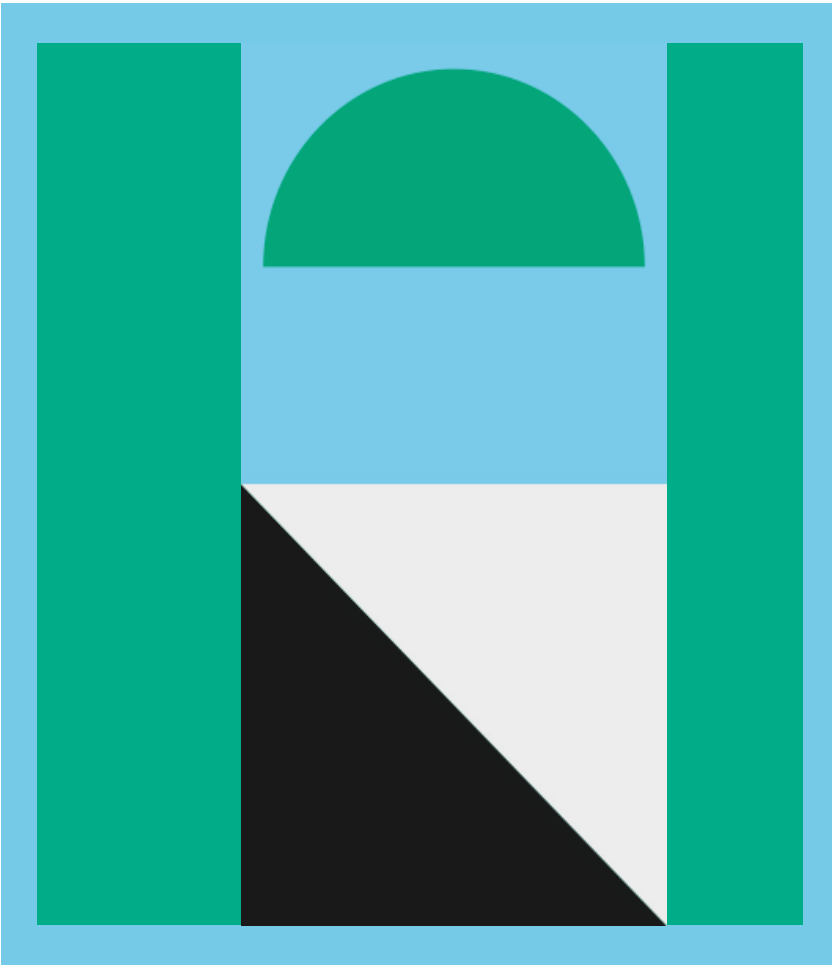




Mars 2026
Mathieu Bergeron

Résumé de l'Étude sur l'évolution du prix
des billets de 2003 à 2023

RÉSUMÉ SOMMAIRE

Cette étude porte sur l'évolution du prix des billets de spectacle au Québec entre les saisons 2002-2003 et 2022-2023 des diffuseurs pluridisciplinaires québécois. À partir d'un échantillon de prix issus des brochures de programmation de 2002-2003 et de données observées dans la plateforme TUXEDO pour 2022-2023, elle compare la trajectoire du prix des billets à celle de l'inflation, du revenu médian des ménages et du salaire horaire.

Le constat principal est clair. Sur la période étudiée, le revenu médian des ménages québécois a progressé de 109 %, alors que l'inflation a augmenté de 53,6 %. Pendant ce temps, le prix moyen du billet est passé de 29,03 \$ à 39,85 \$, soit une hausse d'environ 37 %. Le billet n'a donc suivi ni l'inflation, ni la progression de la capacité de payer des ménages.

Ce décalage a une conséquence directe. En termes relatifs, aller au spectacle demande aujourd'hui un effort économique moindre qu'il y a vingt ans. En 2002-2003, un billet moyen représentait environ 119 minutes de travail au salaire horaire médian. En 2022-2023, cet effort est descendu à environ 76 minutes. Le spectacle vivant a donc occupé une place de plus en plus petite dans l'économie personnelle des spectateurs, alors même que le milieu culturel se dit en difficulté chronique.

L'étude montre ainsi que le problème n'est pas d'abord une incapacité généralisée du public à payer davantage. Il réside plutôt dans une trajectoire de prix prudente, cumulative et structurellement insuffisante. Année après année, de petites hausses jugées raisonnables ont été accordées, mais sans jamais permettre au billet de maintenir son pouvoir d'achat réel ni son poids relatif dans le budget des ménages.

Même dans une perspective minimale, le retard est important. Si le prix moyen du billet avait simplement suivi l'inflation, il aurait dû atteindre environ 44,60 \$ en 2022-2023. S'il avait suivi la progression du revenu médian, il aurait dû se situer autour de 60,95 \$. Le prix observé de 39,85 \$ révèle donc un double retard, l'un par rapport au coût de la vie, l'autre par rapport à l'évolution de la capacité réelle de payer du public.

Cette situation a contribué à un appauvrissement structurel du secteur. Le manque à gagner lié au seul retard sur l'inflation représente déjà plusieurs dizaines de millions de dollars par année à l'échelle du marché québécois. Lorsqu'on considère le décrochage par rapport au revenu médian, l'ordre de grandeur devient beaucoup plus important. L'étude estime qu'une part significative de la valeur économique potentielle du billet a été laissée sur la table au fil des années.

L'analyse interprétative montre que cette dérive ne résulte pas d'une décision unique, mais d'un ensemble de réflexes sectoriels. Le prix a souvent été traité comme un outil de remplissage plutôt que comme un signal de valeur. Le milieu a fréquemment confondu accessibilité et bas prix. Les rabais de dernière minute ont contribué à affaiblir la valeur perçue du billet. Les prix se sont construits surtout par comparaison avec les pairs ou avec les tournées précédentes, plutôt qu'en fonction de repères économiques plus larges.

