

---

# Arts Research Monitor

---

## Recherches sur les arts

---

Volume 16, no 9 February / Février 2018 © Hill Strategies Research Inc., 2018. ISSN 1708-170X

### **Arts attendance & participation / Arts organization management**

*In this issue: Canadian insights related to active arts participation, arts attendance, as well as financing and support models for arts organizations, including reports on choral activity, social finance, innovative supports in the theatre sector, and the situation of media arts organizations.*

[HillStrategies.com](http://HillStrategies.com) provides categories, quick links and easy search access to all Arts Research Monitor articles.

The Arts Research Monitor is funded by the Canada Council for the Arts and the Ontario Arts Council.

### **Assistance et participation aux arts / Gestion des organismes artistiques**

*Dans ce numéro : Des regards canadiens sur la participation active aux arts, la fréquentation des arts et un modèle de financement pour soutenir les organismes artistiques, sous forme de rapports sur les activités des chœurs, la finance sociale, des mesures innovatrices pour soutenir le théâtre indépendant et l'état des organismes d'arts médiatiques.*

[La version française du bulletin suit l'anglais.](#)

Pour un accès rapide et un outil de recherche aux différents articles des numéros actuels et antérieurs de Recherches sur les arts, visitez [HillStrategies.com](http://HillStrategies.com).

Le financement de Recherches sur les arts provient du Conseil des arts du Canada et du Conseil des arts de l'Ontario.



Canada Council  
for the Arts

Conseil des arts  
du Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL  
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

an Ontario government agency  
un organisme du gouvernement de l'Ontario

## **Choral singing, choral attendance, and the situation of choirs in Canada**

Choral Canada, July 2017

Author: Hill Strategies Research Inc.

<http://www.hillstrategies.com/content/choral-singing-choral-attendance-and-situation-choirs-canada>

As part of this project, multiple primary research sources were developed to examine choral activity in Canada in 2017. Throughout the project, a choir was defined as a “choir, chorus or singing group of 8 people or more”.

The report estimates that 3.5 million Canadians sang in a choir in 2017, or 10% of the country’s population, based on a public survey of 2,000 Canadians. Regarding children’s choral singing, the report finds that there are 1.6 million choral singers under 18 years of age (23% of all Canadian children). This estimate is three times higher than the estimate of children who play hockey (531,000, or 7%). Regarding adult participation, the report estimates that there are 1.8 million adult choristers, or 7% of all Canadian adults. This is 50% higher than the most recent estimate of adult hockey players in Canada (1.2 million).

The report also uses the results of the public survey to estimate that “7.8 million Canadian adults (18 or older) attended a choral performance in 2016”, or 28% of the adult population.

Based on a random sample of 977 churches and 864 schools as well as a survey of 861 choral organizations, the report estimates that there are 27,700 choirs in Canada, the majority of which are church choirs (17,500, or 63%). Another 7,700 are school choirs (28%) and 2,500 are community choirs (9%).

The 861 choral organizations responding to a non-random survey stated that they have over 1,500 choirs and 60,000 singers. Choirs reported over 10,000 performances, total attendance of 933,000, and about \$20 million in operating revenues in their most recent fiscal years. Choral organizations tend to be quite small: statistics in the report indicate that a typical Canadian choral organization has seven performances, total attendance of 800 people, and annual operating revenues of \$14,000. The survey analysis also highlights how “choirs are involved in the social fabric of their communities” as well as the range of choral repertoire sung by responding choirs. In terms of “items that would be most important in the development of their choral organization over the next five years”, the most common selection by far was “attracting / finding choristers / singers” (54%).

## **More than Money: How social finance can build resilience in the arts sector**

Metcalf Foundation, January 2018

Authors: Elizabeth MacKinnon and Christine Pellerin

<https://metcalffoundation.com/stories/publications/more-than-money/>

Noting that “social finance tools create opportunities for investors to finance projects that realize both financial and social returns”, this report outlines existing literature related to social finance and how it might be applied toward the arts.

