

Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

87-004

Hiver 1993

Vol. 5, No. 4

L'industrie canadienne de l'enregistrement sonore examine l'impact des nouvelles technologies

Brian Chater, président, Canadian Independent Record Producers Association

La situation de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore, en 1993, ressemble à celle du Canada sur le plan économique. Les coûts d'exploitation ne cessent d'augmenter, le plus souvent sous l'effet des hausses de taxes. En outre, si l'on se fie aux données préliminaires, les ventes demeurent généralement stagnantes ou ne montrent qu'une progression très légère, après trois années d'inertie et même de régression. Les progrès rapides de la technologie remettent en question non seulement les façons dont la musique a été enregistrée jusqu'à maintenant mais aussi les façons dont elle est distribuée aux consommateurs (voir encadré). L'industrie doit donc se pencher sur la manière dont elle peut le mieux tirer profit de cette évolution. Enfin, faute de signaux concrets concernant l'adoption d'une loi moderne et efficace sur le droit d'auteur qui permettrait aux détenteurs de droit d'auteur d'obtenir une juste rétribution, la transformation d'une industrie reposant sur la vente de produits tangibles en une industrie de droits ne peut s'effectuer.

Création d'un groupe de travail

Dans ce contexte, le Ministère du patrimoine canadien a annoncé au début de l'année la mise sur pied d'un groupe de travail chargé de faire rapport sur l'industrie canadienne de la musique et notamment sur l'incidence des nouvelles technologies et leurs conséquences dans tous les domaines de l'industrie, dont la production, le marketing, la distribution et la vente au détail, ainsi que sur les opinions et décisions d'achat des consommateurs.

En cours de route, le groupe de travail examinera aussi les répercussions sur l'ensemble de l'industrie, des politiques et des lois adoptées par le gouvernement. Compte tenu de la nature même de l'industrie de l'enregistrement sonore, l'étude englobera les mesures et les politiques adoptées ailleurs dans le monde, et les réactions qu'elles suscitent sur de nombreux marchés étrangers d'envergure. Le groupe de travail espère soumettre au Ministre, avant le milieu de 1994, des recommandations détaillées sur la stratégie la plus susceptible d'assurer la viabilité à long terme du secteur de l'enregistrement sonore au Canada.

Artistes canadiens – Étoiles de demain

De nos jours, dans l'industrie du disque comme dans les autres industries culturelles du Canada, la distribution est assurée surtout par des sociétés sous contrôle étranger (les grandes sociétés ou «majors»). Ces grandes sociétés ont d'ailleurs changé considérablement au cours des dernières années à la suite de fusions et d'acquisitions qui n'ont laissé, à l'échelle mondiale, que cinq ou six grands conglomerats multimédias. Cependant, contrairement à ce qui se passe dans d'autres industries culturelles, les grandes sociétés étrangères oeuvrant dans l'industrie de la musique, produisent des artistes canadiens et font concurrence au secteur indépendant dans le recrutement de nouveaux talents canadiens.

Les artistes canadiens connaissent un succès de plus en plus grand à l'extérieur du Canada et les recettes de sources

suite p. 2

Dans ce numéro...

L'industrie canadienne de l'enregistrement sonore examine l'impact des nouvelles technologies	1
Correction	2
Les hauts et les bas des dépenses publiques au titre de la culture	2
À propos des actualités	3
Baisse de la fréquentation des établissements du patrimoine	5
Plus de gens vont au théâtre – qui sont-ils?	6
Les compagnies d'opéra ont du succès pour ce qui est de recueillir des fonds	7
Publications	8
Supplément: Indicateurs sur les arts d'interprétation	



Statistique Canada / Statistics Canada



étrangères augmentent de façon soutenue, année après année. Les têtes d'affiche comme Bryan Adams et Roch Voisine continuent d'accumuler des ventes importantes. De plus, beaucoup de jeunes découvertes canadiennes font aussi leur marque à l'étranger, comme c'est le cas de Holly Cole au Japon.

La question du contenu canadien (figure 1) est vitale pour l'avenir de l'industrie canadienne de l'enregistrement sonore. De grands changements sont à prévoir à ce chapitre, avec l'arrivée de nouvelles technologies. Cependant, à l'heure actuelle, il est difficile d'en évaluer correctement les répercussions, sans connaître les intentions du CRTC en matière de réglementation.

Mise à jour du droit d'auteur

L'adoption rapide d'une loi efficace et moderne sur le droit d'auteur, laquelle comporterait des mécanismes de mise à jour sur une base régulière, demeure l'objectif premier pour l'industrie. Il faut que cette loi suive les progrès technologiques qui présentent une menace constante à la viabilité de l'industrie de la musique. Les programmes de financement et de formation ont certes leur importance mais, si les créateurs ne peuvent recevoir une juste rétribution pour leur travail, ces programmes perdent toute raison d'être. En effet, personne ne voudra produire ou commercialiser quoi que ce soit au Canada si, selon toute vraisemblance, les créateurs ne sont pas rémunérés équitablement par les utilisateurs. Selon l'industrie, l'adoption d'une loi moderne et efficace sur le droit d'auteur qui protégerait les droits des créateurs pourrait assurer l'existence d'une industrie prospère, menée par des entrepreneurs indépendants qui sauraient tirer le maximum des nouvelles technologies.

