

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

Analyse de la fréquentation des galeries d'art, des théâtres, des concerts de musique classique, des spectacles de musique populaire et des festivals culturels



Facts Stats Insights : Faits Données Idées

www.HillStrategies.com

info@hillstrategies.com

Regards statistiques sur les arts, vol. 11, n° 1
© Sa Majesté du chef du Canada, septembre 2012
ISBN 978-1-926674-25-4 ; série Regards statistiques ISSN 1713-3556

Préparé par Kelly Hill

Traduction par Gilbert Bélisle

*Rapport financé par le ministère du Patrimoine canadien,
le Conseil des Arts du Canada
et le Conseil des arts de l'Ontario*



Canadian
Heritage

Patrimoine
canadien



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

Table des matières

Résumé.....	1
Section 1 : Introduction	5
Section 2 : Galeries d'art.....	7
Section 3 : Théâtre	16
Section 4 : Concerts de musique classique.....	25
Section 5 : Spectacles de musique populaire.....	34
Section 6 : Festivals culturels.....	43
Annexe : Taux de fréquentation des cinq activités artistiques en 2010	52

Résumé

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.

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.

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.

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.

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.

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.

- 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).

Section 1 : Introduction

Ce rapport analyse les facteurs démographiques et autres qui entrent dans la fréquentation de cinq activités artistiques :

- Visiter des galeries d'art
- Assister à des pièces de théâtre.
- Assister à des concerts de musique classique.
- Assister à des spectacles de musique populaire.
- Assister à des festivals culturels.

Le rapport résume des données sur des Canadiens de 15 ans et plus qui ont assisté à des activités artistiques au cours des 12 mois qui ont précédé l'enquête. Les données sont tirées de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada, une enquête téléphonique approfondie auprès de 7 502 Canadiens de 15 ans et plus.

Si l'on reprend les expressions du questionnaire de l'Enquête sociale générale de 2010, les pourcentages de Canadiens de 15 ans et plus qui ont assisté à chacune des cinq activités artistiques étaient les suivants :

- 36 % ont visité « un musée d'art ou une galerie d'art (incluant l'assistance à des expositions spéciales) ».
- 44 % ont assisté à « une pièce de théâtre, par exemple une pièce dramatique, une comédie musicale, un souper-théâtre ou une comédie ».
- 13 % ont assisté à « des spectacles de musique symphonique ou classique ».
- 39 % ont assisté à « des spectacles professionnels de musique populaire tels que de la musique pop, du rock, du jazz, du blues, du folk, du country ou du western ».
- 37 % ont assisté à « des festivals culturels ou artistiques (tel que film, 'fringe', danse, jazz, folk, rock, amuseurs publics ou comédie) ».

Remarques sur la méthodologie

Les individus sont dénombrés en tant que « participant » à une activité s'ils y ont participé au moins une fois en 2010. Les répondants 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.

Ce rapport renferme des renseignements importants sur les chevauchements culturels et les facteurs démographiques. L'analyse des « chevauchements culturels » examine si les adeptes d'une activité culturelle ont plus ou moins tendance à assister à d'autres activités artistiques.

Des études précédentes ont démontré que l'éducation artistique pendant l'enfance est un facteur important dans la participation aux arts à l'âge adulte³. D'autres études ont examiné les motivations, les valeurs et les croyances entourant la fréquentation des arts⁴. 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.

En plus d'une analyse des taux de fréquentation, des modèles statistiques ont été créés pour isoler les facteurs les plus étroitement associés à la fréquentation des arts. Ces modèles statistiques ont aidé à établir une corrélation entre les facteurs démographiques individuels, les chevauchements culturels et les taux d'assistance aux activités artistiques. Plus précisément, les modèles proposent des estimations de la probabilité qu'une personne d'un groupe particulier (par exemple, les hommes) assiste à une activité artistique, comparativement aux autres (par exemple, les femmes), lorsque les autres facteurs sont constants (comme l'âge, les études, le revenu, etc.). Les principales constatations des modèles d'analyse de régression logistique multidimensionnelle de fréquentation des activités artistiques sont présentées à la fin de chaque section. Un supplément technique au rapport (disponible dans www.hillstrategies.com) renferme des renseignements additionnels au sujet de chaque modèle statistique.

Les autres sections du rapport présentent les informations par type d'activité :

- [Galeries d'art](#)
- [Théâtre](#)
- [Concerts de musique classique](#)
- [Spectacles de musique populaire](#)
- [Festivals culturels](#)

L'[annexe](#) présente un tableau des taux de fréquentation de ces cinq activités selon tous les facteurs démographiques.

Éducation artistique

Des études précédentes ont démontré que l'éducation artistique à l'enfance est un facteur important dans la participation aux arts à l'âge adulte, mais comme l'Enquête sociale générale n'a pas posé de questions à ce sujet, cet aspect n'est pas examiné par le rapport.

³ 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.

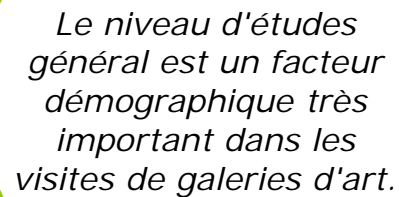
⁴ Voir, par exemple, *Arts de la scène : publics, marchés et motivations*, Hill Stratégies Recherche Inc., 2012, *Why people go to the theatre: a qualitative study of audience motivation*, Ben Walmsley, Leeds Metropolitan University, environ 2008, et *Motivations Matter: Findings and Practical Implications of a National Survey of Cultural Participation*, Wallace Foundation, novembre 2005.

Section 2 : Galeries d'art

Cette section examine la fréquence des visites de galeries d'art (c'est-à-dire, le pourcentage de la population qui visite au moins une galerie d'art) chez divers groupes de Canadiens. En 2010, un peu plus d'un tiers des Canadiens de 15 ans et plus (36 %, ou 10 millions de personnes) ont visité un musée d'art ou une galerie d'art, incluant l'assistance à des expositions spéciales.

Profil démographique des amateurs de galeries d'art

Le tableau présente des données sur les facteurs démographiques qui semblent avoir une incidence sur les visites de galeries d'art, notamment le niveau d'études général des répondants, leur revenu, la résidence en milieu urbain, l'identité autochtone, les groupes de langue officielle minoritaire et les problèmes de santé.



Le niveau d'études général est un facteur démographique très important dans les visites de galeries d'art.

Le niveau d'études est un facteur démographique majeur dans les visites de galeries d'art : 55 % des particuliers avec au moins un baccalauréat ont visité une galerie d'art en 2010. C'est 2,7 fois le taux de fréquentation des personnes qui n'ont pas complété leur secondaire (20 %).

Le tableau 1 indique également que les visites de galeries d'art augmentent avec le revenu. Cinquante-et-un pour cent des personnes dans des ménages ayant un revenu de 150 000 \$ ou plus ont visité une galerie d'art en 2010, ce qui est 2,7 fois le taux de fréquentation des personnes dans des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ (19 %).

Les Canadiens qui habitent dans un grand centre urbain fréquentent plus (38 %) les galeries d'art que ceux en milieu rural ou dans une petite ville ou un village (26 %). En général, on a plus facilement accès aux galeries d'art en milieu urbain que dans les régions rurales, une réalité qui a pu influencer sur ces pourcentages.

Les Autochtones (Premières Nations, Métis et Inuit) ont moins tendance que les non-Autochtones à visiter une galerie d'art : 26 % d'entre eux l'ayant fait en 2010, contrairement à 36 % des autres répondants.

Les groupes des deux langues officielles minoritaires ont des taux de fréquentation des galeries d'art légèrement plus élevés que leurs compatriotes de langue majoritaire. À l'extérieur du Québec, le taux de fréquentation des galeries d'art est un peu plus élevé chez ceux qui parlent le français à la maison (42 %) que chez ceux qui parlent l'anglais (35 %). Au Québec, le taux de fréquentation des galeries d'art par les anglophones (41 %) est légèrement supérieur à celui des francophones (37 %).

Les Canadiens qui ont souvent ou toujours des difficultés à cause de conditions physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles ont beaucoup moins tendance à visiter les galeries d'art : 29 % l'ont fait en 2010, contrairement à 38 % des Canadiens qui n'ont jamais de telles difficultés et à 36 % des Canadiens qui éprouvent parfois de telles difficultés.

Tableau 1 : Facteurs démographiques dans la fréquentation des galeries d'art au Canada en 2010 <i>(Niveau d'études, revenu, lieu de résidence, identité autochtone, minorités de langue officielle et problèmes de santé)</i>	
Tous les Canadiens	36 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant	
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	20 %
Diplôme du secondaire	25 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	38 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	32 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	55 %
Groupes de revenu du ménage	
Moins de 20 000 \$	19 %
20 000 \$ à 39 999 \$	29 %
40 000 \$ à 59 999 \$	30 %
60 000 \$ à 79 999 \$	36 %
80 000 \$ à 99 999 \$	37 %
100 000 \$ à 149 999 \$	45 %
150 000 \$ ou plus	51 %
Lieu de résidence	
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	38 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	26 %
Identité autochtone	
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	26 %
Non-Autochtone	36 %

Tableau 1 (suite) : Facteurs démographiques dans la fréquentation des galeries d'art au Canada en 2010	
Tous les Canadiens	36 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)	
Francophones hors Québec (minorité)	42 %
Anglophones hors Québec (majorité)	35 %
Anglophones au Québec (minorité)	41 %
Francophones au Québec (majorité)	37 %
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles	
Aucune difficulté	38 %
Difficulté occasionnelle	36 %
Difficulté fréquente ou constante	29 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Autres facteurs démographiques possibles dans les visites des galeries d'art

Les facteurs démographiques qui ont peu ou pas d'incidence sur la fréquentation des galeries d'art comprennent le sexe, l'âge, la présence d'enfants dans le ménage, le statut de minorité visible, le statut d'immigrant et la langue. Le tableau 2, qui présente les taux de fréquentation des galeries d'art pour ces groupes démographiques, démontre que :

- Le taux chez les hommes et les femmes est très semblable.
- Il y a très peu de différences entre les groupes d'âge, à l'exception des personnes de 75 ans et plus.
- Le taux de fréquentation des ménages est très semblable, qu'il y ait des enfants ou non.
- Les Canadiens de minorités visibles visitent les galeries d'art sensiblement autant que les autres Canadiens.
- Il y a très peu de différence dans le taux de fréquentation des immigrants et des non-immigrants.
- La langue du ménage n'a presque pas d'incidence sur le taux de fréquentation.
- Pareillement, la première langue parlée du répondant n'a presque pas d'incidence sur les visites des galeries d'art.

Tableau 2 : Facteurs démographiques ayant peu ou pas d'incidence sur la fréquentation des galeries d'art au Canada en 2010

(Sexe, âge, présence d'enfants, statut de minorité visible, statut d'immigrant et langue)

Tous les Canadiens	36 %
Sexe du répondant	
Homme	35 %
Femme	37 %
Âge du répondant	
15 à 24	39 %
25 à 34	38 %
35 à 44	36 %
45 à 54	31 %
55 à 64	39 %
65 à 74	37 %
75 ans et plus	26 %
Nombre d'enfants du répondant habitant dans le ménage	
Aucun	38 %
Un ou plus	36 %
Minorités visibles	
Membre d'une minorité visible	34 %
Non-membre d'une minorité visible	36 %
Immigrants	
Immigrants (première génération)	39 %
Non-immigrants	35 %
Langue du ménage du répondant	
Anglais seulement	36 %
Français seulement	37 %
Autre langue ou plusieurs langues	35 %
Première langue du répondant pendant l'enfance	
Anglais seulement	35 %
Français seulement	36 %
Autre langue seulement	37 %
Plusieurs langues	38 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Les personnes qui fréquentent les arts de la scène, les musées et les festivals ont très tendance à visiter les galeries d'art

Bien que l'analyse précédente démontre que certains facteurs démographiques semblent avoir une incidence sur les visites des galeries d'art, d'autres facteurs non démographiques pourraient être plus importants. La figure 1 démontre que la fréquentation des galeries d'art est plus élevée chez les Canadiens qui assistent à des concerts de musique classique : 70 % des personnes qui assistent à un concert de musique classique ont **également** visité une galerie d'art en 2010. C'est plus du double du taux de fréquentation des galeries d'art des Canadiens qui ne sont pas allés à de tels concerts (31 %).

Ce sont les personnes qui assistent à d'autres activités culturelles qui fréquentent le plus les galeries.

La fréquentation des galeries d'art est également très élevée chez ceux qui ont visité un musée (autre qu'une galerie d'art) en 2010 : 63 % des personnes qui ont visité un autre type de musée ont également visité une galerie d'art en 2010.

La moitié ou plus de Canadiens qui ont assisté à beaucoup d'autres activités culturelles ont également visité une galerie d'art en 2010. Il s'agit des groupes suivants :

- Les participants à un autre type d'activité culturelle non incluse dans les catégories de l'enquête⁵ (59 %).
- Les participants à des festivals culturels (58 %).
- Les personnes qui assistent à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (p. ex. autochtone, chinois, ukrainien) (55 %).
- Les visiteurs de sites historiques (54 %).
- Les personnes qui assistent à des pièces de théâtre (52 %).
- Les personnes qui assistent à des spectacles de musique populaire (50 %).

