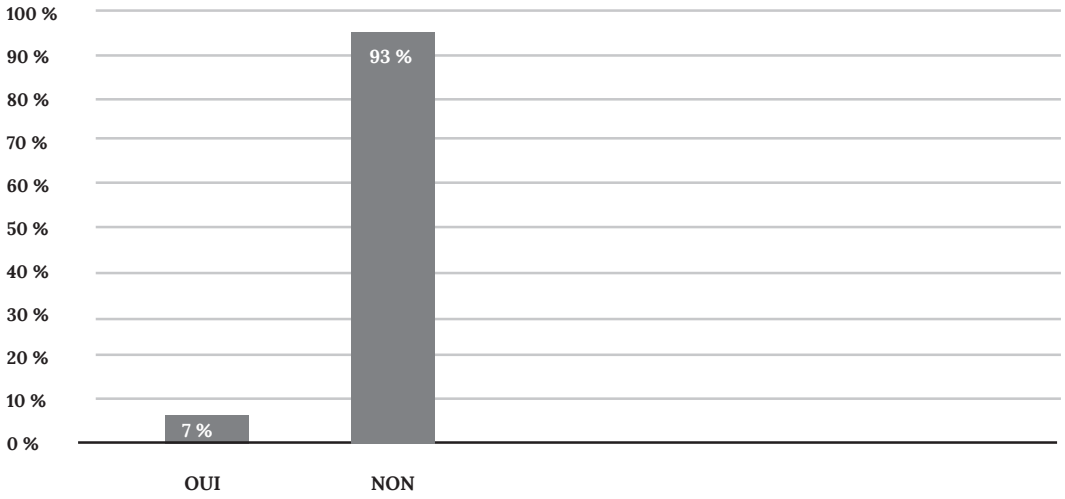
QUESTION 13

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ACCOMPAGNÉ (E) D' UN (E) CONJOINT (E) OU ÉPOUX (SE)	42, 75 %	1439
ACCOMPAGNÉ (E) D'UN (E) AMI (E)	25, 46 %	857
SEUL (E)	14, 05 %	473
ACCOMPAGNÉ (E) D'UN MEMBRE DE MA FAMILLE	7, 90 %	266
ACCOMPAGNÉ (E) DE PLUSIEURS AMI (E) S	4, 75 %	160
ACCOMPAGNÉ (E) DE PLUSIEURS MEMBRES DE MA FAMILLE	2, 88 %	97
AVEC DES PERSONNES DE GROUPES ORGANISÉS	0, 21 %	7
AUTRES (VEUILLEZ PRÉCISER)	1, 99 %	67
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

ANNEXE A
SECTION 2 - ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

QUESTION 14 ÊTES - VOUS ABONNÉ À UNE SAISON DE PROJECTIONS D'OPÉRAS AU CINÉMA ?

FIGURE 14



QUESTION 14

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	6, 98 %	14273
NON	93, 02 %	1071
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**15344**

ANNEXE A
SECTION 2 - ÉVÉNEMENTS CINÉMATOGRAPHIQUES

QUESTION 15 ASSISTEZ - VOUS UNIQUEMENT À DES PROJECTIONS DU METROPOLITAIN OPERA DE NEW YORK (MET) ?

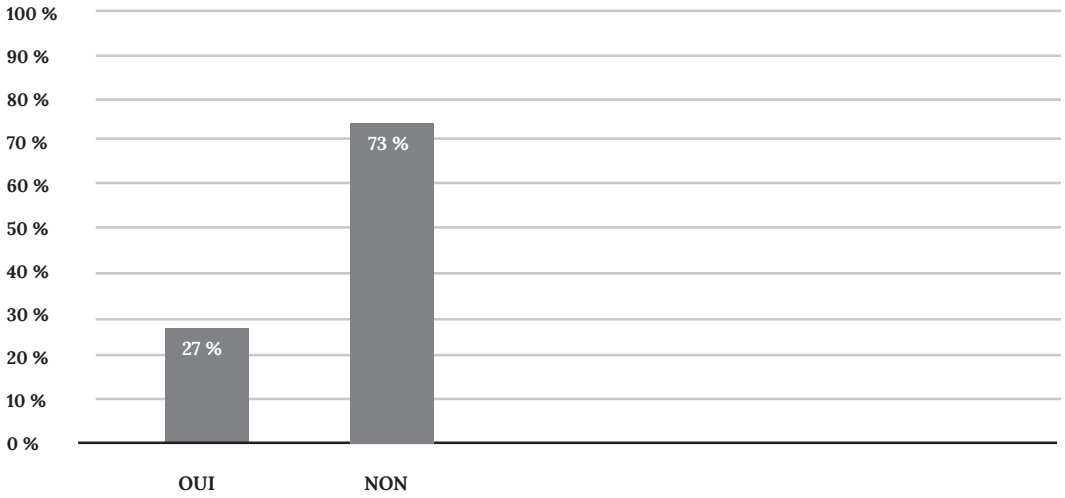


FIGURE 15

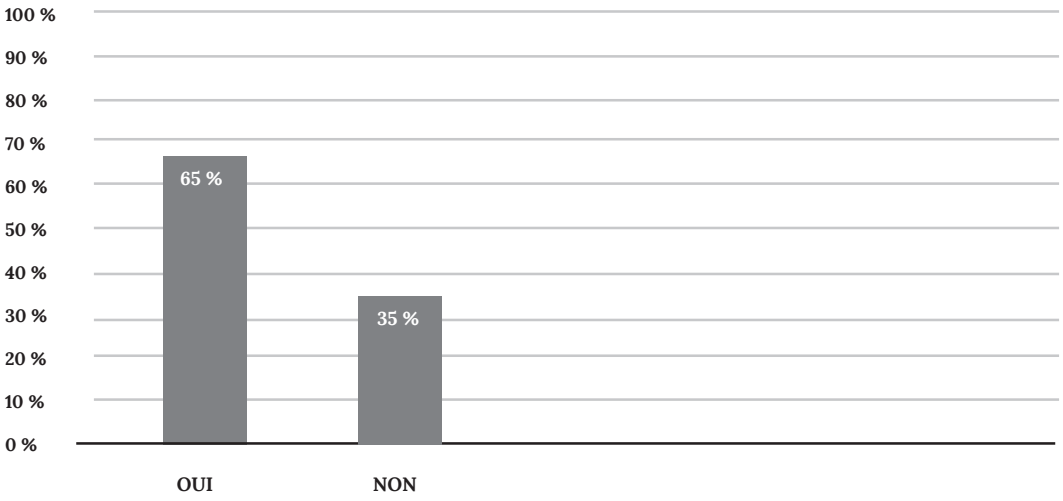
CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	27, 12 %	913
NON	72, 88 %	2453
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**3366**

QUESTION 15

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 16

QUESTION 16 **SI UNE SALLE DE SPECTACLE PRÈS DE CHEZ VOUS PRÉSENTAIT DES PROJECTIONS DE SPECTACLES SUR GRAND ÉCRAN (MUSIQUE, DANSE, THÉÂTRE, ETC.) SERIEZ - VOUS INTÉRESSÉ À Y ASSISTER ?**



QUESTION 16

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	65, 43 %	8905
NON	34, 57 %	4705
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13610**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 17 **QUELS TYPES DE SPECTACLES PROJETÉS SUR GRAND ÉCRAN IRIEZ - VOUS VOIR DANS UNE SALLE DE SPECTACLES PRÈS DE CHEZ VOUS ?**

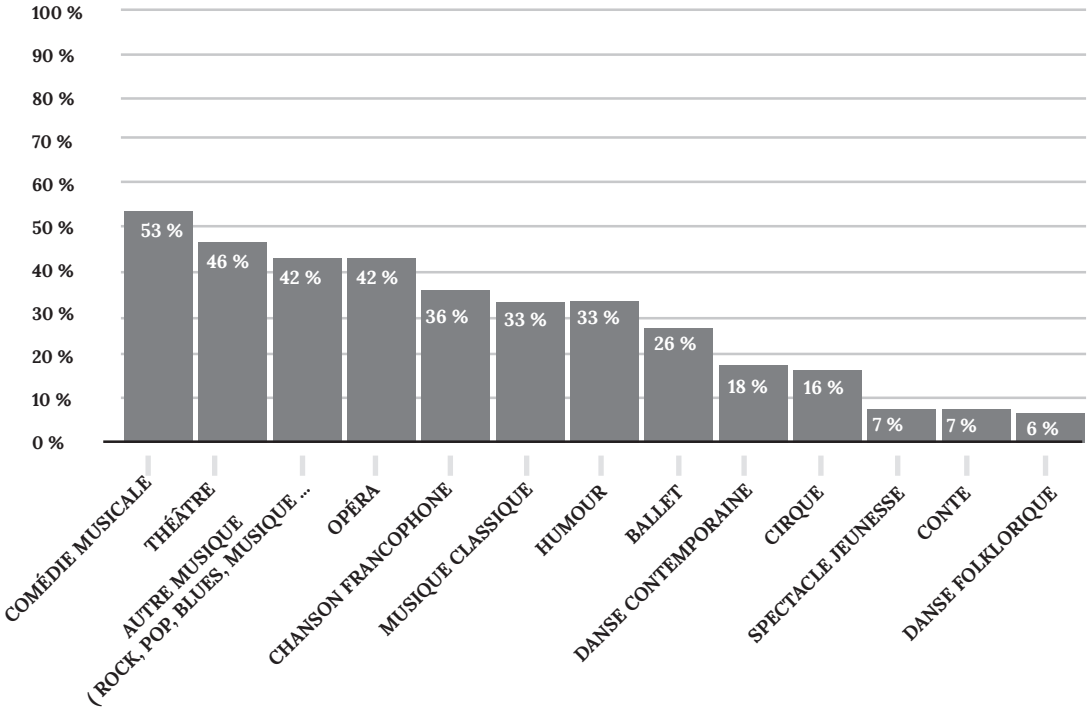


FIGURE 17

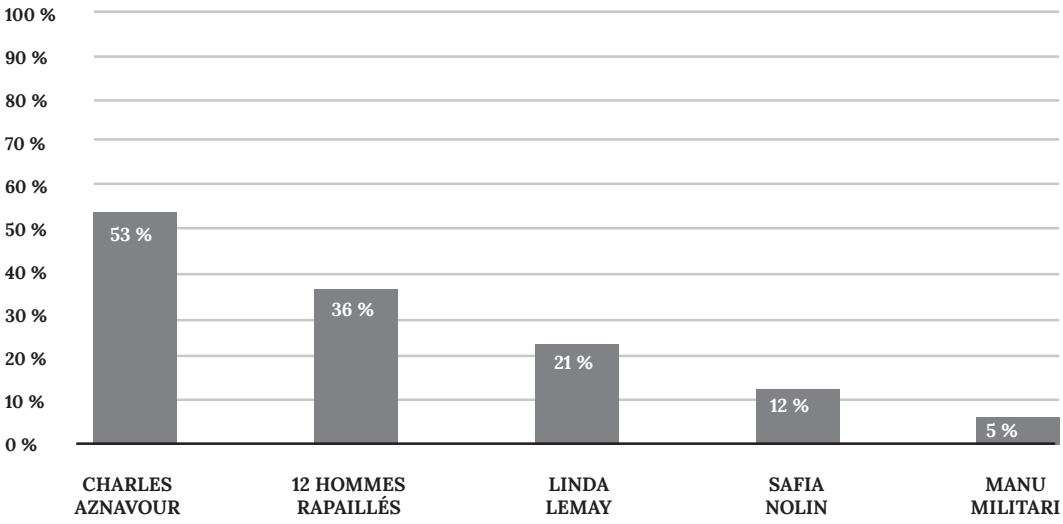
QUESTION 17

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
COMÉDIE MUSICALE	52, 70 %	4693
THÉÂTRE	45, 72 %	4071
AUTRE MUSIQUE (ROCK, POP, BLUES, MUSIQUE DU MONDE, ETC.)	41, 73 %	3716
OPÉRA	41, 72 %	3715
CHANSON FRANCOPHONE	36, 41 %	3242
MUSIQUE CLASSIQUE	32, 99 %	2938
HUMOUR	32, 64 %	2907
BALLET	26, 02 %	2317
DANSE CONTEMPORAINE	17, 61 %	1568
CIRQUE	15, 59 %	1388
SPECTACLE JEUNESSE	7, 33 %	653
CONTE	7, 32 %	652
DANSE FOLKLORIQUE	6, 01 %	535
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 18

QUESTION 18 CHANSON FRANCOPHONE



QUESTION 18

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
CHARLES AZNAVOUR	52, 77 %	4699
12 HOMMES RAPAILLÉS	35, 81 %	3189
LINDA LEMAY	21, 39 %	1905
SAFIA NOLIN	11, 95 %	1064
MANU MILITARI	4, 56 %	406
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 19 CHANSON ANGLOPHONE