A key theme of the report is that social finance activity, to date, has usually not considered the arts and culture. For example, “most literature about social finance does not intentionally focus on arts or culture as a possible investment category”. Existing social finance projects related to the non-profit arts sector have most commonly been repayable loans. Canadian examples and the United Kingdom’s experience with its Arts Impact Fund are highlighted in the report.

Despite the relative lack of social finance for the arts in Canada, the authors believe that it has promise as an innovative solution “to the enduring problem of financial resources”. The authors see five key opportunities for arts organizations:

- “Increasing revenues, or helping us to ‘grow the pie’”
- “Building financial and organizational capacity”
- “Building resilience”
- “Contributing to the case for the social benefits of the arts”
- “Strengthening ties with the wider non-profit/social impact sector”

In social finance, both the financial and social returns must be “measurable and tangible”. The report highlights this as a key challenge, since it “requires arts organizations to develop a robust facility for measuring impact and for making the case for the public good that arts and culture deliver”.

Despite the promise of social finance, the authors indicate that it “is not a magic solution to the financial struggles of the non-profit sector, nor is it a cure-all for society’s social issues”. Two of the report’s key conclusions are that:

- “Greater visibility of the arts as an ‘investable’ sector and greater coordination between various players will be key to developing impact investment as a source of funding for the arts in Canada”.
- “Impact investing presents an opportunity to apply the creativity the arts already possess in abundance to the financial and business structures that underpin artistic creation.”

## **Generator and The Riser Project**

### **Sector Developers for Independent Theatre in Toronto**

Toronto Arts Foundation, October 2017

Author: Helen Yung

<http://www.torontoartsfoundation.org/knowledge/publications-other-resources/generator-and-the-riser-project-research-paper>

This report, “largely based on 29 interviews with staff, participants and related stakeholders”, explores two initiatives that support independent theatre makers in Toronto: Generator (“a capacity building and mentoring organization for independent performance makers”) and The RISER Project (“a collaborative and charitable approach to production and presentation”). As noted in the report:

- “Generator’s motivation could be described as wanting to help independent theatremakers make art with less (administrative) pain or tedium, and more resources and efficiency. The RISER Project’s motivation could be described as wanting to see more independent theatremakers have opportunities to present their work on professional stages in a sustainable way.”

The report identifies important challenges in theatre making in Toronto (beyond global concerns about theatre audiences): “a perceived oversupply of makers, high cost of living, growing disparity in the city between the rich and the poor, lack of affordable venues, various geographical and accessibility concerns associated with a sprawling metropolis serviced by a less than stellar public transit system, and a public that has plenty of other enticing things to do in Toronto every single night”.

In this context, the two initiatives share common strategies, including “acceleration, immersion, coaching, co-residencies, culture and collectivity”. Furthermore, both ventures “are building up people and resources, and building out communities, networks and infrastructure”.

The report suggests that, beyond the initiatives’ shared strategies, their key offering might be hope for independent theatre makers. The report suggests that “‘return on hope’ might form the basis of a rubric for assessing the value of actions and ventures aimed at shifting systems or transforming stagnant realities. If return on investment (ROI) measures the economic value of a venture, might return on hope (ROH) measure its human, social, creative or transformative value?”

The report concludes with a “call to action ... for more preoccupation with developing and supporting actions that build hope sustainably”.

## **Media Arts Organizations in Canada**

### **2013 Arts Facts using CADAC Data**

Canada Council for the Arts, June 01, 2016

<http://canadacouncil.ca/research/research-library/2016/06/media-arts-presenters>

A brief summary accompanies two longer reports that highlight the situation of 49 media arts presenters and 45 production centres “that receive recurring funding from the Media Arts Section of the Canada Council for the Arts”, based on financial and statistical data reported to CADAC (Canadian Arts Data / Données sur les arts au Canada). One of the strengths of CADAC information is that organizations’ finances “are reconciled with the financial statements presented by the arts organizations”. On the other hand, a limitation of non-financial statistics is that they “are not validated and represent what is reported by organizations and may include double counting”. In addition, “Quebec is not a CADAC partner”, but Quebec-based organizations that receive recurring Canada Council funding are included in the data.

