

Augmentation de 49 % des dépenses consacrées aux arts de la scène entre 2001 et 2008



Regards statistiques sur les arts, vol. 9, n° 2
Rapport financé par le ministère du Patrimoine canadien,
le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts de l'Ontario

Le 9 février 2011

Habitudes de dépenses pour les arts de la scène au Canada en 2008, le 33^e rapport de la série *Regards statistiques sur les arts* de Hill Stratégies, présente une analyse détaillée des Canadiens qui dépensent pour des spectacles sur scène. En 2008, les consommateurs ont dépensé 1,426 milliard de dollars pour assister à des spectacles sur scène, ce qui représente une moyenne de 108 \$ par ménage, le pays comptant 13,2 millions de ménages. En 2008, 37 % des ménages canadiens ont dépensé pour assister à des spectacles sur scène. Les ménages qui ont consacré de l'argent à des spectacles sur scène ont dépensé en moyenne 293 \$ chacun.

Augmentation de 49 % des dépenses consacrées aux arts de la scène entre 2001 et 2008

Après ajustement pour l'inflation, les dépenses des consommateurs pour des spectacles sur scène ont augmenté de 49 % entre 2001 et 2008. En 2001, les ménages qui dépensaient pour des spectacles sur scène y consacraient 25 cents par tranche de 100 \$ de leur revenu. Cette proportion a considérablement augmenté en 2008 (en moyenne, 31 cents par tranche de 100 \$ du revenu du ménage).

Entre 2001 et 2008, le nombre de ménages dépensant beaucoup pour des spectacles sur scène a considérablement augmenté. En 2001, environ 2,2 millions de ménages ont dépensé au moins 120 \$ pour assister à des spectacles sur scène. En 2008, même en tenant compte d'une augmentation du seuil minimum de dépenses, plus de 2,7 millions de ménages ont dépensé au moins 200 \$ pour assister à des spectacles sur scène. Ceci représente une augmentation de 26 % du nombre de ménages dépensant beaucoup pour ce type d'activité. Le nombre de ménages au Canada a augmenté de 11 % au cours de cette période.

Les autres statistiques sur les arts de la scène sont restées stables entre 2001 et 2008

En 2001, 36 % des ménages canadiens avaient déclaré dépenser pour assister à des spectacles sur scène, ce qui se rapproche du taux de 37 % enregistré en 2008. Plusieurs catégories analytiques ont été révisées entre 2001 et 2008. Il est toutefois évident que, pendant les deux années observées, dans chaque niveau de revenu, au moins le même pourcentage de ménages a dépensé pour des spectacles sur scène.

Malgré l'abondance de choix de consommation possibles, beaucoup de Canadiens optent pour des spectacles sur scène

Les Canadiens peuvent dépenser leur revenu personnel disponible de bien des façons. Pour avoir un point de comparaison avec les spectacles sur scène, le rapport a également examiné certains indicateurs de dépenses pour trois autres activités semblables : la fréquentation des cinémas, des musées et des événements sportifs devant public. Les résultats de ces comparaisons révèlent qu'une proportion importante du public canadien dépense beaucoup pour les spectacles sur scène.

Les 1,426 milliard de dollars consacrés aux spectacles sur scène étaient légèrement supérieurs au montant consacré aux billets de cinéma (1,216 milliard) et plus du double du montant dépensé pour assister à des événements sportifs (0,645 milliard) ou en droits d'entrée à des musées et à des activités relatives au patrimoine (0,519 milliard) en 2008. En 2008, 37 % de tous les ménages au Canada ont dépensé pour assister à des spectacles sur scène. En guise de comparaison, 55 % des ménages ont dépensé pour aller au cinéma, 29 % pour visiter des musées et 17 % pour assister à des événements sportifs.

De nombreux ménages à faible revenu choisissent des spectacles sur scène

Un pourcentage considérable de ménages à faible revenu a choisi de dépenser pour des spectacles sur scène. Les ménages ayant un revenu de 25 000 \$ ou moins ont plus tendance à dépenser pour assister à des spectacles sur scène (15 %) que pour aller au musée (12 %) ou assister à des événements sportifs (4 %). D'autre part, beaucoup plus de ménages ayant un revenu de 25 000 \$ ou moins ont dépensé pour aller au cinéma en 2008 (29 %).

Les ménages à faible revenu qui ont dépensé pour des spectacles sur scène en 2008 ont dépensé en moyenne 166 \$ à ce chapitre, comparativement à une moyenne de 124 \$ pour les ménages à faible revenu qui ont dépensé pour des événements sportifs devant public, 106 \$ pour les ménages à faible revenu qui ont dépensé pour aller au cinéma et 66 \$ pour les ménages à faible revenu qui ont dépensé pour aller au musée.

Perspectives sur la promotion des arts de la scène

Les données statistiques contenues dans ce rapport montrent qu'il y a des chevauchements marqués entre les ménages consacrant des dépenses élevées à des spectacles sur scène, aux visites de musées, aux arts, aux livres et au cinéma. Le rapport compare les dépenses de 2,7 millions de ménages ayant dépensé 200 \$ ou plus pour assister à des spectacles sur scène en 2008 aux 10 millions de ménages ayant dépensé moins de 200 \$ ou rien du tout pour assister à des spectacles sur scène :

- Les dépenses moyennes pour des visites de musées et autres activités patrimoniales sont 3,5 fois plus élevées.
- Les dépenses moyennes pour les arts, les antiquités et les articles de décoration sont près de trois fois plus élevées.

