

Étude sur les coûts de la diffusion chez les diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU

FAITS SAILLANTS | Septembre 2009

Présenté à RIDEAU



CONSEIL EN MANAGEMENT, STRATÉGIE ET ÉCONOMIE

6925, 9^e Avenue, Montréal (Québec) Canada H1Y 2L1

administration@ds2007.ca | 514.509.1143

www.ds2007.ca

Responsables de la réalisation de l'étude

Pascale Daigle et Pierre-Olivier Saire, associés, DS 20|07

Graphisme de la page couverture

Jean Faucher

Comité de suivi de l'étude

Colette Brouillé, RIDEAU

Serge Bernier, Université du Québec à Trois-Rivières

Gilles Dessureault, Centre culturel de Joliette

Jean-Pierre Leduc, Valspec, président du conseil d'administration de RIDEAU

Marie-Claire Lévesque, administratrice de sociétés, trésorière du conseil d'administration de RIDEAU

Louise Martin, Corporation culturelle de Shawinigan, vice-présidente conseil d'administration de RIDEAU

Érika Palmer, RIDEAU

avec la collaboration des administrateurs et administratrices de RIDEAU : Réjean Bouchard, Alain Chartrand, Francine D'Entremont, Jérôme Fèvre-Burdy, Lison Grenier, Martin Hurtubise, et Robert Migué.

Remerciements

Nous tenons à remercier grandement tous les diffuseurs qui se sont investis dans ce vaste projet en consacrant temps et énergie au fastidieux questionnaire. Il s'agissait là d'un laborieux exercice qui ne coïncidait pas nécessairement avec leurs priorités du moment. Les données recueillies permettent maintenant à RIDEAU de disposer d'une précieuse base de données, au bénéfice de tous ses membres. Nous tenons également à remercier tous ceux qui ont participé aux consultations, à l'exercice de test du questionnaire ainsi qu'aux groupes de discussions. Un merci tout particulier à Gilles Dessureault pour ses convictions inspirantes de même qu'à Colette Brouillé, Erika Palmer et Marlène Morin pour leur contribution et leur soutien. Enfin, un chaleureux merci au comité de suivi et à tous les administrateurs de RIDEAU pour leur implication dans ce projet.

TABLE DES MATIÈRES

FAITS SAILLANTS	III
1. INTRODUCTION.....	1
1.1 Rappel du mandat	1
1.2 Méthodologie d'ensemble	1
1.3 Portée et limites de l'étude	1
1.4 Contenu de l'étude.....	2
2. NOTES MÉTHODOLOGIQUES	3
2.1 La population étudiée et l'enjeu de la population totale	3
2.2 Le questionnaire	3
2.3 L'administration du questionnaire	4
2.4 Le traitement des données et les catégories d'analyse	4
2.5 La présence de cas atypiques.....	5

FAITS SAILLANTS

RIDEAU a confié à la firme DS 20|07 le mandat de réaliser une étude sur les coûts de la diffusion attribuables à l'activité des diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU. Ce mandat intégrait également l'évaluation des impacts économiques liés à ces activités de diffusion au Québec.

Les principaux éléments méthodologiques

La démarche d'étude a essentiellement reposé sur le traitement et l'analyse des données recueillies par le biais d'un questionnaire acheminé aux membres de RIDEAU concernés.

La population étudiée n'intègre pas tous les diffuseurs en arts de la scène que compte le Québec. Elle est plutôt constituée des 112 diffuseurs pluridisciplinaires québécois membres de RIDEAU. Certains de ces membres sont soutenus au fonctionnement par le ministère de la Culture et des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) et d'autres ne le sont pas¹.

La taille modeste de la population étudiée et l'hétérogénéité des diffuseurs a mené à constituer une banque de données intégrant tous les diffuseurs. Cette banque inclut les deux sociétés d'État, des joueurs majeurs qui ont des réalités à certains égards différentes des autres diffuseurs. L'année de référence de l'étude correspond à la dernière année financière complétée par les diffuseurs, soit dans tous les cas l'année 2008, à l'exception d'un diffuseur dont la date de fin d'exercice se situe au début 2009.

Les caractéristiques des organismes de diffusion

- La population étudiée est composée des 112 diffuseurs pluridisciplinaires québécois membres de RIDEAU.

¹ Dans les pages qui suivent, pour faciliter la lecture, lorsqu'il est question des diffuseurs soutenus ou non soutenus au fonctionnement par le programme du MCCCF, les expressions diffuseurs soutenus au fonctionnement et diffuseurs non soutenus au fonctionnement sont privilégiées