Les Canadiens qui ont visité des jardins zoologiques, des aquariums, des jardins botaniques, des planétariums ou des observatoires ont une fréquence relativement élevée de visites des galeries d'art (49 %), tout comme les Canadiens qui ont visité une zone protégée ou un parc naturel en 2010 (46 %).

Bien que les pourcentages ne soient pas aussi élevés, les personnes qui ont participé à des activités telles qu'aller au cinéma, écouter de la musique ou lire en 2010 avaient également des taux de fréquentation des galeries d'art supérieurs à la moyenne canadienne (36 %), notamment pour les activités suivantes :

- Voir un film dans un cinéma ou un ciné-parc (42 %).
- Écouter de la musique téléchargée sur un ordinateur, un lecteur MP3, etc. (42 %).

⁵Bien qu'ils ne figurent pas dans le questionnaire de l'enquête, certains des « autres » types de spectacles pourraient inclure la danse, le cirque, les arts multidisciplinaires et interdisciplinaires ainsi que l'opéra.

- Lire un livre (41 %).
- Lire une revue (39 %).
- Visionner une vidéo (38 %).
- Écouter de la musique sur CD, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (38 %).
- Lire un journal (38 %).

La figure 1 comprend également les facteurs démographiques ayant les taux de fréquentation des galeries d'art les plus élevés (le niveau d'études et le revenu). Il est intéressant de noter que les cinq premiers facteurs (et huit des dix premiers facteurs) qui prédisent la fréquentation des galeries d'art sont des activités culturelles et non des facteurs démographiques.

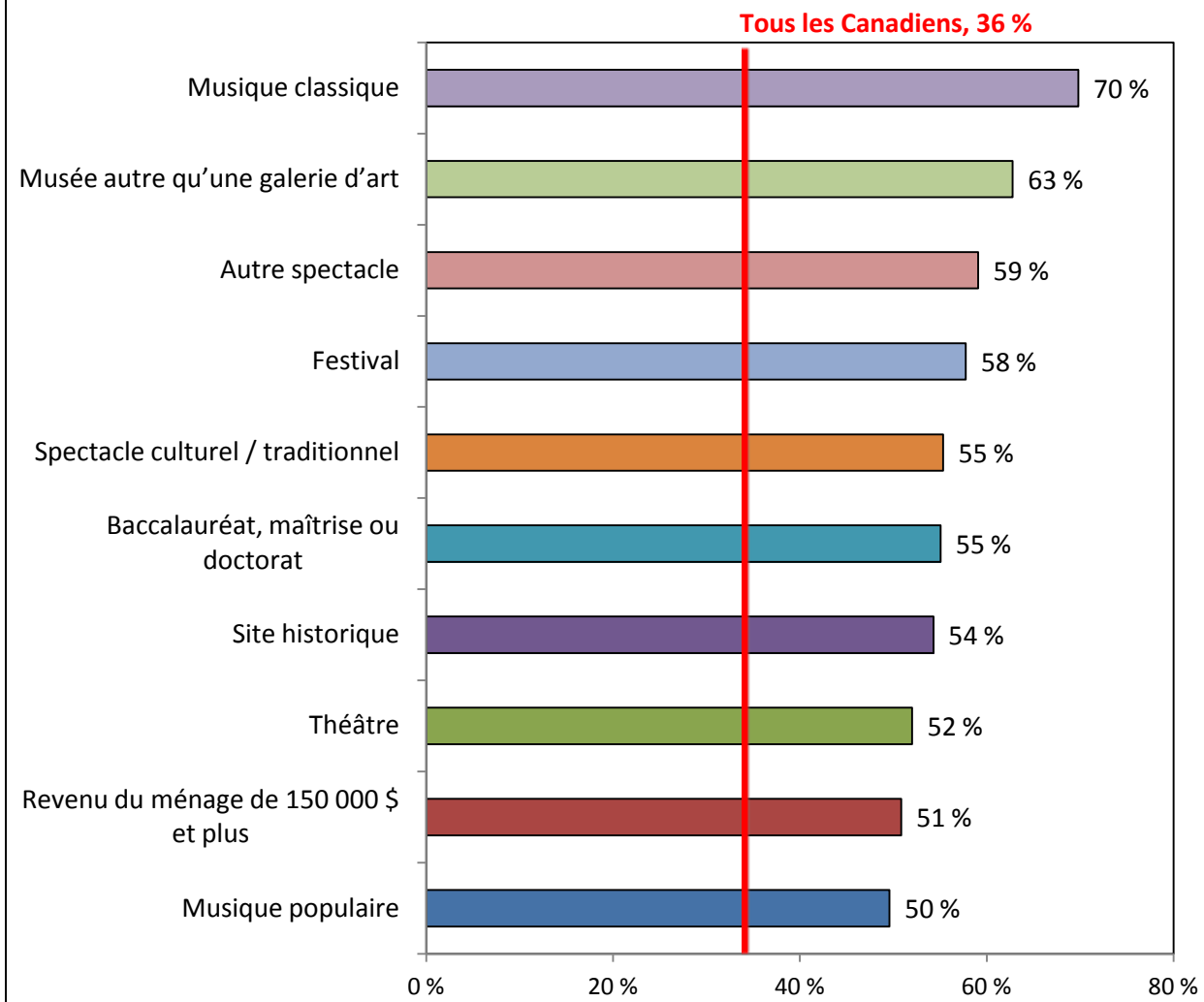
De plus, l'exposition culturelle d'une personne peut considérablement influencer sur la probabilité qu'elle visite une galerie d'art. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire visite une galerie d'art en 2010 : seulement 20 % l'ont fait. Toutefois, une personne 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.

En se fondant sur cette analyse des taux de fréquentation, il semblerait que les expériences culturelles et l'exposition aux activités artistiques sont des facteurs plus importants dans les visites de galeries d'art que les autres facteurs démographiques.

L'Enquête sociale générale de 2010 ne comportait pas de questions sur les autres facteurs qui se sont avérés avoir une forte incidence sur l'assistance aux activités artistiques, tels que les expériences d'éducation artistique, les motivations, les valeurs et les croyances des répondants.

Figure 1 : Taux de fréquentation les plus élevés, galeries d'art, Canada, 2010

(Chevauchements culturels et facteurs démographiques)



(Astuce de lecture du graphique : La barre supérieure indique que 70 % des Canadiens qui ont assisté à un concert de musique classique ont également visité une galerie d'art en 2010. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.)

Le modèle statistique 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 modèle de régression des visites des galeries d'art fournit des preuves solides que de nombreuses activités culturelles ont une influence sur les taux de fréquentation des galeries d'art *au-delà des facteurs démographiques*. Ce modèle, qui incorpore 12 facteurs démographiques et 17 chevauchements culturels, a retenu 12 des 17 autres activités culturelles en tant que variables explicatives significatives de la fréquentation des galeries d'art (lorsque tous les autres facteurs sont constants). Tous ces facteurs culturels ont eu un impact positif sur les visites de galeries d'art. Autrement dit, on peut trouver des visiteurs de galeries d'art parmi les participants à un grand nombre d'activités culturelles⁶.

Les visites d'un autre type de musée est le facteur culturel ayant la plus forte corrélation avec les visites de galeries d'art. Bien que ce facteur se classe deuxième à la figure 1 (après les concerts de musique classique), le modèle statistique complet indique que les Canadiens qui ont visité un musée en 2010 avaient trois fois (2,99) plus tendance à aussi visiter une galerie d'art en 2010 que ceux qui n'avaient pas visité un musée, lorsque les autres facteurs du modèle (comme le niveau d'études, le revenu, l'assistance à d'autres activités artistiques, etc.) demeurent constants.

Trois autres facteurs culturels ont une corrélation particulièrement forte avec les visites de galeries d'art : l'assistance à des concerts de musique classique, l'assistance à des festivals et les visites de sites historiques. Les personnes qui fréquentent ces activités avaient environ deux fois plus tendance que les non-participants à avoir visité une galerie d'art en 2010. Plus précisément, la probabilité de visiter une galerie d'art était 2,18 fois supérieure chez les personnes qui avaient assisté à un concert de musique classique, 2,01 fois plus élevée chez les gens qui sont allés à des festivals culturels et 1,85 fois plus élevée chez ceux qui ont visité un site historique.

La participation dans huit autres activités culturelles était une variable explicative significative de la fréquentation des galeries d'art : la lecture de livres (les lecteurs avaient 62 % plus tendance que les non-lecteurs à visiter une galerie d'art en 2010); l'assistance à des pièces de théâtre (49 % plus tendance); les visites de jardins zoologiques, jardins botaniques, planétariums ou observatoires (48 % plus tendance); la lecture de revues (45 % plus tendance); le visionnement de films (31 % plus tendance); les visites de zones protégées ou de parcs naturels (26 % plus tendance); l'assistance à un type de spectacle culturel non compris dans les autres catégories de l'enquête (28 % plus tendance); et l'écoute de musique téléchargée (24 % plus tendance).

⁶Pour obtenir plus d'information sur les modèles de régression logistique, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport dans le site www.hillstrategies.com.

Le niveau d'études est le facteur démographique le plus significatif dans les visites de galeries d'art

Les Canadiens qui ont obtenu un diplôme universitaire avaient 2,47 fois plus tendance à visiter une galerie d'art en 2010 que ceux qui n'ont pas terminé leurs études secondaires. Ceux qui avaient un diplôme collégial ou qui avaient commencé leurs études collégiales ou universitaires avaient également plus tendance à visiter une galerie d'art que les Canadiens qui n'ont pas terminé leur secondaire (60 % et 88 % plus tendance, respectivement).

Le revenu du ménage s'est également avéré un facteur significatif des visites de galeries d'art. Les personnes dans les ménages ayant un revenu de 150 000 \$ et plus étaient 92 % plus enclines à visiter une galerie d'art que celles des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$. Il y avait également des différences dans certains autres groupes de revenus (augmentation de la probabilité des visites entre 50 % et 60 %).

D'autres caractéristiques démographiques étaient également des facteurs significatifs dans les visites des galeries d'art :

- Les immigrants de première génération avaient 59 % plus tendance à visiter des galeries d'art que les autres Canadiens.
- Les résidents de la Colombie-Britannique et du Québec avaient 26 % plus tendance à visiter les galeries d'art que les Ontariens, tandis que ceux des Prairies et des provinces atlantiques avaient le moins tendance à le faire (de 21 % et 33 %, respectivement).
- Les personnes qui avaient des enfants à la maison avaient 34 % moins tendance à le faire.
- Les répondants de minorités visibles avaient 25 % moins tendance à visiter des galeries d'art que les autres répondants.

Incidences sur les efforts de développement des publics

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing des galeries devraient cibler les gens qui vont à d'autres musées, à des concerts de musique classique, à des festivals culturels et à des sites historiques.

Les résultats de ces modèles statistiques suggèrent également que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans les visites de galeries d'art que les autres facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par les arts qui échappe aux analyses démographiques.

Section 3 : Théâtre

Cette section examine le taux de fréquentation du théâtre (c'est-à-dire, le pourcentage de la population qui a assisté à au moins une pièce) de divers groupes de Canadiens. En 2010, près de la moitié des Canadiens de 15 ans et plus (44 % ou 12,4 millions de personnes) ont assisté à une pièce de théâtre, par exemple une pièce dramatique, une comédie musicale, un super-théâtre ou une comédie.

Profil démographique des amateurs de théâtre

Le taux d'assistance au théâtre varie pour presque tous les facteurs démographiques. De fait, il n'y a pas de variation pour un seul des 13 facteurs démographiques, la présence d'enfants dans le ménage⁷.

Le tableau 3 fournit des détails sur les facteurs démographiques qui semblent avoir une incidence sur l'assistance au théâtre. L'assistance au théâtre augmente beaucoup avec le revenu du ménage. Soixante pour cent des personnes dans des ménages ayant un revenu de 150 000 \$ ou plus ont assisté à une pièce de théâtre en 2010, ce qui est 2,5 fois le taux d'assistance des personnes dans des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ (24 %).

Le niveau d'études est un facteur démographique très important dans l'assistance aux pièces de théâtre : 56 % des personnes qui ont au moins un baccalauréat ont assisté à une pièce en 2010. C'est 1,8 fois le taux d'assistance des personnes qui n'ont pas complété leur secondaire (32 %).

Les femmes ont davantage tendance à assister à des pièces de théâtre que les hommes (49 % c. 40 %).

Une analyse des groupes d'âge par tranche de dix ans révèle que l'assistance au théâtre la plus élevée se trouve chez les plus jeunes (50 % des gens de 15 à 24 ans) et la plus faible, chez les plus vieux (35 % chez ceux de 75 ans et plus). Ces résultats pourraient s'expliquer par la possibilité qu'ont les jeunes d'âge scolaire d'assister à des sorties de théâtre, par la présence de billets à prix réduits pour les jeunes amateurs de théâtre, et par la forte probabilité que les répondants de 75 ans et plus aient une mobilité réduite. Entre ces groupes d'âges, la tendance d'assister au théâtre augmente avec l'âge, de 40 % chez les 25 à 34 ans à 48 % chez ceux de 65 à 74 ans.

Le taux d'assistance au théâtre varie pour presque tous les facteurs démographiques.

Le revenu et le niveau d'études sont des facteurs démographiques très importants dans l'assistance aux pièces de théâtre.