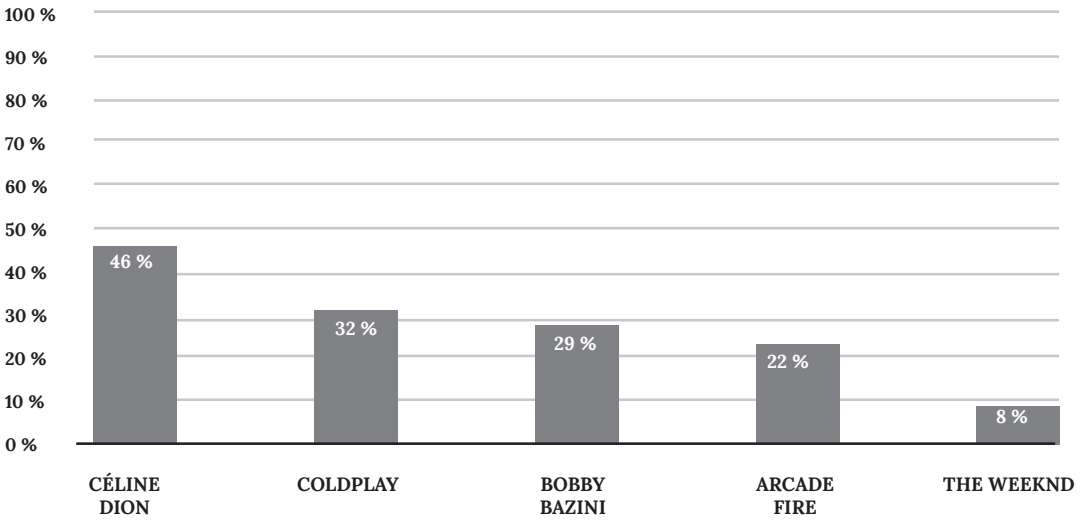


FIGURE 19

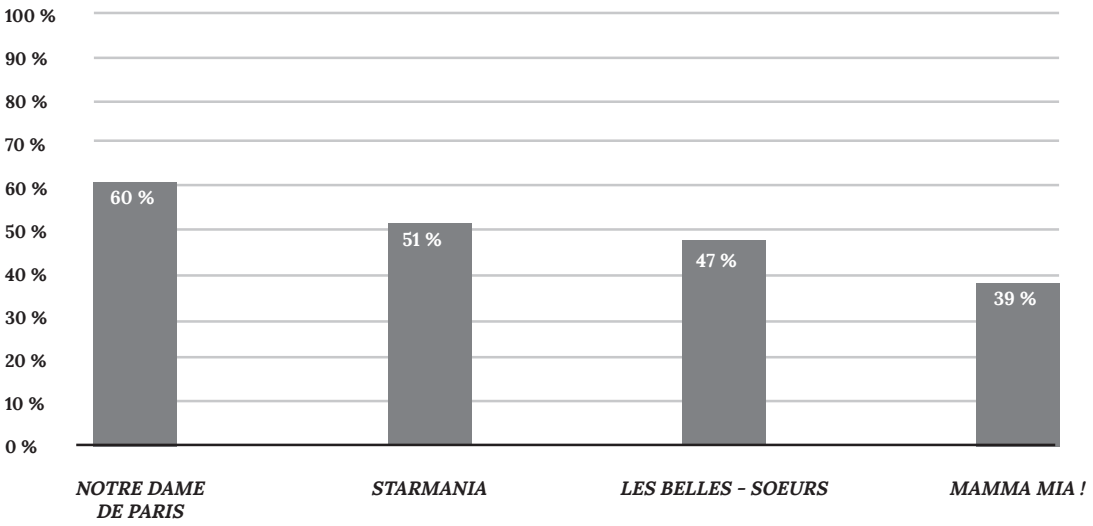
CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
CÉLINE DION	45, 85 %	4083
COLDPLAY	31, 96 %	2846
BOBBY BAZINI	29, 21 %	2601
ARCADE FIRE	22, 39 %	1994
THE WEEKND	8, 01 %	713
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

QUESTION 19

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 20

QUESTION 20 **COMÉDIE MUSICALES**



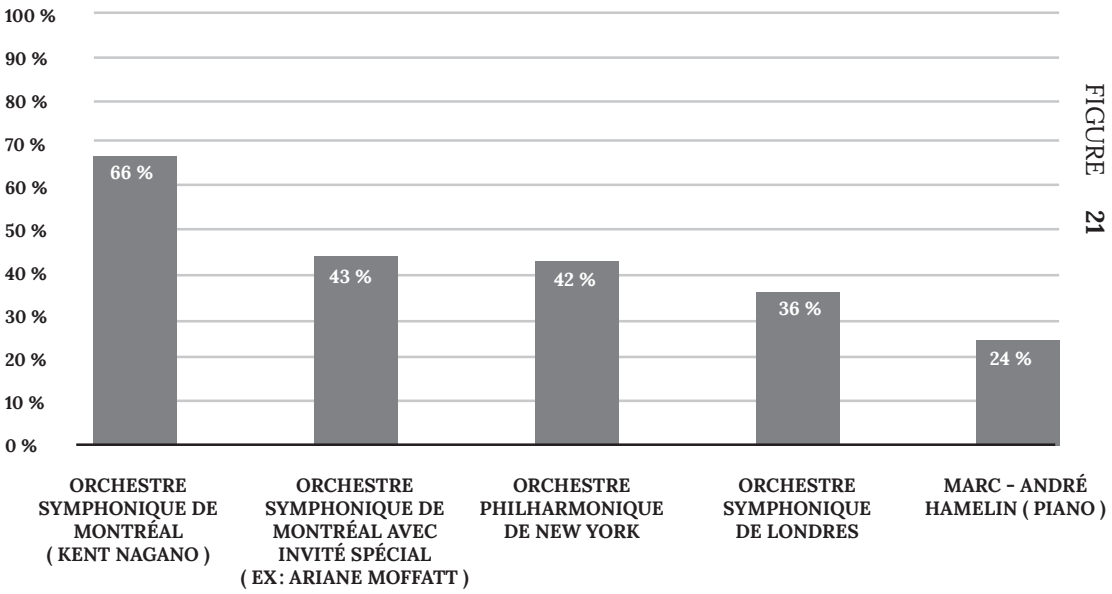
QUESTION 20

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
NOTRE DAME DE PARIS	59, 75 %	5321
STARMANIA	51, 26 %	4565
LES BELLES - SOEURS	46, 94 %	4180
MAMMA MIA !	39, 15 %	3486
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 21 MUSIQUE CLASSIQUE

FIGURE 21



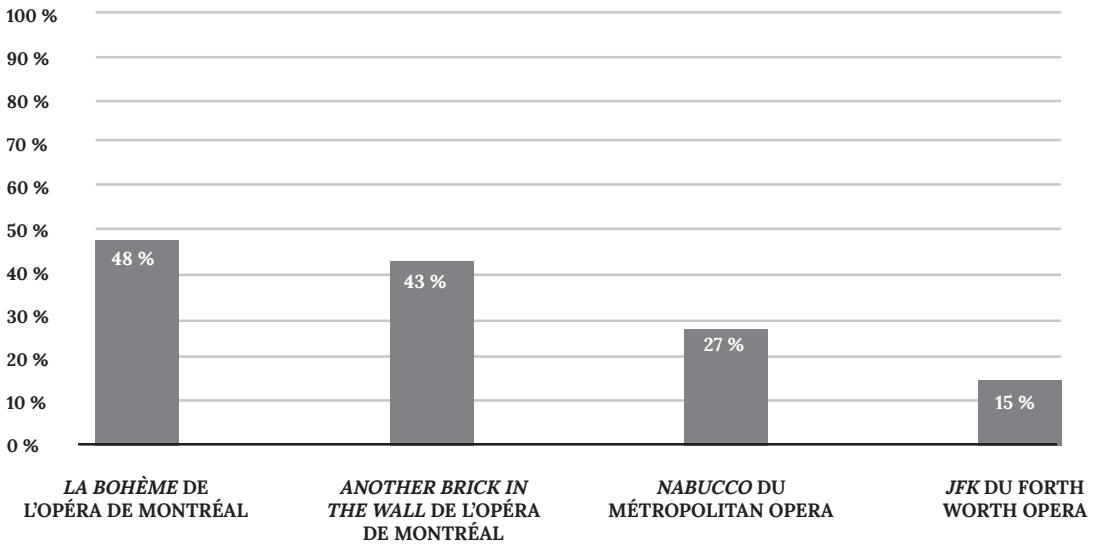
QUESTION 21

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL (KENT NAGANO)	65, 56 %	5838
ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE MONTRÉAL AVEC INVITÉ SPÉCIAL (EX : ARIANE MOFFATT)	42, 52 %	3786
ORCHESTRE PHILHARMONIQUE DE NEW YORK	41, 54 %	3699
ORCHESTRE SYMPHONIQUE DE LONDRES	36, 31 %	3233
MARC - ANDRÉ HAMELIN (PIANO)	23, 80 %	2119
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 22 OPÉRA

FIGURE 22



QUESTION 22

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
LA BOHÈME DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	48 16 %	4289
ANOTHER BRICK IN THE WALL DE L'OPÉRA DE MONTRÉAL	42, 94 %	3824
NABUCCO DU MÉTROPOLITAIN OPERA	27, 36 %	2436
JFK DU FORTH WORTH OPERA	14, 55 %	1296
TOTAL DES RÉPONDANTS		**2802**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 23 HUMOUR

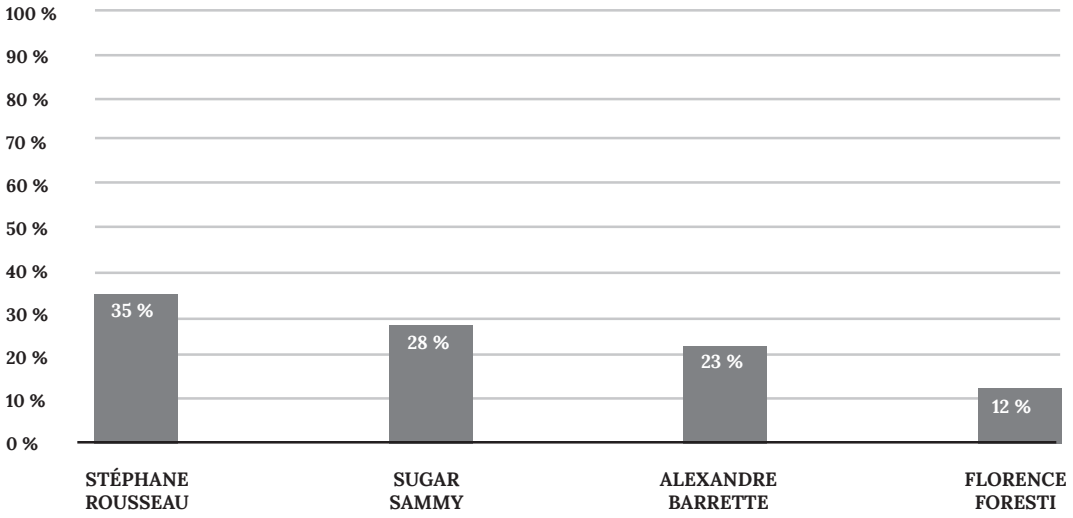


FIGURE 23

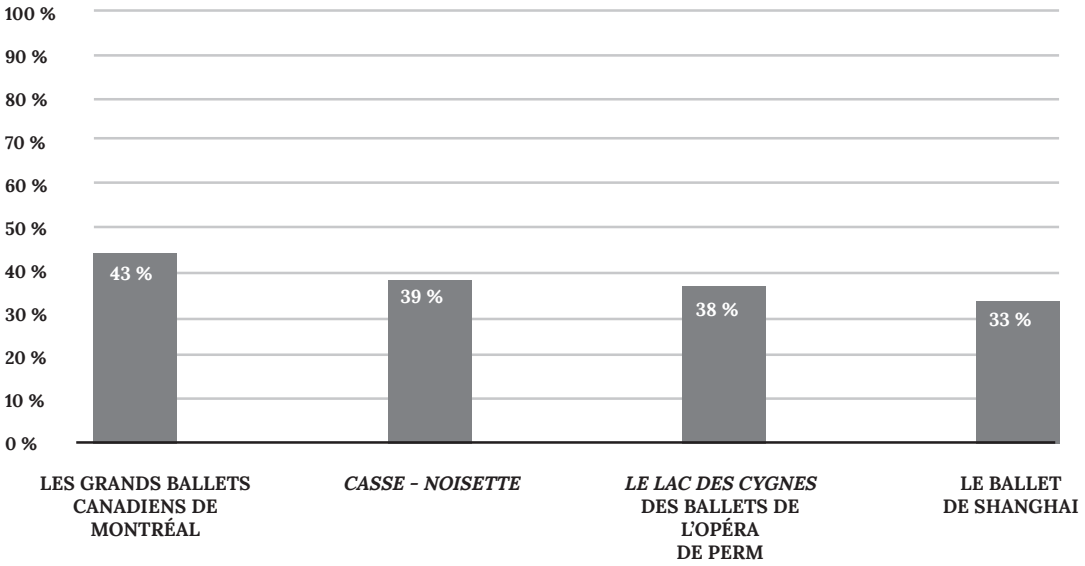
CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
STÉPHANE ROUSSEAY	35, 19 %	3134
SUGAR SAMMY	27, 62 %	2460
ALEXANDRE BARRETTE	23, 32 %	2077
FLORENCE FORESTI	12, 49 %	1112
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

