

Le loisir, le théâtre et le théâtre d'été

François Colbert

Numéro 42, 1987

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/26932ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Cahiers de théâtre Jeu inc.

ISSN

0382-0335 (imprimé)

1923-2578 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Colbert, F. (1987). Le loisir, le théâtre et le théâtre d'été. *Jeu*, (42), 127–134.

le loisir, le théâtre et le théâtre d'été

Il n'existe pas de statistiques complètes sur le nombre de billets vendus par les théâtres au Québec; aucun organisme ne s'est jamais chargé d'en compiler. Au ministère des Affaires culturelles du Québec, on dispose de données partielles, soit celles fournies par les compagnies subventionnées. Ces chiffres ne traduisent cependant pas toute la réalité du théâtre, puisque celui qui se fait en été ne bénéficie pas de subsides et ne fait donc pas l'objet d'analyses par les agents du ministère. Nous savons, par contre, que le nombre d'entrées au théâtre a augmenté considérablement depuis les vingt dernières années, ne serait-ce que parce que le nombre de compagnies de théâtre s'est accru de façon sensible; je parle ici plus particulièrement des phénomènes du jeune théâtre et du théâtre d'été. Comme les organismes existants n'ont pas souffert de la venue de ces nouveaux arrivants, ces compagnies se sont créées un public et ont attiré de nouveaux spectateurs.

Si nous ne pouvons donc quantifier exactement la croissance du nombre de billets de théâtre vendus au Québec, durant cette période, nous savons néanmoins qu'il y a eu une hausse du nombre de spectateurs, plusieurs indices nous le confirmant (le nombre de compagnies, les statistiques du théâtre subventionné, etc.). Par ailleurs, les sondages CROP de 1979 et de 1983 nous indiquent que, au Québec, le théâtre a augmenté sa pénétration du marché, un nombre plus grand de personnes déclarant être allées au théâtre en 1983 (35%) par rapport à 1979 (30%).

On peut aussi mesurer l'ampleur du phénomène de la croissance de la demande pour le théâtre en analysant l'évolution du spectacle sur scène et du marché du loisir. En effet, le théâtre fait partie de cette catégorie plus vaste qu'est le spectacle sur scène, elle-même appartenant à la catégorie du loisir. En principe, une fluctuation positive ou négative de la demande pour le loisir devrait influencer dans le même sens les deux autres catégories. Un marché en expansion entraîne généralement dans la même direction les sous-marchés qui le composent.

Il est possible d'étudier l'évolution de la demande pour le loisir et pour le spectacle sur scène. En effet, grâce à l'enquête effectuée périodiquement auprès des ménages canadiens par Statistique Canada, nous sommes en mesure de tracer la courbe de demande pour ces deux types d'activités depuis 1964.

Cette analyse nous permet de constater que les dépenses des consommateurs au Canada pour les spectacles sur scène suivent un rythme d'évolution plus rapide que le marché total du loisir et que la hausse de la demande vient de l'augmentation du nombre de consommateurs et d'une augmentation de la dépense moyenne de ces consommateurs.



Jadis, les événements sportifs attiraient une grande majorité de Québécois. Depuis, la situation a changé...

plus les gens en consomment

On a longtemps cru que la culture n'intéressait qu'une minorité de gens et que l'assistance à des événements sportifs dépassait largement le public des arts du spectacle. Cette opinion était véridique dans les années 1960, mais elle n'est plus exacte maintenant. Le tableau 1 indique la dépense moyenne par famille pour les événements sportifs et les spectacles sur scène, ainsi que le pourcentage de ceux qui déclarent cette dépense. En 1964, les dépenses en billets pour les événements sportifs atteignaient le double (10,6\$) des dépenses pour les événements culturels (5,1\$); de plus, le pourcentage des familles déclarant cette dépense était plus élevé dans le premier cas (35%) que dans le deuxième (26%). Cette situation a évolué de telle manière que, depuis 1976, le spectacle sur scène a pris la place du sport en termes d'importance, dans la dépense des familles. On constate en effet que la dépense moyenne *et* le pourcentage de déclarants y sont maintenant plus élevés.

