

Facteurs dans la fréquentation des activités artistiques par les Canadiens en 2010

Résumé



Regards statistiques sur les arts, vol. 11, no 1
Rapport financé par le ministère du Patrimoine canadien,
le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts de l'Ontario

le 26 septembre 2012

Facteurs dans la fréquentation des activités artistiques par les Canadiens en 2010, le 38^e rapport de la série *Regards statistiques sur les arts* de Hill Stratégies, examine la dynamique de la fréquentation de cinq activités artistiques : les galeries d'art, les théâtres, les concerts de musique classique, les spectacles de musique populaire et les festivals culturels. En plus d'une analyse des facteurs démographiques, le rapport propose beaucoup d'informations sur les chevauchements culturels. L'analyse des « chevauchements culturels » examine si les personnes qui s'adonnent à une activité culturelle ont plus ou moins tendance à assister à d'autres activités artistiques.

Une des principales conclusions de ce rapport est que de nombreuses activités culturelles ont une incidence sur les taux de fréquentation d'autres activités *au-delà des facteurs démographiques*. De fait, l'analyse présentée par ce rapport démontre que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans la fréquentation des arts que les facteurs démographiques.

Source des données

Les données sont tirées de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada, une enquête téléphonique approfondie auprès d'environ 7 500 Canadiens de 15 ans et plus. Ce rapport résume des données sur des Canadiens qui ont assisté à au moins une des cinq activités artistiques examinées au cours des 12 mois qui ont précédé l'enquête.

Les répondants sont dénombrés en tant que « participant » à une activité s'ils y ont participé au moins une fois en 2010. Ils sont dénombrés une seule fois par activité, peu importe le nombre de fois qu'ils ont pu y participer au cours de l'année. Il est également important de noter que les données comprennent la participation à des activités à l'extérieur du pays par des Canadiens en voyage, et excluent la participation par des étrangers en visite au Canada.

L'exposition culturelle d'une personne peut avoir une incidence sur la probabilité qu'elle fréquente des activités artistiques. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire visite une galerie d'art en 2010 : seulement 20 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a assisté à un concert de musique classique en 2010 avait beaucoup plus tendance à visiter une galerie d'art : 44 % l'ont fait en 2010. Le poids des chevauchements culturels est semblable pour chacune des activités artistiques examinées par ce rapport.

Une modélisation statistique détaillée, qui tente d'isoler les effets des facteurs démographiques et des chevauchements culturels individuels, démontre que de nombreuses activités culturelles sont des variables explicatives statistiquement significatives de la fréquentation d'autres types d'activités (lorsque tous les autres facteurs, comme le niveau d'études, le revenu, l'âge, etc., demeurent constants). Toutes les activités culturelles examinées avaient des corrélations positives entre elles, ce qui signifie que de nombreux participants culturels assistent à une foule d'activités différentes.

La modélisation statistique a révélé que parmi les facteurs démographiques, le niveau d'études était un facteur prépondérant dans la fréquentation des galeries d'art, des concerts de musique classique et des festivals culturels. Le revenu du ménage était un facteur clé dans la fréquentation des théâtres et des spectacles de musique populaire.

Des études précédentes ont démontré que l'éducation artistique pendant l'enfance est un facteur important dans la participation aux arts à l'âge adulte¹. D'autres études ont examiné les motivations, les valeurs et les croyances entourant la fréquentation des arts². Toutefois, comme l'Enquête sociale générale n'a pas posé de questions au sujet de ces autres facteurs potentiels, ce rapport n'analyse pas ces aspects.

Incidences sur la création de publics pour les arts

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing devraient viser les gens qui participent à des activités qui ont une forte corrélation avec un autre type d'activité artistique.

De plus, les résultats du rapport suggèrent que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans la fréquentation des arts que les facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par les arts qui échappe aux analyses démographiques.

¹ Parmi les rapports récents qui se sont penchés sur cette question, mentionnons *Arts education in America: What the declines mean for arts participation*, préparé pour la National Endowment for the Arts par Nick Rabkin et E. C. Hedberg, 2011 et *Encourage children today to build audiences for tomorrow*, préparé pour le Arts Council England par Anni Oskala, Emily Keaney, Tak Wing Chan et Catherine Bunting, 2009.

² Voir, par exemple, *Arts de la scène : publics, marchés et motivations*, Hill Stratégies Recherche Inc., 2012, *Why people go to the theatre: a qualitative study of audience motivation*, Ben Walmsley, Leeds Metropolitan University, environ 2008, et *Motivations Matter: Findings and Practical Implications of a National Survey of Cultural Participation*, Wallace Foundation, novembre 2005.

Inversement, lorsqu'il y a une corrélation négative entre la participation à une activité et des facteurs démographiques spécifiques, des efforts de sensibilisation additionnels pourraient s'avérer utiles pour attirer plus de personnes du groupe démographique en question.

Y a-t-il constance entre les activités artistiques et les chevauchements culturels et facteurs démographiques ?