QUESTION 23

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 24

QUESTION 24 **BALLET**



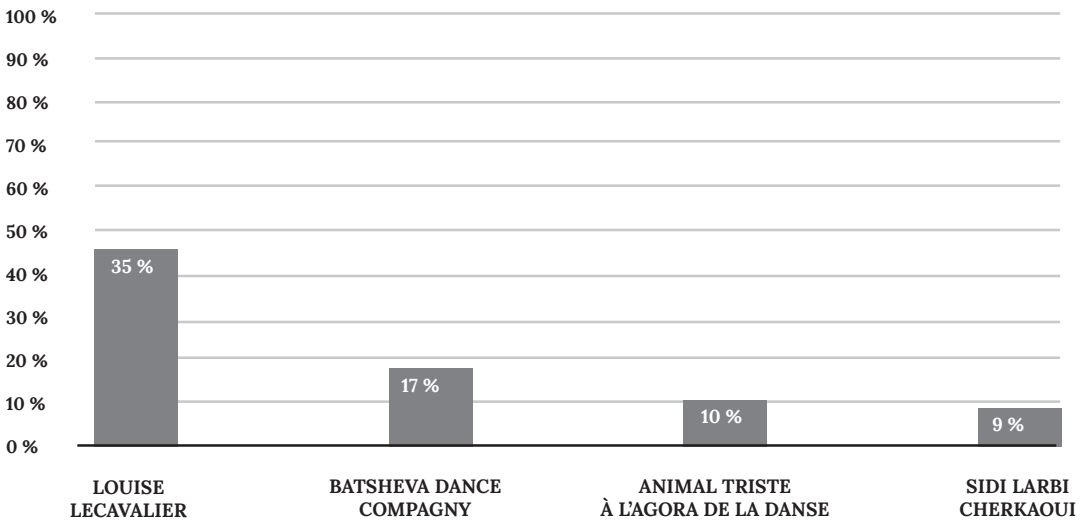
QUESTION 24

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
LES GRANDS BALLETS CANADIENS DE MONTRÉAL	42, 67 %	3800
CASSE - NOISETTE	39, 38 %	3507
LE LAC DES CYGNES DES BALLETS DE L'OPÉRA DE PERM	38, 27 %	3408
LE BALLET DE SHANGAI	33, 36 %	2971
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 25 DANSE CONTEMPORAINE

FIGURE 25



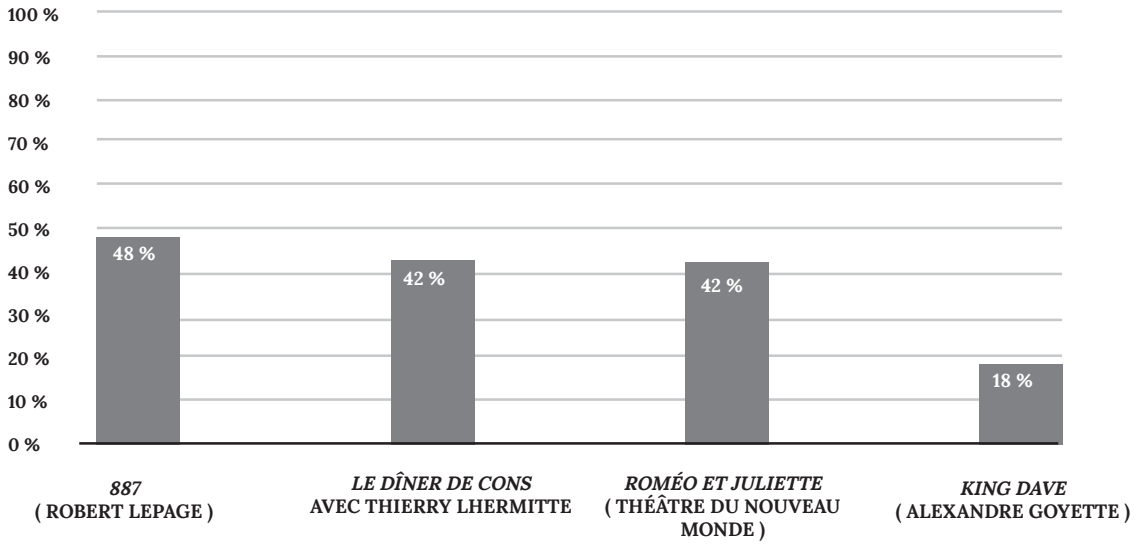
QUESTION 25

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
LOUISE LECAVALIER	34, 73 %	3093
BATSHEVA DANCE COMPAGNY	17, 22 %	1533
ANIMAL TRISTE À L'AGORA DE LA DANSE	10, 26 %	914
SIDI LARBI CHERKAOUI	9, 28 %	826
TOTAL DES RÉPONDANTS		**1769**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 26 THÉÂTRE

FIGURE 26



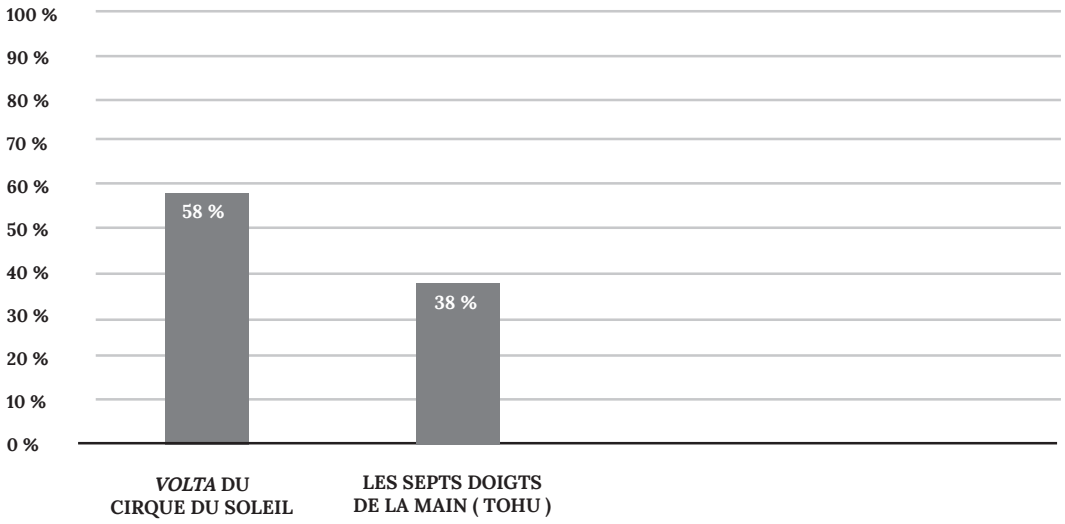
QUESTION 26

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
887 (ROBERT LEPAGE)	47, 68 %	4246
LE DÎNER DE CONS AVEC THIERRY LHERMITTE	42, 31 %	3768
ROMÉO ET JULIETTE (THÉÂTRE DU NOUVEAU MONDE)	42, 29 %	3766
KING DAVE (ALEXANDRE GOYETTE)	18, 29 %	1629
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 27 CIRQUE

FIGURE 27



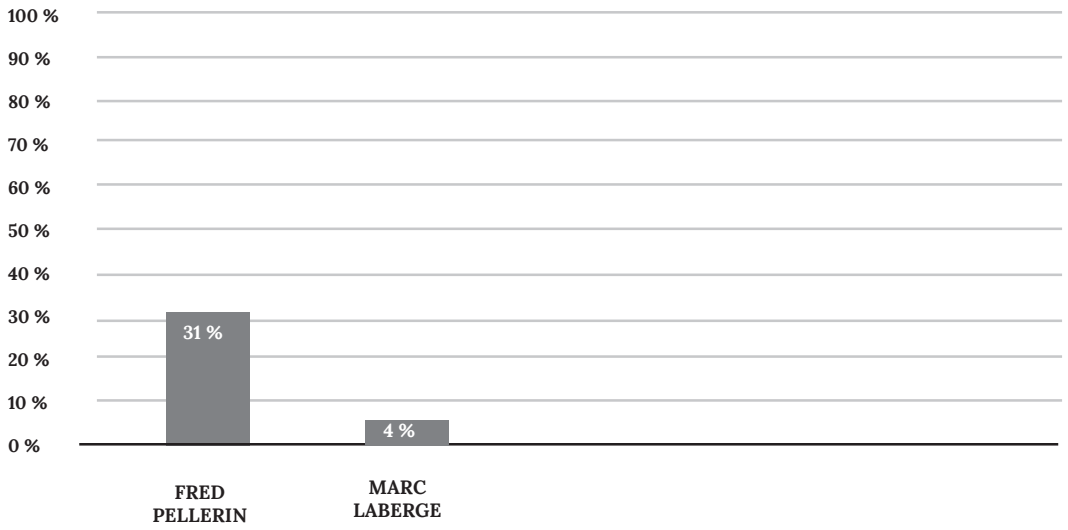
QUESTION 27

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
VOLTA DU CIRQUE DU SOLEIL	58, 20 %	5183
LES SEPTS DOIGTS DE LA MAIN (TOHU)	38, 20 %	3402
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 28

QUESTION 28 **CONTE**



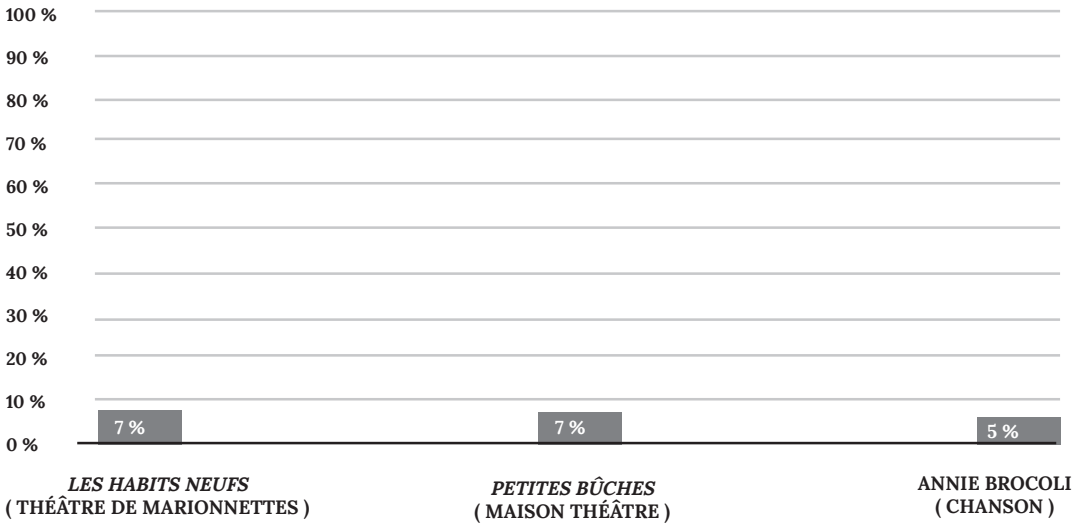
QUESTION 28

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
FRED PELLERIN	30, 90 %	2752
MARC LABERGE	4, 04 %	360
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

QUESTION 29 JEUNESSE

FIGURE 29



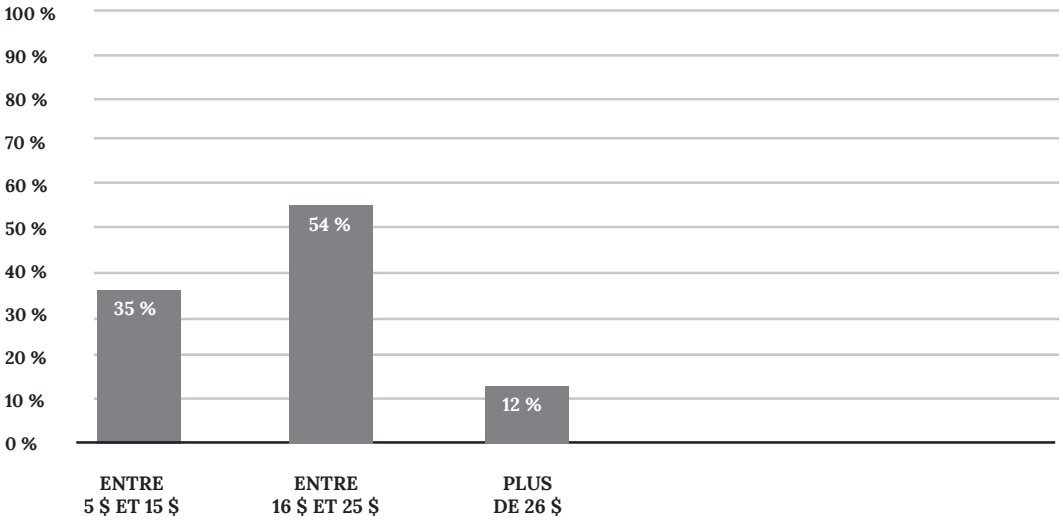
QUESTION 29

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
LES HABITS NEUFS (THÉÂTRE DE MARIONNETTES)	6, 96 %	620
PETITES BÛCHES (MAISON THÉÂTRE)	6, 66 %	593
ANNIE BROCOLI (CHANSON)	5, 37 %	476
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8905**

ANNEXE A
SECTION 3 - INTÉRÊT POUR LES PROJECTIONS DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT

FIGURE 30

QUESTION 30 QUELS PRIX PAYERIEZ - VOUS POUR ASSISTER À UNE PROJECTION DE SPECTACLE SUR GRAND ÉCRAN ?



QUESTION 30

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ENTRE 5 $ ET 15 $	34, 51 %	3012
ENTRE 16 $ ET 25 $	53, 67 %	4685
PLUS DE 26 $	11, 82 %	1032
TOTAL DES RÉPONDANTS	100 %	**8729**

ANNEXE A
SECTION 4 - HUMOUR

QUESTION 31 ASSISTEZ - VOUS À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS D'HUMOUR?

