



D P M Q

DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS DE LA MUSIQUE AU QUÉBEC

Montréal, le 14 septembre 2016

Madame, Monsieur,

Lors de la saison 2014-2015 organisée par l'Orchestre symphonique de Montréal, le groupe de recherche DPMQ était mandaté pour effectuer une enquête sur les publics présents lors de certains concerts. Une équipe constituée d'étudiants chercheurs et bénévoles du DPMQ a interrogé des membres du public, leur posant notamment des questions sur leur profil sociodémographique, leurs habitudes en termes de consommation musicale et de fréquentation de concerts ainsi que leur attachement à votre organisme.

Au total, 268 entrevues ont été réalisées au cours de neuf concerts de la programmation :

- *Kent Nagano : une grande fête russe*, samedi 20 septembre 2014, Maison symphonique, 20h;
- *Kent Nagano : hommage à Strauss*, mardi 23 septembre 2014, Maison symphonique, 20h;
- *Moussorgsky et Rachmaninov*, jeudi 6 novembre 2014, Maison symphonique, 20h;
- *Dumay rencontre Bartók*, jeudi 15 janvier 2015, Maison symphonique, 20h;
- *Emanuel Ax et le Premier concerto de Brahms*, jeudi 19 février 2015, Maison symphonique, 19h;
- *Hommage à Tchaïkovski*, jeudi 26 février 2015, Maison symphonique, 20h;
- *Un voyage avec Philip Glass*, samedi 7 mars 2015, Maison symphonique, 21h;
- *L'Orient imaginaire*, dimanche 8 mars 2015, Maison symphonique, 14h30;
- *Kent Nagano reçoit Lang Lang*, jeudi 12 mars 2015, Maison symphonique, 20h.

Nous avons le plaisir de vous fournir aujourd'hui les résultats de cette enquête.

N'hésitez pas à communiquer avec nous pour toute question.

Cordialement,

Florence Leyssieux, coordonnatrice de l'équipe de terrain OSM
Maëlle Dumont, coordonnatrice à la gestion des données
et l'équipe du DPMQ

Pour citer ce document : Leyssieux, Florence, 2016, *Rapport DPMQ : Saison OSM 2014-2015*, Montréal, Équipe DPMQ (OICRM), Université de Montréal.

Table des matières

Présentation du projet	3
Description du terrain	3
Projet de recherche DPMQ	3
Questionnaire d'enquête	3
Déroulement du terrain	4
Équipe des sondeurs	5
Traitement des données	5
Contenu du rapport	6
Avertissement	6
Section 1. Rapport à l'organisme	7
Section 2. Profil sociodémographique	12
Section 3. Pratiques culturelles et habitudes liées à la musique	22
Section 4. Rapport saison OSM 2014-2015 / Virée classique 2014	29
Section 5. Commentaires des répondants	33
Section 6. Notes d'observation	35
Conclusion	38
Bibliographie	39

Présentation du projet

Description du terrain

L'Orchestre symphonique de Montréal (OSM) est présent sur la scène montréalaise depuis 1934. À la suite de Wilfrid Pelletier, le premier directeur artistique, plusieurs chefs illustres se sont succédé à la tête de l'orchestre dont Désiré Defauw, Igor Markevitch, Zubin Mehta, Franz-Paul Decker, Rafael Frühbeck de Burgos, Charles Dutoit et Kent Nagano, l'actuel directeur artistique depuis 2006. Au fil des ans, l'OSM a réalisé de nombreux enregistrements et a effectué plusieurs tournées internationales (Europe, Amériques, Asie).

Soucieux de s'adresser à un public diversifié, l'OSM offre depuis plusieurs années une programmation variée comprenant des concerts de musique symphonique, de la musique de chambre, des récitals, des productions associant des artistes populaires à l'orchestre ainsi que des concerts éducatifs destinés au jeune public. Depuis 2011, l'OSM possède sa propre salle de concert d'une capacité de 2100 places, la Maison symphonique.

L'OSM est également très impliqué dans la communauté montréalaise et soutient plusieurs causes sociales. Afin d'éduquer et de rejoindre le jeune public, l'OSM a développé un volet pédagogique s'adressant aux étudiants du primaire, du collégial ou de l'enseignement supérieur. Enfin, depuis 1940, l'OSM organise un concours (Concours OSM Manuvie, anciennement Concours OSM Standard Life) visant à valoriser et à encourager la relève musicale.

Projet de recherche DPMQ

Dans le cadre du projet de recherche *Développement des publics de la musique au Québec* (DPMQ) mené par l'équipe de sociomusicologie de l'Observatoire interdisciplinaire de création et de recherche en musique (OICRM – Université de Montréal), un questionnaire d'enquête¹ a été soumis aux spectateurs de la saison OSM 2014-2015 lors de certains concerts ciblés dans la programmation. Cette collecte de données, combinée à un travail d'observation, s'inscrit dans un processus d'enquêtes ethnographiques qui ont pour but d'établir une morphologie des publics de la musique au Québec (profil sociodémographique, pratiques et habitudes culturelles liées à la musique, rapport aux organismes québécois, etc.).

Questionnaire d'enquête

Le questionnaire d'enquête comportait 32 questions.

Il a été conçu pour répondre à plusieurs objectifs, qui sont notamment de documenter les motivations, les habitudes, les connaissances et les moyens de communication ayant mené les spectateurs à la musique.

¹ Ce questionnaire et la démarche d'enquête auprès des publics ont obtenu un certificat d'éthique délivré par le Comité plurifacultaire d'éthique de la recherche (CPÉR) de l'Université de Montréal.

Aux questions utilisées sur tous les terrains d'enquête du projet DPMQ et en partie inspirées de l'Enquête sur les pratiques culturelles des Québécois du ministère de la Culture et des Communications, une question portant précisément sur la participation des répondants à une édition de la Virée classique a été ajoutée à la demande des responsables de l'OSM.

Les questions ont été posées en français ou en anglais selon la langue du répondant.

Déroulement du terrain

L'enquête par questionnaire auprès du public s'est effectuée durant neuf événements qui ont été ciblés parmi toute la programmation en salle de la saison 2014-2015 de l'OSM.

Pour cette première année d'enquête, nous avons retenu uniquement des concerts de musique savante occidentale (le cœur de la programmation), en privilégiant ceux dirigés par Kent Nagano, tout en veillant à une diversification du répertoire et des solistes invités. Afin d'obtenir un meilleur aperçu du public fréquentant l'organisme, nous avons choisi de réaliser nos enquêtes en variant le plus possible les jours de programmation et les horaires des concerts.

Une équipe de sondeurs a été mobilisée pour rencontrer les spectateurs avant le concert, ainsi que pendant l'entracte. Les conditions de travail étaient variables selon le type de concert couvert (horaire, causerie avant-concert, semaine ou fin de semaine). Les modalités de participation au sondage permettaient au répondant d'arrêter à tout moment, ou encore de refuser de répondre à certaines questions. Nous n'avons donc pas toujours autant de réponses pour chaque question. De plus, les conditions en salle ont obligé l'interruption de certains questionnaires d'enquête lorsque le concert débutait, ou reprenait après l'intermission.