L'étude souligne aussi que cette sous-valorisation a des effets concrets sur tout l'écosystème. Elle accentue la pression sur les équipes, réduit les marges de manœuvre des producteurs et diffuseurs, fragilise la rémunération des artistes, favorise la standardisation des productions et accroît la dépendance au financement public. En d'autres mots, le public s'est enrichi, mais le spectacle, lui, s'est appauvri.

Le document insiste toutefois sur un point important. Il ne s'agit pas ici de désigner des responsables, mais de mieux comprendre un système. Producteurs, diffuseurs, artistes et plateformes évoluent dans le même écosystème, sans toujours partager pleinement leurs réalités économiques respectives. Le prix du billet se trouve au point de rencontre de ces contraintes, de ces perceptions et de ces arbitrages. À partir de ce constat, l'étude propose plusieurs pistes de solution. La première consiste à rattraper rapidement le retard accumulé sur l'inflation, afin de cesser immédiatement l'érosion du pouvoir d'achat de la billetterie. La deuxième vise à instaurer des mécanismes d'ajustement plus automatiques et prévisibles, pour éviter que les prix restent

figés pendant que l'économie évolue. La troisième propose de doter le milieu de repères communs et d'outils de comparaison plus solides, afin de sortir d'une logique circulaire où chacun se compare à des prix déjà sous-évalués.

D'autres pistes invitent à introduire davantage de souplesse dans la tarification, notamment par une logique de prix adaptative (sans pour autant utiliser les techniques de tarification dynamiques), selon la qualité des sièges, à reconnaître le rôle structurant des spectacles les plus porteurs dans l'établissement des références de marché, à mieux distinguer les choix philanthropiques individuels des véritables signaux de marché, et à multiplier les espaces de dialogue entre producteurs et diffuseurs.

L'étude appelle également le milieu à assumer plus clairement la valeur du travail artistique, à repositionner le prix dans la communication comme un élément secondaire par rapport à l'intérêt pour l'œuvre, et à éviter que des anecdotes ou quelques réactions isolées dictent des décisions qui devraient reposer sur des données d'ensemble.

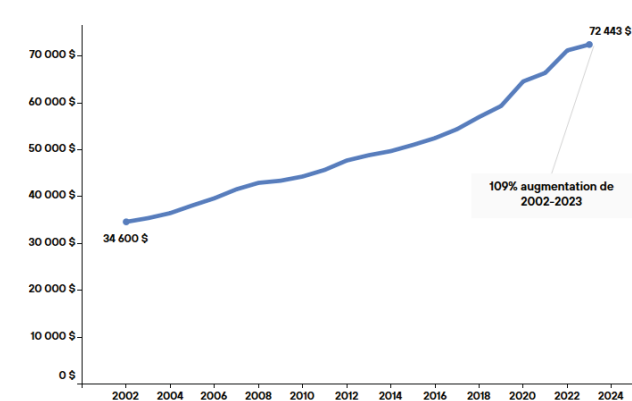
En définitive, cette étude conclut que la question du prix des billets n'est pas un enjeu secondaire ou technique. Elle touche directement à la viabilité économique du spectacle vivant, à la capacité du secteur de se développer, à la qualité des œuvres produites et aux conditions de travail de celles et ceux qui les rendent possibles. Le statu quo n'est plus neutre. Il prolonge un modèle qui appauvrit progressivement l'ensemble de la chaîne.

Le défi des prochaines années ne sera donc pas seulement de reconnaître ce décrochage, mais de reconstruire une relation plus cohérente entre la valeur du spectacle, le prix demandé au public et la capacité du milieu à remplir sa mission culturelle. C'est à cette condition que le secteur pourra cesser de reculer, retrouver une marge de manœuvre et se redonner les moyens de son ambition.

ÉTUDE SUR L'ÉVOLUTION DU PRIX DES BILLETS DE 2003 À 2023

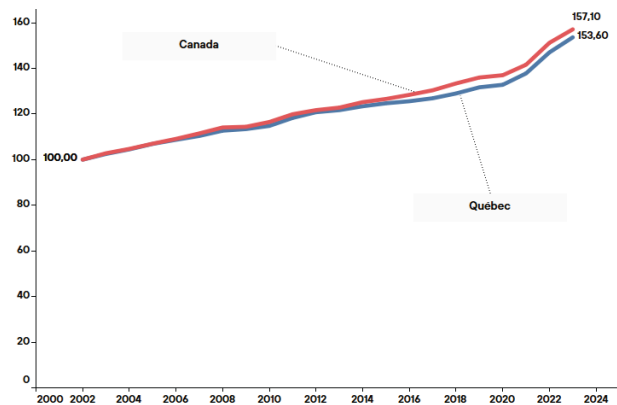
RÉSUMÉ QUANTITATIF

EXPOSITION DES MÉTRIQUES PRINCIPAUX



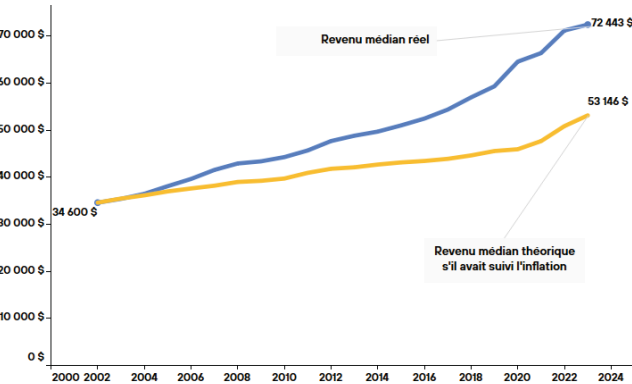
Graphique 1.

Le Graphique 1 présente l'évolution du revenu médian des Québécois de 2002 à 2023. On observe une hausse de 109 %, celui-ci étant passé de 34 600 \$ à 72 443 \$.



Graphique 2.