Au fil des progrès sans cesse plus rapides de la technologie, il se pourrait fort bien que la présence physique de réseaux de distribution au Canada ne soit plus nécessaire. Dans le cas échéant, les méthodes de distribution de même que toutes les activités de production et de marketing seraient bouleversées. On ne peut prévoir exactement en quoi pourraient consister ces bouleversements mais ce qui est certain, c'est que l'avenir sera très différent du passé.

Correction :

«Les cinémas et les ciné-parcs s'adaptent à l'évolution du marché du divertissement» (*La Culture en perspective, automne 1993*) On a enregistré une baisse de 15%, et non de 7%, du nombre d'entrées payées dans les cinémas entre 1987-1988 et 1991-1992.

Les nouvelles technologies dans l'industrie de la musique : l'aube d'une révolution

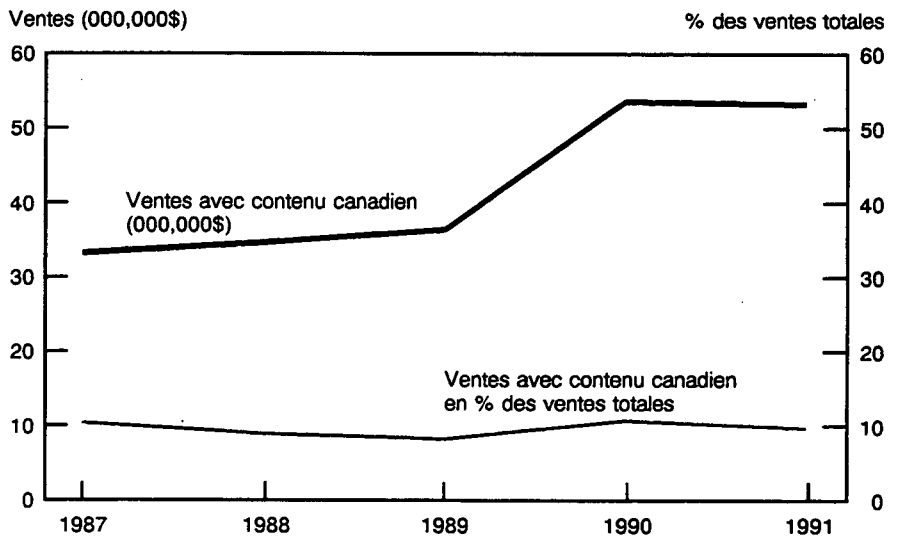
Selon Nicholas Negroponete, du laboratoire sur les médias du Massachusetts Institute of Technology, l'arrivée de nouvelles technologies pourrait révolutionner les industries de la musique et de la radiodiffusion. La technologie numérique utilisée pour la production de disques compacts menace maintenant de faire disparaître la musique vendue sous les formats standards (disque compact, cassette, etc.). Alors que l'information numérique est habituellement transférée sur des disques compacts qui passent par des points de vente au détail avant d'aboutir chez les consommateurs, celle-ci pourrait aussi bien arriver directement dans les foyers par les lignes téléphoniques, par câble ou par satellite. Dans l'avenir, les maisons d'enregistrement pourraient bien remplacer leur service d'expédition par des systèmes de livraison par fibre optique et les

banques de données centrales. Les produits audio (et vidéo) pourraient emprunter le chemin des lignes téléphoniques, révolutionnant dès lors les systèmes actuels de distribution et de vente au détail.

La livraison électronique n'est sans doute pas pour demain; il n'empêche qu'au début de l'année, deux sociétés ont présenté une demande de permis au CRTC en vue d'offrir un service audionumérique à péage. Ce service vise essentiellement à offrir à peu de frais aux abonnés du câble (au moyen d'une liaison câble-satellite) une programmation musicale non canadienne d'une qualité sonore comparable à celle du disque compact et exempte de publicité. Ces nouvelles possibilités ne peuvent qu'avoir des répercussions sur les personnes qui détiennent des droits d'auteur et, sur l'avenir du contenu canadien.

Figure 1

Hausse des ventes d'enregistrements ayant un contenu canadien et stabilité de la portion canadienne dans l'ensemble des ventes*



* Ventes d'enregistrements de fabrication canadienne

Les hauts et les bas des dépenses publiques au titre de la culture

Norman Verma, gestionnaire de projet, les dépenses publiques au titre de la culture

Les nouvelles données de 1991-1992 montrent que les dépenses de l'administration fédérale au titre de la culture régressent, en dollars courants, pour la première fois

et, en dollars constants (après correction de l'inflation), pour la deuxième année d'affilée. Les dépenses, chiffrées à \$2.9 milliards,

suite p. 3

sont en baisse de 4%,¹ par rapport à 5% l'année précédente.

Les dépenses municipales au titre de la culture régressent aussi pour passer à \$1.3 milliard en 1991-1992, ou 2% de moins, alors qu'elles étaient en progression pendant les six dernières années. Les dépenses provinciales et territoriales grimpent toutefois à \$1.9 milliard en 1991-1992, une hausse de 4%, alors qu'elles sont demeurées relativement constantes l'année précédente.

Les arts (y compris les arts d'interprétation, les arts visuels et l'artisanat, et l'enseignement des arts) constituent le seul grand secteur où les dépenses fédérales ont progressé pour s'établir à \$141 millions, soit 5% de plus. Les dépenses au titre des arts d'interprétation atteignent à elles seules \$121 millions, une augmentation d'environ 7%, alors qu'elles ont chuté de 15% en 1990-1991.