For the 49 media arts presenters, total revenues were \$81.6 million in 2013. Private sector and earned revenues accounted for the largest shares of total revenues (38% and 36%, respectively), followed by public sector revenues (26%). The 44% growth in revenues over the previous five years was led by earned revenues, not the public or private sectors.

The 49 presenters (collectively) reported an accumulated deficit of \$1.8 million in 2013. Their working capital ratio was 0.96, slightly above the ratio for all types of organizations reporting to CADAC (0.92). The ratio provides an indication of “the ability of an organization to meet its payment obligations as they become due. In general, the higher the number the greater an organization’s financial flexibility.”

Two specific benchmarks related to presenters’ marketing and fundraising expenses are provided in the report. For every \$1 spent on marketing activities, the 49 presenters generated \$1.35 in earned revenue. For every \$1 spent on fundraising, the organizations raised \$4.48 in private sector revenues.

The presenters featured 4,571 artists “in 19,074 local film / video / media screenings, attracting more than 1.4M in attendance”. Of the artists who received fees from the presenters, 71% were Canadian.

For the 45 media arts producers, total revenues were \$81.6 million in 2013. Government revenues accounted for almost two-thirds of the total (63%), followed by earned revenues (30%) and private sector revenues (7%). While total revenues remained stable over the previous four years, earned revenues accounted for an increased share of total revenues (21% in 2009 and 30% in 2013). In contrast, public sector revenues decreased from 74% of total revenues in 2009 to 63% in 2013.

Collectively, the 45 producers reported an accumulated surplus of \$5 million in 2013, with a working capital ratio of 1.20, higher than the ratio for all types of organizations reporting to CADAC (0.92).

For media arts producers, the marketing and fundraising benchmarks are lower than for presenters. For every \$1 spent on marketing activities, the 45 producers generated only \$0.42 in earned revenue. For every \$1 spent on fundraising, the producers raised \$3.20 in private sector revenues.

The producers featured over 2,500 artists in 2,780 local film / video / media screenings that attracted 109,000 audience members. Of the artists who received fees from the producers, 90% were Canadian.

In both types of media arts organizations, about one-half or more of operating budgets went toward salaries and professional fees. Only a minority of employment positions in media arts organizations are full-time (presenters: 22% and producers: 39%). For the 49 presenters, “8,557 volunteers collectively contributed over 249,461 hours of their time”, while the 45 producers attracted 2,752 volunteers, who contributed over 72,000 hours.

## Assistance et participation aux arts / Gestion des organismes artistiques

### Les chœurs, la fréquentation de leurs concerts et leur situation au Canada

Canada Choral, juillet 2017

Auteur : Hill Stratégies Recherche Inc.

<http://www.hillstrategies.com/fr/content/les-chorales-la-fréquentation-de-leurs-concerts-et-leur-situation-au-canada>

Dans le cadre de ce projet, plusieurs sources de recherche originale ont été développées pour examiner les activités des chœurs au Canada en 2017. Aux fins de ce projet, un chœur est « un chœur, une chorale ou un groupe de chant de 8 personnes ou plus ».

Le rapport estime que 3,5 millions de Canadiens et de Canadiennes ont chanté dans un chœur en 2017, soit 10 % de la population du pays, selon un sondage auprès de 2000 personnes au Canada. Quant aux chœurs d'enfants, le rapport constate qu'il y a 1,6 million de choristes de moins de 18 ans (23 % de tous les enfants au Canada). Cette estimation est trois fois supérieure au nombre estimé d'enfants qui jouent au hockey (531 000 ou 7 % des enfants). En ce qui concerne la participation des adultes, le rapport estime qu'il y a 1,8 million de choristes adultes, c'est-à-dire 7 % de tous les adultes au Canada. C'est 50 % de plus que l'estimation la plus récente du nombre d'adultes qui jouent au hockey (1,2 million).