- Elle compte 38 diffuseurs non soutenus au fonctionnement par le MCCCF et 74 diffuseurs soutenus au fonctionnement dont : 35 sont des diffuseurs majeurs, 21 des diffuseurs intermédiaires et 18 des diffuseurs complémentaires.
- Le groupe formé des diffuseurs municipaux, paramunicipaux et scolaires représente 50 % de la population étudiée. L'autre moitié est composée des structures indépendantes (48 %) et des deux sociétés d'État (2 %).
- Quelque 45 % des diffuseurs ont un niveau de dépenses inférieur à 499 000 \$ et 69 % inférieur à 999 999 \$.
- On compte un plus grand nombre de diffuseurs de très petite taille — dont le niveau de dépenses est inférieur à 149 000 \$ — dans le groupe des diffuseurs municipaux, paramunicipaux et scolaires; ils sont 18 dans ce groupe tandis qu'ils sont trois dans le groupe des indépendants.
- Le groupe des diffuseurs non soutenus au fonctionnement compte un plus grand nombre de diffuseurs de petite taille que ce qu'on retrouve dans le groupe des diffuseurs soutenus au fonctionnement — 55 % des diffuseurs non soutenus ont un niveau de dépenses inférieur à 499 000 \$ tandis que ce pourcentage s'élève à 38 % pour les diffuseurs soutenus au fonctionnement.
- Plusieurs des petites structures appartenant au groupe des diffuseurs non soutenus au fonctionnement appartiennent également au groupe des diffuseurs municipaux, paramunicipaux et scolaires.
- Les diffuseurs sont présents dans les 17 régions administratives que compte le Québec. Montréal avec 28 diffuseurs et la Montérégie avec 13 diffuseurs, sont les deux régions où évolue le plus grand nombre de diffuseurs.
- À Montréal, 24 des 28 diffuseurs sont associés au groupe municipaux, paramunicipaux et scolaires.
- C'est dans les régions périphériques qu'on dénombre le plus grand nombre de diffuseurs soutenus au fonctionnement de catégorie majeur

(18) et le plus grand nombre de diffuseurs ayant un niveau de dépenses entre un et six millions de dollars (14).

- Les diffuseurs des régions éloignées sont tous soutenus au fonctionnement par le MCCCCF et, bien que ces régions comptent 10 diffuseurs majeurs, plus de la moitié des 24 diffuseurs que comptent ces régions ont un niveau de dépenses inférieur à 499 999 \$.
- La population de diffuseurs étudiée totalise 2 856 emplois auxquels s'ajoute le travail de 1 637 bénévoles n'incluant pas les bénévoles qui siègent sur les conseils d'administration des diffuseurs.

Les activités des organismes de diffusion

- Des 112 diffuseurs, 101 sont gestionnaires d'au moins un lieu de diffusion. En moyenne, les diffuseurs sont gestionnaires de 1,3 lieu et en utilisent 2,2.
- L'utilisation de plus d'un lieu de diffusion est un phénomène généralisé qui concerne tant les diffuseurs de petite taille que de grande taille.
- Pour tous les types de programmation confondus, les diffuseurs ont présenté en 2008 plus de 6 000 spectacles, près de 10 000 représentations et rejoint 3,4 millions de spectateurs.
- Plus de 90 % des représentations sont professionnelles et la majorité de celles-ci sont tarifées (87 %).
- Les volumes d'activités de diffusion et de spectateurs rejoignent croissent avec la taille des diffuseurs.
- La chanson domine la programmation régulière des diffuseurs représentant 29 % des représentations présentées, l'humour suit avec 14 % tandis que le théâtre et la musique arrivent troisième avec chacun 12 % des représentations.
- Notons que les représentations jeune public, toutes disciplines confondues, correspondent à une part significative de 18 % des représentations totales.
- La danse et les spectacles en provenance des autres provinces canadiennes sont les types de spectacles les moins diffusés, soit 2 % des représentations pour chacun.

- Les diffuseurs présentent peu de spectacles étrangers, ils correspondent à 5 % des représentations totales présentées.
- Plus les diffuseurs sont de grande taille, plus le nombre moyen de représentations tend à croître. On constate toutefois que les diffuseurs de plus grande taille présentent beaucoup plus de spectacles de chanson et d'humour que leurs collègues de plus petite taille. Cet écart est moins marqué pour les autres disciplines. Ce phénomène est également vrai pour les régions périphériques et plus spécifiquement pour l'humour; en régions périphériques les diffuseurs présentent en moyenne trois fois plus de représentations d'humour que leurs collègues des régions éloignées.
- Le taux d'occupation moyen pour l'ensemble des diffuseurs excluant les trois diffuseurs atypiques² s'élève à 61 %. Certaines disciplines enregistrent un taux moyen plus élevé — c'est le cas de l'humour (72 %) et du théâtre (62 %) — tandis que d'autres obtiennent des taux moyens plus faibles — c'est le cas de la chanson (58 %), de la musique (47 %) et de la danse (35 %).
- Les taux d'occupation pour plusieurs disciplines ou types de spectacles sont moins élevés pour les diffuseurs des régions éloignées. C'est notamment vrai pour la danse, la musique et les variétés.

Les revenus des organismes de diffusion

- Les revenus autonomes représentent près de deux tiers (62 %) des revenus totaux des diffuseurs tandis que les aides publiques comptent pour 33 % de ces revenus totaux.
- La part des revenus autonomes augmente considérablement selon la taille des diffuseurs. Par exemple, elle est de 44 % pour les diffuseurs complémentaires et s'élève à 72 % pour les diffuseurs majeurs.
- La part du financement privé est très faible (2 %) et demeure relativement similaire selon la taille des diffuseurs.

² Les trois diffuseurs ayant les montants de dépenses les plus élevés sont des cas atypiques : deux sont des sociétés d'État et le troisième offre une programmation et adopte un mode de fonctionnement sans équivalent réel dans la population étudiée. Pour éviter que ces trois cas atypiques, par leur poids relatif très important, n'affectent l'interprétation des résultats, nous les avons isolés en créant des catégories « moins 3 ».