En fait, les dépenses s'accroissent pour l'ensemble des arts d'interprétation. Les dépenses provinciales et territoriales en ce domaine maintiennent leur élan pour se fixer à \$149 millions, ou 17% de plus. Au niveau municipal, après avoir reculé de 30% l'année précédente, le financement des arts d'interprétation a doublé pour atteindre \$35 millions, surtout à cause de la hausse des dépenses de construction de centres des arts d'interprétation en Ontario.

En 1991-1992, l'administration fédérale consacre les deux tiers de ses dépenses culturelles totales, ou près de \$2 milliards, aux industries culturelles (radiodiffusion, édition du livre et du périodique, film et vidéo, et enregistrement sonore), soit 4% de moins par rapport à l'année précédente. Les dépenses au titre de la radiodiffusion, qui forment les trois quarts des dépenses fédérales au titre des industries culturelles, baissent de 3% pour passer à \$1.5 milliard.

Les administrations provinciales et territoriales, par contre, affectent \$1.2 milliard, ou les trois cinquièmes de leurs dépenses culturelles totales, à deux domaines : les bibliothèques et le patrimoine. Dans le cas du patrimoine, les dépenses provinciales et territoriales augmentent de 5,5 % pour s'établir à \$436 millions, alors que les dépenses fédérales en ce domaine fléchissent de 4.8% pour se fixer à \$642 millions.

Les administrations municipales consacrent aux bibliothèques les trois quarts de leur budget culturel global en 1991-1992, ou \$961 millions, une hausse d'environ 3% par rapport à l'année précédente.

Pour plus de détails, voir notre récente publication intitulée **Dépenses publiques au titre de la culture, 1991-1992** (n° 87-206 au catalogue) ou appeler Norman Verma, au (613) 951-6863.

¹ Tout au long de l'article, les variations en pourcentage sont calculées en tenant compte de l'inflation.

À propos des actualités

John Gordon, gestionnaire de projet, Radio et télévision

Les actualités sont l'un des secteurs les plus actifs de la télévision. CBC NEWSWORLD est en exploitation depuis près de cinq ans et CNN aux États-Unis vient juste de célébrer son dixième anniversaire; plusieurs groupes ont présenté une demande récemment au CRTC¹ en vue de lancer d'autres services spécialisés dans les émissions d'actualités.

L'écoute de chacun des services spécialisés dans les actualités représente encore moins d'un pour cent du temps d'écoute total; cependant, une hausse considérable a été enregistrée ces dernières années. L'écoute de NEWSWORLD a plus que doublé au cours des quatre années pour lesquelles nous avons des données; CNN a connu une augmentation encore plus importante au cours de la même période, mais il est toujours devancé par NEWSWORLD (de 10%).

Qui passe plus de temps à écouter la télévision?

Bien que la programmation de ces deux services d'actualités renferme une gamme variée d'autres émissions, le reste de l'article porte uniquement sur l'écoute des émissions d'actualités, y compris les principales émissions d'affaires publiques². Comme la majeure partie des émissions d'actualités ne s'adresse pas à un jeune

public, nous n'avons pas tenu compte du temps d'écoute des enfants de moins de 12 ans.

De 1989 à 1992, le temps d'écoute des émissions d'actualités a progressé de 12%, toutes sources confondues (y compris les canaux traditionnels et tous les services spécialisés de la télédistribution). Cependant, si l'on examine les données de plus près, on constate que l'augmentation est presque entièrement attribuable au groupe d'âge des 35 ans et plus. Chez ce groupe à lui seul, l'augmentation du temps d'écoute des émissions d'actualités s'est établie à 20%.

Une diminution chez les adolescents (12-17 ans) a été observée tant dans le pourcentage de ceux qui ont déclaré écouter au moins un peu les émissions d'actualités (la portée) que dans le nombre d'heures qu'ils écoutent. Ainsi, le nombre total d'heures d'écoute de la télévision a diminué de 21% chez les adolescents anglophones et de 10% chez les francophones.

On a observé une diminution totale d'environ 10% chez le groupe de jeunes adultes (18-34 ans); ont fait exception les hommes francophones. Bien que la portée ait diminué chez ce dernier groupe, on a observé une augmentation du nombre d'heures consacrées par ceux qui ont restés à

l'écoute; c'est ce qui explique l'augmentation de 2% du nombre total d'heures d'écoute chez ce groupe.

Comme le temps d'écoute des émissions d'actualités chez les adolescents ne représentait que 2% du total en 1992 et chez le groupe des jeunes adultes, 18%, les habitudes de ces deux groupes ont une faible incidence comparativement à celle des adultes plus âgés. Chez ce dernier groupe qui est intervenu pour environ 80% du nombre total d'heures d'écoute d'actualités en 1992 on a observé une augmentation de 20% de 1989 à 1992.

Dans cette augmentation de 20% en heures d'écoute, il ne faut pas y voir qu'une simple augmentation; le nombre d'adultes de ce groupe d'âge s'est accru d'environ 15% au cours de la même période et, tous les autres facteurs étant égaux, on peut s'attendre à ce que le nombre total d'heures d'écoute augmente dans la même proportion. De plus, bien que plus que 80% des gens faisant partie de ce groupe d'âge (35 et plus) écoutent les émissions d'actualités, on a observé une diminution d'environ 5% dans la portée au cours de la période observée. Ce qui a neutralisé cette diminution, c'est l'augmentation du nombre moyen d'heures d'écoute chez les personnes qui continuent

suite p. 4

d'écouter les actualités. Si l'on élimine l'effet de cette croissance de la population, ce que l'on constate en réalité, c'est une légère augmentation du nombre total d'heures d'écoute (3% à 4%) chez la plupart des groupes; chez les hommes francophones, l'augmentation réelle³ s'est établie à 9%.