Le rapport utilise également les résultats d'un sondage de la population pour estimer que « 7,8 millions d'adultes au Canada (de 18 ans et plus) ont assisté à un concert choral en 2016 », ou 28 % de la population adulte.

En se basant sur un échantillon aléatoire de 977 églises et 864 écoles ainsi que sur un sondage auprès de 861 organismes choraux, le rapport estime qu'il y a 27 700 chœurs au Canada, la majorité étant des chœurs religieux (17 500, ou 63 %). Parmi les autres, il y a 7 700 chœurs scolaires (28 %) et 2 500 chœurs communautaires (9 %).

Les 861 organismes choraux qui ont répondu à un sondage non aléatoire ont déclaré réunir plus de 1 500 chœurs et 60 000 choristes. Ces chœurs ont déclaré avoir donné plus de 10 000 concerts devant un public total de 933 000 personnes, et environ 20 millions de dollars en revenus au cours de leurs derniers exercices. Les organismes ont tendance à être assez petits : les données du rapport indiquent qu'un chœur canadien typique donne sept représentations devant un public total de 800 personnes, et que ses revenus de fonctionnement annuels sont de l'ordre de 14 000 dollars. L'analyse du sondage examine également comment « les chœurs sont un élément intégral du tissu social de leurs collectivités » ainsi que la variété du répertoire choral. Quant aux « éléments qui sont les plus importants pour le développement de leur organisation chorale au cours des cinq prochaines années », l'élément le plus souvent choisi était de loin « la recherche et le recrutement de choristes ou de chanteurs » (54 %).

## Ce n'est pas que l'argent : Comment la finance sociale peut rendre le secteur des arts résilient

(More than Money: How social finance can build resilience in the arts sector)

Metcalfe Foundation, janvier 2018

Auteurs : Elizabeth MacKinnon et Christine Pellerin

<https://metcalffoundation.com/stories/publications/more-than-money/>

Observant que « les outils de finance sociale donnent aux investisseurs la possibilité de financer des projets qui ont un rendement économique et un dividende social », ce rapport donne un aperçu de la littérature existante sur la finance sociale et son intérêt pour le secteur des arts.

Un des principaux thèmes du rapport est que jusqu'à présent, la finance sociale n'a pas souvent été envisagée comme solution pour les arts et la culture. Ainsi, « la majorité de la littérature sur la finance sociale ne s'est pas intéressée spécifiquement aux arts et à la culture en tant que catégorie d'investissement possible ». Les projets actuels de financement social dans le secteur des arts sans but lucratif prennent le plus souvent la forme de prêts remboursables. Le rapport présente des exemples canadiens ainsi que l'expérience de l'Arts Impact Fund au Royaume-Uni.

Malgré l'absence relative de finance sociale pour les arts au Canada, les auteurs croient à son potentiel comme solution novatrice « au problème persistant des ressources financières ». Selon les auteurs, l'introduction de la finance sociale présente cinq occasions de première importance pour les organismes artistiques :

- « Augmenter les revenus, ou aider l'organisme à "agrandir la tarte" »
- « Bâtir des capacités financières et organisationnelles »
- « Développer la résilience »
- « Contribuer à l'argument en faveur des avantages sociaux des arts »
- « Renforcer les liens avec le vaste secteur sans but lucratif et d'impact social »

Dans la finance sociale, les résultats financiers et sociaux doivent être « mesurables et tangibles ». Le rapport indique qu'il s'agit d'un important défi, puisqu'il « oblige les organismes artistiques à se doter d'un outil robuste pour mesurer l'impact des arts et de la culture et pour mettre de l'avant le bien public qu'ils produisent ».