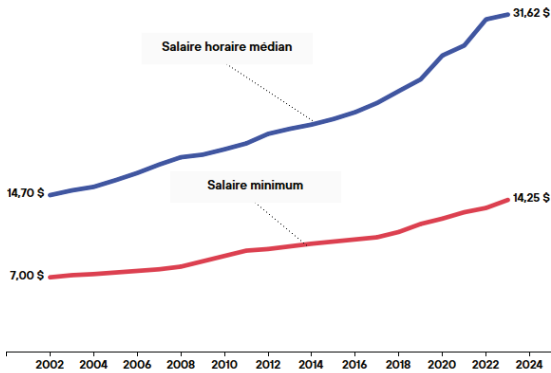
Le Graphique 2 présente l'évolution de l'inflation durant la même période. On y observe que l'indice des prix à la consommation a augmenté de 53,6 % au Québec au cours de la période étudiée.



Graphique 3.

Le Graphique 3 présente l'évolution théorique du revenu médian des Québécois s'il avait strictement suivi l'inflation, comparativement à sa progression réelle. On peut observer que l'évolution du revenu médian a été plus rapide que celle de l'inflation, dégageant pour le ménage médian une marge de manœuvre de 19 297 \$.

Toutes les catégories d'âge ont connu une progression plus importante que l'inflation. Le détail par catégorie d'âge est présenté dans l'étude complète.



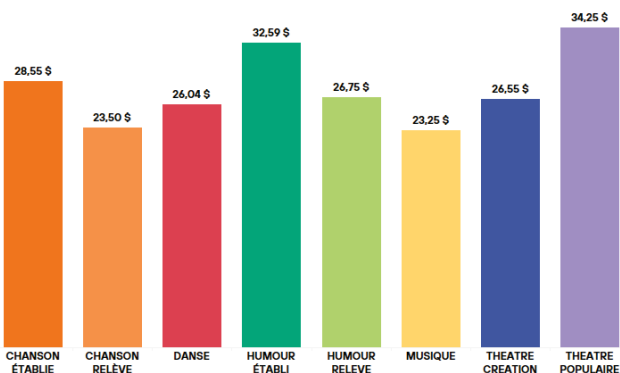
Graphique 4.

Le Graphique 4 présente l'évolution du salaire horaire médian et du salaire minimum durant la période étudiée. On peut constater que le salaire médian est passé de 14,70 \$ de l'heure à 31,62 \$ entre 2002 et 2023. Le salaire minimum a, quant à lui, progressé de 7,00 \$ de l'heure à 14,25 \$ de l'heure.



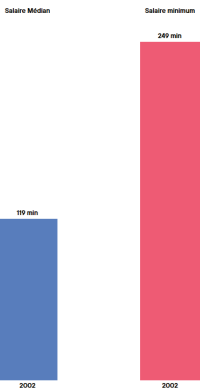
Graphique 5.

Le Graphique 5 présente le prix moyen des spectacles en 2002-2003, tel que calculé à l'aide de brochures de programmation de l'époque provenant de différents diffuseurs. Une moyenne réduite à 90 % a été utilisée afin d'exclure les prix anormalement élevés et anormalement bas contenus dans ces programmations. Il en ressort un prix moyen de 29,03 \$



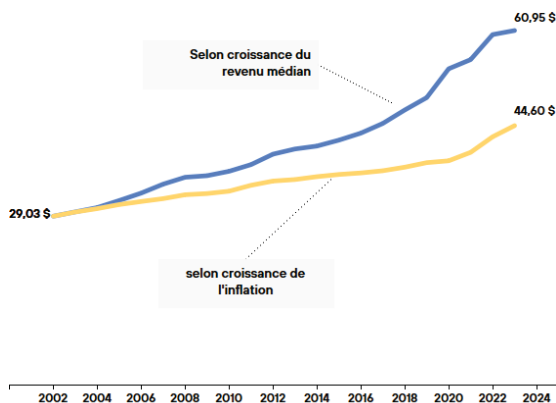
Graphique 6.

Le Graphique 6 présente les prix moyens pour chacune des disciplines de spectacle. En plus des disciplines traditionnelles, trois catégories ont été scindées en deux : l'humour en humour relève et humour établi, le théâtre en théâtre création et théâtre populaire, et la chanson en chanson relève et chanson établie. La fourchette de prix s'étend de 23,25 \$ à 34,25 \$.



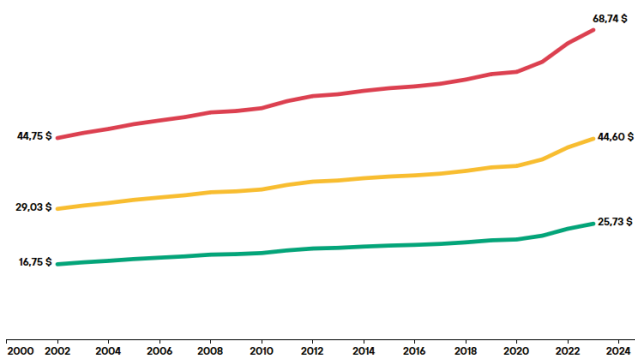
Graphique 7.

Le Graphique 7 présente le nombre de minutes de travail nécessaires en 2002-2003 pour se procurer un billet de spectacle. On y voit qu'il fallait travailler 119 minutes au revenu médian pour se procurer un billet, tandis qu'il fallait en travailler 249 au salaire minimum. Une présentation détaillée du nombre d'heures nécessaires par discipline est présentée dans l'étude au graphique 10.



Graphique 8.