- Le financement privé est majoritairement composé de commandites (76 %), le mécénat représentant un montant total de quelque 520 000 \$ en revenus pour l'ensemble des diffuseurs étudiés, soit moins de 5 000 \$ par diffuseurs.
- Les aides publiques totalisent 54,7 millions de dollars. Ce montant inclut le soutien public reçu par les deux sociétés d'État. Sans celui-ci, le montant des aides publiques diminue à 30,1 millions de dollars.
- Toujours sans tenir compte des deux sociétés d'État, on constate que le gouvernement fédéral est le palier gouvernemental dont la part des aides publiques est la plus faible (9 %). Suit l'apport du gouvernement provincial (22 %) et des autres aides publiques (69 %).
- Le palier municipal est celui qui injecte le plus d'argent dans le secteur étudié, soit 19 millions de dollars. Cette contribution est d'autant plus importante que les diffuseurs reçoivent près de 7 millions de services comptabilisés et d'exemptions de la part d'un tiers. Ce tiers est souvent une municipalité.
- Les aides publiques varient également selon la taille. Par exemple, les aides publiques représentent 58 % des revenus totaux des très petites structures et 20 % des revenus totaux des diffuseurs de grande taille.
- La part des aides publiques dans les revenus totaux des diffuseurs non soutenus au fonctionnement est plus élevée que celle des diffuseurs soutenus au fonctionnement : 46 % comparativement à 24 %. Le grand nombre de structures municipales dans le groupe des diffuseurs non soutenus explique ce résultat.
- L'éloignement des grands centres a un impact sur la structure des revenus des diffuseurs; la part et le montant moyen des revenus autonomes sont moins importants chez les diffuseurs des régions éloignées.
- Les revenus de guichet représentent 71 % des revenus autonomes tandis que les revenus de location comptent pour une part non négligeable de 15 % et les revenus divers liés à la diffusion (bar, restaurant, stationnement, vestiaire, etc.) représentent 14 % des revenus autonomes.
- La taille des diffuseurs influe sur la capacité de générer une part plus importante et des montants plus élevés de revenus divers ou de location.

Une moins grande diversification des revenus autonomes est constatée chez les diffuseurs de plus petite taille ou plus éloignés des grands centres.

Les dépenses des organismes de diffusion

- Les dépenses totales pour l'ensemble des diffuseurs étudiés s'élèvent à 163,7 millions de dollars. Sans les trois diffuseurs atypiques, ce montant des dépenses se chiffre à 108,3 millions de dollars.
- Pour l'ensemble des diffuseurs, la part des dépenses consacrées aux seules dépenses de diffusion³ se chiffre à 38 %. Lorsqu'on ne considère pas les trois diffuseurs atypiques, cette part croît à 49 %.
- Un montant de 62,9 millions de dollars est consacré au paiement des cachets, soit plus de 70 % des dépenses de diffusion.
- Le coût moyen de diffusion par représentation s'élève à 7 405 \$. Ce coût moyen par représentation est beaucoup plus important pour la danse (13 783 \$) et pour l'humour (12 220 \$) et plus faible pour la musique (4 441 \$) et les spectacles jeune public (2 635 \$)⁴.
- Les dépenses dédiées au développement de public représentent 1 % des dépenses totales, soit un montant global de 1,6 million de dollars. Ce qui représente un montant moyen d'un peu moins de 15 000 \$ par diffuseur.
- La taille des diffuseurs est déterminante dans l'importance des dépenses moyennes par représentation consacrées au développement de public.
- Les diffuseurs soutenus au fonctionnement dépensent beaucoup plus en développement de public que les diffuseurs non soutenus : 19 137 \$ en moyenne par diffuseur pour ceux qui sont soutenus et 3 076 \$ pour ceux qui ne le sont pas.

³ Les dépenses de diffusion comprennent les frais liés à l'achat de spectacles (cachets et autres frais non inclus dans les cachets), les salaires et les honoraires du personnel lié à la diffusion (technicien, personnel d'accueil, etc.), le paiement de la SOCAN et les frais de location de salle et d'équipement.

⁴ Ces coûts moyens de diffusion par représentation sont établis sans tenir en compte les trois diffuseurs de très grande taille (6 M\$ et plus de dépenses) qualifiés d'atypiques.

- Les dépenses de promotion, publicité et mise en marché comptent pour 7 % des dépenses totales de l'ensemble des diffuseurs. En moyenne, et sans tenir compte des trois diffuseurs atypiques, les diffuseurs consacrent 1 589 \$ par représentation à la promotion, la publicité et la mise en marché.
- Une faible part des dépenses totales est consacrée aux activités de production et de coproduction (1 %). Les diffuseurs des régions périphériques sont ceux qui dépensent en moyenne le plus pour ce type d'activités (21 903 \$); soit six à huit fois plus que leurs collègues des autres régions.
- Peu d'économies d'échelle sont possibles pour les dépenses de billetterie; le montant croît proportionnellement au volume de billets vendus. Ces dépenses représentent 5 % des dépenses totales des diffuseurs.
- En général, peu de ressources sont disponibles pour la recherche de financement privé. Un montant moyen de 5 645 \$ par diffuseur est consacré à ce type d'activités. Ce faible montant peut expliquer la très petite place qu'occupent les revenus de financement privé (2 %) dans les revenus totaux.