La dépense des familles en dollars constants progresse sans cesse depuis 1964 (tableau 2) pour les spectacles sur scène alors qu'elle s'est stabilisée pour les événements sportifs. Quand on examine, par ailleurs, l'évolution de la dépense réelle en dollars constants¹ des

familles qui ont déclaré la dépense (tableau 3), on voit que les familles qui vont au spectacle ont augmenté considérablement leurs dépenses pour les spectacles sur scène de 1969 à 1984 (+ 63%) alors que les adeptes des événements sportifs ont haussé les leurs de façon plus restreinte (+ 37,1%). En définitive, si la demande pour les spectacles sur scène a connu une croissance intéressante depuis 1964, c'est grâce à deux facteurs : a) l'augmentation considérable du pourcentage des familles qui vont au spectacle (26,3% à 43,1%); b) l'augmentation des dépenses moyennes par famille déclarante (20,9\$ à 34,1\$). Il est important aussi de mentionner un troisième facteur; en effet, la population totale au Canada a doublé entre 1964 et 1984.

ainsi va le loisir, ainsi va la culture?

Si l'on analyse maintenant la courbe de demande pour les loisirs par rapport à celle des événements sur scène, on constate que les deux courbes évoluent de façon presque identique.

Quand la courbe des dépenses en loisirs grimpe, celle des spectacles sur scène grimpe aussi (graphique 1 et tableau 4). Cependant, quand la première s'essouffle, la deuxième continue de grimper.

Des données qui précèdent, on peut tirer au moins deux conclusions. Il semble, en premier lieu, que le spectacle sur scène est considéré comme une activité de loisir par le consommateur moyen et que si ce secteur a connu une expansion intéressante durant les vingt dernières années, c'est que les loisirs dans leur ensemble ont pris une importance plus grande dans la vie des gens. Or, comme le taux de scolarisation de la population a augmenté pendant cette période, le consommateur a préféré meubler ses heures de repos par des activités plus «intellectuelles», ce qui a permis au spectacle sur scène de connaître une croissance au moins similaire à celle de l'industrie du loisir et même de la dépasser. Si la hausse du niveau de vie de la population ne s'était pas accompagnée d'une hausse simultanée du degré de scolarisation, d'autres formes de loisirs auraient pu être privilégiées par le consommateur. On pourrait d'ailleurs, en guise de deuxième conclusion, émettre l'hypothèse que la préférence de la population pour le spectacle sur scène a empêché les événements sportifs de croître à un rythme plus rapide. Je préfère parler ici d'hypothèse, car il faudrait une analyse plus poussée des préférences et attitudes de la population pour émettre une conclusion ferme sur le sujet. En effet, d'autres possibilités d'occuper leurs temps libres ont pu aussi modifier le comportement des citoyens, notamment leur goût pour le voyage, l'éducation permanente ou le conditionnement physique².

le théâtre d'été attire une clientèle différente

Donc, le spectacle sur scène a connu une croissance considérable en vingt ans. Le théâtre a certainement suivi cette courbe ascendante si l'on se fie au nombre de compagnies qui ont vu le jour depuis 1964. Ces nouvelles compagnies ont d'ailleurs touché un marché différent (qu'il s'agisse de théâtre pour l'enfance et la jeunesse, ou de théâtre régional). Le théâtre

1. Quand Statistique Canada compile une dépense moyenne par famille, l'ensemble des dépenses de ceux qui ont déclaré avoir effectué l'achat de la catégorie en question est comptabilisé, et le résultat obtenu est divisé par le nombre total de familles canadiennes. Donc, même si toutes les familles ne consomment pas des spectacles sur scène, une dépense moyenne est attribuée à chacune d'elles. On peut reconstituer la dépense moyenne de ceux — et uniquement de ceux — qui ont déclaré la dépense moyenne de l'ensemble des familles par le pourcentage de déclarants. Ainsi, pour obtenir le chiffre correspondant à la moyenne de familles déclarant la dépense «spectacles sur scène» de 1984, qui est de 34,1\$ au tableau 3, nous divisons la dépense moyenne (44\$) trouvée au tableau 1 par le pourcentage de déclarants (43,1%) du même tableau.