Notre analyse nous a permis de dégager une certaine constance entre les facteurs culturels et démographiques et les taux de fréquentation les plus élevés des cinq activités artistiques examinées (galeries d'art, théâtres, concerts de musique classique, spectacles de musique populaire et festivals culturels). Il y a 14 différents facteurs parmi les dix premiers taux de fréquentation les plus élevés. Neuf sont des activités culturelles et cinq, des facteurs démographiques. Plus précisément :

- Les cinq activités artistiques examinées en détail dans ce rapport sont parmi les dix premiers facteurs des quatre autres activités.
- La fréquentation de trois activités culturelles (visites de musée, assistance à des spectacles culturels ou traditionnels et visites de sites historiques) figure parmi les dix premiers facteurs des cinq activités examinées.
- Du côté des facteurs démographiques, quatre activités artistiques comptent un revenu très élevé (c'est-à-dire, un ménage de 150 000 \$ ou plus) parmi leurs dix premiers facteurs. Un niveau d'études élevé (c'est-à-dire, un diplôme universitaire) figure parmi les dix premiers facteurs de trois activités.

Toutefois, il y a de nombreuses différences entre les activités artistiques spécifiques ayant les plus fortes corrélations avec des activités culturelles. Par conséquent, il n'est pas possible d'affirmer par exemple que tous les questionnaires culturels devraient cibler les amateurs de musique classique. Une analyse plus complète des constatations (présentées ci-dessous) est nécessaire pour cibler plus efficacement les efforts de marketing.

Constatations relatives à chacune des cinq activités artistiques

Fréquentation des galeries d'art

Les taux de fréquentation des galeries d'art les plus élevés se constatent chez les gens qui assistent à des spectacles sur scène, visitent des musées et vont à des festivals. Le modèle statistique préparé pour le rapport indique que quatre activités culturelles ont une très forte corrélation avec les visites de galeries d'art : les visites d'un autre type de musée, l'assistance à des concerts de musique classique, l'assistance à des festivals et les visites de sites historiques.

Le niveau d'études est le facteur démographique le plus significatif dans les visites de galeries d'art. Le revenu du ménage s'est également avéré un facteur significatif dans ces visites.

Assistance au théâtre

Les personnes qui assistent à d'autres arts de la scène et les visiteurs de galeries d'art ont souvent tendance à aller au théâtre. L'assistance au théâtre la plus élevée se constate chez les Canadiens qui assistent à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (p. ex. autochtone, chinois, ukrainien) ou à un type de spectacle culturel ne figurant pas dans les autres catégories de l'enquête. La fréquentation des théâtres est également très élevée chez ceux qui ont visité une galerie d'art en 2010.

Le modèle statistique de l'assistance au théâtre indique que quatre activités culturelles ont une très forte corrélation avec cette activité : aller à des concerts de musique classique, au cinéma, à des spectacles de musique populaire et à des spectacles culturels ou traditionnels.

Fait intéressant, ce taux d'assistance au théâtre a varié pour presque tous les facteurs démographiques examinés. Seul un facteur (la présence d'enfants dans le ménage) semble n'avoir aucun effet sur le taux. Le revenu et le niveau d'études sont des facteurs démographiques très importants dans l'assistance au théâtre.

Assistance aux concerts de musique classique

L'assistance aux concerts de musique classique la plus élevée se constate parmi les visiteurs des galeries d'art et les amateurs de spectacles culturels et traditionnels, de théâtre et de festivals. Le modèle statistique de cette activité indique une très forte corrélation avec la fréquentation des théâtres et des galeries d'art.

Les facteurs démographiques importants dans l'assistance aux concerts de musique classique comprennent le niveau d'études, le revenu, l'âge et la résidence en milieu urbain.

Assistance aux spectacles de musique populaire

Les gens qui vont à des festivals, à des concerts de musique classique et à des spectacles traditionnels ont fortement tendance à assister à des spectacles de musique populaire. Le modèle statistique de cette activité indique que l'assistance à des festivals et à des théâtres y est très fortement corrélée, même lorsque les autres facteurs demeurent constants (comme le niveau d'études, le revenu, l'assistance à d'autres activités artistiques, etc.).

Le revenu du ménage s'est avéré le facteur démographique le plus significatif dans l'assistance aux spectacles de musique populaire. Les autres facteurs démographiques importants comprennent la résidence en milieu urbain et l'âge (les jeunes Canadiens assistent à des spectacles de musique populaire plus souvent que les Canadiens plus âgés). Fait intéressant, lorsque l'on tient compte de tous les autres facteurs du modèle, le niveau d'études n'est pas un facteur statistiquement significatif de cette activité. Ceci pourrait s'expliquer en partie par

l'inclusion de nombreux chevauchements culturels, qui pourraient déjà différencier ceux ayant des niveaux d'études plus élevés de ceux ayant fait moins d'études.

Assistance aux festivals

L'assistance aux festivals est plus fréquente chez les Canadiens qui ont également assisté à d'autres activités culturelles telles que des spectacles culturels ou traditionnels, des concerts de musique classique, des expositions dans des galeries d'art, des spectacles de musique populaire, des expositions dans des musées et d'autres types de spectacles culturels qui n'étaient pas expressément inclus dans les autres catégories de l'enquête.

Le modèle statistique de l'assistance aux festivals indique une très forte corrélation avec quatre activités culturelles : les spectacles culturels ou traditionnels, les spectacles de musique populaire, les visites de galeries d'art et les autres spectacles d'arts de la scène.

Parmi les autres facteurs démographiques importants dans l'assistance aux festivals culturels, on retrouve le niveau d'études, le revenu et l'âge (les jeunes Canadiens assistent à des festivals plus souvent que les Canadiens plus âgés).

Le rapport complet est également disponible ...

dans les sites Internet de Hill Stratégies (www.hillstrategies.com), du Conseil des Arts du Canada (www.conseildesarts.ca) et du Conseil des arts de l'Ontario (www.arts.on.ca).