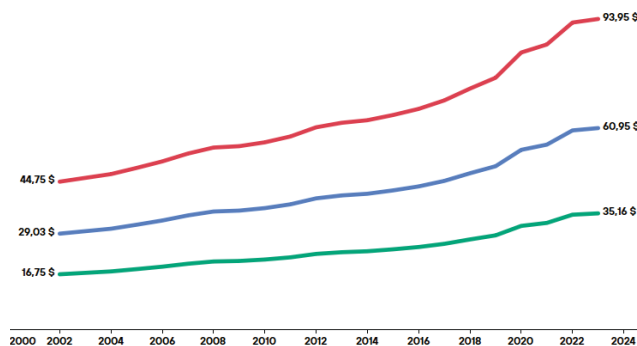
Le Graphique 8 présente à quel rythme le prix du billet aurait dû évoluer entre 2002-2003 et 2022-2023 s'il avait suivi la progression de l'inflation et celle du revenu médian. On y découvre que le prix moyen d'un billet en 2022-2023 devrait se situer à 44,60 \$ s'il avait suivi l'inflation et à 60,95 \$ s'il avait suivi la progression du revenu médian. Dans le premier cas, soit l'inflation, on observe si le prix du billet a suivi l'évolution des autres biens de consommation dans l'économie. Dans l'autre cas, soit le revenu médian, on observe ce que serait le prix du billet s'il représentait le même effort économique pour les ménages à travers le temps.



Graphique 9.

Le Graphique 9 prend comme base les prix minimum et maximum de 2002-2003 tels qu'on les retrouvait dans les programmations de l'époque, auxquels est appliquée une progression au rythme de l'inflation. La ligne rouge représente l'évolution du prix le plus élevé observé dans les programmations de

2002-2003. Si les spectacles les plus chers de l'époque avaient suivi l'inflation, on devrait retrouver en 2022-2023 des spectacles avoisinant 68,74 \$. La ligne verte représente l'évolution du prix minimum observé en 2002-2003. En appliquant l'inflation jusqu'en 2022-2023, ce prix minimum correspondrait à 35,73 \$.. La ligne jaune quant à elle, reprend l'évolution du prix moyen tel que décrit au Graphique 8.



Graphique 10.

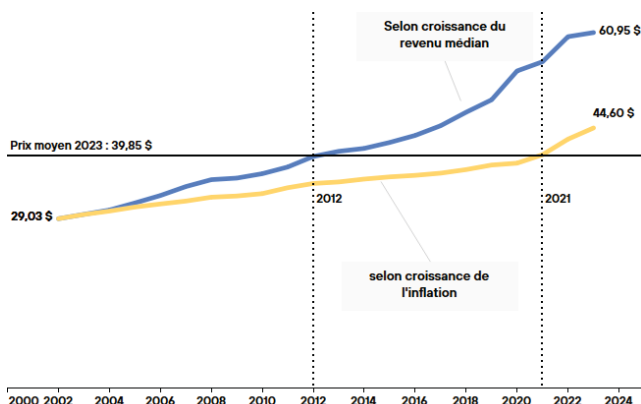
Le Graphique 10 reprend la logique du Graphique 9, mais applique cette fois le rythme d'évolution du revenu médian. Si le poids du prix des billets dans le revenu médian des spectateurs avait été respecté, la fourchette de prix minimale et maximale que l'on devrait retrouver en 2022-2023 se situerait entre 35,16 \$ et 93,95 \$. La ligne bleue quant à elle, reprend l'évolution du prix moyen tel que décrit au Graphique 8.

Une évolution des tarifs minimum et maximum par discipline est présentée dans l'étude complète, aux graphiques 15 et 16.



Graphique 11.

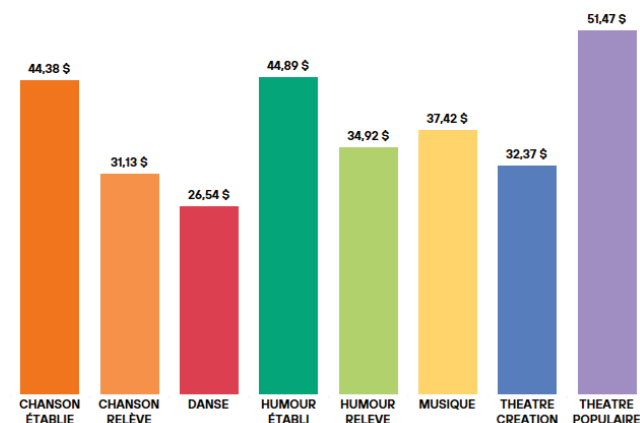
Le Graphique 11 montre qu'un prix moyen de 39,85 \$ a été calculé pour la saison 2022-2023 à partir de l'ensemble des spectacles présentés sur la plateforme de billetterie TUXEDO. Ce prix moyen a été obtenu en analysant 425 spectacles présentés chez 56 diffuseurs pluridisciplinaires différents durant la saison 2022-2023. Pour plus de détails sur la méthodologie ayant permis d'obtenir ce prix moyen, veuillez vous référer à la section Cadre méthodologique, à la page 8 de l'étude.



Graphique 12.

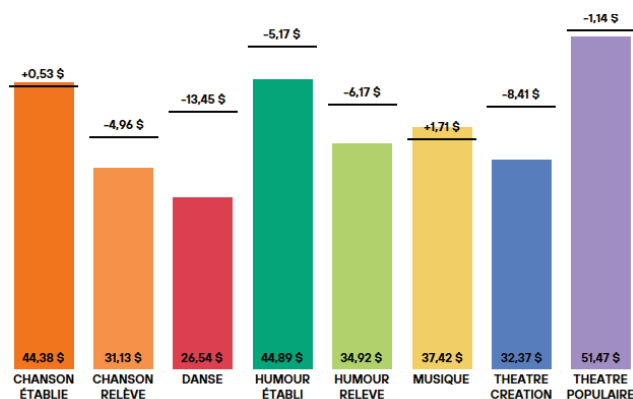
Le Graphique 12 reprend le Graphique 8, mais applique le prix moyen de 39,85 \$ sur les deux courbes d'évolution théorique du prix moyen des billets. On constate, sur la courbe de l'inflation (la jaune), que le prix de 39,85 \$ aurait dû être atteint en 2021. Puisque l'étude couvre la saison 2022-2023, on peut donc considérer que le prix moyen de 39,85 \$ accuse environ deux ans de retard par rapport au niveau de prix qui aurait suivi l'évolution générale des prix.