2. «Le prochain défi de la commercialisation des produits culturels», *Question de culture*, IQRC, n° 7, 1984.

d'été constitue un exemple frappant de cette diversification du public. Comme je l'ai mentionné précédemment, les deux sondages CROP indiquent que la proportion des Québécois déclarant être allés au moins une fois au théâtre dans les douze derniers mois se situe à 30% en 1979 et à 35% en 1983. S'il y a eu augmentation de cinq pour cent dans la fréquentation du public, ceci est dû essentiellement au théâtre d'été. En effet, en 1983, 13% des répondants déclaraient être allés au théâtre d'été dans leur région de résidence, contrairement à 8% en 1979. J'aimerais souligner incidemment que, d'après ces mêmes sondages, la pénétration du marché n'a pas varié pour les autres catégories d'art d'interprétation; d'après les données du tableau 5, on peut penser que le théâtre s'est en général mieux tiré d'affaire que ses concurrents directs.

Le théâtre d'été a donc accru sa pénétration dans le public, ce que ne semble pas avoir fait le théâtre en saison régulière. Il est intéressant de constater, par ailleurs, que le théâtre d'été a contribué à accroître la pénétration du théâtre en général dans la population. En effet, ce type de production est allé puiser à un bassin de consommateurs qui n'était pas rejoint jusqu'à maintenant. Comme on peut le constater à la lecture du graphique 2, 16% des répondants ayant assisté à au moins une pièce de théâtre ont fréquenté exclusivement le théâtre d'été. C'est donc dire que si ce type de théâtre n'avait pas existé, la demande pour le produit théâtre aurait été, selon toute vraisemblance, de 16% inférieure à ce qu'elle était en 1983. Par la même occasion, on s'aperçoit que le théâtre d'été concurrence directement le théâtre en saison régulière, puisque 31,4% des membres de l'échantillon ont déclaré être allés au théâtre au cours de l'été et pendant la saison régulière. On ne peut pas savoir toutefois si l'assistance au théâtre en été aurait eu comme effet de diminuer la fréquence d'achat de billets dans les théâtres produisant en saison régulière.

Comme troisième conclusion, nous disons donc que le développement du secteur «théâtre d'été» a contribué à faire augmenter la proportion de la population fréquentant le théâtre, en allant recruter une clientèle absente jusque-là de ce marché. On peut d'ailleurs souligner



Premier de nos théâtres d'été, inauguré par le T.N.M. en 1963, à Repentigny, et détruit par un incendie en 1966. Photo: Henri Paul.

tableau 1

Évolution comparative de la fréquentation des événements sportifs et des spectacles sur scène, Canada, 1964-1984

	Dépenses moyennes par famille en dollars courants				% de familles déclarantes			
	Événements sportifs		Spectacles sur scène		Événements sportifs		Spectacles sur scène	
	A	B	A	B	A	B	A	B
1964	10,6		5,1		35,5		26,0	
1969		15,0		6,7		35,6		26,3
1972	18,6		11,7		31,4		30,6	
1974	24,4		14,0		31,6		32,2	
1976	16,6		17,6		26,0		33,1	
1978	18,2	14,9	21,5	13,5	24,6	24,6	36,5	27,5
1982		23,7		26,6		28,3		38,2
1984		31,0		44,0		28,4		43,1

A = Régions urbaines seulement
B = Régions urbaines et rurales

Certaines enquêtes ont été réalisées avec des échantillons de familles urbaines seulement, alors que d'autres ont porté sur les familles autant urbaines que rurales.

Source: Statistique Canada, *Dépenses des familles au Canada*, 1964, 1969, 1972, 1974, 1976, 1978, 1982, 1984.

que cette clientèle est plus vieille, moins scolarisée et moins à l'aise financièrement que celle qui fréquente le théâtre en saison régulière.

que nous réserve l'avenir?

La demande pour les spectacles sur scène a augmenté au rythme d'environ 3,2% par année entre 1964 et 1984. Compte tenu des tendances lourdes de l'environnement, de la stabilisation par rapport à l'époque précédente, nous pouvons anticiper que la croissance de la demande se situera autour de 1% par année d'ici 1995³. Rappelons que les tendances lourdes de l'environnement sont: la démographie (croissance plus lente de la population), le revenu (stabilisation du revenu réel), le temps de loisir (stabilisation) et la scolarisation de la population (taux de croissance plus faible).