Services spécialisés ou canaux traditionnels : Qui l'emporte?

Chez les anglophones, la situation pour ce qui est du nombre d'émissions d'actualités d'origine canadienne⁴ offertes par les canaux traditionnels⁵ et du temps d'écoute de ces émissions est demeurée pratiquement inchangée au cours de la période observée. En 1992, la proportion d'auditeurs réels s'est établie à 83% chez les femmes et le temps d'écoute moyen chez ce groupe s'est établi à cinq heures et demie par semaine; les chiffres correspondants pour les hommes sont de 81%, et environ une demi-heure de moins par semaine pour le temps d'écoute. L'écoute d'émissions d'actualités d'origine étrangère aux canaux traditionnels est également demeurée inchangée.

L'écoute des services spécialisés intervient pour la totalité de l'augmentation réelle³ observée chez les anglophones et bien que ces services soient de plus en plus présents (en partie en raison des efforts de commercialisation des télédiffuseurs), seulement 10% de la population anglophone a déclaré avoir écouté des émissions

d'actualités des services spécialisés. C'est cependant cet auditoire restreint qui rend compte de l'augmentation totale de 3%. Environ le tiers de l'augmentation est attribuable à l'écoute d'émissions d'origine canadienne. La plus forte proportion de l'augmentation est attribuable à l'écoute d'émissions d'origine étrangère diffusées par les services spécialisés, ce qui a amené celles-ci pratiquement sur un pied d'égalité avec les émissions d'origine canadienne diffusées par ces mêmes services; en effet, en 1992, leur auditoire était à peu près égal.

Dans le cas des francophones, la première chose à signaler, c'est que ceux-ci n'ont pas vraiment d'autre choix, pour ce qui est des émissions d'actualités dans leur langue, que d'écouter des émissions d'origine canadienne diffusées sur les canaux traditionnels;⁶ environ 95% des émissions d'actualité qu'ils écoutent proviennent de cette source. En 1992, 3% de leur écoute aux émissions d'actualités était d'origine étrangère sur les canaux traditionnels, une diminution par rapport au chiffre de 4% en 1989.

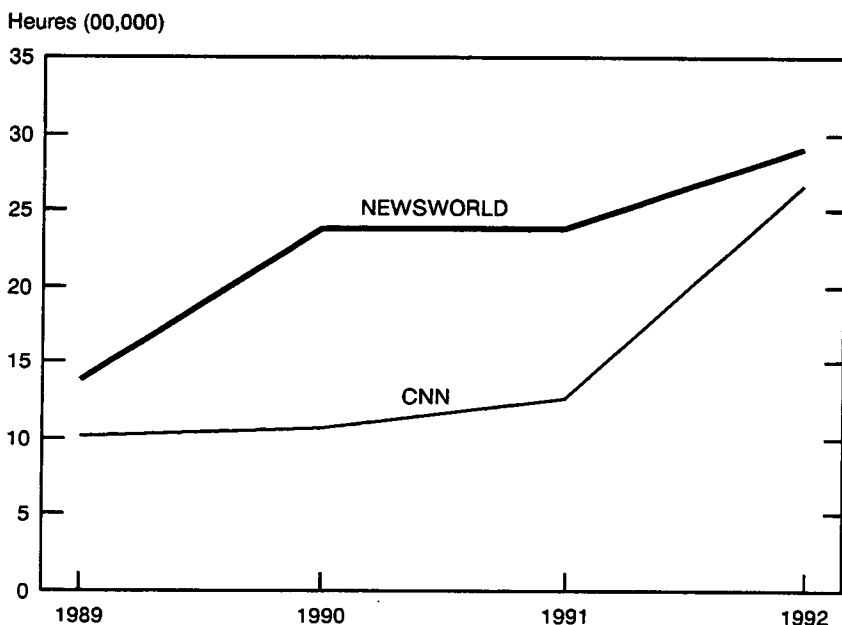
À l'instar de leurs vis-à-vis anglophones, les femmes francophones ont aussi démontré une augmentation réelle³ de 3% des heures d'écoute des émissions d'actualités. Les émissions d'origine étrangère diffusées par les services spécialisés sont intervenues pour 60% de l'augmentation, mais la moitié de cette augmentation peut s'être produite aux dépens des émissions d'origine étrangère diffusées sur les canaux

traditionnels, pour lesquels on a enregistré une diminution. Ici encore, la proportion d'auditeurs réels des émissions diffusées par les services spécialisés a été relativement faible, soit moins de 10% de la population. On a également observé une augmentation du temps d'écoute des émissions d'actualités d'origine canadienne diffusées sur les canaux traditionnels chez ce groupe.

C'est chez les hommes francophones qu'on a observé l'augmentation réelle la plus importante de l'écoute des émissions d'actualités (9%), et plus des deux tiers de cette augmentation est attribuable à l'écoute d'émissions d'origine canadienne diffusées sur les canaux traditionnels; ici encore, on a enregistré une diminution du temps d'écoute des émissions d'origine étrangère diffusées sur les canaux traditionnels. Pour ce qui est des services spécialisés, l'augmentation dans le nombre d'heures d'écoute d'émissions d'origine étrangère a été presque quatre fois plus élevée que dans le cas des émissions d'origine canadienne.