⁷Le taux d'assistance au théâtre est essentiellement identique chez les répondants qui n'ont pas d'enfants à la maison (46 %) que chez ceux qui en ont au moins un (44 %).

L'assistance au théâtre est plus élevée chez les Canadiens qui habitent dans un grand centre urbain (46 %) qu'en milieu rural ou dans une petite ville ou un village (36 %). On a plus facilement accès aux pièces de théâtre en milieu urbain, ce qui a pu influencer sur ces pourcentages.

Les Canadiens qui s'identifient en tant que membre d'une minorité visible ont moins tendance à assister à des pièces de théâtre que les gens qui ne sont pas de minorités visibles (33 % c. 46 %). De façon comparable, les immigrants de première génération ont moins tendance que les non-immigrants à assister au théâtre (37 % c. 46 %). De nombreux immigrants sont membres de minorités visibles et certains répondants sont comptés dans ces deux catégories.

Les personnes d'origine autochtone ont moins tendance que les autres répondants à assister à une pièce : 32 % des Autochtones l'ont fait en 2010, contrairement à 45 % des autres répondants.

L'assistance au théâtre est plus élevée chez les répondants anglophones que chez les francophones et les personnes qui parlent d'autres langues. C'est vrai, peu importe la langue du ménage du répondant ou la première langue parlée.

À l'extérieur du Québec, le taux d'assistance au théâtre est légèrement plus élevé chez les anglophones majoritaires (48 %) que chez les francophones minoritaires (42 %). Au Québec, les anglophones minoritaires ont un taux d'assistance au théâtre plus élevé que la majorité francophone (50 % c. 39 %).

Les Canadiens qui ont souvent ou toujours des difficultés à cause de conditions physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles ont beaucoup moins tendance à assister à une pièce de théâtre : 36 % l'ont fait en 2010, contrairement à 47 % des Canadiens qui n'ont jamais de telles difficultés et à 45 % des Canadiens qui éprouvent parfois de telles difficultés.

Tableau 3 : Facteurs démographiques dans l'assistance au théâtre au Canada en 2010

(Revenu, niveau d'études, sexe, âge, lieu de résidence, statut de minorité visible, statut d'immigrant, identité autochtone et problèmes de santé)

Tous les Canadiens	44 %
Groupes de revenu du ménage	
Moins de 20 000 \$	24 %
20 000 \$ à 39 999 \$	35 %
40 000 \$ à 59 999 \$	41 %
60 000 \$ à 79 999 \$	43 %
80 000 \$ à 99 999 \$	49 %
100 000 \$ à 149 999 \$	57 %
150 000 \$ ou plus	60 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant	
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	32 %
Diplôme du secondaire	37 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	49 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	42 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	56 %
Sexe du répondant	
Homme	40 %
Femme	49 %
Âge du répondant	
15 à 24	50 %
25 à 34	40 %
35 à 44	43 %
45 à 54	44 %
55 à 64	47 %
65 à 74	48 %
75 ans et plus	35 %
Lieu de résidence	
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	46 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	36 %

**Tableau 3 (suite) : Facteurs démographiques dans
l'assistance au théâtre au Canada en 2010**

Tous les Canadiens	44 %
Minorités visibles	
Membre d'une minorité visible	33 %
Non-membre d'une minorité visible	46 %
Immigrants	
Immigrants (première génération)	37 %
Non-immigrants	46 %
Identité autochtone	
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	32 %
Non-Autochtone	45 %
Langue du ménage du répondant	
Anglais seulement	48 %
Français seulement	39 %
Autre langue ou plusieurs langues	32 %
Première langue du répondant pendant l'enfance	
Anglais seulement	49 %
Français seulement	40 %
Autre langue seulement	37 %
Plusieurs langues	43 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)	
Francophones hors Québec (minorité)	42 %
Anglophones hors Québec (majorité)	48 %
Anglophones au Québec (minorité)	50 %
Francophones au Québec (majorité)	39 %
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles	
Aucune difficulté	47 %
Difficulté occasionnelle	45 %
Difficulté fréquente ou constante	36 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Les personnes qui assistent à d'autres arts de la scène et les visiteurs de galeries d'art ont très tendance à aller au théâtre

Même si l'analyse précédente démontre que de nombreux facteurs démographiques semblent avoir une incidence sur l'assistance aux pièces de théâtre, d'autres facteurs non démographiques sont également très importants. La figure 2 démontre que l'assistance au théâtre est plus élevée chez les Canadiens qui assistent à des concerts de musique classique : 78 % des personnes qui assistent à un concert de musique classique ont **également** assisté à une pièce en 2010. Les Canadiens qui assistent à un concert de musique classique ont deux fois plus tendance à avoir assisté à une pièce de théâtre en 2010 que ceux qui n'y sont pas allés en 2010 (39 %).

Ce sont les personnes qui assistent à d'autres activités culturelles qui ont les taux d'assistance au théâtre les plus élevés.

L'assistance au théâtre est également très élevée chez les personnes 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'enquête⁸ (67 % pour chaque groupe).

Environ 60 % ou plus de Canadiens qui ont assisté à certaines autres activités culturelles ont également assisté à une pièce en 2010 :

- Les visiteurs de galeries d'art (64 %).
- Les personnes qui assistent à des spectacles de musique populaire (63 %).
- Les participants à des festivals culturels (également 63 %).
- Les visiteurs de musées autres que des galeries d'art (62 %).
- Les visiteurs de sites historiques (59 %).

Les Canadiens qui ont visité des jardins zoologiques, des aquariums, des jardins botaniques, des planétariums ou des observatoires ont un taux d'assistance au théâtre relativement élevé (56 %), ainsi que ceux qui sont allés au cinéma (43 %) et ceux qui ont visité une zone protégée ou un parc naturel (53 %).

Bien que leurs pourcentages ne soient pas aussi élevés, les personnes qui ont participé à des activités telles qu'aller au cinéma, écouter de la musique ou lire en 2010 avaient également des taux légèrement plus élevés d'assistance au théâtre que la moyenne canadienne (44 %), notamment pour les activités suivantes :

- Lire un livre (50 %).
- Écouter de la musique téléchargée sur un ordinateur, un lecteur MP3, etc. (49 %).

⁸Bien qu'ils ne figurent pas dans le questionnaire de l'enquête, certains des « autres » types de spectacles pourraient inclure la danse, le cirque, les arts multidisciplinaires et interdisciplinaires ainsi que l'opéra.

- Écouter de la musique sur CD, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (48 %).
- Visionner une vidéo (48 %).
- Lire une revue (47 %).
- Lire un journal (46 %).

La figure 2 comprend également les facteurs démographiques ayant la plus forte incidence sur l'assistance au théâtre (soit, les deux groupes de revenu les plus élevés). Il est intéressant de noter que les sept premiers facteurs (et huit des dix premiers facteurs) qui prédisent l'assistance au théâtre sont les activités culturelles et non des facteurs démographiques.

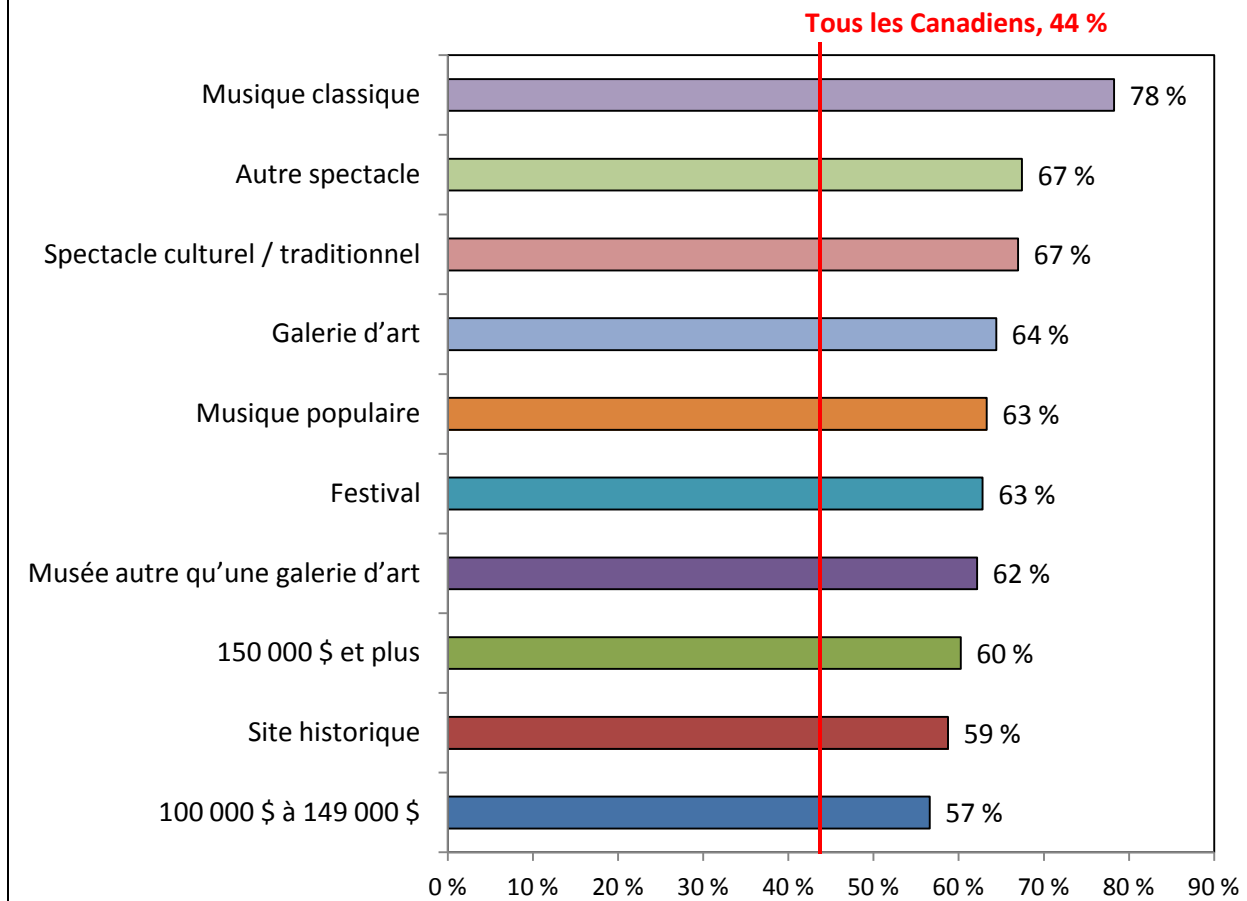
De plus, l'exposition culturelle d'une personne peut considérablement influencer sur la probabilité qu'elle aille au théâtre. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire aille voir une pièce de théâtre en 2010 : seulement 32 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a assisté à un concert de musique classique en 2010 avait beaucoup plus tendance à aller au théâtre : 59 % l'ont fait en 2010.

Cette analyse succincte des taux d'assistance indique que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans l'assistance au théâtre que les facteurs démographiques.

L'Enquête sociale générale de 2010 ne comportait pas de questions sur les autres facteurs qui se sont avérés avoir une forte incidence sur l'assistance aux activités artistiques, tels que les expériences d'éducation artistique, les motivations, les valeurs et les croyances des répondants.

Figure 2 : Taux de fréquentation les plus élevés, théâtre, Canada, 2010

(Chevauchements culturels et facteurs démographiques)



(Astuce de lecture du graphique : La barre supérieure indique que 78 % des Canadiens qui ont assisté à un concert de musique classique sont également allés au théâtre en 2010. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.)

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

Le modèle de régression de l'assistance au théâtre fournit des preuves solides que de nombreuses activités culturelles ont une incidence sur les taux d'assistance au théâtre *au-delà des facteurs démographiques*. Ce modèle, qui incorpore 12 facteurs démographiques et 17 chevauchements culturels, a retenu 12 des 17 autres activités culturelles en tant que variables explicatives significatives de l'assistance au théâtre (lorsque tous les autres facteurs sont constants). Toutes ces 12 activités sont des variables explicatives positives de l'assistance au théâtre. Autrement dit, les participants à de nombreuses autres activités culturelles vont aussi au théâtre⁹.

Comme l'a démontré la figure 2, l'assistance à des concerts de musique classique est le facteur culturel qui a la plus forte corrélation avec l'assistance au théâtre. Les amateurs de musique classique sont 2,56 fois plus enclins que les non-amateurs à avoir assisté à une pièce en 2010, même lorsque les autres facteurs demeurent constants (comme le niveau d'études, le revenu, l'âge, etc.).

Le modèle statistique indique également que les Canadiens qui sont allés au cinéma, ont assisté à un spectacle de musique populaire ou à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels avaient environ au moins deux fois plus tendance que les non-participants à être allés au théâtre en 2010¹⁰.

La participation dans huit autres activités culturelles était une variable explicative statistiquement significative de l'assistance au théâtre : l'assistance à un autre type de spectacle culturel ne figurant pas dans les autres catégories de l'enquête¹¹; la lecture de livres; les visites de galeries d'art; l'assistance à des festivals; l'assistance à des jardins zoologiques, aquariums, jardins botaniques, planétariums ou observatoires; les visites de sites historiques; et les visites de musées autres que des galeries d'art. Pour des détails sur ces chevauchements culturels, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport.

