



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



Mars 2026  
Mathieu Bergeron

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

### **Remerciements**

Une étude de cette ampleur ne peut exister sans le concours d'une panoplie de personnes qui, à mon avis, sont tout simplement magiques.

Merci à Évelyne Boudreau, pour m'avoir semé cette idée folle.

Merci à Évelyne Chagnon, pour m'avoir fourni du contenu, puis pour avoir relu, commenté et challengé l'étude comme toi seule sais le faire.

Merci à Mylène Fortier, pour me l'avoir inspirée, pour l'avoir relue et pour être si pertinente.

Merci à Marie-Pier Pilote, pour l'avoir relue et pour y avoir porté ton regard unique, grâce à ta connaissance approfondie des membres de RIDEAU.

Merci à Anne-Sophie Laplante, pour l'avoir relue et pour avoir apporté tes lumières éclairantes.

Merci à Nik Gravel, parce que je t'ai écouté, et que tu m'as fait cheminer.

Merci à Reynald Bergeron, de nous avoir permis, à Vincent et à moi, de vivre toute cette aventure

Et merci à Jean-François Renaud, qui me permet de faire ce genre de patente sans me souffler dans le cou et en me laissant toute la latitude nécessaire pour ce type d'exercice.

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Mise en contexte</b>                                                | 3  |
| <b>Étude sur l'évolution du prix des billets de 2003 à 2023.</b>       | 4  |
| <b>Introduction</b>                                                    | 4  |
| <b>Cadre méthodologique</b>                                            | 6  |
| <b>Évolution du revenu médian des ménages québécois de 2002 à 2023</b> | 7  |
| <b>Inflation et évolution du revenu médian de 2002 à 2023</b>          | 10 |
| <b>Prix des billets en 2002–2003</b>                                   | 15 |
| <b>Évolution du prix des billets de spectacle</b>                      | 22 |
| <b>Conclusion partie analytique</b>                                    | 46 |
| <b>Interprétation</b>                                                  | 48 |
| <b>Pistes de solutions</b>                                             | 68 |
| <b>Conclusion</b>                                                      | 76 |
| <b>Annexes</b>                                                         | 79 |

## MISE EN CONTEXTE

Si je prends un pas de recul, je me considère comme profondément chanceux.

Chanceux d'avoir passé ma carrière dans le milieu culturel québécois. Chanceux d'avoir pu toucher à presque tout, du rôle de placier au stationnement jusqu'au stress des soirs de première, de la production de spectacles à la gestion de la billetterie, des discussions enflammées avec les artistes aux réalités très concrètes des états financiers. Ce parcours m'a permis de comprendre notre milieu de l'intérieur, avec ses élans, ses fragilités, ses tensions et surtout sa passion.

Aujourd'hui, je me retrouve dans une position un peu particulière. Celle de pouvoir prendre le temps de regarder ce même milieu avec un œil différent, plus statistique, plus analytique, presque scientifique. C'est un privilège que je ne prends pas à la légère. Je crois profondément à l'intuition. Notre industrie fonctionne beaucoup à l'instinct, à la connaissance fine des publics, à l'expérience accumulée au fil des saisons. Rien ne remplacera jamais cela. Mais je suis aussi convaincu que nos intuitions deviennent encore plus solides lorsqu'elles sont confortées par les chiffres. Quand les données viennent appuyer ce que l'on pressent, cela nous donne de la confiance. Et quand elles viennent nous surprendre, cela nous force à réfléchir autrement.

C'est dans cet esprit que cette étude a été réalisée. Nous vivons des moments complexes. Les ressources se font plus rares, les coûts augmentent, les attentes changent, les équilibres financiers sont de plus en plus délicats. Dans ce contexte, il serait facile de pointer du doigt, de créer des oppositions, d'entretenir les clivages naturels entre diffuseurs, producteurs et instances gouvernementales.

Ce n'est pas mon intention.

Au contraire, j'ai la conviction que nous devons travailler ensemble. Nous faisons partie d'un même écosystème. Lorsque l'un vacille, les autres en ressentent les effets. J'aimerais que cette étude contribue, modestement, à bâtir des ponts entre ces réalités parfois parallèles. Nous avons souvent l'impression d'évoluer dans trois solitudes distinctes. Pourtant, nous dépendons les uns des autres.

Le prix du billet est au cœur de cette dynamique. Il représente la principale source de revenus des arts vivants au Québec. Il est



*Mathieu Bergeron*

à la fois un indicateur économique, un outil d'accessibilité, un reflet des coûts et un signal envoyé au public. En analyser l'évolution sur une longue période permet de sortir des impressions ponctuelles et de ramener la discussion sur un terrain commun, celui des faits. Je ne vois pas cette étude comme une finalité, mais comme un point de départ. Une première étape vers une réflexion collective plus structurée. Si nous parvenons à mieux comprendre ensemble l'évolution des prix, nous pourrions peut-être, à terme, établir une logique plus cohérente, plus assumée, qui permettra à toute la chaîne de valeur de bénéficier des retombées, tout en préservant l'accessibilité pour les publics. Je tiens aussi à dire un mot aux diffuseurs clients de TUXEDO. Sans vous, cette étude n'existerait tout simplement pas. Les données que vous nous confiez rendent possible ce type d'analyse. Chez iCible, nous sommes pleinement conscients de la confiance que cela représente. Cette étude est une façon de vous redonner quelque chose, de partager un portrait d'ensemble de l'industrie que nous construisons collectivement. Enfin, je précise que cette démarche n'a été commandée par personne. Elle ne répond à aucun mandat, elle ne sert aucun intérêt particulier, elle ne propose aucune solution commerciale. Elle est née d'un désir sincère de mieux comprendre notre réalité et de la regarder avec calme, rigueur et bienveillance. Je vous la présente dans cet esprit.

Bonne lecture.

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

Mathieu Bergeron,

■ Rédaction décembre 2025 - mars 2026

Mots-clés: Prix des billets de spectacles, diffusion pluridisciplinaire, spectacle vivant, inflation, revenu médian des ménages

- **Contexte** : Entre 2003 et 2023, le prix des billets de spectacle au Québec a évolué dans un contexte marqué par l'inflation et la variation du revenu disponible des ménages. Au-delà de la variation nominale, la question centrale porte sur l'écart entre l'évolution observée des prix et une trajectoire théorique compatible avec la capacité de payer des spectateurs. L'analyse est réalisée globalement et par discipline artistique afin d'identifier d'éventuelles divergences sectorielles.
- **Méthodologie** : Pour l'année 2003, un échantillonnage a été réalisé à partir des brochures de programmation des diffuseurs disponibles. Les données sur l'inflation et l'évolution du revenu des ménages proviennent de Statistique Canada. Pour 2023, l'analyse repose sur environ 3 000 représentations issues de près de 70 diffuseurs, permettant de reconstituer une programmation type et d'estimer un prix moyen par discipline.
- **Résultats** : Les résultats montrent que, bien que les prix des billets aient augmenté entre 2003 et 2023, leur croissance est demeurée inférieure à celle du revenu des ménages et même à l'inflation cumulative. L'évolution observée des prix ne dépasse pas la trajectoire théorique fondée sur la capacité de payer des spectateurs. Cette tendance se retrouve dans plusieurs disciplines, malgré certaines variations sectorielles.
- **Conclusion** : Les prix des billets n'ont pas progressé au même rythme que le revenu des ménages ni que l'inflation cumulative, ce qui traduit une érosion relative de leur valeur réelle. Cette tendance, observée dans plusieurs disciplines, suggère un appauvrissement structurel du prix moyen des billets.

## INTRODUCTION

Depuis plus de vingt ans, le milieu du spectacle vivant professionnel au Québec évolue dans un contexte marqué par une impression persistante de fragilité financière. Toutes disciplines confondues, musique, théâtre, humour, danse, cirque et arts de la scène au sens large, les mêmes constats

reviennent d'une saison à l'autre : budgets contraints, marges de manœuvre limitées et incertitude constante entourant chaque nouvelle production.

Le soutien public demeure un pilier essentiel de cet écosystème. Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) et le ministère de la Culture et des Communications (MCC) jouent un rôle déterminant dans le maintien de la création

et de la diffusion professionnelles. Leur apport permet à un grand nombre d'œuvres d'exister et de circuler sur le territoire. Toutefois, malgré leur importance, ces soutiens ne suffisent plus à couvrir l'ensemble des besoins du milieu, une réalité largement reconnue par les artistes, les producteurs et les diffuseurs.

Dans ce contexte, une part croissante de l'équilibre financier du spectacle vivant repose sur la billetterie. C'est à ce niveau que se cristallisent de nombreuses tensions. Producteurs et diffuseurs sont régulièrement engagés dans des discussions complexes autour des cachets, du partage du risque financier et du prix des billets. Soucieux d'assurer la diffusion des œuvres, les producteurs proposent ou acceptent souvent des niveaux de prix sans qu'une analyse structurée de la capacité réelle de payer du public ne soit menée. Le prix est alors établi par comparaison avec des spectacles similaires, par référence à des pratiques passées, sur la base d'intuitions de marché, ou uniquement lié à l'entente financière entre les parties et non relativement au prix potentiellement acceptable pour le consommateur. Du point de vue des artistes, les arbitrages sont tout aussi compréhensibles. La visibilité, le remplissage des salles et la relation avec le public demeurent des priorités centrales. L'idée qu'un prix plus bas favorise mécaniquement l'achalandage, ou encore qu'un artiste « ne vaut pas » un certain niveau de prix, est largement répandue et continue d'influencer les décisions tarifaires, parfois au détriment d'une réflexion économique plus globale.

Le diffuseur se situe au cœur de cette équation. Il assume une part de risque financier en s'engageant sur des cachets d'une part, mais d'autre part, l'écart croissant entre l'augmentation des coûts de production et de diffusion et la progression plus modeste des revenus par billet exerce une pression constante sur l'ensemble de la chaîne. Cette pression se traduit par des saisons financièrement fragiles, des marges quasi inexistantes et une aversion accrue au risque dans la programmation.

Ces choix tarifaires reposent rarement sur des analyses longitudinales structurées. Ils s'appuient le plus souvent sur des perceptions, des craintes ou des lectures qualitatives du marché : réactions passées du public, seuils psychologiques, comparaison avec l'offre concurrente. En l'absence de repères chiffrés consolidés, la fixation du prix du billet demeure largement un exercice d'intuition, parfois comparé

à l'idée de « poser l'oreille sur le rail » pour deviner l'arrivée du train.

Depuis 2002-2003, le prix des billets de spectacle au Québec a certes augmenté, mais de manière relativement modérée lorsqu'on le met en relation avec l'évolution du revenu des ménages. Cette progression limitée pourrait avoir contribué à installer un déséquilibre structurel dans le modèle économique du secteur, sans pour autant générer d'amélioration notable en matière d'accessibilité ou de taux d'occupation des salles.

C'est dans ce contexte que s'inscrit la présente étude. Elle vise à analyser, sur la période de 2002-2003 à 2022-2023(\*), l'évolution du prix des billets de spectacle au Québec et à la mettre en relation avec celle du revenu médian des ménages, en portant une attention particulière au groupe des 45 à 54 ans, qui constitue un segment central du public payeur du spectacle vivant. L'analyse s'intéresse également au ratio entre ces deux variables, à son évolution dans le temps et à ses effets concrets sur la fréquentation, l'occupation des salles et les recettes de billetterie.

Au-delà du diagnostic, l'objectif est d'ouvrir un espace de réflexion. À partir des données analysées, le document cherche à identifier des marges de manœuvre réelles et à dégager des pistes d'ajustement qui tiennent compte à la fois de la capacité de payer du public, des réalités économiques des diffuseurs et des conditions de travail des artistes et des producteurs. Il ne s'agit pas de proposer des solutions uniformes ou immédiates, mais de fournir un cadre d'analyse fondé sur des faits, permettant d'aborder la question du prix du billet de manière plus structurée et collective. Les sections qui suivent examinent ces enjeux de façon progressive. Après la présentation du cadre méthodologique et l'analyse de l'évolution du revenu des ménages, l'étude mettra en relation ces données avec l'évolution théorique et observée des prix des billets, afin d'éclairer les mécanismes économiques qui structurent aujourd'hui l'équilibre du spectacle vivant au Québec.

(\*) L'étude couvre la période des saisons 2002-2003 à 2022-2023. Lorsque la dénomination « 2003-2023 » est utilisée dans le document, elle fait référence à ces saisons complètes et non aux années civiles

## CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Cette étude repose sur un ensemble de données provenant de sources publiques et privées, couvrant une période suffisamment longue pour permettre l'observation de tendances structurelles plutôt que de fluctuations ponctuelles. Les choix méthodologiques présentés dans cette section visent à assurer la cohérence des comparaisons dans le temps, la comparabilité des sources et la robustesse des indicateurs utilisés.

### Données sur le revenu des ménages

Les données relatives au revenu proviennent de Statistique Canada, à partir des tableaux portant sur le revenu des ménages québécois. L'analyse couvre la période allant de 2002 à 2023, soit la dernière année disponible pour le revenu médian.

Deux indicateurs sont mobilisés. Le premier correspond au revenu médian de l'ensemble des ménages québécois, toutes tranches d'âge confondues. Le second concerne spécifiquement les ménages dont la personne de référence est âgée de 45 à 54 ans. Ce groupe a été retenu parce qu'il correspond généralement à une période de stabilité professionnelle, à un niveau de revenu plus élevé que la moyenne et qu'il représente, de manière intuitive et documentée, une part importante du public payeur des spectacles professionnels.

Le recours au revenu médian, plutôt qu'au revenu moyen, constitue un choix méthodologique central. Il est reconnu que le public du spectacle vivant professionnel présente, en moyenne, un niveau de revenu supérieur à celui de la médiane de la population. Toutefois, le revenu médian offre plusieurs avantages analytiques. Il est moins sensible aux valeurs extrêmes situées au sommet de la distribution des revenus, il est calculé de manière homogène par Statistique Canada sur l'ensemble de la période étudiée et il fournit un repère stable pour l'analyse des évolutions dans le temps. Même si l'utilisation d'un revenu plus élevé réduirait mécaniquement le ratio entre le prix du billet et le revenu, elle ne modifierait ni la trajectoire observée ni les conclusions relatives à son évolution.

### Données sur les prix des billets

Les données relatives aux prix des billets ont été constituées à partir de deux sources distinctes correspondant aux deux périodes de référence de l'étude.

Pour l'année 2003, un échantillonnage a été réalisé à partir des archives de plusieurs salles de spectacles québécoises alors en activité. Les prix ont été relevés pour différentes catégories représentatives du spectacle vivant professionnel, soit l'humour de la relève, l'humour établi, la chanson de la relève, la chanson établie, le théâtre de création, le théâtre populaire et la danse. Pour chacune de ces catégories, un prix moyen a été calculé à partir des données disponibles.

Pour la période récente, les données couvrent l'ensemble des ventes de billets effectuées entre le 1er septembre 2022 et le 31 août 2023. Cette fenêtre temporelle a été retenue afin d'assurer une correspondance directe avec la saison 2002–2003 utilisée comme point de comparaison historique.

### Construction de l'échantillon de 2022–2023

À partir de l'ensemble des transactions observées pour la période 2022–2023, seuls les spectacles présentés par au moins cinq diffuseurs distincts ont été retenus. Pour chacun de ces spectacles, le prix régulier pratiqué par chaque diffuseur a été identifié, puis une moyenne de prix par spectacle a été calculée. Cette méthode permet d'obtenir un prix représentatif du positionnement tarifaire d'un spectacle sur l'ensemble du réseau de diffusion, plutôt qu'un prix ponctuel associé à un lieu particulier.

Ce travail a permis de constituer un corpus initial de 425 spectacles distincts présentés par 56 diffuseurs. À titre de comparaison, la base de référence utilisée pour la période 2002–2003 comptait 140 spectacles. Une comparaison directe entre ces deux ensembles aurait introduit un biais lié à la différence de périmètre d'observation.

Cette différence ne reflète pas une transformation structurelle de l'offre, mais plutôt l'élargissement de la couverture des données disponibles. Un diffuseur type ne programme qu'une fraction de l'ensemble des spectacles offerts sur le marché, généralement composée d'un noyau de propositions à forte notoriété, souvent associées à des niveaux de prix plus élevés, complété par un nombre plus restreint de productions émergentes ou spécialisées.

Les données de 2002–2003 reflétaient implicitement la programmation d'un nombre limité de diffuseurs, alors que celles de 2022–2023 agrègent les ventes d'un réseau beaucoup plus étendu. Cette couverture élargie modifie la structure apparente de la distribution des prix lorsqu'on considère l'ensemble des spectacles disponibles plutôt qu'une programmation type. Une comparaison directe des moyennes globales aurait ainsi davantage traduit une différence de périmètre qu'une évolution réelle du positionnement tarifaire.

Pour neutraliser cet effet, une programmation de référence a été reconstruite pour la période 2022–2023. Cet échantillon, composé de 143 spectacles, a été constitué de manière à reproduire aussi fidèlement que possible la structure observée en 2002–2003, tant du point de vue des catégories artistiques que de la répartition relative des niveaux de prix.

Les spectacles ont d'abord été regroupés par sous-catégorie selon la même nomenclature que celle utilisée pour l'analyse historique. À l'intérieur de chaque sous-catégorie, les prix ont été classés en déciles, de manière à situer chaque spectacle dans la distribution relative des prix, des plus bas aux plus élevés. Un sous-échantillon a ensuite été sélectionné afin de respecter, pour chaque catégorie, une structure comparable à celle observée en 2002–2003, tout en garantissant un minimum de dix spectacles par sous-catégorie afin d'assurer la stabilité des comparaisons.

Cette approche permet de comparer des structures de prix plutôt que des volumes bruts de spectacles. Elle isole l'évolution du positionnement tarifaire indépendamment des effets liés à l'élargissement du nombre de diffuseurs observés et à la diversification de l'offre.

### Calcul des ratios et portée de l'analyse

À partir des données ainsi constituées, des ratios ont été calculés entre le prix moyen des billets et le revenu médian des ménages québécois, tant pour l'ensemble de la population que pour la tranche d'âge des 45 à 54 ans. Ces ratios permettent de mesurer la part relative du revenu consacrée à l'achat d'un billet de spectacle et d'en suivre l'évolution sur plus de vingt ans. Ils ont également été convertis en nombre d'heures de travail nécessaires à l'achat d'un billet, afin de traduire l'effort financier en une unité directement interprétable.

L'étude ne vise pas à analyser les variations annuelles du prix des billets sur l'ensemble de la période. Les données intermédiaires n'ont donc pas été mobilisées, l'objectif étant de comparer des points de référence et d'identifier des tendances de fond plutôt que de documenter des fluctuations conjoncturelles. L'analyse porte ainsi sur l'évolution globale du positionnement des prix par rapport au revenu des ménages et sur les écarts structurels qui se sont installés au fil du temps.

Cette démarche permet de dégager une lecture stable des choix tarifaires qui ont façonné l'économie du spectacle vivant au Québec depuis le début des années 2000 et constitue le socle analytique des sections suivantes, consacrées à l'évolution du revenu, à l'inflation et, ultimement, à la trajectoire réelle des prix des billets.

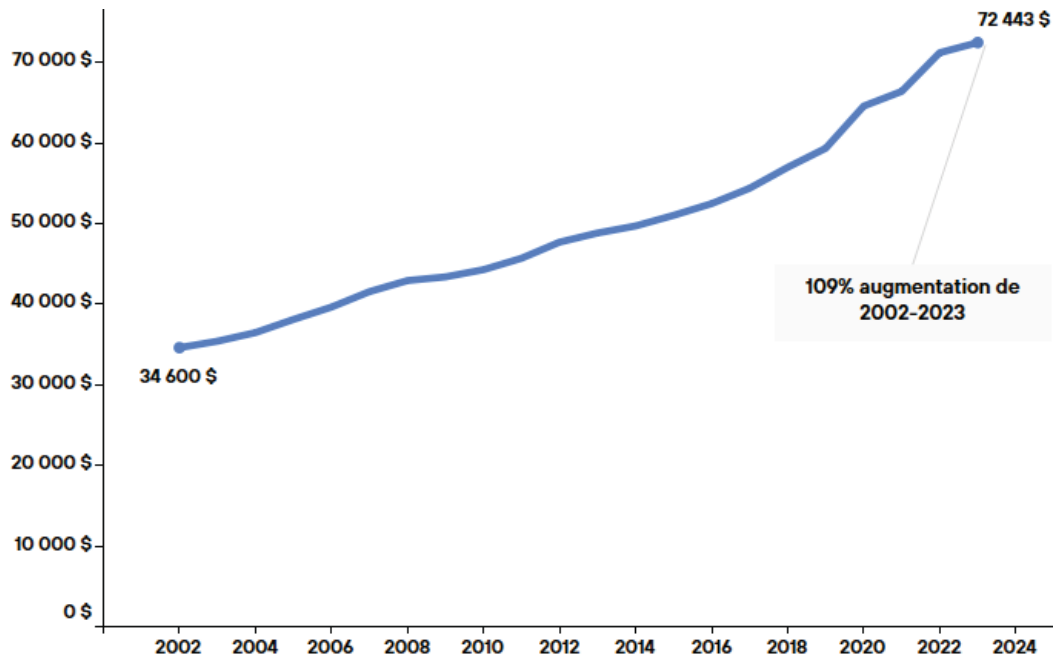
## ÉVOLUTION DU REVENU MÉDIAN DES MÉNAGES QUÉBÉCOIS DE 2002 À 2023

L'analyse de l'évolution du prix des billets de spectacle nécessite d'abord de situer la capacité financière des ménages québécois dans le temps. Les sections qui suivent présentent l'évolution du revenu total médian sur la période 2002–2023, tant pour l'ensemble de la population que pour certaines tranches d'âge clés, afin d'établir un point de référence solide pour l'examen ultérieur des prix.

Le Graphique 1 illustre l'évolution du revenu total médian de l'ensemble des ménages québécois, tous âges confondus, entre 2002 et 2023. La trajectoire observée montre une progression continue sur l'ensemble de la période, sans rupture marquée ni phase prolongée de stagnation. L'accélération associée à la période postérieure à la pandémie de COVID-19 est visible, avec une hausse plus prononcée entre 2020 et 2023.

En 2002, le revenu total médian s'établissait à 34 600 dollars. En 2023, il atteint 72 443 dollars, soit une augmentation de 109 pour cent en un peu plus de vingt ans. Cette croissance ne résulte pas d'un rattrapage ponctuel, mais s'inscrit dans une tendance de fond, dont le rythme s'est accentué au cours de la seconde moitié des années 2010.

Le choix du revenu médian, plutôt que du revenu moyen, est central dans cette analyse. Le revenu médian correspond au niveau qui partage la population en deux groupes de taille égale, la moitié des ménages disposant d'un revenu



Graphique 1. 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

inférieur et l'autre moitié d'un revenu supérieur. Contrairement au revenu moyen, il n'est pas influencé par les valeurs extrêmes situées au sommet de la distribution, notamment les très hauts revenus.

Dans un contexte de polarisation croissante des revenus, le recours à la moyenne tend à surestimer la capacité financière du ménage typique. Le revenu médian constitue, à l'inverse, un indicateur plus stable et plus représentatif de la situation économique de la majorité des ménages. Dans le cadre de la présente étude, l'objectif n'est pas d'évaluer la capacité maximale de consommation, mais de situer le prix du billet de spectacle par rapport à l'effort financier consenti par un spectateur représentatif. À ce titre, le revenu médian offre un repère plus pertinent pour mesurer l'évolution du pouvoir d'achat et pour comparer, dans le temps, la part relative du revenu consacrée à l'achat d'un billet.

Ce premier ensemble de résultats établit ainsi un point d'ancrage pour la suite de l'analyse. Il montre que, globalement, la capacité financière médiane des ménages québécois a plus que doublé depuis le début des années 2000. Cette évolution servira de base de comparaison pour l'examen,

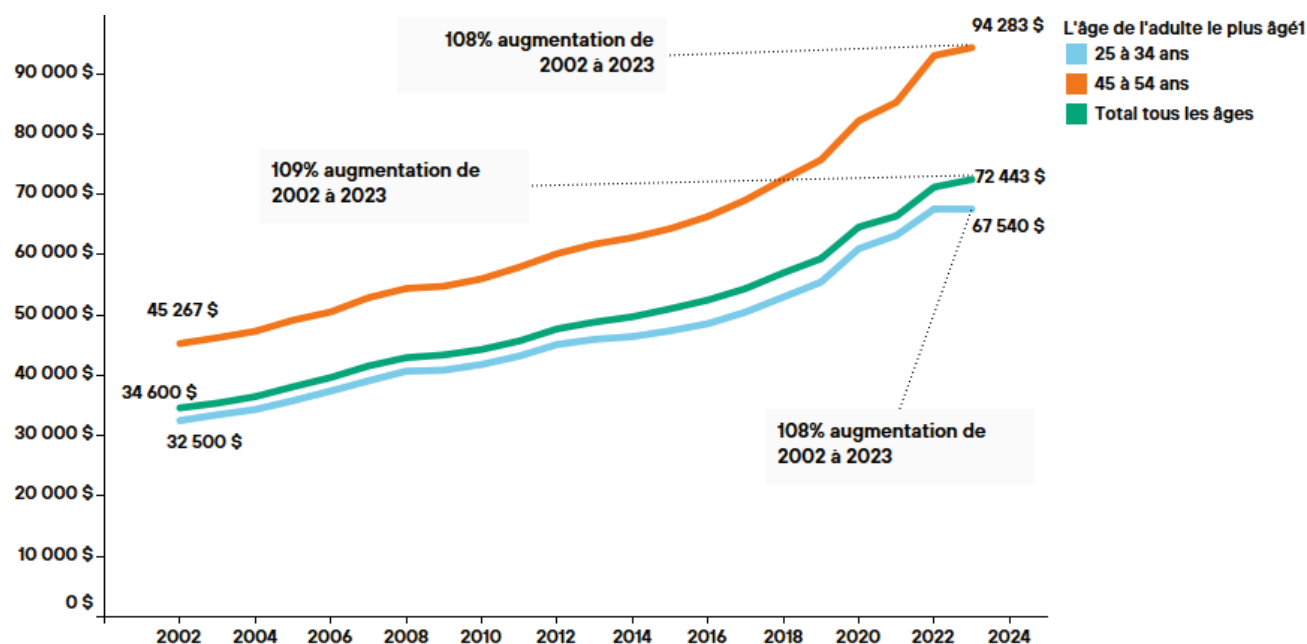
dans les sections suivantes, de l'évolution théorique et observée du prix des billets de spectacle, ainsi que du poids économique qu'ils représentent pour le public.

### Évolution du revenu médian selon l'âge

Le Graphique 2 compare l'évolution du revenu médian pour trois groupes de ménages, soit ceux dont la personne de référence est âgée de 25 à 34 ans, ceux de 45 à 54 ans et l'ensemble des ménages, tous âges confondus.

Sur l'ensemble de la période, les ménages âgés de 45 à 54 ans présentent un niveau de revenu médian systématiquement plus élevé que les deux autres groupes. En 2002, leur revenu médian s'établissait à 45 267 dollars, comparativement à 34 600 dollars pour l'ensemble des ménages et à 32 500 dollars pour les 25 à 34 ans. En 2023, ces valeurs atteignent respectivement 94 283 dollars, 72 443 dollars et 67 540 dollars.

En termes de progression, les trois courbes évoluent de manière très similaire. Les ménages de 45 à 54 ans enregistrent une augmentation de 108 pour cent sur la période, tout comme ceux de 25 à 34 ans. L'ensemble des ménages



Graphique 2. Évolution du revenu médian des ménages selon trois principales tranches d'âge, soit 25 à 34 ans, 45 à 54 ans, et tous les âges confondus 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

affiche une hausse très légèrement supérieure, à 109 pour cent.

Cette proximité des taux de croissance indique que la progression du revenu médian a été relativement homogène entre les groupes d'âge considérés. Le groupe des 45 à 54 ans ne se distingue donc pas par une croissance plus rapide que la moyenne, mais par un niveau de revenu absolu plus élevé, et ce de façon constante sur l'ensemble de la période. Le léger écart observé entre la croissance de l'ensemble des ménages et celle des deux tranches d'âge analysées suggère que d'autres groupes ont pu connaître une progression un peu plus marquée. Il est plausible que les ménages âgés de 55 ans et plus aient bénéficié d'une augmentation du revenu médian supérieure à la moyenne, dans un contexte démographique marqué par l'arrivée progressive des baby-boomers dans ces cohortes, généralement associées à une stabilité professionnelle accrue et à des niveaux de patrimoine plus élevés.

Bien que cette hypothèse ne soit pas centrale pour la suite de l'analyse, elle permet de situer le groupe des 45 ans et plus dans un continuum plus large. Elle suggère que le public qui fréquente majoritairement les salles de spectacles

professionnels a connu, au minimum, une progression du revenu comparable à celle observée chez les 45 à 54 ans, et possiblement supérieure lorsqu'on inclut les groupes plus âgés.

Pris ensemble, ces résultats mettent en évidence une hausse soutenue du revenu médian des ménages québécois depuis le début des années 2000, en particulier au sein des groupes d'âge qui composent le cœur du public du spectacle vivant professionnel. Toutefois, une augmentation du revenu nominal ne se traduit pas automatiquement par une amélioration équivalente du pouvoir d'achat réel. Pour apprécier la portée économique de cette progression, il est nécessaire de la mettre en perspective avec l'évolution du coût de la vie.

La section suivante, consacrée à l'inflation, analysera l'évolution de l'indice des prix à la consommation sur la même période afin d'évaluer dans quelle mesure la croissance observée des revenus correspond à un simple ajustement aux hausses de prix ou à un gain réel de capacité financière.

## INFLATION ET ÉVOLUTION DU REVENU MÉDIAN DE 2002 À 2023

Les constats établis dans la section précédente mettent en évidence une augmentation marquée du revenu médian des ménages québécois depuis le début des années 2000. Cette progression, observée en termes nominaux, ne permet toutefois pas à elle seule de conclure à une amélioration équivalente du pouvoir d'achat. La capacité financière réelle des ménages dépend étroitement de l'évolution simultanée du coût de la vie.

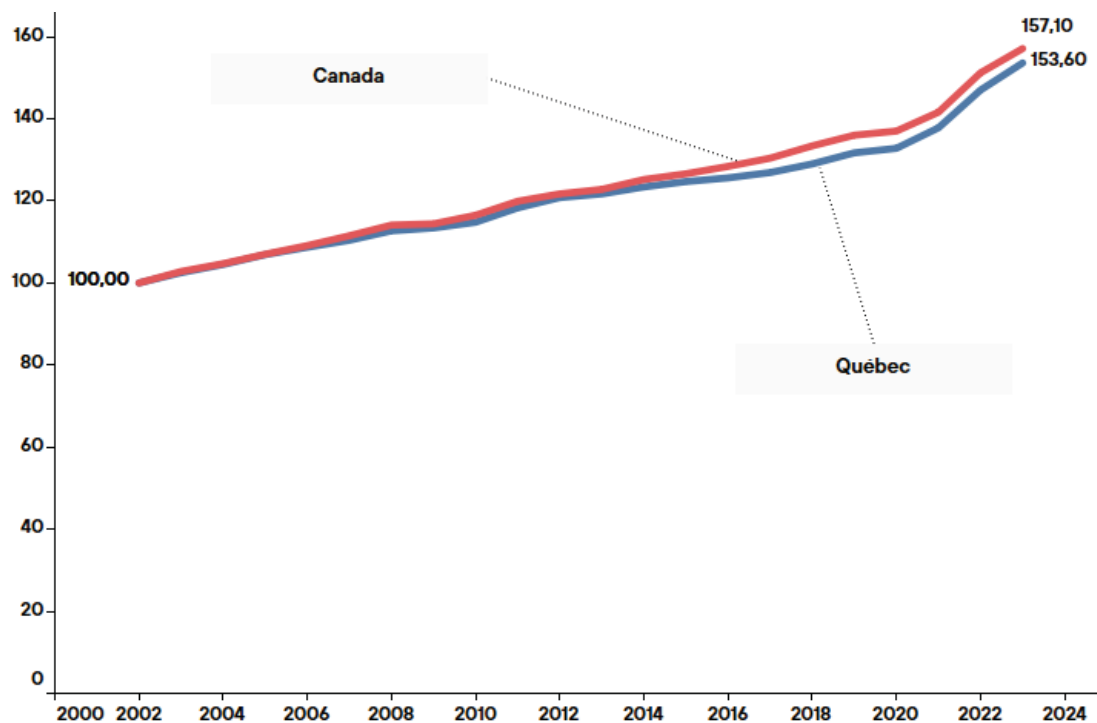
Afin d'évaluer dans quelle mesure la croissance des revenus s'est traduite par un gain réel de revenu disponible, il est nécessaire de replacer ces données dans le contexte plus large de l'inflation. La comparaison entre l'évolution du revenu médian et celle des prix à la consommation constitue ainsi une étape incontournable avant d'analyser, dans les sections suivantes, la trajectoire du prix des billets de spectacle. L'indice des prix à la consommation, ou IPC, mesure l'évolution moyenne des prix d'un panier représentatif de biens et de services consommés par les ménages. Il s'agit de l'indicateur de référence pour évaluer l'inflation et pour

comparer des valeurs monétaires dans le temps en tenant compte de la hausse générale des prix.

Ce panier inclut notamment les dépenses liées au logement, à l'alimentation, au transport, aux vêtements, aux soins de santé, aux services personnels, aux loisirs et à la culture, ainsi qu'à d'autres biens et services courants. Les pondérations attribuées à chacun de ces postes reflètent leur importance relative dans le budget moyen des ménages et sont ajustées périodiquement afin de demeurer représentatives des habitudes de consommation.

Dans le Graphique 3, l'année 2002 est utilisée comme année de référence, avec un indice fixé à 100. On observe qu'entre 2002 et 2023, l'IPC a progressé de façon soutenue, tant au Canada qu'au Québec. À l'échelle canadienne, l'indice passe de 100 à 157,10, ce qui correspond à une augmentation cumulative de 57,1 pour cent. Au Québec, il atteint 153,60 en 2023, soit une hausse de 53,6 pour cent sur la même période.

La trajectoire des deux courbes est très similaire. Le Québec affiche une inflation légèrement inférieure à la moyenne canadienne, mais l'écart demeure relativement modeste. Ces données fournissent un cadre de référence essentiel



Graphique 3. Évolution de l'indice des prix à la consommation Québec et Canada entre 2002 et 2023 (2002 = 100). Statistique Canada. Tableau 18-10-0005-01. Indice des prix à la consommation, moyenne annuelle, non désaisonnalisé.

pour interpréter l'évolution du revenu médian, en distinguant ce qui relève d'un simple ajustement à la hausse des prix et ce qui correspond à un gain réel de pouvoir d'achat

### Revenu médian observé et revenu médian ajusté à l'inflation.

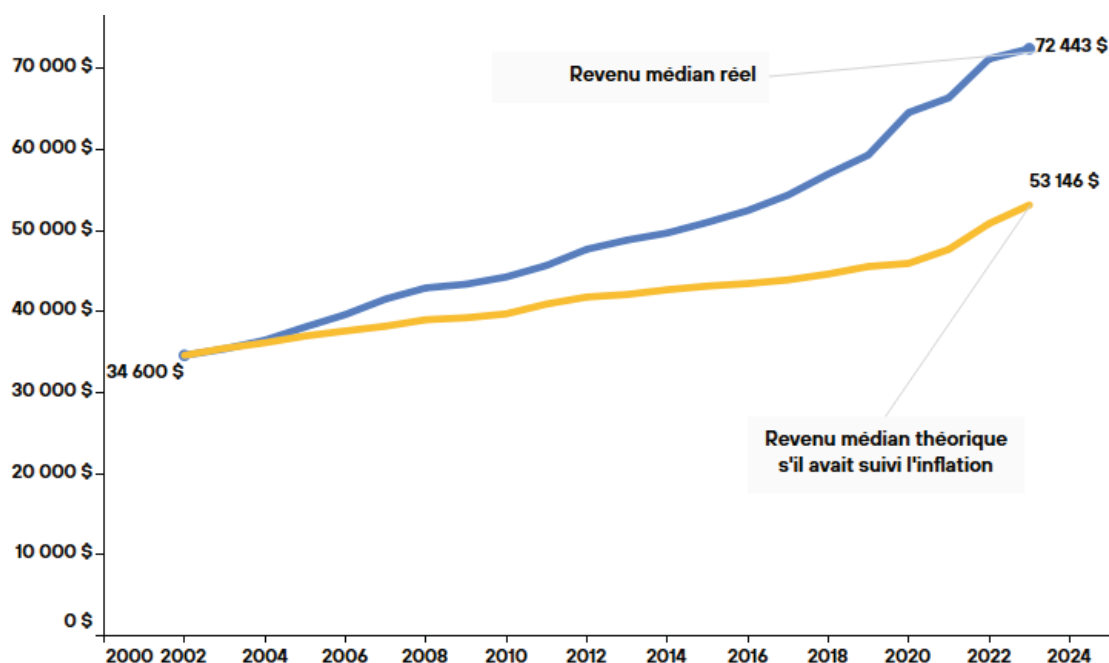
Le Graphique 4 met en relation l'évolution du revenu médian observé et celle du revenu médian théorique qui aurait résulté d'un simple ajustement à l'inflation. Le revenu médian de 2002, soit 34 600 dollars, est projeté jusqu'en 2023 en appliquant strictement la progression de l'IPC du Québec.