Tous les sondages ont été réalisés à partir de tablettes électroniques. La durée du questionnaire pouvait varier entre 10 et 15 minutes par répondant. Les sondeurs disposaient généralement de 45 minutes avant le concert pour réaliser des sondages et de 10 à 15 minutes durant l'entracte.

En raison même de la nature des événements, la sélection des répondants s'est faite selon une méthode dite d'interception (Kolb 2008; Kotler 2006). Les membres de l'équipe du DPMQ, identifiables par leur badge à l'effigie de l'OICRM-DPMQ-Université de Montréal, ne pouvaient répondre au sondage. Quant aux membres du public, ils ne pouvaient être interceptés qu'une seule fois.

Pour terminer, le certificat d'éthique délivré par le Comité plurifacultaire d'éthique de la recherche de l'Université de Montréal pour le projet de recherche DPMQ ne permettait pas d'interroger des mineurs.

Équipe de sondeurs

Selon les terrains, l'équipe comprenait de quatre à huit personnes simultanément sur le site une heure avant le début du concert et, la plupart du temps, durant le concert. La responsable de ce terrain, Florence Leyssieux, chargée du recrutement et de la formation des bénévoles, supervisait l'équipe des sondeurs, tout en réalisant des sondages et de l'observation en salle. L'équipe de sondeurs était composée d'étudiants membres de l'équipe DPMQ, ainsi que d'étudiants de la Faculté de musique de l'Université de Montréal ou de HEC Montréal.

Les membres DPMQ et bénévoles qui ont participé à l'enquête de terrain sont :

- Mathieu Aubre, étudiant au baccalauréat en musicologie, Université de Montréal;
- Laurent Bellemare, étudiant au baccalauréat en musique, Université de Montréal;
- Sarah Bergeron, étudiante au baccalauréat en interprétation, Université de Montréal;
- Justin Bernard, étudiant au doctorat en musicologie, Université de Montréal;
- Marc-Antoine Boutin, étudiant au baccalauréat en musicologie, Université de Montréal;
- Alice Chauvelot, diplômée en gestion des organismes culturels, HEC Montréal;
- Alexis Desrosiers-Michaud, étudiant au baccalauréat en musique, Université de Montréal;
- Jessica Hébert, étudiante au baccalauréat en musicologie, Université de Montréal;
- Chloé Huvet, étudiante au doctorat en musicologie, Université de Montréal;
- Irina Kirchberg, chercheuse postdoctorale OICRM-DPMQ, Université de Montréal;
- Marie-Pier Leduc, étudiante à la maîtrise en musicologie, Université de Montréal;
- Florence Leyssieux, étudiante au doctorat en musicologie, Université de Montréal;
- Caroline Marcoux-Gendron, étudiante à la maîtrise en ethnomusicologie, Université de Montréal;
- Céleste Morisset, étudiante au baccalauréat en musique, Université de Montréal;
- Maxime Munier, étudiant à la maîtrise en musicologie, Université de Montréal;
- Natassja Oliveira-Menezes, étudiante à la maîtrise en musicologie, Université de Montréal;
- Guillaume Remus, étudiant au baccalauréat en musique, Université de Montréal.

Traitement des données

Les données ont subi un traitement avec le logiciel SPSS de manière à fournir les tests statistiques nécessaires au présent rapport.

L'enquête a été menée auprès de **268 répondants** sur une population totale estimée de **17 026 participants** aux concerts et activités de l'organisme lors desquels les terrains ont eu lieu. L'estimation de la population totale correspond aux données de billetterie transmises par l'équipe administrative de l'Orchestre symphonique de Montréal. La

marge d'erreur des résultats de cette enquête est donc de plus ou moins **5,99%, 19 fois sur 20²** (Larose et Larose 2014).

Les résultats fournis avec ce rapport sont principalement descriptifs mais, dans certains cas, d'autres analyses (régression linéaire, classification hiérarchique, corrélation) peuvent être disponibles sur demande.

Contenu du rapport

Le présent rapport comporte six sections :

1. Rapport du public à l'organisme (Q 1-6);
2. Profil sociodémographique du public (Q 18-32);
3. Pratiques culturelles et habitudes liées à la musique (Q 7-17);
4. Rapport saison OSM 2014-2015 / La Virée classique 2014;
5. Commentaires des répondants;
6. Notes d'observation.

Avertissement

Les résultats présentés dans ce rapport correspondent à une situation d'enquête particulière. Ainsi, les répondants ont été sélectionnés parmi les spectateurs présents et disponibles lors des concerts qui avaient préalablement été identifiés par l'équipe d'enquête et ce, pour répondre à des problématiques sur lesquelles l'équipe du DPMQ et l'OSM souhaitent travailler dans le cadre de cette recherche partenariale. Il s'agit ainsi d'un échantillon non probabiliste qui n'a pas pour ambition la représentativité des publics de l'OSM et de ce fait, aucune inférence statistique globale n'est possible à partir des résultats de cette enquête. Ce rapport d'enquête par questionnaire s'inscrit plutôt dans une étude exploratoire; il s'agit d'un document de réflexion dans le cadre d'une enquête à plus long terme incluant plusieurs méthodes de collecte de données et qui permettra ainsi de dresser un profil plus complet et précis des publics de l'organisme.

² Cette marge d'erreur est à titre indicatif et ne vise pas à inférer les résultats à l'ensemble de la population de participants aux concerts de l'organisme.

Section 1. Rapport à l'organisme

Question 1 : Nombre d'années de participation aux concerts de l'OSM

		Effectifs	Pourcentage
Depuis combien d'années assistez-vous aux concerts de cet organisme?	1 an	75	28,6%
	2-5 ans	70	26,7%
	6-10 ans	36	13,7%
	11-20 ans	36	13,7%
	Plus de 20 ans	45	17,2%
	Total	262	100,0%

Les résultats obtenus pour cette question montrent que le public sondé qui est affilié à l'OSM depuis cinq ans et moins (55,3%) est légèrement majoritaire par rapport à celui fréquentant les concerts de l'OSM depuis six ans et plus (44,6%); il s'agit d'un écart de 10,7 points de pourcentage. Toutefois, bien que plus d'un quart des répondants représente un nouveau public (28,6%), l'enquête ne nous permet pas de déterminer si ces répondants fréquentant l'OSM depuis un an ont assisté à plusieurs concerts au cours de l'année ou s'il s'agit d'une première participation qui s'avérera occasionnelle.