La situation financière des organismes de diffusion

- Près de 40 % des diffuseurs enregistraient un déficit en 2008.
- La lecture des données sur l'ampleur des surplus et des déficits permet de constater que les diffuseurs de plus petite taille — complémentaires ou ayant un faible niveau de dépenses — de même que les diffuseurs des régions éloignées sont ceux qui connaissent les plus grandes difficultés financières.
- Les données sur les surplus et déficits ne traduisent pas de façon juste le stress financier des diffuseurs puisque ceux-ci sont généralement encouragés, voire tenus de présenter des budgets équilibrés, ce qui les force à faire des choix financiers en ce sens. Un diffuseur qui n'affiche pas de déficit n'est pas nécessairement un diffuseur qui ne connaît pas de difficultés financières.
- Les frais fixes des diffuseurs s'établissent en général autour de 40 % des dépenses. Mis en relation avec les aides publiques, on constate que les

diffuseurs de plus grande taille doivent compter davantage sur les revenus autonomes pour couvrir les frais fixes. Cette situation accroît le risque associé à la programmation.

- La marge de manœuvre financière possible pour les choix de programmation est grandement limitée. L'analyse montre que les revenus de diffusion couvrent tout juste les dépenses de diffusion dans la plupart des cas et ne les couvrent pas dans celui des diffuseurs de plus petite taille, de ceux des régions éloignées et de ceux du groupe des diffuseurs municipaux, paramunicipaux et scolaires. D'autres types de revenus doivent alors compenser.
- Les activités connexes à la diffusion (bar, stationnement, etc.) et les activités de location constituent des sources additionnelles de revenus significatives pour les diffuseurs. La mise en relation des revenus et dépenses montre que ces activités dégagent un bénéfice qui demeure toutefois moins important pour les diffuseurs de plus petite taille et ceux des régions éloignées.
- Les résultats de ces indices d'équilibre de programmation permettent de comprendre comment se module le risque. Il est clair que les disciplines danse, musique, théâtre sont des disciplines où le risque financier est élevé pour les diffuseurs.
- Pour les diffuseurs soutenus au fonctionnement, le rapport entre les revenus autonomes et les dépenses totales des diffuseurs est négatif, et ce, pour chacune des disciplines ou des types de spectacles. Ce manque à gagner doit être couvert par d'autres sources de revenus.
- Toujours pour les diffuseurs soutenus au fonctionnement, la part des dépenses totales non couvertes par les revenus autonomes pour les seules disciplines que ces diffuseurs sont tenus de diffuser dans le cadre de l'aide au fonctionnement qu'ils reçoivent du MCCC⁵, n'est comblée que dans un rapport de 39 % par les aides publiques des niveaux fédéral et provincial. Le manque à gagner important de près de 13 millions de dollars est comblé par le palier municipal.

⁵ Ces disciplines sont le théâtre, la musique, la danse et la chanson.

L'impact économique et les retombées socioculturelles des organismes de diffusion

- L'impact économique total des diffuseurs correspond à une création ou une consolidation de 4 648 emplois-année, principalement des emplois en région.
- En revenus pour les entreprises et les ménages, c'est-à-dire en valeur ajoutée, l'impact économique total des diffuseurs est de plus de 153 millions de dollars.
- L'impact économique total de l'activité des diffuseurs permet au gouvernement du Québec de percevoir 18,3 millions de dollars en revenus fiscaux et parafiscaux tandis que pour le gouvernement fédéral ces revenus sont de 6,2 millions de dollars. Cet impact total doit être envisagé considérant que les diffuseurs ne disposent pas d'un réel multiplicateur touristique comme peuvent en disposer certains festivals. Les diffuseurs desservent avant tout une clientèle régionale.
- Les deux sociétés d'État occupent une part importante dans les dépenses totales de l'ensemble des diffuseurs étudiés. L'impact économique total calculé sans tenir en compte l'activité des deux sociétés d'État correspond à un effet total de 110 millions en valeur ajoutée pour les entreprises et les ménages.
- Toujours sans tenir compte de l'activité des deux sociétés d'État, l'impact économique total de l'activité des diffuseurs permet au gouvernement du Québec de percevoir 13,6 millions de dollars en revenus fiscaux et parafiscaux tandis que pour le gouvernement fédéral ces revenus sont de 4,7 millions de dollars.
- En ne prenant pas en compte les deux sociétés d'État, les montants des aides publiques des gouvernements provincial et fédéral reçus par les diffuseurs sont largement inférieurs aux revenus fiscaux et parafiscaux perçus par ces gouvernements. Le gouvernement provincial, en prenant en compte les programmes disciplinaires, verse 6,7 millions d'aides, mais reçoit plus de 13,6 millions de dollars des revenus fiscaux et parafiscaux. Quant au gouvernement fédéral, son soutien est de près de 2,6 millions de dollars et il obtient 4,7 millions de dollars de revenus fiscaux et parafiscaux. Globalement, les aides publiques des deux paliers gouvernementaux ne représentent que 52 % des revenus fiscaux et parafiscaux.