Selon ce calcul, un revenu médian qui aurait uniquement suivi l'inflation aurait dû atteindre 53 146 dollars en 2023, soit 34 600 dollars multipliés par un facteur de 1,536. Cette valeur correspond au seuil à partir duquel le pouvoir d'achat des ménages aurait été maintenu, sans gain ni perte réelle. Or, le revenu médian observé en 2023 s'élève à 72 443 dollars. L'écart entre le revenu réel et le revenu théorique ajusté à l'inflation atteint ainsi près de 20 000 dollars. Cela signifie que, sur la période 2002–2023, le revenu médian

des ménages québécois a progressé bien au-delà de ce qui aurait été nécessaire pour simplement absorber la hausse des prix.

Contrairement à certaines perceptions, l'augmentation du coût de la vie n'a donc pas annulé les gains de revenu observés au cours des vingt dernières années. Les données montrent au contraire une création de richesse réelle, mesurée par un pouvoir d'achat supérieur à celui de 2002, même après prise en compte de l'inflation.

Il importe toutefois de souligner un décalage perceptif important entre ces deux dynamiques. L'augmentation des prix est quotidienne, concrète, visible : le litre de lait à l'épicerie, le plein d'essence, le panier d'aliments. Chaque passage à la caisse rappelle l'inflation. À l'inverse, la progression du revenu est beaucoup plus diffuse. Elle se matérialise principalement une fois l'an, lors d'une révision salariale ou d'un changement d'emploi, puis se dissout rapidement dans la routine budgétaire. On ne « voit » pas son salaire augmenter à chaque transaction, alors qu'on voit chaque hausse de prix. Cette asymétrie cognitive nourrit l'impression d'un



Graphique 4. Évolution théorique du revenu médian des ménages de 2002 à 2023 s'il avait suivi l'inflation en relation avec son évolution réelle.

appauvrissement continu, même dans un contexte où, statistiquement, le pouvoir d'achat réel s'est amélioré.

Ce constat constitue un point d'ancrage central pour la suite de l'analyse. Il établit que la progression du revenu médian ne s'explique pas uniquement par la hausse des prix, mais qu'elle reflète une amélioration tangible de la capacité financière des ménages. Cette réalité est déterminante pour évaluer, dans les sections ultérieures, l'évolution du prix des billets de spectacle et la part relative qu'ils occupent aujourd'hui dans le budget des ménages.

### Revenu médian ajusté à l'inflation par tranche d'âge

Après avoir comparé l'évolution du revenu médian global à celle de l'inflation, la même démarche est appliquée aux différentes tranches d'âge afin de vérifier si le gain de pouvoir d'achat observé à l'échelle de l'ensemble des ménages se retrouve également chez les groupes qui composent le public du spectacle vivant.

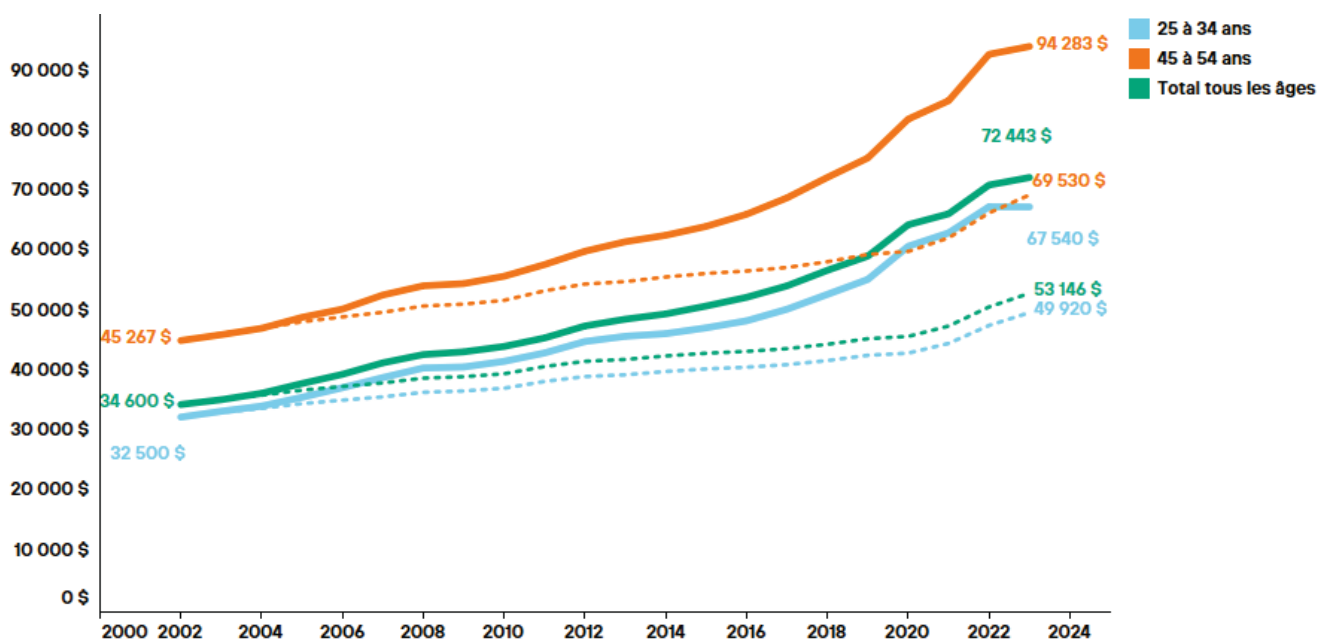
Pour les ménages âgés de 45 à 54 ans, le Graphique 5 démontre que le revenu médian passe de 45 267 dollars en 2002 à 94 283 dollars en 2023. S'il avait uniquement suivi l'IPC, il aurait atteint environ 69 530 dollars. L'écart réel est donc de près de 24 700 dollars, ce qui représente le gain

de pouvoir d'achat le plus élevé en valeur absolue parmi les catégories analysées.

Chez les ménages âgés de 25 à 34 ans, le revenu médian passe de 32 500 dollars à 67 540 dollars. En suivant strictement l'inflation, il aurait atteint environ 49 920 dollars. L'écart réel s'établit ainsi à près de 17 600 dollars. En proportion du revenu de départ, la progression est du même ordre que celle observée chez les 45 à 54 ans, soit environ 108 pour cent.

Pour l'ensemble des ménages, tous âges confondus, le revenu médian passe de 34 600 dollars à 72 443 dollars sur la période, alors qu'un simple ajustement à l'inflation l'aurait porté à environ 53 146 dollars. L'écart réel confirme, là encore, une augmentation substantielle du pouvoir d'achat. Pris ensemble, ces résultats montrent que toutes les tranches d'âge analysées ont connu une progression réelle de leur capacité financière depuis 2002. Les ménages de 45 à 54 ans se distinguent par l'ampleur du gain en dollars absolus, tandis que les autres groupes affichent des hausses comparables en proportion de leur revenu initial.

Il est par ailleurs plausible que les ménages âgés de 55 ans et plus aient également connu une amélioration réelle de leur pouvoir d'achat. Bien que cette tranche ne soit pas détaillée dans le graphique, le contexte démographique



Graphique 5. Évolution théorique du revenu médian des ménages de 2002 à 2023 s'il avait suivi l'inflation en relation avec son évolution réelle. Par tranche d'âge.

de la période étudiée, marqué par l'arrivée progressive des baby-boomers dans ces cohortes, généralement associées à une stabilité professionnelle et patrimoniale accrue, laisse présumer une progression du revenu médian au moins équivalente, voire supérieure, à la moyenne.

Ces constats confirment que l'évolution du revenu des ménages ne peut être interprétée uniquement comme une réponse mécanique à la hausse du coût de la vie. Ils mettent en évidence une création de richesse réelle au sein des groupes qui constituent le cœur du public payeur du spectacle vivant.

### Temps de travail et évolution du salaire horaire médian

Avant d'aborder directement l'évolution du prix des billets, il est pertinent d'introduire un indicateur complémentaire au revenu annuel, soit le temps de travail. Cette approche permet d'exprimer l'accès à un bien culturel non seulement en dollars, mais aussi en effort de travail requis.

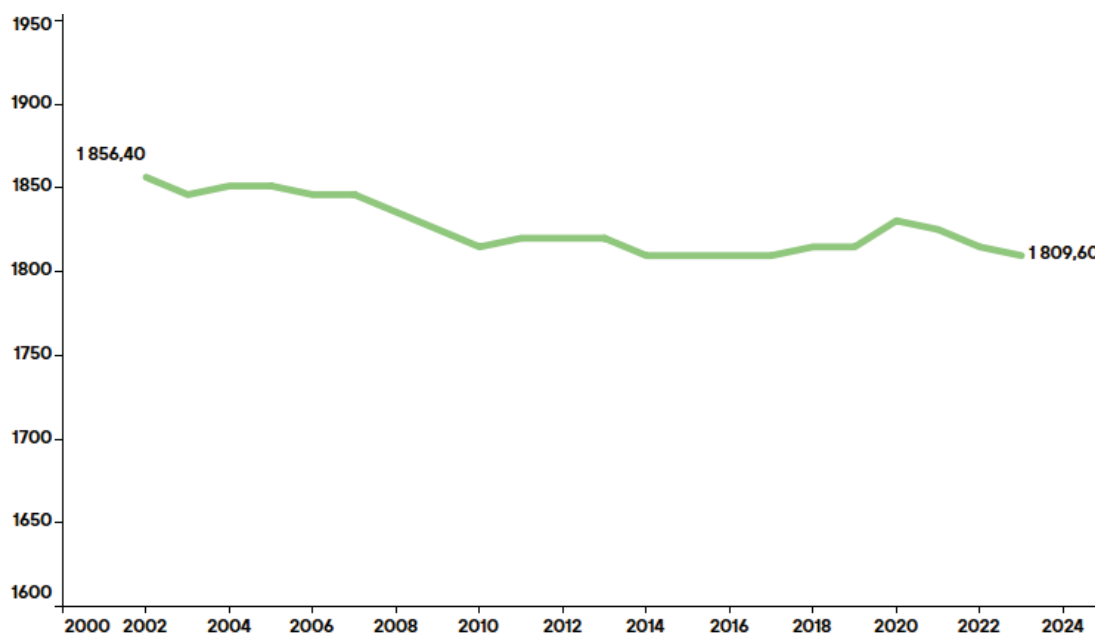
Le Graphique 6 présente l'évolution du nombre moyen d'heures annuelles travaillées par travailleur au Québec entre 2002 et 2023. En 2002, ce nombre s'établissait à 1 856,4 heures. En 2023, il est d'environ 1 809,6 heures, soit une diminution d'un peu plus de 45 heures par année.

Cette évolution est importante, car une hausse du revenu annuel combinée à une baisse du nombre d'heures travaillées se traduit mécaniquement par une augmentation plus rapide du revenu horaire.

### Estimation du salaire horaire médian

Le salaire horaire médian n'étant pas disponible sous une forme directement comparable sur l'ensemble de la période étudiée, une estimation a été construite à partir du revenu médian des ménages, du nombre d'heures travaillées et de la composition des ménages.

Le revenu médian a été rapporté au nombre total d'heures travaillées, en tenant compte du nombre de personnes réputées actives dans chaque type de ménage. À titre d'illustration, un ménage en couple est associé à deux travailleurs,



Graphique 6. Évolution du nombre d'heures habituellement travaillées. 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). NB. L'axe du nombre d'heures ne débute pas à zéro pour fin d'ade à la visualisation.

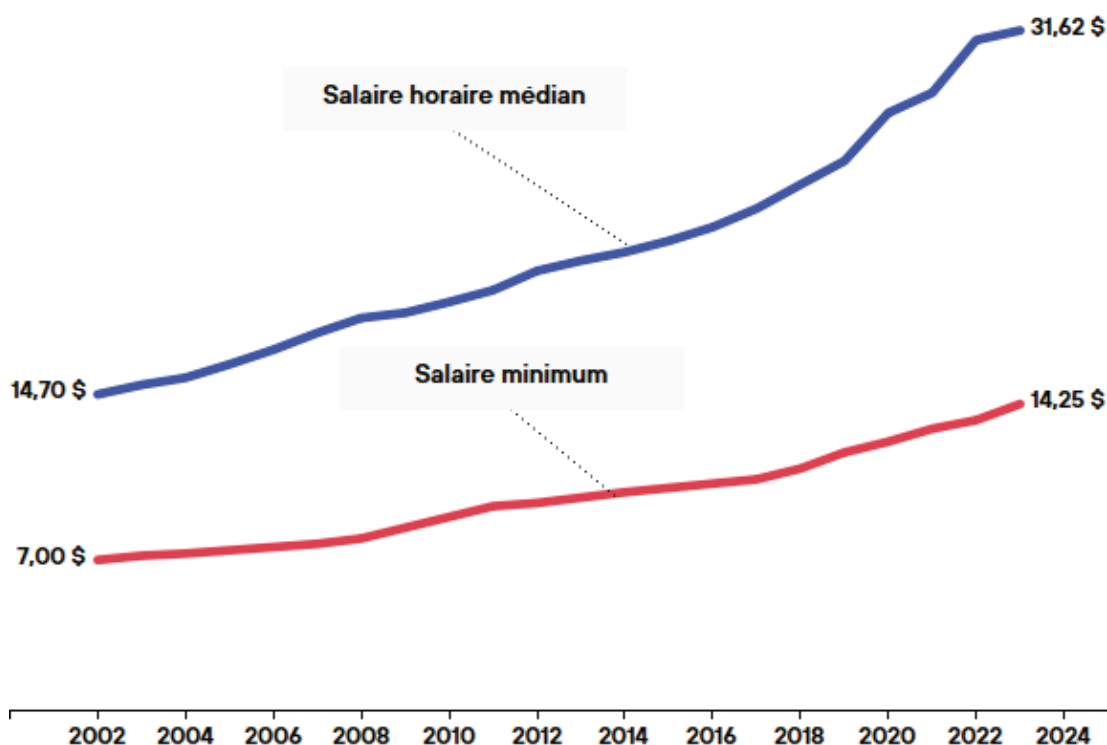
tandis qu'un ménage monoparental est associé à un seul travailleur. Cette méthode fournit une approximation cohérente du salaire horaire médian, compatible avec les autres indicateurs mobilisés dans l'étude.

Selon cette méthode, le salaire horaire médian estimé passe de 14,70 dollars en 2002 à 31,62 dollars en 2023. Cela représente une augmentation d'environ 115 pour cent sur la période étudiée. Cette croissance est supérieure à celle observée pour le revenu annuel médian, précisément parce qu'elle intègre la diminution du nombre d'heures travaillées. À des fins de comparaison, le Graphique 7 inclut également l'évolution du salaire minimum québécois. Celui-ci est passé de 7,00 dollars de l'heure en 2002 à 14,25 dollars de l'heure en 2023. Bien que le salaire minimum ait doublé sur la période, l'écart entre le salaire minimum et le salaire horaire médian s'est légèrement creusé.

En 2002, le salaire minimum représentait environ 47,6 pour cent du salaire horaire médian estimé. En 2023, cette proportion s'établit à environ 45,1 pour cent. Cette évolution indique que, malgré les hausses successives du salaire minimum, le revenu horaire médian a progressé plus rapidement.

Il convient toutefois de souligner que le public qui fréquente majoritairement les salles de spectacles professionnels ne se situe généralement pas au salaire minimum. Cette réalité introduit un biais favorable à l'industrie dans l'analyse, dans la mesure où l'effort horaire requis pour se payer un billet de spectacle est, pour une grande partie du public, inférieur à celui qu'impliquerait un salaire minimum.

La mise en relation du prix des billets avec le salaire horaire médian permet ainsi de compléter l'analyse fondée sur le revenu annuel. Elle ouvre la voie à une lecture du prix du billet en nombre d'heures de travail, qui sera présentée dans la section suivante afin d'examiner si l'effort demandé au spectateur s'est accru, maintenu ou réduit depuis le début des années 2000.



Graphique 7. Évolution du salaire horaire médian estimé et du salaire minimum de 2002 à 2023. Source pour le salaire minimum (statistique.quebec.ca/fr/produit/tableau/2854).

## PRIX DES BILLETS EN 2002–2003

### Constitution de l'échantillon et logique de classification

Cette section présente la manière dont les prix de billets pour la saison 2002–2003 ont été reconstitués et structurés afin d'établir un point de comparaison solide avec la période récente. La démarche vise à capter une représentation crédible des prix réellement payés par le public dans un contexte de diffusion pluridisciplinaire, plutôt qu'à dresser un inventaire exhaustif de l'ensemble des spectacles présentés à l'époque. Les choix méthodologiques généraux ayant guidé cette reconstitution sont décrits à la section Cadre Méthodologique aux pages 6 et 7.

Les prix retenus correspondent au montant final payé par le spectateur, incluant les taxes et les frais de service. Ce choix est cohérent avec l'objectif de l'étude, qui consiste à mesurer l'effort financier réellement exigé du public pour accéder à un spectacle, indépendamment de la répartition interne de ces montants entre les différents acteurs de la chaîne.

### Catégorisation des spectacles

Chaque spectacle de l'échantillon a été classé selon une grille plus détaillée que les grandes catégories habituellement utilisées. Au-delà des regroupements génériques comme théâtre, musique, humour ou danse, une distinction a été introduite entre la relève et les artistes établis, notamment en chanson et en humour. Cette granularité permet d'identifier plus précisément les points d'entrée tarifaires offerts au public au début des années 2000, en particulier pour les artistes émergents.

Les catégories retenues pour 2002–2003 sont les suivantes :

- ▶ Humour relève
- ▶ Humour établi
- ▶ Chanson relève
- ▶ Chanson établie
- ▶ Théâtre populaire
- ▶ Théâtre de création
- ▶ Danse
- ▶ Musique

### Précisions terminologiques

Les termes relève, création, établi et populaire sont utilisés ici dans une optique descriptive. L'analyse des données de

programmation et de tarification indique que ces catégories correspondent, dans la pratique, à des positionnements distincts associés à des structures de prix systématiquement différentes. Leur usage ne vise pas à établir une hiérarchie de valeur artistique, mais à refléter des régularités observables dans les mécanismes de mise en marché et de formation des prix.

Exemples de spectacles inclus par catégorie (2002–2003).

#### HUMOUR RELÈVE

|                     |          |
|---------------------|----------|
| Patrick Groulx      | 25,75 \$ |
| Martin Matte        | 29,75 \$ |
| Louis-José Houde    | 31,75 \$ |
| Les Grandes Gueules | 30,75 \$ |

Les prix d'entrée de cette catégorie sont situés entre 18 \$ et 32 \$, correspondant à des artistes en début de carrière ou en phase de consolidation.

#### HUMOUR ÉTABLI

|                  |          |
|------------------|----------|
| Lise Dion        | 36,75 \$ |
| Daniel Lemire    | 33,75 \$ |
| Claudine Mercier | 35,00 \$ |

Dans cette catégorie, les prix sont plus élevés et reflètent une notoriété déjà bien établie, avec des billets fréquemment situés au-delà de 30 \$.

#### CHANSON RELÈVE

|                  |          |
|------------------|----------|
| Mes Aïeux        | 20,75 \$ |
| Les Respectables | 23,75 \$ |
| Natasha St-Pier  | 29,75 \$ |
| Bia              | 23,75 \$ |

Les prix observés en chanson relève se situent généralement sous ceux des artistes établis, souvent entre 20 \$ et 26 \$.

#### CHANSON ÉTABLIE

|                               |          |
|-------------------------------|----------|
| Gilles Vigneault              | 29,75 \$ |
| Claude Léveillé               | 29,75 \$ |
| Yves Duteil en spectacle      | 35,75 \$ |
| Bruno Pelletier               | 39,75 \$ |
| Alain Morisod et Sweet People | 29,75 \$ |
| Diane Dufresne                | 44,75 \$ |

Cette catégorie présente une amplitude de prix plus large, avec des billets pouvant dépasser 40 \$ pour certains artistes majeurs.

#### THÉÂTRE POPULAIRE

Si c'est pas toi, c'est moi! 28,75 \$

Les Belles-Soeurs 34,75 \$

Ladies' Night 41,75 \$

Le théâtre populaire se caractérise par des prix comparables à ceux des artistes établis en humour ou en chanson, avec des niveaux tarifaires souvent situés dans le haut de la distribution.

#### THÉÂTRE DE CRÉATION

La bible 25,75 \$

Cheech 29,75 \$

La dernière bande 21,75 \$

Les prix en théâtre de création tendent à être légèrement inférieurs à ceux du théâtre populaire, ce qui reflète souvent des formats plus expérimentaux ou des publics plus ciblés.

#### DANSE

Lumière espace temps BJM 26,75 \$

Chantier, Collectif Zeugma 21,75 \$

Luna, O Vertigo danse 29,75 \$

Les spectacles de danse se situent généralement dans une fourchette intermédiaire, avec des prix relativement homogènes..

#### MUSIQUE

Les grandes musiques de Michel Cusson 30,75 \$

Violons du monde, Angèle Duveau et la Pièta 30,75 \$

Volée de castor 19,75 \$

La catégorie musique couvre une diversité de formats, ce qui se reflète dans une dispersion plus large des prix

### Calcul du prix moyen de référence pour 2002–2003

À partir de cet ensemble de données, un prix moyen global pour la saison 2002–2003 a été établi à l'aide d'une moyenne réduite de 90 pour cent. Cette approche consiste à exclure les valeurs extrêmes afin de limiter l'influence de prix atypiquement bas ou élevés sur le résultat final.

Concrètement, les 5 pour cent de prix les plus bas et les 5 pour cent de prix les plus élevés ont été retirés du calcul. Le prix moyen a ensuite été calculé à partir des 90 pour cent de valeurs centrales restantes. Cette méthode vise à obtenir un indicateur représentatif du niveau de prix généralement observé, tout en conservant la diversité des spectacles inclus dans l'échantillon.

Chaque spectacle retenu dans ce calcul a été pondéré de manière égale, indépendamment du nombre de représentations ou du volume de billets vendus. Ce choix vise à établir un prix de référence culturel, plutôt qu'un prix moyen de marché pondéré par l'achalandage.

Compte tenu de l'homogénéité des prix observée entre diffuseurs au début des années 2000, généralement à un ou deux dollars près, une collecte exhaustive couvrant l'ensemble des diffuseurs de l'époque n'aurait vraisemblablement pas modifié de façon significative les résultats obtenus. Sur la base de cette moyenne réduite, le prix moyen d'un billet, toutes catégories confondues, s'établit à 29,03 \$ en 2002, le prix inclut les taxes et les frais de services de l'époque, donc le montant réellement déboursé par le spectateur

### Prix moyen par catégorie de spectacles en 2002–2003

Après avoir établi le cadre méthodologique et présenté la constitution de l'échantillon, il est possible d'examiner plus finement le niveau des prix de billets observés en 2002–2003 selon les catégories de spectacles identifiées.

Le Graphique 9 présente le prix moyen par catégorie pour la saison de référence. Pour chacune des catégories, le prix moyen a été calculé à partir d'une moyenne arithmétique simple de l'ensemble des billets constituant la catégorie. Une moyenne réduite de 90 pour cent a également été calculée afin de tester l'influence des valeurs extrêmes. Toutefois, compte tenu de l'homogénéité des prix observée à l'intérieur de chacune des catégories, l'exclusion des



Graphique 8. Prix moyen par billet en 2002-2003 calculé en fonction de l'échantillonnage issue des programmations

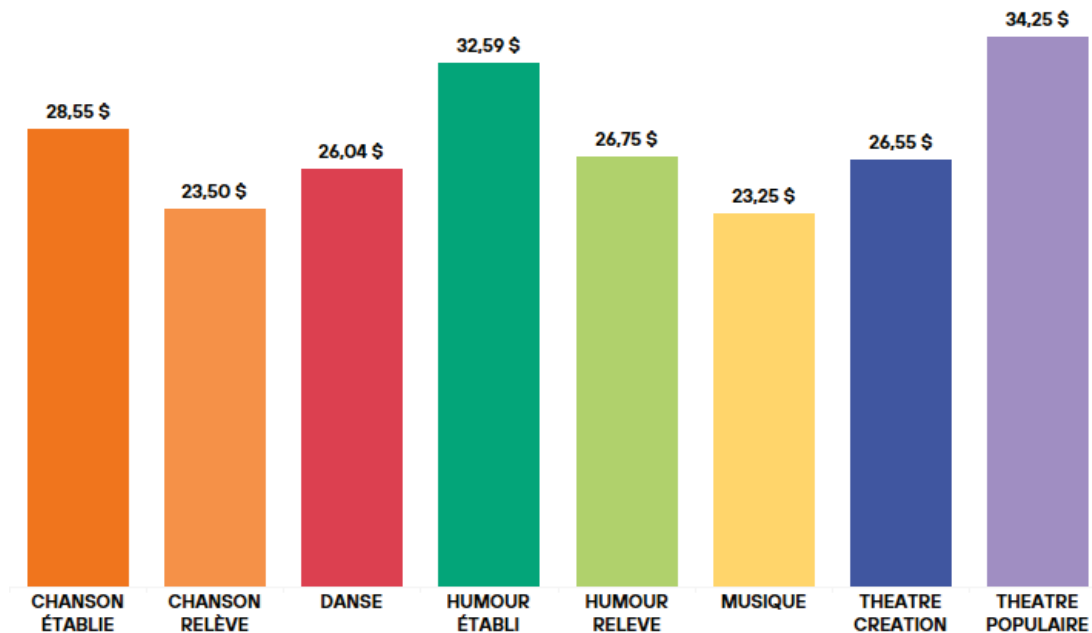
valeurs les plus basses et les plus élevées n'a pas modifié de manière significative les résultats. Dans un souci de lisibilité et de simplicité, la moyenne arithmétique simple a donc été retenue pour l'analyse.

La lecture du graphique montre que les prix moyens par catégorie se situent dans une fourchette relativement resserrée. Le prix le plus bas est observé dans la catégorie musique, à 23,25 dollars par billet, tandis que le prix le plus élevé correspond au théâtre populaire, à 34,25 dollars. L'écart maximal entre les catégories s'établit donc à environ 11 dollars.

L'analyse des catégories plus finement détaillées permet d'observer des écarts structurants entre certains segments du marché. En chanson, le prix moyen d'un billet pour un artiste de la relève s'établit à 23,50 dollars, contre 28,55 dollars pour un artiste établi, soit un écart d'environ 5,05 dollars. En humour, la différence est légèrement plus marquée : le prix moyen passe de 26,75 dollars pour la relève à 32,59 dollars pour les artistes établis, ce qui représente un écart d'environ 5,84 dollars.

Du côté du théâtre, l'écart entre les deux sous-catégories est plus important. Le théâtre de création affiche un prix moyen de 26,55 dollars, alors que le théâtre populaire atteint 34,25 dollars, soit une différence d'environ 7,70 dollars. Cette distinction reflète des réalités de production, de diffusion et de positionnement auprès du public qui étaient déjà bien établies à l'époque.

Pris ensemble, ces résultats montrent que le marché de 2002–2003 reposait sur une hiérarchisation tarifaire



Graphique 9. Prix moyen par catégorie de spectacles, calculé en fonction de l'échantillonnage issu des programmations de 2002-2003.

relativement claire, tant entre les disciplines qu'à l'intérieur de certaines d'entre elles. Les écarts de prix entre la relève et les artistes établis, ou entre les formes plus populaires et plus expérimentales, demeuraient toutefois contenus, sans rupture majeure.

Il est important de rappeler que les prix présentés ici correspondent à des montants nominaux, tels que payés par les spectateurs en 2002-2003. Ils constituent la base de référence à partir de laquelle seront effectuées les comparaisons avec les périodes ultérieures. Bien que toute agrégation comporte nécessairement certains biais liés aux choix d'échantillonnage et aux spectacles retenus, l'homogénéité des programmations et des stratégies tarifaires observée à l'époque limite fortement le risque de distorsion.

### Nombre d'heures de travail nécessaires pour acheter un billet de spectacle en 2002

À partir des prix moyens des billets établis pour la saison 2002-2003 et du salaire horaire médian estimé précédemment, il est possible de traduire le prix d'un billet de spectacle en effort de travail. Cette approche permet de mesurer

l'accessibilité des spectacles non plus seulement en dollars, mais en nombre d'heures de travail nécessaires pour y accéder.

Le Graphique 11 présente le nombre moyen d'heures de travail requis en 2002 pour acheter un billet de spectacle moyen, selon deux repères salariaux : le salaire médian et le salaire minimum

En 2002, le prix moyen d'un billet de spectacle nécessitait environ 119 minutes (1h59) de travail rémunéré au salaire médian. À l'inverse, pour un travailleur rémunéré au salaire minimum, l'achat du même billet représentait un effort de 249 minutes (4h09) de travail.

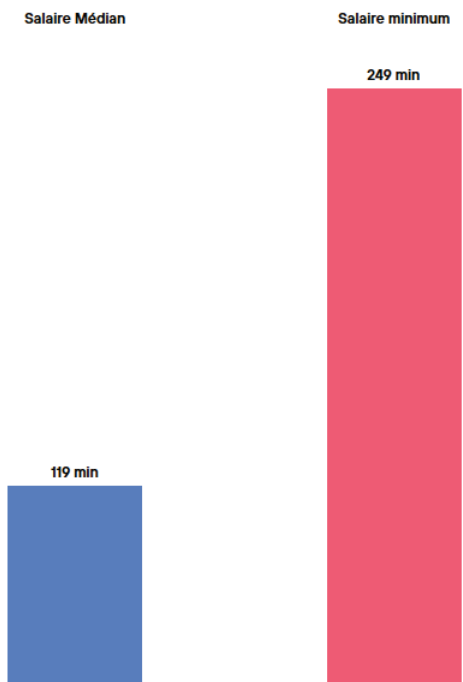
Ce premier résultat met en évidence un écart important dans l'accessibilité selon le niveau de revenu. Le billet de spectacle constituait une dépense équivalente à près de deux heures de travail pour un salarié médian, mais à plus de quatre heures de travail pour une personne rémunérée au salaire minimum. Autrement dit, pour cette dernière, l'effort requis était plus du double de celui observé au salaire médian.

Le Graphique 10 approfondit cette lecture en ventilant le nombre d’heures nécessaires par catégorie de spectacle, toujours pour l’année 2002, et selon les deux mêmes repères salariaux.

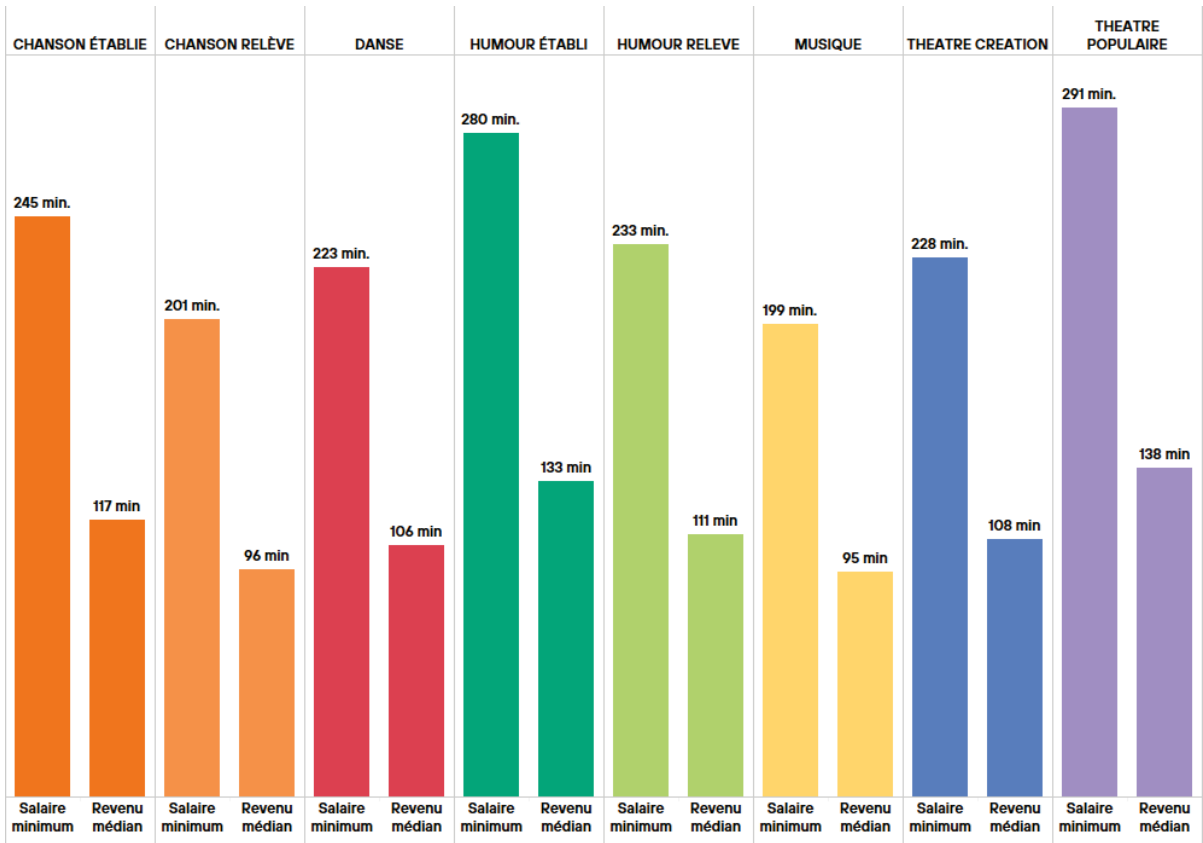
L’analyse par catégorie montre que, pour un travailleur rémunéré au salaire médian, le nombre d’heures requises variait de 1,6 heure à 2,3 heures selon le type de spectacle. Les billets les plus accessibles se retrouvaient dans les catégories musique et chanson relève, tandis que les billets les plus exigeants en termes d’effort horaire correspondaient au théâtre populaire et à l’humour établi.

Du côté du salaire minimum, l’écart est encore plus marqué. Le nombre d’heures nécessaires s’étend de 3,4 heures à 4,8 heures selon la catégorie. À titre d’exemple, l’achat d’un billet de chanson établie représentait environ 1,9 heure de travail au salaire médian, tandis que l’achat d’un billet de théâtre populaire exigeait près de 4,8 heures de travail au salaire minimum.

Pris ensemble, ces résultats fournissent un point de référence essentiel pour la suite de l’analyse. Ils permettent de



Graphique 11. Nombre de minutes de travail nécessaires au salaire médian et au salaire minimum pour acheter un billet de spectacle en 2002.



Graphique 10. Nombre de minutes de travail nécessaires au salaire médian et au salaire minimum pour acheter un billet de spectacle en 2002 ventilées par discipline.

situer le prix des billets de spectacle en 2002 dans un cadre concret et intelligible, en le reliant directement au temps de travail requis pour y accéder. Cette base servira de comparaison directe avec la situation observée plus de vingt ans plus tard, afin de déterminer si l'effort demandé au spectateur s'est accru, maintenu ou réduit au fil du temps.

### Synthèse des constats – Situation de référence de 2002 à 2023

Les sections précédentes ont permis d'établir un cadre économique complet autour du prix des billets de spectacle au Québec. Avant d'aborder l'analyse prospective et les scénarios d'évolution du prix des billets, il est utile de regrouper les principaux constats dégagés jusqu'à présent.

Cette synthèse vise à offrir une lecture transversale des données analysées, en mettant en relation l'évolution du revenu, de l'inflation, du temps de travail et du prix des billets, afin de clarifier les points d'ancrage de l'analyse qui suit.

#### Faits saillants dégagés jusqu'à maintenant

- ▶ Le revenu médian des ménages québécois a plus que doublé entre 2002 et 2023, avec une hausse de 109 %, soit une progression nettement supérieure à celle de l'inflation.
- ▶ L'inflation cumulée sur la période (53,6 % au Québec) n'explique pas à elle seule la hausse du revenu. Une création de richesse réelle est observée, mesurée par un écart d'environ 19 300 \$ entre le revenu médian réel et le revenu médian ajusté strictement à l'IPC.
- ▶ Le temps de travail annuel moyen a diminué, ce qui amplifie la hausse du revenu horaire. Cette dynamique se traduit par une augmentation du salaire horaire médian estimé de 115 % sur la période.
- ▶ En 2002, le prix moyen d'un billet de spectacle se situait dans une fourchette relativement resserrée selon les catégories, allant d'environ 23 \$ à 34 \$, avec des écarts maîtrisés entre la relève et les artistes établis.
- ▶ Exprimé en effort de travail, le billet de spectacle représentait en 2002 :
  - ▶ environ 2 heures de travail pour un salarié au salaire médian
  - ▶ plus de 4 heures de travail pour un salarié au salaire minimum
  - ▶ Selon les catégories, l'effort requis en 2002 variait :

- ▶ de 1,6 h à 2,3 h au salaire médian
- ▶ de 3,4 h à 4,8 h au salaire minimum

#### Portée de cette synthèse

Cette section établit les repères économiques nécessaires pour aborder l'analyse prospective. Elle montre que :

- ▶ la capacité financière des ménages s'est accrue plus rapidement que le coût de la vie,
- ▶ le revenu horaire a augmenté plus vite que le revenu annuel,
- ▶ et que le prix des billets en 2002 constituait un effort de travail clairement mesurable.

Les sections suivantes examineront comment le prix des billets aurait dû évoluer entre 2002 et 2023 s'il avait suivi :

- ▶ l'évolution du revenu disponible,
- ▶ l'inflation,
- ▶ ou le salaire horaire médian,

et mettront ces trajectoires en regard des prix réellement observés.