Les nouveaux services spécialisés ont-ils eu une incidence sur l'écoute des émissions d'actualités? Oui, mais uniquement pour un faible pourcentage (moins que 10%) de la population. Chez les anglophones, l'écoute d'émissions d'actualités diffusées par ces services intervient pour la presque totalité de l'augmentation de 3% du temps d'écoute des émissions d'actualités. Chez les francophones, l'écoute d'émissions diffusées par des services spécialisés par un faible pourcentage de la population explique également les augmentations réelles du temps d'écoute des émissions d'actualités, mais, contrairement à la situation chez les anglophones, il y a également eu une augmentation du temps d'écoute des émissions d'origine canadienne diffusées sur les canaux traditionnels. Si le CRTC délivre une licence à un service spécialisé dans les émissions d'actualités en français, on peut se demander si le temps d'écoute des émissions d'actualités va encore augmenter ou si l'écoute des canaux traditionnels va être délaissée au profit des services spécialisés comme cela semble s'être produit sur le marché anglophone. Nous vous tiendrons au courant de la situation.

Figure 2
Heures totales d'écoute de NEWSWORLD et CNN



¹ Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est l'organisme autorisé à délivrer des licences de radiodiffusion et de télédiffusion.

² Les données publiées dans cet article sont tirées de La Banque de données sur la télévision. Les émissions d'actualités englobent les émissions d'actualité locales, régionales et nationales habituelles. Les principales émissions d'affaires publiques comprennent les

émissions comme *Le Point*, *Fifth Estate*, *W5* et *60 Minutes*. Les émissions d'affaires publiques moins importantes comme *Claire Lamarche*, *Shirley et Gerardo* n'ont pas été prises en compte dans l'analyse. Il convient de signaler qu'elles ont été englobées avec les autres émissions d'actualités et d'affaires publiques dont on rend compte dans la publication *L'écoute de la télévision*, n° 87-208 au catalogue.

- 3 Le changement après l'effet de la croissance de la population a été éliminé.
- 4 Dans cet article, la mention «origine canadienne» s'applique à l'émission et non au service qui la diffuse. Bien que la plupart des émissions d'actualités et d'affaires publiques diffusées sur les canaux traditionnels et les services spécialisés canadiens soient d'origine canadienne, il y a quelques exceptions dont *BBC World Service* diffusé sur

Newsworld et quelques émissions d'affaires publiques américaines diffusées sur les réseaux canadiens.

- 5 Le nombre d'heures d'émissions d'actualités offertes sur les canaux traditionnels américains et anglo-canadiens est demeuré pratiquement inchangé au cours de la période visée. Le nombre d'émissions d'actualités en français a augmenté, mais si l'on examine l'augmentation du nombre d'heures d'écoute chez les francophones à l'échelle du réseau, les augmentations du temps d'écoute ne correspondent pas aux augmentations du nombre d'émissions d'actualités.
- 6 Ces analyses ne s'intéressent pas à la langue de l'émission; il convient toutefois de signaler qu'habituellement, les gens écoutent surtout des émissions dans la langue qu'ils parlent à la maison.

Claire McCaughey, la rédactrice de *La culture en perspective* depuis novembre 1992, est retournée au Conseil des arts du Canada. Elle a assumé la responsabilité de la révision de la majeure partie de cette édition. Mary Cromie, qui était chef de projet de l'Enquête sur les arts d'interprétation, est responsable de *La culture en perspective* et de l'analyse des données sur la participation aux activités culturelles.

dollars; les recettes provenant des administrations publiques s'accroissent de quelque 8% par rapport à la précédente année d'enquête.

Baisse de la fréquentation des établissements du patrimoine

Erika Dugas, gestionnaire de projet, établissements du patrimoine

En 1991-1992, la fréquentation des établissements du patrimoine¹ régresse dans l'ensemble de 5%, 54.3 millions de visites étant déclarées. Les résultats de l'Enquête sur les établissements du patrimoine démontrent que certaines provinces et certains types d'établissements sont plus touchés que d'autres. Il y a de rares exceptions à cette tendance à la baisse.

Seuls Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard et les Territoires du Nord-Ouest déclarent une augmentation de la fréquentation, qui est comprise entre 6% et 10%. Partout ailleurs, le nombre de visites des établissements du patrimoine régresse, la baisse la plus considérable étant enregistrée au Manitoba (12%). Les diminutions observées dans les autres provinces et au Yukon sont moins importantes et varient entre 2% et 7%.

La fréquentation enregistre un recul pour tous les types d'établissement, à l'exception des planétariums et des observatoires. Bien que le nombre de visites se soit considérablement accru par rapport à l'an dernier (un établissement fermé pour rénovation a rouvert cette année), il n'atteint toutefois pas le niveau d'il y a deux ans.

La fréquentation des archives chute abruptement pour une deuxième année consécutive avec une baisse de 10%. Dans les jardins zoologiques et aquariums, le

deuxième type d'établissements le plus touché, le nombre de visites poursuit son déclin amorcé l'année précédente et enregistre un recul de 9% pour se fixer à 6.7 millions.

On observe pour certains types d'établissements un volte-face par rapport aux hausses de la fréquentation de l'année précédente. Le nombre de visites de centres d'exposition et de jardins botaniques, arboretums et serres diminue de 8%. Les musées, dont la fréquentation se renverse également, expliquent la plus importante baisse en nombre absolu, 1.5 millions de visites de moins étant enregistrées; un peu plus de 23 millions de visites de musées sont déclarées en 1991-1992, soit un recul de 6%.