Le revenu du ménage est le facteur démographique le plus significatif dans l'assistance au théâtre

Le revenu du ménage s'avère être le facteur démographique le plus significatif dans l'assistance au théâtre. Les personnes dans les ménages ayant un revenu de 150 000 \$ et plus avaient 2,71

⁹Pour obtenir plus d'information sur les modèles de régression logistique, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport dans le site www.hillstrategies.com.

¹⁰Les amateurs de cinéma sont 2,33 fois plus enclins à aller au théâtre que les gens qui ne vont pas au cinéma. Les gens qui vont à des spectacles de musique populaire sont 2,18 fois plus enclins à aller au théâtre que les gens qui ne sont pas allés à des spectacles de musique populaire en 2010. Pareillement, les personnes qui assistent à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (p. ex. autochtone, chinois, ukrainien) ont 1,97 fois plus tendance à aller au théâtre que ceux qui n'assistent pas à de tels spectacles.

¹¹Bien qu'ils ne figurent pas dans le questionnaire de l'enquête, certains des « autres » types de spectacles pourraient inclure la danse, le cirque, les arts multidisciplinaires et interdisciplinaires ainsi que l'opéra.

fois plus tendance à aller au théâtre que les Canadiens habitant des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$. Tous les autres niveaux de revenu se sont également avérés être des facteurs statistiquement significatifs. Les corrélations étaient plus marquées pour les groupes ayant le revenu le plus élevé.

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 l'assistance au théâtre. Ceci pourrait s'expliquer en partie par l'inclusion de nombreux chevauchements culturels, qui pourraient déjà différencier ceux avec des niveaux d'études plus élevés de ceux ayant fait moins d'études.

Sept autres facteurs démographiques ont été retenus en tant que facteurs significatifs dans l'assistance au théâtre :

- Les Canadiens de 55 ans et plus ont davantage tendance à aller au théâtre que ceux de 15 à 24 ans (lorsque tous les autres facteurs sont constants), tandis que ceux de 25 à 34 ans ont moins tendance que les jeunes Canadiens à aller au théâtre.
- Les Autochtones ont 53 % moins tendance que les autres répondants à aller au théâtre.
- Les hommes ont 37 % moins tendance que les femmes à aller au théâtre.
- Les résidents de la Colombie-Britannique, des Prairies, du Québec et des provinces atlantiques ont entre 30 % et 45 % moins tendance à aller au théâtre que les Ontariens.
- Les résidents urbains ont 22 % plus tendance que les gens en milieu rural à aller au théâtre.
- Les immigrants de première génération ont 21 % moins tendance que les autres répondants à aller au théâtre.

Incidences sur les efforts de développement des publics

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing des théâtres devraient cibler les personnes qui assistent à d'autres activités culturelles, notamment les adeptes de musique classique et populaire, de cinéma et des spectacles culturels et traditionnels.

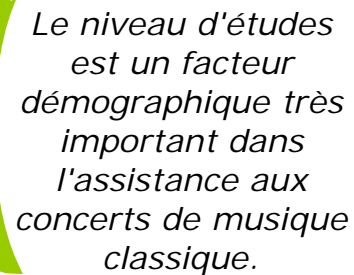
Les conclusions de ces modèles statistiques indiqueraient également que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans l'assistance au théâtre que la plupart des facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par le théâtre qui échappe aux analyses démographiques.

Section 4 : Concerts de musique classique

Cette section examine le taux d'assistance à des concerts de musique classique (c'est-à-dire, le pourcentage de la population qui assiste à au moins un concert) de divers groupes de Canadiens. En 2010, 13 % des Canadiens de 15 ans et plus (3,5 millions de personnes) ont assisté à un tel spectacle.

Profil démographique des personnes qui assistent aux concerts de musique classique

Le tableau 4 présente des données sur les facteurs démographiques qui semblent avoir une incidence sur l'assistance aux concerts de musique classique, notamment le niveau d'études, le revenu, l'âge, la résidence en milieu urbain, le statut d'immigrant et les groupes de langue officielle minoritaire.



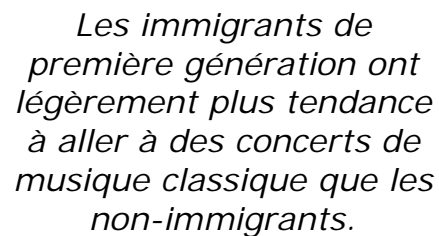
Le niveau d'études est un facteur démographique très important dans l'assistance aux concerts de musique classique.

Le niveau d'études est un facteur démographique très important dans l'assistance aux concerts de musique classique : 23 % des personnes qui ont au moins un baccalauréat ont assisté à un concert de musique classique en 2010. C'est presque trois fois le taux d'assistance des personnes qui n'ont pas complété leur secondaire (8 %).

Le tableau 4 indique également que l'assistance à ces concerts augmente avec le revenu. Dix-neuf pour cent des personnes dans des ménages ayant un revenu de 150 000 \$ ou plus ont assisté à un concert de musique classique en 2010, ce qui est le double du taux d'assistance des personnes dans des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ (9 %)¹².

L'assistance aux concerts de musique classique est légèrement inférieure à la moyenne nationale (13 %) dans les trois groupes d'âge les plus jeunes (jusqu'à 44 ans). Les taux d'assistance sont supérieurs à la moyenne nationale pour les personnes de 55 à 64 ans (15 %), de 65 à 74 ans (19 %) et de 75 ans et plus (18 %).

Deux fois plus de Canadiens qui habitent dans un grand centre urbain (14 %) vont à des concerts de musique classique que de gens qui habitent en milieu rural ou dans une petite ville ou un village (7 %). La possibilité d'assister à un plus grand nombre de concerts de musique classique en ville pourrait expliquer cet écart.



Les immigrants de première génération ont légèrement plus tendance à aller à des concerts de musique classique que les non-immigrants.

Les immigrants de première génération ont légèrement plus tendance à aller à des

¹² L'estimation du taux de fréquentation des personnes des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ a une variation statistique relativement élevée et doit être utilisée avec prudence.

concerts de musique classique que les non-immigrants : 16 % des immigrants l'ont fait en 2010, contrairement à 12 % des autres Canadiens.

Au Québec, le taux d'assistance des anglophones (16 %) est très semblable à celui des francophones (14 %). À l'extérieur du Québec, il est inférieur, mais moins chez ceux qui parlent l'anglais à la maison (12 %) que le français (7 %).

Tableau 4 : Facteurs démographiques dans l'assistance aux concerts de musique classique au Canada en 2010 <i>(Niveau d'études, revenu, âge, lieu de résidence, statut d'immigrant, première langue parlée et langue officielle minoritaire)</i>	
Tous les Canadiens	13 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant	
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	8 %
Diplôme du secondaire	7 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	12 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	9 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	23 %
Groupes de revenu du ménage	
Moins de 20 000 \$	9 % *
20 000 \$ à 39 999 \$	12 %
40 000 \$ à 59 999 \$	10 %
60 000 \$ à 79 999 \$	13 %
80 000 \$ à 99 999 \$	14 %
100 000 \$ à 149 999 \$	13 %
150 000 \$ ou plus	19 %
Âge du répondant	
15 à 24	10 %
25 à 34	9 %
35 à 44	11 %
45 à 54	13 %
55 à 64	15 %
65 à 74	19 %
75 ans et plus	18 %

Tableau 4 (suite) : Facteurs démographiques dans l'assistance aux concerts de musique classique au Canada en 2010	
Tous les Canadiens	13 %
Lieu de résidence	
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	14 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	7 %
Immigrants	
Immigrants (première génération)	16 %
Non-immigrants	12 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)	
Francophones hors Québec (minorité)	7 %
Anglophones hors Québec (majorité)	12 %
Anglophones au Québec (minorité)	16 %
Francophones au Québec (majorité)	14 %
<i>* Indique que l'estimation a une variation statistique relativement élevée et doit être utilisée avec prudence. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.</i>	

Autres facteurs démographiques pouvant influencer sur l'assistance

Le sexe, l'âge, la présence d'enfants dans le ménage, l'identité autochtone, le statut de minorité visible et les problèmes de santé sont des facteurs démographiques ayant peu ou pas d'incidence sur l'assistance aux concerts de musique classique. Le tableau 5, qui présente les taux d'assistance des groupes démographiques, démontre que :

- Le taux d'assistance est légèrement plus élevé chez les femmes (14 %) que chez les hommes (11 %).
- Il est très semblable dans les ménages avec ou sans enfants.
- Il y a peu de différence entre les Autochtones¹³ et les autres répondants.
- Il est presque identique chez les Canadiens de minorités visibles et les autres Canadiens.
- Il y a très peu de différence selon la langue du ménage ou la première langue parlée¹⁴.
- Il y a très peu de différences dans les taux d'assistance selon les difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles.

¹³L'estimation du taux d'assistance des Autochtones a une variation statistique relativement élevée et doit être utilisée avec prudence.

¹⁴L'estimation du taux d'assistance des Canadiens ayant plusieurs langues parlées pendant l'enfance a une variation statistique relativement élevée et doit être utilisée avec prudence. C'est pour cette raison que la donnée n'est pas mise en valeur dans la section décrivant les facteurs démographiques qui ont une forte corrélation avec l'assistance à la musique classique.

**Tableau 5 : Facteurs démographiques ayant peu ou pas
d'incidence sur l'assistance aux concerts de musique
classique au Canada en 2010**

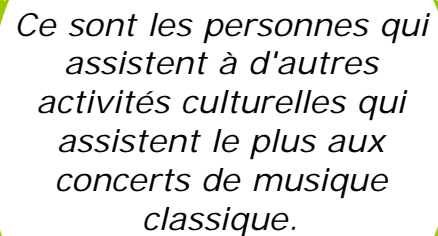
*(Sexe, présence d'enfants dans le ménage, identité autochtone, statut de
minorité visible et problèmes de santé)*

Tous les Canadiens	13 %
Sexe du répondant	
Homme	11 %
Femme	14 %
Nombre d'enfants du répondant habitant dans le ménage	
Aucun	14 %
Un ou plus	13 %
Identité autochtone	
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	12 % *
Non-Autochtone	13 %
Minorités visibles	
Membre d'une minorité visible	12 %
Non-membre d'une minorité visible	13 %
Langue du ménage du répondant	
Anglais seulement	12 %
Français seulement	14 %
Autre langue ou plusieurs langues	14 %
Première langue du répondant pendant l'enfance	
Anglais seulement	12 %
Français seulement	14 %
Autre langue seulement	14 %
Plusieurs langues	21 % *
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles	
Aucune difficulté	13 %
Difficulté occasionnelle	14 %
Difficulté fréquente ou constante	11 %

** Indique que l'estimation a une variation statistique relativement élevée et doit être utilisée avec prudence. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.*

Les amateurs de galeries d'art, de spectacles traditionnels, de festivals et de théâtre ont très tendance à assister à des concerts de musique classique

L'analyse ci-dessous démontre que ce sont les Canadiens qui assistent à d'autres activités culturelles qui ont le plus tendance à assister à des concerts de musique classique. La barre supérieure de la figure 3 indique que 25 % des Canadiens qui ont visité une galerie d'art ont **aussi** assisté à un concert de musique classique en 2010. Les Canadiens qui fréquentent des galeries d'art avaient quatre fois plus tendance à avoir assisté à un concert de musique classique en 2010 que ceux qui n'ont pas visité de galerie d'art (13 %) ¹⁵.



Ce sont les personnes qui assistent à d'autres activités culturelles qui assistent le plus aux concerts de musique classique.

L'assistance aux concerts de musique classique est également très élevée (24 %) chez les personnes qui assistent à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (p. ex. autochtone, chinois, ukrainien). Pareillement, de nombreux amateurs de théâtre (22 %), de participants à des festivals culturels (également 22 %) et de visiteurs de musée (21 %) ont également assisté à un concert de musique classique en 2010.

Près d'un Canadien sur cinq qui a assisté à un spectacle de musique populaire (19 %) ou visité un site historique (18 %) a également assisté à un concert de musique classique en 2010.

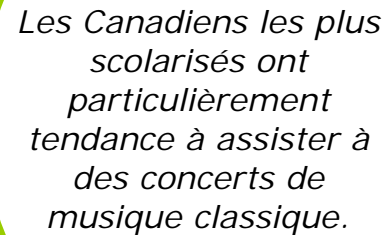
Les Canadiens qui ont visité des jardins zoologiques, des aquariums, des jardins botaniques, des planétariums ou des observatoires ont un taux d'assistance aux concerts de musique classique relativement élevé (17 %), tout comme ceux qui ont visité une zone protégée ou un parc naturel (16 %).

Bien que les pourcentages d'assistance ne soient pas aussi élevés que dans les exemples précédents, les Canadiens qui ont participé à d'autres activités culturelles comme aller au cinéma, écouter de la musique ou lire en 2010 avaient également des taux d'assistance à des concerts de musique classique égaux ou supérieurs à la moyenne canadienne (13 %), notamment pour les activités suivantes :

- Voir un film dans un cinéma ou un ciné-parc (15 %).
- Lire un livre (15 %).
- Lire une revue (14 %).
- Écouter de la musique sur CD, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (14 %).
- Lire un journal (14 %).
- Visionner une vidéo (13 %).
- Écouter de la musique téléchargée sur un ordinateur, un lecteur MP3, etc. (13 %).