TABLEAU 1. SYNTHÈSE DES CONSTATS EXPOSÉS

| AXE D'ANALYSE     | INDICATEUR                                                      | 2002                | 2023      | CONSTAT PRINCIPAL                     |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------|-----------|---------------------------------------|
| Revenus           | Revenu médian des ménages (Québec)                              | 34 600 \$           | 72 443 \$ | +109 % sur la période                 |
|                   | Revenu médian théorique ajusté à l'IPC                          | 34 600 \$           | 53 146 \$ | Écart réel d'environ +19 300 \$       |
| Inflation         | Indice des prix à la consommation (IPC Québec, base 2002 = 100) | 100                 | 153,6     | +53,6 %                               |
| Temps de travail  | Nombre d'heures annuelles habituellement travaillées            | 1 856 h             | 1 810 h   | Diminution d'environ 45 h             |
| Salaire horaire   | Salaire horaire médian estimé                                   | 14,70 \$            | 31,62 \$  | +115 %, effet combiné revenu + heures |
|                   | Salaire minimum                                                 | 7,00 \$             | 14,25 \$  | +104 %                                |
|                   | Salaire minimum / salaire médian                                | 47,6 %              | 45,1 %    | Écart relatif légèrement accru        |
| Prix des billets  | Prix moyen global d'un billet                                   | 29,03 \$            | À venir   | Valeur de référence                   |
|                   | Fourchette par catégorie                                        | 23,25 \$ à 34,25 \$ | À venir   | Écart entre les disciplines           |
| Effort de travail | Heures nécessaires au salaire médian (billet moyen)             | 119 min             | À venir   |                                       |
|                   | Heures nécessaires au salaire minimum (billet moyen)            | 249 min             | À venir   |                                       |
|                   | Fourchette par catégorie (salaire médian)                       | 95 min à 138 min    | À venir   |                                       |
|                   | Fourchette par catégorie (salaire minimum)                      | 199 min à 291 min   | À venir   |                                       |





## Évolution du prix des billets de spectacle

### Évolution théorique du prix du billet de spectacle

Le Graphique 12 illustre l'évolution théorique du prix moyen d'un billet de spectacle entre 2003 et 2023 selon deux approches distinctes. Dans les deux cas, le point de départ est le prix moyen observé en 2003, soit 29,03 \$, tel qu'établi dans les sections précédentes.

La première trajectoire repose sur l'évolution du revenu médian des ménages québécois. Cette approche vise à maintenir constante la part du revenu consacrée à l'achat d'un billet de spectacle. Autrement dit, si un spectateur consacrait une certaine proportion de son revenu médian à l'achat d'un billet en 2003, le prix du billet devrait évoluer au même rythme que le revenu médian afin de préserver un effort financier équivalent.

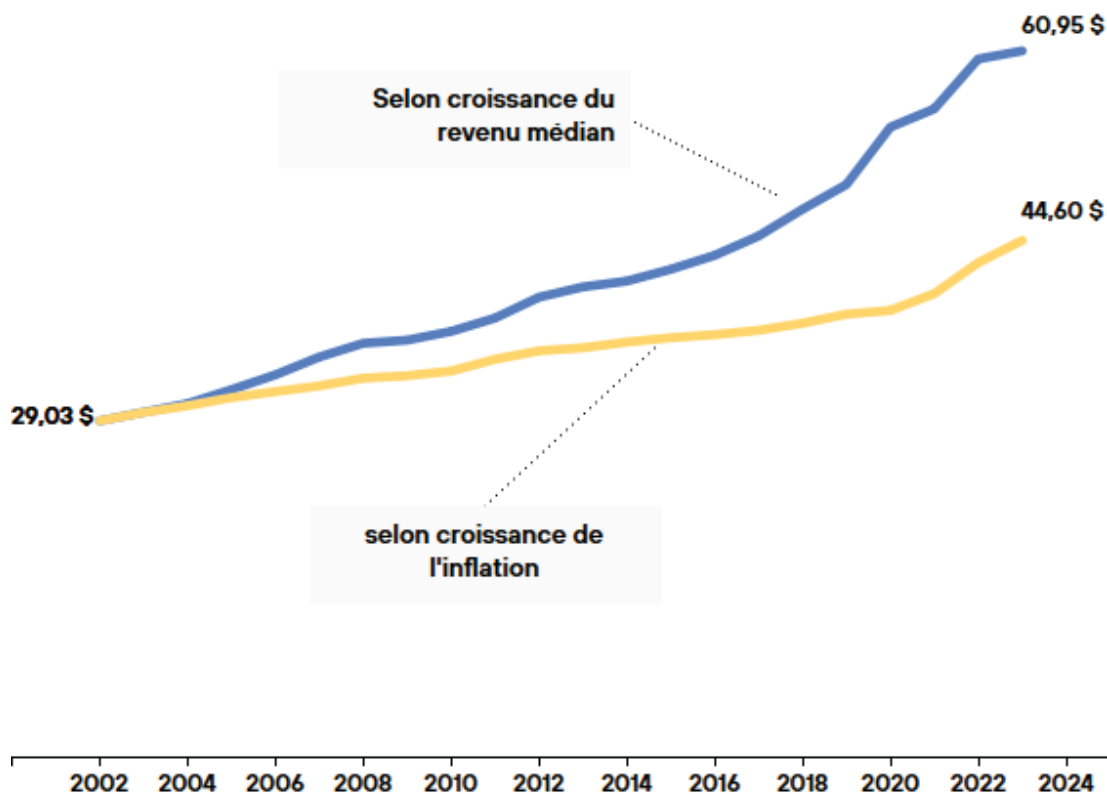
En appliquant ce facteur de croissance, un billet vendu 29,03 \$ en 2003 correspondrait à un prix de 60,95 \$ en 2023. À ce niveau, le billet représenterait aujourd'hui le même poids relatif dans le budget d'un ménage médian qu'en 2003. Selon cette logique, un prix moyen situé autour de ce montant respecterait la capacité de payer du spectateur

telle qu'elle existait au début des années 2000, compte tenu de l'augmentation réelle des revenus.

La seconde trajectoire repose sur une logique différente. Elle applique uniquement l'évolution de l'inflation mesurée par l'indice des prix à la consommation au Québec entre 2002 et 2023. Cette approche vise à maintenir la valeur réelle du billet en dollars constants, sans tenir compte de la croissance du revenu des ménages.

Selon cette méthode, le prix de 29,03 \$ en 2003 équivaut à 44,60 \$ en 2023. Ces deux montants sont équivalents en termes de pouvoir d'achat. Autrement dit, 29,03 \$ en 2003 permettaient d'acheter sensiblement la même combinaison de biens et de services que 44,60 \$ en 2023. Un prix de billet à ce niveau aurait donc simplement suivi l'évolution générale des prix.

La comparaison de ces deux trajectoires permet de situer un intervalle de référence clair. Un prix moyen autour de 44,60 \$ en 2023 aurait maintenu le billet au niveau de l'inflation et de l'ensemble des coûts qui en découlent. Un prix



Graphique 12. Évolution théorique du prix de billet selon la croissance du revenu médian et de l'inflation

autour de 60,95 \$ aurait maintenu la même part du revenu consacrée à l'achat d'un billet que celle observée en 2003. Il est à noter que l'inflation cumulée sur la période étudiée est de 53,6 %. Il est donc raisonnable de présumer que les dépenses assumées par l'industrie du spectacle ont évolué dans des proportions comparables, qu'il s'agisse des cachets, des coûts techniques, des frais de diffusion ou des infrastructures.

Cette section n'a pas pour objectif de juger les prix effectivement pratiqués, mais plutôt d'établir des repères économiques cohérents à partir desquels il devient possible d'analyser les écarts observés. Ces repères serviront de base aux sections suivantes, qui examineront comment le prix réel des billets a évolué depuis 2003 et quelles en sont les implications pour l'équilibre économique du spectacle vivant au Québec.

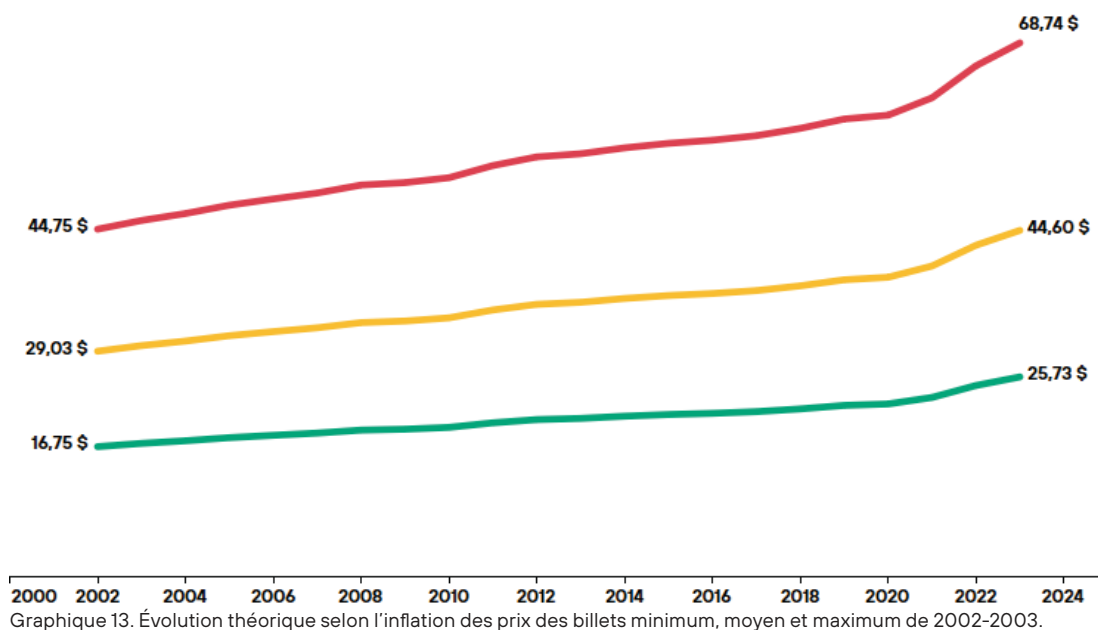
### Évolution théorique du prix de billet minimum, moyen et maximum de 2002 à 2023

L'analyse de la trajectoire théorique du prix des billets ne peut se limiter à la seule moyenne. Bien que le prix moyen constitue un repère utile, il tend par définition à atténuer les écarts et à ramener l'ensemble des observations vers un point central. Or, la réalité de la programmation repose toujours sur une coexistence de spectacles plus accessibles

et de spectacles plus dispendieux, à l'intérieur d'une même saison.

Afin de mieux comprendre l'éventail des prix qui découlerait logiquement de l'évolution économique observée depuis 2003, une analyse complémentaire a été réalisée à partir des prix minimal, moyen et maximal observés dans l'échantillon de référence de 2002–2003. L'objectif est de projeter ces trois repères dans le temps, en appliquant différents facteurs de croissance, et de reconstituer l'intervalle théorique des prix qui aurait pu prévaloir en 2023. Le Graphique 13 présente trois courbes distinctes, toutes dérivées de l'échantillon de 2002–2003. La courbe supérieure correspond au prix le plus élevé observé dans l'échantillon de référence, la courbe centrale représente le prix moyen, et la courbe inférieure illustre le prix le plus bas observé à l'époque. Ces trois valeurs ont ensuite été projetées jusqu'en 2023 en appliquant strictement l'évolution de l'indice des prix à la consommation au Québec.

Cette projection permet de répondre à une question simple : si les prix des billets avaient uniquement suivi l'inflation générale, à quels niveaux se situeraient aujourd'hui les billets les moins chers, les billets moyens et les billets les plus chers d'une programmation comparable à celle de 2002. Selon cette approche, le prix moyen de 29,03 dollars observé en 2003 correspond à un prix de 44,60 dollars en 2023, en



dollars constants. De la même manière, le prix le plus bas de l'échantillon de 2002, fixé à 16,75 dollars, correspondrait à environ 25,73 dollars en 2023, tandis que le prix le plus élevé de l'échantillon, à 44,75 dollars en 2002, atteindrait environ 68,74 dollars en 2023.

Ce graphique met ainsi en évidence un intervalle théorique de prix qui s'étend, en 2023, d'environ 26 dollars pour les spectacles les plus accessibles à près de 69 dollars pour les spectacles les plus chers, si l'on se limite à un simple ajustement à l'inflation. Il ne s'agit pas ici de déterminer ce que devraient être les prix, mais de situer les ordres de grandeur auxquels les spectateurs étaient déjà exposés en 2002, une fois transposés dans le contexte économique actuel.

Le Graphique 14 reprend exactement la même logique, mais applique cette fois-ci le facteur de croissance du revenu médian des ménages, tel qu'observé entre 2003 et 2023. Cette approche vise à maintenir constant le poids relatif du billet dans le budget du spectateur, plutôt que de se limiter à l'évolution générale des prix.

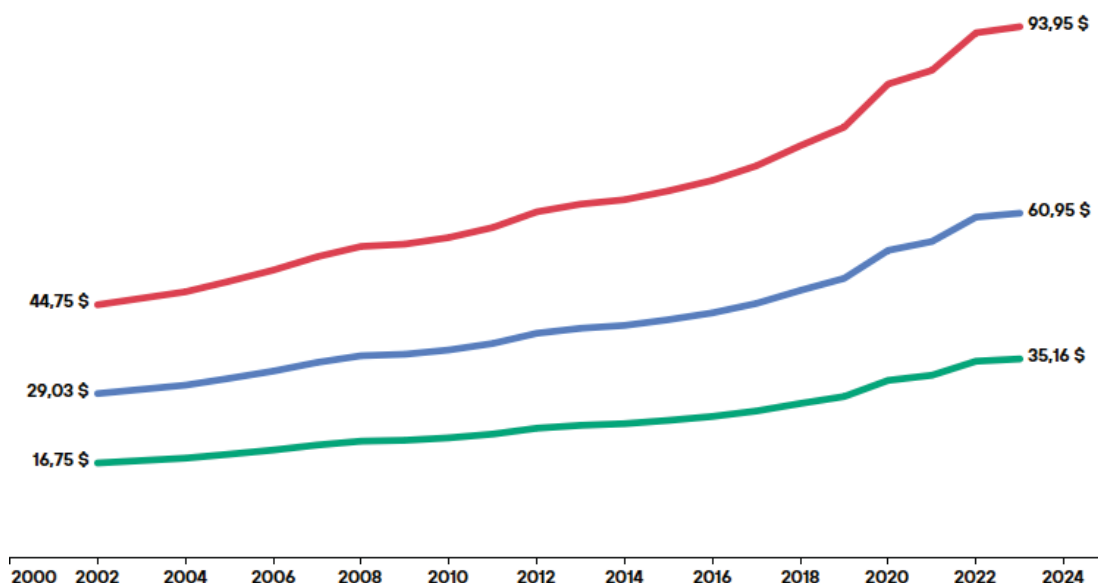
Dans ce scénario, le prix moyen de 29,03 dollars en 2003 correspond à un prix d'environ 60,95 dollars en 2023. Cette valeur représente un billet qui pèserait, en proportion du revenu médian actuel, exactement le même effort financier qu'en 2003. De façon cohérente, le prix le plus bas de

l'échantillon projeté atteindrait environ 35 dollars, tandis que le prix le plus élevé se situerait autour de 94 dollars.

Ce graphique permet de visualiser un intervalle théorique beaucoup plus large que celui obtenu par le simple ajustement à l'inflation. Il montre que, si la capacité de payer du spectateur avait été prise comme point de référence, l'éventail des prix en 2023 pourrait raisonnablement s'étendre d'un seuil plancher nettement supérieur à celui observé par l'indexation des prix, jusqu'à des niveaux élevés pour les spectacles les plus populaires ou à forte demande.

L'intérêt de cette approche réside dans la mise en contexte des extrêmes. La moyenne, prise isolément, constitue un repère abstrait sur lequel il est difficile d'agir concrètement. À l'inverse, la notion de prix minimal et de prix maximal s'inscrit directement dans la réalité des diffuseurs, qui construisent leurs saisons autour d'un équilibre entre spectacles d'entrée de gamme et propositions plus coûteuses.

Ces deux graphiques ne visent pas à établir des cibles tarifaires ni à comparer les projections avec les prix réellement observés en 2023. Ils servent plutôt à définir un cadre de référence. Ils permettent de rappeler que les spectateurs de 2003 acceptaient déjà, en proportion de leur revenu, une certaine amplitude de prix, et que cette amplitude transposée en 2023 conduit à des niveaux de prix qui peuvent sembler élevés lorsqu'ils sont considérés isolément, mais qui



Graphique 14. Évolution théorique selon la croissance du revenu médian des prix des billets minimum, moyen et maximum de 2002-2003.

sont cohérents lorsqu'ils sont replacés dans leur contexte économique.

Cette lecture élargie de la trajectoire théorique des prix constitue un outil central pour la suite de l'analyse. Elle permettra, dans les sections suivantes, de comparer ces intervalles théoriques aux prix effectivement observés en 2022–2023 et d'évaluer l'écart qui s'est progressivement installé entre la capacité de payer du public et le positionnement réel des billets sur le marché

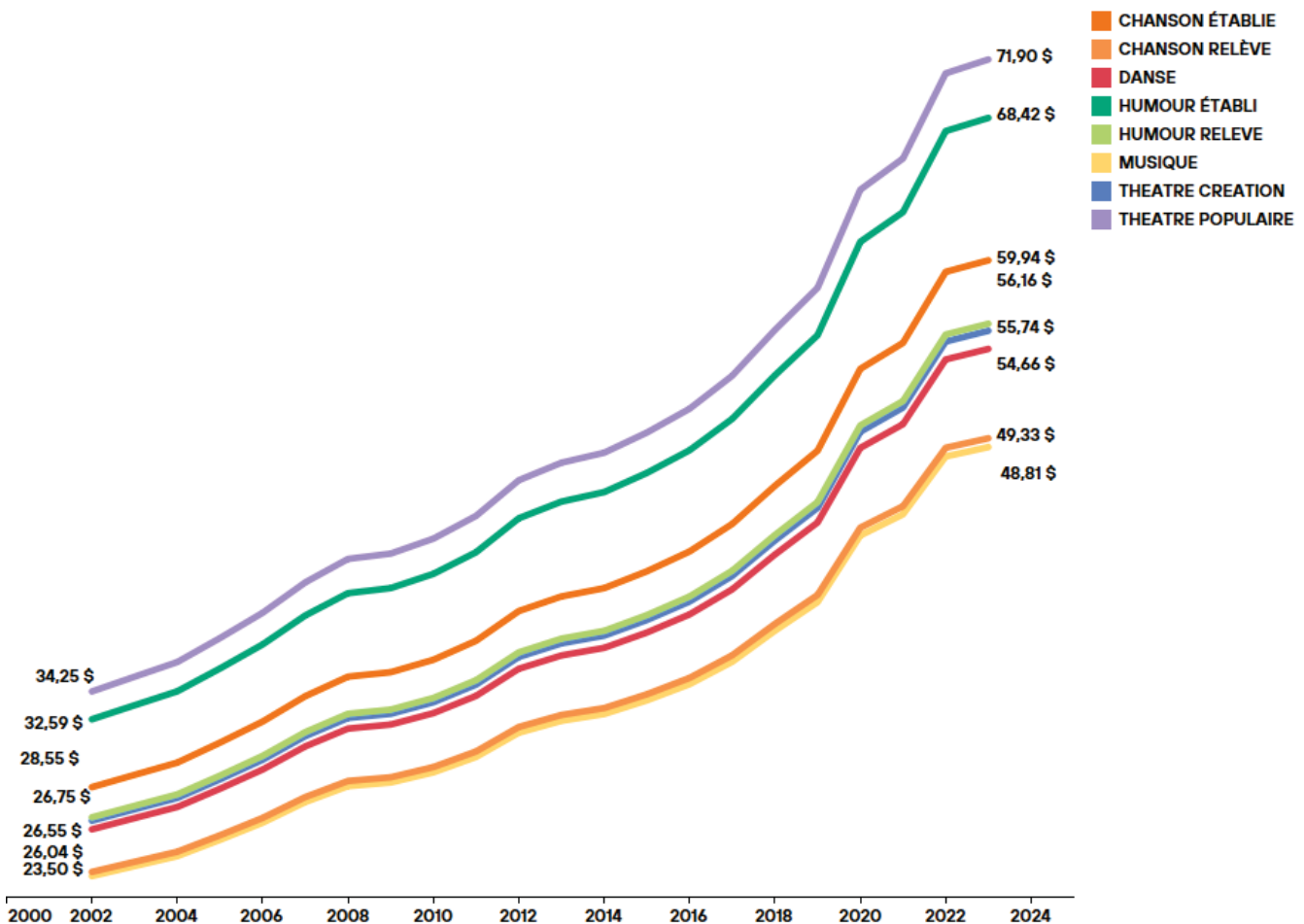
### Évolution théorique du prix de billet par catégorie de 2002 à 2023

Cette section vise à illustrer comment les prix des billets de chacune des catégories identifiées précédemment auraient évolué depuis 2003 si leur progression avait suivi deux repères économiques distincts : d'une part, l'évolution du revenu médian des ménages québécois et, d'autre part,

l'évolution générale des prix mesurée par l'indice des prix à la consommation (IPC).

Le point de départ de l'exercice est le prix moyen par catégorie observé en 2002–2003, tel qu'établi dans la section précédente. À partir de ces prix de référence, deux trajectoires théoriques ont été calculées et projetées jusqu'en 2023.

Le Graphique 15 présente l'évolution théorique des prix de billets par catégorie si ceux-ci avaient suivi la croissance du revenu médian des ménages québécois. Cette approche repose sur l'idée suivante : un billet de spectacle devrait représenter, dans le budget du spectateur, un poids comparable à celui qu'il représentait en 2002. Autrement dit, si la capacité de payer du public a augmenté, le prix du billet aurait pu évoluer dans la même proportion sans alourdir l'effort financier relatif demandé au spectateur.



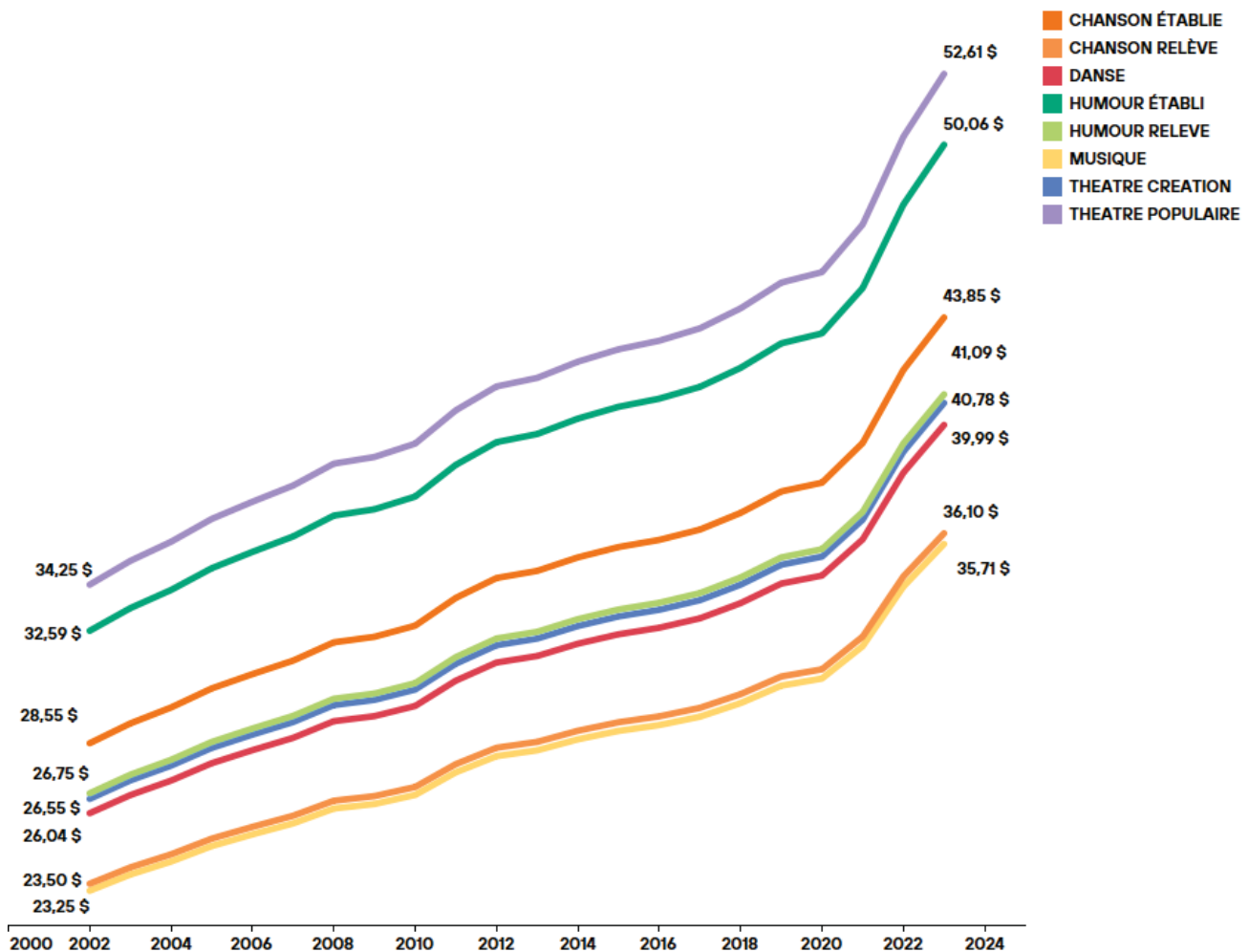
Graphique 15. Évolution théorique des prix des billets basée sur la croissance du revenu médian ventilée par discipline.

On observe que, selon cette logique, les prix théoriques en 2023 varient sensiblement selon les catégories. Les catégories historiquement moins chères, comme la musique ou la chanson de relève, se situeraient autour de 48,81 \$ à 49,33 \$. À l'autre extrémité, les catégories plus coûteuses en 2002, notamment le théâtre populaire et l'humour établi, atteindraient des niveaux compris entre 68,42 \$ et 71,90 \$. Ce graphique met en évidence un élément central : si le prix des billets avait évolué au même rythme que le revenu médian, l'écart entre les catégories serait demeuré relativement stable dans le temps, tout en se traduisant par une augmentation marquée des prix en dollars courants. La hiérarchie des prix observée en 2003 aurait été préservée, mais transposée dans un contexte de capacité de payer accrue. Le Graphique 16 applique une logique différente. Ici, les prix de 2003 sont simplement ajustés en fonction de l'inflation observée au Québec entre 2003 et 2023. Cette trajectoire

ne tient pas compte de l'évolution du revenu des ménages, mais uniquement de la hausse générale du coût de la vie.

Dans ce scénario, les prix théoriques en 2023 se situent dans une fourchette nettement plus basse. Les catégories les moins chères atteignent des niveaux autour de 35,71 \$ à 36,10 \$, tandis que les catégories historiquement plus coûteuses, comme le théâtre populaire, se situent autour de 52,61 \$.

Cette approche correspond à une logique de maintien du pouvoir d'achat strictement au sens de l'IPC. En dollars constants, un billet vendu 29,03 \$ en 2003 et un billet vendu environ 44,60 \$ en 2023 représentent un effort financier équivalent pour le consommateur, toutes choses étant égales par ailleurs. Cette trajectoire permet donc de préserver la valeur réelle du prix du billet, sans tenir compte de l'enrichissement relatif des ménages.



Graphique 16. Évolution théorique des prix des billets basée sur l'inflation ventilée par discipline.

Pris ensemble, ces deux graphiques encadrent une zone théorique dans laquelle les prix de billets auraient pu évoluer depuis 2002. Selon l'indicateur retenu, la fourchette des prix théoriques en 2023 varie de manière significative. En suivant strictement l'inflation, les prix par catégorie devraient se situer entre environ 35,71 \$ et 52,61 \$. En suivant la croissance du revenu médian, cette fourchette s'élargit plutôt entre 48,81 \$ et 71,90 \$.

Ces écarts illustrent clairement que le choix du repère économique n'est pas neutre. Un ajustement basé uniquement sur l'inflation vise à maintenir le prix du billet en cohérence avec l'ensemble des dépenses courantes, incluant celles assumées par les diffuseurs et les producteurs. À l'inverse, un ajustement basé sur le revenu médian vise à maintenir constant l'effort relatif demandé au spectateur.

Cette lecture permet de situer les prix observés aujourd'hui par rapport à deux trajectoires économiques cohérentes, avant d'examiner comment les prix réels ont effectivement évolué depuis 2003 et quelles tensions cela a pu créer au sein de l'écosystème du spectacle vivant.

**Prix des billets en 2022–2023 : constitution de l'échantillon et logique de classification**

Comme exposé dans la section méthodologique, l'ensemble des spectacles en vente entre le 1er septembre 2022 et le 31 août 2023 a d'abord été recensé. À partir de cet univers, une sélection a été effectuée afin de reconstituer une programmation type comparable à celle observée en 2002–2003, tant du point de vue de la structure des catégories que de la distribution relative des niveaux de prix.

Les spectacles ont été classés selon la même nomenclature que celle utilisée pour l'échantillon historique, puis un prix régulier moyen par spectacle a été calculé à partir des prix réguliers observés. Le prix présenté correspond au prix final payé par le spectateur, incluant les taxes et les frais de service.

Le tableau suivant présente, pour chacune des catégories, quelques exemples de spectacles dont le prix se situe dans la zone médiane de la distribution 2022–2023, de manière à illustrer le niveau de tarification typique plutôt que les extrêmes.

Exemples de spectacles inclus par catégorie (2022–2023).

| HUMOUR RELÈVE      |          |
|--------------------|----------|
| Megan Brouillard   | 28,23 \$ |
| Simon Delisle      | 32,58 \$ |
| Richardson Zéphir  | 33,89 \$ |
| Arnaud Soly        | 39,16 \$ |
| HUMOUR ÉTABLI      |          |
| Maxim Martin       | 36,67 \$ |
| Cathy Gauthier     | 41,56 \$ |
| Mike Ward          | 41,64 \$ |
| Jay du Temple      | 42,76 \$ |
| CHANSON RELÈVE     |          |
| Noé Lira           | 25,86 \$ |
| Matiu              | 26,65 \$ |
| Clay and Friends   | 33,95 \$ |
| Gabrielle Shonk    | 31,78 \$ |
| CHANSON ÉTABLIE    |          |
| Chloé Sainte-Marie | 35,92 \$ |
| Catherine Major    | 37,77 \$ |
| Les Trois Accords  | 39,50 \$ |
| Michel Pagliaro    | 41,19 \$ |

**THÉÂTRE POPULAIRE**

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| La Société des poètes disparus | 40,64 \$ |
|--------------------------------|----------|

|            |          |
|------------|----------|
| Le Placard | 45,17 \$ |
|------------|----------|

|         |          |
|---------|----------|
| Verdict | 49,36 \$ |
|---------|----------|

|               |          |
|---------------|----------|
| Gaz Bar Blues | 51,02 \$ |
|---------------|----------|

**THÉÂTRE DE CRÉATION**

|         |          |
|---------|----------|
| Fondant | 23,93 \$ |
|---------|----------|

|                 |          |
|-----------------|----------|
| Ulster American | 36,28 \$ |
|-----------------|----------|

|                      |          |
|----------------------|----------|
| La Machine de Turing | 45,64 \$ |
|----------------------|----------|

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| Hedwig et le Pouce en furie | 44,29 \$ |
|-----------------------------|----------|

**DANSE**

|       |          |
|-------|----------|
| Onoff | 28,53 \$ |
|-------|----------|

|                 |          |
|-----------------|----------|
| Janie et Marcio | 32,88 \$ |
|-----------------|----------|

|             |          |
|-------------|----------|
| The Ruggeds | 35,38 \$ |
|-------------|----------|

**MUSIQUE**

|              |          |
|--------------|----------|
| Bon Débarras | 28,78 \$ |
|--------------|----------|

|              |          |
|--------------|----------|
| Quatuor Esca | 32,74 \$ |
|--------------|----------|

|            |          |
|------------|----------|
| Harry Manx | 34,30 \$ |
|------------|----------|

|                   |          |
|-------------------|----------|
| Jean-Michel Blais | 37,35 \$ |
|-------------------|----------|

Ces exemples correspondent à des spectacles se situant dans la zone centrale de la structure de prix de chaque catégorie. Ils illustrent le niveau de tarification typique rencontré par le spectateur en 2022-2023, et serviront de référence concrète pour mettre en perspective, dans les sections

suivantes, l'écart entre les trajectoires théoriques dérivées de 2003 et les prix effectivement observés aujourd'hui.

### Positionnement du prix moyen observé par rapport aux trajectoires économiques de référence

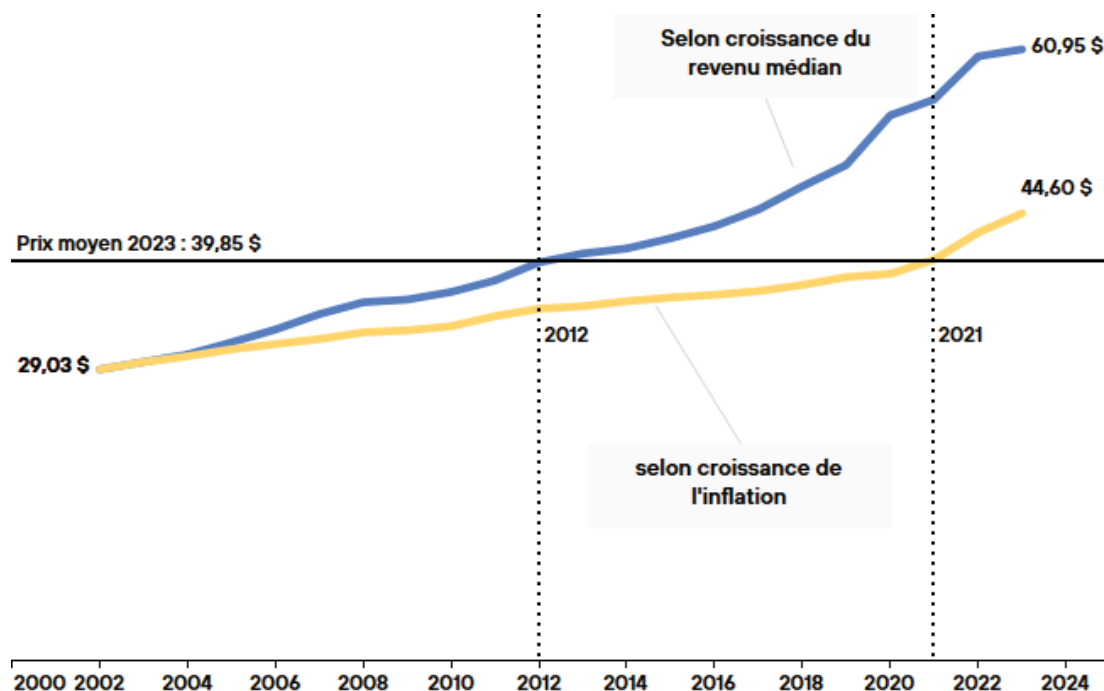
La présente section vise à situer le prix moyen effectivement observé en 2022-2023 par rapport aux trajectoires théoriques établies précédemment, soit celle fondée sur l'évolution du revenu médian des ménages et celle fondée sur l'évolution de l'inflation mesurée par l'IPC.

À partir de la programmation simulée construite pour l'année 2022-2023, une moyenne réduite de 90 % a été calculée, selon la même approche méthodologique que celle utilisée pour la période de référence 2002-2003. Cette méthode consiste à exclure les 5 % de valeurs les plus basses et les 5 % de valeurs les plus élevées afin de neutraliser l'influence des extrêmes, tout en conservant la structure centrale du marché. Elle permet ainsi d'obtenir un indicateur robuste du niveau de prix effectivement supporté par le spectateur moyen.

Le prix moyen ainsi obtenu s'établit à 39,85 dollars, taxes et frais de service inclus, pour la saison 2022-2023.



Graphique 17. Prix moyen par billet en 2002-2003 calculé en fonction de l'échantillonnage issue des programmations



Graphique 18. Évolution théorique du prix de billet selon la croissance du revenu médian et de l'inflation. Reprise du Graphique 12, imposition du prix moyen calculé avec l'année de référence au moment où ce prix a été atteint. inflation et croissance du revenu médian

L'échantillon présente par ailleurs un prix minimal observé de 10,96 dollars et un prix maximal de 76,83 dollars, ce qui illustre une dispersion importante des niveaux tarifaires, mais dont la valeur centrale demeure nettement inférieure aux trajectoires théoriques établies précédemment.

### Positionnement du prix moyen sur la courbe de l'évolution

Le Graphique 18 reprend le Graphique 12 mais positionne ce prix moyen de 2023 sur les courbes de projections théoriques. Cela permet de confronter un prix moyen réellement observé à deux scénarios de référence :

- ▶ celui où le prix du billet aurait évolué proportionnellement à la capacité de payer des ménages, telle que mesurée par le revenu médian;
- ▶ celui où le prix du billet aurait simplement suivi l'évolution générale des prix dans l'économie, mesurée par l'indice des prix à la consommation.

On retrouve les deux courbes théoriques déjà présentées : la trajectoire fondée sur la croissance du revenu médian (bleue) et celle fondée sur l'inflation (jaune). À ces deux trajectoires

est ajoutée une ligne horizontale représentant le prix moyen observé en 2022-2023, soit 39,85 dollars.

Cette mise en relation permet une lecture temporelle directe. En projetant horizontalement ce niveau de prix sur chacune des courbes, il est possible d'identifier à quelle année théorique correspond le prix actuellement observé.

Selon la trajectoire fondée sur la croissance du revenu médian, un prix de 39,85 dollars correspond approximativement au niveau atteint autour de l'année 2012. Autrement dit, si les prix des billets avaient évolué au même rythme que la capacité financière médiane des ménages québécois depuis 2002, le niveau de 39,85 dollars aurait été atteint onze ans plus tôt. En 2023, la valeur théorique issue de cette trajectoire se situe plutôt à 60,95 dollars pour le prix moyen, ce qui place l'écart nominal à 21,10 dollars par billet.