Les lieux historiques s'en tirent mieux que la plupart des autres établissements, la fréquentation ne régressant que de 1% seulement par rapport à la précédente année d'enquête pour se fixer à 17 millions de visites.

Voici les autres faits saillants de l'enquête de 1991-1992 :

- les établissements du patrimoine déclarent des revenus d'exploitation de 861 millions de dollars, ce qui constitue une augmentation de 9% et une continuité du mouvement ascendant.
- les revenus gagnés progressent de 3% pour atteindre un total de 172 millions de

- les dépenses d'exploitation grimpent de 10% pour se fixer à 825 millions de dollars; les traitements et salaires (avantages sociaux compris) augmentent de 7% et l'ensemble des autres dépenses, de 13%.
- les revenus d'investissement diminuent de 9%, pour s'établir à 154 millions de dollars, ce qui s'inscrit dans le mouvement à la baisse déjà enregistré en 1990-1991.
- le nombre d'employés à temps plein s'accroît légèrement (1%) alors que le nombre d'employés à temps partiel régresse quelque peu (moins de 1%). Au total, plus de 10,000 employés à temps plein et 13,800 employés à temps partiel travaillent pour des établissements du patrimoine.
- Plus de 45,000 bénévoles ont consacré du temps aux établissements du patrimoine du pays, soit une hausse de 5%.

Pour en savoir davantage, consultez notre publication *Les établissements du patrimoine, 1991-1992* (n° 87-207 au catalogue), qui vient de sortir, ou communiquez avec Erika Dugas, chargée de projet, Enquête sur les établissements du patrimoine, au (613) 951-1568.

¹ Les parcs naturels ne sont pas visés par le présent article. La fréquentation de ces parcs en 1991-1992 s'élève à 55.5 millions de visites, soit une hausse de 2% par rapport à la précédente année d'enquête (il convient de souligner que la fréquentation de 1990-1991 a été révisée et a été fixée à 54.4 millions).

Plus de gens vont au théâtre – qui sont-ils?

Claire McCaughey, rédactrice en chef, La culture en perspective

L'appétit des Canadiens pour le théâtre semble avoir augmenté de beaucoup depuis le milieu des années 70. Une comparaison de deux enquêtes similaires sur la participation aux activités culturelles¹ révèle qu'entre 1975 et 1992 le pourcentage de la population de 15 ans et plus qui était allée au théâtre l'année précédente a grimpé de 13% à 23%².

Cette tendance s'observerait à la fois pour le public des troupes de théâtre à but lucratif et pour celui des troupes sans but lucratif. L'Enquête annuelle de Statistique Canada sur les arts d'interprétation, qui vise les troupes sans but lucratif, montre qu'entre 1975 et 1992 le public du théâtre a doublé pour atteindre 8 millions, le nombre de troupes passant de 46 à 232.

Le théâtre à but lucratif, non visé par l'enquête ci-dessus, connaît surtout depuis dix ans un vif succès pour des productions telles que *Cats*, *Les Misérables* et *Le Fantôme de l'Opéra*. Ces productions, ainsi que l'aménagement ou la rénovation de grandes salles de spectacles, surtout dans les centres importants, témoignent de la hausse des entrées au théâtre.

Quelle forme de théâtre?

Pour l'enquête de 1992 sur la participation aux activités culturelles³, on a recueilli des données sur les drames, les comédies, le théâtre d'avant-garde, les comédies musicales et les spectacles d'humour. Environ 5 millions de Canadiens âgés de 15 ans et plus ont assisté à l'une ou plusieurs de ces formes de théâtre en 1992. Quelque 2.4 millions sont allés voir les comédies musicales; 2.2 millions, les comédies; et 1.8 million, les drames.

En termes de pourcentage, les comédies musicales ont attiré 11% des Canadiens au cours de l'année précédente; les comédies, 10%; les drames, 9%; les spectacles d'humour, 6%; et le théâtre d'avant-garde, 1%. Ces publics chevauchent quelque peu : environ le quart des personnes qui sont allées voir une comédie musicale pendant l'année précédente ont également vu une représentation dramatique. Le public du théâtre d'avant-garde se passionne pour le théâtre : même s'il forme le groupe le plus restreint, il est bien plus susceptible que les autres publics d'aller voir les autres formes de théâtre.

Qui sont les spectateurs?

Le théâtre n'attire pas au même degré tous les segments de la population. La langue, la scolarité, le revenu du ménage, l'âge et, dans une moindre mesure, le sexe, semblent agir en quelque sorte sur le niveau de participation et sur la forme de représentation théâtrale qu'on va voir (Tableau 1).

Vingt-neuf pour cent des francophones, 24% des anglophones et 12% de ceux dont la langue parlée le plus souvent à la maison est ni le français ni l'anglais, sont allés au théâtre au cours de l'année précédente. Les francophones sont allés voir les comédies et les spectacles d'humour en bien plus forte proportion que les deux autres groupes, alors que les anglophones sont allés voir les drames en plus grand nombre que les deux autres groupes. Comme moyen d'expression artistique fondé sur la langue, le théâtre diffère de la musique et de la danse, dont les taux sont bien plus similaires pour les trois groupes linguistiques.