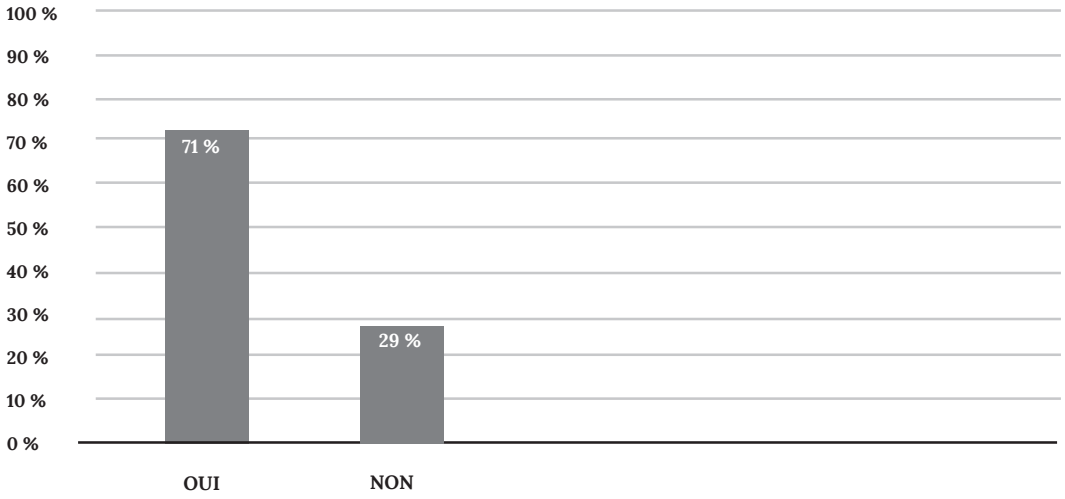


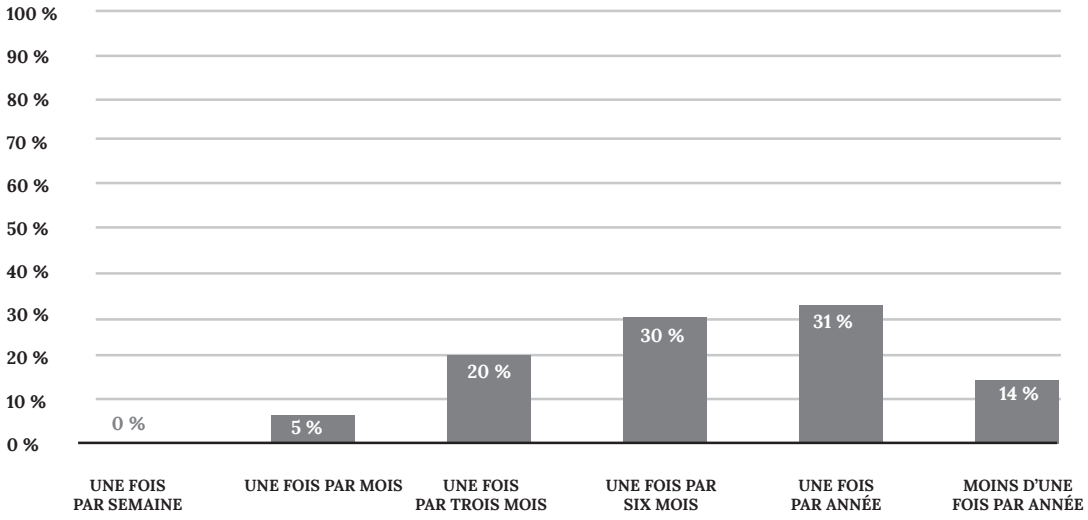
FIGURE 31

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	70, 51 %	9454
NON	29, 49 %	3954
TOTAL DES RÉPONDANTS		**13408**

QUESTION 31

FIGURE 32

QUESTION 32 À QUELLE PRÉQUENCE ASSISTEZ - VOUS À DES SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS D'HUMOUR ?

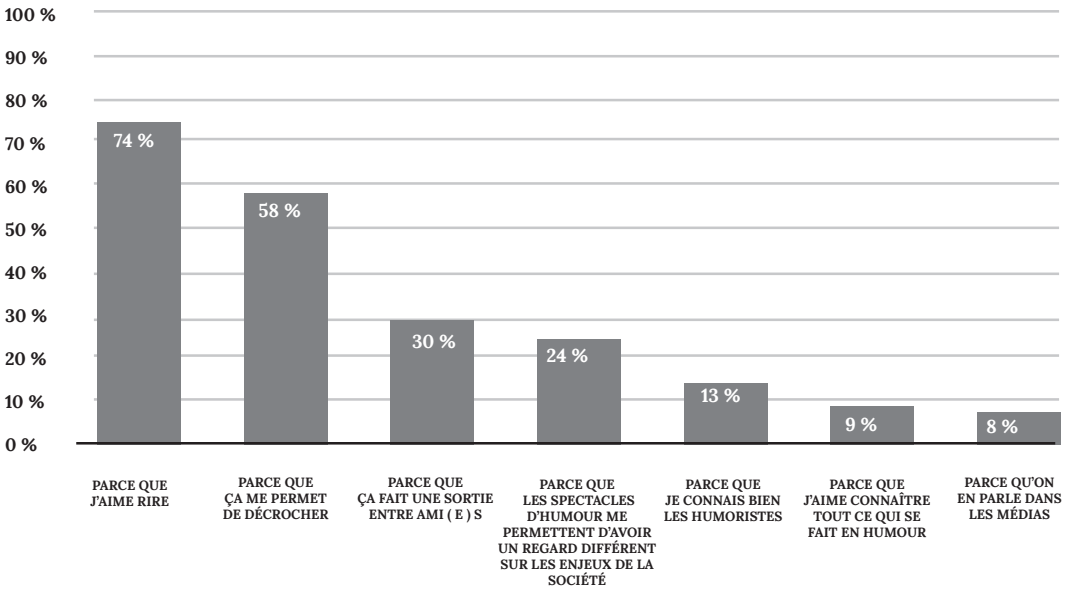


QUESTION 32

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
UNE FOIS PAR SEMAINE	0, 19 %	18
UNE FOIS PAR MOIS	4, 77 %	448
UNE FOIS PAR TROIS MOIS	19, 88 %	1867
UNE FOIS PAR SIX MOIS	30, 02 %	2819
UNE FOIS PAR ANNÉE	30, 94 %	2905
MOINS D'UNE FOIS PAR ANNÉE	14, 19 %	1332
TOTAL DES RÉPONDANTS		**13299**

QUESTION 33 POUR QUELLES RAISONS ASSISTEZ-VOUS À DES SPECTACLES D'HUMOUR ? (COCHEZ TOUTES LES RAISONS QUI S'APPLIQUENT)

FIGURE 33

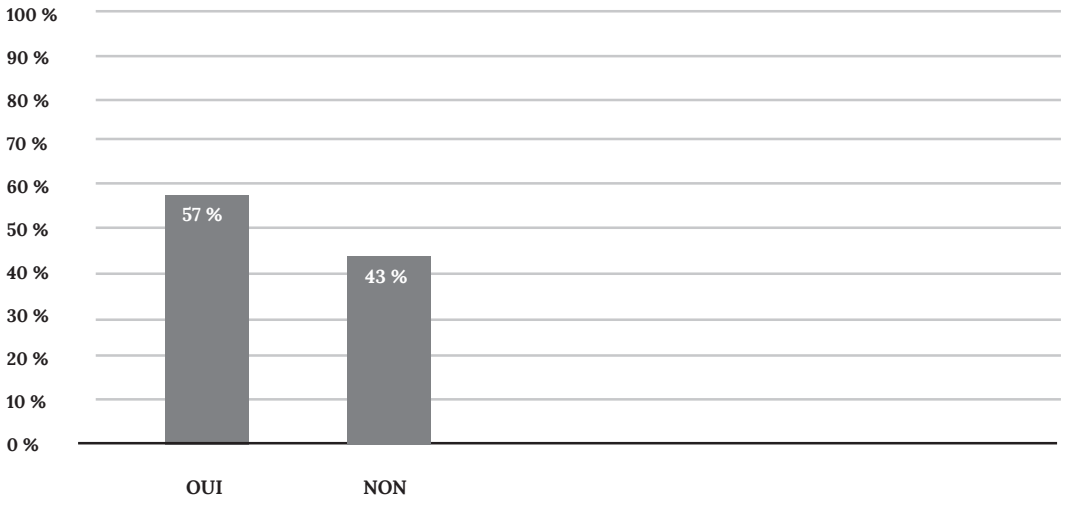


QUESTION 33

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
PARCE QUE J'AIME RIRE	74, 34 %	6989
PARCE QUE ÇA ME PERMET DE DÉCROCHER	58, 26 %	5470
PARCE QUE ÇA FAIT UNE SORTIE ENTRE AMI (E) S	30, 39 %	2853
PARCE QUE LES SPECTACLES D'HUMOUR ME PERMETTENT D'AVOIR UN REGARD DIFFÉRENT SUR LES ENJEUX DE LA SOCIÉTÉ	23, 57 %	2212
PARCE QUE JE CONNAIS BIEN LES HUMORISTES	13, 09 %	1229
PARCE QUE J'AIME CONNAÎTRE TOUT CE QUI SE FAIT EN HUMOUR	9, 37 %	880
PARCE QU'ON EN PARLE DANS LES MÉDIAS	7, 59 %	713
TOTAL DES RÉPONDANTS		**8389**

FIGURE 34

QUESTION 34 IRIEZ - VOUS VOIR UN SPECTACLE D'HUMOUR D'UN HUMORISTE QUE VOUS NE CONNAISSEZ PAS ?



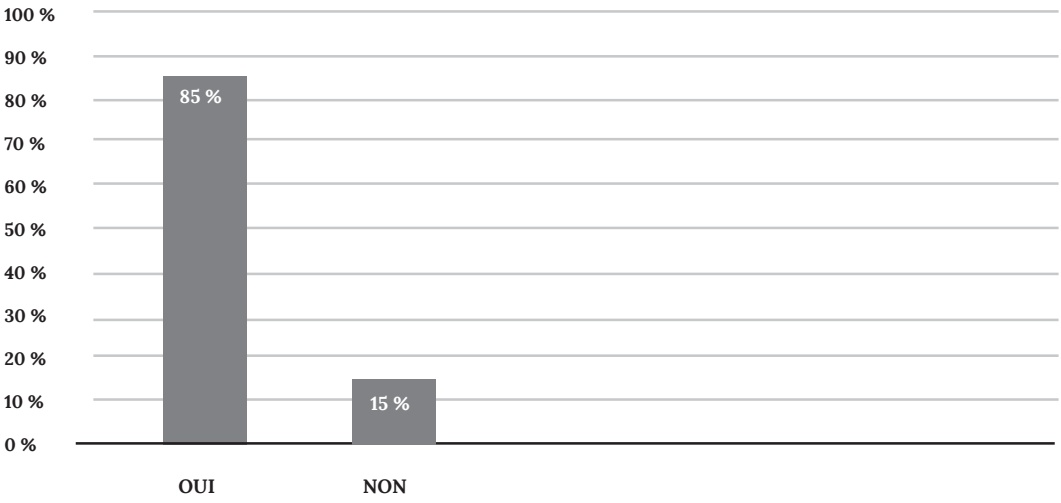
QUESTION 34

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	57, 17 %	5368
NON	42, 83 %	4021
TOTAL DES RÉPONDANTS		**9389**

ANNEXE A
SECTION 4 - HUMOUR

QUESTION 35 **REGARDEZ - VOUS DE L'HUMOUR VIA D'AUTRES PLATEFORMES QUE LORS DE SPECTACLES PROFESSIONNELS PAYANTS (PAR EXEMPLE : INTERNET, TÉLÉVISION, ETC.) ?**

FIGURE 35

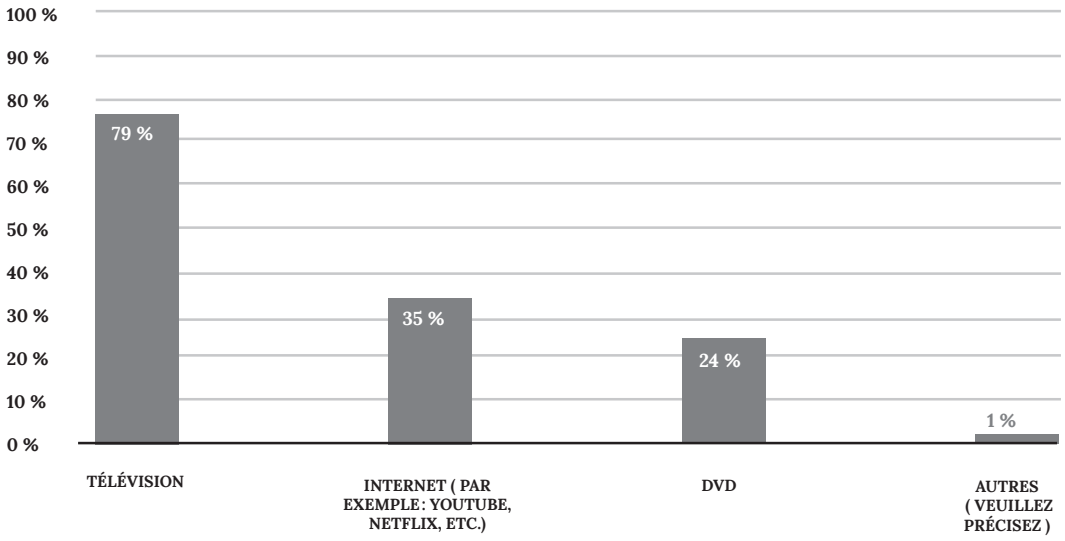


QUESTION 35

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	84, 61 %	7944
NON	15, 39 %	1445
TOTAL DES RÉPONDANTS		**9389**

FIGURE 36

QUESTION 36 VIA QUELLES PLATEFORMES REGARDEZ VOUS DE L'HUMOUR ?