Malgré le potentiel de la finance sociale, les auteurs indiquent que « ce n'est pas une solution magique pour les difficultés financières du secteur sans but lucratif, et ce n'est pas une solution miracle aux problèmes sociaux de la société ». Voici deux des principales conclusions du rapport :



- « Une augmentation de la visibilité des arts comme secteur où on peut investir et une meilleure coordination entre les différents intervenants sont les facteurs essentiels au développement d'investissements à impact social en tant que source de financement pour les arts au Canada. »
- « Les investissements à impact social présentent la possibilité d'appliquer la créativité que les arts ont déjà en abondance aux structures financières et d'affaires qui soutiennent la création artistique. »

## **Generator et le projet Riser : outils de développement du secteur pour le théâtre indépendant à Toronto**

(Generator and The Riser Project: Sector Developers for Independent Theatre in Toronto)  
Toronto Arts Foundation, octobre 2017

Auteure : Helen Yung

<http://www.torontoartsfoundation.org/knowledge/publications-other-resources/generator-and-the-riser-project-research-paper>

Ce rapport, « basé en grande partie sur 29 entrevues avec du personnel, des participants et des intervenants associés », explore deux initiatives qui soutiennent le milieu du théâtre indépendant à Toronto : Generator (« un organisme de mentorat et de développement des capacités à l'intention des créateurs indépendants du théâtre ») et le projet RISER (« une approche charitable axée sur les collaborations de production et de diffusion »). Le rapport distingue ainsi ces deux initiatives :

- « La raison d'être de Generator est d'aider les créateurs indépendants du théâtre à faire de l'art avec moins de tracas (administratifs) et d'ennuis et avec plus de ressources et d'efficacité. Le projet RISER cherche à augmenter le nombre de créateurs indépendants du théâtre qui ont la possibilité de présenter leurs œuvres de façon soutenable dans des salles professionnelles. »

Le rapport énumère les défis importants du théâtre à Toronto (en plus des préoccupations générales au sujet du public) : « l'impression qu'il y a trop de créateurs, le coût élevé de la vie, une disparité croissante dans la ville entre les riches et les pauvres, le manque de salles abordables, des enjeux géographiques et d'accessibilité d'une vaste métropole desservie par un système de transport en commun qui laisse à désirer, et un public qui a le choix d'une foule d'activités à Toronto chaque soir ».

Compte tenu de ce contexte, les deux initiatives misent sur les mêmes enjeux stratégiques, soit « l'accélération, l'immersion, l'encadrement, les corésidences, la culture et la collectivité ». De plus, les deux « développent des personnes et des ressources, et bâtissent des communautés, des réseaux et une infrastructure ».

Le rapport suggère qu'au-delà de leurs affinités stratégiques, le principal apport de ces initiatives est surtout le vent d'espoir qu'elles font souffler dans le milieu du théâtre indépendant. Le rapport suggère que « le "rendement de l'espoir" pourrait former la base

d'une grille pour évaluer la valeur des actions et des initiatives qui cherchent à réorienter les systèmes ou à transformer des réalités stagnantes. Si le rendement sur l'investissement mesure la valeur économique d'une initiative, le rendement de l'espoir ne pourrait-il pas mesurer sa valeur humaine, sociale, de création ou de transformation ? »

Un « appel à l'action... pour que l'on s'intéresse davantage aux mesures de développement et de soutien qui favorisent la soutenabilité de l'espoir » arrive en conclusion du rapport.

## **Diffuseurs d'arts médiatiques au Canada**

### **Faits saillants sur les arts tirés des données CADAC de 2013**

Conseil des arts du Canada, 1<sup>er</sup> juin 2016

<http://conseildesarts.ca/recherche/repertoire-des-recherches/2016/06/diffuseurs-d-arts-mediatiques>

Un résumé accompagne deux rapports plus étoffés qui examinent la situation de 49 diffuseurs d'arts médiatiques et de 45 centres de production d'arts médiatiques « qui reçoivent des subventions récurrentes de la part du Service des arts médiatiques du Conseil des arts du Canada », en se fondant sur une analyse des données financières et statistiques déclarées au CADAC (Canadian Arts Data/Données sur les arts au Canada). Une des forces des données CADAC tient au fait que les données financières des organismes « sont conciliées avec les données des états financiers présentés par les organismes artistiques ». L'envers de la médaille, c'est que les données non financières, elles, « ne sont pas validées et représentent ce qui est rapporté par les organisations et peuvent inclure des dénombrements doubles. » De plus, « le Québec n'est pas un partenaire du CADAC », bien que les organismes établis au Québec qui reçoivent du financement permanent du Conseil des arts du Canada sont inclus dans les données.