Les concerts que nous avons décidé de couvrir durant cette saison pourraient avoir eu une incidence sur la présence plus marquée d'un public fréquentant l'OSM depuis un an. En effet, des activités de réseautage (Club des jeunes ambassadeurs ou événement d'entreprise), la présence de certains musiciens (telle que celle de Philip Glass) ou la possibilité d'obtenir des billets à tarif préférentiel pour les moins de 25 ans lors de certains concerts ont pu, de prime abord, attirer un public plus ponctuel.

On pourrait par contre évoquer la notion de fidélisation d'un nouveau public pour les répondants fréquentant les concerts de l'OSM depuis au moins deux ans. Il est possible que l'ouverture de la Maison symphonique en 2011 ait joué un rôle significatif dans l'arrivée de ce nouveau public.

Ces résultats seront à comparer avec ceux de la saison 2015-2016 afin d'observer plus précisément le taux de renouvellement du public.

Question 2 : Participation à une édition de la Virée classique

		Effectifs	Pourcentage
Avez-vous déjà assisté à une édition de la Virée classique?	Oui	49	19,1%
	Non	208	80,9%
	Total	257	100,0%

Dans l'échantillon observé, à peine 1/5 des répondants a déjà fréquenté la Virée classique.

On peut suggérer quelques hypothèses en observant ces résultats :

- La Virée classique, existant depuis 2012, est relativement méconnue du public régulier de l'OSM. C'est une constatation qui a été faite par les sondeurs lorsque la question 2 était posée; la personne interrogée disait ne pas connaître la Virée classique ou bien confondait cet événement avec les concerts dans les parcs organisés par l'OSM;
- La présentation de la Virée classique diffère de celle plus traditionnelle des concerts de la saison régulière et n'attire pas forcément les abonnés/habités de l'OSM;
- La Virée classique n'amène pas forcément un nouveau public à la saison régulière.

Ces données seront également à comparer avec celles de la saison 2015-2016.

Question 3 : Évaluation de la qualité musicale

		Effectifs	Pourcentage
Sur une échelle de 1 à 5 (1 étant faible, 5 étant élevé), veuillez donner une évaluation de la qualité musicale des concerts de cet organisme.	1 (Faible)	0	0,0%
	2	1	0,5%
	3	9	4,2%
	4	69	32,1%
	5 (Élevé)	136	63,3%
	Total	215	100,0%

Le taux de satisfaction des membres du public de l'OSM qui ont été sondés est, sans surprise, élevé. Généralement, les personnes interrogées répondaient très spontanément à cette question en manifestant leur contentement. Seuls les répondants présents pour une première fois ou n'ayant fréquenté qu'épisodiquement les concerts de l'OSM ne fournissaient pas de réponse. Les commentaires du public recueillis lors de l'enquête confirment et nuancent ces résultats (voir la Section 5 – Commentaires des répondants).

Question 4 : Prix du billet

		Effectifs	Pourcentage
Pour un concert de ce niveau, jusqu'à quel prix êtes-vous prêt à déboursier par billet?	1-24\$	4	1,5%
	25-49\$	50	19,2%
	50-99\$	135	51,7%
	100\$ et plus	70	26,8%
	Je ne souhaite pas déboursier d'argent pour un concert	2	0,8%
	Total	261	100,0%

La majorité des réponses se situe dans la tranche de prix de 50\$ et plus (78,5%, contre 20,7% pour un prix compris entre 1 et 49\$, soit une différence de 57,8 points de pourcentage). En interrogeant les répondants, on constate par ailleurs que la réponse fréquemment donnée correspond à la somme réellement déboursée plutôt qu'à celle qu'ils souhaiteraient avancer. Néanmoins, en attirant l'attention de la personne interrogée sur ce point, on remarque que la plupart du temps, la réponse reste identique³.

Le refus de déboursier de l'argent pour accéder au concert représente un taux infime des réponses. Dans le cadre d'un concert de musique classique, la gratuité peut avoir une connotation négative (faible qualité, interprètes amateurs ou semi-professionnels, absence de renommée, etc.). Elle correspond peut-être à un autre type d'évènement dont le capital culturel et le contexte de diffusion sont différents; on pense par exemple aux activités gratuites offertes par les festivals extérieurs.

À partir de ces résultats, on observe que la qualité musicale des concerts de l'OSM reconnue par le public sondé (Question 3) justifie à ses yeux une tarification relativement élevée (rapport qualité/prix, les $\frac{3}{4}$ du public étant prêts à déboursier 50 \$ et plus pour un concert).

³ On observe sur le terrain deux catégories de répondants soulignant parfois le fait que le prix des billets pour un concert de musique classique est en général trop élevé. Il s'agit des 18-24 ans et des personnes retraitées approchant de la tranche des 80 ans et plus.

Question 5 : Moyens de communication menant à l'évènement⁴

		Effectifs	Pourcentage
Comment avez-vous entendu parler du concert auquel vous assistez aujourd'hui ?	Contacts	65	24,0%
	Habitude	65	24,0%
	Internet	58	21,4%
	Autre	56	20,7%
	Journaux écrits	13	4,8%
	Médias sociaux	7	2,6%
	Radio	4	1,5%
	Télévision	3	1,1%
	Total	271	100,0%

Les deux principaux moyens de communication menant au concert restent les contacts (famille, amis, collègues de travail) et l'habitude (principalement l'abonnement), suivis de près par Internet (site de l'OSM, infolettre) et « Autre », une catégorie qui fait souvent référence à la brochure de l'OSM, à celle de la programmation générale de la Place des Arts ou à un billet offert (cadeau d'entreprise ou personnel).

La radio est un moyen de communication que l'OSM n'utilise pas très fréquemment. Des messages publicitaires sont diffusés à la radio deux à trois fois par an durant une semaine, notamment pour les concerts grand public (OSM POP, Halloween, Concours OSM Manuvie, Virée classique)⁵. Cela expliquerait que, pour la saison régulière, le public n'ait pratiquement pas recours à la radio comme moyen d'information (1,5% des réponses recueillies), alors que c'est le support d'écoute de la musique le plus utilisé par les répondants (voir Question 9).

Question 6 : Motivations à assister au concert⁶

		Effectifs	Pourcentage
Qu'est-ce qui vous a motivé(e) à assister à ce concert?	Musique, répertoire et interprètes	148	51,4%
	Prix et abonnement	40	13,9%
	Autre	28	9,7%
	Contacts, sociabilité	27	9,4%
	Ambiance, forme des concerts et activités	20	6,9%
	Curiosité, découverte	13	4,5%
	Maison symphonique	12	4,2%
	Total	288	100,0%

⁴ Plus d'une réponse étant possible à cette question, notons que 255 personnes ont répondu pour un total de 271 réponses.

⁵ Informations données par le département des communications/marketing de l'OSM.

⁶ Plus d'une réponse étant possible à cette question, notons que 251 personnes ont répondu pour un total de 288 réponses.