L'autre courbe (la bleue) illustre l'évolution qu'aurait dû suivre le prix moyen du billet s'il avait respecté le poids relatif du revenu médian des ménages. Selon cette progression, le prix de 39,85 \$ aurait dû être atteint en 2012, ce qui démontre un retard d'environ dix ans du prix moyen.



Graphique 13.

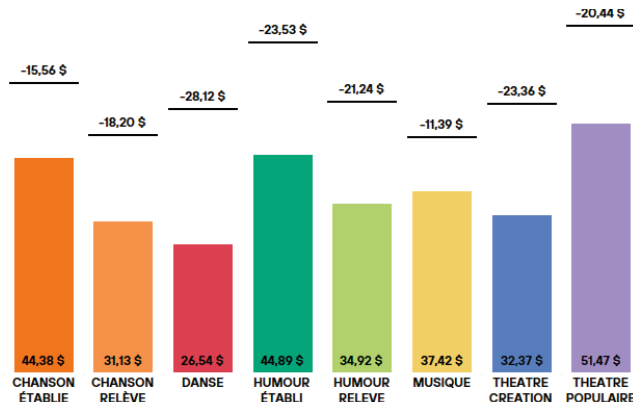
Le Graphique 13 présente les prix moyens par discipline tels que calculés pour la saison 2022-2023. On y observe une fourchette allant de 26,54 \$ à 51,47 \$. On constate qu'en 2002-2003, la musique et la chanson relève constituaient les disciplines les moins chères, tandis qu'en 2022-2023, l'abordabilité se retrouve plutôt du côté de la danse et de la chanson relève. À noter que la musique s'est élevée au 4e rang des disciplines en termes de niveau de prix.



Graphique 14.

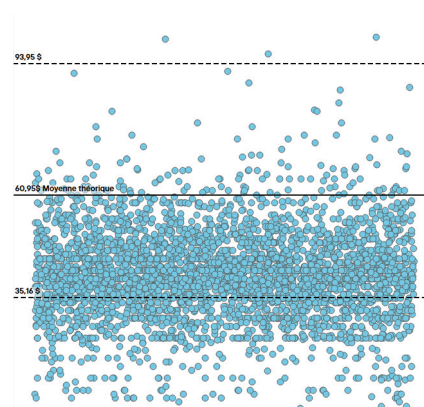
Le Graphique 14 reprend les prix moyens par discipline tels que présentés au Graphique 13, mais indique pour chacune d'elles le prix qu'elles auraient dû atteindre si leur évolution avait suivi l'inflation.

On peut voir que les prix de la musique et de la chanson établie ont dépassé l'évolution de l'inflation, tandis que les autres catégories ont toutes progressé à un rythme moindre. L'écart le plus marqué concerne la danse, qui accuse un retard de 13,45 \$ par rapport à l'inflation.



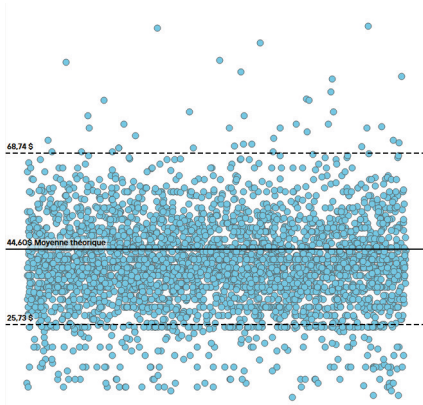
Graphique 15.

Le Graphique 15 reprend les prix moyens par discipline tels que présentés au Graphique 13, mais indique pour chacune d'elles le prix qu'elles auraient dû atteindre si leur évolution avait suivi le rythme de progression du revenu médian. Dans ce graphique, toutes les disciplines accusent un retard marqué par rapport à la progression du revenu médian. Le constat est clair : proportionnellement à l'évolution du revenu médian, aucune discipline n'a su capter, par l'augmentation du prix des billets, cette progression.



Graphique 16.

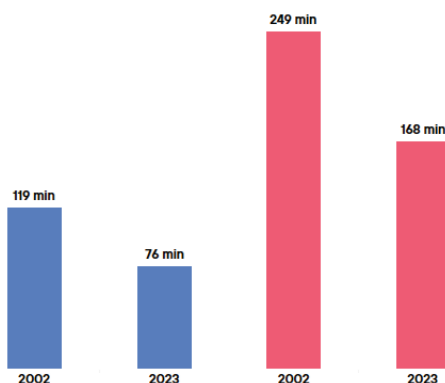
Le Graphique 16 propose une approche différente. Sur ce graphique, chaque spectacle présenté en 2022-2023 est représenté par un cercle. On y retrouve également trois lignes de référence. La ligne du bas correspond au niveau de 35,16 \$, soit le prix minimal de 2002-2003 ajusté selon la progression du revenu médian. Autrement dit, si les prix minimum avaient suivi l'évolution du revenu médian, aucun cercle ne devrait se retrouver sous cette ligne, puisque les spectacles les moins chers de 2002-2003 représenteraient le même poids relatif en 2022-2023. On constate que ce n'est pas le cas. La ligne du centre représente la moyenne théorique. Si la distribution était normale, elle devrait couper le nuage de points à peu près en son centre. La ligne supérieure correspond à l'actualisation du prix le plus élevé observé en 2002-2003. On constate que très peu de spectacles s'approchent ou dépassent cette ligne. En réalité, la majorité des cercles près de cette limite correspondent à différentes représentations d'un même spectacle, celui de Michel Fugain. Pour plus de détails sur cette analyse, veuillez vous référer aux pages 37 à 39 de l'étude.



Graphique 17.