¹⁵Cette analyse de l'assistance aux concerts de musique classique exclut les participants aux « autres » types de spectacles à cause de la possibilité que certains répondants ont pu inclure l'assistance à l'opéra dans les deux catégories.

La figure 3 comprend également les facteurs démographiques ayant la plus forte incidence avec l'assistance aux concerts de musique classique (soit les titulaires de diplômes universitaires, les personnes âgées de 65 à 74 ans et les Canadiens ayant le revenu le plus élevé). Fait intéressant, sept des dix premiers facteurs qui prédisent l'assistance aux concerts de musique classique sont des activités culturelles et non des facteurs démographiques.



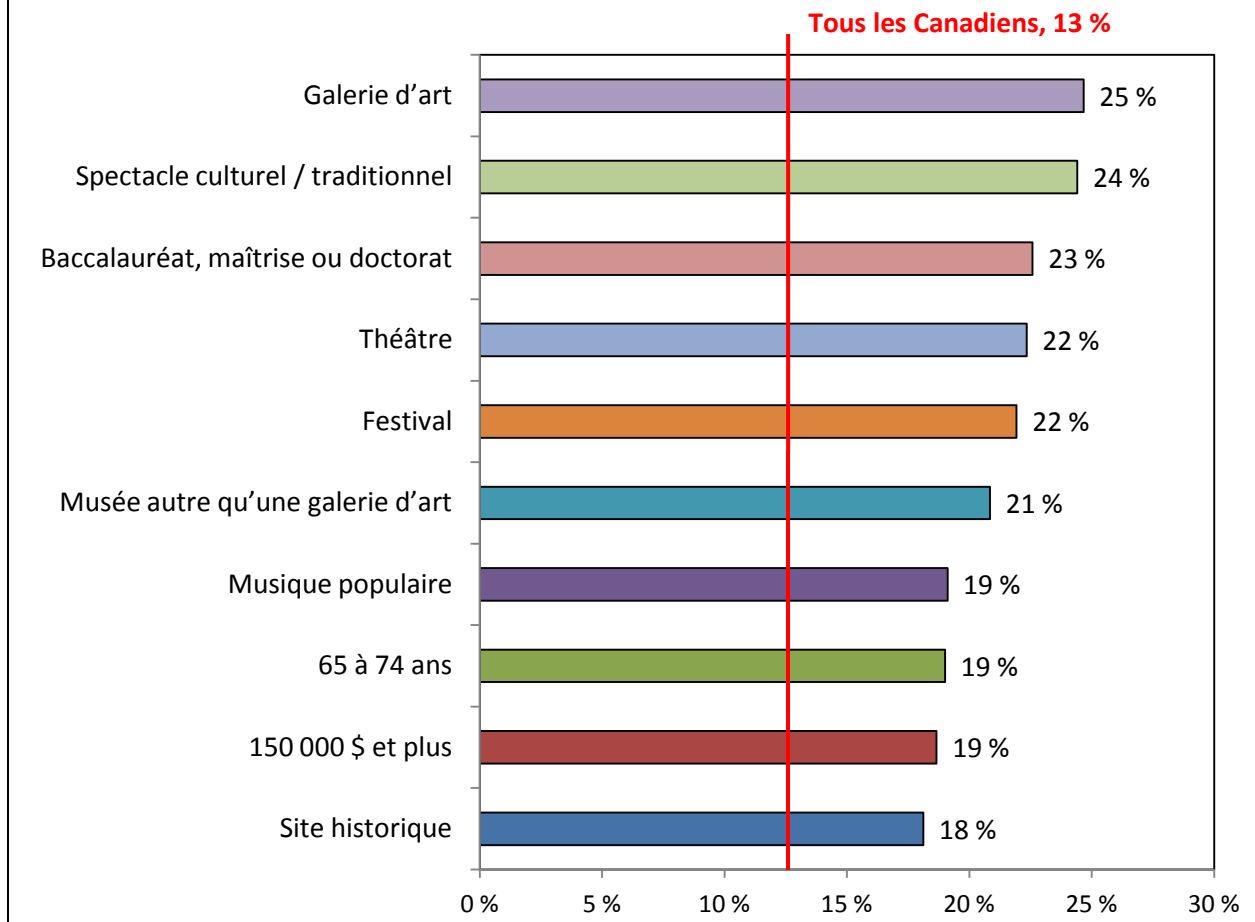
Les Canadiens les plus scolarisés ont particulièrement tendance à assister à des concerts de musique classique.

De plus, l'exposition culturelle d'une personne peut considérablement influencer sur la probabilité qu'elle assiste à un concert de musique classique. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire assiste à un tel concert en 2010 : seulement 8 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a visité une galerie d'art en 2010 avait beaucoup plus tendance à avoir assisté à un concert de musique classique : 17 % l'ont fait en 2010.

Cette analyse succincte des taux d'assistance indique que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans l'assistance aux concerts de musique classique que les facteurs démographiques.

L'Enquête sociale générale de 2010 ne comportait pas de questions sur les autres facteurs qui se sont avérés avoir une forte incidence sur l'assistance aux activités artistiques, tels que les expériences d'éducation artistique, les motivations, les valeurs et les croyances des répondants.

Figure 3 : Taux de fréquentation les plus élevés, musique classique, Canada, 2010
(Chevauchements culturels et facteurs démographiques)



(Astuce de lecture du graphique : La barre supérieure indique que 25 % des Canadiens qui ont visité une galerie d'art ont aussi assisté à un concert de musique classique en 2010. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.)

Le modèle statistique indique que la fréquentation des théâtres et des galeries d'art a une très forte corrélation avec l'assistance aux concerts de musique classique

Le modèle de régression de l'assistance aux concerts de musique classique fournit des preuves solides que de nombreuses activités culturelles ont une incidence sur les taux d'assistance aux concerts de musique classique *au-delà des facteurs démographiques*. Ce modèle, qui incorpore 12 facteurs démographiques et 17 chevauchements culturels, a retenu huit des 17 autres activités culturelles en tant que variables explicatives significatives de l'assistance aux concerts de musique classique (lorsque tous les autres facteurs sont constants). Ces huit activités avaient toutes une corrélation positive avec l'assistance aux concerts de musique classique. Autrement dit, les participants à de nombreuses autres activités culturelles vont aussi aux concerts de musique classique¹⁶.

L'assistance au théâtre est le facteur culturel qui a la plus forte corrélation avec l'assistance aux concerts de musique classique. Bien qu'ils se classent en quatrième position dans la figure 3, le modèle statistique indique que les amateurs de théâtre ont 2,91 fois plus tendance que les non-amateurs à avoir assisté à un concert de musique classique en 2010 lorsque les autres facteurs demeurent constants (comme le niveau d'études, le revenu, l'assistance à d'autres activités artistiques, etc.). Le modèle statistique démontre également que les visiteurs de galeries d'art avaient 2,27 fois plus tendance à assister à un concert de musique classique en 2010 que les gens qui ne fréquentent pas les galeries d'art.

La participation aux six activités culturelles suivantes est une variable descriptive statistiquement significative de l'assistance à des concerts de musique classique : lire des revues; assister à des festivals; assister à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels; aller au cinéma; et visiter des musées (autres que des galeries d'art).¹⁷.

Six facteurs démographiques sont importants dans l'assistance aux concerts de musique classique

Six caractéristiques démographiques sont des facteurs significatifs dans l'assistance aux concerts de musique classique :

- Âge : Comparés à ceux de 15 à 24 ans, les Canadiens de 65 à 74 ans ont 2,79 fois plus tendance à aller aux concerts de musique classique, tandis que ceux de 75 ans et plus ont 4,25 fois plus tendance à y aller. De plus, ceux de 55 à 64 ans ont 43 % plus tendance à y aller. D'autre part, les gens de 35 à 44 ans ont 31 % moins tendance à assister à des concerts de musique classique que ceux de 15 à 24 ans.

¹⁶Pour obtenir plus d'information sur les modèles de régression logistique, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport dans le site www.hillstrategies.com.

¹⁷Les valeurs de corrélation sont les suivantes : les lecteurs de revue ont 94 % plus tendance à assister à des concerts de musique classique que ceux qui ne lisent pas de revues; les gens qui vont à des festivals ont 73 % plus tendance à le faire que ceux qui n'assistent pas à des festivals; ceux qui vont à des représentations culturelles ou traditionnelles ont 55 % plus tendance à le faire que ceux qui ne vont pas à ces représentations; enfin, les personnes qui assistent à des spectacles de musique populaire ont 48 % plus tendance à aller également à des concerts de musique classique que les gens qui n'y assistent pas.

- Les titulaires d'un diplôme universitaire avaient 73 % plus tendance à assister à des concerts de musique classique que ceux qui n'ont pas terminé leurs études secondaires.
- Les résidents du Québec et de la Colombie-Britannique ont plus tendance que les Ontariens à aller à des concerts de musique classique (2,10 fois et 59 % plus, respectivement). Il n'y avait pas de différence statistiquement significative entre les Ontariens, les résidents des Prairies et ceux de l'Atlantique.
- Les immigrants de première génération ont 45 % plus tendance à aller à des concerts de musique classique que les non-immigrants.
- Les personnes qui habitent en milieu urbain ont 40 % plus tendance à assister à des spectacles de musique classique que ceux en milieu rural.
- Les hommes ont 25 % moins tendance que les femmes à assister à des concerts de musique classique.

Incidences sur les efforts de développement des publics

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing de la musique classique devraient cibler les personnes qui ont d'autres activités culturelles, notamment les gens qui vont au théâtre et à des galeries d'art.

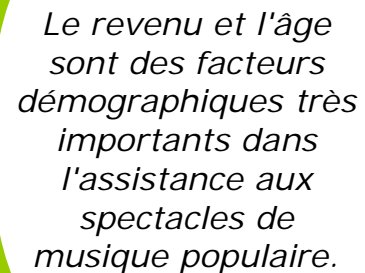
Les résultats de ces modèles statistiques suggèrent également que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans l'assistance aux concerts de musique classique que la plupart des facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par la musique classique qui échappe aux analyses démographiques.

Section 5 : Spectacles de musique populaire

Cette section examine le taux d'assistance aux spectacles de musique populaire (c'est-à-dire, le pourcentage de la population qui a assisté à au moins un spectacle) de divers groupes de Canadiens. En 2010, 39 % des Canadiens de 15 ans et plus (11,1 millions de personnes) ont assisté à un spectacle de musique populaire, soit de la musique pop, rock, jazz, blues, folk et country.

Profil démographique des amateurs de spectacles de musique populaire

Le tableau 6 présente des données sur les facteurs démographiques qui semblent avoir une incidence sur l'assistance aux spectacles de musique populaire, notamment le revenu, l'âge, le niveau d'études, le statut d'immigrant, le statut de minorité visible, la langue et les problèmes de santé.



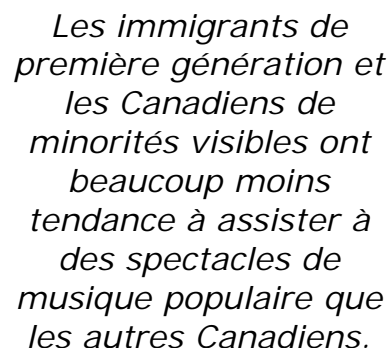
Le revenu et l'âge sont des facteurs démographiques très importants dans l'assistance aux spectacles de musique populaire.

L'assistance aux spectacles de musique populaire augmente beaucoup avec le revenu. Cinquante-six pour cent des personnes dans des ménages ayant un revenu de 150 000 \$ ou plus ont assisté à un spectacle de musique populaire en 2010, ce qui est plus du double du taux d'assistance des personnes dans des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ (23 %).

L'assistance aux spectacles de musique populaire diminue beaucoup avec l'âge. La moitié des Canadiens de moins de 35 ans ont assisté à un spectacle de musique populaire en 2010, comparativement à 26 % des gens de 65 à 74 ans et à 16 % de ceux de 75 ans ou plus.

Le tableau 6 indique également que le niveau d'études semble être un facteur démographique important dans l'assistance aux spectacles de musique populaire : 48 % des personnes qui ont au moins un baccalauréat ont assisté à un spectacle de musique populaire en 2010. C'est 1,7 fois le taux d'assistance des personnes qui n'ont pas complété leur secondaire (27 %).

Les immigrants de première génération et les Canadiens de minorités visibles ont beaucoup moins tendance à assister à des spectacles de musique populaire que les autres Canadiens : 28 % des immigrants (et un pourcentage identique de Canadiens de minorités visibles) l'ont fait en 2010, contrairement à 42 % des autres Canadiens.



Les immigrants de première génération et les Canadiens de minorités visibles ont beaucoup moins tendance à assister à des spectacles de musique populaire que les autres Canadiens.

La langue est aussi un facteur important dans l'assistance aux spectacles de musique populaire. Les anglophones ont plus tendance à assister à

de tels concerts, suivis des francophones. Les personnes qui parlent une langue autre que l'anglais ou le français ont le moins tendance à assister à des spectacles de musique populaire.

À l'extérieur du Québec, les anglophones majoritaires ont plus tendance que les francophones minoritaires à assister à des spectacles de musique populaire (42 % c. 35 %). L'écart est moins prononcé au Québec, où les anglophones minoritaires ont légèrement plus tendance que les francophones majoritaires à assister à des spectacles de musique populaire (43 % c. 39 %).