Selon les précisions apportées à cette question par les répondants, il ressort que, pour la moitié des réponses recueillies (51,4%), ce sont principalement des raisons artistiques/esthétiques qui motivent leur participation aux concerts : les œuvres ou les compositeurs présentés; les solistes invités et le chef attitré de l'OSM, Kent Nagano. En analysant les réponses données (cette question était ouverte et permettait ainsi au répondant de la développer), on constate d'ailleurs que plusieurs personnes ont une connaissance préalable des œuvres et/ou des interprètes.

L'aspect financier a une faible influence sur la motivation du public sondé à assister aux concerts de l'OSM – la majorité étant prête à débours 50 dollars et plus pour un concert (voir Question 4) –, mais reste tout de même une motivation un peu plus marquée (13,9%) que l'importance accordée au concert comme activité sociale (9,4%).

Quant à la catégorie « Curiosité, découverte », elle correspond probablement aux réponses données par les nouveaux venus, un public occasionnel qui pourrait se fidéliser si l'expérience a été positive.

Finalement, dans la catégorie « Autre », on note : une décision spontanée ou l'opportunité, le jour (samedi ou dimanche) ou l'horaire (19h ou 14h) du concert, la durée plus courte du concert (par exemple, la formule « Métro, boulot, concerto »), l'occasion de souligner une fête (telle la Saint-Valentin) ou un anniversaire.

Section 2. Profil sociodémographique

Question 18 : Âge des participants			
		Effectifs	Pourcentage
En quelle année êtes-vous né(e)? (converti en âge)	18-24 ans	26	10,1%
	25-34 ans	33	12,8%
	35-44 ans	21	8,2%
	45-54 ans	31	12,1%
	55-64 ans	62	24,1%
	65 ans et plus	84	32,7%
	Total		257

Tableau croisé 1. Mesures de tendance centrale et de dispersion pour l'âge des festivaliers selon le nombre d'années de fréquentation de l'organisme

	N	Moyenne	Écart-type	Médiane	Minimum	Maximum
1 an	73	43,1918	18,01825	41,0000	18,00	81,00
2-5 ans	66	49,6364	18,34091	55,5000	18,00	83,00
6-10 ans	34	54,2941	17,16150	53,0000	19,00	87,00
11-20 ans	36	59,0000	14,26084	63,5000	21,00	81,00
Plus de 20 ans	42	69,0238	11,13879	69,0000	41,00	92,00
Total⁷	251	52,9801	18,66236	57,0000	18,00	92,00

Les 34 ans et moins, pour lesquels l'OSM a créé un « Club des jeunes ambassadeurs » et une tarification spéciale, représentent pratiquement ¼ du public interrogé (22,9%). Toutefois, un peu plus de la moitié des répondants (56,8%) est âgée de 55 ans et plus. Si l'on compare ces résultats avec ceux des études menées en France auprès du public fréquentant les concerts de musique savante occidentale, on constate que l'âge médian du public s'y situe autour de 61 ans⁸ (contre 57 ans pour les répondants de l'OSM à la présente enquête). Les études réalisées en France et au Québec démontrent que le public de la musique classique est un public relativement âgé (Coulangeon 2005, p. 59; Dalphond 2008, p. 22; Donnat 2005, p. 6; Garon *et al.* 2011, p. 103). Les résultats présents nuancent cette donnée, mais de manière peu accentuée.

⁷ Le total représente le nombre de personnes ayant répondu à la question 1 (nombre d'années de fréquentation de l'organisme) et à la question 18 (année de naissance).

⁸ Selon l'enquête menée par le sociologue Stéphane Dorin entre 2012 et 2014 auprès de 5000 répondants en salle de concert (<http://www.diapasonmag.fr/actualites/revue-de-presse/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-france-musique>, tel que consulté en mars 2016).

Cette situation peut être expliquée à partir de deux approches différentes : le problème du vieillissement du public et/ou un problème générationnel (MCCCCF 2012, p. 6; Passeron 1991, p. 118). D'une part, l'éducation et les pratiques artistiques des jeunes générations actuelles diffèrent sensiblement de celles de leurs aînés et, d'autre part, plusieurs études réalisées au Québec démontrent que c'est en vieillissant que les gens apprécient de plus en plus la musique classique (Garon et Lapointe 2009, p. 50).

Partant du fait que le public de l'OSM interrogé est majoritairement un public âgé, il nous paraissait intéressant de connaître l'âge moyen des nouveaux venus (5 ans et moins) aux concerts de l'organisme. Nous avons donc établi un croisement de données entre l'âge des participants et leur nombre d'années de fréquentation de l'organisme.

À la lecture du tableau croisé, on constate que la moyenne d'âge du public affilié à l'OSM depuis 5 ans et moins se situe légèrement en dessous de celle du public présentant plus de six années de fréquentation. Ces résultats semblent indiquer l'arrivée d'un public un peu plus jeune aux concerts de l'OSM, à tout le moins dans l'échantillon observé, l'âge moyen de ces nouveaux venus se situant entre 43 et 50 ans. Cette moyenne est également légèrement inférieure à la moyenne générale proche de 53 ans.

Les résultats de l'enquête DPMQ effectuée lors de la saison OSM 2015-2016 permettront, ou non, de confirmer cette observation.

Question 19 : Pays de naissance

	Effectifs	Pourcentage	
Dans quel pays êtes-vous né(e)?	Canada	214	82,3%
	Europe	17	6,5%
	France ⁹	10	3,8%
	États-Unis	6	2,3%
	Mexique et Amérique du Sud	6	2,3%
	Asie	3	1,2%
	Afrique	3	1,2%
	Océanie	1	0,4%
	Total	260	100,0%

Un peu plus des $\frac{3}{4}$ du public interrogé sont d'origine canadienne. La question 23 (langue maternelle) indiquera l'origine francophone ou anglophone de ce public canadien.

Ces résultats mettent en évidence la faible représentation d'un public issu de l'immigration (17,7%) aux concerts de l'OSM parmi les personnes que nous avons interrogées. Une enquête réalisée au Québec en 2004 sur les pratiques culturelles démontre d'ailleurs que, dans la faible proportion de personnes n'écoutant jamais de musique, les personnes allophones sont surreprésentées (Garon et Lapointe 2009, p. 46).

⁹ Une distinction a été faite dans la présentation des résultats entre la France et l'Europe, le nombre de répondants d'origine française étant suffisamment élevé pour établir cette catégorisation.

Toutefois, la fréquentation des concerts étant l’une des manifestations de la participation à la vie culturelle d’une société (*ibid.*, p. 9), la faible représentation d’un public issu de l’immigration relève de problématiques plus complexes en lien avec l’intégration (Dalphond et Audet 2009, p. 373), les différences entre les modes d’appropriation de la culture (*ibid.*, p. 375), le type de valeurs partagées (Garon et Lapointe 2009, p. 4) ou le sentiment d’appartenance à la culture de la société d’accueil.

Bien que le facteur de la langue n’intervienne pas ou très peu dans la fréquentation d’un concert de musique classique, les sorties culturelles ont une connotation identitaire surtout lorsqu’« elles se situent dans les lieux phares de l’expression culturelle » montréalaise (Dalphond et Audet 2009, p. 373) telles la Place des Arts et la Maison symphonique.