Puisque le taux de croissance de la demande est aussi faible, il ne faudrait pas que le nombre de compagnies en art d'interprétation augmente aussi rapidement qu'au cours de la décennie précédente. On ne connaît pas exactement le nombre de nouveaux organismes qui ont vu le jour pendant cette période, mais on peut utiliser, à titre indicatif, l'évolution du nombre de compagnies subventionnées par le Conseil des Arts du Canada. Entre 1972 et 1981, l'organisme fédéral a reconnu des nouveaux groupes au rythme annuel de 45,1% pour l'ensemble des arts d'interprétation et 29,3% en théâtre⁴.

3. Pour une discussion plus détaillée, voir: François Colbert, *les Arts d'interprétation et leur mise en marché au Canada*, Rapport soumis à la Commission E.C. Bovey, École des Hautes Études Commerciales de Montréal, février 1986.

4. Canada Council, *Organization Grant Inventory*, 1972-1973 à 1981-1982.

tableau 2

Évolution de la dépense moyenne en dollars constants

	Événements sportifs		Spectacles sur scène	
	A	B	A	B
1964	10,6		5,1	
1969		9,5		5,5
1972	13,9		8,7	
1974	17,2		9,2	
1976	9,3		9,9	
1978	9,4	10,7	11,1	7,0
1982		8,8		9,8
1984		10,4		14,7

A = Régions urbaines seulement
 B = Régions urbaines et rurales

tableau 3

Dépense moyenne de ceux qui déclarent la dépense (en dollars constants)

	Événements sportifs		Spectacles sur scène	
	A	B	A	B
1964	30,2		19,6	
1969		26,7		20,9
1972	44,3		28,4	
1974	54,4		28,6	
1976	35,8		38,1	
1978		43,5		25,5
1982		31,1		25,9
1984		36,6		34,1

A = Régions urbaines seulement
 B = Régions urbaines et rurales

Notre quatrième conclusion sera donc que le marché du spectacle sur scène et, par extension, du théâtre, connaîtra une croissance lente au cours de la prochaine décennie. Cela étant dit, il n'est pas exclu que l'on puisse réussir à faire augmenter cette demande à un rythme plus rapide. Des méthodes de gestion et de vente plus efficaces peuvent accroître l'intérêt des consommateurs pour les productions actuelles; on peut faire consommer plus ceux qui consomment déjà. On peut aussi développer de nouveaux marchés. Nous avons vu que le théâtre d'été a permis d'attirer une population qui ne fréquentait pas le théâtre. Dans une bonne stratégie de marketing, la promotion ou le prix du billet sont des facteurs importants à considérer, mais le produit constitue le pivot de toute stratégie, l'élément clé du succès de l'entreprise. En ce sens, la question à se poser est: «Qu'est-ce que je peux produire pour attirer une clientèle qui ne va pas actuellement au théâtre, n'étant pas intéressée

tableau 4

**Évolution de la demande pour le loisir
et le spectacle sur scène au Canada
1964 - 1984
(millions \$)**

	Loisir				Spectacles sur scène			
	\$ courants		\$ constants		\$ courants		\$ constants	
	A	B	A	B	A	B	A	B
1964	920		920		23		23	
1969		1 571		1 287		37		31
1972	2 473		1 842		73		55	
1974	3 633		2 390		95		62	
1976	4 923		2 770		126		71	
1978	7 636	7 386	3 944	3 818	167	105	86	55
1982		10 622		3 920		224		83
1984		5 321		1 783		374		125

tableau 5

**Assistance à des spectacles
1979 et 1983**

	1983	1979
Événements sportifs	39	39
Musique populaire, chanteurs	35	38
Théâtre*	35	30
Concerts, récitals	14	14
Danse moderne, ballet-jazz	10	8
Danse classique	7	7
Danse folklorique	5	6
* Théâtre d'été dans la région de résidence	13	8

Source: CROP, *le Comportement des Québécois en matière d'activités culturelles de loisirs*, 1979, 1983.