Les Canadiens qui ont souvent ou toujours des difficultés à cause de conditions physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles ont beaucoup moins tendance à assister à des spectacles de musique populaire : 29 % l'ont fait en 2010, comparativement à 44 % des Canadiens qui n'ont jamais de telles difficultés et à 38 % des Canadiens qui éprouvent parfois de telles difficultés.

Tableau 6 : Facteurs démographiques dans l'assistance aux spectacles de musique populaire au Canada en 2010	
<i>(Niveau d'études, revenu, âge, statut d'immigrant, statut de minorité visible, langue et problèmes de santé)</i>	
Tous les Canadiens	39 %
Groupes de revenu du ménage	
Moins de 20 000 \$	23 %
20 000 \$ à 39 999 \$	29 %
40 000 \$ à 59 999 \$	33 %
60 000 \$ à 79 999 \$	40 %
80 000 \$ à 99 999 \$	41 %
100 000 \$ à 149 999 \$	51 %
150 000 \$ ou plus	56 %
Âge du répondant	
15 à 24	51 %
25 à 34	49 %
35 à 44	38 %
45 à 54	40 %
55 à 64	36 %
65 à 74	26 %
75 ans et plus	16 %
Immigrants	
Immigrants (première génération)	28 %
Non-immigrants	42 %

Tableau 6 (suite) : Facteurs démographiques dans l'assistance aux spectacles de musique populaire au Canada en 2010

Tous les Canadiens	39 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant	
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	27 %
Diplôme du secondaire	34 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	42 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	42 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	48 %
Minorités visibles	
Membre d'une minorité visible	28 %
Non-membre d'une minorité visible	42 %
Langue du ménage du répondant	
Anglais seulement	42 %
Français seulement	39 %
Autre langue ou plusieurs langues	27 %
Première langue du répondant pendant l'enfance	
Anglais seulement	43 %
Français seulement	39 %
Autre langue seulement	29 %
Plusieurs langues	42 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)	
Francophones hors Québec (minorité)	35 %
Anglophones hors Québec (majorité)	42 %
Anglophones au Québec (minorité)	43 %
Francophones au Québec (majorité)	39 %
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles	
Aucune difficulté	44 %
Difficulté occasionnelle	38 %
Difficulté fréquente ou constante	29 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Autres facteurs démographiques possibles dans l'assistance aux spectacles de musique populaires

Les facteurs démographiques ayant peu ou pas d'incidence sur l'assistance aux spectacles de musique populaire comprennent le sexe, la présence d'enfants dans le ménage, le lieu de résidence et l'identité autochtone. Le tableau 7, qui présente les taux d'assistance aux spectacles de musique populaire pour ces groupes démographiques, démontre que :

- Les hommes et les femmes vont à des spectacles de musique populaire dans des proportions très semblables (40 % et 39 %, respectivement).
- Le taux d'assistance aux spectacles de musique populaire est très semblable dans les ménages avec ou sans enfants (39 % c. 41 %).
- Il est légèrement plus élevé chez les gens qui habitent en milieu urbain (40 %) qu'en milieu rural (36 %).
- Il est légèrement plus élevé chez les Autochtones (43 %) que chez les autres répondants (39 %).

Tableau 7 : Facteurs démographiques ayant peu ou pas d'incidence sur l'assistance aux spectacles de musique populaire au Canada en 2010	
<i>(Sexe, présence d'enfants, lieu de résidence et identité autochtone)</i>	
Tous les Canadiens	39 %
Sexe du répondant	
Homme	39 %
Femme	40 %
Nombre d'enfants du répondant habitant dans le ménage	
Aucun	41 %
Un ou plus	39 %
Lieu de résidence	
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	40 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	36 %
Identité autochtone	
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	43 %
Non-Autochtone	39 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

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

Même si l'analyse précédente démontre que de nombreux facteurs démographiques semblent avoir une incidence sur l'assistance aux spectacles de musique populaire, d'autres facteurs non démographiques sont également assez importants. La barre supérieure de la figure 4 indique que 60 % des Canadiens qui ont visité un festival ont **aussi** assisté à un spectacle de musique populaire en 2010.

(Bien sûr, la programmation de nombreux festivals comporte de la musique populaire.)

Ce sont les personnes qui fréquentent d'autres activités culturelles qui assistent le plus aux spectacles de musique populaire.

L'assistance aux spectacles de musique populaire est également très élevée chez les amateurs de musique classique (60 %) ainsi que chez les personnes qui assistent à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (59 %).

Pareillement, de nombreux amateurs de théâtre (56 %), visiteurs de galeries d'art (55 %), participants à d'autres types de spectacles (également 55 %) et visiteurs de musée (également 55 %) ont assisté à un spectacle de musique populaire en 2010. L'assistance à ces concerts est également très élevée chez les personnes qui visitent des sites historiques (52 %).

Bien que les taux d'assistance ne soient pas aussi élevés que dans les exemples précédents, les Canadiens qui ont participé à d'autres activités culturelles en 2010 avaient également des taux d'assistance à des spectacles de musique populaire supérieurs à la moyenne canadienne (39 %), notamment pour les activités suivantes :

- Écouter de la musique téléchargée sur un ordinateur, un lecteur MP3, etc. (49 %).
- Visiter des jardins zoologiques, des jardins botaniques, des planétariums et des observatoires (49 %).
- Visiter une zone protégée ou un parc naturel (48 %).
- Voir un film dans un cinéma ou un ciné-parc (48 %).
- Visionner une vidéo (44 %).
- Écouter de la musique sur CD, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (43 %).
- Lire un livre (43 %).
- Lire une revue (43 %).
- Lire un journal (41 %).

La figure 4 comprend également les facteurs démographiques ayant la plus forte incidence sur l'assistance aux concerts de musique classique (soit, les deux groupes de revenu les plus élevés). Fait intéressant, huit des dix premiers facteurs qui

Les Canadiens les plus fortunés ont particulièrement tendance à assister à des spectacles de musique populaire.

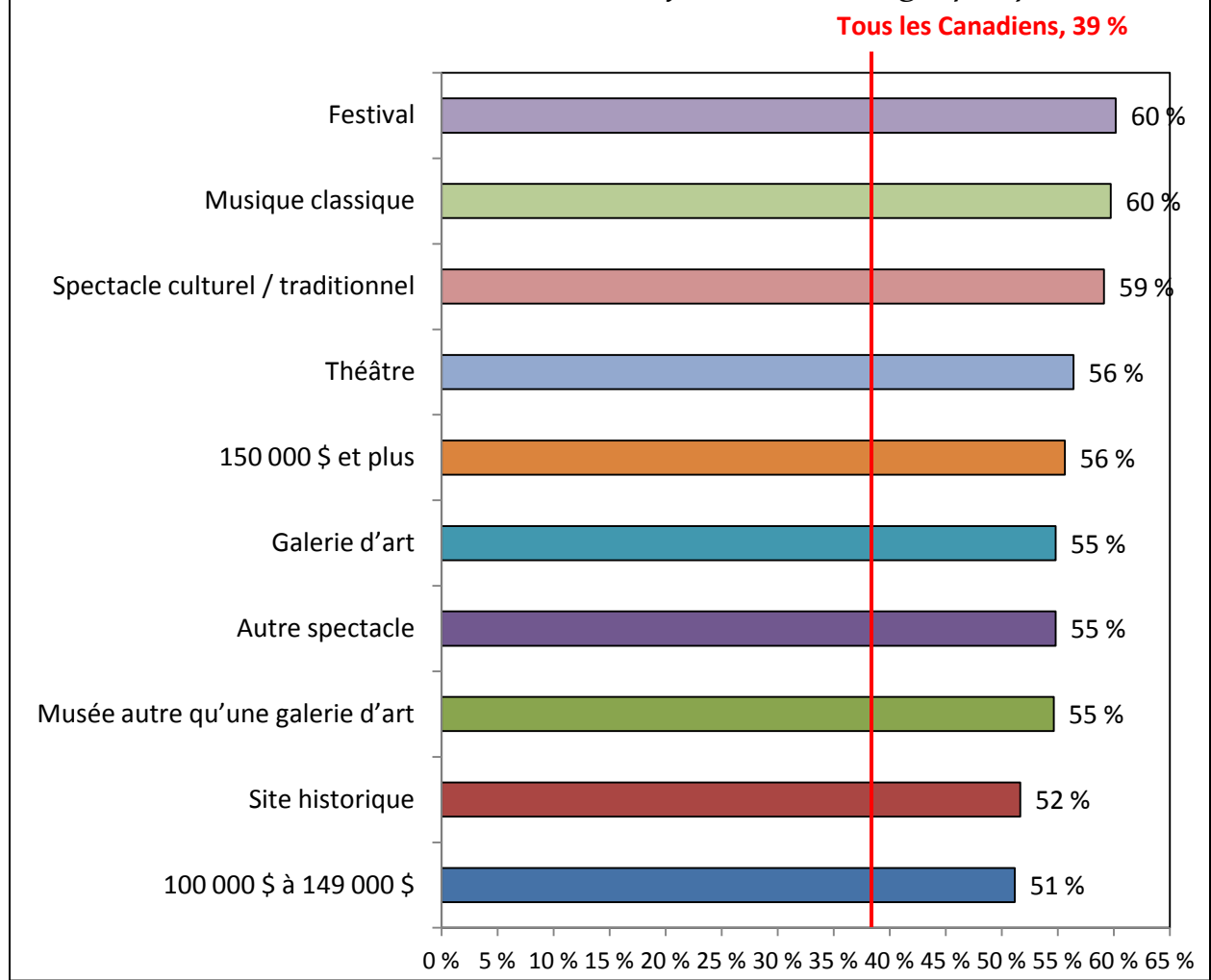
prédisent l'assistance aux spectacles de musique populaire sont des activités culturelles et non des facteurs démographiques.

De plus, l'exposition culturelle d'une personne peut considérablement influencer sur la probabilité qu'elle visite une galerie d'art. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire assiste à un spectacle de musique populaire en 2010 : seulement 27 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a assisté à un festival en 2010 avait beaucoup plus tendance à assister à un spectacle de musique populaire : 55 % l'ont fait en 2010.

Cette analyse succincte des taux d'assistance indique que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans l'assistance aux spectacles de musique populaire que les facteurs démographiques.

L'Enquête sociale générale de 2010 ne comportait pas de questions sur les autres facteurs qui se sont avérés avoir une forte incidence sur l'assistance aux activités artistiques, tels que les expériences d'éducation artistique, les motivations, les valeurs et les croyances des répondants.

Figure 4 : Taux de fréquentation les plus élevés, musique populaire, Canada, 2010
(Chevauchements culturels et facteurs démographiques)



(Astuce de lecture du graphique : La barre supérieure indique que 60 % des Canadiens qui ont assisté à un festival culturel sont également allés à un spectacle de musique populaire en 2010. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.)

Le modèle statistique indique que la fréquentation des théâtres et des festivals a une très forte corrélation avec l'assistance aux spectacles de musique populaire

Le modèle de régression de l'assistance aux spectacles de musique populaire fournit des preuves solides que de nombreuses activités culturelles ont une incidence sur les taux d'assistance aux spectacles de musique populaire *au-delà des facteurs démographiques*. Ce modèle, qui incorpore 12 facteurs démographiques et 17 chevauchements culturels, a retenu 11 des 17 autres activités culturelles en tant que variables explicatives significatives de l'assistance aux spectacles de musique populaire (lorsque tous les autres facteurs sont constants). Ces 11 activités avaient toutes une corrélation positive avec l'assistance aux spectacles de musique populaire. Autrement dit, les participants à de nombreuses autres activités culturelles vont aussi aux spectacles de musique populaire¹⁸.

Comme l'a démontré la figure 4, l'assistance à des festivals est le facteur culturel qui a la plus forte corrélation avec l'assistance aux spectacles de musique populaire. Le modèle statistique indique que les amateurs de théâtre ont 2,22 fois plus tendance que les non-amateurs à avoir assisté à un spectacle de musique populaire en 2010 lorsque les autres facteurs demeurent constants (comme le niveau d'études, le revenu, l'assistance à d'autres activités artistiques, etc.).

Le modèle statistique démontre également que les amateurs de théâtre ont 2,16 fois plus tendance à avoir aussi assisté à un spectacle de musique populaire en 2010. La participation aux neuf activités culturelles suivantes était une variable descriptive statistiquement significative de l'assistance à des spectacles de musique populaire: la lecture de revues; l'écoute de musique sur CD; la fréquentation des cinémas; l'écoute de musique téléchargée; l'assistance à des concerts de musique classique; la lecture de journaux; l'assistance à un spectacle culturel ou traditionnel; les visites de musée (autre qu'une galerie d'art); et les visites d'une zone protégée ou d'un parc naturel¹⁹.

Le revenu du ménage est le facteur démographique le plus significatif dans l'assistance aux concerts de musique populaire

Le revenu du ménage est le facteur démographique le plus significatif dans l'assistance aux spectacles de musique populaire. Les personnes dans les ménages ayant un revenu de 150 000 \$ et plus avaient 92 % plus tendance à assister à un spectacle de musique populaire que les Canadiens ayant un revenu inférieur à 20 000 \$. Les personnes dans les ménages ayant un revenu entre 100 000 \$ et 149 999 \$ avaient 64 % plus tendance à assister à un spectacle de musique populaire que les Canadiens ayant un revenu inférieur à 20 000 \$. Les autres niveaux de revenu n'étaient pas des facteurs significatifs dans le modèle statistique.