Pour les 49 diffuseurs d'arts médiatiques, le total des revenus s'élevait à 81,6 millions de dollars en 2013. Les revenus du secteur privé et les revenus gagnés représentent les parts les plus importantes des revenus (38 % et 36 %, respectivement), suivi des revenus du secteur public (26 %). La croissance de 44 % des revenus au cours des cinq années précédentes est attribuable aux revenus gagnés et non aux revenus provenant des secteurs public et privé.

Les 49 diffuseurs ont déclaré un déficit cumulatif collectif de 1,8 million de dollars en 2013. Le ratio du fonds de roulement était de 0,96, ce qui est légèrement supérieur au ratio de tous les types d'organismes qui déclarent des données au CADAC (0,92). Le ratio donne une indication de « la capacité d'un organisme à respecter ses obligations de paiement lorsqu'elles doivent être acquittées. En général, plus le chiffre est élevé, plus la flexibilité financière de l'organisme est grande. »

Le rapport comprend deux références spécifiques se rapportant aux dépenses de marketing et de collecte de fonds des diffuseurs. Pour chaque dollar dépensé en activités de marketing, les 49 diffuseurs ont récolté en moyenne 1,35 \$ en revenus gagnés. Pour chaque dollar

consacré aux collectes de fonds, les organismes ont obtenu 4,48 \$ en revenus du secteur privé.

Les diffuseurs ont présenté 4 571 artistes « dans 19 074 projections de films, de vidéos et de médias attirant plus de 1,4 million de spectateurs ». Parmi les artistes qui ont reçu des cachets des diffuseurs, 71 % étaient du Canada.

Le total des revenus des 45 producteurs des arts médiatiques a atteint 81,6 millions de dollars en 2013. L'apport du secteur public constitue environ deux tiers de ce total (63 %), suivi des revenus gagnés (30 %) et des revenus du secteur privé (7 %). Bien que le total des revenus soit demeuré stable au cours des quatre années précédentes, les revenus gagnés ont représenté une part accrue du total des revenus (21 % en 2009 et 30 % en 2013). En guise de contraste, les revenus du secteur public ont reculé, passant de 74 % du total des revenus en 2009 à 63 % en 2013.

Collectivement, les 45 producteurs ont déclaré un excédent cumulatif de 5 millions de dollars en 2013, avec un ratio de fonds de roulement de 1,20, ce qui est plus élevé que le ratio de tous les types d'organismes qui déclarent des données au CADAC (0,92).

Du côté des producteurs d'arts médiatiques, les montants de référence des dépenses de marketing et de collecte de fonds sont inférieurs à ceux des diffuseurs. Pour chaque dollar dépensé pour des activités de marketing, les 45 producteurs n'ont récupéré en moyenne que 0,42 \$ en revenus gagnés. Pour chaque dollar consacré aux collectes de fonds, ils ont retiré 3,20 \$ en revenus du secteur privé.

Les producteurs ont présenté plus de 2 500 artistes en 2 780 projections locales de films, de vidéos et de médias, et ils ont attiré 109 000 spectateurs. Parmi les artistes qui ont reçu des cachets des producteurs, 90 % d'entre eux étaient du Canada.

Dans les deux types d'organismes d'arts médiatiques, environ la moitié ou plus des budgets de fonctionnement étaient consacrés à des salaires et à des cachets professionnels. Seule une minorité d'emplois dans les organismes d'arts médiatiques sont à temps plein (diffuseurs : 22 % et producteurs : 39 %). Chez les 49 diffuseurs, « 8 557 bénévoles ont collectivement consacré plus de 249 461 heures de leur temps », tandis que les 45 producteurs ont attiré 2 752 bénévoles, qui ont contribué plus de 72 000 heures.