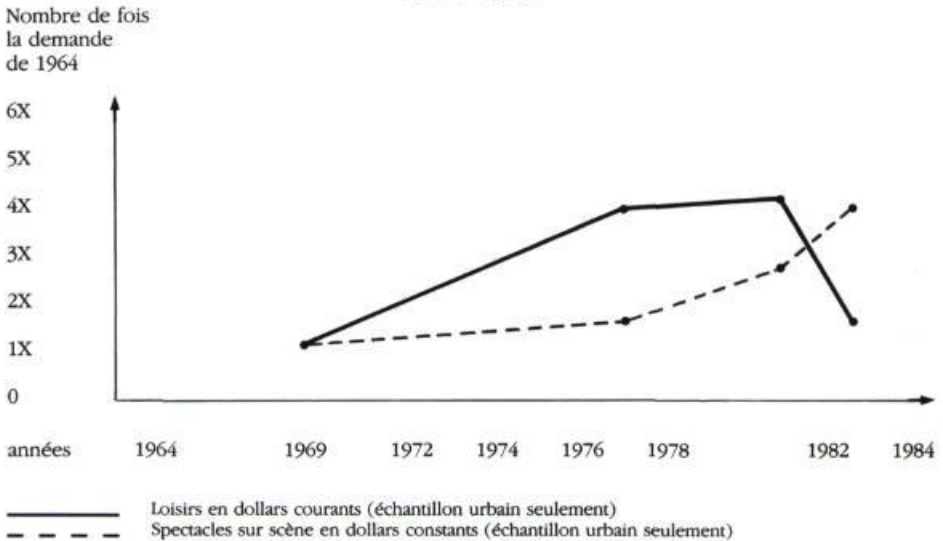
par ce qui y est actuellement offert?» En posant cette question, on émet le postulat que les 35% de la population qui déclarent aller au théâtre constituent la partie de la population la plus sensible au produit. Les autres 65% peuvent s'avérer plus difficiles à convaincre.

Il n'y a pas de solution unique et facile à ce type de problème. Certains avancent qu'une pénétration plus forte du marché se fera par le biais du théâtre classique, de la comédie musicale, etc. Une chose est sûre: dans un marché du loisir en croissance très lente, on pourra considérer de bon augure une légère croissance de la demande pour le théâtre.

françois colbert

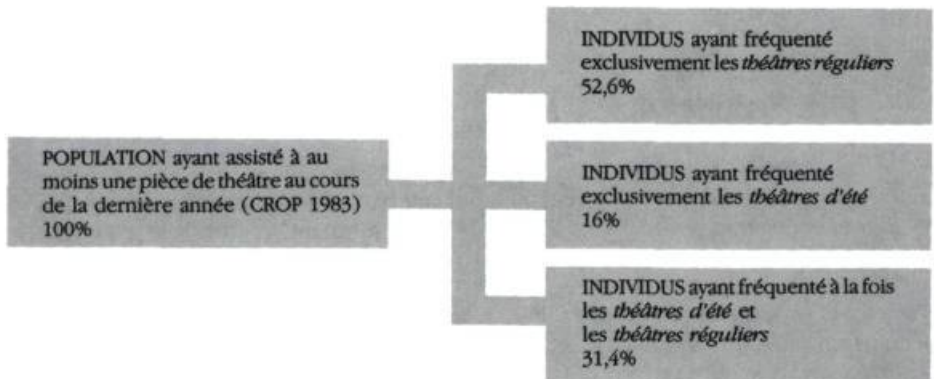
graphique 1

Évolution comparative de la demande en dollars constants pour le loisir et le spectacle sur scène 1964 - 1984



graphique 2

Cadre d'analyse des différences existant entre les clientèles des théâtres de saison régulière et les clientèles des théâtres d'été



Source: Hudon, Isabelle, *la Clientèle des théâtres au Québec: une analyse comparative entre le théâtre d'été et le théâtre en saison régulière*, travail dirigé de maîtrise, École des Hautes Études Commerciales de Montréal, 1985.