- Le rôle du diffuseur étant avant tout un rôle social et culturel, les retombées générées par leurs activités dépassent de loin les seuls impacts économiques :
 - Ils participent de façon active et diverse à l'accès et à la démocratisation des arts sur l'ensemble du territoire québécois;
 - Ils jouent un rôle important dans la circulation et le rayonnement des œuvres québécoises sur le territoire québécois;
 - Ils contribuent à la vitalité artistique professionnelle et amateur des populations, en particulier hors des grands centres;
 - Ils encouragent localement le développement d'une pratique artistique professionnelle. Ils contribuent ainsi à la rétention des artistes dans les régions du Québec;
 - Ils assurent un rôle essentiel dans le développement et la valorisation des disciplines des arts de la scène;
 - Leurs actions ont des répercussions positives et importantes sur la qualité de vie des populations;
 - En plus de constituer des outils de revitalisation urbaine, ils favorisent le développement d'une activité commerciale dans les municipalités;
 - Symboles de dynamisme culturel, ils contribuent positivement à l'attrait des municipalités québécoises et contribuent au sentiment de fierté et d'appartenance des populations.

La difficile poursuite d'une mission culturelle

Globalement, l'étude permet de conclure que les diffuseurs évoluent dans une situation de risque élevé. En fait, les diffuseurs doivent largement compter sur les revenus autonomes pour boucler leur budget. Cette situation accroît d'autant plus le risque que les diffuseurs disposent de peu de moyens pour déployer des actions visant à attirer des spectateurs; les sommes dévolues à la promotion, à la publicité et à la mise en marché demeurent faibles et de modiques sommes sont investies en développement de public. Les aléas d'une programmation sont d'autant plus grands que les disciplines ou les types de spectacles ne représentent pas le même niveau de risque. Il en coûte aussi cher de faire de l'humour que de la danse, mais l'humour génère beaucoup plus de revenus que la danse. Ainsi, la majorité des

disciplines présente un risque élevé. Compte tenu des obligations de programmation des diffuseurs soutenus au fonctionnement et du défi d'équilibrer le budget, il devient difficile pour le diffuseur d'assumer certains choix de programmation plus risqués.

Plusieurs diffuseurs doivent ainsi développer les activités de location et les activités connexes à la diffusion. Celles-ci représentent des sources de revenus additionnelles significatives pour les diffuseurs. Déjà, certains d'entre eux s'investissent plus que d'autres dans ces activités et, par conséquent, leur modèle d'affaires se transforme.

Les résultats de l'étude permettent de mettre en lumière la variété des réalités des diffuseurs. Les deux sociétés d'État sont des joueurs très importants, mais leur réalité, tellement différente, ne témoigne pas de la situation quotidienne que vivent les autres diffuseurs membres de RIDEAU. Selon leur taille, leur situation géographique et leur statut de soutenu ou non au fonctionnement, les situations et les enjeux des diffuseurs diffèrent. On note à cet égard que les plus petits diffuseurs et ceux des régions éloignées connaissent des difficultés plus grandes surtout parce qu'ils ne peuvent compter sur une diversification aussi grande de leurs revenus. Cette diversification des revenus n'est pas à la portée de tous les diffuseurs, elle exige des ressources et des contextes propices.

Le risque élevé accroît la précarité des organismes de diffusion. L'importance du travail bénévole témoigne de cette fragilité des organismes; ce sont là des ressources essentielles auxquelles les diffuseurs n'auraient pas accès s'ils devaient les rémunérer.

Compte tenu des missions des diffuseurs pluridisciplinaires, du risque financier élevé qu'elles représentent et de l'incapacité de combler les dépenses totales avec les revenus autonomes, les aides publiques apparaissent essentielles. Toutefois, elles ne permettent actuellement pas de minimiser de façon importante le risque assumé par les diffuseurs. Entre autres, ces aides publiques ne combleront pas la part des frais fixes d'une majorité de diffuseurs; le risque lié à la programmation s'en trouve ainsi d'autant plus grand.

En matière d'impact économique, les gouvernements tirent plus de revenus fiscaux et parafiscaux de l'activité des diffuseurs qu'ils ne leur versent d'aides publiques. Le principal facteur qui explique cette situation n'est pas

un multiplicateur touristique comme, par exemple, les grands festivals, mais le multiplicateur municipal. Ainsi, pour les diffuseurs soutenus au fonctionnement, pour 1 dollar versé en aides publiques par un des deux paliers de gouvernement, fédéral et provincial, les municipalités investissent près de 2 \$ et si on prend en compte les services comptabilisés et les exemptions, ce montant atteint près de 2,70 \$. Les municipalités apparaissent donc comme les principaux partenaires des diffuseurs.

En somme, s'ils sont des acteurs culturels de premier plan, les diffuseurs sont grandement fragilisés au plan financier. Cette précarité influe sur leur autonomie de programmation et la poursuite de leur mission culturelle.