¹⁸Pour obtenir plus d'information sur les modèles de régression logistique, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport dans le site www.hillstrategies.com

¹⁹Les valeurs de corrélation sont les suivantes : les lecteurs de revue ont 71 % plus tendance à assister à des spectacles de musique populaire que les gens qui ne lisent pas de revues; ceux qui écoutent de la musique sur CD ont 53 % plus tendance à le faire; les gens qui vont au cinéma ont 46 % plus tendance à le faire; ceux qui écoutent de la musique téléchargée ont 41 % plus tendance à le faire; et ceux qui assistent à des spectacles de musique classique ont 40 % plus tendance à assister également à des spectacles de musique populaire.

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 l'assistance aux spectacles de musique populaire. Ceci pourrait s'expliquer en partie par l'inclusion de nombreux chevauchements culturels, qui pourraient déjà différencier ceux avec des niveaux d'études plus élevés de ceux ayant fait moins d'études.

Quatre autres caractéristiques démographiques s'avèrent être des facteurs significatifs dans l'assistance aux spectacles de musique populaire :

- Comparativement aux Canadiens de 15 à 24 ans, ceux de 35 à 44 ans ont 23 % moins tendance à assister à des spectacles de musique populaire, ceux de 55 à 64 ans ont 30 % moins tendance à y assister, ceux de 65 à 74 ans ont 47 % moins tendance à y assister et ceux de 75 ans et plus ont 63 % moins tendance à y assister.
- Les immigrants de première génération ont 35 % moins tendance à aller à des spectacles de musique populaire que les non-immigrants.
- Les Canadiens de minorités visibles ont 34 % moins tendance que les autres Canadiens à aller à des spectacles de musique populaire.
- Les répondants dans des ménages avec des enfants ont 24 % moins tendance que ceux sans enfants à aller à des spectacles de musique populaire.

Incidences sur les efforts de développement des publics

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing de la musique populaire devraient cibler les gens qui ont d'autres activités culturelles, notamment les gens qui vont au théâtre et à des festivals. Les résultats de ces modèles statistiques suggèrent également que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans l'assistance aux spectacles de musique populaire que la plupart des facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par la musique populaire qui échappe aux analyses démographiques.

Section 6 : Festivals culturels

Cette section examine le taux de fréquentation des festivals culturels (c'est-à-dire, le pourcentage de la population qui a assisté à au moins un festival) de divers groupes de Canadiens. En 2010, plus d'un tiers des Canadiens de 15 ans et plus (37 %, ou 10,4 millions de personnes) ont assisté à un festival culturel ou artistique (tel que film, 'fringe', danse, jazz, folk, rock, amuseurs publics ou comédie).

Profil démographique des amateurs de festivals

Le tableau 8 présente des données sur les facteurs démographiques qui semblent avoir une incidence sur l'assistance aux festivals, notamment le niveau d'études, le revenu, l'âge, le lieu de résidence, le statut de minorité visible, la langue et les problèmes de santé.

Le niveau d'études est un facteur démographique très important dans l'assistance aux festivals : 53 % des personnes qui ont au moins un baccalauréat sont allées à un festival en 2010. C'est deux fois et demie le taux d'assistance des personnes qui n'ont pas complété leur secondaire (21 %).

Le niveau d'études et le revenu sont des facteurs démographiques très importants dans l'assistance aux festivals culturels.

L'assistance aux festivals augmente beaucoup avec le revenu. Cinquante-et-un pour cent des Canadiens dans des ménages ayant un revenu de 150 000 \$ ou plus ont assisté à un festival en 2010, ce qui est presque le double du taux de fréquentation des personnes dans des ménages ayant un revenu inférieur à 20 000 \$ (28 %).

L'assistance aux festivals diminue avec l'âge. Les Canadiens de 25 à 34 ans ont le plus tendance à assister à un festival (48 %), suivis de ceux de 15 à 24 ans et de ceux de 35 à 44 ans (tous deux de 41 %). Les taux de fréquentation des festivals les plus faibles se constatent chez les gens les plus âgés : 26 % des Canadiens de 65 à 74 ans et 15 % de ceux de 75 ans ou plus ont assisté à un festival en 2010.

L'assistance aux festivals est beaucoup plus élevée chez les Canadiens qui habitent dans un grand centre urbain (39 %) qu'en milieu rural ou dans une petite ville ou un village (29 %).

Les Canadiens de minorités visibles ont plus tendance à assister à des festivals que les autres Canadiens : 42 % des membres d'un groupe de minorité visible l'ont fait en 2010, contrairement à 36 % des autres Canadiens.

Les Canadiens de minorités visibles ont plus tendance à assister à des festivals que les autres Canadiens.

La langue est aussi un facteur important dans l'assistance aux festivals culturels. Les francophones et ceux qui parlent une langue autre que l'anglais ou le français ont moins tendance à assister à des festivals que les anglophones.

Les francophones minoritaires (c'est-à-dire, ceux à l'extérieur du Québec) ont beaucoup plus tendance que les anglophones majoritaires à assister à des festivals (46 % c. 35 %). Au Québec, il y a très peu de différences entre les francophones majoritaires (41 %) et les anglophones minoritaires (39 %).

Les Canadiens qui ont souvent ou toujours des difficultés à cause de conditions physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles ont beaucoup moins tendance à assister à des festivals : 28 % l'ont fait en 2010, comparativement à 41 % des Canadiens qui n'ont jamais de telles difficultés et à 36 % de ceux qui éprouvent parfois de telles difficultés.

Tableau 8 : Facteurs démographiques dans l'assistance aux festivals au Canada en 2010	
<i>(Niveau d'études, revenu, âge, lieu de résidence, minorités visibles, langue et problèmes de santé)</i>	
Tous les Canadiens	37 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant	
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	21 %
Diplôme du secondaire	28 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	37 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	37 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	53 %
Groupes de revenu du ménage	
Moins de 20 000 \$	28 %
20 000 \$ à 39 999 \$	30 %
40 000 \$ à 59 999 \$	34 %
60 000 \$ à 79 999 \$	39 %
80 000 \$ à 99 999 \$	38 %
100 000 \$ à 149 999 \$	47 %
150 000 \$ ou plus	51 %

**Tableau 8 (suite) : Facteurs démographiques dans
l'assistance aux festivals au Canada en 2010**

Tous les Canadiens	37 %
Âge du répondant	
15 à 24	41 %
25 à 34	48 %
35 à 44	41 %
45 à 54	37 %
55 à 64	35 %
65 à 74	26 %
75 ans et plus	15 %
Lieu de résidence	
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	39 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	29 %
Minorités visibles	
Membre d'une minorité visible	42 %
Non-membre d'une minorité visible	36 %
Première langue du répondant pendant l'enfance	
Anglais seulement	35 %
Français seulement	40 %
Autre langue seulement	38 %
Plusieurs langues	51 %
Langue du ménage du répondant	
Anglais seulement	35 %
Français seulement	41 %
Autre langue ou plusieurs langues	42 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)	
Francophones hors Québec (minorité)	46 %
Anglophones hors Québec (majorité)	35 %
Anglophones au Québec (minorité)	39 %
Francophones au Québec (majorité)	41 %
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles	
Aucune difficulté	41 %
Difficulté occasionnelle	36 %
Difficulté fréquente ou constante	28 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Autres facteurs démographiques possibles dans l'assistance aux festivals culturels

Les facteurs démographiques qui ont peu ou pas d'incidence sur l'assistance aux festivals comprennent le sexe, la présence d'enfants dans le ménage, le statut d'immigrant et l'identité autochtone. Le tableau 7, qui présente les taux d'assistance aux festivals pour ces groupes démographiques, démontre que :

- Les hommes et les femmes vont à des festivals dans des proportions semblables (36 % et 38 %, respectivement).
- Le taux d'assistance des ménages avec ou sans enfants est très semblable (37 % c. 38 %).
- Le taux d'assistance est très semblable chez les immigrants de première génération et les autres Canadiens (38 % c. 37 %).
- Le taux d'assistance des Autochtones (33 %) est légèrement inférieur à celui des autres répondants (37 %).

Tableau 9 : Facteurs démographiques ayant peu ou pas d'incidence sur l'assistance aux festivals culturels au Canada en 2010	
<i>(Sexe, présence d'enfants, statut d'immigrant et identité autochtone)</i>	
Tous les Canadiens	37 %
Sexe du répondant	
Homme	38 %
Femme	36 %
Nombre d'enfants du répondant habitant dans le ménage	
Aucun	38 %
Un ou plus	37 %
Immigrants	
Immigrants (première génération)	38 %
Non-immigrant	37 %
Identité autochtone	
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	33 %
Non-Autochtone	37 %
<i>Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada</i>	

Les personnes qui assistent à des arts de la scène et les visiteurs de galeries d'art ont très tendance à aller à des festivals

L'analyse ci-dessous démontre que ce sont les Canadiens qui assistent à d'autres activités culturelles qui ont le plus tendance à assister à des festivals. Il faut noter que beaucoup d'autres activités culturelles peuvent être présentées dans le cadre d'un festival. Par conséquent, il est possible d'assister simultanément à un festival et à une autre activité culturelle.

Les personnes qui fréquentent d'autres activités culturelles sont celles qui vont le plus à des festivals.

La barre supérieure de la figure 5 indique que 72 % des Canadiens qui ont assisté à un spectacle culturel ou traditionnel ont **aussi** assisté à un festival en 2010. L'assistance aux festivals est également très élevée chez les personnes qui ont assisté à un type de spectacle culturel ne figurant pas dans les autres catégories de l'enquête (67 %) ²⁰.

Pareillement, de nombreux amateurs de musique classique (65 %), visiteurs de galeries d'art (60 %), amateurs de musique populaire (57 %) et visiteurs de musée (55 %) ont assisté à un festival en 2010. L'assistance à des festivals est également très élevée chez les personnes qui vont au théâtre (53 %) ou qui visitent des sites historiques (52 %).

Les Canadiens qui ont visité des jardins zoologiques, des aquariums, des jardins botaniques, des planétariums ou des observatoires avaient une fréquence relativement élevée de fréquentation des festivals en 2010 (50 %), tout comme les Canadiens qui ont visité une zone protégée ou un parc naturel (47 %).

Bien que les taux d'assistance ne soient pas aussi élevés que les exemples précédents, les Canadiens qui ont participé à d'autres activités culturelles, comme aller au cinéma, écouter de la musique et lire en 2010, avaient également des taux de fréquentation des festivals supérieurs à la moyenne canadienne (37 %), notamment pour les activités suivantes :

- Voir un film dans un cinéma ou un ciné-parc (45 %).
- Écouter de la musique téléchargée sur un ordinateur, un lecteur MP3, etc. (44 %).
- Lire un livre (42 %).
- Écouter de la musique sur CD, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (41 %).
- Visionner une vidéo (41 %).
- Lire une revue (40 %).
- Lire un journal (39 %).

²⁰Bien qu'ils ne figurent pas dans le questionnaire de l'enquête, certains des « autres » types de spectacles pourraient inclure la danse, le cirque, les arts multidisciplinaires et interdisciplinaires ainsi que l'opéra.

La figure 5 comprend également les facteurs démographiques ayant la plus forte incidence sur l'assistance aux festivals (soit, les Canadiens qui ont au moins un baccalauréat et ceux avec de nombreuses langues pendant l'enfance). Il est notable que huit des dix premiers facteurs qui prédisent l'assistance aux festivals sont des activités culturelles et non des facteurs démographiques.