Le pourcentage de Canadiens qui sont allés au théâtre pendant les 12 mois précédents augmente assez uniformément selon le revenu du ménage. Quarante-neuf pour cent de ceux dont le revenu du ménage est 80,000\$ ou plus sont allés au théâtre au cours de l'année précédente, contre seulement la moitié (24%) chez ceux dont le revenu du ménage se situe entre 40,000\$ et 49,999\$. Vingt-cinq pour cent des Canadiens dont le revenu du ménage dépasse 80 000\$ ont été attirés par les comédies musicales; 21%, par les comédies; et 19%, par les drames. Pour la tranche des 40,000\$ à 49,999\$, les taux comparables sont 10% pour les comédies musicales, 11% pour les comédies et 8% pour les drames.

Le niveau de scolarité entre aussi en jeu. Le pourcentage de Canadiens qui sont allés au théâtre pendant l'année précédente va de 15% chez ceux dont le niveau de scolarité le plus élevé était primaire/secondaire, à 27% chez les détenteurs d'un diplôme, et à 44% chez les détenteurs d'un baccalauréat. Pour les spectacles d'humour, on

suite p.7

Tableau 1

Pourcentage de Canadiens âgés de 15 ans et plus qui ont assisté à diverses formes de théâtre pendant l'année précédente, caractéristiques choisies, 1992

	Drames	Comédies	Théâtre d'avant-garde	Comédies musicales	Spectacles d'humour	Toutes les formes
Sexe						
Hommes	7.8	9.6	0.9	9.7	6.1	22.3
Femmes	9.4	10.9	1.0	12.6	5.3	25.7
Langue						
Anglais	10.9	7.8	1.0	12.2	2.5	24.2
Français	4.9	20.2	0.9	10.2	15.2	29.0
Autres	2.7	3.9	--	7.6	4.3	12.4
Niveau de scolarité						
Postsecondaire	12.7	13.5	1.5	15.4	7.2	32.4
Primaire/secondaire	4.3	7.0	0.3	6.9	4.2	15.4
Groupe d'âge						
15-24	9.7	8.1	1.6	10.0	7.2	24.9
25-59	8.9	11.4	1.0	12.2	6.2	25.7
60 +	6.6	8.7	--	9.2	2.6	17.6
Certaines tranches de revenu des ménages						
\$20,000 - \$29,999	6.7	8.8	0.9	7.1	4.9	19.3
\$40,000 - \$49,999	8.2	11.1	0.8	10.4	7.6	23.8
\$80,000 +	18.5	20.6	1.4	25.0	9.9	48.5

-- Nombres infimes.

observe moins de variations, les taux allant de 4% (primaire/secondaire) à 7% (diplôme) et à 9% (baccalauréat).

Les 15-19 ans affichent le plus haut taux d'assistance aux pièces dramatiques. Ce n'est peut-être pas surprenant quand on sait que le théâtre est largement accessible aux jeunes auditoires, notamment au moyen des programmes d'études. Les 35-44 ans et les 45-59 ans vont voir en plus grand nombre les comédies musicales, les taux se fixant à 13% et à 14% respectivement. Pour presque toutes les formes de théâtre, les plus de 60 ans sont les moins nombreux chez les spectateurs. Si les plus de 60 ans

ont une préférence, toutefois, c'est pour les comédies musicales et les comédies.

Le public du théâtre comprend un peu plus de femmes (26%) que d'hommes (22%), et cette tendance se confirme pour toutes les formes de théâtre à l'exception des spectacles d'humour.

Pour vous renseigner sur les données mentionnées dans l'article et sur d'autres genres de données disponibles, veuillez appeler Mary Cromie, au (613) 951-6864.

¹ *Étude des loisirs au Canada, 1975 et Enquête sociale générale de 1992.*

- ² *Aux fins de comparaison avec les chiffres de 1975, les pourcentages de 1992 sont rajustés pour tenir compte de la non-réponse. Notez aussi que l'étude de 1975 s'intéressait à la population âgée de 14 ans et plus, tandis que l'enquête de 1992 s'intéressait à la population âgée de 15 ans et plus.*
- ³ *Les données sont tirées de l'Enquête sociale générale, qui comprenait en 1992 un large éventail de questions sur la participation aux activités culturelles et sur l'emploi du temps. L'enquête permet de recueillir chaque année des données sociodémographiques et autres qui permettent de suivre en permanence les tendances sociales au Canada.*

Les compagnies d'opéra ont du succès pour ce qui est de recueillir des fonds

Marie Lavallée-Farah, gestionnaire de projet sur les arts d'interprétation, et Roberta Sametz

L'étude sommaire des plus récentes données révèle certains aspects intéressants des compagnies canadiennes d'opéra.

Les données de l'Enquête de 1991-1992 sur les arts d'interprétation révèlent que les compagnies d'opéra ont connu beaucoup de succès eu égard à la collecte de fonds, ce qui leur a permis d'amasser plus de 9 millions\$ de la somme totale de 58.6 millions\$ recueillie dans le secteur privé par l'ensemble des compagnies d'arts d'interprétation. Cela représente pas moins de 24% du total des recettes des compagnies d'opéra, ce ratio étant, et de loin, le plus élevé dans les quatre secteurs des arts d'interprétation, soit l'opéra, la musique, la danse et le théâtre. L'opéra est en outre le secteur où les recettes moyennes par compagnie provenant de la collecte de fonds sont les plus élevées, atteignant 600,000\$, cette somme étant plus de deux fois et demie supérieure à la moyenne pour le secteur qui suit immédiatement, c'est-à-dire celui de la musique.