Selon la trajectoire fondée sur l'inflation, le même prix moyen de 39,85 dollars correspond à un niveau théorique atteint autour de l'année 2021. Dans ce second scénario, le prix moyen observé accuse donc un retard d'environ deux ans par rapport à une simple indexation sur l'IPC. La valeur théorique du prix moyen en 2023, si le billet avait strictement

suivi l'inflation depuis 2002, s'établit à 44,60 dollars, ce qui représente un écart nominal de 4,75 dollars par billet.

Ces deux lectures ne traduisent pas la même réalité économique, mais elles encadrent de manière complémentaire la situation actuelle. La comparaison avec l'inflation renseigne sur la capacité du secteur à maintenir, en termes réels, la valeur monétaire de ses produits face à l'augmentation générale des coûts dans l'économie. La comparaison avec le revenu médian, pour sa part, renseigne sur la part relative du budget des ménages consacrée à l'achat d'un billet de spectacle et sur l'évolution de l'effort financier consenti par le spectateur.

L'écart de 4,75 dollars par rapport à la trajectoire de l'inflation indique que, même du point de vue le plus conservateur, le prix moyen observé en 2022-2023 n'a pas pleinement suivi l'évolution du niveau général des prix. En dollars constants, le billet moyen est donc aujourd'hui moins cher, relativement à l'ensemble des biens et services, qu'il ne l'était en 2002.

L'écart de 21,10 dollars par rapport à la trajectoire du revenu médian met en lumière un phénomène plus structurant encore. Il signifie que la part du revenu médian consacrée à l'achat d'un billet de spectacle a diminué de façon marquée sur une période de plus de vingt ans. Autrement dit, en proportion de sa capacité de payer, le spectateur moyen consacre aujourd'hui une fraction significativement plus faible de son revenu à l'achat d'un billet qu'au début des années 2000. Demandons-nous est-ce vraiment cohérent avec tous les efforts de sensibilisation, médiation et découvrabilité mis en place?

Cette double lecture permet de formuler deux constats complémentaires. D'une part, le prix moyen réel ne couvre pas entièrement, en termes relatifs, la hausse générale des coûts induite par l'inflation. D'autre part, il est très en deçà de ce que permettrait théoriquement la croissance de la capacité financière des ménages.

L'intérêt de cette représentation graphique ne réside pas uniquement dans la mesure des écarts monétaires, mais aussi dans leur traduction temporelle. Parler d'un « retard » de deux ans par rapport à l'inflation (Bien que nous soyons en 2026, mais rappelons que les données couvrent jusqu'en 2023) et d'un « retard » d'environ onze ans par rapport au revenu médian permet d'inscrire l'évolution des prix de

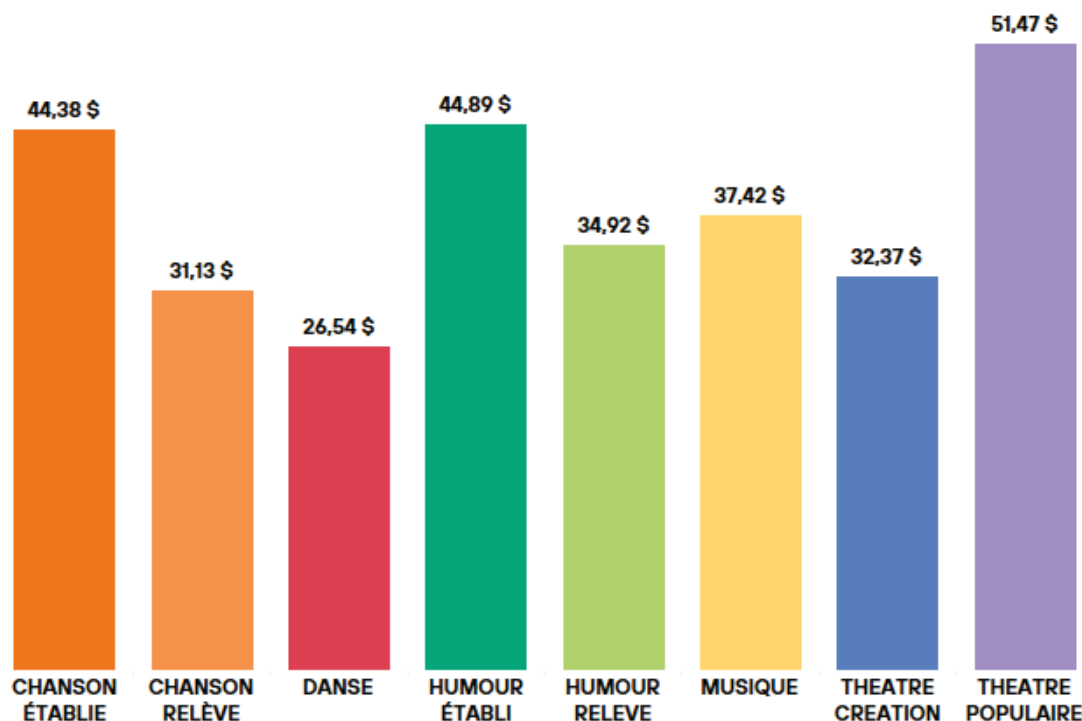
billets dans une perspective dynamique, lisible et directement comparable à celle des grands agrégats économiques. Ce positionnement temporel met en évidence que la trajectoire tarifaire du secteur des arts de la scène s'est développée selon une logique largement déconnectée de celle du revenu des ménages, et même partiellement déconnectée de celle du niveau général des prix. Il suggère que les mécanismes de formation des prix reposent davantage sur des conventions historiques, des seuils psychologiques et des pratiques de marché que sur une indexation systématique à des indicateurs économiques fondamentaux.

La section suivante portera sur l'évolution des prix par catégorie artistique, afin d'examiner comment les écarts observés entre prix théoriques et prix réels se déclinent selon les segments du marché (théâtre populaire, théâtre de création, humour, chanson, danse, musique, relève et artistes établis). Cette lecture par catégories permettra d'identifier si certaines familles de spectacles se sont rapprochées des trajectoires économiques de référence, tandis que d'autres s'en sont éloignées davantage, avant d'aborder, dans un second temps, l'analyse en termes d'effort de travail nécessaire pour l'achat d'un billet.

### Analyse par catégorie des prix de billets en 2022-2023

Le Graphique 19 présente le prix moyen par catégorie de spectacles pour la saison 2022-2023, calculé à partir de la programmation reconstituée décrite dans la méthodologie. La mesure retenue ici est la moyenne arithmétique simple des prix réguliers moyens par spectacle au sein de chaque catégorie. Le prix utilisé inclut les taxes et les frais de service; il correspond donc au montant réellement payé par le spectateur.

Le graphique met en évidence une hiérarchie claire entre les catégories. La danse se situe au bas de l'échelle avec un prix moyen de 26,54 \$, tandis que le théâtre populaire se situe au sommet avec 51,47 \$. Entre ces deux pôles, on observe un premier groupe de catégories autour de la trentaine de dollars (chanson relève à 31,13 \$ et théâtre de création à 32,37 \$), puis un second groupe dans le milieu et le haut de la trentaine (humour relève à 34,92 \$ et musique à 37,42 \$). Enfin, deux catégories se distinguent en atteignant le milieu de la quarantaine (chanson établie à 44,38 \$ et humour établi à 44,89 \$).



Graphique 19. Ventilation du prix moyen de 2022-2023 calculé selon l'échantillonnage par discipline.

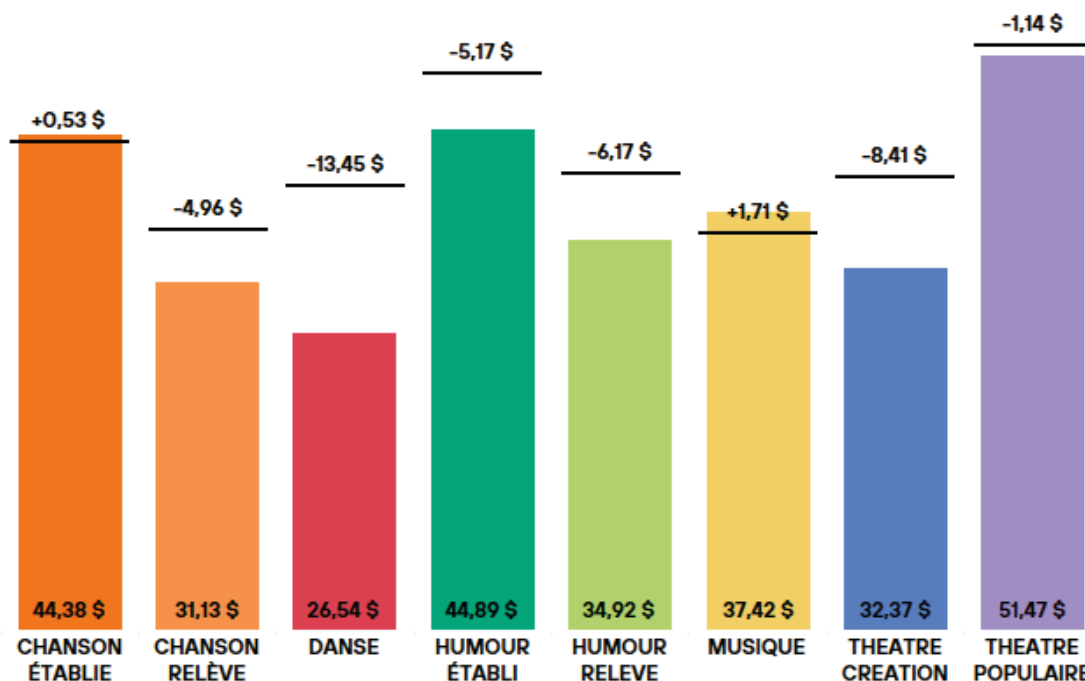
Cette distribution suggère deux phénomènes complémentaires. D'abord, la segmentation relève / établi demeure structurante, autant en humour qu'en chanson. Les artistes établis se positionnent à un niveau de prix significativement plus élevé que les artistes de relève. Cette logique est cohérente avec une capacité d'attraction supérieure, des coûts de production et de tournée potentiellement plus élevés, ainsi qu'une tolérance plus forte du marché pour des tarifs plus élevés lorsque la notoriété réduit le risque de mévente. Ensuite, le théâtre populaire se démarque nettement de l'ensemble. Cette catégorie regroupe généralement des productions plus grand public, souvent associées à une demande forte et relativement prévisible. À l'inverse, la danse demeure la catégorie la plus basse, ce qui peut refléter une dynamique de marché différente : diffusion plus nichée, stratégies de prix plus prudentes, ou volonté de préserver l'accessibilité. Nous verrons les impacts de ces stratégies dans la partie analyse de l'étude.

À ce stade, il est important de rappeler ce que ce graphique mesure et ce qu'il ne mesure pas. Il présente une moyenne par catégorie, utile pour comparer les ordres de grandeur

entre disciplines. Toutefois, une moyenne ne décrit pas la dispersion des prix à l'intérieur d'une catégorie. Deux catégories peuvent afficher une moyenne similaire tout en ayant des structures très différentes (par exemple, une catégorie avec des prix très dispersés et une autre avec des prix plus regroupés). Cette limite sera abordée plus loin dans l'analyse, lorsque l'examen se déplacera au niveau des prix individuels par spectacle, afin d'observer la distribution, les noyaux de prix et la présence d'extrêmes.

### Positionnement des catégories par rapport à l'inflation

Le Graphique 20 compare, pour chaque catégorie, le prix moyen observé en 2022-2023 à un prix de référence théorique : celui qui aurait résulté d'une trajectoire strictement indexée sur l'inflation (IPC) depuis 2002. Comme exposé dans la section consacrée à l'inflation, cette comparaison sert à exprimer les prix en dollars constants, c'est-à-dire à vérifier si le niveau de prix a au minimum conservé sa valeur réelle au fil du temps. La lecture se fait en deux temps.



Graphique 20. Comparaison et écarts du prix moyen de 2022-2023 par discipline en fonction du prix théorique suivant l'inflation.

Premièrement, la valeur affichée au bas de chaque barre correspond au prix observé en 2022-2023 pour la catégorie (le même que dans le Graphique 19).

Deuxièmement, la valeur indiquée au-dessus de chaque barre (positive ou négative) représente l'écart entre le prix moyen observé et le niveau théorique qui aurait découlé d'une indexation sur l'IPC. Un écart positif signifie que la catégorie est au-dessus de l'inflation; un écart négatif signifie qu'elle est en dessous.

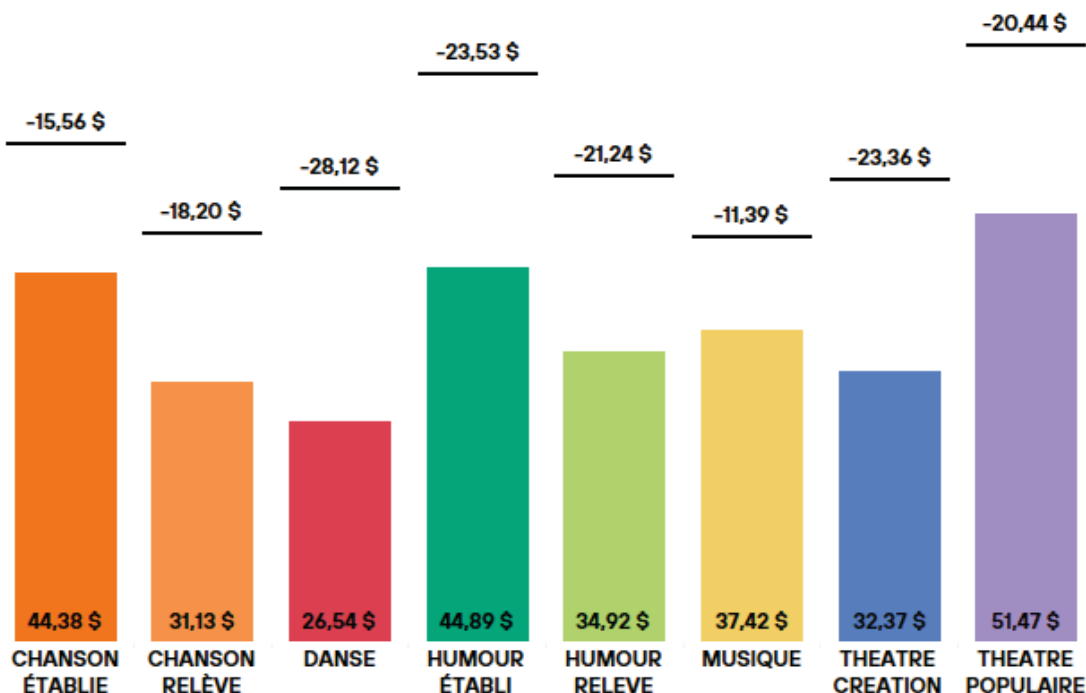
Deux catégories ressortent au-dessus de l'inflation : chanson établie (+0,53 \$) et musique (+1,71 \$). Dans ces cas, le prix moyen observé excède modestement le niveau nécessaire pour préserver un prix constant en dollars réels par rapport à 2002. Autrement dit, l'augmentation de prix a, en moyenne, légèrement dépassé l'IPC.

À l'inverse, la majorité des catégories se situent sous l'inflation : chanson relève (-4,96 \$), humour établi (-5,17 \$), humour relève (-6,17 \$) et théâtre de création (-8,41 \$). La danse est celle qui s'éloigne le plus du niveau inflation (-13,45 \$). Le théâtre populaire se situe également sous l'inflation (-1,14 \$). Ce point est important : l'écart du théâtre populaire est bien

réel, mais il demeure faible au regard du niveau de prix de la catégorie (51,47 \$). Autrement dit, la conclusion générale ne change pas : cette catégorie est proche d'un maintien en dollars constants, même si elle ne le dépasse pas.

Cette comparaison met en lumière une première lecture structurante : l'ajustement des prix n'est pas uniforme selon les disciplines. Certaines catégories ont globalement suivi l'inflation (ou s'en approchent fortement), tandis que d'autres s'en éloignent nettement. Sans tirer de conclusion définitive à ce stade, cette divergence suggère des contraintes de marché ou des stratégies tarifaires différentes selon les secteurs.

Il demeure essentiel d'interpréter ce graphique comme un repère macro. Il ne dit pas que les coûts de production ont évolué exactement comme l'IPC (ils peuvent croître différemment), ni que l'IPC reflète parfaitement l'évolution des coûts spécifiques de l'industrie du spectacle. Il indique seulement si, du point de vue du spectateur et de la valeur générale de l'argent, les prix moyens par catégorie se sont maintenus, ont dépassé, ou ont diminué en termes réels.



Graphique 21. Comparaison et écarts du prix moyen de 2022-2023 par discipline en fonction du prix théorique suivant la croissance du revenu médian

### Positionnement des catégories par rapport à la croissance du revenu médian

Le Graphique 21 reprend la même logique, mais remplace l'inflation par un autre étalon : la croissance du revenu médian des ménages. Comme exposé plus tôt, le revenu médian sert ici d'indicateur de capacité de payer « typique » : il permet d'estimer ce que représenterait aujourd'hui un billet si le spectateur consacrait une part comparable de son revenu à l'achat d'un billet, comme en 2002. Cette comparaison ne traduit donc plus une valeur en dollars constants, mais un positionnement relatif des prix par rapport à la progression de la capacité financière médiane.

La lecture demeure simple : la valeur au-dessus de chaque barre correspond à l'écart entre le prix moyen observé et le niveau théorique qui aurait résulté d'une croissance équivalente à celle du revenu médian depuis 2002. Un écart négatif indique un prix inférieur à cette trajectoire de référence.

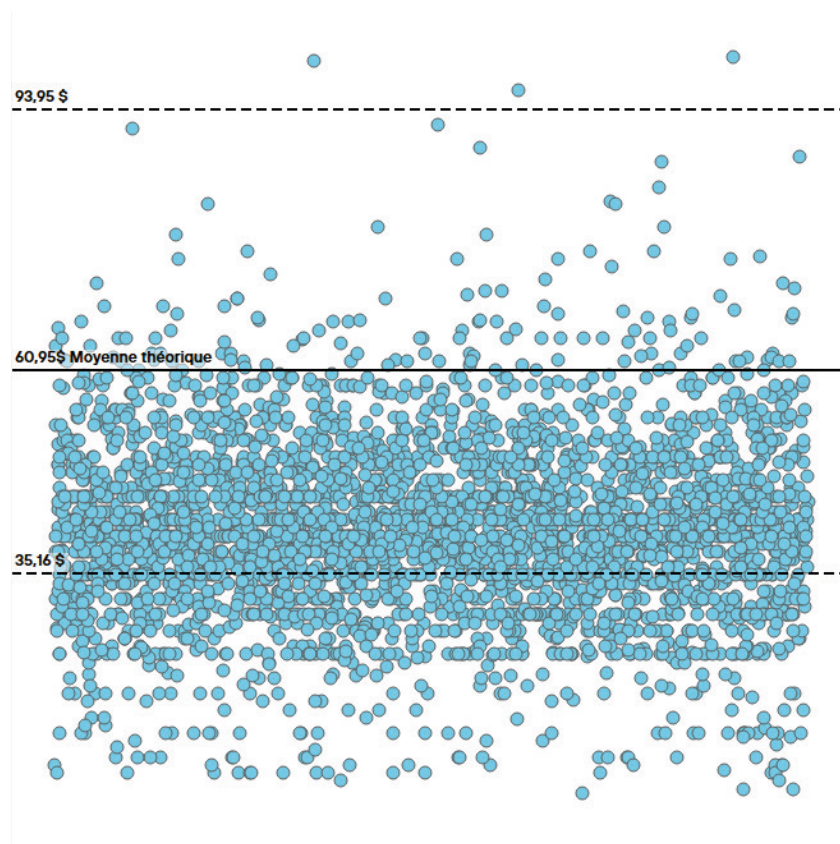
Le résultat est sans équivoque : toutes les catégories se situent en dessous de la trajectoire liée au revenu médian. Les écarts varient selon les disciplines : musique (-11,39 \$) et chanson établie (-15,56 \$) affichent des écarts importants,

mais plus faibles que ceux observés dans plusieurs catégories. À l'autre extrémité, la danse (-28,12 \$) et l'humour établi (-23,53 \$) montrent des retards plus marqués, tandis que le théâtre de création (-23,36 \$) et le théâtre populaire (-20,44 \$) demeurent eux aussi très en deçà de la référence « revenu médian ». La chanson relève (-18,20 \$) et l'humour relève (-21,24 \$) complètent le portrait d'un retard généralisé.

Cette lecture est fondamentale pour la suite de l'analyse, car elle met en évidence une asymétrie de rythme : la capacité de payer (médiane) a augmenté plus rapidement que les prix moyens des billets, et ce pour l'ensemble des disciplines. Dit autrement, en proportion du revenu médian, le billet moyen pèse moins aujourd'hui qu'en 2002, peu importe la catégorie.

Deux interprétations complémentaires peuvent être proposées, sans qu'elles s'excluent.

D'une part, ce résultat peut refléter une prudence généralisée dans l'évolution tarifaire : existence de seuils psychologiques, crainte d'affecter l'achalandage, crainte de paraître



Graphique 22. Diagramme de dispersion de l'ensemble des spectacles présentés en 2022-2023 en fonction du minimum, du maximum et de la moyenne du prix du billet théorique suivant la croissance du revenu médian.

gourmand, méconnaissance des notions économiques élémentaires.

D'autre part, il peut aussi indiquer que l'industrie n'a pas capté la croissance de la capacité de payer au même rythme que d'autres dépenses des ménages. Les graphiques ne démontrent pas une erreur de tarification; ils documentent un écart structurel entre deux trajectoires : celle du revenu médian et celle des prix observés.

Enfin, comme pour les sections précédentes, une prudence méthodologique s'impose : ces graphiques reposent sur des moyennes par catégorie. Ils décrivent bien les tendances globales, mais ils aplanissent la réalité des distributions (écarts importants entre spectacles, présence d'extrêmes, variété de contextes de diffusion, effets de notoriété, de salle, ou de calendrier). C'est précisément la raison pour laquelle la section suivante quitte l'analyse par moyennes

pour examiner les prix au niveau des spectacles, afin d'observer la dispersion et la structure réelle du marché

### Dispersion des prix de l'ensemble de la programmation 2022-2023.

L'analyse porte maintenant sur l'ensemble des spectacles programmés en 2022-2023. Le Graphique 22 retient tous les spectacles diffusés par un minimum de cinq diffuseurs. Contrairement aux sections précédentes, où l'information était agrégée sous forme de moyennes par catégorie, chaque spectacle est ici représenté individuellement. L'échantillon compte 3 347 spectacles : chacun correspond à un point dans le nuage.

Ce type de représentation, appelé nuage de points (scatter-plot), permet de visualiser simultanément deux dimensions essentielles. D'une part, le niveau de prix de chaque spectacle pris isolément. D'autre part, la structure globale de la distribution, c'est-à-dire la façon dont les prix se regroupent, s'étalent ou se concentrent autour de certains seuils.

Les lignes horizontales qui traversent le graphique ne sont pas arbitraires. Elles proviennent directement de la section précédente, où ont été reconstitués, à partir du revenu médian, les repères suivants :

- ▶ le prix minimal théorique (35,16 \$), correspondant au billet le moins cher observé en 2002, ajusté selon la croissance du revenu médian
- ▶ le prix moyen théorique (60,95 \$) ;
- ▶ le prix maximal théorique (93,95 \$), correspondant au billet le plus cher de 2003 projeté selon la même logique.

Ces trois niveaux constituent une véritable « règle graduée » économique. Ils indiquent où devraient se situer aujourd'hui les prix si, en proportion du revenu médian, le marché du spectacle avait conservé la même structure qu'en 2003.

Théoriquement, si les prix avaient suivi la croissance du revenu médian, la ligne de moyenne théorique devrait couper le nuage de points en deux masses comparables : une moitié au-dessus, une moitié en dessous. C'est ce que l'on observe habituellement lorsqu'une distribution est centrée autour de sa moyenne.

Or, ce n'est pas du tout ce que révèle le graphique. Visuellement, la très grande majorité des points se situe sous la ligne de moyenne théorique. Autrement dit, la plupart des spectacles coûtent aujourd'hui moins cher que ce qu'ils coûteraient si leur prix avait évolué au même rythme que la capacité de payer des ménages. Ce déséquilibre visuel constitue déjà un premier indice fort : la croissance des prix de billets a été plus lente que celle du revenu médian.

La ligne du prix minimal théorique (35,16 \$) est encore plus révélatrice. Elle représente le seuil en dessous duquel ne devraient pratiquement plus se situer de spectacles si l'accessibilité relative était restée la même qu'en 2002. À cette époque, il existait déjà des billets très abordables ; transposés en dollars de 2023 selon le revenu médian, ces billets devraient aujourd'hui se retrouver autour de ce niveau.

Or, le graphique montre une concentration importante de points sous cette ligne. Cela signifie que de très nombreux spectacles sont aujourd'hui, en proportion du revenu médian, moins chers que ne l'étaient les spectacles les moins chers il y a vingt ans. Il ne s'agit donc pas d'un simple glissement marginal, mais bien d'un déplacement massif de l'offre vers le bas de l'échelle relative des prix.

À l'inverse, la partie supérieure du nuage est beaucoup plus clairsemée. Peu de spectacles s'approchent de la ligne maximale théorique, et encore moins la dépassent. Dans une structure de prix qui aurait conservé la même hiérarchie relative qu'en 2003, une population plus dense de spectacles devrait normalement se situer autour de ce plafond. Le fait que ce ne soit pas le cas confirme que l'étirement de la distribution s'est effectué presque exclusivement vers le bas, et non vers le haut.

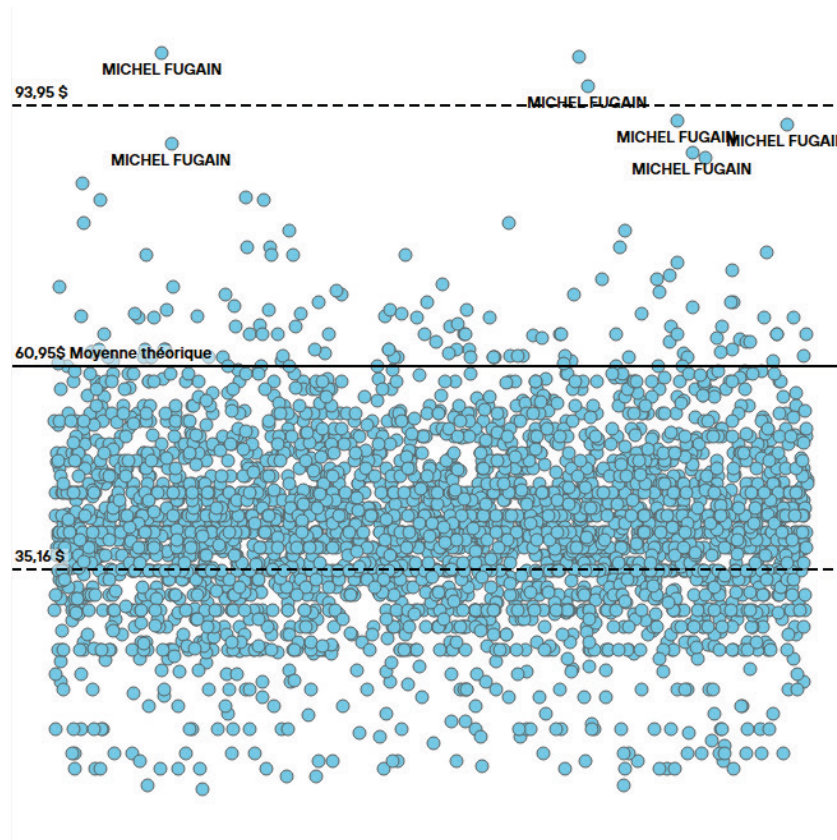
Parmi les points les plus élevés du nuage figurent notamment plusieurs occurrences du spectacle de Michel Fugain, clairement identifiées sur le Graphique 23.

Ce cas est particulièrement instructif pour comprendre le décalage entre la perception de marché et la lecture économique de long terme. Lors de sa programmation, ce spectacle a été perçu par plusieurs diffuseurs comme « cher » au regard des standards actuels. Pourtant, replacé dans le cadre de référence du revenu médian, il se situe simplement à proximité du prix maximal théorique issu de 2002. Autrement dit, ce spectacle n'était pas « trop cher » au sens historique ; il correspondait plutôt à ce qu'aurait été, en 2022-2023, un spectacle haut de gamme normalisé si la structure des prix avait suivi l'évolution de la capacité de payer.

Il ne s'agit donc pas d'un cas de surtarification exceptionnelle, mais d'un cas révélateur : un producteur a proposé un spectacle au juste prix au sens économique de long terme, dans un marché qui, collectivement, s'est habitué à des niveaux de prix relatifs beaucoup plus bas. Ce contraste explique pourquoi le spectacle a pu être perçu comme cher, alors qu'il ne faisait que se repositionner sur la trajectoire historique de 2002. Ce cas sera repris plus loin, car il illustre de manière concrète la dissonance entre les repères économiques de long terme et les normes de prix aujourd'hui intériorisées par le secteur.

L'ensemble de ce nuage de points confirme ainsi, de façon beaucoup plus parlante que de simples moyennes, que l'évolution des prix de billets ne s'est pas alignée sur celle du revenu médian. Non seulement la moyenne est en retard, mais la structure complète de la distribution s'est déplacée vers le bas, traduisant une contraction relative de la valeur économique du billet de spectacle dans le budget des ménages.

Dans la section suivante, la même démarche sera reprise en utilisant non plus le revenu médian, mais l'inflation (IPC)



Graphique 23. Diagramme de dispersion de l'ensemble des spectacles présentés en 2022-2023 en fonction du minimum, du maximum et de la moyenne du prix du billet théorique suivant la croissance du revenu médian avec ajout simple d'un spectacle Michel Fugain

comme étalon de comparaison, afin de distinguer ce qui relève de la dynamique générale des prix de ce qui est propre à l'évolution de la capacité de payer.

### Graphique de dispersion selon l'inflation

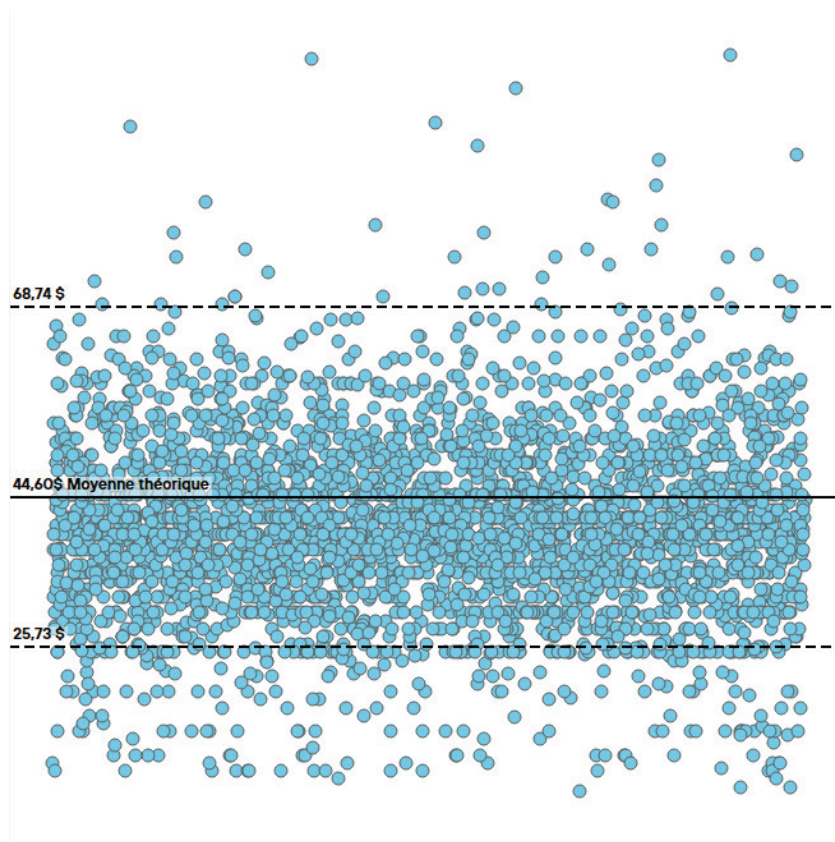
La même représentation est maintenant analysée dans le Graphique 24 en prenant l'inflation comme référence plutôt que le revenu médian. Chaque point correspond toujours à un spectacle individuel de la saison 2022-2023 présenté par au moins cinq diffuseurs, et les lignes horizontales indiquent ce que seraient aujourd'hui, en dollars de 2023, le prix minimal, le prix moyen et le prix maximal observés en 2003 si ceux-ci avaient simplement suivi l'indice des prix à la consommation.

Ce nuage de points se rapproche beaucoup plus d'une distribution dite « normale » que celui fondé sur le revenu médian. Visuellement, la ligne de moyenne théorique (44,60 \$) coupe le nuage presque en son centre. La répartition des spectacles au-dessus et au-dessous de cette

moyenne apparaît relativement équilibrée, ce qui correspond à ce que l'on observe lorsque les prix ont évolué globalement au même rythme que l'indicateur de référence.

La majorité des points se situe entre le prix minimal théorique (25,73 \$) et le prix maximal théorique (68,74 \$). Quelques spectacles dépassent cette limite supérieure, mais ils demeurent marginaux et relèvent davantage de cas exceptionnels que d'une tendance structurelle. De façon générale, l'éventail des prix s'inscrit donc à l'intérieur de l'intervalle qu'aurait dicté une simple indexation à l'inflation. Tous les spectacles situés sous la ligne minimale sont des spectacles qui ont une valeur moindre que le moins cher des spectacles de 2002. Ces spectacles ont perdu leur valeur par rapport à l'évolution de l'inflation. En d'autres termes, ces spectacles valent moins cher que les moins chers de 2002.

Cet constat est fondamental. Il signifie que, même si la structure globale des prix suit relativement bien l'inflation, une part non négligeable de l'offre se situe aujourd'hui en deçà



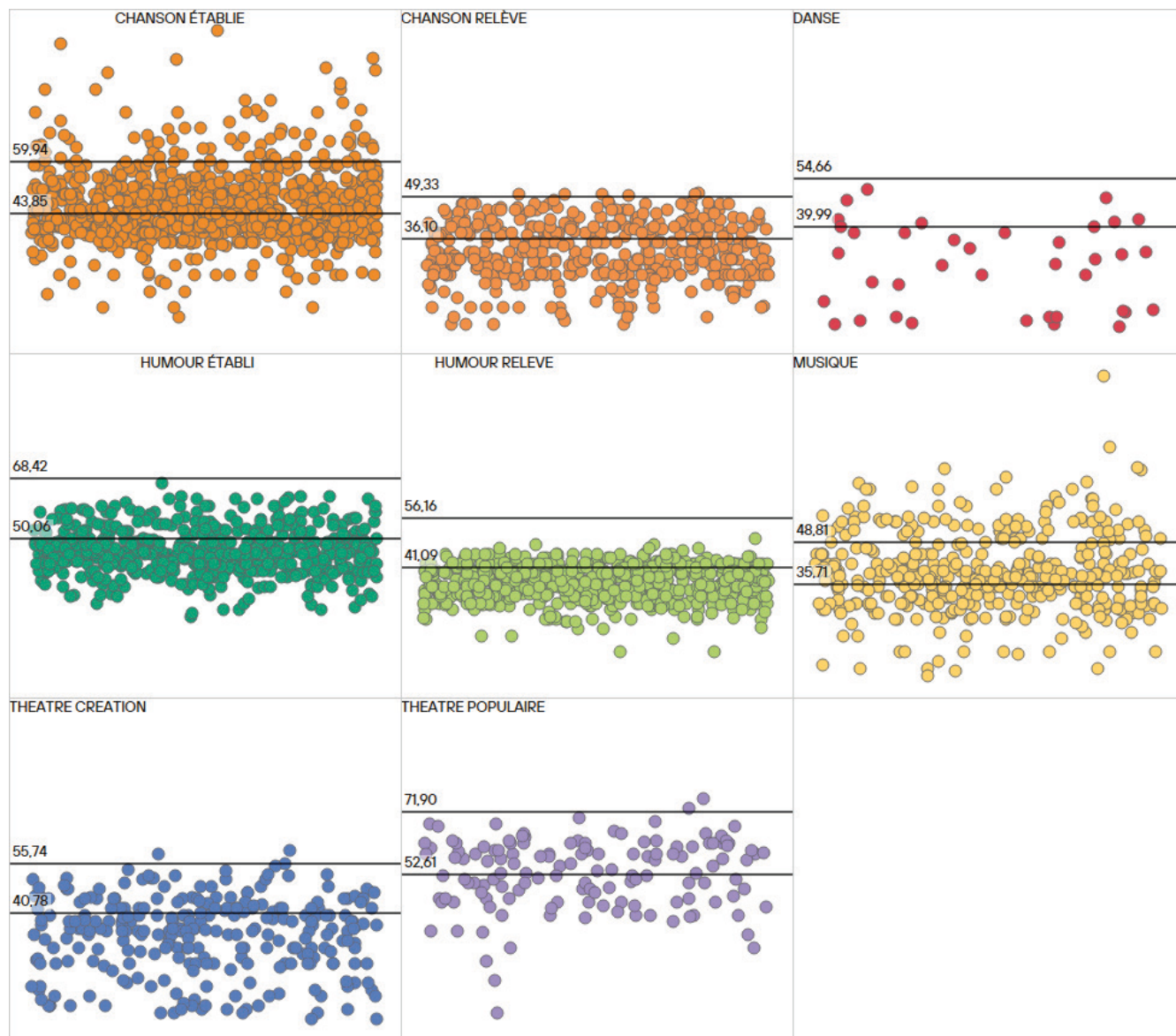
Graphique 24. Diagramme de dispersion de l'ensemble des spectacles présentés en 2022-2023 en fonction du minimum, du maximum et de la moyenne du prix du billet théorique suivant l'inflation

du plancher historique. Ces spectacles ne se contentent pas de stagner ; ils ont reculé en valeur réelle par rapport à ce qui constituait déjà, en 2002, le bas de l'échelle tarifaire. Une asymétrie subtile mais importante apparaît également autour de la moyenne théorique. La densité de points est légèrement plus forte sous la ligne de moyenne que au-dessus. Ce déséquilibre explique le retard global observé d'environ 4,75 \$ par rapport à la trajectoire inflationniste : même si la moyenne semble visuellement bien centrée, la masse des observations est tirée vers le bas, indiquant que les prix sont restés, en moyenne, légèrement inférieurs à ce qu'aurait produit une indexation stricte à l'IPC.