- Les dépenses moyennes pour l'achat de livres sont plus de 2,5 fois plus élevées.
- Les dépenses moyennes pour des droits d'entrée au cinéma sont près de 2,5 fois plus élevées.
- Les dépenses moyennes consacrées à des biens et services photographiques sont plus de deux fois plus élevées.
- Les dépenses moyennes consacrées à des magazines et périodiques sont plus de deux fois plus élevées.
- Les dépenses moyennes pour l'achat de journaux sont deux fois plus élevées.

Selon ces données, les stratégies de promotion des arts de la scène pourraient cibler d'autres groupes intéressés par les activités culturelles, notamment ceux qui fréquentent les musées, qui achètent des œuvres d'art et qui lisent des livres.

Selon les données de ce rapport, les ménages qui consacrent davantage d'argent aux arts de la scène dépensent également plus de quatre fois plus pour assister à des événements sportifs devant public que les ménages consacrant peu ou pas d'argent aux arts de la scène. Ces données montrent que beaucoup des ménages qui achètent des billets pour assister à des événements le font pour une variété d'événements, plutôt que de s'en tenir à un seul type d'activité. Selon ces statistiques, la promotion des arts de la scène pourrait également cibler les ménages participant à des événements sportifs devant public.

Possibilités de commandite des arts

Pour les organismes voués aux arts qui désirent obtenir des commandites, il est utile de pouvoir compter sur des données fiables quant aux habitudes de dépenses de ceux qui consacrent des montants importants à des spectacles sur scène. Chez les ménages qui dépensent beaucoup pour des spectacles sur scène, les dépenses sont plus élevées que chez les ménages dépensant peu ou pas du tout pour des spectacles sur scène pour une variété de dépenses de consommation :

- Hôtels et autres formules d'hébergement en voyage (près du triple) et transport interurbain (plus du double).
- Services financiers (plus de deux fois plus) et contributions à l'épargne-retraite et aux caisses de retraite (près de deux fois plus).
- Fournitures de jardinage (plus du double).
- Restaurants (dépenses moyennes consacrées à la consommation de nourriture dans des restaurants 85 % plus élevées et plus du double des dépenses moyennes consacrées à la consommation de boissons alcoolisées dans des restaurants).
- Bicyclettes (plus du double).
- Vêtements (88 % plus élevées).
- Ameublement (86 % plus élevées).
- Équipement informatique et fournitures (81 % plus élevées).
- Dépenses pour des animaux domestiques (72 % plus élevées).

Du point de vue des commanditaires éventuels, ces données statistiques signifient que les ménages dépensant beaucoup pour les arts de la scène sont des clients de choix. Les commanditaires des secteurs énumérés ci-dessus peuvent passer par des organismes voués aux arts de la scène pour s'adresser aux consommateurs intéressés par leurs biens et services.

Facteurs influant sur les dépenses pour les arts de la scène

Le rapport trouve que le niveau d'études, la province, la taille de la municipalité et l'incapacité sont des facteurs importants en matière de dépenses consacrées aux arts de la scène. Les facteurs démographiques qui n'ont qu'un impact restreint sur les dépenses pour les arts de la scène sont la présence d'enfants dans le ménage, la taille du ménage, l'âge et le sexe du répondant.

Contact pour les médias

Pour des entrevues avec les médias, veuillez communiquer avec Kelly Hill, président de Hill Stratégies au 1-877-445-5494 (poste 1) ou par courriel à kelly@hillstrategies.com.

Le rapport complet est également disponible

Le rapport complet contient beaucoup plus de détails au sujet des variations des dépenses des ménages selon le niveau d'études, le revenu, l'âge, le sexe, la présence (ou l'absence) d'enfants dans le ménage, la taille du ménage, l'incapacité, la situation rurale et urbaine et la province. Financé par Patrimoine canadien, le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts de l'Ontario, le rapport est disponible gratuitement dans le site Internet de Hill Stratégies (<http://www.hillstrategies.com/?lang=fr>) ainsi que dans les sites des organismes subventionnaires.

Notes méthodologiques

Les données sont tirées de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada, un questionnaire annuel sur les habitudes de dépenses des Canadiens. Statistique Canada a interrogé 9 787 ménages canadiens au sujet de leurs dépenses en 2008. La question suivante sur les spectacles sur scène figurait dans le questionnaire : « En 2008, combien votre ménage a-t-il dépensé en droits d'entrée pour des spectacles sur scène, par exemple, pièces de théâtre, concerts, spectacles de danse ? »

Comme il s'agit d'une vaste étude sur les habitudes globales de dépenses, l'Enquête sur les dépenses des ménages ne présente pas tous les détails que l'on pourrait désirer sur les dépenses consacrées à la culture. Par exemple, la catégorie des spectacles sur scène comprend une gamme d'activités artistiques à but lucratif et non lucratif, notamment des concerts pop, de la musique classique, des comédies musicales, des pièces de théâtre, des opéras, de la danse, etc.

Dans le cadre de l'Enquête, les répondants ont été interrogés sur les dépenses qu'ils consacraient aux spectacles sur scène et non pas sur leur participation globale à ces spectacles. Les spectacles gratuits sont donc, par définition, exclus de l'Enquête.

Bien qu'une augmentation des dépenses consacrées aux arts de la scène puisse souvent être « bien » accueillie par le secteur culturel, il reste que le prix élevé des billets (qui pourrait être la cause d'une augmentation des niveaux de dépenses) fait en sorte que beaucoup trop de personnes ne peuvent se permettre de voir des spectacles sur scène. Ce rapport examine quels ménages consacrent ou non de l'argent aux spectacles sur scène ainsi que les variations des dépenses moyennes des ménages. Malheureusement, les données de l'Enquête sur les dépenses des ménages ne contiennent pas de données détaillées sur le nombre d'achats et le prix moyen de chaque activité. Il serait bon d'avoir des études plus approfondies sur les habitudes d'achat et les prix.