QUESTION 36

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
TÉLÉVISION	78, 86 %	7404
INTERNET (PAR EXEMPLE : YOUTUBE, NETFLIX, ETC.)	34, 56 %	3245
DVD	24, 41 %	2292
AUTRES	0, 95 %	89
TOTAL DES RÉPONDANTS		**9389**

QUESTION 37 ASSISTEZ - VOUS À DES SPECTACLES JEUNESSE PROFESSIONNELS PAYANTS ?

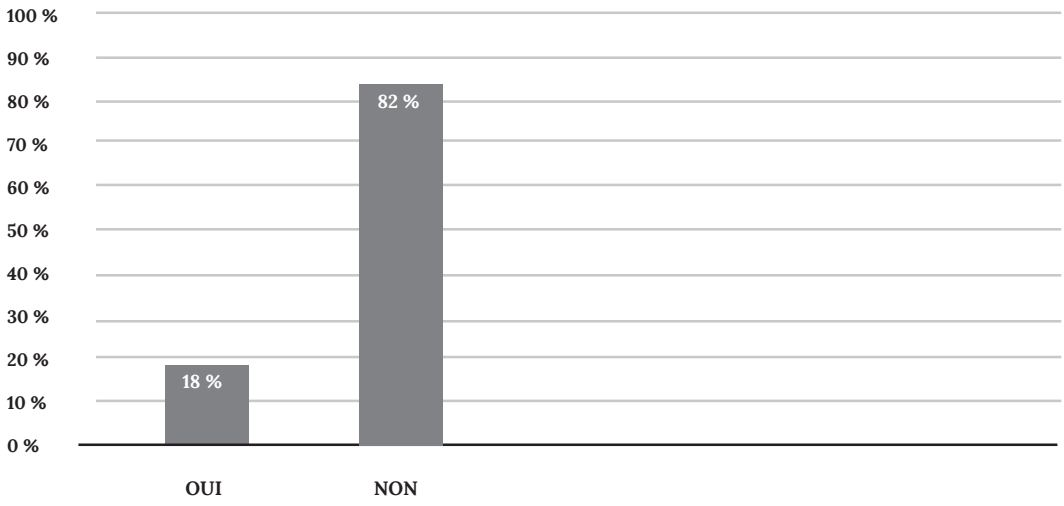


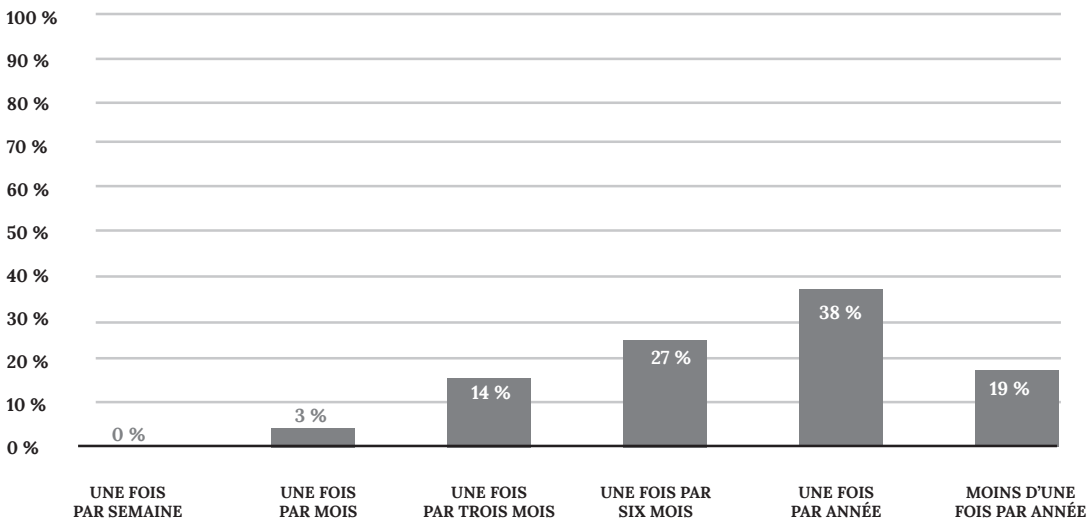
FIGURE 37

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	18, 42 %	2451
NON	81, 58 %	10858
TOTAL DES RÉPONDANTS		13309

QUESTION 37

FIGURE 38

QUESTION 38 À QUELLE FRÉQUENCE ASSISTEZ - VOUS À DES SPECTACLES JEUNESSE PROFESSIONNELS PAYANTS ?



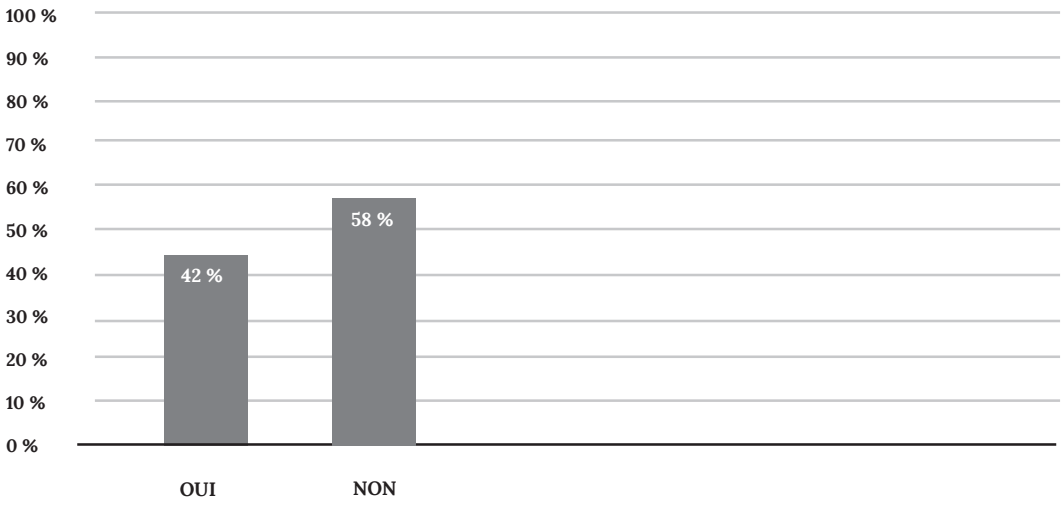
QUESTION 38

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
UNE FOIS PAR SEMAINE	0, 08 %	2
UNE FOIS PAR MOIS	3, 03 %	74
UNE FOIS PAR TROIS MOIS	13, 70 %	335
UNE FOIS PAR SIX MOIS	26, 94 %	659
UNE FOIS PAR ANNÉE	37, 74 %	923
MOINS D'UNE FOIS PAR ANNÉE	18, 52 %	453
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100%**	**2446**

ANNEXE A
SECTION 5 - JEUNESSE

QUESTION 39 AIMERIEZ - VOUS ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES JEUNESSE SUR GRAND ÉCRAN ?

FIGURE 39

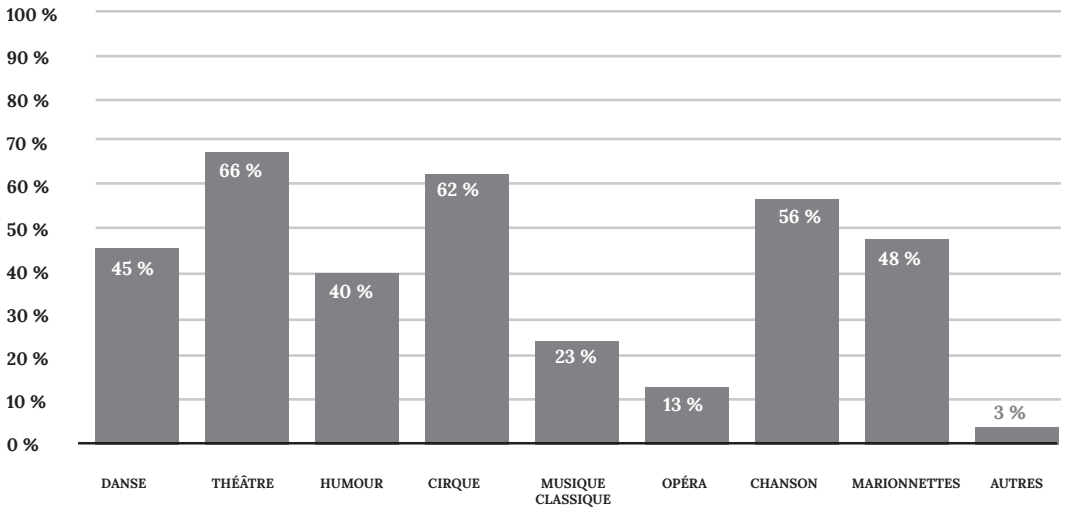


QUESTION 39

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
OUI	42, 03 %	1029
NON	57, 97 %	1419
TOTAL DES RÉPONDANTS		**2448**

FIGURE 40

QUESTION 40 **QUELS TYPES DE SPECTACLES JEUNESSE PROJETÉS AIMERIEZ - VOUS VOIR SUR GRAND ÉCRAN ?**

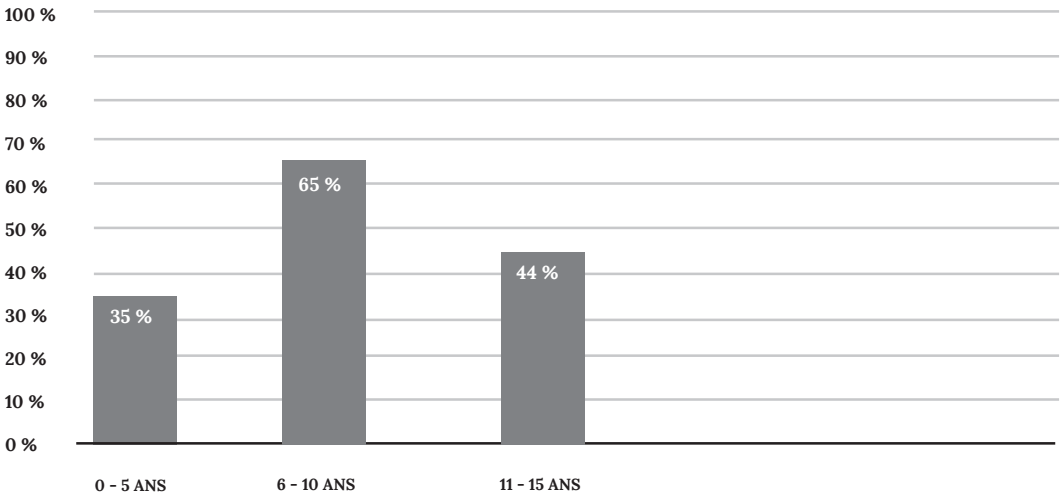


QUESTION 40

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
DANSE	45, 29 %	466
THÉÂTRE	65, 69 %	676
HUMOUR	39, 55 %	407
CIRQUE	61, 52 %	633
MUSIQUE CLASSIQUE	23, 13 %	238
OPÉRA	13, 22 %	136
CHANSON	56, 17 %	578
MARIONNETTES	48, 20 %	496
AUTRES	2, 53 %	26
TOTAL DES RÉPONDANTS		**1029**

QUESTION 41 POUR QUELLE TRANCHE D'ÂGE AIMERIEZ - VOUS ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES JEUNESSE SUR GRAND ÉCRAN ?

FIGURE 41

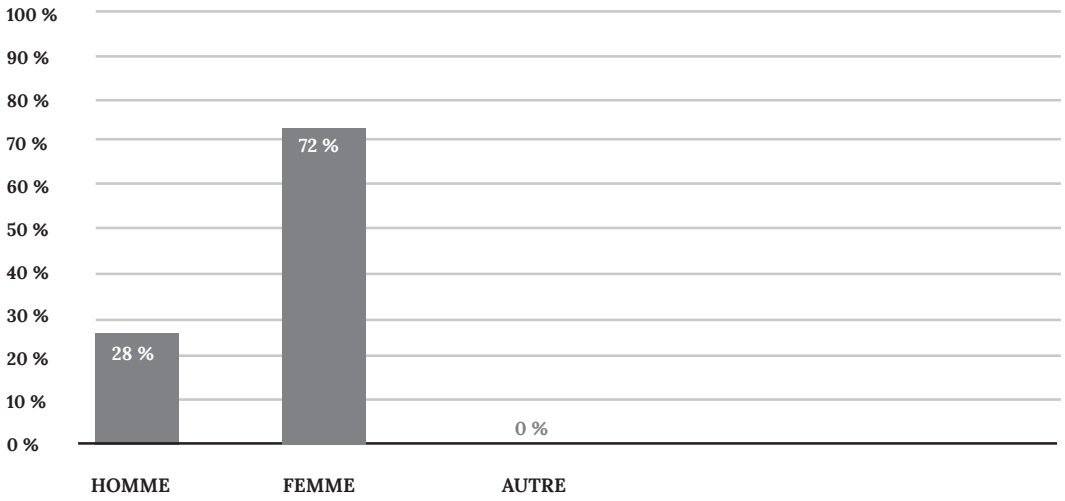


QUESTION 41

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
0 - 5 ANS	35, 28 %	363
6 - 10 ANS	64, 82 %	667
11 - 15 ANS	43, 83 %	451
TOTAL DES RÉPONDANTS		1029