Comme dans l'analyse fondée sur le revenu médian, les spectacles les plus fréquemment situés sous la ligne minimale appartiennent principalement aux catégories nichées ou en développement : relève, création, danse. Ce sont donc ces segments qui ont subi la plus forte érosion relative de valeur, même lorsqu'on raisonne simplement en dollars constants.

La présence de certains spectacles de musique dans cette zone basse doit toutefois être interprétée avec prudence. Contrairement aux autres disciplines, la musique n'a pas été segmentée entre « relève » et « établi » dans la classification utilisée. Il est donc normal d'y retrouver à la fois des artistes très porteurs et des propositions beaucoup plus émergentes, ce qui élargit mécaniquement la dispersion des prix vers le bas.

En résumé, lorsque l'inflation est prise comme étalon, la structure des prix apparaît plus stable que lorsqu'elle est comparée à l'évolution du revenu médian. Néanmoins, même dans ce cadre plus conservateur, une part significative de l'offre, et en particulier dans les disciplines nichées, se situe sous le seuil minimal historique, confirmant une pression persistante à la baisse sur la valeur relative de certains segments du marché.



Graphique 25. Diagrammes de dispersion par discipline exposant les prix moyens théoriques selon la croissance de l'inflation (ligne du bas) et la croissance du revenu médian (ligne du haut).pour la programmation de 2022-2023

### Analyse par catégorie des prix de billets – comparaison avec les trajectoires théoriques (inflation et revenu médian)

L'analyse se poursuit avec le Graphique 25 à un niveau plus fin, par discipline, en examinant séparément la distribution des prix pour chaque catégorie de spectacles. Chaque panneau du graphique correspond à une catégorie artistique. Chaque point représente un spectacle individuel de la saison 2022-2023, et deux lignes horizontales servent de repères théoriques.

La ligne inférieure correspond au prix moyen qu'aurait atteint la catégorie si ses billets avaient strictement suivi l'évolution de l'inflation depuis 2002.

La ligne supérieure correspond au prix moyen qu'elle aurait atteint si ses billets avaient évolué au même rythme que le revenu médian des ménages.

Ces lignes sont des moyennes théoriques. Si, en moyenne, une catégorie avait parfaitement suivi l'indicateur de référence, la ligne correspondante devrait couper le nuage de points en deux masses à peu près équivalentes, avec autant de spectacles au-dessus qu'en dessous.

### Cohérence avec l'analyse globale

Pour quatre catégories : musique, chanson établie, humour établi et théâtre populaire, la ligne correspondant à l'inflation traverse le nuage de points près de son centre de gravité. Cette configuration confirme, à l'échelle microéconomique, ce que l'analyse globale montrait déjà : en moyenne, ces segments ont évolué à un rythme relativement proche de celui de l'inflation. Les prix n'y ont ni décroché de façon marquée, ni dépassé largement la trajectoire des dollars constants.

À l'inverse, pour la danse, la chanson relève, l'humour relève et le théâtre de création, la ligne d'inflation se situe clairement dans la partie supérieure du nuage. Une majorité de spectacles se trouvent donc sous le niveau que l'inflation seule aurait dû produire. Ces disciplines n'ont pas seulement manqué l'opportunité de capter la croissance du revenu médian ; elles n'ont même pas, collectivement, préservé le pouvoir d'achat réel du billet.

### La ligne du revenu médian comme seuil de performance

La ligne supérieure, fondée sur la croissance du revenu médian, joue un rôle différent. Elle ne mesure plus la simple conservation du pouvoir d'achat, mais la capacité de capter une part stable du revenu des ménages. Les spectacles situés au-dessus de cette ligne peuvent être considérés comme « performants » au sens strict : ils se vendent à un niveau de prix supérieur à ce que la trajectoire moyenne de la capacité de payer laisserait prévoir.

Très peu de catégories franchissent ce seuil, et ces cas se concentrent essentiellement dans deux disciplines : la musique et la chanson établie. C'est dans ces univers que se retrouvent les rares points situés au-dessus de la ligne du revenu médian.

Il s'agit principalement de spectacles portés par des artistes de très forte notoriété : Michel Fugain, déjà évoqué dans la section précédente, mais aussi Marc Hervieux, Diane Dufresne, Robert Charlebois, ou encore des productions de type Nicole – Les chansons d'une vie. Ces exemples ne constituent pas des anomalies statistiques, mais l'expression d'un segment premium très restreint, capable de soutenir des niveaux de prix cohérents avec la trajectoire de long terme du revenu des ménages.

### La structure particulière de l'humour

Un phénomène distinct apparaît dans les deux catégories d'humour, et de façon encore plus marquée en humour relève. Les nuages de points y sont extrêmement compacts, avec très peu de dispersion verticale. Les prix se regroupent étroitement autour d'un même niveau et les écarts entre spectacles sont beaucoup plus faibles que dans les autres disciplines.

Cette configuration suggère deux mécanismes régissant cette catégorie.

D'une part, une forte uniformité tarifaire entre les spectacles dans l'ensemble des diffuseurs : pour un même type de spectacle, les prix tendent à être très similaires d'un lieu à l'autre.

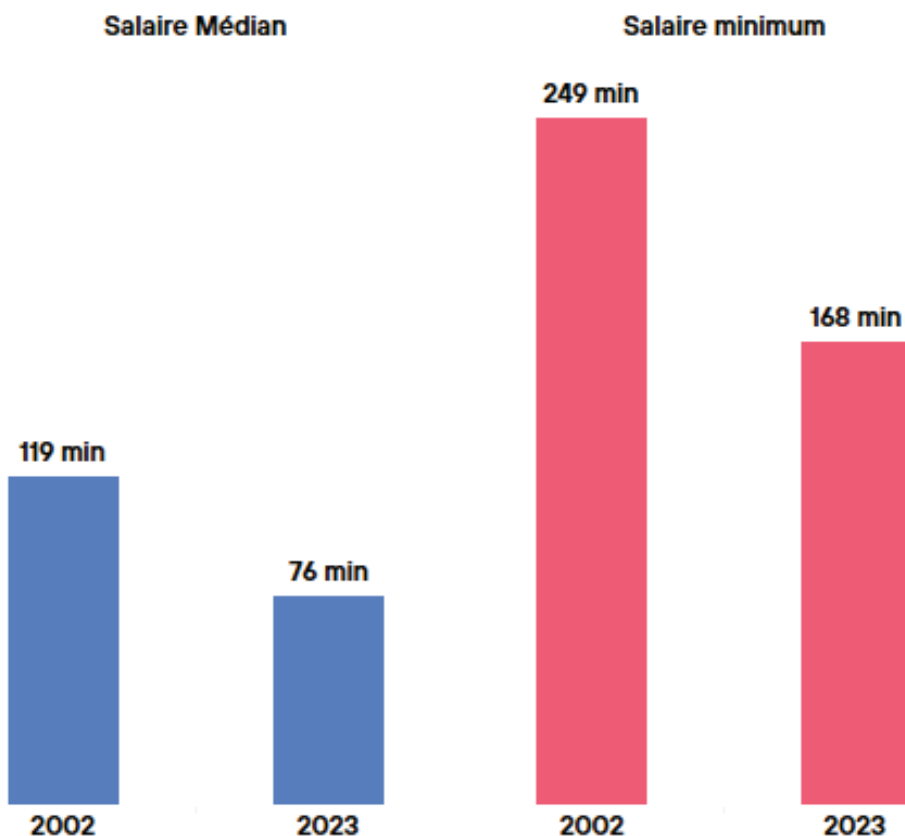
D'autre part, un mimétisme entre artistes : des humoristes perçus comme équivalents en termes de notoriété ou de stade de carrière s'alignent sur des grilles de prix comparables. Le marché fonctionne alors par paliers relativement rigides, avec peu de débordements vers le haut, même dans la catégorie établie.

Il est également frappant de constater que, bien que l'humour soit l'un des genres qui vend le plus de billets, il n'y apparaît pratiquement pas de véritables « outsiders » tarifaires, c'est-à-dire de spectacles se détachant fortement par le haut, comme on en observe en musique ou en chanson. Cette absence de sommets de prix constitue une caractéristique structurelle du secteur, qui sera analysée plus en profondeur dans la section suivante.

Au-delà des moyennes, ce graphique met ainsi en évidence que la dynamique de prix n'est pas seulement une question de niveau, mais aussi de structure. Certaines disciplines disposent d'un sommet capable de tirer les prix vers le haut, d'autres évoluent dans des couloirs étroits, et plusieurs demeurent durablement en dessous des trajectoires macroéconomiques de référence.

### Heures de travail nécessaires pour l'achat d'un billet de spectacle

Le Graphique 26 met en relation le prix moyen du billet de spectacle et le temps de travail requis pour se le procurer, exprimé en minutes, selon deux repères salariaux : le salaire horaire médian et le salaire minimum. Il permet de traduire un prix monétaire en une unité concrète et immédiatement intelligible pour le public : du temps de travail.



Graphique 26. Nombre de minutes de travail nécessaires pour acheter un billet de spectacle en 2003 vs 2023 en fonction du revenu moyen et du salaire minimum.

En 2002, l'achat d'un billet moyen nécessitait environ 119 minutes de travail au salaire horaire médian et 249 minutes au salaire minimum. En 2023, ces durées tombent respectivement à 76 minutes et 168 minutes. Cela correspond à une diminution de 43 minutes pour le salarié médian, soit une réduction d'environ 36 % du temps de travail requis. Pour un travailleur au salaire minimum, la diminution est de 81 minutes, ce qui représente une réduction d'environ 33 %.

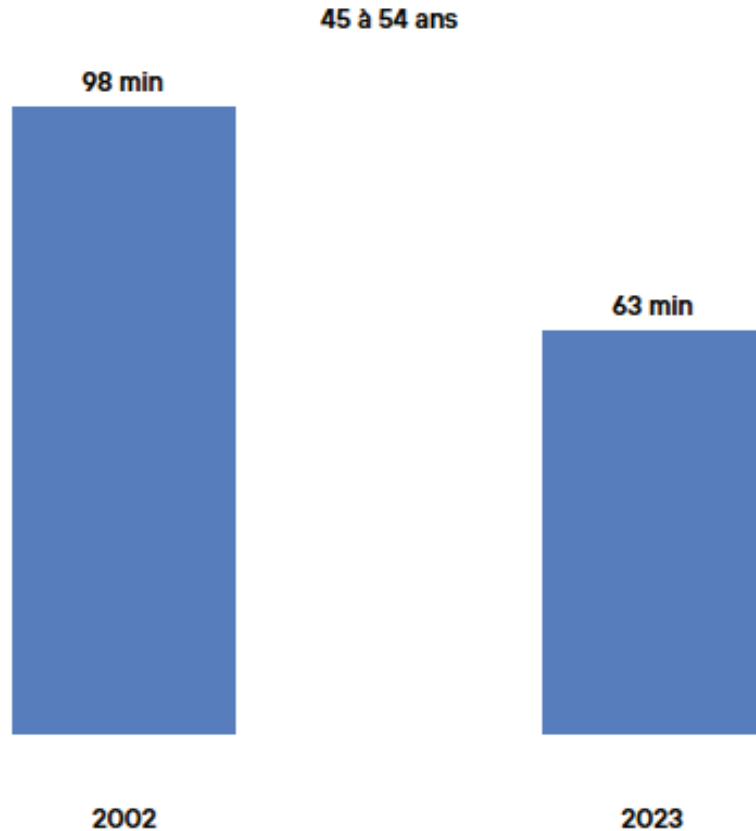
Autrement dit, en un peu plus de vingt ans, l'effort en temps de travail nécessaire pour se procurer un billet de spectacle a été réduit d'environ un tiers, tant pour le travailleur médian que pour le travailleur au salaire minimum.

Ce résultat est cohérent avec les constats établis précédemment. La croissance du revenu médian et du salaire minimum a été plus rapide que celle du prix moyen des billets. Le billet de spectacle représente donc, en 2023, une charge temporelle significativement plus faible qu'en 2002, tant pour le travailleur médian que pour le travailleur au bas de l'échelle salariale.

Il est important de rappeler la signification de ces repères. Le salaire médian correspond au niveau de rémunération qui partage la population active en deux groupes de taille égale : la moitié gagne moins, l'autre moitié gagne plus. Le salaire minimum représente quant à lui le seuil légal plancher. L'utilisation conjointe de ces deux références permet de situer l'accessibilité du spectacle à la fois pour un ménage « central » dans la distribution des revenus et pour les travailleurs les plus faiblement rémunérés.

La lecture du graphique montre que, sur le plan strict de l'effort de travail requis, l'accessibilité moyenne s'est améliorée de façon marquée depuis 2002. Cette amélioration ne provient pas d'une baisse des prix nominaux, mais d'un décalage croissant entre la progression des revenus et celle des prix des billets.

Le Graphique 27 applique la même logique à un sous-groupe clé de la population, soit les ménages dont la personne de référence est âgée de 45 à 54 ans. Ce groupe correspond à une tranche d'âge centrale dans la fréquentation



Graphique 27. Nombre de minutes de travail nécessaires pour acheter un billet de spectacle en 2003 vs 2023 en fonction du revenu moyen des 45-54 ans.

des arts de la scène et se situe généralement au sommet du cycle de revenu.

En 2002, un ménage de ce groupe devait consacrer en moyenne 98 minutes de travail pour acheter un billet. En 2023, ce temps est ramené à environ 63 minutes. La diminution est donc de 35 minutes, ce qui correspond à une réduction d'environ 36 % du temps de travail requis.

Ce résultat confirme que la tendance observée au niveau de l'ensemble de la population se reproduit également pour les groupes au cœur du marché. En proportion du revenu médian, le billet de spectacle est aujourd'hui nettement moins « coûteux » en temps de travail qu'au début des années 2000.

Ce constat soulève une question structurante pour la suite de l'analyse. Si, en 2002, l'accessibilité était jugée acceptable alors qu'elle exigeait près de deux heures de travail pour un ménage médian et plus de quatre heures pour un travailleur au salaire minimum, il est légitime de s'interroger sur la logique qui a conduit, au fil des années, à maintenir une

pression tarifaire aussi modérée. La diminution aussi marquée du temps de travail requis suggère que la contrainte d'accessibilité ne s'est pas détériorée, mais s'est au contraire relâchée de façon importante.

Cette lecture vient renforcer et préciser l'hypothèse centrale de l'étude. En 2002, le spectateur était implicitement habitué à consacrer un certain volume de temps de travail pour accéder à un spectacle. Le prix du billet, au-delà de sa valeur monétaire, correspondait à une fraction bien identifiée de son temps de vie productif. En ramenant les montants en dollars à des minutes de travail, on quitte une abstraction comptable pour revenir à une mesure beaucoup plus concrète : l'effort réel consenti par le spectateur.

L'analyse en temps de travail permet ainsi de replacer la question des prix dans une logique d'usage quotidien. Un billet n'est pas seulement un montant à déboursier, c'est un nombre d'heures qu'un individu doit consacrer à travailler pour se l'offrir. Cette conversion donne une image plus juste

de l'accessibilité que la simple comparaison en dollars courants ou constants.

Dans ce cadre, les résultats sont sans équivoque. Non seulement les prix des billets n'ont pas suivi la croissance du revenu médian, mais ils représentent aujourd'hui une part beaucoup plus faible du temps de travail qu'au début des années 2000. Le spectateur médian « paie » désormais ses sorties culturelles avec moins de minutes de travail qu'auparavant.

### Fréquentation des spectacles

Il est nécessaire, à ce stade de l'analyse, de faire une pause et de revenir à une donnée fondamentale : la fréquence réelle de fréquentation des salles par les spectateurs.

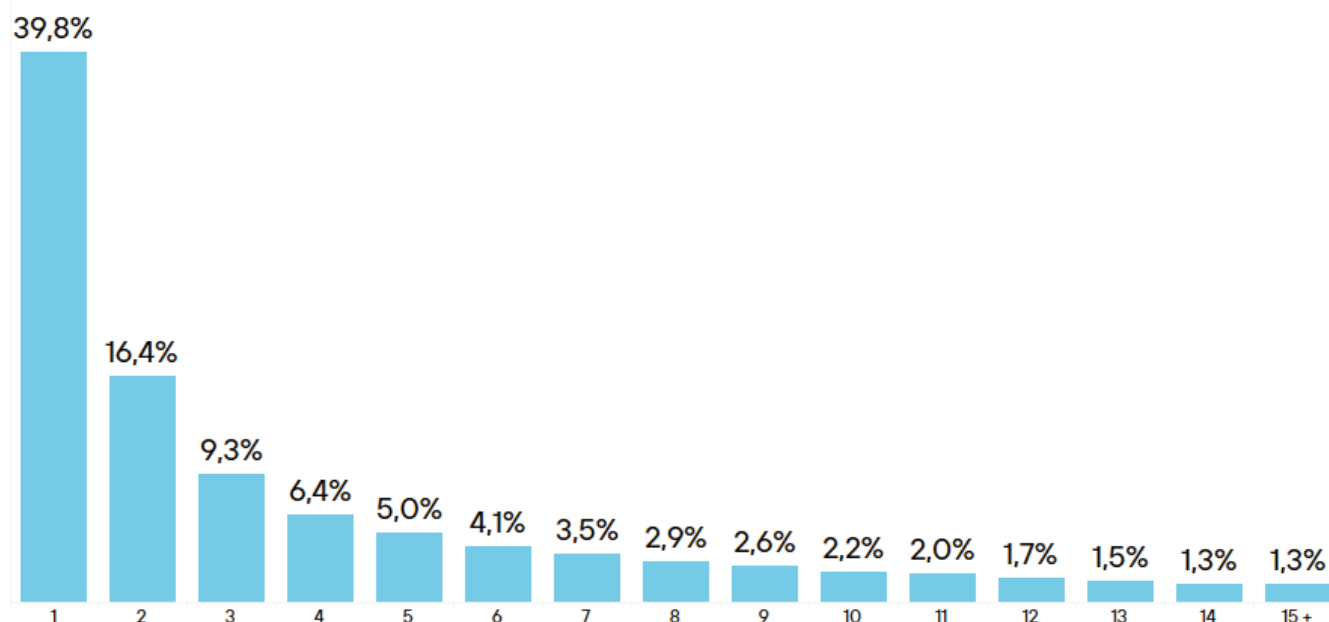
Le Graphique 28 montre, pour la période 2023-2025, la distribution du nombre de représentations auxquelles assiste un même spectateur au cours d'une année. Les résultats sont sans équivoque. Près de 40 % des spectateurs (39,8 %) n'achètent qu'un seul billet dans l'année. Environ 16,4 % en achètent deux. Un peu plus de 9 % en achètent trois. Autrement dit, plus de la moitié du public se situe entre une et deux sorties annuelles, et près des deux tiers ne dépassent pas trois spectacles par année.

Cette réalité structurelle est centrale pour comprendre la dynamique des prix. La grande majorité du public n'est pas

composée de « consommateurs intensifs » de culture, mais de spectateurs occasionnels, pour qui la sortie au spectacle constitue un événement ponctuel, parfois même exceptionnel dans l'année. Il ne s'agit pas d'une dépense récurrente comparable à l'épicerie, au transport ou au logement, mais d'un acte de consommation rare, planifié, chargé d'une forte valeur symbolique et émotionnelle.

Cette faible fréquence change complètement la lecture de l'effort monétaire demandé. Lorsqu'un ménage assiste à un ou deux spectacles par année, une variation de quelques dollars sur le prix du billet ne se traduit pas par une pression budgétaire cumulative, mais par un ajustement marginal sur une dépense isolée. L'impact se mesure en dollars par année, non en centaines de dollars par mois. Ce n'est pas la répétition qui pèse, c'est l'expérience elle-même qui est évaluée, comparée, arbitrée.

Autrement dit, le prix du billet ne doit pas être analysé comme un prix unitaire abstrait, mais comme une dépense annuelle globale par ménage liée à la fréquentation des arts vivants. Or, lorsque la fréquence moyenne est de une à deux sorties par an, l'effort réel consenti par le spectateur pour soutenir financièrement le secteur demeure objectivement faible, même lorsque le prix unitaire augmente de façon significative en apparence.



Graphique 28. Répartition des clients selon le nombre de représentations assistées annuellement (2023-2025).

Cette observation montre que la capacité d'absorption d'une hausse de prix existe, non pas parce que les ménages sont indifférents au coût, mais parce que la rareté même de la consommation transforme la perception de l'effort. Un billet plus cher ne s'inscrit pas dans une logique d'accumulation, mais dans celle d'un choix ponctuel, assumé, qui s'intègre à un budget annuel global.

La faible fréquence de fréquentation explique ainsi pourquoi le secteur a, historiquement, surestimé la sensibilité du public au prix unitaire. En raisonnant comme si chaque hausse se répétait des dizaines de fois par année, l'industrie a projeté sur le billet de spectacle une logique de consommation courante, alors qu'il relève en réalité d'une logique d'expérience rare. Cette confusion a contribué à freiner l'ajustement des prix, et donc à limiter, année après année, la part réelle que l'utilisateur-payeur consacre aux arts vivants dans son budget annuel.

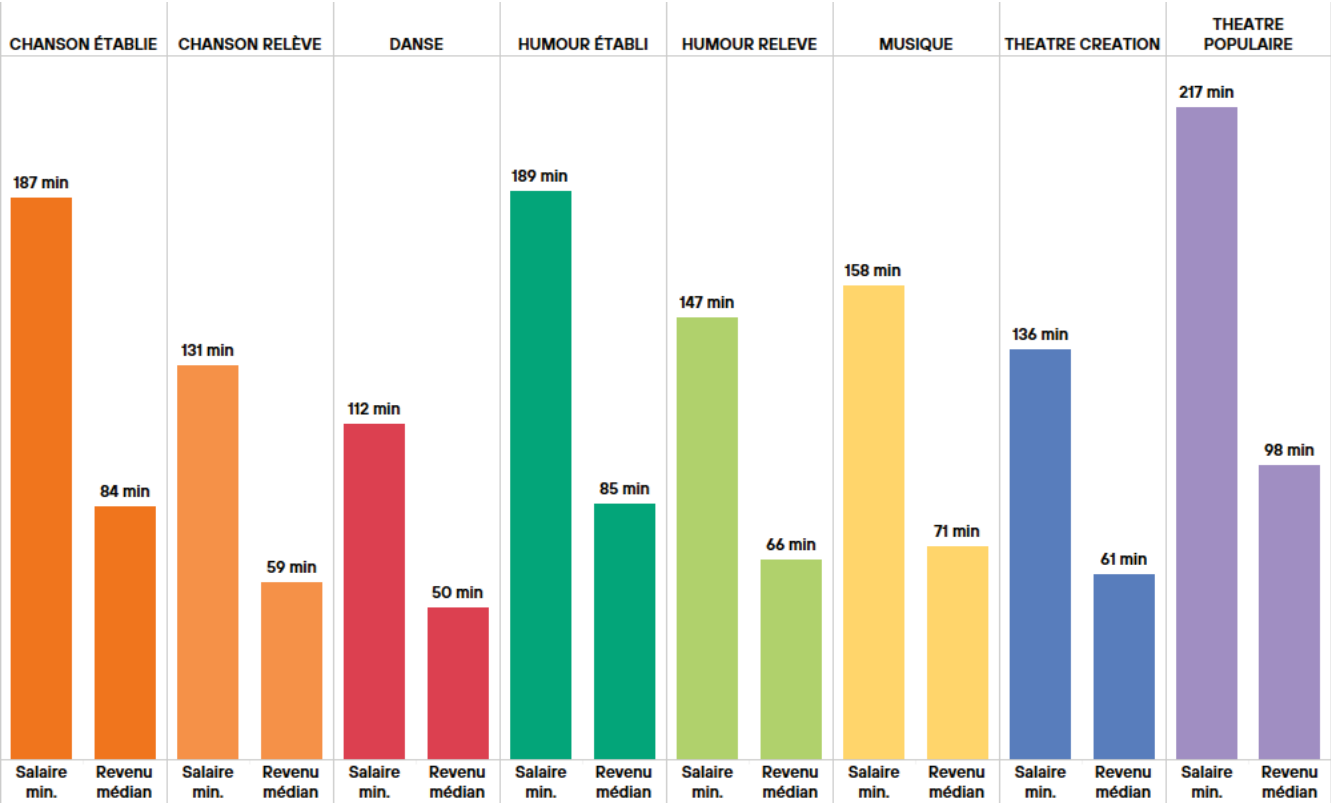
Si l'on raisonne à l'échelle d'un comportement moyen de consommation soit un à deux spectacles par année, l'effort maximal demandé en 2023 à un spectateur de 45 à 54

ans correspond à environ 126 minutes de travail (deux billets à 63 minutes chacun), soit un peu plus de deux heures. Autrement dit, l'ensemble de sa consommation culturelle annuelle typique peut être couvert par environ 2 h 06 min de travail.

On peut évidemment exprimer cette réalité en dollars. Mais exprimée en temps de travail, elle devient particulièrement parlante : l'accès à un spectacle représente aujourd'hui une fraction très limitée du temps productif annuel d'un ménage médian. Cette perspective met en évidence que la pression économique exercée sur le spectateur, mesurée en effort de travail, s'est considérablement relâchée depuis 2002, ce qui confirme que la trajectoire des prix s'est située nettement en deçà de celle de la capacité de payer.

Heures de travail nécessaires pour l'achat d'un billet de spectacle par catégorie de prix.

Le Graphique 29 exprime le prix moyen des billets en 2023 non plus en dollars, mais en minutes de travail, selon deux repères : le revenu horaire médian et le salaire minimum.



Graphique 29. Nombre de minutes de travail nécessaires au salaire médian et au salaire minimum pour acheter un billet de spectacle en 2023 ventilées par discipline.

Cette conversion permet de traduire l’effort réel demandé au spectateur dans une unité directement comparable d’une époque à l’autre.

On observe que, selon la catégorie, l’effort au revenu médian varie d’environ 50 minutes (danse) à près de 100 minutes (théâtre populaire). Au salaire minimum, cet effort s’élève entre un peu plus de 110 minutes et plus de 215 minutes. Les catégories les plus exigeantes en temps de travail sont le théâtre populaire, l’humour établi, la musique et la chanson établie, tandis que la danse et les catégories de relève demeurent les plus accessibles.

Ce premier portrait met en évidence que, même lorsque les prix en dollars semblent comparables, la charge réelle supportée par le spectateur diffère fortement selon la discipline et selon sa position dans l’échelle des revenus.

Le Graphique 30 compare directement, pour chaque catégorie, le nombre de minutes de travail requis en 2003 et en 2023. Les barres rouges représentent l’effort en 2002, les barres bleues, celui observé en 2023.

La lecture est sans équivoque : dans toutes les disciplines, et tant au revenu médian qu’au salaire minimum, le nombre de minutes nécessaires pour acheter un billet a diminué. L’effort demandé au spectateur, exprimé en temps de travail, est donc aujourd’hui inférieur à celui observé au début des années 2000, malgré l’augmentation nominale des prix.



Graphique 30. Évolution du nombre de minutes de travail nécessaire pour acheter un billet de spectacle entre 2003 et 2023 au salaire médian et au salaire minimum. Les barres rouge correspondent à 2003 et les barres bleues à 2023.

## CONCLUSION PARTIE ANALYTIQUE

### Synthèse des constats

Les sections précédentes ont permis de dresser un portrait complet et cohérent de l'évolution du prix des billets de spectacle au Québec sur plus de vingt ans, en le replaçant systématiquement dans son contexte économique et social. Trois trajectoires de référence ont servi de cadre de lecture :

- ▶ l'évolution du revenu médian des ménages, qui a plus que doublé entre 2002 et 2023 (+109 %)
- ▶ l'évolution de l'inflation mesurée par l'IPC (+53,6 % sur la période),
- ▶ l'évolution du temps de travail nécessaire pour se procurer un billet, exprimée en minutes.

La confrontation du prix moyen observé en 2022-2023 (39,85 \$) avec ces trajectoires montre un décalage structurel. En dollars constants, les prix des billets ont à peu près suivi l'inflation, mais ils sont restés très en deçà de ce qu'aurait impliqué une évolution proportionnelle à la capacité de payer des ménages. Selon la trajectoire du revenu médian, le prix moyen observé en 2023 correspond à un niveau qui aurait dû être atteint autour de 2012, ce qui révèle un retard d'environ une décennie dans l'ajustement des prix.

L'analyse en termes de temps de travail renforce ce constat sous une forme particulièrement concrète. Entre 2003 et 2023, l'effort requis pour acheter un billet moyen est passé : d'environ 119 à 76 minutes au salaire horaire médian (-36 %), d'environ 249 à 168 minutes au salaire minimum (-33 %).

Autrement dit, malgré la hausse nominale des prix, le billet de spectacle représente aujourd'hui une charge temporelle nettement plus faible qu'au début des années 2000. Pour un ménage de 45 à 54 ans, au cœur du bassin de spectateurs, l'effort moyen est passé d'environ 98 minutes à 63 minutes par billet, soit une réduction du même ordre de grandeur.

La lecture par catégories confirme que cette dynamique n'est pas uniforme. Certaines disciplines : musique, chanson établie, humour établi, théâtre populaire se situent globalement sur une trajectoire proche de l'inflation, tandis que les catégories de relève, la danse et le théâtre de création se trouvent, en moyenne, sous cette trajectoire. La comparaison avec la trajectoire du revenu médian montre par ailleurs que seuls quelques segments très restreints, essentiellement dans la musique et la chanson établie, produisent des spectacles capables d'atteindre, voire de dépasser, le

niveau de prix cohérent avec la croissance de la capacité de payer.

Enfin, l'analyse en dispersion révèle des structures de marché distinctes selon les disciplines. L'humour, en particulier, se caractérise par une forte concentration des prix et une absence presque totale de débordements vers le haut, malgré des volumes de vente très élevés, ce qui le distingue nettement des marchés de la musique et de la chanson, où l'on observe l'existence d'un segment premium très limité mais clairement identifiable.

Pris ensemble, ces résultats permettent d'établir un cadre factuel robuste :

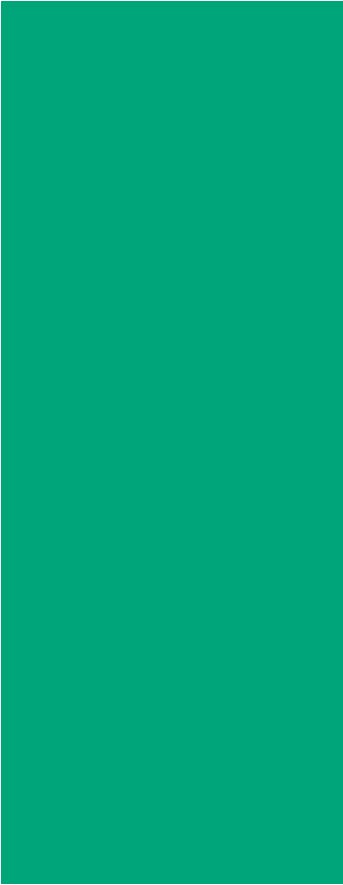
- ▶ la richesse réelle des ménages a progressé beaucoup plus rapidement que le prix des billets ;
- ▶ l'effort économique, mesuré en temps de travail, s'est allégé d'environ un tiers ;
- ▶ la structure des prix varie fortement selon les disciplines, avec des mécanismes de formation distincts.

Jusqu'à ce point, l'étude s'est volontairement limitée à l'exposition des faits issus des données, sans interprétation normative. Les indicateurs ont été présentés, comparés et mis en relation, mais sans porter de jugement sur les causes ni sur les choix stratégiques qui sous-tendent ces écarts.

La section suivante quittera ce registre descriptif pour entrer dans une lecture analytique. À partir de ces constats, il s'agira d'interpréter les dynamiques observées, d'en comprendre les déterminants et d'en évaluer les implications pour les modèles de production, de diffusion et de tarification du spectacle vivant.

TABLEAU 2. SYNTHÈSE DES CONSTATS EXPOSÉS

| AXE D'ANALYSE     | INDICATEUR                                          | 2002                | 2023                | CONSTAT PRINCIPAL                      |
|-------------------|-----------------------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------------------------|
| Revenus           | Revenu médian des ménages (Québec)                  | 34 600 \$           | 72 443 \$           | +109 % sur la période                  |
|                   | Revenu médian théorique ajusté à l'IPC              | 34 600 \$           | 53 146 \$           | Écart réel d'environ +19 300 \$        |
| Inflation         | Indice des prix à la consommation (base 2002 = 100) | 100                 | 153,6               | +53,6 %                                |
| Temps de travail  | Heures annuelles habituellement travaillées         | 1 856 h             | 1 810 h             | Diminution d'environ 45 h              |
| Salaire horaire   | Salaire horaire médian estimé                       | 14,70 \$            | 31,62 \$            | +115 % (revenu + heures)               |
|                   | Salaire minimum                                     | 7,00 \$             | 14,25 \$            | +104 %                                 |
|                   | Salaire minimum / salaire médian                    | 47,6 %              | 45,1 %              | Écart relatif légèrement accru         |
| Prix des billets  | Prix moyen global                                   | 29,03 \$            | 39,85 \$            | Croissance inférieure au revenu médian |
|                   | Fourchette par catégorie                            | 23,25 \$ – 34,25 \$ | 26,54 \$ – 51,47 \$ | Dispersion accrue entre disciplines    |
| Effort de travail | Minutes au revenu médian (billet moyen)             | 119 min             | 76 min              | -36 % de temps requis                  |
|                   | Minutes au salaire minimum (billet moyen)           | 249 min             | 168 min             | -33 % de temps requis                  |
|                   | Fourchette par catégorie (salaire médian)           | 95 min à 138 min    | 50 min à 98 min     | baisse marquée par discipline          |
|                   | Fourchette par catégorie (salaire minimum)          | 199 min à 291 min   | 112 min à 217 min   | baisse marquée par discipline          |



# Interprétation



## INTRODUCTION – REGARDER LES CHIFFRES AUTREMENT

Les sections précédentes ont posé les bases factuelles. On y a parlé de revenus, d'inflation, de salaire horaire, de minutes de travail nécessaires pour acheter un billet, de trajectoires théoriques et de prix réellement observés. Bref, les chiffres ont été mis sur la table.

Mais les chiffres, à eux seuls, ne racontent jamais toute l'histoire.

Ils disent ce qui s'est passé, pas nécessairement pourquoi. Ils décrivent des écarts, des tendances, des retards, mais ils ne nomment pas les mécanismes, les réflexes, les peurs, les habitudes et les croyances qui ont conduit à ces écarts. Or, dans un secteur comme celui des arts vivants, les décisions économiques ne sont jamais purement techniques. Elles sont traversées par des valeurs, des perceptions, des rapports au public, à l'argent, à la notion même de « valeur » artistique.

La partie qui suit ne cherche donc pas à refaire la démonstration statistique. Elle part de celle-ci, en accepte les constats et les prend au sérieux. Mais elle change de registre. On quitte le terrain de la mesure pour entrer dans celui de l'interprétation.

L'objectif est simple : comprendre comment, collectivement, le milieu en est venu à sous-évaluer son propre produit, à laisser dériver le prix des billets par rapport à la capacité réelle de payer du public, et à installer, souvent sans s'en rendre compte, un modèle économique qui appauvrit l'ensemble de la chaîne.

Il ne s'agit pas ici de pointer des coupables. Il s'agit de décrire un système. Un système fait de comparaisons, de prudence excessive, de bonnes intentions, de mythes tenaces sur l'accessibilité, de peur de perdre le public, et parfois aussi d'un certain malaise à parler d'argent quand on parle d'art. Cette section adopte donc volontairement un ton différent. Moins neutre. Plus direct. Par moments, plus proche de la chronique que du rapport technique. Non pas pour affaiblir la rigueur, mais pour nommer clairement ce que les chiffres laissent entrevoir sans le dire explicitement.

Les données ont montré que le public, en moyenne, s'est enrichi depuis vingt ans, alors que le prix du billet, lui, n'a pas

suivi. Elles ont montré que l'effort financier relatif pour aller au spectacle a diminué, alors même que le secteur se dit en difficulté chronique. Ce décalage appelle une explication.

C'est à cette question que l'on s'attaque maintenant : comment en est-on arrivé là, et surtout, pourquoi cela a-t-il semblé normal pendant si longtemps?

## LE PARADOXE : DES SPECTATEURS PLUS RICHES, DES BILLETS QUI N'ONT PAS SUIVI

Quand on met les chiffres côte à côte, il y a quelque chose qui frappe immédiatement.