Malgré tout, les compagnies d'opéra ont un déficit moyen par compagnie de 31,300\$, soit une hausse de 4% par rapport à l'année précédente, alors que seulement 6 des 16 compagnies faisaient valoir un excédent en 1991-1992. En fait, l'opéra est le seul des quatre secteurs où l'on constate une diminution du pourcentage de compagnies qui déclarent un excédent au cours des quatre dernières années. Pendant ce laps de temps, la croissance des dépenses a quelque peu dépassé celle des recettes.

La concurrence est plus vive pour les amateurs d'opéra. Depuis 1982-1983, le nombre de compagnies d'opéra a doublé et l'augmentation du nombre de spectacles est plus de deux fois et demie supérieure, ce dernier chiffre étant passé de 276 à 716. Par ailleurs, le nombre de spectateurs a augmenté d'un peu plus d'une fois et demie, passant de 365,000 en 1982-1983 au niveau inégalé de 572,000 en 1987-1988, pour ensuite diminuer. Il a fallu attendre la saison 1991-1992 pour atteindre à nouveau ce niveau avec un sommet sans précédent de 574,000. Néanmoins, en dépit de cette fluctuation du nombre de spectateurs, les recettes gagnées découlant de la vente de billets ont augmenté depuis 1987-1988 au taux annuel moyen de presque 10% (5% après correction de l'inflation).

Voici d'autres faits saillants de l'enquête de 1991-1992, pour l'ensemble des quatre secteurs :

- Les 396 compagnies ont monté 35,454 spectacles en direct auxquels ont assisté 13.1 millions de personnes, soit une baisse de 3% du nombre global de spectateurs par rapport à l'année précédente.
- Les dépenses totales ont augmenté de 2% pour se fixer à 387 millions\$, tandis que les recettes globales se sont accrues de 3% pour s'établir à 383 millions\$.

- Les déficits combinés de toutes les compagnies ont par conséquent atteint le niveau global de 4 millions\$, soit une baisse comparativement à 7.6 millions\$ en 1990-1991; 54% de l'ensemble des compagnies ont déclaré un excédent.
- Les renseignements recueillis pour la première fois révèlent que plus de 17,000 personnes ont prêté de plein gré leur concours.

Vous trouverez d'autres faits saillants des données de 1991-1992 pour l'ensemble des secteurs des arts d'interprétation, de même que des comparaisons avec les années antérieures, dans le supplément des indicateurs des arts d'interprétation inséré dans le présent numéro. Pour obtenir des renseignements additionnels, consultez notre publication intitulée **Les arts d'interprétation, 1991-1992** (n° 87-209), qui vient tout juste d'être diffusée, ou téléphonez à Marie Lavallée-Farah au (613) 951-1571.

Publications

Nouvelles	Prix au Canada
87-206 Dépenses publiques au titre de la culture, 1991-1992	17 \$
87-207 Les établissements du patrimoine, 1991-1992	30 \$
87-209 Les arts d'interprétation, 1991-1992	30 \$
Toujours disponible	
87-202 L'enregistrement sonore, 1991-1992	22 \$
87-203 L'édition du périodique, 1991-1992	17 \$
87-204 Le film et la vidéo, 1990-1991	22 \$
87-208 L'écoute de la télévision, 1991	26 \$
87-210 L'édition du livre, 1991-1992	17 \$

Pour commander des publications composez sans frais le 1-800-267-6677

Renseignez-vous...

Nous espérons que vous jugerez ce bulletin instructif et utile. S'il vous plaît nous ferez part par écrit, par téléphone ou par télécopieur de vos observations.

Mary Cromie
La rédactrice,
La culture en perspective,
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme,
Statistique Canada,
Immeuble R.H. Coats,
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

(613) 951-6864
(613) 951-9040 (Télécopieur)



Pour plus de renseignements sur les publications, les produits, les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, veuillez communiquer avec l'une ou l'autre des personnes suivantes:

Iain McKellar	Directeur-adjoint, Culture	951-9038
Kathryn Williams	Gestionnaire, Projet sur la population active du secteur culturel	951-1517
Mary Cromie	Données sur les consommateurs de culture	951-6864

Section des activités et des institutions culturelles

Roberta Sametz	Chef	951-9173
Marie Lavallée-Farah	Arts d'interprétation	951-1571
Erika Dugas	Établissements du patrimoine	951-1568
Norman Verma	Bibliothèques publiques	951-6863
Norman Verma	Dépenses publiques au titre de la culture	951-6863

Section des industries culturelles

Michel Durand	Chef	951-1566
Manon Nadeau	Édition et diffusion du livre	951-1563
Fidelis Ifedi	Édition du périodique	951-1569
Nancy Ghalam	Film et vidéo	951-1573
Annalisa Salonius	Enregistrement sonore	951-1544
John Gordon	Radio et télévision	951-1565

La culture en perspective (n° 87-004 au catalogue) ISSN 0843-7548 est une publication trimestrielle autorisée par le Ministre responsable de Statistique Canada
© Ministre de l'Industrie, des sciences et de la technologie, 1993.

Rédactrice: Mary Cromie, (613) 951-6864

Abonnements: Canada: 6,25 \$ l'exemplaire, 25 \$ par année. Etats-Unis: 7,50 \$ US l'exemplaire, 30 \$ US par année. Autres pays: 8,75 \$ US l'exemplaire, 35 \$ US par année. Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada).

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du chef, Services aux auteurs, Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