1. INTRODUCTION

1.1 Rappel du mandat

Le 1er Forum national sur la diffusion des arts de la scène, initié par RIDEAU et tenu à l'automne 2007, a permis de mettre en lumière de grands enjeux associés à ce milieu. L'absence d'information sur les coûts des activités de diffusion pluridisciplinaire est à cette époque apparue comme une lacune importante. Celle-ci l'est d'autant plus que plusieurs diffuseurs pluridisciplinaires composent avec une situation financière précaire. Dans la mesure où cette problématique n'est actuellement pas documentée, ni par RIDEAU, l'association nationale qui représente une majorité de diffuseurs pluridisciplinaires, ni par les partenaires institutionnels, il devient difficile de proposer des solutions efficaces assurant le développement et la pérennité du milieu. Dans ce cadre, il s'est avéré nécessaire de procéder à une étude sur les coûts de la diffusion.

Parallèlement et en lien avec cette méconnaissance des coûts, il est actuellement hasardeux de tenter d'évaluer les impacts et plus largement les retombées économiques de l'activité de diffusion pluridisciplinaire au Québec. L'étude sur les coûts de la diffusion pluridisciplinaire représentait une occasion tout indiquée pour procéder à cette évaluation des retombées économiques.

C'est dans ce contexte que RIDEAU a confié à la firme DS 20|07 le mandat de réaliser une étude sur les coûts de la diffusion attribuables à l'activité des diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU. Ce mandat intégrait également l'évaluation des impacts économiques liés à ces activités de diffusion au Québec.

1.2 Méthodologie d'ensemble

La démarche d'étude repose essentiellement sur le traitement et l'analyse des données recueillies par le biais d'un questionnaire acheminé aux membres de RIDEAU concernés. La note apparaissant au chapitre qui suit précise les différentes dimensions méthodologiques concernant l'administration du questionnaire, son traitement et son analyse.

Parallèlement à l'administration de ce questionnaire, une étude de la documentation disponible a été réalisée et des consultations auprès de

membres de RIDEAU se sont tenues afin de mieux connaître les réalités de la diffusion pluridisciplinaire au Québec.

Certaines des données recueillies par le biais du questionnaire ont permis de procéder à l'évaluation des impacts économiques de la diffusion pluridisciplinaire. La simulation des impacts s'est effectuée selon le modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ).

1.3 Portée et limites de l'étude

La présente étude concerne uniquement les diffuseurs pluridisciplinaires québécois membres de RIDEAU. Cette étude sur les coûts de la diffusion s'intéresse aux activités de diffusion, mais prend en compte l'ensemble des activités des diffuseurs. Nous considérons ainsi que la dynamique des revenus et des dépenses des diffuseurs s'établit sur un ensemble d'activités qui, suivant les diffuseurs, est plus ou moins diversifié. Le questionnaire de l'étude, présenté en annexe, permet un aperçu des grandes préoccupations de l'étude.

La population étudiée est constituée des 112 diffuseurs pluridisciplinaires québécois membres de RIDEAU. Certains de ces membres sont soutenus au fonctionnement par le ministère de la Culture et des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) et d'autres ne le sont pas. La population étudiée n'intègre pas tous les diffuseurs en arts de la scène que compte le Québec. Ainsi, les résultats ne reflètent pas les réalités des diffuseurs spécialisés ni des diffuseurs pluridisciplinaires non membres de RIDEAU ou évoluant hors du Québec. Ils ne reflètent pas non plus les réalités d'ensemble des régions du Québec. Par exemple, la diffusion à Montréal compte plusieurs joueurs importants non membres de RIDEAU qui ne sont donc pas pris en compte dans la présente étude.

L'étude est essentiellement basée sur les données recueillies auprès des diffuseurs par le biais du questionnaire. Ce questionnaire très détaillé réclamait un travail important de la part des diffuseurs; dans certains cas, cela a demandé plusieurs heures de travail pour le compléter. La qualité de l'étude découle donc directement de la fiabilité des réponses obtenues. Globalement, la qualité des réponses et le taux de réponse sont excellents,

ce qui nous autorise à affirmer que les résultats reflètent la situation des diffuseurs étudiés.

Soulignons toutefois que dans le cas des diffuseurs municipaux, compléter le questionnaire pouvait constituer un défi. En effet, l'intégration des diffuseurs à la structure municipale complique considérablement l'évaluation des dépenses effectuées. Pour cette catégorie de diffuseurs, l'évaluation des dépenses est donc certainement minimisée. À l'échelle de l'ensemble des diffuseurs, c'est la contribution du palier municipale qui se trouve minorée.

1.4 Contenu de l'étude

L'étude est divisée en neuf chapitres. Le chapitre 2 qui suit précise les choix méthodologiques concernant l'enquête auprès des diffuseurs. Les grandes caractéristiques de la population étudiée font l'objet du troisième chapitre tandis que le portrait des activités de diffusion des diffuseurs forme le quatrième chapitre. Les chapitres 5 et 6 sont respectivement consacrés à l'analyse des revenus et des dépenses des diffuseurs. Le septième chapitre présente une série d'analyses mettant en relation les revenus, les dépenses ainsi que les activités de diffusion des diffuseurs. Le huitième chapitre présente les retombées économiques de l'activité des diffuseurs. Ces retombées intègrent le calcul des impacts économiques ainsi que l'identification des principales retombées socioculturelles attribuables aux diffuseurs. Enfin, le dernier chapitre propose une conclusion aux résultats de l'étude

2. NOTES MÉTHODOLOGIQUES

2.1 La population étudiée et l'enjeu de la population totale

La population étudiée se compose de tous les diffuseurs pluridisciplinaires québécois membres de RIDEAU. Cette population compte 112 diffuseurs répartis dans les 17 régions administratives du Québec.