Depuis 2002, le revenu médian des ménages québécois a plus que doublé. On parle d'une hausse de 109 %. Dans le même temps, l'inflation a augmenté d'environ 54 %. Autrement dit, les ménages ne se sont pas simplement ajustés au coût de la vie : ils ont gagné du pouvoir d'achat réel. En

dollars d'aujourd'hui, le ménage médian dispose d'environ 20 000 \$ de plus qu'il y a vingt ans.

Ce n'est pas anecdotique. Ce n'est pas un petit rattrapage. C'est une vraie marge de manœuvre qui s'est créée, et aussi chez les 45 à 54 ans, qui constituent le cœur du public des salles. Et à cela s'ajoute un autre élément : on travaille un peu moins d'heures par année qu'en 2002, ce qui fait que le salaire horaire a augmenté encore

plus vite que le revenu annuel.

Bref, objectivement, le spectateur moyen est aujourd'hui plus riche, et chaque heure de travail lui rapporte plus qu'avant.

Et pourtant, le prix des billets, lui, n'a pas suivi.

Si un billet moyen à 29 \$ en 2002 avait simplement été ajusté à l'inflation, il coûterait aujourd'hui autour de 45 \$. S'il avait suivi la croissance du revenu, pour représenter le même effort relatif qu'à l'époque, il serait autour de 61 \$. Dans la réalité, le prix moyen observé en 2022-2023 est de 39,85 \$. Donc non seulement le billet n'a pas suivi la capacité de payer du public, mais il n'a même pas suivi le coût de la vie. Résultat : en proportion de son revenu, le spectateur d'aujourd'hui paie moins cher qu'il y a vingt ans. En 2002, il fallait en moyenne près de deux heures de travail pour s'acheter un billet. En 2023, on parle d'environ une heure et quart. L'effort a diminué de façon très nette.

**LE SPECTATEUR MOYEN  
EST AUJOURD'HUI PLUS  
RICHE, ET POURTANT, LE  
PRIX DES BILLETS, LUI,  
N'A PAS SUIVI.**

C'est là que le paradoxe devient intéressant. D'un côté, on entend partout dans le milieu que l'argent ne rentre pas, que les budgets sont serrés, que les équipes sont à bout de souffle, que les cachets ne suivent pas, que les tournées rapetissent, que les risques sont trop grands. De l'autre, on constate que, pour le public, le billet est devenu, en termes relatifs, plus accessible qu'il ne l'a jamais été.

Autrement dit : le public s'est enrichi, mais le spectacle, lui, s'est appauvri.

Et cette situation ne résulte pas d'une grande décision collective du type : « On va volontairement baisser le poids du billet pour démocratiser l'accès. » Elle s'est installée tranquillement, année après année, par petites augmentations jugées « raisonnables », par peur d'aller trop loin, par comparaison avec les voisins, par réflexe de prudence.

On ne s'est pas dit : « Combien les gens peuvent payer aujourd'hui? » On s'est surtout demandé : « Jusqu'où on ose monter sans que ça chiale? » La différence est énorme. Ce décalage est le point de départ de tout le reste. Il oblige à remettre en question une croyance très ancrée dans le milieu : celle selon laquelle le principal frein serait l'incapacité du public à payer plus cher. Les données racontent une autre histoire. Elles montrent que la contrainte n'est pas d'abord du côté du portefeuille du spectateur, mais du côté de la façon dont le secteur pense, fixe et assume la valeur de ce qu'il offre.

La vraie question n'est donc pas : « Est-ce que le public aurait pu suivre? » La vraie question est : « Pourquoi, collectivement, on n'a jamais vraiment essayé de lui demander de suivre? »

## LE FAUX LEVIER DU PRIX POUR REMPLIR LES SALLES

Dans le milieu, il y a une idée qui revient constamment, presque comme un réflexe : si on baisse le prix, on va remplir la salle.

C'est intuitif. Ça sonne logique. Dans la vie de tous les jours, quand quelque chose est moins cher, on en vend plus. On le voit à l'épicerie avec les soldes ou au Black Friday. Une télé

passse de 1200 \$ à 600 \$, et en quelques heures il n'en reste plus une seule sur les tablettes.

Mais le spectacle vivant ne fonctionne pas comme une télé. Un billet de spectacle, ce n'est pas un bien de consommation courante. Ce n'est même pas un loisir « répétitif » comme aller au restaurant. Pour la majorité des gens, c'est un événement rare dans l'année. Une sortie qu'on planifie, qu'on coordonne, qu'on inscrit à l'agenda. Il y a toute une logistique autour : trouver une date, une gardienne, se déplacer, se stationner, parfois faire une heure de route, parfois dormir à l'hôtel, pour les spectacles qui sont offerts loin du spectateur.

Le prix du billet n'est qu'un des coûts. Et souvent, ce n'est pas le plus important.

**On peut baisser le billet de 10 \$, mais si la personne n'est pas disponible ce soir-là, si elle n'aime pas l'artiste, si elle est fatiguée, si elle a déjà une activité prévue... elle ne viendra pas. Même gratuit.**

**LE SPECTATEUR TRAVAILLE  
45 MINUTES DE MOINS  
POUR ACHETER UN BILLET  
DE SPECTACLE. SANS QU'IL  
N'AIT DEMANDÉ QUOI QUE  
CE SOIT**

Tout le monde dans le milieu a déjà vécu ça : on donne des billets, on en distribue, on en offre à des partenaires, à des commanditaires, à des amis... et il reste quand même des sièges vides. Des billets à zéro dollar, mais pourtant des fauteuils inoccupés.

Si le prix était vraiment le levier principal, une salle où tout est gratuit serait pleine tous les soirs. Or, ce n'est pas ce qu'on observe.

On pourrait comparer ça à une « date ». Baisser le prix, c'est comme proposer d'avance de payer l'addition, pour

convaincre la personne de venir.. Si la personne n'a pas envie de te voir, le repas gratuit ne changera rien. Ce qui compte d'abord, c'est l'intérêt, le désir, la disponibilité. Le reste vient après.

Dans le spectacle, c'est pareil. Les trois vraies questions que se pose un spectateur sont presque toujours les mêmes :

- ▶ Est-ce que ce spectacle m'intéresse?
- ▶ Est-ce que je suis libre ce soir-là?
- ▶ Est-ce que c'est simple pour moi d'y aller?

Le prix arrive après tout ça. Et pour certains spectateurs, il n'est même pas une donnée sensible. Le prix ne sera jamais

l'élément qui va amener une grande audience de se procurer un show niché. Ce n'est pas le prix qui va les motiver. Le prix est un incitatif pour certains segments de publics seulement.

C'est pour ça que la stratégie des rabais de dernière minute est si trompeuse. On réduit les prix à la veille du spectacle en espérant « créer de la demande ». Mais on ne crée pas de l'intérêt avec un rabais.

**On ne crée pas du temps libre avec un rabais. On ne crée pas une gardienne avec un rabais.**

Ce qu'on crée surtout, c'est autre chose : des habitudes toxiques.

On apprend au public que s'il attend, il paiera moins cher. On pénalise ceux qui achètent tôt. On envoie le message que le vrai prix, ce n'est pas celui affiché, mais celui en solde. On installe l'idée que le spectacle « ne valait finalement pas tant que ça ». Le plus surprenant c'est qu'on applique jamais l'inverse. On baisse les prix quand ça va mal, mais quand la demande est forte on n'augmente jamais les prix des billets restants pour optimiser les revenus, car on a peur de la réaction des gens.

**On confond deux choses : le prix comme barrière d'accès, et le prix comme indicateur de valeur.**

En croyant que le prix est l'outil principal pour remplir les salles, on l'utilise comme une béquille. On baisse, on ajuste, on « prend une chance ». Mais on ne règle pas le vrai problème, qui est presque toujours ailleurs : la notoriété, la médiation, le lien au public, la proposition artistique, le moment dans la saison, la fatigue du calendrier, la concurrence des autres activités.

Baisser le prix, c'est comme baisser le volume d'une alarme au lieu d'éteindre le feu. Ça donne l'impression qu'on agit, mais ça ne s'attaque pas à la cause.

Et surtout, ça installe une croyance dangereuse : que la salle vide est un problème de prix, alors que, bien souvent, c'est un problème d'intérêt, de contexte ou de disponibilité. Disponibilité au sens large ici (pouvoir se déplacer, avoir une gardienne, être libre pour s'y rendre, etc.)

Le plus ironique là-dedans, c'est que les données de l'Observatoire de la culture et des communications montrent

que, globalement, les salles ne sont pas plus pleines aujourd'hui qu'en 2002-2003, malgré le fait que, en proportion du revenu, les billets soient devenus moins chers. Autrement dit : on a « fait l'effort » du côté des prix, sans obtenir la récompense espérée du côté de l'occupation.

On a appuyé sur la mauvaise pédale.

Le prix n'est pas un interrupteur magique qui allume le désir du public. C'est un signal, un signal de valeur. Et quand on le manipule uniquement comme un outil de remplissage, on finit par affaiblir le signal lui-même.

## L'ACCESSIBILITÉ OU LA SOUS-VALORISATION : UNE CONFUSION CÔUTEUSE

Dans le discours du milieu, un mot revient constamment pour justifier la prudence sur les prix : l'accessibilité.

C'est un mot noble, chargé de valeurs. Personne ne veut être celui ou celle qui « exclut » le public, qui transforme la culture en produit de luxe, qui ferme la porte à ceux qui ont moins de moyens. Alors, par réflexe, on associe prix élevé et élitisme, prix bas et démocratisation.

Le problème, c'est qu'on a fini par confondre deux choses très différentes : rendre un art accessible et le vendre en dessous de sa valeur.

Rendre un spectacle accessible, ce n'est pas d'abord le rendre moins cher. C'est le rendre visible, compréhensible, désirable, proche, pertinent. C'est travailler la médiation, l'éducation, la circulation en région, la diversité des formats, les horaires, les partenariats avec les écoles, les communautés, les milieux de travail. C'est lever les barrières culturelles, symboliques, géographiques.

Baisser le prix, ça ne règle presque aucune de ces barrières.

C'est comme si, pour lutter contre le l'alphabetisme, on décidait de rendre les livres gratuits. Le geste est noble, mais ne règle pas le problème. La gratuité peut aider, mais elle ne

**LE PRIX C'EST UN SIGNAL DE VALEUR  
PAS UN OUTIL DE MÉDIATION**

crée pas l'intérêt ni l'engagement qu'il faut pour s'attaquer au problème.

En spectacle, c'est pareil. On peut mettre des billets à 15 \$, mais si la personne ne se reconnaît pas dans l'offre, si elle ne se sent pas concernée, si elle n'a pas l'habitude d'aller dans une salle, elle ne viendra pas davantage.

Et inversement, quand l'intérêt est là, quand l'artiste touche quelque chose de sensible, quand l'événement est perçu comme important, le prix devient secondaire. On le voit tous les jours dans d'autres secteurs : les gens sont prêts à payer très cher pour un concert d'une vedette internationale, pour un festival, pour un événement sportif, pour un voyage. Pas parce que c'est « accessible » mais parce que ça a une valeur symbolique et émotionnelle forte.

**Le danger, quand on confond accessibilité et bas prix, c'est qu'on finit par envoyer au public un message involontaire, mais puissant : si ce n'est pas cher, c'est que ce n'est pas si précieux que ça.**

Le prix est un langage. Il parle avant même que le rideau se lève. Il dit quelque chose sur l'importance qu'on accorde à ce qui va se passer sur scène. Quand on le maintient artificiellement bas, on ne fait pas seulement un geste économique, on fait aussi un geste symbolique.

On finit par traiter l'art comme un produit fragile qu'il faut excuser : « Venez, ce n'est pas cher, promis ». Plutôt que comme une expérience forte qu'on affirme : « Venez, ça vaut ça »

Il y a là une forme de malaise collectif à assumer la valeur économique de ce qu'on crée. Comme si parler d'argent risquait de salir la noblesse du geste artistique. Comme si demander un prix à la hauteur de l'expérience proposée était, en soi, suspect. Nous ne sommes pas très loin du principe de « passer le chapeau », comme si le prix était quelque chose d'accessoire ou de volontaire à la prestation artistique.

Cette confusion a un coût très concret. En sous-valorisant le billet au nom de l'accessibilité, on ampute les revenus qui permettent de mieux payer les artistes, les équipes techniques, de prendre plus de risques, de monter des productions plus ambitieuses, de tourner plus longtemps, d'aller vers des publics éloignés.

Autrement dit, on affaiblit précisément ce qui permettrait d'élargir l'accès réel.

L'ironie est cruelle : en voulant être « accessibles » par le prix, on se prive des moyens d'être accessibles par le contenu, par la diffusion, par la médiation, par la présence sur le territoire.

L'accessibilité n'est pas une question de rabais. C'est une question d'investissement. Et pour investir, encore faut-il accepter de reconnaître, et de faire reconnaître, la valeur de ce qu'on offre.

**BAISSER LE PRIX, C'EST COMME SI, POUR LUTTER CONTRE LE L'ANALPHABÉTISME, ON DÉCIDAIT DE RENDRE LES LIVRES GRATUITS.**

## LA SPIRALE DES RABAIS ET L'ÉROSION DE LA VALEUR PERÇUE

Il y a une scène que tout le milieu connaît.

Le spectacle approche. Les ventes sont correctes, mais pas « assez bonnes ». On regarde la salle, on voit des trous, des rangées pas pleines. La pression monte. Et presque automatiquement, la même idée revient : on va baisser les prix à la dernière minute pour remplir.

On envoie une infolettre « dernière chance ». On sort un code promo. On fait un 2 pour 1. On ouvre des billets à prix réduit.

Sur le coup, ça donne l'impression d'agir. On voit quelques ventes rentrer. On se dit qu'on a « sauvé la soirée ». Mais à plus long terme, on installe une mécanique redoutable.

C'est la mécanique de l'attente.

Le public apprend vite. Il comprend que le vrai prix n'est pas celui affiché au lancement, mais celui de la veille du spectacle. Que ceux qui achètent tôt paient plus cher que ceux qui attendent. Que la patience est récompensée, et la fidélité pénalisée.

Si, chaque fois que tu sais qu'un billet va baisser à la dernière minute, tu vas attendre. Tu ne planifies plus. Tu ne t'engages plus. Tu surveilles. Et tu achètes quand ça tombe en solde. Sauf qu'en culture, cette logique a un effet collatéral beaucoup plus grave : elle gruge la valeur perçue.

Quand un spectacle passe de 45 \$ à 25 \$ en quelques jours, le message implicite est clair : finalement, ça ne valait pas

45 \$. Ce n'est pas dit explicitement, mais c'est ce qui se grave dans l'esprit du spectateur. Le prix devient un signal instable, peu crédible, presque arbitraire.

On en arrive à une situation paradoxale où le secteur, en voulant remplir ses salles, apprend à son public que le billet ne vaut jamais vraiment son plein prix.

**C'est comme un magasin qui serait toujours en liquidation. Au bout de quelques mois, plus personne ne croit au prix régulier. La liquidation devient la norme. Et la marque se banalise.**

Dans les arts vivants, cette banalisation est d'autant plus dangereuse que ce qu'on vend n'est pas un objet, mais une expérience unique, non reproductible. Chaque représentation est un moment qui ne reviendra pas. Et pourtant, on la traite parfois comme un produit périssable qu'on écoule à rabais en fin de semaine.

Il y a aussi une autre conséquence, plus subtile mais tout aussi corrosive : on casse la relation de confiance avec les spectateurs les plus engagés. Ceux qui achètent tôt, qui suivent les artistes, qui planifient leurs sorties, qui soutiennent le milieu, se retrouvent systématiquement à payer plus cher que ceux qui attendent le dernier moment.

À long terme, ce sont eux qu'on décourage. Et pendant ce temps, on ne règle toujours pas le vrai problème. Car si un spectacle ne se vend pas bien, ce n'est presque jamais parce qu'il est 5 \$ trop cher. C'est parce qu'il est mal connu, mal positionné, mal compris, mal synchronisé avec le calendrier, ou simplement parce qu'il ne rencontre pas son public. En traitant le prix comme un outil de « dépannage » plutôt que comme un signal de valeur, on entre dans une spirale où chaque baisse appelle la suivante, où chaque salle à moitié vide devient une justification pour affaiblir encore un peu plus le prix, et où, tranquillement, la référence se déplace vers le bas.

Ce n'est pas seulement une question de revenus immédiats. C'est une question de crédibilité économique et symbolique. Un secteur qui ne tient pas son prix finit par ne plus être cru quand il affirme la valeur de ce qu'il fait.

## **RARETÉ, PRIX D'ÉQUILIBRE ET CAPTURE DE VALEUR PAR LE MARCHÉ SECONDAIRE**

Un autre phénomène mérite d'être abordé clairement : celui de la rareté dans les spectacles à forte demande, notamment en humour établi, en chanson établie, en théâtre populaire et pour certaines productions musicales.

Lorsque les artistes les plus populaires sont mis en vente, les billets trouvent preneur très rapidement. Les salles affichent complet en quelques heures, parfois en quelques minutes. Cette rapidité n'est pas simplement le signe d'un succès artistique. Elle constitue aussi un signal économique : la demande excède l'offre au prix affiché.

En économie, une telle situation a un effet bien connu. Lorsque la demande dépasse l'offre, une tension se crée, et le prix tend à augmenter jusqu'à atteindre un point d'équilibre où la quantité offerte correspond à la quantité demandée. Dans un marché classique de biens manufacturés,

l'ajustement peut se faire par la production.

Une usine peut accroître ses volumes, augmenter les cadences, élargir sa capacité.

Le spectacle vivant ne fonctionne pas selon cette logique. Un artiste ne peut pas se dédoubler. Une représentation ne peut avoir lieu que dans une salle à la fois, un soir à la fois. Même en ajoutant des supplémentaires, le nombre de dates demeure contraint par le temps, l'énergie et la réalité physique de la tournée. L'offre est structurellement limitée.

Dans ce contexte, plus l'intérêt pour un spectacle est élevé, plus le prix d'équilibre théorique augmente. Si le prix affiché sur le marché primaire, c'est-à-dire dans les billetteries officielles, demeure inférieur à ce prix d'équilibre, un écart économique se crée mécaniquement entre le prix payé et la valeur réelle que certains consommateurs sont prêts à assumer.

**Cet écart ne disparaît pas. Il est capté ailleurs.**

Il est capté sur le marché secondaire, par les plateformes de revente. Ce sont elles qui absorbent la plus-value issue de la rareté. Le différentiel entre un billet vendu à un prix

**ON APPREND AU PUBLIC  
À ATTENDRE POUR  
ACHETER SES BILLETS. AU  
RISQUE QU'ILS OUBLIENT  
D'ACHETER.**

administré sur le marché primaire et un billet revendu à un prix plus élevé sur le marché secondaire correspond précisément à la portion de valeur que le système officiel n'a pas assumée.

Il ne s'agit pas ici d'entrer dans le débat sur les pratiques douteuses ou frauduleuses de certains revendeurs. Même en faisant abstraction de ces comportements, le mécanisme économique demeure. Lorsque le prix initial est inférieur au prix d'équilibre, la différence est récupérée par ceux

qui contrôlent l'accès aux billets rares qu'ils aient capté l'inventaire de façon légitime ou non.

Ainsi, une partie de la valeur créée par la popularité d'un artiste ne bénéficie ni à l'artiste, ni aux producteurs, ni aux diffuseurs.

Elle est transférée à des

intermédiaires qui exploitent la tension entre une offre limitée et une demande excédentaire.

Si le prix sur le marché primaire était fixé plus près du point d'équilibre, la marge de manœuvre des revendeurs serait mécaniquement réduite. L'écart à capter serait moindre. La valeur resterait davantage à l'intérieur de l'écosystème culturel plutôt que d'être externalisée vers des acteurs dont la contribution à la création artistique est nulle.

Cette réalité complète le portrait déjà dressé. D'un côté, une sous-valorisation relative du billet sur vingt ans. De l'autre, une incapacité structurelle d'ajuster l'offre lorsque la demande explose. Entre les deux, un espace économique laissé vacant. Et dans cet espace, d'autres captent la valeur. Dans un secteur où chaque dollar compte, laisser cette plus-value s'échapper constitue non seulement une inefficience économique, mais aussi un renoncement stratégique. Revenir à des prix plus cohérents avec la demande réelle ne relèverait pas d'un excès, mais d'un rééquilibrage visant à faire en sorte que la valeur générée par les artistes et par l'intérêt du public demeure, autant que possible, au sein même du milieu qui la crée.

## LA « RÉDUFLATION » ARTISTIQUE : FAIRE PLUS PETIT POUR SURVIVRE

Quand une industrie n'arrive plus à augmenter ses prix au rythme de ses coûts, elle finit par trouver d'autres façons de s'ajuster. Dans l'alimentaire, on appelle ça la réduflation : le sac de chips reste à 4 \$, mais il passe de 225 g à 200 g. Le prix ne bouge pas, mais la quantité diminue.

Dans les arts vivants, le même phénomène est à l'œuvre. Sauf qu'ici, on ne réduit pas des grammes. On réduit des musiciens, des décors, des jours de répétition, des équipes de tournée, des outils de promotion.

On garde l'étiquette. On garde le titre du spectacle. On garde la promesse. Mais, tranquillement, on rapetisse le contenu.

Un big band devient un trio. Un décor modulable devient un fond noir. Une équipe de trois techniciens devient une équipe de deux dont un chauffeur de camion. Une résidence de création devient une lecture publique.

Rien de tout ça n'arrive parce que les artistes ont moins d'idées ou moins d'ambition. Ça arrive parce que les moyens ne suivent plus.

Et c'est là que le lien avec le prix du billet devient évident. Quand, année après année, on renonce à capter une partie de la croissance de la capacité de payer du public, on crée un manque à gagner structurel. Ce manque à gagner ne disparaît pas. Il se transforme en compressions. En compromis. En renoncements.

On ne le voit pas toujours du point de vue du spectateur, parce que le spectacle est quand même là, le rideau se lève quand même, l'émotion est souvent au rendez-vous, mais est-ce la même émotion?. Mais dans les coulisses, la tension est permanente. On fait des miracles avec des bouts de ficelle. On étire les équipes. On coupe dans le temps. On demande des efforts « encore un peu ». On repousse des investissements.

C'est exactement comme une maison qu'on continue d'habiter sans jamais refaire la toiture ni l'isolation. Pendant quelques années, tout a l'air correct. Et puis, un jour, les infiltrations apparaissent, les systèmes lâchent, et on se rend compte que l'entretien qu'on a reporté finit par coûter beaucoup plus cher.

**LES PRIX BAS PROFITENT  
AUX REVENDEURS DE  
BILLETS PEU SCRUPULEUX**

**La réduflation artistique, ce n'est pas une stratégie. C'est un symptôme. Le symptôme d'un modèle économique qui n'arrive plus à soutenir le niveau d'ambition qu'il affiche.**

Et surtout, il y a une injustice fondamentale là-dedans. On demande à la création de s'adapter, de se contracter, de devenir plus « efficiente », alors que, du côté de la capacité de payer du public, la marge de manœuvre s'est élargie. On a donc choisi, consciemment ou non, de faire porter l'ajustement presque uniquement sur les épaules des artistes, des équipes, des producteurs et des diffuseurs.

Moins de monde sur scène. Moins de monde en tournée. Moins de temps pour créer. Moins de revenus pour prendre des risques.

Tout ça pour maintenir un prix qui, en proportion du revenu, n'a jamais été aussi bas.

Quand, année après année, on renonce à capter une partie de la croissance de la capacité de payer du public, on crée un manque à gagner structurel. Ce manque à gagner ne disparaît pas. Il se transforme en compressions. En compromis. En renoncements.

La question n'est pas de savoir si le milieu est capable de continuer à produire malgré cette réduflation. Il l'a prouvé, et avec une créativité admirable. La vraie question est de savoir combien de temps un écosystème peut survivre en se contractant ainsi, sans que cela finisse par affecter profondément la diversité, la qualité et la vitalité de ce qui est offert au public.

**À LA FIN,  
C'EST L'ÉMOTION DU  
SPECTATEUR QUI EST  
DILUÉE**

## **L'ARGENT LAISSÉ SUR LA TABLE : QUAND DE PETITS MONTANTS DEVIENNENT UN APPAUVRISSEMENT COLLECTIF**

Pour prendre la mesure réelle du problème, il faut revenir à l'unité de base du système : le spectateur.

Les données sont sans ambiguïté. Près de 40 % des clients d'une salle de spectacle assistent à un seul spectacle par année. En ajoutant ceux qui en voient deux, on dépasse 56 % du public; à trois spectacles, on franchit 65 %. Autrement dit, pour l'immense majorité des ménages, la fréquentation des

arts vivants n'est pas une pratique régulière inscrite dans la routine. C'est un événement rare, ponctuel, planifié une ou deux fois par an.

Ce détail est déterminant.

Lorsqu'il est question d'augmenter le prix d'un billet, il ne s'agit pas d'une dépense récurrente comme l'épicerie, l'essence ou le loyer. Il s'agit d'un coût annuel, parfois biennuel. La vraie question n'est donc pas « combien cela coûte par mois », mais « combien cela coûte cette année ».

Or, maintenir simplement le même effort financier relatif qu'en 2002 aurait impliqué une hausse moyenne d'environ 1,05 \$ par année.

Un dollar cinq.

Pour un spectateur qui assiste à un spectacle par an : 1,05 \$ de plus sur son budget annuel. Pour deux spectacles : 2,10 \$.

Pour un couple : un peu plus de 4 \$. On est dans l'ordre de grandeur d'un café, d'une heure de stationnement, d'un sac

de chips. Et ce par année... Des montants qui ne modifient ni une structure budgétaire, ni un mode de vie, ni un arbitrage de consommation fondamental.

Et pourtant, ce sont précisément ces montants minuscules, jamais assumés, qui expliquent une part centrale de l'appauvrissement actuel du secteur.

Car ce 1,05 \$ accumulé progressivement, année après année, était simplement une marche de plus sur un escalier. Presque imperceptible pour celui qui monte, mais

décisive une fois arrivé en haut.

En 2023, environ 8,1 millions de billets ont été vendus pour les arts de la scène au Québec. L'écart moyen entre le prix réellement observé et celui qui aurait maintenu le même effort relatif qu'en 2002 s'établit aujourd'hui autour de 21 \$ par billet.

Vingt et un dollars. L'addition de vingt années de micro-ajustements jamais effectués.

**Multipliés par 8,1 millions de billets, ces 21 \$  
représentent un manque à gagner annuel de l'ordre  
de 170 millions de dollars.**

Cent soixante-dix millions. Chaque année. Non pas une anomalie conjoncturelle, mais une perte structurelle.

Cent soixante-dix millions de dollars qui auraient pu être investis dans la relève, dans de meilleures conditions de création, dans la stabilisation des équipes techniques et administratives, dans des périodes de répétition plus longues, dans des tournées moins précaires, dans des équipements mieux adaptés, dans des salles plus fonctionnelles, dans des productions plus ambitieuses, dans une capacité accrue de prise de risque artistique.

Or, ce trou, personne ne l'a véritablement comblé.

Ni l'État, qui ne peut durablement se substituer à une source de financement naturelle que le système choisit de laisser de côté. Ni les producteurs, déjà contraints par des marges structurellement faibles. Ni les diffuseurs, coincés entre des coûts fixes en croissance et des revenus plafonnés. Ni les artistes, qui en absorbent directement les conséquences sous forme de cachets comprimés, d'instabilité chronique, de multiplication des contrats et d'épuisement.

Et surtout, pas l'utilisateur-payeur, celui pour qui ce petit effort monétaire était essentiel.

Dans la plupart des secteurs, lorsqu'un service est sous-financé, le premier ajustement porte sur la contribution de ceux qui en bénéficient. Ce n'est qu'ensuite, si la collectivité juge ce service socialement essentiel et en manque de ressources, qu'intervient alors un soutien public pour en compléter le financement.

En culture, cette logique a été renversée.

L'effort du spectateur a été protégé. La pression a été transférée vers la création. Puis, face au déséquilibre, on s'est tourné vers l'État pour tenter de colmater l'écart en demandant plus de financement.

Le résultat est paradoxal : en proportion de ses moyens, le spectateur moyen paie aujourd'hui moins pour accéder aux arts vivants qu'il ne le faisait il y a vingt ans. Non pas parce que sa situation économique se serait dégradée, mais parce que le système a cessé de lui demander de maintenir une contribution relative stable.

Le constat est clair : il s'agit d'un échec du modèle de fixation des prix de billets.

Et ce constat est fondamental, car il ne renvoie même pas encore à une logique d'enrichissement du secteur. Il renvoie simplement à une condition de survie : ne pas s'appauvrir.

Ce n'est qu'après avoir mesuré ce manque à gagner structurel, celui qui aurait permis de préserver l'équilibre économique de base, qu'il devient possible de prendre la pleine mesure de l'occasion manquée lorsque l'on réalise que le secteur aurait aussi pu capter, même partiellement, la richesse additionnelle créée par la croissance du revenu des ménages au cours des vingt dernières années.

À partir de là, les ordres de grandeur changent. On ne parle plus de dizaines, mais de centaines de millions de dollars laissés sur la table. La question, désormais centrale, c'est de comprendre comment un secteur peut, collectivement, se donner les moyens de le récupérer.

### ET SI L'ON AVAIT OSÉ UN PEU PLUS : QUAND 0,45\$ PAR AN DEVIENNENT UN QUART DE MILLIARD

Jusqu'ici, il a été question de rattrapage. De ce qu'il aurait fallu faire pour ne pas reculer. De ce que le secteur aurait dû demander pour simplement maintenir, dans le budget des ménages, le même poids relatif qu'en 2002.

Mais une autre question s'impose : et si, au lieu de seulement préserver sa position, le secteur avait cherché à capter une part, même modeste, de la richesse nouvelle créée au cours des vingt dernières années? L'ordre de grandeur est connu. En dollars courant, le ménage médian québécois dispose aujourd'hui d'environ 20 000 \$ de

plus qu'en 2002. Sur cet élargissement considérable de la marge de manœuvre, quelle part a été dirigée vers les arts vivants? Presque aucune.

On a vu qu'il aurait fallu, en moyenne, environ 1,05 \$ de plus par billet et par année pour maintenir l'effort relatif. Mais pourquoi s'être arrêté à ce seuil minimal? Pourquoi considérer que le secteur n'avait droit qu'à conserver sa place, alors que l'ensemble de l'économie, elle, progressait?

Posons l'hypothèse suivante : au lieu d'une hausse de 1,05 \$ par année, le secteur se serait permis une hausse de 1,50 \$. Que représente un tel écart pour le spectateur?

Pour celui qui fréquente une salle une fois par année : 1,50 \$ de plus sur l'ensemble de son année culturelle. Pour celui qui y va deux fois : 3 \$. Pour un couple : 6 \$.

**1,05\$ D'AUGMENTATION  
ANNUELLE, C'EST CE QUE  
ÇA PRENAIT**

Toujours le prix d'un café, d'une heure de stationnement, d'un sac de chips. Des montants qui, dans un contexte d'enrichissement réel des ménages, ne modifient aucun arbitrage budgétaire fondamental.

Mais observons maintenant l'effet à l'échelle du système.

**Chaque tranche de 0,10 \$ d'augmentation annuelle, cumulée sur vingt ans, correspond aujourd'hui à environ 16,2 millions de dollars de revenus récurrents supplémentaires pour l'ensemble des arts de la scène au Québec.**

Dès lors :

0,10 \$ → 16,2 M\$

0,45 \$ (l'écart entre 1,05 \$ et 1,50\$) → 72,9 M\$

1,05 \$ → environ 170 M\$

1,50 \$ → près de 243 M\$ par année

Le changement de registre est net. On ne parle plus seulement d'éviter l'érosion. On entre dans une logique de création de valeur.

Un quart de milliard de dollars de plus récurrent par an, ce n'est plus simplement de quoi colmater des déficits. C'est de quoi structurer durablement la relève, offrir de véritables conditions de carrière, stabiliser les équipes techniques, investir dans des productions plus ambitieuses, renforcer les réseaux de tournée, moderniser les infrastructures, soutenir l'innovation, prendre encore plus de risques artistiques, améliorer le produit culturel, diffuser plus d'artistes. Autrement dit, on ne parle plus d'oxygène. On parle de réel carburant. L'industrie fait des miracles avec rien, imaginez les miracles avec un quart de milliard de dollars?

Et ce scénario ne repose ni sur une fréquentation miraculeusement multipliée, ni sur un changement radical des habitudes culturelles. Il repose sur une hypothèse beaucoup plus simple : que des spectateurs qui fréquentent déjà les salles une ou deux fois par année acceptent d'y consacrer quelques dollars de plus par an, dans un contexte où leur capacité de payer s'est accrue de façon marquée.

L'évidence devient alors difficile à écarter.

Le secteur n'a pas seulement manqué l'occasion de préserver ses acquis. Il a manqué une occasion historique de s'enrichir collectivement, au sens économique et symbolique du terme : se donner les moyens de créer davantage, avec plus d'ambition, de portée et de durabilité.

Et cette occasion n'a pas été manquée parce que le public n'aurait pas suivi. Elle l'a été parce que le système ne s'est jamais vraiment autorisé à affirmer ceci : ce qui est offert a une valeur; cette valeur augmente avec le temps; et il est légitime que le prix en soit le

reflet. Le secteur peut se permettre de l'assumer, car cette valeur est déjà inscrite dans la qualité de celles et ceux qui le composent. Reste à lui donner la valeur monétaire qui lui correspond réellement.

Bien sûr, l'analyse ici présume que les prix de l'ensemble des 8,1M de billets vendus au Québec étaient trop bas. Restons honnêtes, ce n'est bien sûr pas le cas, mais assurément une proportion importante des billets vendus n'ont pas suivi le rythme. Et c'est cet écart qu'il faut combler.

**40% DES CLIENTS ACHÈTENT UN BILLET PAR ANNÉE.**

## QUAND MÊME L'INFLATION N'A PAS ÉTÉ SUIVIE : L'APPAUVRISSMENT SILENCIEUX

Ne pas ajuster le prix des billets de façon à préserver leur poids relatif dans le budget des spectateurs est une première forme de renoncement.

Ne pas chercher à capter une part, même modeste, de l'augmentation du pouvoir d'achat des ménages en est une seconde.

**Mais ne pas avoir, au minimum, suivi l'inflation relève d'un décrochage beaucoup plus fondamental.**

Ici, il ne s'agit plus de parler d'enrichissement relatif du secteur, ni même de sa capacité à améliorer sa position dans l'arbitrage budgétaire des ménages. Il s'agit simplement de préserver le pouvoir d'achat des revenus de billetterie eux-mêmes. Autrement dit, de maintenir la capacité réelle du secteur à payer ses cachets, ses équipes, ses techniciens, ses créateurs, ses infrastructures, au rythme où augmentent ses propres coûts.

Or, sur ce terrain minimal, le constat est tout aussi préoccupant.

En 2023, le prix moyen du billet accuse un retard d'environ 4,75 \$ par rapport à ce qu'il aurait dû être s'il avait simplement suivi l'inflation depuis 2002. Il ne s'agit pas ici de préserver un effort relatif du spectateur. Il ne s'agit pas de « prendre plus de place » dans son budget. Il s'agit uniquement de maintenir constant, en dollars réels, ce que la billetterie permet d'acheter.

Avec environ 8,1 millions de billets vendus annuellement, cet écart de 4,75 \$ représente un manque à gagner de l'ordre de 38,5 millions de dollars par année.

Ce chiffre a une signification très concrète : les dépenses du secteur : salaires, cachets, loyers, transport, énergie, assurances, équipements, services, ont, elles, suivi l'inflation. Les revenus de billetterie, non. La différence a donc dû être absorbée ailleurs.

Elle l'a été par des compressions, des compromis, des reports d'investissement, une pression constante sur les équipes et sur la création.

Autrement dit, même sans parler d'ambition accrue, même sans parler de développement, même sans parler de rattrapage historique, le secteur a déjà dû, collectivement, trouver comment couper 38,5 millions de dollars par année simplement pour continuer à fonctionner dans un contexte où tout coûtait plus cher.

Posons la question inverse. Si, demain matin, 38,5 millions de dollars additionnels entraient dans l'écosystème des arts vivants, où iraient-ils?

Ils iraient d'abord là où la tension est la plus forte : dans les productions, dans les équipes, dans les installations, dans les conditions de travail, dans la capacité de créer sans s'épuiser, dans la possibilité de retenir les talents. Les besoins sont connus. Ils sont structurels. Ils sont documentés. Ils sont criants.

Et ce manque ne fait que croître, puisque l'inflation, elle, ne s'arrête pas.

La situation est comparable à celle d'un employé dont le salaire aurait augmenté de 40 % en vingt ans, alors que le coût de la vie et les salaires comparables auraient progressé de près de 100 %. Sur papier, il y a eu des hausses. Dans les

faits, le pouvoir d'achat s'est effrité. À long terme, une telle trajectoire devient intenable. Elle appelle un rattrapage, faute de quoi la personne finit par quitter, se réorienter, ou s'épuiser.

À l'échelle macroéconomique, le mécanisme est le même. Majoritairement, les autres industries ont ajusté leurs prix au moins au rythme de l'inflation. Elles ont protégé leur capacité à payer leur main-d'œuvre et à investir. Les arts vivants, eux, ont accepté, année après année, de voir leur pouvoir d'achat réel diminuer.

Il n'est donc pas surprenant d'observer, depuis quelques années, un exode graduel des compétences vers d'autres secteurs : techniciens, gestionnaires, travailleurs culturels, et même artistes. Et l'argument selon lequel « il n'y a pas d'argent » devient difficile à soutenir lorsque l'on constate que le premier levier naturel, le maintien du pouvoir d'achat via les ventes de la billetterie, n'a même pas été pleinement ajusté.