Le Graphique 17 reprend la même logique que le graphique 16, mais impose cette fois les prix minimum, moyen et maximum calculés selon la progression de l'inflation. On constate ici que la ligne du milieu coupe le nuage de points pratiquement en son centre, ce qui montre que les prix des billets ont tout de même progressé. Ils ont augmenté à un rythme légèrement inférieur à celui de l'inflation, mais accusent un retard beaucoup moins marqué que par rapport au revenu médian. Un fait mérite d'être souligné. Encore une fois, aucun cercle ne devrait se retrouver sous la ligne du bas, puisque cela indiquerait que les billets les moins chers vendus en 2002-2003 se vendent encore moins cher en 2022-2023. Autrement dit, certains spectacles qui étaient déjà parmi les moins chers en 2002-2003 le sont encore davantage, en termes relatifs, vingt ans plus tard.

Une analyse de dispersion par discipline est proposée au graphique 25 de l'étude.



Graphique 18.

Le Graphique 18 présente l'évolution du nombre de minutes que devait travailler un spectateur afin d'acheter un billet de spectacle. On observe qu'au salaire horaire médian, le temps nécessaire est passé de 119 minutes à 76 minutes, soit un effort réduit de 43 minutes. Au salaire minimum, cet effort est passé de 249 minutes à 168 minutes, soit une diminution de 81 minutes. En termes d'effort demandé au spectateur, celui-ci a donc diminué de façon importante, sans que ce sacrifice se soit répercuté dans l'achalandage des salles puisque cet achalandage est stable durant la période étudiée.

Aux pages 45 et 46 de l'étude on expose le nombre de spectacle annuel auxquels assistent les spectateurs dans les salles de spectacles. On peut y voir que 40% des spectateurs n'achètent qu'un seul spectacle par année et que 66% des spectateurs n'assistent qu'à 3 spectacles ou moins. ce constat est central dans le reste de l'interprétation, puisque cela remet en perspective qu'une augmentation raisonnable des prix de billets n'aura peu ou pas d'impact sur le budget annuel des spectateurs.

PRINCIPAUX CONSTATS

- ▶ Les spectacles étudiés dans l'étude couvrent l'ensemble des diffuseurs pluridisciplinaires utilisant la plateforme de billetterie TUXEDO.
- ▶ La population étudiée est donc constituée principalement de salles de petite et de moyenne jauge, ainsi que de quelques grandes salles (plus de 700 sièges).
- ▶ L'étude exclut donc de son analyse tous les spectacles internationaux à grand déploiement qui ont lieu dans les stades ou les arénas.
- ▶ Les spectacles analysés sont principalement des spectacles d'artistes québécois produits par des producteurs locaux.
- ▶ Les ventes chapeautées par TUXEDO correspondent à environ 30 % à 40 % des ventes de billets au Québec et représentent des diffuseurs répartis sur l'ensemble du territoire.
- ▶ L'évolution du prix moyen depuis 2002-2003 n'a pas suivi ni l'inflation ni le poids relatif du billet dans le budget des spectateurs québécois.

- L'effort demandé au spectateur par rapport au nombre de minutes travaillé a diminué de 43 minutes.

ANALYSE DES CONSTATS

- Les sections précédentes ont établi un constat chiffré clair : les revenus des ménages ont progressé plus vite que le prix des billets.

Le paradoxe : des spectateurs plus riches, des billets qui n'ont pas suivi

- Depuis 2002, les ménages québécois se sont enrichis plus rapidement que l'inflation, ce qui a accru leur capacité réelle de payer. Pourtant, le prix moyen des billets n'a suivi ni cette hausse du revenu ni même la hausse générale des prix. Le résultat est simple : en effort économique relatif, aller au spectacle coûte moins cher aujourd'hui qu'il y a vingt ans.

Le faux levier du prix pour remplir les salles

- Le milieu a souvent agi comme si le prix était le principal levier de fréquentation. Or, dans les faits, la décision d'aller voir un spectacle dépend surtout de l'intérêt pour l'œuvre ou l'artiste, de la disponibilité du spectateur et de la facilité logistique de la sortie. Baisser le prix peut parfois aider, mais ne crée ni le désir ni le temps nécessaire pour fréquenter une salle.

L'accessibilité ou la sous-valorisation : une confusion coûteuse

- Le discours sur l'accessibilité a souvent conduit à une grande prudence tarifaire. Pourtant, rendre la culture accessible ne signifie pas automatiquement réduire son prix. L'accessibilité passe aussi par la médiation, la diffusion, la proximité, la compréhension et le lien avec le public. En confondant accessibilité et bas prix, le milieu a souvent sous-valorisé son propre produit.

La spirale des rabais et l'érosion de la valeur perçue

- Les rabais de dernière minute donnent parfois l'impression de sauver une soirée, mais ils créent un effet pervers à long terme. Le public apprend à attendre les promotions, le plein tarif perd de sa crédibilité et la valeur symbolique

du billet s'affaiblit. À force de traiter le prix comme un outil de dépannage, on finit par fragiliser la perception même de la valeur du spectacle.

Rareté, prix d'équilibre et capture de valeur par le marché secondaire

- Dans certains segments très populaires, la vitesse à laquelle les billets se vendent montre que la demande dépasse clairement l'offre au prix affiché. Lorsque cela se produit, une partie de la valeur n'est pas captée par l'écosystème culturel, mais par le marché secondaire. Autrement dit, quand le prix primaire est maintenu trop bas, la rareté profite à des intermédiaires plutôt qu'aux artistes, producteurs et diffuseurs.

La réduflation artistique : faire plus petit pour survivre

- Comme dans d'autres industries, lorsqu'on n'arrive pas à ajuster les prix au rythme des coûts, on réduit la quantité ou l'ampleur de ce qui est offert. Dans les arts vivants, cela se traduit par moins de musiciens, moins de décors, moins de répétitions, moins de moyens techniques et moins de marge de création. Le prix affiché semble stable, mais le contenu artistique se contracte peu à peu.

L'argent laissé sur la table : quand de petits montants deviennent un appauvrissement collectif

- À l'échelle d'un ménage, une hausse très graduelle du prix des billets aurait représenté un effort minime. Mais à l'échelle de millions de billets vendus, ces petits montants deviennent des dizaines, puis des centaines de millions de dollars. En ne captant pas ces sommes, le secteur s'est privé de revenus essentiels pour soutenir ses équipes, ses productions et sa capacité de création.