On a pu observer lors de l’enquête que la nationalité du soliste invité ou du compositeur joué pouvait avoir une certaine influence sur la participation de personnes issues de l’immigration, par exemple la présence de répondants d’origine russe disant être venus car le concert était consacré aux compositeurs russes.

Question 20 : Lieu de naissance des parents

		Effectifs	Pourcentage
Est-ce que votre père ou votre mère est né(e) à l’extérieur du Canada?	Non	203	79,0%
	Oui, père	8	3,1%
	Oui, mère	5	1,9%
	Oui, les deux	41	16,0%
	Total	257	100,0%

Les résultats de cette question confirment l’origine canadienne de la majorité des répondants puisque pour 82,3% de personnes nées au Canada, 79% ont des parents également d’origine canadienne. Ces données corroborent ainsi la faible représentation d’un public issu de l’immigration déjà constatée à la question 19 parmi nos répondants.

Questions 21-22 : Pays de naissance du père et de la mère

		Effectifs	Pourcentage
Dans quel pays votre père est-il né?	Europe	22	47,8%
	France	10	21,7%
	Amérique du Sud	5	10,9%
	Afrique	5	10,9%
	Asie	3	6,5%
	États-Unis	1	2,2%
	Océanie	0	0,0%
	Total	46	100,0%
Dans quel pays votre mère est-elle née?	Europe	20	46,5%
	France	8	18,6%
	Amérique du Sud	4	9,3%
	Afrique	4	9,3%
	Asie	3	7,0%
	États-Unis	3	7,0%
	Océanie	1	2,3%
	Total	43	100,0%

Question 23 : Langue maternelle

		Effectifs	Pourcentage
Quelle est votre langue maternelle?	Français	223	86,8%
	Autre	15	5,8%
	Anglais	14	5,4%
	Espagnol	4	1,6%
	Arabe	1	0,4%
	Total	257	100,0%

Les résultats de cette question démontrent que le public interrogé est majoritairement francophone de naissance (86,8%) et que 7,8% des participants sont allophones, une présence à peine plus marquée que celle des anglophones (5,4%). On pourrait d'ailleurs s'interroger sur la faible représentation d'un public anglophone aux concerts de l'OSM¹⁰.

¹⁰ Selon Statistique Canada, à Montréal, pour 47,0% de la population, le français est la langue maternelle, tandis que 16,6% ont l'anglais comme langue maternelle et 32,3 % de la population est allophone (chiffres obtenus lors du Recensement de 2011).

(<https://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwj6kNiz2ufOAhWFcRQKHxz8Dr8QFggBMAA&url=http%3A%2F%2Ffrdsm.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F01%2FPortrait-statistique-de-la-population-montr%C3%A9alaise-et-comparaison-avec-quatre-voisinages.doc&usg=AFQjCNGemXI4Ljyr9-0voWGI4q98d0xY3Q&bvm=bv.131286987,d.dmo&cad=rja>, tel que consulté en août 2016). Les données obtenues lors de notre enquête font apparaître une surreprésentation de la population francophone parmi les répondants comparativement aux données sur la répartition de la population montréalaise selon la langue maternelle de Statistique Canada.

Notons que dans la catégorie « Autre », on retrouve les langues suivantes : polonais, roumain, russe, tchèque, hongrois, danois, allemand, italien, portugais, hébreu, chinois, indonésien.

Question 24 : Niveau de scolarité

	Effectifs	Pourcentage	
Quel est le niveau de scolarité le plus élevé que vous ayez complété?	Études primaires	0	0,0%
	Études secondaires	25	9,9%
	Études collégiales	43	17,0%
	Études universitaires, sans diplôme	15	5,9%
	Certificat de premier cycle	4	1,6%
	Baccalauréat	90	35,6%
	Maîtrise	52	20,6%
	Doctorat	23	9,1%
	Ne sait pas	1	0,4%
	Total	253	100,0%

Le niveau de scolarité des répondants est assez élevé (72,8% d'entre eux ont fait des études universitaires et 66,9% sont diplômés d'une université). Ce résultat reflète une des caractéristiques du public de la musique classique, qui est un public généralement très scolarisé – ce qui ressort de plusieurs études menées au Québec (Garon *et al.* 2011, p. 103) et en France¹¹ (Coulangeon 2005, p. 56-57 et 59). L'éducation est, en somme, l'un des facteurs amenant le public à développer un intérêt et un goût pour les arts savants.

¹¹ La récente enquête menée par Dorin confirme également qu'une partie importante du public fréquentant les concerts de musique classique détient un diplôme universitaire (<http://www.diapasonmag.fr/actualites/revue-de-presse/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-france-musique>, tel que consulté en mars 2016).

Question 25 : Domaines d'études¹²

		Effectifs	Pourcentage
Dans quel(s) domaine(s) avez-vous fait vos études?	Enseignement, loisirs et orientation	21	8,3%
	Beaux-arts et arts appliqués	30	11,8%
	Lettres, sciences humaines et disciplines connexes	36	14,2%
	Sciences sociales et disciplines connexes	18	7,1%
	Commerce, gestion et administration des affaires	48	18,9%
	Sciences agricoles et biologiques et services de la nutrition et de l'alimentation	14	5,5%
	Génie et sciences appliquées	24	9,4%
	Techniques et métiers des sciences appliquées	9	3,5%
	Professions de la santé et technologies connexes	27	10,6%
	Mathématiques, informatique et sciences physiques	14	5,5%
	Autre	13	5,1%
	Total	254	100,0%

Les domaines d'études représentés sont assez diversifiés chez les répondants de cette enquête. Les quatre principaux domaines d'études qui émergent des résultats sont : « Commerce, gestion et administration des affaires » (18,9%); « Lettres, sciences humaines et disciplines connexes » (14,2%); « Beaux-arts et arts appliqués » (11,8%); « Professions de la santé et technologies connexes » (10,6%). Une rapide comparaison avec la représentation de ces domaines d'études parmi la population montréalaise permettra de situer le public de l'OSM interrogé par rapport à l'ensemble de cette population.

Selon les données recueillies par Statistique Canada lors de l'Enquête nationale auprès des ménages réalisée en 2011 – enquête menée auprès d'une population âgée de 15 ans et plus –, le domaine d'étude le plus représenté est celui du « Commerce, gestion et administration publique » (13,2%). Celui de la « Santé et domaines connexes » se situe en quatrième position (6,6%) sur l'échelle montréalaise, tandis que celui des « Sciences humaines » arrive en cinquième position (4,7%), et le domaine des « Arts visuels et d'interprétation, et technologie des communications » – seul domaine à tendance artistique présent dans la nomenclature de Statistique Canada –, occupe la sixième position (4,2%) (Ville de Montréal 2014, p. 29)¹³.