Compte tenu de la taille de la population et de l'hétérogénéité des diffuseurs, l'objectif a été d'obtenir un taux de réponse de 100 %. Dans les faits, ce taux a atteint 88 %. Nous n'avons pas reçu les questionnaires de 13 diffuseurs, en général des diffuseurs de petites tailles incapables de fournir le volume de travail administratif et comptable que réclamait le questionnaire. Compte tenu du profil des non-répondants, nous avons adopté la stratégie de combler leur absence par des « avatars ». Cette technique consiste à créer un sosie statistique de chacun des non-répondants à partir des données disponibles sur ces derniers (localisation, statut, nombre de salles, type de programmation, etc.) et des réponses aux questionnaires d'autres diffuseurs que l'on sait détenir un profil similaire. Ce travail a été fait en collaboration avec RIDEAU pour obtenir les résultats les plus précis possible.

L'enjeu de la population totale nous a également amenés à avoir recours, dans le cas d'un diffuseur, à un questionnaire simplifié afin d'obtenir des données et ainsi s'assurer de pouvoir le compter dans la population étudiée. Bien qu'abrégé, ce questionnaire nous a permis de recueillir les informations essentielles pour produire les principaux résultats de l'étude. La nature atypique de ce diffuseur fait qu'il n'influence pas les résultats détaillés communiqués dans l'étude.

Toujours pour s'assurer d'obtenir la totalité de la population, dans le cas des arrondissements de la ville de Montréal, nous avons obtenu l'information sur toutes les activités. Toutefois, 11 arrondissements et une maison de la culture n'ont pas été en mesure de nous communiquer certaines informations notamment financières. Par ailleurs, les principales informations financières dont nous avons besoins sont comptabilisées à l'échelle de la ville; ce sont des informations agglomérées. À partir de ces informations et des données obtenues auprès des arrondissements et des maisons de la culture ayant entièrement rempli leurs questionnaires, nous avons pu estimer

les réponses manquantes. Globalement, les résultats ainsi obtenus sont fiables.

Finalement, pour les quelques cas résiduels, nous avons procédé à certaines corrections d'informations erronées ou incomplètes sur la base de l'information disponible, le tout afin d'assurer la cohérence des résultats communiqués. Notons que dans quelques autres cas nous avons dû ajuster les réponses obtenues pour pallier certains manques d'information ou corriger des informations erronées.

Au final, la banque de données couvre l'ensemble des 112 diffuseurs et permet des calculs fiables et précis pour l'ensemble des regroupements et catégories analysés.

2.2 Le questionnaire

Cette étude a réclamé une cueillette d'information directement auprès de tous les diffuseurs pluridisciplinaires membres de RIDEAU. Elle nécessitait l'obtention de données détaillées permettant de bien cerner la dynamique des coûts de la diffusion. La collecte s'est faite par le biais d'un questionnaire électronique prenant la forme d'un fichier Excel joint à un courriel personnalisé adressé directement aux diffuseurs concernés.

Le fichier comportait neuf onglets numérotés et de différentes couleurs qui permettaient d'accéder aux neuf différentes feuilles du questionnaire (le questionnaire est reproduit en annexe). Ces neuf onglets sont :

1. Une introduction qui présentait la nature de l'étude et la méthode à privilégier pour répondre au questionnaire et retourner les résultats aux consultants.
2. Une fiche d'identification du répondant. Notons que pour assurer la conformité des réponses, étaient insérées au questionnaire, des cellules actives et des menus déroulants.
3. Un questionnaire sur l'ensemble des activités de diffusion des diffuseurs au cours de leur dernière année complétée.
4. Un questionnaire sur les revenus détaillés selon une logique de comptabilité par activité. Dans le cas des revenus de guichet, le diffuseur

était contraint de détailler les revenus selon le type de spectacles (origine, discipline, jeune public).

5. Un questionnaire sur les dépenses détaillées selon une logique de comptabilité par activité. Dans le cas des principaux postes de dépenses liées à la diffusion et de tous les postes liés à la promotion et au développement des publics, le diffuseur était contraint de détailler les revenus selon le type de spectacles (provenance, discipline, jeune public). Le déficit ou le surplus de l'exercice était calculé automatiquement par la soustraction des dépenses des revenus. Le répondant devait par contre indiquer le montant du déficit ou le surplus accumulé.
6. Le questionnaire permettait de rendre compte des services comptabilisés et des exemptions de taxes obtenus et d'en fournir une évaluation monétaire quand cela était possible. Les services comptabilisés regroupent tous les services dont le diffuseur bénéficie et pour lesquels les charges sont payées par un tiers. Les exemptions de taxes correspondent aux taxes toujours payées par un tiers.
7. Les informations demandées à l'onglet « Impacts » sont essentiellement nécessaires pour calculer les impacts économiques de la diffusion au Québec.
8. Cet onglet permettait d'inscrire des informations complémentaires ou des commentaires sur l'étude, le questionnaire ou sur les informations communiquées, notamment sur les éléments qui étaient jugés avoir une grande influence sur les coûts de diffusion de même que sur la situation financière des diffuseurs. Ces informations ont permis d'éviter certaines erreurs d'interprétation tout en contribuant à l'enrichissement de l'analyse. Plus généralement, chacun des onglets précédemment décrits comprenait une zone pour inscrire des commentaires.
9. Enfin, le dernier onglet était un lexique proposant des définitions de certains termes utilisés dans le questionnaire. Les mots apparaissant au lexique étaient suivis d'un astérisque (*) dans le questionnaire.