Un tel sacrifice pourrait se concevoir si toutes les autres avenues avaient été explorées, si l'effort demandé au public avait déjà été poussé à ses limites. Mais ce n'est pas le cas. L'effort additionnel requis pour suivre l'inflation représente quelques dollars par an pour des ménages dont le revenu réel s'est accru de façon significative. On a donc demandé l'ajustement à la création avant de le demander au marché.

**L'INFLATION N'ARRÊTE PAS. LES PRIX AUGMENTENT TOUS LES JOURS.**

**Et c'est là que se situe le cœur du paradoxe : on a protégé le spectateur d'un effort marginal, tout en demandant aux artistes, aux équipes et aux structures d'absorber un appauvrissement réel et cumulatif.**

À ce stade, la question n'est plus seulement celle de la croissance ou du développement. Elle est celle de la soutenabilité.

Car un secteur qui ne protège même plus, en termes réels, la valeur de ses revenus de base, s'expose inévitablement à une érosion de ses conditions d'existence mêmes.

Jusqu'à quel point peut-on continuer ainsi, avant que l'équilibre ne se rompe?

## LE POIDS DU TEMPS DE TRAVAIL

### Quand l'effort réel du spectateur diminue aussi

Jusqu'ici, l'analyse s'est appuyée sur le revenu médian pour mesurer l'évolution de l'effort demandé au spectateur. Cette approche est robuste, car elle reflète la capacité de payer globale des ménages. Mais une autre façon, tout aussi parlante, permet de poser la même question sous un angle encore plus concret : non pas en dollars, mais en temps de travail.

En 2002-2003, le prix moyen d'un billet de spectacle correspondait à environ 119 minutes de travail au salaire horaire moyen de l'époque. Autrement dit, pour s'offrir une soirée de spectacle, un spectateur devait consacrer l'équivalent de près de deux heures de son temps de travail. C'était la « monnaie réelle » de la culture : du temps de vie transformé en expérience artistique.

En 2023, le salaire horaire moyen s'établit à 31,62 \$. Si l'on appliquait strictement ce même effort en temps de travail, soit 119 minutes, au contexte salarial actuel, le prix moyen d'un billet devrait aujourd'hui se situer autour de 62,71 \$. Or, le prix théorique issu de l'analyse par le revenu médian se situe plutôt à 60,95 \$. L'écart est donc d'environ 1,74 \$ par billet.

À première vue, la différence peut sembler marginale. Mais à l'échelle du système, elle est tout sauf anodine. Appliqué aux quelque 8,1 millions de billets vendus annuellement, cet écart supplémentaire représente environ 14,25 millions de dollars de revenus récurrents qui ne sont pas entrés dans l'écosystème. Autrement dit, même lorsque l'on raisonne en temps de travail plutôt qu'en part du revenu, le diagnostic est le même, et il est même légèrement plus sévère : le prix du billet a moins bien suivi l'évolution de l'effort réel du spectateur qu'il n'a suivi celle du revenu médian.

Cette convergence est importante. Elle montre que le phénomène observé n'est pas un artefact statistique lié au choix d'un indicateur plutôt qu'un autre. Que l'on mesure l'effort en proportion du revenu annuel ou en minutes de travail nécessaires pour acheter un billet, le constat demeure : le

secteur a vu la valeur relative de son produit diminuer au fil du temps. Le spectacle coûte aujourd'hui moins d'heures de travail qu'il n'en coûtait il y a vingt ans. Il « prend » moins de temps de vie au spectateur. Il occupe donc, concrètement, une place plus petite dans son économie personnelle.

Le portrait dressé par l'approche en heures travaillées ne contredit pas celui fondé sur le revenu médian; il l'aggrave légèrement. Il confirme que, sous deux étalons différents mais cohérents, la trajectoire est la même : le prix du billet n'a pas suivi la croissance de la capacité réelle de payer, qu'on la mesure en dollars disponibles ou en temps de travail nécessaire.

Pour la suite de l'analyse, la trajectoire basée sur le revenu médian demeurera la référence principale, puisqu'elle permet de relier plus directement la question des prix à celle des budgets des ménages et aux arbitrages de consommation. Mais il importe de garder en tête que, même en raisonnant en minutes de travail, le secteur ne s'en sort pas mieux. Le recul de la valeur relative du billet est un phénomène structurel, observable quel que soit l'angle choisi.

### STIMULER LA DEMANDE PAR LE PRIX : UNE STRATÉGIE QUI MÉRITE D'ÊTRE EXAMINÉE

Dans le milieu, une idée revient régulièrement, presque comme un réflexe stratégique : fixer un prix plus bas dès le départ permettrait de stimuler la demande et, par conséquent, de générer davantage de représentations. Le prix

serait ainsi utilisé comme levier pour élargir le volume de représentations plutôt que pour maximiser la valeur de chacune d'elles.

Le raisonnement se construit en amont, avant même l'ouverture de la billetterie. On établit un tarif en se disant qu'un niveau plus accessible facilitera la mise en marché, accélérera les ventes et permettra d'ouvrir plus de dates sur le territoire. Mieux vaut vendre plus souvent que vendre plus cher.

Cette logique peut sembler prudente. Elle repose toutefois sur une hypothèse centrale

: que la demande serait suffisamment sensible au prix pour que quelques dollars de moins transforment réellement le nombre total de représentations.

**UN AUTRE 1,74\$ POURRAIT  
ÊTRE CAPTÉ SI ON SE FIE À  
L'ÉVOLUTION DU SALAIRE  
HORAIRE**

Or, dans les segments les plus populaires, humour établi, chanson établie, théâtre populaire et certaines productions musicales, les données suggèrent une réalité différente. La demande y apparaît relativement inélastique à l'intérieur d'une fourchette raisonnable de prix. Lorsque le public veut voir un artiste, il veut le voir. Une variation modérée du tarif ne modifie pas substantiellement cette intention.

Il faut aussi comprendre la nature de cette demande. Elle existe à l'échelle d'un territoire entier, mais elle est fragmentée en cellules locales relativement étanches. Un spectateur de Rivière-du-Loup qui ne parvient pas à obtenir un billet chez lui n'ira pas nécessairement à Amos simplement parce qu'il en reste là-bas. La demande n'est pas parfaitement mobile. Elle est ancrée dans des bassins locaux.

**Chaque marché possède son volume potentiel.  
Chaque bassin a ses limites.**

On ne peut pas satisfaire l'ensemble de la demande pour un artiste très populaire. Avant que tout le territoire soit « écrémé » des contraintes physiques et humaines apparaissent. Un artiste ne peut se produire qu'à un seul endroit à la fois. Un calendrier ne peut être étendu indéfiniment. L'offre est structurellement limitée.

Dans ce contexte, fixer un prix inférieur à ce que la demande locale serait prête à supporter ne crée pas mécaniquement de nouvelles dates. La demande globale demeure. Les représentations auraient eu lieu, tant que le prix reste en deçà d'un seuil réellement prohibitif.

Si la demande est effectivement peu sensible au prix dans ces segments, alors ne pas aller chercher le prix optimal revient essentiellement à laisser de l'argent sur la table. Le volume ne s'effondrerait pas pour autant. La fréquentation ne chuterait pas proportionnellement à une hausse raisonnable.

Pour l'exercice, acceptons toutefois l'hypothèse qu'un prix plus bas générerait plus de représentations.

Acceptons que la stratégie volumique soit pertinente pour certains segments forts.

**BAS PRIX N'ÉGALE  
PAS PLUS DE  
REPRÉSENTATIONS**

Même dans ce cadre, deux limites demeurent incontournables.

Premièrement, rien ne justifie que les billets progressent à un rythme inférieur à l'inflation. Maintenir volontairement des prix en deçà de l'évolution générale des coûts revient à accepter une érosion du pouvoir d'achat réel du billet. Cela signifie que, même si le nombre de représentations aug-

mente, chaque représentation génère une valeur relative décroissante.

Deuxièmement, rien ne justifie que le poids du billet dans le budget des ménages diminue avec le temps. Si, en 2002, assister à un spectacle représentait une certaine part du revenu ou un certain nombre d'heures de travail, maintenir cette proportion ne constitue pas une stratégie agressive. Il s'agit simplement de préserver l'équilibre historique entre l'effort demandé et la valeur offerte.

Accepter l'hypothèse volumique ne signifie donc pas accepter une sous-indexation permanente.

On peut vouloir plus de dates.

On peut vouloir élargir l'accès.

**Mais cela ne commande ni de décrocher de l'inflation,  
ni de réduire progressivement la place économique  
du spectacle dans la vie des ménages.**

En privilégiant systématiquement un prix inférieur à ce que la demande est prête à soutenir, les segments les plus populaires ne protègent pas nécessairement l'accessibilité. Ils réduisent surtout la capacité du secteur à capter la valeur que cette demande manifeste déjà.

Et cette valeur non captée ne demeure pas abstraite. Elle affecte la rémunération des artistes, la solidité des producteurs, la stabilité des équipes et, ultimement, la capacité de l'écosystème à investir dans la création et à soutenir les disciplines plus fragiles.

À long terme, produire davantage pour une valeur proportionnellement moindre n'est pas une stratégie de développement. C'est une stratégie d'intensification. Et l'intensification a toujours des limites.

## QUAND PERSONNE N'OSE PRENDRE LE LEADERSHIP DU PRIX

À ce stade, une question devient inévitable : si les montants en jeu étaient aussi modestes pour le spectateur, si leur impact aurait été aussi déterminant pour le secteur, si la capacité de payer était objectivement au rendez-vous, pourquoi cela ne s'est-il pas produit ?

La réponse tient en grande partie en un mot : personne. Personne n'a porté le prix comme un enjeu stratégique collectif. Personne n'a assumé le leadership d'affirmer que la valeur créée justifiait un repositionnement. Personne n'a

voulu être le premier à lever la main et à courir le risque d'être perçu comme « trop cher ».

Chaque acteur a agi de façon rationnelle à son échelle. Mais le système, lui, a évolué de manière globalement irrationnelle.

Les producteurs se comparent aux autres producteurs.

Les diffuseurs regardent les tarifs des autres membres de leur réseau. Les artistes se réfèrent à ce qu'ils facturaient lors de spectacle précédent. Les producteurs craignent de dépasser ce que « le marché peut prendre ». Tout le monde se compare horizontalement. Presque personne ne se compare verticalement dans le temps.

On se demande : « Suis-je plus cher que l'autre cette année ? »

On se demande rarement : « Collectivement, sommes-nous encore alignés sur l'évolution réelle de la capacité de payer de la société ? »

C'est le piège classique du banc de poissons. Chaque individu ajuste sa trajectoire à celui d'à côté. Personne ne regarde la carte d'ensemble. Le groupe dérive alors lentement, sans rupture apparente, jusqu'à se retrouver loin de sa zone d'équilibre.

Le prix des billets a dérivé de la même manière.

Non pas à la suite d'une décision concertée. Non pas par choix idéologique explicite. Mais par une accumulation de micro-prudences : « Restons raisonnables. », « Ne

brusquons pas le public. », « Ne sortons pas du rang. », « On ne peut pas être plus cher que X. », « On ne peut pas augmenter de plus d'un dollar cette année. »

Pendant ce temps, le revenu médian augmentait. Les coûts augmentaient. La valeur symbolique et expérientielle des propositions artistiques augmentait.

Tout a augmenté, sauf le prix de billet.

**À cela s'ajoute un malaise plus profond, presque culturel : une difficulté persistante à assumer la valeur économique de l'art.**

Comme si dire « cela vaut 60 \$ » était indécent. Comme si la passion devait compenser la rémunération. Comme si l'émotion ne pouvait se traduire en valeur marchande sans perdre sa légitimité. Comme si demander davantage revenait à trahir une mission.

Peu à peu, une forme d'autocensure s'est installée. Le secteur a appris à se présenter en s'excusant presque : « Venez, ce n'est pas trop cher. »

Plutôt qu'à affirmer : « Venez, c'est important, c'est fort, et cela a une valeur. Venez vivre une émotion, ça n'a pas de prix. »

**Soyez fiers du produit offert et de la valeur de ce que ça vaut.**

Dans la plupart des autres domaines fondés sur l'expérience et l'émotion : sport, voyage, gastronomie, produits de luxe, le prix est assumé comme un signal de rareté, d'intensité et de transformation. On ne s'excuse pas d'y associer une valeur élevée lorsque l'expérience le justifie. Les expériences, qu'elles soient émotionnelles ou divertissantes, ont un prix élevé. Toujours. Le prix est synonyme de qualité, d'excellence même.

En arts vivants, cette affirmation a trop souvent été évitée.

Le paradoxe est que cette retenue était animée de bonnes intentions. Il s'agissait de « protéger » le public. Mais en le protégeant d'un effort marginal, le système a exposé l'ensemble de l'écosystème à un affaiblissement structurel.

C'est ce déficit de leadership collectif sur la question du prix qui a permis à la dérive de s'installer, lentement, presque imperceptiblement. Vingt ans plus tard, le secteur se réveille en constatant que ses conditions d'exercice se sont durcies,

**LE RATIONNEL INDIVIDUEL A FAIT  
DÉRIVER LE COLLECTIF**

sans toujours mesurer que cette difficulté est en grande partie le produit de cette trajectoire.

## COMMENT ON EN EST ARRIVÉ LÀ : QUAND LES PRIX ONT COMMENCÉ À SE FIXER SUR DE MAUVAISES BASES

Pour comprendre comment une telle valeur a pu s'éroder sur près de vingt ans sans provoquer de réaction immédiate, il faut regarder très concrètement la manière dont les prix se fixent dans le milieu des arts de la scène. Non pas en théorie.

Non pas dans les principes. Mais dans les pratiques réelles.

En pratique, le prix se construit presque toujours par comparaison. Et cette comparaison s'opère selon deux logiques dominantes.

### La comparaison avec les autres artistes « du même niveau »

Lorsqu'un artiste de la relève lance un premier spectacle, la première question n'est presque jamais :

- ▶ « Quelle est aujourd'hui la capacité réelle de payer du public pour ce type d'expérience? »
- ▶ « Quel effort relatif, en proportion du revenu, est-il disposé à consentir? »
- ▶ La question est beaucoup plus simple, et beaucoup plus immédiate :
- ▶ « À combien se vendent les autres artistes de la même catégorie cette saison? »

On regarde les affiches, les infolettres, les grilles tarifaires des différents diffuseurs. Et on s'aligne.

Il devient alors difficile, psychologiquement et stratégiquement, de demander 10 \$ ou 15 \$ de plus qu'un pair perçu comme étant au même stade de carrière. On ne veut pas sortir du rang. On ne veut pas sembler se surestimer. On ne veut pas donner l'impression d'être déconnecté du « marché ».

Cette prudence est compréhensible. Mais elle est économiquement risquée, parce qu'elle enferme tout le monde dans une comparaison strictement horizontale : artiste contre

artiste, cette année, dans le même contexte. On se compare dans l'espace, jamais dans le temps.

**C'est précisément là que la dérive s'est installée.**

Prenons un repère concret. En 2003, un humoriste de la relève comme Louis-José Houde à son premier one-man-show vendant ses billets à un prix d'environ 31,75 \$. En dollars de 2023, cela correspond à environ 66 \$.

Il ne s'agissait ni d'un cas exceptionnel, ni d'un tarif gonflé par un phénomène de mode. C'était, pour l'époque, un prix normal pour un artiste en début de carrière. En effort réel, le

public acceptait donc sans difficulté de payer l'équivalent de 65 à 70 \$ actuels pour découvrir une nouvelle voix, un nouvel artiste.

Téléportons le Louis-José Houde de 2003 en 2023, imaginons qu'il est téléporté avec son prix de billet de l'époque. Avec son prix de billet ajusté à l'inflation, il arriverait à 66 \$. Or, la même saison, un humoriste de la relève disons Pierre-Yves Roy Desmarais vend son premier spectacle autour de 39 ou 40 \$. Le jeune Louis-José, contre le jeune Pierre-Yves. Deux débuts de carrière comparables.

Deux statuts artistiques similaires.

Mais près de 27 \$ d'écart par billet.

Dans ce contexte, le premier serait immédiatement perçu comme « trop cher ». Non pas parce que le public n'aurait pas les moyens de payer 66 \$, mais parce qu'il serait plus cher que les autres artistes de sa catégorie cette année-là.

**L'écart ne serait donc pas jugé en fonction de la capacité de payer du public, mais en fonction d'un étalon devenu historiquement décalé.**

C'est là que se révèle l'erreur structurante : on a continué de se comparer entre pairs contemporains, alors que l'étalon lui-même se déplaçait vers le bas, lentement, génération après génération.

Une base sous-évaluée est devenue la référence de la suivante. Et cette nouvelle référence, à son tour, a servi de plancher pour la prochaine. Une érosion silencieuse, mais cumulative.

**66\$ POUR UN SPECTACLE  
D'HUMOUR DE RELÈVE EN  
2023, POSSIBLE?**

Ce mécanisme n'est pas propre à l'humour. Il se retrouve en musique, en théâtre, en danse, en chanson. Chaque « catégorie » se stabilise autour d'un prix, mais ce prix ne suit plus l'évolution réelle du revenu des spectateurs.

### La comparaison avec son propre passé

La seconde logique de fixation est tout aussi problématique. Un artiste regarde son dernier spectacle : « La dernière tournée se vendait 40 \$. » La nouvelle se vendra donc 42 \$, 44 \$, peut-être 45 \$. Une hausse jugée raisonnable, progressive, « acceptable ».

Mais la question fondamentale n'est presque jamais posée : « L'effort réel demandé aujourd'hui est-il équivalent à celui du moment de la dernière tournée? »

On se rassure en constatant que le chiffre monte, sans vérifier si le pouvoir d'achat, lui, a monté plus vite. C'est la logique d'un salaire qui augmente de 1 % par an dans un contexte où le coût de la vie progresse de 3 % : l'impression d'avancer masque en réalité un recul.

### Le cas Fugain : ce n'est pas le poisson qui est hors norme, c'est l'aquarium qui a rétréci

L'exemple de Michel Fugain en 2023 est éclairant. Avec des billets autour de 95 \$, son spectacle a été perçu comme cher, presque comme une anomalie tarifaire.

Or, en 2003, Diane Dufresne vendait ses billets de sa tournée autour de 45 \$, ce qui correspond en 2023, en dollars constants, à un peu plus de 94\$.

Autrement dit, Fugain n'est pas positionné au-dessus de ce qui était jadis considéré comme normal pour une grande production. Il est simplement resté aligné sur un niveau que le marché a, entre-temps, abandonné.

**Le poisson n'a pas grandi. C'est l'aquarium qui a rétréci.**

### Ce que révèle ce mécanisme

La dérive des prix ne résulte ni d'un choix idéologique explicite, ni d'une volonté consciente de sous-valoriser l'art. Elle provient d'un mode de comparaison mal ancré :

- ▶ comparaison entre pairs plutôt que comparaison dans le temps,

- ▶ repères psychologiques plutôt qu'indicateurs économiques,

- ▶ prudence individuelle plutôt que vision systémique.

Pendant que chacun vérifiait qu'il n'était pas « trop cher » par rapport au voisin, presque personne ne se demandait : « En proportion de ses moyens, demande-t-on encore aujourd'hui au spectateur ce qu'on lui demandait il y a vingt ans? »

La réponse est désormais claire. Non seulement on ne le lui a pas demandé, mais on a cessé de le lui demander progressivement, jusqu'à installer un écart structurel qui se mesure aujourd'hui en dizaines, puis en centaines de millions de dollars par année.

## LES CONSÉQUENCES SYSTÉMIQUES : QUAND TOUT L'ÉCOSYSTÈME PAIE LA NOTE

Quand, année après année, on laisse s'échapper entre 170 et 250 millions de dollars d'un écosystème sans jamais les remplacer et quand, en plus, on n'assure même pas le suivi minimal de l'inflation, il ne s'agit plus d'un simple ajustement budgétaire. Il s'agit d'un appauvrissement structurel. Et un appauvrissement structurel ne demeure jamais abstrait bien longtemps. Il finit toujours par se traduire dans les conditions de travail, dans les trajectoires de carrière, dans la capacité de retenir les compétences, dans l'ambition même des projets.

Le milieu culturel est souvent décrit comme « fragile », comme si cette fragilité était une propriété intrinsèque : une sorte d'état naturel, inévitable, presque culturellement accepté. Or, il ne s'agit pas d'une fatalité. Il s'agit d'un effet. L'effet direct d'un système où l'utilisateur-payeur ne contribue plus, en proportion de ses moyens, comme il le faisait auparavant; et où personne n'a compensé durablement l'écart.

**LE MODE D'ÉTABLISSEMENT DES PRIX DES BILLETS EST MAL ANCRÉ.**

## L'exode des talents

Les métiers techniques et de production : éclairagistes, pre-neurs de son, régisseurs, directeurs de production, machi-nistes, sont des métiers hautement spécialisés. Ils requièrent formation, expérience, jugement, rapidité d'exécution. Ils sont, littéralement, ce qui rend possible la représentation. Or, depuis quelques années, un phénomène se dessine avec netteté : ces compétences quittent le secteur.

**Pas par désamour du milieu. Pas par manque d'intérêt pour l'art. Mais parce qu'ailleurs, les mêmes compétences sont rémunérées et encadrées de façon plus soutenable.**

Quand une industrie s'appauvrit structurellement, elle com-mence par perdre ses meilleurs éléments. Ce n'est pas une exception; c'est une mécanique.

## La précarisation des artistes

Il est presque devenu banal, qu'un musicien ait un emploi de jour et des spectacles le soir. Qu'un comédien enchaîne les contrats temporaires. Qu'un danseur vive dans une incerti-tude permanente. La précarité est souvent enveloppée d'un vocabulaire de vocation, de passion, de sacrifice, comme si cette fragilité était le prix « normal » de la création.

Mais une question s'impose : si 170 à 250 millions de dollars par année avaient été captés et réinjec-tés dans le système, accepterait-on encore comme allant de soi que des artistes pro-fessionnels ne puissent pas vivre décem-ment de leur métier?

La précarité n'est pas une loi de la nature. C'est le produit d'un sous-financement chronique.

## La standardisation vers le bas

Quand l'argent manque, le risque devient un luxe. On privilégie les formules qui ont déjà fait leurs preuves. On réduit les distributions. On simplifie les décors. On rac-courcit les périodes de création. On coupe dans le nombre de dates. On cherche des projets « rentables », non pas parce qu'ils sont meilleurs, mais parce qu'ils sont moins dangereux.

**Ce n'est pas un déficit d'idées. C'est un déficit de marge de manœuvre.**

La « réduflation artistique » évoquée plus tôt n'est pas un choix esthétique. C'est une stratégie de survie. Moins de musiciens, moins de répétitions, moins de temps, moins de marge d'erreur. Et lorsqu'on retire la marge d'erreur, on retire aussi la possibilité d'innover.

## La dépendance accrue aux subventions

Plus le revenu autonome est insuffisant, plus la dépendance au financement public augmente. C'est mécanique. Le pro-blème n'est pas l'existence des subventions, elles jouent un rôle légitime dans un secteur à valeur collective, mais la logique de compensation qu'elles finissent par porter.

Un paradoxe s'installe : on demande à la collectivité de com-ble ce que l'utilisateur direct ne finance plus, même lorsque cet ajustement serait marginal à l'échelle du ménage moyen. On socialise une partie du manque à gagner, tout en maintenant une expérience individuelle vendue en dessous de sa valeur économique réelle, tout en diluant la valeur perçue de l'émotion.

Le secteur se retrouve alors en posture de demande per-manente, au lieu de pouvoir s'appuyer sur une base plus autonome, plus robuste, plus résiliente. Et pourront-ils ces

subventionneurs exiger éventuellement que le milieu se porte garant lui-même d'aller chercher les revenus qu'il laisse sur la table.

## L'usure morale

Derrière les budgets, les déficits et les tableaux de financement, il y a des humains. Et ces humains, aujourd'hui, portent le poids d'un système sous tension depuis trop longtemps.

Retirer, ou ne pas capter, des dizaines, puis des centaines de millions de dollars à un écosystème ne signifie pas seulement « moins d'argent ».

**L'UTILISATEUR PAYEUR PEUT S'EN PERMETTRE PLUS**

**Cela crée un climat permanent de compression, où chacun tire sur une couverture dont tout le monde sait qu'elle est trop courte.**

Les producteurs deviennent des équilibristes. Les diffuseurs, des pompiers. Les directions artistiques, des gestionnaires

de rareté. Les artistes, des travailleurs autonomes précaires à temps plein. Tout le monde finit par faire des miracles avec des ressources insuffisantes, saison après saison.

Ce n'est pas surprenant d'observer une fatigue généralisée : difficulté à recruter, épuisement, décrochages, arrêts de travail, départs silencieux. Ce n'est pas une crise de motivation. C'est une crise de moyens.

Quand un secteur passe vingt ans à se justifier : à justifier ses budgets, ses cachets, ses besoins, la valeur du temps de création, le coût réel d'une production, il finit par interioriser l'idée qu'il coûte trop cher, qu'il dérange, qu'il doit s'excuser d'exister. Et lorsqu'une profession s'organise durablement autour de l'exception, de la débrouillardise et du sacrifice, la passion ne protège pas contre l'épuisement : elle le retarde, puis l'accélère.

Un écosystème ne peut pas demander indéfiniment à ses travailleurs de produire du sens, de l'émotion et du rêve tout en vivant lui-même dans un état chronique de stress financier.

À un moment donné, même la passion devient une ressource épuisable.

## LE MYTHE DU PRIX UNIFORME

### Pourquoi le spectateur ne « magasine » pas comme on le croit

Un argument revient fréquemment dans les discussions entourant la fixation des prix : les producteurs sou-

haitent maintenir un prix identique d'une salle à l'autre sous prétexte que les spectateurs « magasinent ». Selon cette logique, une différence de quelques dollars suffirait à détourner le public vers la salle la moins chère, ce qui imposerait une uniformité tarifaire à l'échelle du territoire.

Cette hypothèse repose sur une représentation simplifiée du comportement du consommateur culturel. Elle suppose que le billet de spectacle est un produit interchangeable, pour lequel le public adopterait une stratégie d'optimisation strictement monétaire. Or, l'analyse des comportements observés montre une réalité plus nuancée.

Les études réalisées indiquent que le spectateur fréquente d'abord sa salle principale, celle à laquelle il est habitué. Les

salles de spectacle fonctionnent comme des services de proximité.

**Elles s'inscrivent dans un territoire, dans des routines, dans des habitudes. Le public y développe des repères, une familiarité et, souvent, un véritable attachement.**

Les déplacements vers une deuxième ou une troisième salle surviennent principalement lorsque le spectacle recherché n'est pas présenté dans la salle de référence. Autrement dit, la mobilité « intersalles » est d'abord motivée par l'offre artistique et non par la recherche du prix le plus bas.

Ce comportement s'explique aisément. Aller au spectacle ne se résume pas à l'achat d'un billet. Il s'agit d'une expérience complète qui comprend le déplacement, le stationnement, la connaissance des lieux, la relation avec la billetterie, la confiance envers l'organisation. Le spectateur connaît son environnement habituel : il sait comment réserver, comment

s'y rendre, où stationner, combien de temps prévoir. Cette familiarité réduit l'incertitude et les coûts de transaction associés à la sortie.

Dans ce contexte, quelques dollars d'écart sur le prix du billet pèsent relativement peu face à la commodité et à la proximité. Le prix unitaire n'est qu'un élément parmi d'autres dans la décision. L'économie comportementale démontre que même de faibles frictions peuvent influencer les choix ; changer de salle implique un effort supplémentaire qui excède souvent l'économie réalisée.

Il serait excessif d'affirmer qu'aucun phénomène de comparaison n'existe. Dans certains marchés plus denses, pour certains artistes à très forte notoriété, un comportement de comparaison peut apparaître. Toutefois, les données suggèrent que ce « butinage » demeure marginal à l'échelle du système et ne constitue pas la norme dominante.

D'ailleurs, l'analyse détaillée de ces comportements de « butinage » fera l'objet d'un examen approfondi dans les prochains mois. Une étude spécifique permettra de quantifier plus précisément l'ampleur réelle de ces déplacements motivés par le prix et d'en mesurer l'impact structurel sur les stratégies tarifaires.

En l'état actuel des connaissances, maintenir une logique de prix uniforme partout revient à surestimer l'intensité du

**LES SPECTATEURS NE SE DÉPLACENT PAS DE SALLE EN SALLE**

magasinage et à sous-estimer la dimension territoriale et relationnelle de la consommation culturelle. Une telle approche limite inutilement la capacité des salles à ajuster leurs prix en fonction de leur marché local, de leur structure de coûts et de la disposition à payer de leur public.

L'uniformité tarifaire apparaît ainsi davantage comme un réflexe sectoriel que comme une nécessité économique démontrée.

Reconnaître que les salles sont d'abord des ancrages locaux permettrait d'introduire davantage de souplesse dans la fixation des prix, sans provoquer l'exode massif redouté.

Le billet de spectacle ne se compare pas comme un produit standard sur une étagère virtuelle. Il s'inscrit dans un territoire, dans une relation et dans une habitude. Ignorer cette dimension conduit à adopter des politiques tarifaires plus restrictives que ne l'exige réellement le comportement du public.

## LE POINT DE BASCULE : POURQUOI IL N'EST PLUS POSSIBLE DE CONTINUER COMME AVANT

Jusqu'ici, il a été question de dérive, de manque à gagner, d'épuisement, d'appauvrissement et de conséquences humaines. Mais à ce stade, une chose doit être dite clairement : le secteur s'approche d'un point de rupture.

**Un écosystème peut fonctionner longtemps en sous-régime.**

Il peut compenser par la passion, l'ingéniosité, le dévouement, une forme d'héroïsme quotidien. Il peut tenir en tirant sur la courbe, en compressant les budgets, en réduisant les équipes, en reportant les investissements, en demandant sans cesse « un dernier effort ». Mais il arrive toujours un moment où la marge disparaît complètement, où il n'y a plus rien à couper sans attaquer l'os, où il n'y a plus personne à solliciter sans briser.

Ce moment est en train d'être atteint.

On l'observe dans la difficulté croissante à recruter et à retenir des travailleurs qualifiés, dans la perte d'expertise, dans la rotation accélérée des équipes, dans la fragilisation des organisations. On le voit dans l'essoufflement des directions, dans la

multiplication des arrêts de travail, dans les départs vers d'autres secteurs. On le voit dans la frilosité des programmations, dans la réduction des prises de risque, dans la standardisation des propositions, dans la crainte permanente de ne pas atteindre l'équilibre financier.

Tous ces signaux convergent vers une même réalité : le système fonctionne à flux tendu depuis trop longtemps.

Un système à flux tendu n'est pas résilient. Il ne dispose d'aucun coussin, n'absorbe pas les chocs, n'a pas la capacité de se transformer sereinement. Chaque crise devient une menace existentielle, faute de réserves, de marge, de respiration. La pandémie en a donné une démonstration brutale. L'inflation en a prolongé les effets. La concurrence accrue pour la main-d'œuvre et la transformation des habitudes de consommation ne font qu'exposer davantage cette vulnérabilité.

Mais au-delà de la fragilité financière, une autre fragilité apparaît, plus profonde encore : la fragilité symbolique.

Lorsqu'une société accepte, dans les faits, que celles et ceux qui la racontent, qui la questionnent, qui la font vibrer, qui construisent sa mémoire collective vivent dans une précarité chronique, ce n'est pas qu'un problème de budget. C'est un problème de cohérence. On affirme que la culture est essentielle, qu'elle est au cœur de l'identité, qu'elle joue un rôle social fondamental, mais on ne se donne pas les moyens économiques correspondant à cette ambition.

Le message implicite est alors clair : la culture est importante, mais pas au point d'en assumer pleinement le coût réel. Elle est précieuse, mais pas au point de lui donner un modèle économique à la hauteur de sa valeur.

Or, l'histoire montre qu'un écosystème culturel ne s'effondre pas brutalement. Il se vide lentement. D'abord de ses techniciens les plus expérimentés, puis de ses créateurs, ensuite de ses producteurs et de ses diffuseurs, et, à terme, de ses publics, lorsque l'offre s'appauvrit, se répète, perd en audace et en qualité. L'émotion ressentie par le spectateur est incontestablement diluée. Le processus est progressif certes, presque invisible au départ, mais il devient irréversible lorsque la chaîne de transmission se rompt.

C'est pourquoi les ajustements marginaux, les hausses symboliques, les solutions temporaires et les discours d'« accessibilité »

**GÉRER SANS ARGENT,  
C'EST LA PLUS DIFFICILE  
DES GESTIONS**

qui servent à éviter la question centrale du prix ne suffisent plus.

Le secteur est désormais devant un choix collectif.

Soit il accepte que les arts vivants demeurent structurellement sous-financés, dépendants, précaires, et continue de gérer la pénurie comme un état normal. Soit il décide de se doter enfin d'un modèle économique cohérent avec la valeur réelle de ce qu'il produit, avec la capacité de payer du public et avec le rôle qu'il joue dans la société.

Le statu quo n'est plus neutre. Il n'est plus seulement inconfortable. Il devient destructeur. Et plus la correction est reportée, plus le rattrapage sera coûteux que ce soit financièrement, humainement et culturellement.

La question du prix n'est donc plus un simple enjeu technique. Elle est devenue une question de viabilité du modèle, de responsabilité collective et, ultimement, de choix de société.

Mais maintenant, on fait quoi?



Pistes de  
solutions

## INTRODUCTION

Si l'on prend un pas de recul après avoir posé le diagnostic, une question s'impose naturellement.

Les chiffres sont clairs. L'écart est mesurable. L'évolution des prix, comparée à celle des revenus et de l'inflation, raconte une trajectoire cohérente, mais préoccupante. À un certain moment, analyser ne suffit plus. Il faut réfléchir ensemble à la suite.

Chez iCible, nous ne sommes pas ici pour décider à la place de qui que ce soit. Nous ne fixons pas les prix. Nous ne programmons pas les saisons. Nous ne négocions pas les ententes. Notre rôle est différent. Nous sommes une plateforme entre le spectateur, le diffuseur et le producteur ou l'artiste. Nous voyons passer les ventes. Nous observons les comportements d'achat. Nous analysons les tendances sur de longues périodes.

Cette position nous donne un regard transversal. Et ce regard nous place dans une posture particulière : celle de pouvoir jouer un rôle de rassembleur.

Rassembler les données.

Rassembler les perspectives.

Rassembler des réalités qui, trop souvent, avancent côte à côte sans se connaître pleinement.

Au fil des échanges avec des producteurs et des diffuseurs, une impression revient régulièrement. Nous faisons partie du même écosystème. Nous travaillons ensemble. Nous partageons le même objectif. Et pourtant, les opérations concrètes de l'un demeurent parfois floues pour l'autre. Les niveaux de risque ne sont pas toujours visibles. Les marges réelles, les obligations financières, les contraintes contractuelles ou les pressions budgétaires ne sont pas nécessairement comprises dans toute leur complexité.

Les risques ne sont pas répartis de la même manière. Les marges ne sont pas identiques. Les pressions ne viennent pas des mêmes endroits. Mais ces différences sont rarement mises à plat de façon structurée. Et le prix du billet devient souvent le point où toutes ces réalités se rencontrent, parfois sans que l'ensemble du portrait soit clairement partagé.

Les pistes qui suivent ne sont pas des directives. Elles ne constituent pas un modèle unique à appliquer uniformément. Elles se veulent une contribution au dialogue. Une série de leviers concrets, appuyés par les données, pour aider le

milieu à réfléchir à des ajustements possibles et éventuellement récupérer le 21,10\$ qu'on a perdu à travers les années.

Si nous pouvons contribuer à quelque chose, c'est à cela : offrir un terrain commun, favoriser une compréhension plus fine des enjeux de chacun, et aider à structurer une discussion qui dépasse les impressions ponctuelles.

Nous dépendons les uns des autres. Et c'est précisément pour cela que la cohérence devient essentielle.

## PREMIÈRE PISTE : RATTRAPER L'INFLATION RAPIDEMENT

Les données sont claires. Les prix ont accumulé un retard. En dollars de 2023, l'écart observé était d'environ 4,75 \$ par billet pour simplement suivre l'inflation. Avec les données plus récentes (2025), on se situe désormais davantage autour de 5,25\$ à 5,50 \$.

Ce n'est pas une projection théorique. C'est un décalage réel entre l'évolution des coûts et celle des revenus générés par la billetterie.

La première étape consiste donc à corriger cet écart dès que possible. Dès, la prochaine mise en vente et dès que la structure marketing le permet. Dès que les prix ne sont pas déjà figés dans des outils imprimés.

Oui, cela représente un ajustement immédiat. Un premier choc, maintenant. Mais un choc mesuré. Pour la majorité des spectateurs, qui achètent un ou deux billets par année, parfois trois, on parle d'un effort ponctuel de quelques dollars sur l'ensemble de leur budget annuel de sorties.

Ce premier ajustement est important parce qu'il permet de changer la trajectoire. En rattrapant l'inflation, on cesse immédiatement de s'appauvrir à chaque billet vendu. On arrête de reculer. On se replace au niveau de 2002 en dollars réels. À partir de là, il devient possible de construire.

L'effet sur la demande sera limité. L'étude montre que le billet représente une dépense occasionnelle pour la grande majorité du public. Une correction de cinq dollars n'altère pas fondamentalement la décision de sortie lorsqu'il y a intérêt, disponibilité et désir.

Repousser encore ce rattrapage, en revanche, prolonge un écart qui s'accumule silencieusement. Rattraper l'inflation n'est pas une stratégie agressive. C'est une remise à niveau. Une base minimale à partir de laquelle le secteur peut planifier plus sereinement.