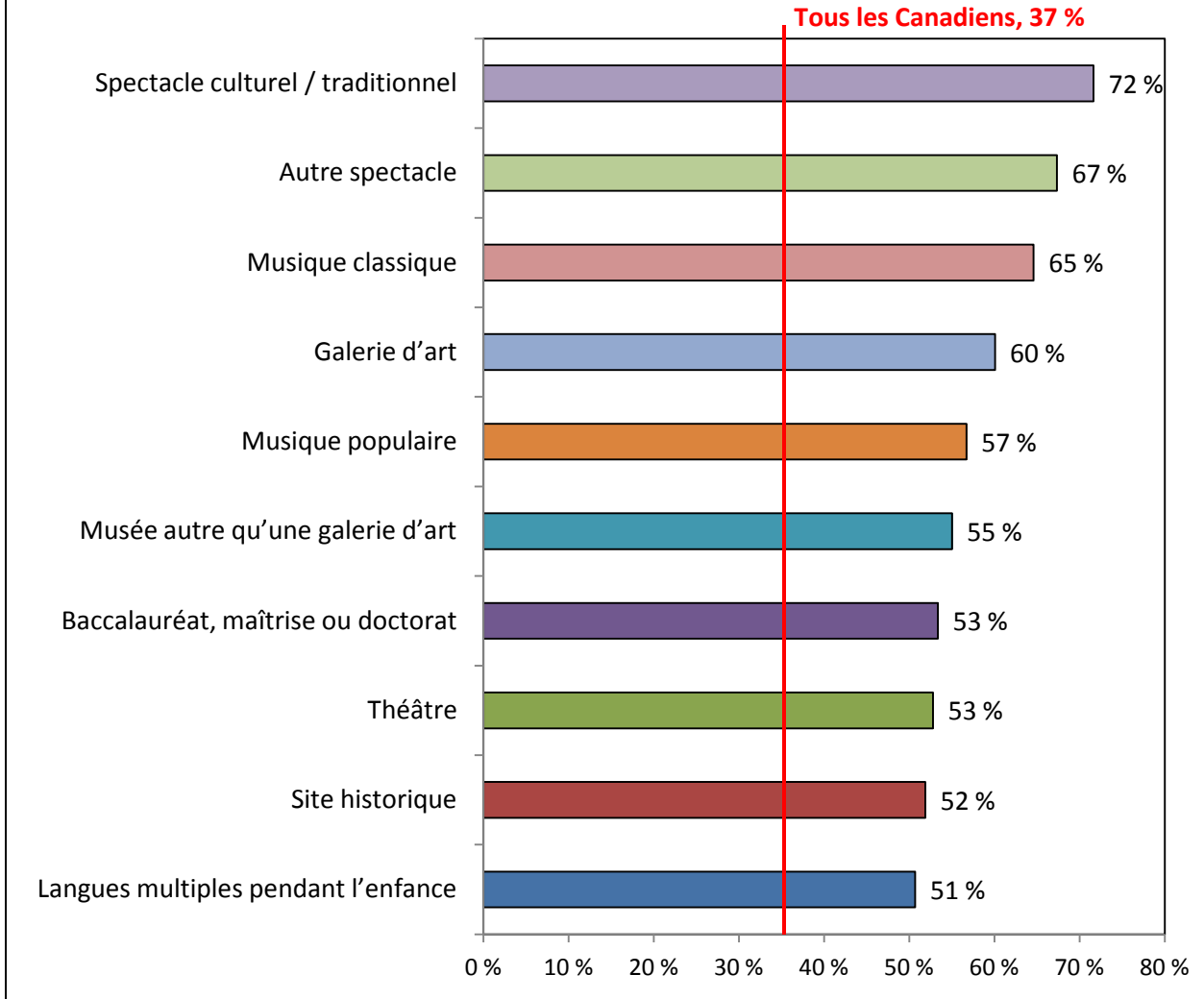
Les Canadiens les plus scolarisés ont particulièrement tendance à assister à des festivals.

De plus, l'exposition culturelle d'une personne peut considérablement influencer sur la probabilité qu'elle assiste à un festival culturel. Ainsi, il était peu probable qu'une personne qui n'avait pas terminé son secondaire assiste à un festival en 2010 : seulement 21 % l'ont fait. Toutefois, une personne ayant le même niveau d'études qui a assisté à un spectacle culturel ou traditionnel en 2010 avait beaucoup plus tendance à assister à un festival : 47 % l'ont fait en 2010.

Cette analyse succincte des taux d'assistance indique que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles sont des facteurs plus importants dans l'assistance aux festivals que les facteurs démographiques.

L'Enquête sociale générale de 2010 ne comportait pas de questions sur les autres facteurs qui se sont avérés avoir une forte incidence sur l'assistance aux activités artistiques, tels que les expériences d'éducation artistique, les motivations, les valeurs et les croyances des répondants.

Figure 5 : Taux de fréquentation les plus élevés, festivals culturels, Canada, 2010
(Chevauchements culturels et facteurs démographiques)



(Astuce de lecture du graphique : La barre supérieure indique que 72 % des Canadiens qui ont assisté à un festival culturel ou traditionnel sont également allés à un festival culturel en 2010. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.)

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

Le modèle de régression de l'assistance aux festivals fournit des preuves solides que de nombreuses activités culturelles ont une incidence sur les taux d'assistance au théâtre *au-delà des facteurs démographiques*. Ce modèle, qui incorpore 12 facteurs démographiques et 17 chevauchements culturels, a retenu 11 des 17 autres activités culturelles en tant que variables explicatives significatives de la fréquentation de festivals (lorsque tous les autres facteurs sont constants). Tous ces facteurs culturels ont eu un impact positif sur la fréquentation de festivals. Autrement dit, on peut trouver des visiteurs de festivals parmi les participants à un grand nombre d'activités culturelles²¹.

L'assistance à des spectacles de musique, de théâtre ou de danse culturels ou traditionnels (p. ex. autochtone, chinois, ukrainien) (55 %) est le facteur culturel qui a la plus forte corrélation avec la fréquentation des festivals. Le modèle statistique indique que les Canadiens qui ont assisté à un spectacle culturel ou traditionnel en 2010 avaient plus de quatre fois (4,23) plus tendance à être aussi allés à un festival en 2010 que ceux qui n'avaient pas assisté à de tels spectacles, même lorsque les autres facteurs du modèle (comme le niveau d'études, le revenu, l'assistance à d'autres activités artistiques, etc.) demeurent constants.

Trois autres facteurs culturels ont une corrélation particulièrement forte avec la fréquentation des festivals : l'assistance à des spectacles de musique populaire, l'assistance à des types de spectacles culturels ne figurant pas dans les autres catégories de l'enquête et les visites de galeries d'art. Les personnes qui fréquentent ces activités avaient environ deux fois plus tendance que les non-participants à être allés à un festival en 2010. Plus précisément, la probabilité d'aller à un festival était 2,28 fois supérieure chez les personnes qui avaient assisté à un spectacle de musique populaire, 2,14 fois plus élevée chez celles qui ont assisté à un type de spectacle culturel ne figurant pas dans les autres catégories de l'enquête et 1,95 fois plus élevée chez celles qui ont visité une galerie d'art.

La participation dans sept autres activités culturelles était une variable explicative significative de la fréquentation des festivals : les amateurs de théâtre (50 % plus tendance que les personnes qui ne sont pas allées au théâtre en 2010); les amateurs de musique classique (44 % plus tendance); les visiteurs de zones protégées ou des parcs naturels (33 % plus tendance); les Canadiens qui écoutent de la musique sur CD (33 % plus tendance); les visiteurs de sites historiques (également 33 % plus tendance); les lecteurs de livres (24 % plus tendance); et les visiteurs de jardins zoologiques, d'aquariums, de jardins botaniques, de planétariums ou d'observatoires (17 % plus tendance).

²¹Pour obtenir plus d'information sur les modèles de régression logistique, veuillez consulter le supplément technique de ce rapport dans le site www.hillstrategies.com.

Le niveau d'études, l'âge et la langue du ménage sont des facteurs démographiques très importants dans l'assistance aux festivals

Le modèle statistique indique que, comparativement aux Canadiens qui n'ont pas de diplôme d'études secondaires, les titulaires d'un diplôme universitaire avaient 68 % plus tendance et ceux avec un diplôme ou certificat collégial avaient 34 % plus tendance à aller à un festival culturel. Les autres niveaux d'études n'étaient pas des facteurs significatifs selon le modèle statistique.

Le modèle statistique confirme que l'assistance aux festivals diminue avec l'âge. Les Canadiens de 55 à 64 ans ont 33 % moins tendance à aller à des festivals que ceux de 15 à 24 ans. Les Canadiens de 65 à 74 ans ont 56 % moins tendance à aller à des festivals et ceux de 75 ans et plus ont 71 % moins tendance à y aller que les Canadiens de 15 à 24 ans.

Cinq autres caractéristiques démographiques s'avèrent être des facteurs significatifs dans la fréquentation des festivals :

- Les personnes dont la langue du ménage est le français ont 83 % plus tendance et celles qui parlent une autre langue ou plusieurs langues ont 80 % plus tendance que les anglophones à aller à des festivals.
- Les Canadiens de minorités visibles sont 29 % plus tendance que les autres résidents à aller à des festivals.
- Les résidents en milieu urbain ont 25 % plus tendance que ceux en milieu rural d'aller à des festivals.
- Les hommes ont 16 % plus tendance que les femmes à aller à des festivals.
- Les répondants dans des ménages avec des enfants ont 24 % moins tendance que ceux sans enfant à aller à des festivals.

Incidences sur les efforts de développement des publics

Une conclusion simple que l'on peut tirer de cette analyse des chevauchements culturels est que les efforts de marketing des festivals devraient cibler les personnes qui assistent à d'autres activités culturelles, notamment les spectacles de musique populaire, les spectacles culturels ou traditionnels et les galeries d'art.

Les résultats de ces modèles statistiques suggèrent également que l'exposition aux activités culturelles et les expériences culturelles pourraient être des facteurs plus importants dans l'assistance aux festivals que la plupart des facteurs démographiques. Autrement dit, il y a un public intéressé par les festivals qui échappe aux analyses démographiques.

Annexe : Taux de fréquentation des cinq activités artistiques en 2010

	Galleries d'art	Théâtres	Musique classique	Musique populaire	Festivals culturels
Tous les Canadiens	36 %	44 %	13 %	39 %	37 %
Niveau d'études le plus élevé obtenu par le répondant					
Aucune scolarité, école primaire seulement ou études secondaires (incomplètes ou en cours)	20 %	32 %	8 %	27 %	21 %
Diplôme du secondaire	25 %	37 %	7 %	34 %	28 %
Études universitaires ou collégiales (incomplètes ou en cours)	38 %	49 %	12 %	42 %	37 %
Diplôme ou certificat collégial (collège communautaire, cégep, école commerciale/sciences infirmières/de métiers/technique/professionnelle)	32 %	42 %	9 %	42 %	37 %
Baccalauréat, maîtrise ou doctorat	55 %	56 %	23 %	48 %	53 %
Groupes de revenu du ménage					
Moins de 20 000 \$	19 %	24 %	9 % *	23 %	28 %
20 000 \$ à 39 999 \$	29 %	35 %	12 %	29 %	30 %
40 000 \$ à 59 999 \$	30 %	41 %	10 %	33 %	34 %
60 000 \$ à 79 999 \$	36 %	43 %	13 %	40 %	39 %
80 000 \$ à 99 999 \$	37 %	49 %	14 %	41 %	38 %
100 000 \$ à 149 999 \$	45 %	57 %	13 %	51 %	47 %
150 000 \$ ou plus	51 %	60 %	19 %	56 %	51 %
Sexe du répondant					
Hommes	35 %	40 %	11 %	39 %	38 %
Femmes	37 %	49 %	14 %	40 %	36 %
Âge du répondant					
15 à 24	39 %	50 %	10 %	51 %	41 %
25 à 34	38 %	40 %	9 %	49 %	48 %
35 à 44	36 %	43 %	11 %	38 %	41 %
45 à 54	31 %	44 %	13 %	40 %	37 %
55 à 64	39 %	47 %	15 %	36 %	35 %
65 à 74	37 %	48 %	19 %	26 %	26 %
75 ans et plus	26 %	35 %	18 %	16 %	15 %
Nombre d'enfants du répondant habitant dans le ménage					
Aucun	38 %	46 %	14 %	41 %	38 %
Un ou plus	36 %	44 %	13 %	39 %	37 %

	Galleries d'art	Théâtres	Musique classique	Musique populaire	Festivals culturels
Tous les Canadiens	36 %	44 %	13 %	39 %	37 %
Lieu de résidence					
Grands centres urbains (régions métropolitaines de recensement ou agglomération de recensement)	38 %	46 %	14 %	40 %	39 %
Village ou milieu rural (non RMR/AR)	26 %	36 %	7 %	36 %	29 %
Identité autochtone					
Autochtone (Premières Nations, Métis, Inuit)	26 %	32 %	12 % *	43 %	33 %
Non-Autochtone	36 %	45 %	13 %	39 %	37 %
Minorités visibles					
Membre d'une minorité visible	34 %	33 %	12 %	28 %	42 %
Non-membre d'une minorité visible	36 %	46 %	13 %	42 %	36 %
Immigrants					
Immigrants (première génération)	39 %	37 %	16 %	28 %	38 %
Non-immigrants	35 %	46 %	12 %	42 %	37 %
Langue du ménage du répondant					
Anglais seulement	36 %	48 %	12 %	42 %	35 %
Français seulement	37 %	39 %	14 %	39 %	41 %
Autre langue ou plusieurs langues	35 %	32 %	14 %	27 %	42 %
Première langue du répondant pendant l'enfance					
Anglais seulement	35 %	49 %	12 %	43 %	35 %
Français seulement	36 %	40 %	14 %	39 %	40 %
Autre langue seulement	37 %	37 %	14 %	29 %	38 %
Plusieurs langues	38 %	43 %	21 % *	42 %	51 %
Groupes de langue officielle (minorité/majorité)					
Francophones hors Québec (minorité)	42 %	42 %	7 %	35 %	46 %
Anglophones hors Québec (majorité)	35 %	48 %	12 %	42 %	35 %
Anglophones au Québec (minorité)	41 %	50 %	16 %	43 %	39 %
Francophones au Québec (majorité)	37 %	39 %	14 %	39 %	41 %
Difficultés physiques, psychologiques, affectives ou intellectuelles					
Aucune difficulté	38 %	47 %	13 %	44 %	41 %
Difficulté occasionnelle	36 %	45 %	14 %	38 %	36 %
Difficulté fréquente ou constante	29 %	36 %	11 %	29 %	28 %
* Indique que l'estimation a une variation statistique élevée et qu'elle doit être utilisée avec prudence. Toutes les données analysées par Hill Stratégies proviennent de l'Enquête sociale générale de 2010 de Statistique Canada.					