¹² Plus d'une réponse étant possible à cette question, notons que 231 personnes ont répondu pour un total de 254 réponses.

¹³ Ces informations sont données à titre indicatif, notre échantillon n'étant pas représentatif de l'ensemble du public de l'OSM. Ces données permettent toutefois d'observer certaines orientations dans le profil du public approché.

Question 26 : Occupation principale

		Effectifs	Pourcentage
Travaillez-vous à temps plein, à temps partiel, êtes-vous en recherche d'emploi, au foyer, étudiant(e) ou retraité(e) ?	Temps plein (30 heures ou plus par semaine)	112	44,6%
	Temps partiel (Moins de 30 heures par semaine)	20	8,0%
	Recherche d'emploi (assurance chômage / emploi)	4	1,6%
	Au foyer	0	0,0%
	Étudiant(e)	25	10,0%
	Retraité(e)	87	34,7%
	Sans emploi (assurance-emploi, assisté social)	1	0,4%
	Autre (précisez)	2	0,8%
	Total	251	100,0%

Nous avons affaire à un public majoritairement actif (52,6% des répondants travaillent à temps plein ou à temps partiel). La catégorie du public arrivant en seconde position est celle des retraités (34,7%), les étudiants étant assez peu représentés dans l'échantillon (10%). Ces résultats reflètent ceux de la question 18 portant sur l'âge des participants.

Question 27 : Type d'emploi¹⁴

		Effectifs	Pourcentage
Quel type d'emploi occupez-vous?	Manœuvre, commis, employé de bureau (caissier, commis, secrétaire, coiffeur, etc.)	19	7,9%
	Technicien, travailleur spécialisé (représentant, policier, électricien, etc.)	13	5,4%
	Professionnel (archéologue, architecte, avocat, banquier, biologiste, comptable, etc.)	62	25,8%
	Cadre, travailleur autonome, propriétaire d'entreprise, etc.	23	9,6%
	Aux études	30	12,5%
	Inactifs	81	33,8%
	Autre	12	5,0%
	Total	240	100,0%

Parmi les professions représentées, les catégories « Professionnel » et « Cadre, travailleur autonome, propriétaire d'entreprise » se démarquent (35,4%) par rapport aux catégories « Manœuvre, commis, etc. » et « Technicien » (13,3%). Cette plus grande représentation des professionnels et des cadres reflète les résultats de la question 24 (niveau de scolarité), plus de la moitié des personnes interrogées détenant un diplôme universitaire. La catégorie « Inactifs », représentant 1/3 des résultats, correspond majoritairement aux personnes retraitées, cette partie du public constituant également 1/3 des répondants (voir Question 26 sur l'occupation actuelle).

¹⁴ Seuls les types d'emploi des personnes non retraitées ont été pris en compte.

Question 28A : Revenu personnel

		Effectifs	Pourcentage
Pour la dernière année, dans quelle catégorie se situe votre revenu brut personnel, avant les impôts et les déductions ?	Pas de revenu	6	3,8%
	Moins de 20 000\$	10	6,3%
	De 20 000\$ à 39 999\$	25	15,8%
	De 40 000\$ à 59 999\$	30	19,0%
	De 60 000\$ à 79 999\$	41	25,9%
	De 80 000\$ à 99 999\$	17	10,8%
	De 100 000\$ à 119 999\$	14	8,9%
	120 000\$ et plus	11	7,0%
	Ne s'applique pas	3	1,9%
	Ne sait pas	1	0,6%
	Total	158	100,0%

Question 28B : Revenu familial

		Effectifs	Pourcentage
Pour la dernière année, dans quelle catégorie se situe votre revenu brut familial, avant les impôts et les déductions ?	Pas de revenu	2	1,7%
	Moins de 20 000\$	2	1,7%
	De 20 000\$ à 39 999\$	6	5,0%
	De 40 000\$ à 59 999\$	16	13,3%
	De 60 000\$ à 79 999\$	18	15,0%
	De 80 000\$ à 99 999\$	17	14,2%
	De 100 000\$ à 119 999\$	22	18,3%
	120 000\$ et plus	27	22,5%
	Ne s'applique pas	9	7,5%
	Ne sait pas	1	0,8%
	Total	120	100,0%

On a rencontré chez les répondants une certaine réticence, voire un refus à répondre aux questions concernant les revenus; on constate ainsi que le nombre de personnes ayant répondu aux questions 28A et 28B représente environ la moitié du nombre total de participants au sondage. Il est par conséquent délicat d'avancer des hypothèses en regard d'un tel taux de réponses. On observe néanmoins que 40,8% des personnes ayant répondu à la question 28B ont des revenus familiaux annuels de 100 000\$ et plus, la tranche de revenus familiaux la plus représentée étant celle de 120 000\$ et plus (22,5%). La représentation importante des catégories « Professionnel » et « Cadre » (Question 27), tout comme le niveau de scolarité relativement élevé des répondants (Question 24), ont certainement une incidence sur l'importance du revenu des personnes actives.

Un rapide rapprochement¹⁵ avec les données fournies par Statistique Canada (Enquête nationale auprès des ménages de 2011)¹⁶ nous permet de constater que, dans la population montréalaise, les ménages ayant un revenu brut inférieur ou égal à 99 999\$ représentent 86%, alors que ceux qui ont un revenu brut supérieur ou égal à 100 000\$ représentent 13,9%. Les résultats de la question 28B de la présente enquête montrent quant à eux que 50,9% des répondants ont un revenu familial inférieur ou égal à 99 999\$, tandis que 40,8% possèdent un revenu familial supérieur ou égal à 100 000\$. Ainsi, on constate qu’au sein du public de l’OSM ayant répondu à cette question, les ménages à revenus très élevés sont fortement représentés par rapport à l’ensemble de la population montréalaise.

Question 29 : Situation matrimoniale

		Effectifs	Pourcentage
Quel est votre état matrimonial actuel?	Marié(e)	105	43,2%
	Célibataire, jamais marié(e)	57	23,5%
	Conjoint(e) de fait	53	21,8%
	Divorcé(e)	15	6,2%
	Veuf(ve)	8	3,3%
	Séparé(e)	4	1,6%
	Autre (précisez)	1	0,4%
	Total	243	100,0%

Les personnes en couple (mariées ou conjointes de fait) représentent 65% de l’effectif total, soit la majorité des répondants. De l’observation en salle, il ressort qu’effectivement, une grande partie du public est composée de couples ou de groupes de deux personnes, le concert étant une activité sociale que l’on « partage ».

Question 30 : Lieu de résidence

		Effectifs	Pourcentage
Quel est votre lieu de résidence? (ville)	Montréal	129	52,0%
	Couronne de Montréal	76	30,6%
	Reste du Québec	40	16,1%
	Canada hors-Québec et États-Unis	1	0,4%
	Europe, Asie et Australie	2	0,8%
	Total	248	100,0%

La région montréalaise est la plus représentée parmi les lieux de résidence des répondants, la programmation les soirs de semaine étant plus accessible à un public de proximité. Les concerts organisés le dimanche après-midi attirent quant à eux un public plus éloigné qui apprécie un horaire en journée, cela lui permettant de se déplacer plus facilement (voir Section 5 – Commentaires des répondants).