## DEUXIÈME PISTE : INSTAURER UNE MÉCANIQUE D'AJUSTEMENT AUTOMATIQUE

Une grande partie de la fixation des prix repose encore sur l'intuition ou sur la comparaison.

On regarde le dernier spectacle présenté dans la salle.

On regarde les productions similaires déjà en vente.

On ajuste à partir de là.

Le problème, c'est que ces comparaisons se font souvent entre prix déjà figés. Un spectacle se compare à un autre, qui lui-même s'est comparé à un autre, et ainsi de suite. La référence devient circulaire. On se compare entre nous sans jamais revenir au contexte économique global ni à la capacité réelle de payer des spectateurs.

Ce mécanisme a un effet simple : il freine les hausses logiques. Il entretient un gel implicite.

Pour sortir de cette dynamique, il faut introduire une règle claire. Une mécanique prévisible. Quelque chose qui enlève une part d'arbitraire à la discussion.

Une première option serait d'établir une date fixe annuelle d'ajustement. Par exemple, chaque 1er janvier, les prix augmentent d'un montant déterminé à l'avance. 1 \$, 1,50 \$, 2 \$, selon la stratégie choisie. Peu importe que la mise en vente soit déjà commencée ou non, l'ajustement s'applique. Un peu comme les loyers. La règle est connue. Elle est intégrée.

De cette façon, les comparaisons de prix lors des mises en vente, se font à partir d'un prix vivant, non d'un prix figé depuis un an.

Une seconde option serait d'intégrer cette progression directement dans la structure contractuelle. Un spectacle mis en vente à 45 \$ pourrait être à 46 \$ trois mois plus tard, à 47 \$ six mois plus tard, puis à 49 \$ à l'approche de la représentation. La progression est annoncée dès le départ. Elle est intégrée au cycle normal de vente.

Dans les deux cas, l'objectif est le même : empêcher le prix de rester immobile pendant que le reste de l'économie évolue.

Ce type de mécanique change aussi la logique de comparaison. Un artiste ou un producteur qui lance un nouveau spectacle ne se compare plus à un prix gelé depuis douze mois. Il se compare à un marché déjà ajusté. On évite ainsi le paradoxe où chacun attend que l'autre fasse le premier pas.

Introduire une règle simple permet de sortir de l'intuition permanente. Cela installe une discipline. Et cette discipline protège la valeur du billet dans le temps.

## TROISIÈME PISTE : SE Doter D'UN REPÈRE COMMUN

La fixation des prix souffre souvent d'un manque de référence claire. On se compare aux spectacles déjà en vente. On regarde ce que font les salles voisines. On ajuste à partir de repères qui sont eux-mêmes parfois figés depuis plusieurs mois.

Pour sortir de cette logique circulaire, un outil de comparaison sera mis en ligne dans les prochaines semaines. Il permettra de situer un spectacle à l'intérieur d'une fourchette observée par discipline. L'objectif n'est pas d'imposer un tarif, mais d'offrir un point d'ancrage. Savoir si l'on se positionne dans le bas, le milieu ou le haut d'un marché comparable aide à prendre une décision plus éclairée.

Cet outil intégrera aussi une dimension temporelle. Il permettra de visualiser l'évolution des prix dans le temps et de les mettre en perspective avec l'inflation et, éventuellement, avec la capacité de payer des spectateurs. Il s'agit d'un instrument d'aide à la décision, pas d'un barème.

Cela dit, il n'est pas nécessaire d'attendre cet outil pour agir. Pour ceux qui disposent encore de références de prix de 2002-2003, le calcul est simple. Pour ramener un prix de cette époque en dollars de 2023, il suffit de le multiplier par 1,53. Pour 2025, le ratio est d'environ 1,61.

La liste des spectacles utilisés dans l'étude, présentée en annexe pour la période 2002-2023, peut également servir de point de comparaison. Elle permet de se référer à des cas concrets et d'observer l'évolution réelle des prix dans le temps, par discipline.

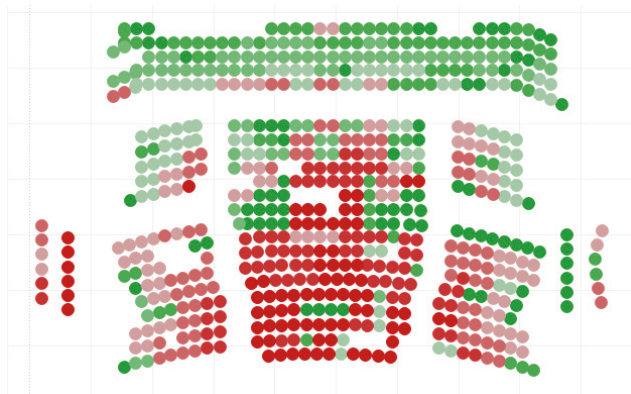
Ces repères offrent déjà une base solide. Ils permettent de vérifier si l'on s'est éloigné, ou non, de la trajectoire de l'inflation. En attendant des outils plus détaillés, cette référence simple évite de se comparer uniquement à des prix actuels qui peuvent eux-mêmes être en retard.

Se comparer dans le temps redonne du contexte. Et le contexte protège des décisions prises à l'aveugle.

## QUATRIÈME PISTE : INTRODUIRE UNE LOGIQUE DE PRIX ADAPTATIVE

La grande majorité des salles fonctionnent encore selon une logique très simple : premier arrivé, premier servi. Le premier spectateur qui achète obtient souvent le meilleur siège, au même prix que celui qui choisira un siège moins avantageux quelques jours plus tard.

Cette mécanique a l'avantage d'être simple. Mais elle ne tient pas compte d'un élément pourtant évident : tous les sièges n'ont pas la même valeur.



Graphique 31. Exemple de plan de salle démontrant l'attractivité des sièges.

Lorsqu'on observe une salle à travers une carte de chaleur (heatmap) de ventes (Graphique 31), le phénomène saute aux yeux. Certains sièges partent immédiatement. D'autres prennent du temps. Les zones centrales, les meilleures lignes de vue, les sièges les plus proches sont captés en premier. Pourtant, ils sont souvent offerts au même prix que des sièges objectivement moins recherchés.

Il ne s'agit pas de transformer le spectacle vivant en compagnie aérienne ni d'adopter une tarification agressive. Il s'agit d'introduire une logique adaptative.

Découper le plan de salle de façon plus granulaire que le simple « balcon » et « parterre ». Observer la vitesse de vente par secteur. Ajuster progressivement le prix des zones démontrant une forte demande.

Cette approche permet de récupérer une partie de la valeur laissée sur la table. L'écart accumulé au fil des années ne pourra pas être comblé d'un seul coup. En revanche, en ajustant les sièges les plus recherchés, on récupère des dollars supplémentaires sans provoquer de choc généralisé.

Elle permet aussi de mieux contrôler la revente. Lorsque les meilleurs sièges sont sous-tarifés, ils deviennent une opportunité évidente pour les revendeurs. En réajustant leur prix, on réduit cet écart et on limite aussi les marges que les revendeurs peuvent prendre.

Mais cette stratégie peut également servir l'accessibilité.

En assumant que certains sièges ont une valeur supérieure, il devient possible de maintenir, voire de préserver, des billets à prix plus modéré dans les zones moins attractives. Pour une partie du public, le prix est plus important. Offrir un inventaire ciblé à ces spectateurs permet de garder une porte d'entrée, sans sous-évaluer l'ensemble de la salle.

On peut aussi envisager des mécanismes de billet solidaire. Proposer plusieurs tranches de prix pour un même spectacle : un nombre limité de billets à tarif réduit, un prix régulier correspondant à la valeur moyenne, et une tranche supérieure pour ceux qui souhaitent et peuvent contribuer davantage. Certains spectateurs sont prêts à payer plus pour soutenir la création. Leur en donner la possibilité ne nuit pas à l'accessibilité, au contraire.

Il faut toutefois être clair : ces stratégies ne remplacent pas les ajustements structurels évoqués plus tôt. Elles ne compensent pas un retard systémique sur l'inflation. Elles viennent en complément. Elles permettent d'optimiser la mécanique de tarification, pas d'éviter les décisions nécessaires.

L'objectif est d'aligner le prix avec la réalité de la demande et la diversité des capacités de payer.

## CINQUIÈME PISTE : LES LEADERS DOIVENT OUVRIR LA VOIE

Dans chaque discipline, certains spectacles sont identifiés d'avance comme les plus porteurs. Les artistes établis. Les productions attendues. Les tournées dont on sait qu'elles rempliront rapidement.

Ces spectacles ne peuvent pas se positionner simplement dans la moyenne, ils doivent se positionner dans la marge haute.

Lorsqu'un leader se place au même niveau que tout le monde, il envoie un signal clair au marché : c'est le plafond. À partir de ce moment, l'ensemble de la chaîne se retrouve limité. Les producteurs émergents, les diffuseurs plus modestes, ceux qui ont moins de pouvoir de négociation ne peuvent pas raisonnablement demander plus cher que les meilleures ventes.

Le prix des locomotives devient la référence implicite.

Si ces locomotives sont sous-positionnées, tout le marché s'ancre vers le bas.

À l'inverse, lorsqu'un spectacle dont la demande est forte assume un prix plus élevé, il crée de l'espace. Il établit une nouvelle référence. Il permet aux autres de se situer à l'intérieur d'une hiérarchie cohérente.

Il ne s'agit pas d'exagérer. Il ne s'agit pas d'exploiter la popularité. Il s'agit de reconnaître qu'un spectacle dont la demande est prévisible et soutenue possède une capacité de marché supérieure.

Les producteurs majeurs, les artistes établis et les diffuseurs influents ont ici une responsabilité particulière. Leur position leur permet d'absorber plus facilement le risque associé à un repositionnement tarifaire. Ce que les plus petits ne peuvent pas toujours faire.

Si les leaders ne prennent pas l'initiative, le reste du secteur demeure contraint. Ceux qui ont moins de marge de manœuvre ne peuvent pas être les premiers à hausser.

Un marché se structure aussi par le haut.

## **SIXIÈME PISTE : NE PAS TRANSFORMER UN CHOIX PHILANTHROPIQUE EN RÉFÉRENCE DE MARCHÉ**

Il arrive que certains artistes décident volontairement de vendre leurs billets à un prix plus bas que ce que le marché pourrait soutenir. Par conviction. Par philosophie. Par désir d'accessibilité. Par choix personnel.

Ce type de décision est parfaitement légitime. Elle relève de l'artiste. Elle peut faire partie de son identité, de sa relation au public, de sa vision.

Pour ne nommer aucun artiste d'ici, regardons à l'international. On a vu des groupes comme Pearl Jam choisir de limiter volontairement le prix de leurs billets malgré une demande très forte. Ce positionnement faisait partie de leur démarche. Mais ce prix n'est jamais devenu la référence pour d'autres groupes comparables. Le tarif de Pearl Jam ne dictait pas celui de Metallica.

La distinction est essentielle.

Un choix philanthropique ne devrait pas devenir un étalon pour l'ensemble d'une discipline. Encore faut-il savoir qu'il s'agit d'un choix volontaire. Un prix inférieur peut être

interprété comme un signal de marché, alors qu'il reflète en réalité une décision assumée de l'artiste.

C'est précisément là qu'un outil de positionnement, comme proposé en troisième piste, devient utile. En permettant de situer un spectacle à l'intérieur d'une fourchette observée pour sa discipline, il devient plus simple d'identifier les cas où un prix se trouve en dessous de son positionnement naturel. On peut alors reconnaître qu'il s'agit d'une exception, et non d'une norme à reproduire.

Il faut distinguer un prix de conviction d'un prix de marché.

Le premier appartient à l'artiste.

Le second structure l'ensemble du secteur.

Confondre les deux crée des comparaisons biaisées et tire artificiellement les références vers le bas.

## **SEPTIÈME PISTE : MULTIPLIER LES ESPACES DE DIALOGUE ENTRE PRODUCTEURS ET DIFFUSEURS**

Le prix du billet ne se décide jamais dans le vide. Il se construit à l'intersection de deux réalités : celle du producteur et celle du diffuseur.

Ces deux mondes travaillent ensemble en permanence. Ils partagent le même objectif. Pourtant, leurs contraintes quotidiennes ne sont pas toujours pleinement comprises de part et d'autre.

Du côté des producteurs, les investissements initiaux, les risques liés à la création, les coûts fixes, les engagements d'équipe et les cycles de tournée créent une pression particulière. Du côté des diffuseurs, les réalités de programmation, les équilibres de saison, la gestion des abonnements, les impératifs de remplissage et les attentes du public local façonnent d'autres contraintes.

Ces réalités ne sont pas opposées. Mais elles sont différentes. Trop souvent, la discussion tarifaire se limite à un chiffre final, sans que l'ensemble du contexte soit réellement partagé. Les décisions se prennent rapidement, parfois sous pression, sans espace structuré pour mettre à plat les enjeux.

Multiplier les points de rencontre devient alors essentiel. Non seulement au moment de la négociation, mais en amont. Sur la mise en marché. Sur la stratégie de positionnement. Sur la lecture commune des données.

Plus les deux parties comprennent les marges, les risques et les objectifs de l'autre, plus les décisions tarifaires gagnent

en cohérence. Ce dialogue ne garantit pas l'unanimité, mais il réduit les malentendus.

Le prix du billet est un point de convergence. Il mérite un espace de discussion à la hauteur de son importance.

## **HUITIÈME PISTE : PENSER LES PRIX À L'ÉCHELLE DE L'ÉCOSYSTÈME**

Un spectacle populaire ne vit pas en vase clos.

Il fait partie d'une saison. D'une programmation. D'une salle qui, elle, a une mission plus large que la simple présentation de titres à forte demande.

Les salles de spectacle existent parce qu'elles ont une mission culturelle à remplir. Elles présentent des œuvres plus fragiles, des disciplines moins commerciales, des propositions artistiques exigeantes. Elles accueillent des publics variés. Elles soutiennent la diversité.

Dans cet écosystème, il est normal que les spectacles les plus populaires, ceux qui vendent le plus de billets et génèrent le plus de revenus, assument une part plus importante des charges. Ce n'est pas une pénalité. C'est une logique d'équilibre.

Il ne s'agit pas ici d'entrer dans la mécanique de partage entre producteurs et diffuseurs. Mais il est plus facile d'avoir cette discussion lorsque les locomotives sont tarifées à leur juste valeur. Lorsque les spectacles à forte demande captent pleinement leur capacité de marché, ils créent une marge de manœuvre.

Cette marge peut ensuite soutenir d'autres volets de la mission.

La salle existe parce qu'elle présente un ensemble de spectacles. Les spectacles et les artistes plus populaires ne peuvent tout simplement pas dire : « Ce n'est pas mon problème, les autres disciplines, je n'ai pas à payer pour elles. »

Ce ne sont pas les autres disciplines qu'ils financent, mais la salle elle-même et sa mission.

Les spectacles populaires doivent contribuer davantage à la structure qui les accueille, justement parce qu'ils vendent plus de billets et génèrent plus de revenus. On ne peut pas simplement répartir les charges d'une salle par une division mécanique des coûts par le nombre de représentations. Chaque spectacle doit être évalué en fonction de sa capacité réelle à assumer une part des dépenses.

Sans cette forme d'équilibre interne, la salle n'existe tout simplement pas. Et le spectacle populaire perd alors lui aussi sa tribune et les revenus qui y sont liés.

On peut même aller encore plus loin dans la redistribution. On parle souvent des coupes dans les sorties scolaires. La pression sur les instances gouvernementales est légitime. Mais en attendant des ajustements structurels, il est possible d'agir à l'intérieur même du modèle.

Une salle qui dégage davantage de revenus grâce à une tarification cohérente de ses spectacles populaires peut choisir de renforcer son offre aux écoles. Sans se substituer à l'État, elle peut compléter l'effort. Un spectateur adulte qui paie un peu plus pour un spectacle très en demande contribue indirectement à rendre possible la venue d'un enfant dans une salle.

L'enjeu dépasse la soirée elle-même.

Un enfant qui fréquente tôt les salles de spectacle développe un rapport naturel à la culture. Il reconnaît l'espace. Il s'y sent à sa place. Il est plus susceptible d'y revenir à l'âge adulte. Soutenir l'accès des jeunes, c'est semer pour l'avenir.

Si l'État se retire partiellement, il faut s'indigner et poursuivre le dialogue. Mais en parallèle, des solutions internes peuvent être mises en place.

Le prix du billet fait partie de ces leviers.

## **NEUVIÈME PISTE : ASSUMER LA VALEUR DU TRAVAIL ARTISTIQUE**

Un enjeu revient souvent lorsqu'il est question de prix de billets : le malaise.

Plusieurs artistes entretiennent une relation ambivalente avec la tarification. Le désir d'être vu, d'être accessible, de ne pas sembler mercantile est profondément ancré. L'art n'est pas un produit comme les autres. Cette posture est compréhensible.

Mais elle a parfois un effet secondaire.

En sous-évaluant volontairement le prix d'un spectacle, on réduit non seulement ses propres revenus, mais aussi ceux de l'ensemble de la chaîne. On se prive également d'une réalité simple : une partie du public est prête à payer davantage. Les méga-fans existent. Les spectateurs engagés, ceux qui suivent une tournée, qui achètent tôt, qui veulent soutenir un artiste, sont souvent disposés à investir plus que le minimum

demandé. En maintenant un prix artificiellement bas, on se coupe de cette contribution volontaire.

Demander un prix juste n'est pas une trahison de la mission artistique. C'est reconnaître la valeur de l'émotion créée sur scène. C'est reconnaître le travail, les années de formation, les équipes mobilisées, les risques assumés.

Les producteurs ont ici un rôle important à jouer. Expliquer. Contextualiser. Montrer que quelques dollars supplémentaires ne changent pas la perception d'un spectacle, mais peuvent changer l'équilibre financier d'une tournée.

Il ne s'agit pas de transformer l'art en produit de luxe. Il s'agit d'assumer que la valeur artistique a un prix.

Un public qui choisit de venir voir un spectacle le fait par intérêt, par attachement, par désir. Payer le juste prix pour cette expérience n'est pas mal vu. C'est souvent perçu comme un soutien.

Le malaise est compréhensible. Mais il ne doit pas empêcher une réflexion lucide sur la valeur réelle du travail présenté.

## DIXIÈME PISTE : REPOSITIONNER LE PRIX DANS LA COMMUNICATION

Le prix est souvent présenté comme une information centrale. Dans les brochures, dans les annonces, dans les documents imprimés, il apparaît en évidence, parfois même avant le contenu artistique.

Cette habitude mérite d'être contestée.

Un spectacle n'est pas un produit de consommation courante. Ce qui déclenche l'achat, ce n'est pas d'abord le montant. C'est l'intérêt. L'émotion. L'attachement à un artiste. La curiosité. Le désir de vivre une expérience.

Il ne faut pas traiter les spectacles comme dans une circulaire à l'épicerie. Mais c'est souvent la façon dont les spectacles sont mis en vente.

Lorsque le prix devient l'élément dominant de la communication, il crée un ancrage psychologique. Il fige la perception avant même que l'intérêt ne soit pleinement formé. Le spectateur évalue avant de désirer.

Or, dans un processus d'achat, l'engagement est progressif. Un spectateur qui clique, qui visite le site, qui consulte les détails, qui choisit une date, commence déjà à s'investir. Il est entré dans la transaction. Il a franchi une première étape Il s'investit dans l'achat.

En mettant le prix trop en avant, on court-circuite ce cheminement. On transforme un processus d'intérêt en comparaison immédiate.

Cela ne signifie pas de cacher l'information. Cela signifie de la replacer à sa juste place.

Utiliser davantage le « à partir de » dans les documents imprimés offre une marge de manœuvre. Cela permet d'ajuster les stratégies de prix dans le temps. Cela évite de figer un montant trop tôt. Cela ouvre la porte à différentes tranches tarifaires sans devoir réimprimer ou justifier chaque variation. Surtout, cela remet l'accent sur ce qui est réellement vendu : une expérience unique, non reproductible.

Le prix doit informer. Il ne doit pas dominer.

## ONZIÈME PISTE : RÉSISTER À LA GESTION PAR ANECDOTE

Dans le milieu culturel, les décisions sont souvent influencées par des réactions immédiates.

Un courriel d'un spectateur mécontent.

Un commentaire sur les réseaux sociaux.

Une salle un peu moins remplie qu'espéré.

Une discussion croisée à l'épicerie.

Ces signaux ne sont pas inutiles. Ils font partie du terrain. Mais ils ne constituent pas une tendance.

Nos artistes, contrairement aux grandes vedettes internationales, vivent au cœur de leur communauté. Ils font leur épicerie eux-mêmes. Ils croisent leur public dans la rue. Cette proximité est précieuse. Elle nourrit le lien. Elle rend aussi la critique plus directe.

Lorsqu'un spectateur affirme que le billet est trop cher, l'effet est humain. On l'entend. On le ressent. Mais il faut garder le sens des proportions.

Le soir même, l'artiste se produit devant une salle pleine. Des centaines de personnes ont payé ce prix sans hésiter. Elles ont choisi d'être là. Une voix isolée ne pèse pas le même poids qu'une salle comble.

Le danger apparaît lorsque l'anecdote devient la base de la décision. Lorsque quelques réactions ponctuelles suffisent à freiner une hausse pourtant justifiée. Lorsque la crainte d'une perception négative prend le dessus sur les données objectives.

Or, les chiffres racontent souvent une autre histoire. La fréquentation globale n'a pas explosé malgré des prix relativement bas. L'élasticité n'est pas mécanique. La majorité des spectateurs achètent peu de billets par année. Le comportement d'ensemble est plus stable que les impressions individuelles ne le laissent croire.

Gérer un secteur entier à partir de cas isolés crée une instabilité permanente. Chaque ajustement devient anxiogène. Chaque hausse semble risquée.

Installer une culture décisionnelle appuyée sur les données ne signifie pas ignorer le terrain. Cela signifie replacer chaque réaction dans un contexte plus large.

Un commentaire n'est pas une tendance.

Une plainte n'est pas un marché.

Une voix ne représente pas sept cents.

La maturité économique d'un secteur passe aussi par cette capacité à distinguer l'émotion immédiate de la réalité globale.



# Conclusion

## CONCLUSION

Personne, au fond, n'est coupable individuellement de cette dérive. Il n'y a pas eu de complot, pas de mauvaise intention, pas de volonté consciente d'appauvrir qui que ce soit. Il y a simplement une dynamique de fixation des prix qui s'est installée, qui s'est répétée, qui s'est normalisée, et qui, année après année, a glissé dans la mauvaise direction.

On s'est dit : « si lui vaut ça, moi je vaudrais ça ». On s'est dit : « je valais ça la dernière fois, je ne peux pas valoir bien plus ». On s'est dit : « le spectateur ne viendra pas si c'est trop cher ». On s'est dit : « il faut rester accessible ».

Toutes ces phrases partent d'une bonne intention. Elles sont nées de la peur de perdre le public, du désir de ne pas exclure, de la volonté de ne pas paraître arrogant, de la gêne aussi, parfois, d'affirmer sa propre valeur. Mais, mises bout à bout, elles ont créé un cercle vicieux qui, lentement, a tiré tout le monde vers le bas.

Et aujourd'hui, si nous ne voulons pas que ce cercle se referme complètement, il va falloir que des leaders se lèvent. Des leaders chez les diffuseurs, chez les producteurs, chez les gérants, chez les artistes eux-mêmes. Des gens capables de dire collectivement : nous ne fixerons plus nos prix par simple comparaison avec le voisin ou avec le passé, mais en fonction de la valeur réelle de ce que nous offrons et de la capacité réelle de payer du public.

Les producteurs et les gérants ont ici un rôle charnière, presque un rôle de médiation économique et symbolique. Il leur revient d'aider les artistes à sortir d'une représentation encore très ancrée selon laquelle un prix plus élevé serait nécessairement perçu comme une forme d'arrogance, de trahison ou de prise de distance à l'égard du public. Comme si demander davantage revenait à rompre un pacte affectif implicite, à transformer une relation d'émotion en relation marchande, à « vendre son âme ».

Or, cette peur repose largement sur une projection. Elle confond la valeur économique avec le manque de sincérité. Elle suppose que le public aime moins ce qui coûte plus cher, alors que, dans la plupart des domaines fondés sur l'expérience, c'est souvent l'inverse : un prix assumé agit comme un signal de valeur, de rareté, d'importance.

Il s'agit donc d'un travail de réappropriation intérieure. Aider les artistes à comprendre qu'ils ne seront pas moins aimés parce qu'ils sont mieux rémunérés. Qu'ils ne perdront pas la

confiance du public en affirmant la valeur de ce qu'ils offrent. Qu'ils n'ont pas à s'excuser d'avoir consacré des années de formation, de recherche, de répétition et de vulnérabilité à produire des expériences qui touchent, qui marquent, qui transforment.

Le prix n'a pas à être justifié, encore moins défendu. Il a à être assumé. Non pas dans le discours promotionnel, mais dans la posture intérieure : ce travail vaut cela. Point. Soyez FIERs ! Ne quêtez pas.

Ce que le spectateur achète, ce ne sont pas seulement des minutes sur une scène. Ce sont des émotions, des résonances, des souvenirs, des déplacements intérieurs. Des moments qui n'existeraient pas sans le regard, la voix, le corps, l'intelligence et la sensibilité de l'artiste. Reconnaître cette valeur n'est pas de l'orgueil ; c'est une forme de cohérence.

Tant que le milieu entretiendra l'idée qu'il faut presque s'excuser de coûter, il continuera d'envoyer au public un signal ambigu : celui d'une valeur incertaine. À l'inverse, un secteur qui assume sereinement le prix de ce qu'il crée transmet un message simple et rassurant : ce qui est offert est important, singulier, et digne d'être reconnu à sa juste mesure.

C'est un milieu rempli de gens passionnés, habités, dévoués. Des créateurs, des techniciens, des producteurs, des diffuseurs qui mettent leur cœur, leur énergie, leur intelligence au service d'œuvres uniques. Un secteur qui vend quelque chose de rarissime : de l'émotion. Des moments qui marquent. Des soirs qui restent gravés. Des mots, des musiques, des gestes qui viennent toucher, consoler, bousculer, faire rire, faire pleurer, faire réfléchir.

Pendant quelques heures, on permet aux gens d'oublier le travail, les soucis, la routine. On leur offre une parenthèse, une respiration, une rencontre. Il y a très peu d'industries qui font cela, peut-être aucune autre, sinon, ironiquement, celles qui exploitent les mêmes mécanismes d'évasion et d'intensité.

Alors oui, la question mérite d'être posée sans détour : ne serait-il pas temps que le prix reflète enfin ce que le secteur offre réellement ? Ne serait-il pas temps que les créateurs, mais aussi toute la chaîne qui rend ces moments possibles, soient rémunérés à leur juste valeur ?

La réponse ne viendra pas d'abord des gouvernements. Elle viendra du secteur lui-même, du jour où il cessera d'être gêné d'affirmer ce qu'il vaut, du jour où il arrêtera de s'excuser de coûter quelque chose. Du jour où il assumera, comme le font les avocats, les comptables, les médecins, les architectes,

que la valeur de son travail mérite une juste rémunération, même s'il touche à l'intime, à l'émotion, à l'humain.

Dans un monde idéal, l'art serait gratuit et entièrement pris en charge par la collectivité. Mais nous ne sommes pas dans un monde idéal. Dans le monde réel, le premier pas consiste au moins à faire payer à l'utilisateur payeur: le spectateur, sa juste part, puisque c'est lui qui bénéficie le premier de cette expérience.

Si ce texte sonne parfois dur, c'est précisément parce qu'il est écrit par quelqu'un qui aime profondément ce milieu. Parce qu'il est porté par la conviction qu'il mérite mieux que la survie, mieux que la précarité, mieux que l'épuisement. Il mérite de retrouver de la fierté, de la confiance, de l'ambition.

Les données présentées dans cette étude ne prétendent pas tout expliquer. Elles ne racontent pas toute la richesse de ce milieu, ni toute la complexité des décisions qui s'y prennent chaque jour. Mais elles mettent en lumière une réalité difficile à ignorer : depuis vingt ans, le prix des billets n'a pas suivi ni l'inflation, ni l'évolution de la capacité de payer des ménages. Une part importante de la valeur de notre travail s'est progressivement évaporée.

Le constat peut sembler inconfortable. Mais il est aussi, paradoxalement, porteur d'espoir. Car si cette situation est le résultat de choix collectifs, elle peut aussi être transformée par des choix collectifs.

L'objectif de cette étude est d'ouvrir une discussion, de nourrir une réflexion commune et d'encourager un regard lucide sur nos pratiques. Les diffuseurs, les producteurs, les artistes, les organisations et les instances publiques partagent tous, à leur manière, une responsabilité dans l'équilibre fragile de cet écosystème.

La question qui se pose désormais est simple, mais essentielle : comment redonner au spectacle vivant la valeur qu'il mérite, tout en préservant ce qui fait sa force, soit le lien vivant avec le public et l'accessibilité qui caractérise notre milieu ? Retrouver cet équilibre ne se fera ni du jour au lendemain, ni par une seule décision. Mais il est possible, progressivement et intelligemment, de reconstruire un modèle plus solide, plus durable et plus fier de ce qu'il est.

Parce que ce milieu ne mérite pas seulement de survivre.

Il mérite d'avancer, de se développer et de continuer à porter, avec confiance, l'immense richesse culturelle qu'il représente.



## Annexes

EXTRAIT DE LA LISTE DES SPECTACLES 2002-2003 AVEC PRIX INITIAUX ET PRIX AJUSTÉ SELON INFLATION ET REVENU MÉDIAN POUR 2022-2023 (SIMULATION)

| Spectacle                                                      | PRIX 2002-2003 | PRIX 2023 INFLATION | PRIX 2023 REVENU MÉDIAN |
|----------------------------------------------------------------|----------------|---------------------|-------------------------|
| 16 mm son et image – Joranet                                   | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| À la conquête de l'univers – Dorice Simon                      | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| À la recherche d'Elvis                                         | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Adrénaline – Éric Lapointe                                     | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Alain Morisod & Sweet People                                   | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Appelez-moi maman! – collectif                                 | 34,75 \$       | 53,17 \$            | 72,63 \$                |
| Au bout du cœur – Gilles Vigneault                             | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Bourbon Gauthier                                               | 16,75 \$       | 25,63 \$            | 35,01 \$                |
| Bruno Pelletier                                                | 39,75 \$       | 60,82 \$            | 83,08 \$                |
| Cabaret médiatique – Les Zapartistes                           | 18,75 \$       | 28,69 \$            | 39,19 \$                |
| Carmin – Bia                                                   | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Célébrations – Marie-Claire Séguin                             | 26,75 \$       | 40,93 \$            | 55,91 \$                |
| Chantier                                                       | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Chantier – Collectif Zeugma                                    | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Cheech – François Létourneau                                   | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Chocolat, roses et mélodies d'amour – Sinfonia Lanaudière      | 19,75 \$       | 30,22 \$            | 41,28 \$                |
| Claude Léveillé                                                | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Claudine Mercier                                               | 35,00 \$       | 53,55 \$            | 73,15 \$                |
| Comment ça 2000 ? – Yvon Deschamps                             | 34,75 \$       | 53,17 \$            | 72,63 \$                |
| Crampe en masse                                                | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| David Jalbert, pianiste                                        | 13,75 \$       | 21,04 \$            | 28,74 \$                |
| De Julia à Émile, 1949 – Montréal Danse                        | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Dorothé Berryman trio                                          | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Elles – Louise Lecavalier / Louise Bédard                      | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Fleurs d'acier                                                 | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| France D'Amour                                                 | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| François Léveillé                                              | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Fred Pellerin – Il faut prendre le taureau par les contes      | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Gadjo – La Strada                                              | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Galileo – Claire Pelletier                                     | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| H'Sao et Soraya Benitez                                        | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Ian Parker, pianiste                                           | 13,75 \$       | 21,04 \$            | 28,74 \$                |
| Intakto                                                        | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Je dirai la couleur du vent – Karen Young                      | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Jeszcze Raz                                                    | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Kanasuta ou Là où les diables vont danser – Richard Desjardins | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| L'Effet Beethoven – Sinfonia de Lanaudière                     | 16,75 \$       | 25,63 \$            | 35,01 \$                |
| La Baronne – Sylvie Cobo                                       | 16,75 \$       | 25,63 \$            | 35,01 \$                |
| La Bible                                                       | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| La Bottine Souriante                                           | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| La Dernière Bande (théâtre)                                    | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| La Diva et ses petits potins – Natalie Choquette               | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |

| Spectacle                                       | PRIX 2002-2003 | PRIX 2023 INFLATION | PRIX 2023 REVENU MÉDIAN |
|-------------------------------------------------|----------------|---------------------|-------------------------|
| La Double inconstance                           | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| La Leçon de Maria Callas                        | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| La Passagère                                    | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |
| Ladies' night                                   | 41,75 \$       | 63,88 \$            | 87,26 \$                |
| Laurence Jalbert                                | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Le bonheur est dans le pré – OSM                | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Les Belles-Sœurs – Michel Tremblay              | 34,75 \$       | 53,17 \$            | 72,63 \$                |
| Les Fourberies de Scapin – Molière              | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Les Grandes Gueules                             | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Les grandes musiques de Michel Cusson           | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Les meilleurs moments de... – Michel Barrette   | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Les Noces de tôle – Claude Meunier              | 37,75 \$       | 57,76 \$            | 78,90 \$                |
| Les Sunshine Boys (théâtre)                     | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Les Ténors de l'humour                          | 28,75 \$       | 43,99 \$            | 60,09 \$                |
| Les trois ténors de l'humour, la suite...       | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Lévesque & Turcotte sous observation            | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Liberté conditionnelle – Diane Dufresne         | 44,75 \$       | 68,47 \$            | 93,53 \$                |
| Lily – Isabelle Cauchy                          | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |
| Lise Dion                                       | 36,75 \$       | 56,23 \$            | 76,81 \$                |
| Louis-José Houde                                | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Louis-Philippe Pelletier, pianiste              | 13,75 \$       | 21,04 \$            | 28,74 \$                |
| Lumière espace temps – Ballets jazz de Montréal | 26,75 \$       | 40,93 \$            | 55,91 \$                |
| Luna – O Vertigo danse                          | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Mambo Italiano (théâtre)                        | 36,75 \$       | 56,23 \$            | 76,81 \$                |
| Maria del Mar Bonet                             | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |
| Marie-Chantal Toupin                            | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Mario Jean                                      | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Martin Matte                                    | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| MD3 – Marc Dupré                                | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Mercredi Morency                                | 28,75 \$       | 43,99 \$            | 60,09 \$                |
| Mes grands succès – Paolo Noël                  | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Michael Kaeshammer                              | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Michel Barrette                                 | 32,00 \$       | 48,96 \$            | 66,88 \$                |
| Michel Louvain                                  | 26,75 \$       | 40,93 \$            | 55,91 \$                |
| Natasha St-Pier                                 | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Carol Weisman                                   | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |
| Dominic et Martin                               | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| La Chicane                                      | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Mes Aïeux                                       | 20,75 \$       | 31,75 \$            | 43,37 \$                |
| Paradis perdu – Francine Raymond                | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Patrick Groulx                                  | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Paule-Andrée Cassidy                            | 16,75 \$       | 25,63 \$            | 35,01 \$                |
| Pierre Flynn                                    | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Pour le fun! – Gilles Latulippe                 | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |

| Spectacle                                    | PRIX 2002-2003 | PRIX 2023 INFLATION | PRIX 2023 REVENU MÉDIAN |
|----------------------------------------------|----------------|---------------------|-------------------------|
| Pour une dernière fois? – Claude Blanchard   | 43,75 \$       | 66,94 \$            | 91,44 \$                |
| Première impression – Laurent Paquin         | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| QuadroSonic – Les Respectables               | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Réal Béland                                  | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Rendez-vous – Sylvain Cossette               | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Réunion Effendi Jazz Lab                     | 23,75 \$       | 36,34 \$            | 49,64 \$                |
| Rumeurs – Jean-Michel Ancill                 | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Scrap                                        | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Selling England by the Pound – Musical Box   | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Seul sur scène – Richard Séguin              | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Si c'est pas toi, c'est moi! – S. Lemay      | 28,75 \$       | 43,99 \$            | 60,09 \$                |
| Signe Fernand Gignac                         | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Simplement – Mario Jean                      | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Sous observation – Lévesque & Turcotte       | 31,75 \$       | 48,58 \$            | 66,36 \$                |
| Spectacle paranormal – Gary Kurtz            | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Stéphane Sylvestre, pianiste                 | 13,75 \$       | 21,04 \$            | 28,74 \$                |
| Steve Hill                                   | 27,75 \$       | 42,46 \$            | 58,00 \$                |
| Vendredi 13 avec Plume – Plume Latraverse    | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Versant jazz – Sylvain Lelièvre              | 25,75 \$       | 39,40 \$            | 53,82 \$                |
| Vingt ans d'humour – Daniel Lemire           | 33,75 \$       | 51,64 \$            | 70,54 \$                |
| Violons du monde – Angèle Dubeau et la Pietà | 30,75 \$       | 47,05 \$            | 64,27 \$                |
| Volée d'castors                              | 19,75 \$       | 30,22 \$            | 41,28 \$                |
| Voyage en Russie – Alain Lefèvre             | 29,75 \$       | 45,52 \$            | 62,18 \$                |
| Yves Duteil en spectacle                     | 35,75 \$       | 54,70 \$            | 74,72 \$                |
| Zarzuela                                     | 21,75 \$       | 33,28 \$            | 45,46 \$                |
| Zarzuela... la suite                         | 26,75 \$       | 40,93 \$            | 55,91 \$                |