Et si l'on avait osé un peu plus : quand 0,45 \$ par an deviennent un quart de milliard

- L'analyse ne montre pas seulement ce qui aurait été nécessaire pour ne pas s'appauvrir, mais aussi ce qui aurait été possible pour réellement se renforcer. Une hausse annuelle à peine plus ambitieuse aurait permis de capter une petite part supplémentaire de l'enrichissement des ménages. À long terme, cela aurait transformé

la situation financière du secteur et ouvert la porte à un véritable développement.

Quand même l'inflation n'a pas été suivie : l'appauvrissement silencieux

- ▶ Même sans parler de suivre le revenu des ménages, le prix moyen du billet n'a pas réussi à suivre pleinement l'inflation. Cela signifie que les revenus de billetterie ont perdu du pouvoir d'achat réel. Pendant que les coûts de production, de tournée, de main-d'œuvre et d'opération augmentaient, le billet, lui, ne compensait pas cette hausse minimale.

Le poids du temps de travail

- ▶ L'analyse en temps de travail confirme le même phénomène sous un autre angle. Il faut aujourd'hui moins de minutes de travail pour acheter un billet qu'en 2002-2003. Cela signifie que, dans l'économie personnelle du spectateur, le billet occupe une place plus petite qu'autrefois. Le spectacle demande donc un effort concret moindre, même lorsqu'on le mesure autrement que par le revenu annuel.

Stimuler la demande par le prix : une stratégie qui mérite d'être examinée

- ▶ L'idée selon laquelle des prix plus bas permettraient de vendre plus de billets ou d'ajouter des représentations peut sembler logique. Mais même si cette hypothèse est partiellement vraie dans certains cas, elle ne justifie pas que le prix des billets décroche durablement de l'inflation ou de la progression des revenus. Une stratégie de volume ne devrait pas conduire à une sous-indexation permanente.

Quand personne n'ose prendre le leadership du prix

- ▶ Le problème ne vient pas d'une seule décision, mais d'une absence de leadership collectif. Chaque acteur a agi avec prudence, en observant ses pairs et en craignant d'aller trop loin. Ce qui a manqué, c'est une vision d'ensemble capable d'affirmer que le prix du billet devait

évoluer au rythme de la valeur créée et de la capacité de payer du public.

Comment on en est arrivé là : quand les prix ont commencé à se fixer sur de mauvaises bases

- ▶ Les prix se sont souvent établis par comparaison avec d'autres artistes semblables ou avec les tournées précédentes, plutôt qu'en fonction de l'évolution du contexte économique global. En se comparant seulement entre contemporains, le milieu a perdu de vue le recul historique. Une base déjà sous-évaluée est ainsi devenue le point de départ de la suivante, créant une dérive graduelle mais profonde.

Les conséquences systémiques : quand tout l'écosystème paie la note

- ▶ Le manque à gagner ne reste pas théorique. Il se traduit par des équipes plus fragiles, des carrières plus précaires, une difficulté à retenir les talents, une plus grande dépendance aux subventions et une standardisation des productions. À long terme, c'est tout l'écosystème qui absorbe le coût de cette sous-valorisation, humainement, artistiquement et économiquement.

Le mythe du prix uniforme

- ▶ L'idée que les spectateurs comparent systématiquement les prix d'une salle à l'autre semble exagérée. Dans les faits, la plupart fréquentent d'abord leur salle de proximité, celle qu'ils connaissent et à laquelle ils sont habitués. Le billet de spectacle ne se magasine pas comme un produit standard, ce qui laisse davantage de place à des ajustements tarifaires adaptés aux réalités locales.

Le point de bascule : pourquoi il n'est plus possible de continuer comme avant

- ▶ Le secteur fonctionne depuis trop longtemps en sous-régime, en compensant par la débrouillardise, la passion et la compression. Or, cette logique atteint aujourd'hui ses limites. Les signes d'usure sont nombreux : difficultés de recrutement, fatigue généralisée, perte d'expertise,

prudence excessive dans la création. Le statu quo n'est plus neutre, il devient destructeur.

Mais maintenant, on fait quoi ?

- Le constat appelle une réflexion sur les solutions. La question n'est plus seulement de reconnaître le problème, mais de savoir comment rétablir une relation plus cohérente entre la valeur du spectacle, le prix demandé au spectateur et la viabilité du milieu. La suite de l'étude doit donc porter sur les pistes d'action capables de corriger durablement cette trajectoire.

►

Pistes de solutions

- Après le diagnostic, l'enjeu n'est plus seulement de constater, mais de réfléchir collectivement aux suites à donner. iCible ne prétend pas dicter les décisions du milieu, mais peut jouer un rôle de rassembleur en mettant en commun les données, les perspectives et les réalités économiques des producteurs, diffuseurs et artistes. Les pistes proposées visent donc à nourrir le dialogue et à aider le secteur à retrouver une plus grande cohérence.

Première piste : rattraper l'inflation rapidement

- La priorité immédiate consiste à corriger le retard accumulé par les billets par rapport à l'inflation. Cet ajustement représente aujourd'hui quelques dollars par billet, soit un effort limité pour la majorité des spectateurs, mais essentiel pour empêcher le secteur de continuer à s'appauvrir à chaque vente. Il ne s'agit pas d'une stratégie agressive, mais d'une remise à niveau minimale.

Deuxième piste : instaurer une mécanique d'ajustement automatique

- Pour éviter que les prix restent figés pendant que l'économie évolue, il faut sortir d'une logique fondée uniquement sur l'intuition ou la comparaison. Mettre en place une règle claire, annuelle ou progressive, permettrait d'assurer une évolution régulière des prix. Une telle mécanique rendrait les ajustements plus prévisibles,

plus naturels et moins dépendants du courage individuel de chaque acteur.