FIGURE 42

QUESTION 42 **QUEL EST VOTRE GENRE ?**



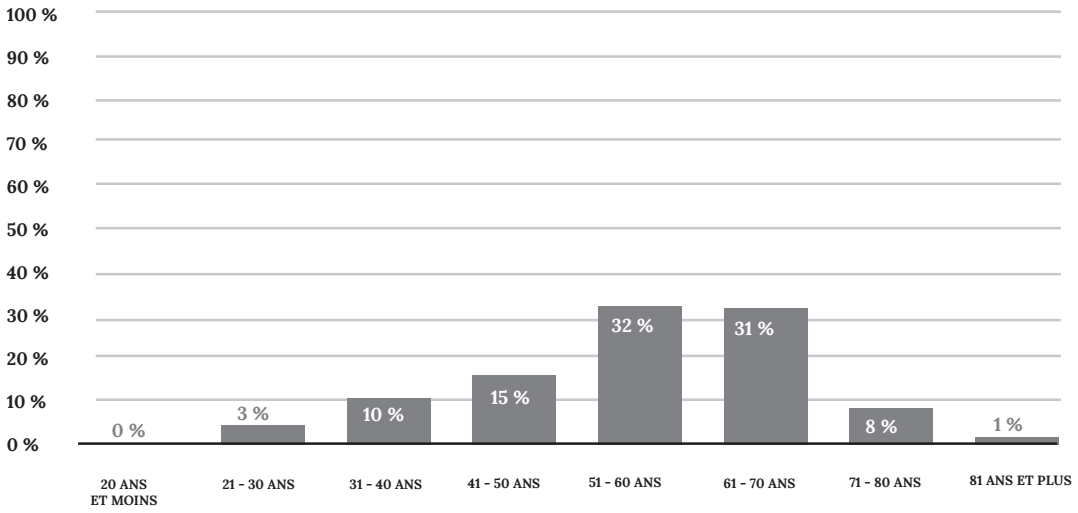
QUESTION 42

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
HOMME	28, 35 %	3906
FEMME	71, 54 %	9858
AUTRE	0, 12 %	16
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13780**

ANNEXE A
SECTION 6 - QUESTIONS GÉNÉRALES

QUESTION 43 DANS QUELLE TRANCHE D'ÂGE VOUS SITUEZ - VOUS ?

FIGURE 43



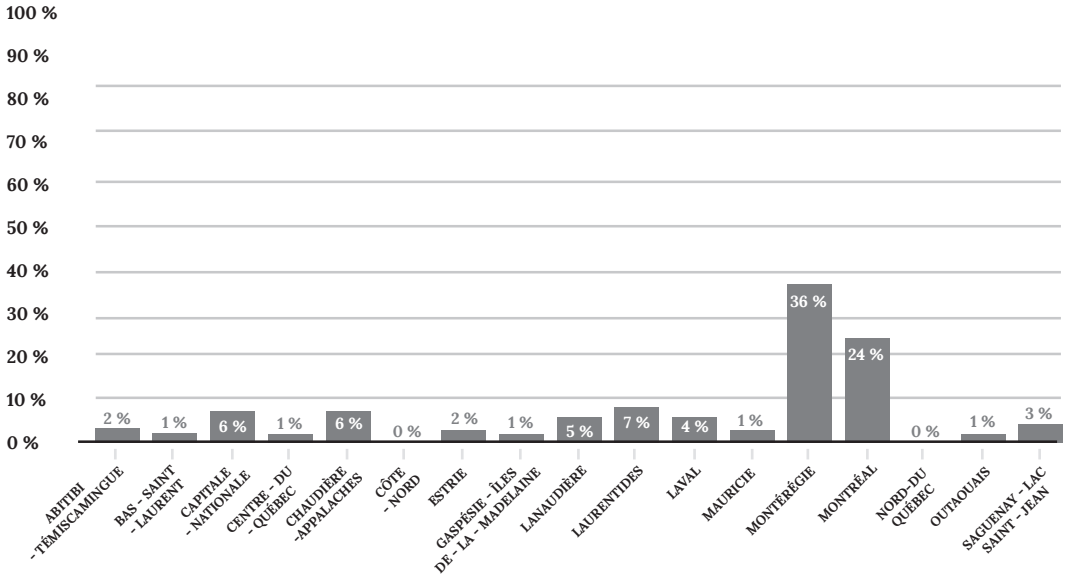
QUESTION 43

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
20 ANS ET MOINS	0, 25 %	34
21 - 30 ANS	3, 40 %	469
31 - 40 ANS	10, 33 %	1424
41 - 50 ANS	15, 40 %	2122
51 - 60 ANS	31, 66 %	4362
61 - 70 ANS	30, 78 %	4241
71 - 80 ANS	7, 66 %	1055
81 ANS ET PLUS	0, 52 %	72
TOTAL DES RÉPONDANTS	100 %	**13779**

FIGURE 44

QUESTION 44

QUESTION 44 DANS QUELLE RÉGION ADMINISTRATIVE DU QUÉBEC VOTRE RÉSIDENCE PRINCIPALE SE SITUE ?

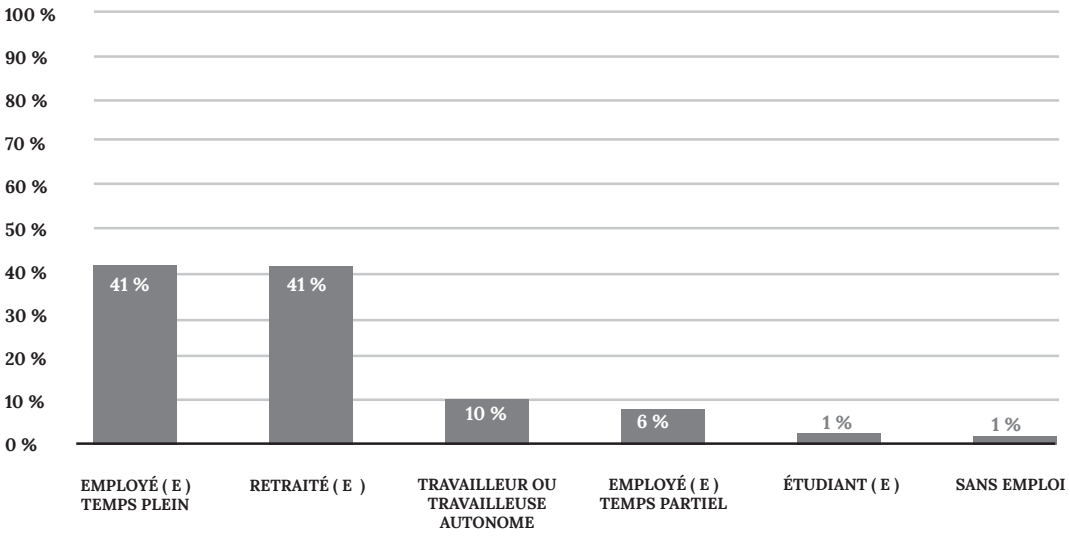


CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ABITIBI - TÉMISCAMINGUE	1, 90 %	262
BAS - SAINT - LAURENT	0, 77 %	106
CAPITALE - NATIONALE	5, 73 %	789
CENTRE - DU - QUÉBEC	1, 07 %	148
CHAUDIÈRE - APPALACHES	6, 31 %	870
CÔTE - NORD	0, 08 %	11
ESTRIE	2, 35 %	324
GASPÉSIE - ÎLES - DE - LA - MADELEINE	0, 90 %	124
LANAUDIÈRE	4, 78 %	658
LAURENTIDES	7, 35 %	1013
LAVAL	3, 72 %	514
MAURICIE	0, 97 %	133
MONTÉRÉGIE	36, 21 %	4989
MONTRÉAL	24, 15 %	3328
NORD - DU - QUÉBEC	0, 17 %	23
OUTAOUAIS	0, 55 %	76
SAGUENAY - LA - SAINT - JEAN	2, 98 %	411
TOTAL DES RÉPONDANTS	100%	**13779**

ANNEXE A
SECTION 6 - QUESTIONS GÉNÉRALES

QUESTION 45 PARMI LES CATÉGORIES SUIVANTES, LAQUELLE DÉCRIT LE MIEUX VOTRE STATUT PROFESSIONNEL ACTUEL ?

FIGURE 45

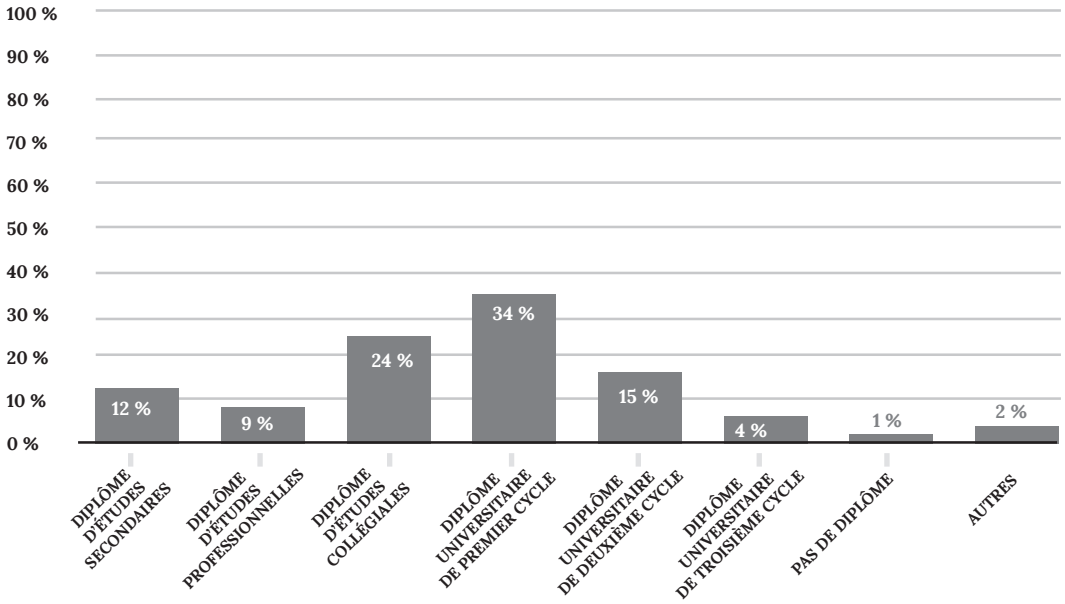


QUESTION 45

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
EMPLOYÉ (E) TEMPS PLEIN	41, 07 %	5658
RETRAITÉ (E)	40, 62 %	5596
TRAVAILLEUR OU TRAVAILLEUSE AUTONOME	10, 18 %	1403
EMPLOYÉ (E) TEMPS PARTIEL	5, 55 %	765
ÉTUDIANT (E)	1, 32 %	182
SANS EMPLOI	1, 26 %	173
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13777**

FIGURE 46

QUESTION 46 QUEL EST LE DERNIER DIPLÔME QUE VOUS AVEZ OBTENU ?



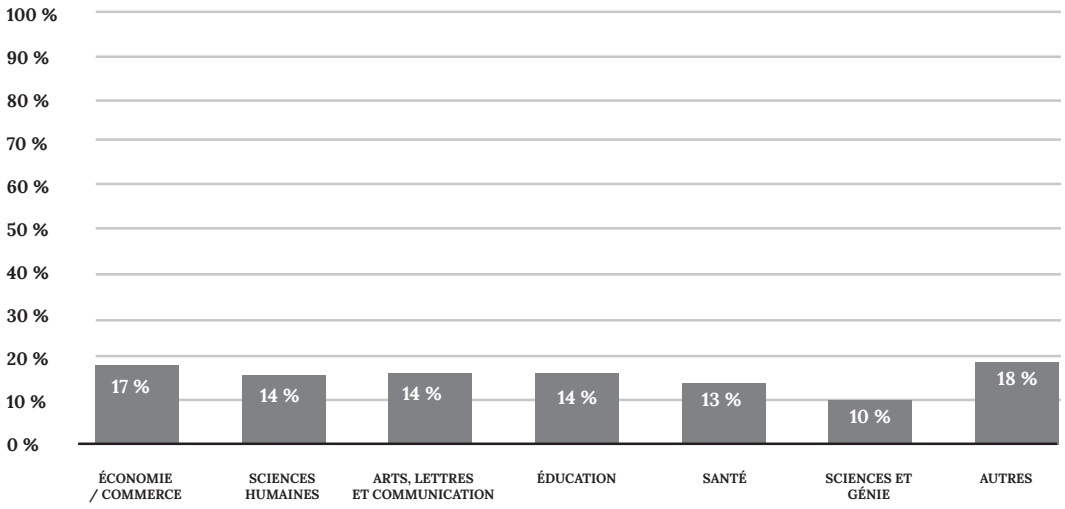
QUESTION 46

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
DIPLÔME D'ÉTUDES SECONDAIRES	12, 00 %	1653
DIPLÔME D'ÉTUDES PROFESSIONNELLES	8, 68 %	1196
DIPLÔME D'ÉTUDES COLLÉGIALES	23, 93 %	3297
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE PREMIER CYCLE	33, 92 %	4672
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE DEUXIÈME CYCLE	15, 14 %	2086
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE TROISIÈME CYCLE	3, 62 %	498
PAS DE DIPLÔME	1, 19 %	164
AUTRES	1, 52 %	209
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13775**

ANNEXE A
SECTION 6 - QUESTIONS GÉNÉRALES

QUESTION 47 PARMI LES DOMAINES SUIVANTS, LEQUEL DÉCRIT LE MIEUX VOTRE PLUS HAUT DIPLÔME OBTENU ?