¹⁵ Ce rapprochement est à titre indicatif; compte tenu du faible taux de réponses à cette question, ces observations ne peuvent être généralisées.

¹⁶ Ville de Montréal 2014, p. 40.

Question 31: Sexe des répondants¹⁷

		Effectifs	Pourcentage
Quel est le sexe du répondant?	Masculin	137	51,7%
	Féminin	128	48,3%
	Total	265	100,0%

Bien que plusieurs études sociologiques aient mis en évidence le phénomène de féminisation du public dans les pratiques culturelles (notamment celles menées par Olivier Donnat et Philippe Coulangeon en France et par Rosaire Garon au Québec), la représentation masculine et féminine est pratiquement similaire parmi les répondants de cette enquête. Cette constatation ne peut toutefois être généralisée à l'ensemble du public de l'OSM; un échantillon plus important permettrait d'avoir une estimation plus juste de la représentation féminine et masculine au sein du public fréquentant les concerts de l'organisme.

Question 32 : Minorités visibles¹⁸

		Effectifs	Pourcentage
Le répondant fait-il partie d'une minorité visible?	Oui	14	5,2%
	Non	253	94,8%
	Total	267	100,0%

Les résultats de cette question, ainsi que ceux des questions 19 et 20, attestent de la faible présence des minorités visibles et des communautés culturelles dans le public sondé. Ce phénomène avait déjà été observé lors de l'enquête menée durant la Virée classique 2014.

¹⁷ Les questions 31 et 32 étaient laissées à la discrétion du sondeur.

¹⁸ Selon la Loi sur l'équité en matière d'emploi, on entend par minorités visibles « les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche ». Il s'agit principalement des groupes suivants : Chinois, Sud-Asiatique, Noir, Arabe, Asiatique occidentale, Philippin, Asiatique du Sud-Est, Latino-Américain, Japonais et Coréen. (<http://www.statcan.gc.ca/concepts/definitions/minority-minorite1-fra.htm>, tel que consulté en février 2016).

Section 3. Pratiques culturelles et habitudes liées à la musique

Question 7 : Fréquence d'écoute de la musique

		Effectifs	Pourcentage
Au cours des douze derniers mois, diriez-vous que vous avez écouté de la musique :	Tous les jours ou presque	220	83,3%
	Environ une fois par semaine	32	12,1%
	Environ une fois par mois	3	1,1%
	Quelques fois dans l'année	5	1,9%
	Aucune fois	3	1,1%
	Ne sait pas	1	0,4%
	Total	264	100,0%

L'écoute de la musique est une pratique culturelle très développée pour une grande majorité du public interrogé (un peu plus du ¾ des répondants). Par contre, le libellé de la question ne nous permet pas de connaître le type d'écoute du répondant, ni à quels besoins répond cette écoute.

Question 8 : Genres musicaux écoutés¹⁹

		Effectifs	Pourcentage
Nommez les trois genres de musique que vous écoutez le plus souvent.	Musique savante occidentale (classique, opéra/opérette, actuelle et contemporaine)	207	33,9%
	Jazz et blues	118	19,3%
	Pop et variétés	99	16,2%
	Rock et punk	64	10,5%
	Chanson, chansonnier, auteur-compositeur-interprète	25	4,1%
	Musiques du monde	25	4,1%
	Autre	21	3,4%
	Folklore/traditionnel québécois, néo-trad.	18	3,0%
	Danse, disco, techno, house, électro	16	2,6%
	Western, country	11	1,8%
	Rap, hip hop	6	1,0%
	Total	610	100,0%

¹⁹ Les répondants pouvaient nommer jusqu'à trois genres musicaux qu'ils écoutent le plus fréquemment; notons que 261 personnes ont répondu à cette question pour un total de 610 réponses.

La musique savante occidentale arrive en tête, ce qui n'est pas surprenant chez un public fréquentant les concerts de l'OSM. Également, des enquêtes sur les pratiques culturelles révèlent que les personnes détenant un diplôme universitaire écoutent plus volontiers ce genre musical (Garon et Lapointe 2009, p. 51), et nous avons pu constater que 66,9% des répondants étaient diplômés d'une université (Question 24). Le jazz et blues, la pop et variétés et le rock et punk se suivent avec des taux d'écoute assez proches. Le rock, la musique populaire et la musique classique représentent d'ailleurs les genres musicaux les plus écoutés sur l'ensemble du Québec (Garon et Lapointe 2009, p. 47).

Les musiques émergentes, attirant un public jeune (Coulangeon 2005, p. 65), sont faiblement représentées dans ces résultats. La question 17 portant sur l'âge des répondants a d'ailleurs mis en évidence la faible présence d'un public âgé de 34 ans et moins au sein de notre échantillon.

Question 9 : Supports d'écoute de la musique²⁰

		Effectifs	Pourcentage
De façon générale, quand vous écoutez de la musique, est-ce surtout à partir de :	De la radio	140	31,8%
	De disques comme des CDs, DVDs, vinyles, etc.	133	30,2%
	De chaînes de télévision	25	5,7%
	De pistes numériques	94	21,4%
	D'un service de musique en ligne	48	10,9%
	Total	440	100,0%

La radio et les disques (CDs, DVDs, vinyles, etc.) sont, pratiquement à parts égales, les supports d'écoute les plus souvent cités par les répondants. Les pistes numériques sont également assez prisées du public rencontré et ce, quel que soit l'âge des répondants.

²⁰ Les répondants pouvaient nommer jusqu'à deux supports d'écoute utilisés le plus fréquemment; notons que 266 personnes ont répondu à cette question pour un total de 440 réponses.

Questions 10-11-12-13 : Fréquence de participation à des concerts

		Effectifs	Pourcentage
Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous assisté à des concerts de musique de tous genres?	Au moins une fois par mois	100	49,0%
	Quelques fois dans l'année	80	39,2%
	Une fois dans l'année	16	7,8%
	Aucune fois	8	3,9%
	Ne sait pas	0	0,0%
	Total	204	100,0%
Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous assisté à un concert de musique classique savante occidentale?	Au moins une fois par mois	65	39,2%
	Quelques fois dans l'année	72	43,4%
	Une fois dans l'année	22	13,3%
	Aucune fois	6	3,6%
	Ne sait pas	1	0,6%
	Total	166	100,0%
Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous assisté à un concert de musique populaire?	Au moins une fois par mois	17	7,3%
	Quelques fois dans l'année	99	42,3%
	Une fois dans l'année	33	14,1%
	Aucune fois	85	36,3%
	Ne sait pas	0	0,0%
	Total	234	100,0%
Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous assisté à un concert de musiques du monde?	Au moins une fois par mois	4	1,7%
	Quelques fois dans l'année	36	15,7%
	Une fois dans l'année	26	11,4%
	Aucune fois	161	70,3%
	Ne sait pas	2	0,9%
	Total	229	100,0%

Selon les réponses obtenues, il apparaît que 88,2% des répondants ont fréquenté des concerts de musiques de tous genres au cours de l'année précédant l'enquête soit sur une base mensuelle (49,0%), soit plus épisodiquement (39,2%). Ces répondants ont un rapport quantitatif à la musique en situation de concert relativement important si on le compare à celui des 11,7% de répondants qui déclarent avoir assisté à un concert aucune ou une seule fois au cours des 12 derniers mois.