Les répondants pouvaient communiquer avec les consultants par téléphone ou par courriel pour être renseignés et aidés à remplir le questionnaire.

L'année de référence de l'étude correspond à la dernière année financière complétée par les diffuseurs, soit dans pratiquement tous les cas 2008, les

dates de fin d'exercice étant généralement le 31 décembre. Dans un cas, la date de fin d'exercice était le 31 mars 2009.

2.3 L'administration du questionnaire

Une première version du questionnaire a été développée pour répondre aux besoins d'information de l'enquête avec l'aide d'un comité regroupant notamment des diffuseurs et des experts de telles études.

Un prétest a été organisé auprès d'une dizaine de diffuseurs, ce qui a permis de simplifier et de fiabiliser le questionnaire. La version définitive du questionnaire comprend plus de 1 000 champs d'informations. Une période d'environ un mois a d'abord été laissée aux répondants pour retourner le questionnaire, l'échéance étant fixée au 27 mars 2009. Finalement, pour obtenir un meilleur le taux de réponse, la période a été prolongée de plusieurs semaines.

Pour optimiser le taux de réponse, une présentation du questionnaire aux diffuseurs a été organisée durant la Bourse RIDEAU juste avant l'envoi du questionnaire. RIDEAU a relancé individuellement les membres qui tardaient à retourner leur questionnaire et a obtenu l'aide des réseaux régionaux pour mobiliser leurs membres.

Finalement, les consultants sont entrés en contact avec certains des diffuseurs pour obtenir des informations non communiquées et être en mesure d'interpréter certains résultats communiqués.

2.4 Le traitement des données et les catégories d'analyse

Tel que précisé dans le cadre de la section sur la population étudiée et l'enjeu de la population totale, la taille modeste de la population étudiée et l'hétérogénéité des diffuseurs a mené à constituer une banque de données intégrant tous les diffuseurs.

Par la suite, le traitement des données a reposé sur des opérations simples (somme, moyenne, pourcentage, etc.) sans autres traitements ou estimations statistiques.

Les catégories d'analyse reposent sur des regroupements et des stratifications développées pour rendre compte des disparités de la population étudiée. En matière de types d'organismes, les diffuseurs

indépendants ont été distingués du groupe des diffuseurs municipaux, paramunicipaux et scolaires. Les deux sociétés d'État sont donc exclues de ces regroupements.

Les analyses selon la catégorie de diffuseurs distinguent également ceux qui sont soutenus au fonctionnement par le MCCCCF de ceux qui ne le sont pas. La stratification précise le statut (majeur, intermédiaire, complémentaire) des diffuseurs soutenus au fonctionnement.

La régionalisation des résultats est menée selon la typologie des régions administratives utilisée par le MCCCCF. Cette typologie catégorise les régions en : régions centrales, régions périphériques, régions intermédiaires et régions éloignées. Les régions centrales regroupent Montréal et la Capitale-Nationale; les régions périphériques sont Chaudière-Appalaches, Laval, Lanaudière, Laurentides et Montérégie; les régions intermédiaires sont Mauricie, Estrie, Outaouais, Centre-du-Québec; les régions éloignées sont Bas-Saint-Laurent, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Abitibi-Témiscaminque, Côte-Nord, Nord-du-Québec et Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.

Finalement, une catégorie de diffuseurs a été créée pour rendre compte de la réalité selon la taille des diffuseurs. Cette analyse selon la taille des diffuseurs reposait sur une stratification par le volume des dépenses totales, soit moins de 149 999 \$, 150 000 \$ à 499 999 \$, 500 000 \$ à 999 999 \$, 1 000 000 \$ à 5 999 999 \$ et plus de 6 millions de dollars.

2.5 La présence de cas atypiques

Les catégories et les stratifications de l'analyse visent à illustrer des réalités relativement homogènes. Les trois diffuseurs ayant les montants de dépenses les plus élevés sont toutefois des cas atypiques : deux sont des sociétés d'État et le troisième offre une programmation et adopte un mode de fonctionnement sans équivalent réel dans la population étudiée.

Pour éviter que ces trois cas atypiques, par leur poids relatif très important, n'affectent l'interprétation des résultats — notamment quand il est question de moyenne — nous les avons isolés en créant des catégories « moins 3 ». Ainsi pour les catégories suivantes : ensemble des diffuseurs, non soutenus au fonctionnement et régions centrales, nous avons traité les regroupements sans les trois cas atypiques quand cela est spécifié avec la mention « moins 3 » dans le libellé. Finalement, ces trois cas atypiques correspondent aux trois diffuseurs présentant les plus importants niveaux de dépenses, ils

se retrouvent dans la catégorie des diffuseurs ayant des dépenses totales de plus de 6 millions de dollars.