FIGURE 47



QUESTION 47

CHOIX DE RÉPONSES	RÉPONSES (EN %)	NOMBRE DE RÉPONSES
ÉCONOMIE / COMMERCE	17, 14 %	2279
SCIENCE HUMAINES	14, 32 %	1904
ARTS, LETTRES ET COMMUNICATION	13, 69 %	1821
ÉDUCATION	13, 53 %	1799
SANTÉ	12, 77 %	1698
SCIENCES ET GÉNIE	10, 34 %	1375
AUTRES	18, 22 %	2423
TOTAL DES RÉPONDANTS	**100 %**	**13299**

ANNEXE B

TABLEAUX ET FIGURES COMPLÉMENTAIRES DU SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

TABLEAU 1. INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON LE GENRE DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017

GENRE	INTÉRÊT (EN %)
FEMME	62 %
HOMME	59 %

TABLEAU 2. INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON L'ÂGE DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017

TRANCHES D'ÂGE	INTÉRÊT (EN %)
30 ANS ET MOINS	51 %
31 - 40 ANS	49 %
41 - 50 ANS	55 %
51 - 60 ANS	60 %
61 - 70 ANS	68 %
71 ANS ET PLUS	75 %

TABLEAU 3. INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON LE LIEU DE RÉSIDENCE DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017

RÉGIONS ADMINISTRATIVES	INTÉRÊT (EN %)
ABITIBI - TÉMISCAMINGUE	53 %
BAS - SAINT - LAURENT	66 %
CAPITALE - NATIONALE	66 %
CENTRE - DU - QUÉBEC	62 %
CHAUDIÈRE - APPALACHES	50 %
CÔTE - NORD	64 %
ESTRIE	57 %
GASPÉSIE	63 %
LANAUDIÈRE	60 %
LAURENTIDES	62 %
LAVAL	69 %
MAURICIE	65 %
MONTÉRÉGIE	59 %
MONTRÉAL	66 %
NORD - DU - QUÉBEC	57 %
OUTAOUAIS	66 %
SAGUENAY - LAC - SAINT - JEAN	67 %

ANNEXE B
TABLEAUX ET FIGURES COMPLÉMENTAIRES DU SONDAGE AUPRÈS DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

FIGURE 1

TABLEAU 4. INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON L'OCCUPATION DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017

OCCUPATION	INTÉRÊT (EN %)
EMPLOYÉ À TEMPS PARTIEL	59 %
EMPLOYÉ À TEMPS PLEIN	56 %
ÉTUDIANTS	58 %
RETRAITÉS	68 %
SANS EMPLOI	57 %
TRAVAILLEURS AUTONOMES	62 %

QUESTION 1

TABLEAU 5. INTÉRÊT À ASSISTER À DES PROJECTIONS DE SPECTACLES DES ARTS DE LA SCÈNE SUR ÉCRAN GÉANT, SELON LA SCOLARITÉ DU PUBLIC DES DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES, QUÉBEC, 2017

SCOLARITÉ	INTÉRÊT (EN %)
DIPLÔME D'ÉTUDES SECONDAIRES	63 %
DIPLÔME D'ÉTUDES PROFESSIONNELLES	58 %
DIPLÔME D'ÉTUDES COLLÉGIALES	60 %
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE PREMIER CYCLE	61 %
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE DEUXIÈME CYCLE	64 %
DIPLÔME UNIVERSITAIRE DE TROISIÈME CYCLE	66 %
AUCUN DIPLÔME	59 %
AUTRE	71 %

ANNEXE C

STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

DISCIPLINE **2013**

Tableau 1

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la discipline, 2013

	Unité	Théâtre	Danse	Musique	Chanson	Variétés	Discipline inconnue	**Total**
Représentations	n	1 469	118	906	1 964	1 722	12	**6 191**
Assistance totale	n	531 885	27 463	213 163	543 075	963 579	1 869	**2 281 034**
Assistance payante	n	486 225	22 078	176 889	479 456	900 346	1 211	**2 066 205**
Assistance avec billet de faveur	n	45 660	5 385	36 274	63 619	63 233	658	**214 829**
Billets disponibles	n	751 933	52 657	352 384	832 434	1 165 691	5 192	**3 160 291**
Taux d'occupation2	%	70,7	52,2	60,5	65,2	82,7	36,0	**72,2**
Revenus de billetterie (excluant les taxes)	$	12 062 358	280 160	4 270 576	15 156 455	31 157 693	21 242	**62 948 484**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

ANNEXE C
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

DISCIPLINE **2014**

Tableau 2

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la discipline, 2014

	Unité	Théâtre	Danse	Musique	Chanson	Variétés	Discipline inconnue	**Total**
Représentations	n	1 452	129	908	2 001	1 934	16	**6 440**
Assistance totale	n	459 257	30 467	185 210	507 473	1 081 440	2 562	**2 266 409**
Assistance payante	n	422 626	24 964	151 678	442 118	1 005 721	2 399	**2 049 506**
Assistance avec billet de faveur	n	36 631	5 503	33 532	65 355	75 719	163	**216 903**
Billets disponibles	n	639 691	57 118	326 308	820 411	1 342 208	3 210	**3 188 946**
Taux d'occupation2	%	71,8	53,3	56,8	61,9	80,6	79,8	**71,1**
Revenus de billetterie (excluant les taxes)	$	11 330 216	396 958	3 642 845	12 272 060	35 128 436	29 323	**62 799 838**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

DISCIPLINE **2015**

Tableau 3

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la discipline, 2015

	Unité	Théâtre	Danse	Musique	Chanson	Variétés	Discipline inconnue	**Total**
Représentations	n	1 421	143	833	2 080	1 849	9	**6 335**
Assistance totale	n	485 949	35 562	173 469	551 911	995 877	1 233	**2 244 001**
Assistance payante	n	446 889	29 127	140 023	487 649	920 954	972	**2 025 614**
Assistance avec billet de faveur	n	39 060	6 435	33 446	64 262	74 923	261	**218 387**
Billets disponibles	n	667 015	70 140	302 550	851 252	1 280 924	2 270	**3 174 151**
Taux d'occupation2	%	72,9	50,7	57,3	64,8	77,7	54,3	**70,7**
Revenus de billetterie (excluant les taxes)	$	12 245 392	543 202	3 442 880	14 462 484	30 322 337	8 046	**61 024 341**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

ANNEXE C

STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

ANNEXE C
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

RÉGIONS **2013**

Tableau 4

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la région, 2013

	Représentations	Assistance totale	Assistance payante	Assistance avec billet de faveur	Billets disponibles	Taux d'occupation2	Revenus de billetterie (excluant les taxes)
			n			%	$
Régions centrales	**651**	**312 179**	**279 899**	**32 280**	**402 971**	**77,5**	**9 418 035**
Capitale-Nationale	365	x	x	x	x	82,2	x
Montréal	286	x	x	x	x	64,0	x
Régions périphériques	**2 872**	**1 067 672**	**986 286**	**81 386**	**1 399 272**	**76,3**	**29 795 463**
Chaudière-Appalaches	406	103 480	92 998	10 482	138 681	74,6	2 504 830
Laval et Laurentides	819	322 565	292 960	29 605	428 588	75,3	9 046 236
Lanaudière	723	281 211	265 301	15 910	358 251	78,5	8 772 035
Montérégie	924	360 416	335 027	25 389	473 752	76,1	9 472 362
Régions intermédiaires	**1 237**	**518 253**	**459 078**	**59 175**	**757 548**	**68,4**	**14 030 603**
Mauricie	347	x	x	x	x	67,5	x
Estrie	289	x	x	x	x	60,7	x
Outaouais	296	x	x	x	x	79,0	x
Centre-du-Québec	305	121 999	108 057	13 942	174 067	70,1	3 175 852
Régions éloignées	**1 431**	**382 930**	**340 942**	**41 988**	**600 500**	**63,8**	**9 704 383**
Bas-Saint-Laurent	298	96 616	89 114	7 502	150 091	64,4	2 693 251
Saguenay—Lac-Saint-Jean	262	83 058	75 931	7 127	119 051	69,8	2 424 827
Abitibi-Témiscamingue	242	70 432	60 041	10 391	129 160	54,5	1 908 425
Côte-Nord	284	74 130	65 743	8 387	118 693	62,5	1 672 409
Nord-du-Québec	17	3 820	3 570	250	5 845	65,4	100 556
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine	328	54 874	46 543	8 331	77 660	70,7	904 915
Le Québec	**6 191**	**2 281 034**	**2 066 205**	**214 829**	**3 160 291**	**72,2**	**62 948 484**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

ANNEXE C
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

RÉGIONS **2014**

Tableau 5

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la région, 2014

	Représentations	Assistance totale	Assistance payante	Assistance avec billet de faveur	Billets disponibles	Taux d'occupation2	Revenus de billetterie (excluant les taxes)
			n			%	$
Régions centrales	**656**	**301 199**	**270 205**	**30 994**	**405 494**	**74,3**	**9 108 635**
Capitale-Nationale	347	x	x	x	x	79,4	x
Montréal	309	x	x	x	x	62,2	x
Régions périphériques	**3 141**	**1 094 582**	**1 003 332**	**91 250**	**1 464 470**	**74,7**	**30 074 958**
Chaudière-Appalaches	509	133 328	120 497	12 831	184 728	72,2	3 156 387
Laval et Laurentides	891	337 537	306 123	31 414	446 971	75,5	8 939 272
Lanaudière	745	281 406	264 700	16 706	352 796	79,8	9 009 542
Montérégie	996	342 311	312 012	30 299	479 975	71,3	8 969 757
Régions intermédiaires	**1 204**	**461 858**	**407 636**	**54 222**	**703 407**	**65,7**	**12 619 144**
Mauricie	351	x	x	x	x	61,7	x
Estrie	238	x	x	x	x	63,2	x
Outaouais	327	x	x	x	x	72,3	x
Centre-du-Québec	288	102 468	89 782	12 686	152 825	67,0	2 618 729
Régions éloignées	**1 439**	**408 770**	**368 333**	**40 437**	**615 575**	**66,4**	**10 997 101**
Bas-Saint-Laurent	253	92 686	84 182	8 504	131 929	70,2	2 489 593
Saguenay—Lac-Saint-Jean	309	107 587	99 074	8 513	149 943	71,8	3 210 141
Abitibi-Témiscamingue	261	85 893	75 208	10 685	141 462	60,7	2 415 708
Côte-Nord	311	73 146	65 806	7 340	118 370	61,8	1 747 916
Nord-du-Québec	21	4 598	4 308	290	6 941	66,2	132 318
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine	284	44 880	39 775	5 105	66 930	67,1	1 001 425
Le Québec	**6 440**	**2 266 409**	**2 049 506**	**216 903**	**3 188 946**	**71,1**	**62 799 838**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

ANNEXE C
STATISTIQUES DE FRÉQUENTATION DES ARTS DE LA SCÈNE, OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC (DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES), 2013-2015

RÉGIONS **2015**

Tableau 6

Statistiques des représentations payantes1 en arts de la scène des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus par le CALQ selon la région, 2015

	Représentations	Assistance totale	Assistance payante	Assistance avec billet de faveur	Billets disponibles	Taux d'occupation2	Revenus de billetterie (excluant les taxes)
			n			%	$
Régions centrales	**698**	**301 248**	**264 533**	**36 715**	**401 879**	**75,0**	**8 466 814**
Capitale-Nationale	372	x	x	x	x	77,4	x
Montréal	326	x	x	x	x	67,9	x
Régions périphériques	**3 044**	**1 067 926**	**989 686**	**78 240**	**1 431 087**	**74,6**	**29 617 721**
Chaudière-Appalaches	461	117 330	105 395	11 935	165 139	71,0	2 852 736
Laval et Laurentides	891	334 829	306 096	28 733	445 929	75,1	9 325 548
Lanaudière	774	287 250	271 760	15 490	365 955	78,5	9 049 210
Montérégie	918	328 517	306 435	22 082	454 064	72,4	8 390 227
Régions intermédiaires	**1 131**	**496 501**	**436 574**	**59 927**	**721 670**	**68,8**	**13 420 276**
Mauricie	334	x	x	x	x	61,9	x
Estrie	225	x	x	x	x	67,2	x
Outaouais	288	x	x	x	x	72,8	x
Centre-du-Québec	284	x	x	x	x	75,8	x
Régions éloignées	**1 462**	**378 326**	**334 821**	**43 505**	**619 515**	**61,1**	**9 519 532**
Bas-Saint-Laurent	338	97 023	87 074	9 949	147 287	65,9	2 351 054
Saguenay—Lac-Saint-Jean	272	99 328	88 640	10 688	152 785	65,0	2 821 375
Abitibi-Témiscamingue	254	70 647	60 641	10 006	136 272	51,8	1 861 573
Côte-Nord	290	60 500	52 805	7 695	106 812	56,6	1 455 785
Nord-du-Québec	21	4 015	3 224	791	6 809	59,0	83 737
Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine	287	46 813	42 437	4 376	69 550	67,3	946 008
Le Québec	**6 335**	**2 244 001**	**2 025 614**	**218 387**	**3 174 151**	**70,7**	**61 024 343**

1. Exclut certains types de représentations payantes : les représentations privées, les représentations de spectacles amateurs et les représentations données dans les locaux d'écoles primaires ou secondaires pour les élèves de ces écoles. Par ailleurs, ne sont pas considérées comme payantes les représentations où le droit d'entrée prend la forme d'un passeport ou d'un macaron valide pour l'ensemble d'un festival ou d'une manifestation culturelle, ni les représentations où il n'y a pas de billet à acheter mais simplement un droit d'entrée à débourser.