Troisième piste : se doter d'un repère commun

- Le secteur gagnerait à disposer d'outils partagés pour situer les prix dans le temps et par discipline. Un repère commun permet de mieux comprendre si un billet se situe dans le bas, le milieu ou le haut de son marché, tout en le replaçant dans une trajectoire historique. Cela aide à prendre des décisions plus éclairées et évite de se comparer uniquement à des prix actuels déjà sous-évalués.

Quatrième piste : introduire une logique de prix adaptative

- Tous les sièges et tous les moments de vente n'ont pas la même valeur, pourtant ils sont souvent tarifés de manière uniforme. Une approche plus adaptative permettrait de mieux refléter la demande réelle, de capter une partie de la valeur laissée sur la table et de limiter l'espace accordé à la revente. Cette logique peut aussi préserver l'accessibilité en maintenant certaines zones ou certains billets à des prix plus modérés. On ne parle pas ici d'instaurer une logique de tarification dynamique agressive, mais bien d'ajuster les prix en fonction de l'attractivité des sièges.

Cinquième piste : les leaders doivent ouvrir la voie

- Les spectacles les plus forts, les artistes établis et les locomotives du marché ont une responsabilité particulière. Lorsqu'ils se positionnent trop bas, ils tirent l'ensemble du marché vers le bas et limitent la capacité des autres à se repositionner. En assumant un prix plus élevé lorsque la demande le justifie, ils créent de l'espace pour tout le reste de l'écosystème.

Sixième piste : ne pas transformer un choix philanthropique en référence de marché

- Certains artistes peuvent choisir volontairement de maintenir des prix plus bas, par conviction ou par philosophie. Ce choix est légitime, mais il ne devrait pas devenir une norme implicite pour toute une discipline. Il faut distinguer clairement un prix de conviction d'un prix

de marché, afin d'éviter que des exceptions philanthropiques servent de référence générale.

Septième piste : multiplier les espaces de dialogue entre producteurs et diffuseurs

- Le prix du billet se construit au croisement de réalités économiques différentes, souvent mal comprises de part et d'autre. Davantage d'espaces de discussion permettraient de mieux partager les contraintes, les marges, les risques et les objectifs de chacun. Une meilleure compréhension mutuelle ne règle pas tout, mais elle favorise des décisions plus cohérentes et mieux assumées.

Huitième piste : penser les prix à l'échelle de l'écosystème

- Les spectacles populaires ne doivent pas être pensés isolément, mais comme des moteurs qui soutiennent l'ensemble de la mission des salles. Lorsqu'ils sont tarifés à leur juste valeur, ils peuvent contribuer davantage à l'équilibre global, au maintien de disciplines plus fragiles et même à des objectifs comme l'accès des jeunes à la culture. Le prix devient alors un levier de solidité pour tout l'écosystème, et pas seulement pour une soirée donnée.

Neuvième piste : assumer la valeur du travail artistique

- Le malaise à parler d'argent demeure fort dans le milieu, mais il ne doit pas empêcher de reconnaître la valeur réelle du travail artistique. Demander un prix juste, ce n'est pas trahir la mission culturelle, c'est reconnaître la qualité de l'expérience proposée, les années de travail qu'elle exige et le soutien qu'elle nécessite. Une partie du public est prête à payer davantage, et le secteur doit être capable de l'assumer.

Dixième piste : repositionner le prix dans la communication

- Le prix ne devrait pas être le point d'entrée principal dans la vente d'un spectacle. Ce qui déclenche l'achat, c'est d'abord l'intérêt, l'émotion et le désir de vivre une expérience. Replacer le prix à sa juste place dans la communication permet de ne pas figer trop tôt la perception

du spectateur et de redonner à l'offre artistique la place centrale qui lui revient.

Onzième piste : résister à la gestion par anecdote

- Le secteur ne peut pas orienter ses décisions à partir de quelques plaintes, commentaires isolés ou impressions ponctuelles. Ces réactions existent, mais elles ne représentent pas à elles seules le comportement global du marché. Les décisions tarifaires doivent s'appuyer sur les données, sur les tendances réelles et sur une lecture d'ensemble, plutôt que sur des anecdotes qui risquent de freiner inutilement les ajustements nécessaires.

CONCLUSION

La trajectoire du prix des billets observée au cours des vingt dernières années ne résulte ni d'une mauvaise intention ni d'une décision isolée. Elle est plutôt le résultat d'une dynamique collective où les prix se sont fixés par comparaison et par prudence, sans toujours tenir compte de l'évolution réelle de l'économie et de la capacité de payer du public.

Les données montrent clairement que le prix des billets n'a suivi ni l'inflation ni l'évolution des revenus des ménages. Une partie importante de la valeur du spectacle vivant s'est ainsi progressivement érodée. Ce constat peut sembler difficile, mais il ouvre aussi la porte à une réflexion constructive sur la façon de rétablir cet équilibre.

Le défi pour le milieu est désormais d'assumer pleinement la valeur de ce qu'il offre. Le spectacle vivant crée des expériences uniques et profondément humaines. Reconnaître cette valeur dans le prix du billet n'est pas incompatible avec l'accessibilité ; c'est une condition essentielle à la viabilité du secteur.

L'objectif de cette étude n'est pas de dicter des solutions, mais d'ouvrir une discussion. Retrouver un modèle économique plus cohérent demandera des ajustements progressifs et un effort collectif. Car ce milieu ne mérite pas seulement de survivre : il mérite de se développer et de continuer à porter la richesse culturelle qu'il représente

SOURCES

- ▶ Évolution du revenu médian des ménages de 2002 à 2023. Statistique Canada. Tableau 11-10-0012-01 Distribution du revenu total selon le type de famille de recensement et l'âge du partenaire, du parent ou de l'individu le plus âgé.
- ▶ Source pour le salaire minimum (statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/2854)
- ▶ Statistique Canada. Tableau 14-10-0043-01. Moyenne des heures habituellement et effectivement travaillées durant la semaine de référence selon le type de travail (temps plein et temps partiel), données annuelles (Données hebdomadaires converties sur une base annuelle)