2. Proportion du nombre de spectateurs par rapport au nombre de billets disponibles.

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

ANNEXE D
SYNTHÈSE DU GROUPE DE DISCUSSION SUR LES SPECTACLES DE TYPE « ÉVÈNEMENTS »

COMPTE-RENDU DU GROUPE DE DISCUSSION SUR L'OPÉRA *ANOTHER BRICK IN THE WALL*

Suite à de nombreuses rencontres exploratoires avec des membres du public de différents diffuseurs des arts de la scène (ex. Place des Arts, Tohu, Usine C, Théâtre du Marais), nous remarquons que l'intérêt du public à assister à des projections des arts de la scène sur écran géant est influencé par la nature « événementielle » des spectacles en question. Or, quelles dimensions caractérisent un « évènement » des arts de la scène ? Nous avons tenu un groupe de discussion sur ce sujet, le 15 mai 2017, avec cinq participants au profil représentatif de l'assistance de l'opéra *Another Brick In The Wall* à la Place des Arts. Ce groupe de discussion a permis de mieux documenter l'intérêt du public pour les spectacles de type « évènement ». Les questions du groupe de discussion ont été divisées en deux dimensions, soit a) l'intérêt des participants pour l'opéra *Another Brick In The Wall* et b) les caractéristiques des spectacles de type « évènement ».

A) INTÉRÊT DES PARTICIPANTS POUR L'OPÉRA *ANOTHER BRICK IN THE WALL*

Tout d'abord, la majorité des participants qui ont assisté au spectacle *Another Brick In The Wall* étaient accompagnés par des membres de leur famille ou par des proches, par exemple des amis. La plupart avaient entendu parler de cet opéra par l'entremise de différents médias traditionnels ou des médias sociaux. Fait notable, tous les participants avaient aussi regardé en mars 2017 l'émission télévisée *Tout le monde en parle* où Roger Waters était venu discuter de ce nouvel opéra s'inspirant de son album musical *The Wall*.

Les raisons qui ont poussé les participants à se déplacer pour aller voir le spectacle étaient principalement la **curiosité** et **l'intérêt** pour l'œuvre de Pink Floyd, plus spécifiquement pour l'album *The Wall*. La curiosité des participants découlait du fait que le spectacle ne se prétendait pas être un opéra rock traditionnel, mais bien une nouvelle formule d'opéra s'inspirant de l'univers de *The Wall* de Roger Waters. La majorité des participants ont caractérisé l'opéra comme s'ils assistaient à « quelque chose d'historique ».

De façon générale, les participants étaient mitigés à savoir s'ils considéraient l'opéra *Another Brick In The Wall* comme un évènement en soi. À première vue, étant donné la campagne médiatique ayant entouré cet opéra, notamment l'importance de la promotion publicitaire, il semblerait que le spectacle soit réellement un évènement. La publicité mettait de l'avant ce spectacle comme étant une œuvre à grand déploiement, présentée dans le contexte des célébrations du 375e anniversaire de Montréal. De plus, pour les participants, la discipline de l'opéra en tant que telle n'est pas un évènement par définition, il faut qu'un opéra ait une « plus-value » pour qu'il le devienne, comme c'est le cas avec *Another Brick In The Wall*.

B) LES CARACTÉRISTIQUES DU SPECTACLE DE TYPE « ÉVÈNEMENT »

Lors du groupe de discussion, les participants ont dégagé plusieurs éléments qui définissent un spectacle de type « évènement ». Il s'agit d'abord d'une « **aura** » particulière entourant le spectacle, difficilement qualifiable, mais qui inviterait à assister au spectacle. Ensuite, **le contexte du spectacle** ou encore son **lieu de diffusion** peuvent influencer le fait que celui-ci soit un évènement, tout comme le fait que le spectacle soit **rare** ou **unique**. Enfin, la **qualité du spectacle**, la **perception d'intimité avec l'artiste** ainsi que les **goûts personnels** sont toutes des caractéristiques qui peuvent faire d'un spectacle un véritable évènement.

UNE « AURA » PARTICULIÈRE AUTOUR DU SPECTACLE

Un participant mentionne qu'il faut que le spectacle ait « un genre de buzz autour de lui [du spectacle] ». Un autre mentionne que « c'est vraiment quelque chose que tout le monde entend parler, ou bien dont tout le monde peut parler, le spectacle est déjà dans l'imaginaire collectif avant même de se produire et on a l'impression que le monde important de la société va y aller ». De plus, selon les participants, cette « aura » autour du spectacle peut se remarquer par un rayonnement de l'artiste à l'international ou tout simplement par l'exclusivité de la performance artistique, par exemple un spectacle présenté lors d'une première médiatique ou encore une tournée d'adieu d'un artiste populaire.

LE CONTEXTE OU LE LIEU DE LA PRESTATION HORS DE L'ORDINAIRE

Les participants estiment que les spectacles de type évènement se produisent lorsqu'ils « sortent de l'ordinaire », qu'ils sont extraordinaires. Par exemple, des participants ont signifié que la performance de Céline Dion sur les Plaines d'Abraham lors du 400e anniversaire de la Ville de Québec était définitivement un évènement pour eux. Même chose pour le spectacle *Casse-Noisette* des Grands Ballets Canadiens ou encore pour *Les Belles-Sœurs* de Michel Tremblay, qui est un spectacle ayant une « importance socioculturelle » dans l'histoire du Québec. Autre exemple, une performance de Ginette Reno à l'oratoire Saint-Joseph serait un évènement en soi, de par l'originalité du lieu que par la notoriété de l'artiste. En effet, selon les participants, le lieu peut influencer le fait qu'un spectacle soit considéré comme un évènement ou pas. Fred Pellerin au Club Soda ne serait pas un évènement, mais le même artiste qui fait une prestation dans sa ville natale de Sainte-Élie-de-Caxton en serait un, pareillement pour Arcade Fire, un groupe Montréalais connu à l'international, lorsqu'il se produit à Montréal. Finalement, certains spectacles peuvent être qualifiés d'évènements puisqu'ils sont « à grand déploiement », comme un spectacle présenté au Stade olympique ou dans un lieu intime (ex. une petite église ou une très petite salle) qui accueillerait « un grand pianiste ».

LA RARETÉ ET L'UNICITÉ DE LA PRESTATION

Selon les participants, le fait qu'un spectacle soit rare peut faire de celui-ci un évènement. Pour plusieurs participants, un spectacle en tournée avec de nombreuses représentations au Québec ne représente pas un évènement en soi puisque spectacle n'est pas « unique », il n'a pas d'effet de « rareté » autour du spectacle. Un spectacle peut devenir un évènement si le spectateur a la perception qu'il va assister à quelque chose d'inoubliable, de mémorable et qui « s'inscrira dans les annales ».

LA QUALITÉ DU SPECTACLE

Un spectacle peut-il être un évènement si la qualité n'est pas au rendez-vous? Selon les participants, la qualité du spectacle influence grandement son côté évènementiel. Une prestation époustouflante peut rendre un spectacle inoubliable et mémorable pour le spectateur. Des participants se souviennent de spectacles d'une qualité telle qu'ils sont devenus des évènements pour eux par la suite.

LA PERCEPTION D'INTIMITÉ AVEC L'ARTISTE

Les spectacles intimes peuvent aussi être des évènements selon les participants, s'ils ont l'impression d'être à proximité d'un artiste « exceptionnel ». Un participant décrivait un évènement comme une expérience spéciale : «Si je demeure à l'extérieur, je suis un spectateur et je suis un spectateur d'un spectacle, un spectacle c'est quelque chose que je regarde. Un évènement, c'est ce dans quoi je suis.»

LES GOÛTS PERSONNELS

Finalement, les goûts personnels semblent jouer pour beaucoup dans la perception des participants à considérer un spectacle comme un évènement. Certains participants ont signifié qu'un spectacle pouvait devenir un évènement s'ils adorent l'artiste. Un participant exprimait : «si j'adore un artiste, qu'il est pour moi une légende, son spectacle deviendra un évènement pour moi ».

ANNEXE E
QUESTIONNAIRE TRANSMIS AUX DIFFUSEURS PLURIDISCIPLINAIRES DU QUÉBEC, 2017

Cette étude est menée par Sophie Dubois-Paradis et Martin Tétu.
La présente recherche est financée par le ministère de la Culture et des Communication du Québec, dans le cadre de la Mesure 67 du Plan culturel numérique du Québec.

MISE EN CONTEXTE

Dans le cadre du Plan culturel numérique du Québec, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) a initié une démarche de documentation, qui consiste à « Diriger un chantier de réflexion sur les perspectives et les enjeux entourant la captation numérique et la diffusion hors salle des arts de la scène au Québec » [1]. Pour réaliser cette étude empirique, Sophie Dubois-Paradis et Martin Tétu ont été mandatés pour analyser le modèle d'affaires possible d'une captation et diffusion des arts de la scène au Québec. L'étude est centrée sur deux sources de données : 1) un sondage destiné à votre public que nous vous avons transmis en mars et en mai 2017 et 2) le présent questionnaire destiné aux diffuseurs dont l'objectif est de dégager votre perception à propos de cette nouvelle offre culturelle numérique.

Les questionnaires seront traités exclusivement par l'équipe de recherche et ne seront transmis à aucun tiers. Les réponses aux questionnaires seront anonymisées dans l'étude. Le dépôt de l'étude est prévu à l'été 2017.

1 VOIR : http://culturenumerique.mcc.gouv.qc.ca/67-DIRIGER-UN-CHANTIER-DE-REFLEXION-SUR-LES-PERSPECTIVES-ET-LES-ENJEUX-ENTOURANT-LA-CAPTATION-NUMERIQUE-ET-LA-DIFFUSION-HORS-SALLE-DES-ARTS-DE-LA-SCENE-AU-QUEBEC/

QUESTIONNAIRE

SECTION 1. INFORMATIONS TECHNIQUES SUR LE LIEU DE DIFFUSION

A. Année de construction _____

B. Jauge

_____

C. Équipement de projection
• Projecteur (type de projecteur)

_____

• Écran (type d'écran et dimensions)

_____

• Connexion Internet (type de connexion et vitesse)

_____

D. Période annuelle de fonctionnement de la salle

_____

E. Nombre de spectacles diffusés annuellement

_____

F. Le lieu de diffusion fait-il déjà des projections ?

_____

• Si oui, combien de fois annuellement ?

_____

• Si oui, quel type de projections (ex. films, documentaires, sports, spectacles, etc.) ?

_____

QUESTIONNAIRE

SECTION 2. PERCEPTIONS DES DIFFUSEURS À PROPOS DES PROJECTIONS DE SPECTACLES SUR ÉCRAN GÉANT

A. Que pensez-vous des projections des arts de la scène sur écran géant (ex. l'opéra du Met au cinéma)?

_____

B. Seriez-vous intéressé à diffuser des projections des arts de la scène sur écran géant?

_____

• Si oui, quel(s) type(s) de spectacles seriez-vous intéressé de projeter?

_____

C. Quels sont, pour votre lieu de diffusion, les enjeux relatifs à cette nouvelle offre culturelle?

_____

D. Avez-vous les ressources nécessaires pour présenter des projections de spectacles des arts de la scène sur écran géant (ressources techniques, humaines, financières, marketing, etc.)?

_____

E. Seriez-vous intéressé à capter (filmer) certains spectacles que vous présentez et à les retransmettre ailleurs au Québec?

_____

F. Globalement, cette offre d'arts de la scène sur écran géant est-elle appelée à se développer au Québec? Si oui, comment (modèle d'affaires)?

_____

Autres commentaires :

_____

_____

SECTION 3. IDENTIFICATION DU RÉPONDANT

NOM DE LA SALLE : _____

NOM DE LA PERSONNE RESPONSABLE : _____

COORDONNÉES : _____

ANNEXE F
BIOGRAPHIE DES CHERCHEURS

SOPHIE DUBOIS-PARADIS

... est titulaire d'un baccalauréat du programme Animation et recherche culturelles à l'UQAM. Elle a travaillé au Service de la culture, des sports, des loisirs et du développement social de l'arrondissement du Plateau Mont-Royal sur le projet d'une nouvelle bibliothèque et réalise des mandats dans le secteur culturel (Festival OFF de Québec, Accès Culture, etc.). De plus, elle mène une recherche sur la diffusion de films et projections diverses dans les lieux publics au Québec, dont les premiers résultats ont été présentés à l'ACFAS en mai 2016.

MARTIN TÉTU

... est chercheur et consultant dans le secteur de la culture depuis une quinzaine d'années. Responsable des statistiques publiques de l'audiovisuel et des médias à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (2009-2012), ses travaux actuels portent sur la fréquentation des arts de la scène et la nouvelle « culture de l'écran ». Également formé en art dramatique et directeur d'organismes culturels (Action Culture, Festival OFF de Québec), il a géré de nombreuses animations dans des espaces publics, notamment dans le cadre du 400e anniversaire de Québec, des inaugurations publiques (Place de l'Université-du-Québec), etc. Chargé de cours en sociologie de la culture à l'UQAM, il agit comme consultant pour diverses institutions culturelles (Groupe de travail sur fréquentation des arts de la scène, Arrondissement du Plateau Mont-Royal, Accès Culture, etc.).

RAPPORT D'ORIENTATION

DESTINÉ À
LA PLACE DES ARTS

DUBOIS-TÉTU, CONSULTANTS

DÉVELOPPEMENT CULTUREL,
RECHERCHE ET ANALYSE

12 FÉVRIER 2018