En comparant les réponses des questions 11-12-13 avec celles de la question 8 (genres musicaux les plus fréquemment écoutés), on observe une certaine correspondance entre la hiérarchie des genres musicaux écoutés hors concert et celle des genres musicaux écoutés en concert :

- La musique savante occidentale est le genre le plus écouté (33,9% des réponses obtenues) et le plus fréquenté en concert sur une base mensuelle (39,2% des répondants);
- La musique populaire, qui était le troisième genre le plus écouté (16,2% des réponses obtenues), est peu fréquentée en concert mensuellement (7,3% des répondants);
- Les musiques du monde sont parmi les musiques les moins écoutées (4,1% des réponses obtenues) et les moins fréquentées en concert, non seulement

mensuellement (1,7%), mais aussi tout au long de l'année (70,3% des répondants ont déclaré n'avoir assisté à aucun concert de musiques du monde au cours de la dernière année).

On observe par contre qu'en ce qui concerne la fréquentation occasionnelle (quelques fois dans l'année) des concerts de musique classique et de musique populaire, les résultats sont similaires (43,4% et 42,3%).

Il est possible qu'une partie des répondants présente une tendance plutôt univore dans ses goûts musicaux (écoute journalière et participation mensuelle aux concerts de musique classique seulement), alors qu'une autre partie correspondrait à une tendance plus omnivore avec des pratiques culturelles musicales un peu plus diversifiées sur le plan des genres consommés.

Étant en présence d'un public dont les pratiques culturelles liées à la musique semblent assez développées, nous avons croisé les résultats des questions 7 et 10 afin de vérifier si l'écoute musicale régulière induisait une fréquentation tout aussi régulière du concert.

Tableau croisé 2. Fréquence de participation à des concerts de musiques de tous genres selon la fréquence d'écoute de la musique (en effectifs et en pourcentages)

			Fréquence de participation à des concerts de musiques de tous genres au cours des 12 derniers mois				Total
			Au moins une fois par mois	Quelques fois dans l'année	Une fois dans l'année	Aucune fois	
Fréquence d'écoute de la musique au cours des 12 derniers mois	Tous les jours ou presque	Effectifs	86	68	10	6	170
		Pourcentage	50,6%	40,0%	5,9%	3,5%	100,0%
	Environ une fois par semaine ou moins, ne sait pas	Effectifs	14	10	6	1	31
		Pourcentage	45,2%	32,3%	19,4%	3,2%	100,0%
Total		Effectifs	100	78	16	7	201 ²¹
		Pourcentage	49,8%	38,8%	8,0%	3,5%	100,0%

Parmi les répondants ayant mentionné écouter de la musique chaque jour ou presque, la moitié (50,6%) dit avoir assisté à des concerts de musique de tous genres sur une base mensuelle au cours de la dernière année. D'après ce résultat, il semble que, pour

²¹ Le total obtenu représente le nombre de personnes ayant répondu à la question 7 (fréquence d'écoute de la musique) et à la question 10 (participation à des concerts de musique de tous genres).

l'échantillon observé, il n'y ait pas systématiquement un lien entre la fréquence d'écoute musicale (activité domestique) et la fréquence de participation au concert (activité socioculturelle). Ces données seront à comparer avec celles recueillies durant la saison de l'OSM 2015-2016 pour vérifier cette hypothèse.

Question 14 : Lieux de fréquentation des spectacles²²

		Effectifs	Pourcentage
Au cours des 12 derniers mois, quels sont les lieux où vous avez assisté à des spectacles le plus souvent?	Dans une salle de spectacle	225	67,4%
	Dans un stade polyvalent	23	6,9%
	Sur une scène extérieure ou dans la rue	62	18,6%
	Dans un restaurant, bar, café avec programmation de spectacles	20	6,0%
	Autre (précisez)	3	0,9%
	Ne sait pas	1	0,3%
	Total	334	100,0%

Question 15 : Fêtes et festivals

		Effectifs	Pourcentage
Au cours des 12 derniers mois, dans le cadre d'un festival ou d'une fête, à quelle fréquence avez-vous assisté à un spectacle de musique (incluant la chanson)?	Quelques fois dans l'année	100	40,2%
	Une fois dans l'année	57	22,9%
	Aucune fois	90	36,1%
	Ne sait pas	2	0,8%
	Total	249	100,0%

Un peu plus de la moitié du public interrogé (63,1%) affirme avoir assisté à un spectacle de musique, tous genres confondus, dans le cadre d'une fête ou d'un festival dans la dernière année. Les réponses de la question 10 ont montré qu'il y avait chez 88,2% des répondants une fréquentation relativement importante des concerts de musique de tous genres dans la dernière année (de quelques fois dans l'année à au moins une fois par mois). À partir des résultats des questions 10 et 15, on observe chez une grande partie du public interrogé une certaine assiduité à participer à des événements à caractère musical.

²² Deux réponses pouvaient être données pour cette question; notons que 255 personnes ont répondu pour un total de 334 réponses.

Question 16 : Tarification des concerts de fêtes et festivals

		Effectifs	Pourcentage
Les spectacles dans le cadre des festivals auxquels vous avez assisté étaient-ils...?	Toujours gratuits	28	18,5%
	Surtout gratuits	51	33,8%
	Surtout payants	40	26,5%
	Toujours payants	32	21,2%
	Total	151	100,0%

Les taux de réponses pour la gratuité (52,3%) et pour la « non gratuité » (47,7%) sont pratiquement équivalents. La gratuité, bien qu'appréciée, n'est pas un facteur extrêmement déterminant dans les pratiques culturelles des répondants de l'OSM qui ont été approchés (voir les commentaires de la question 4).

Questions 17A, B et B1 : Formation musicale et pratique instrumentale

		Effectifs	Pourcentage
Avez-vous une formation musicale?	Oui	118	45,0%
	Non	144	55,0%
	Total	262	100,0%
Jouez-vous d'un instrument de musique?	Oui, j'ai déjà joué d'un instrument	90	35,0%
	Oui, je joue d'un instrument	58	22,6%
	Non	109	42,4%
	Total	257	100,0%
En tant qu'amateur ou professionnel?	Amateur	135	91,2%
	Professionnel	13	8,8%
	Total	148	100,0%

57,6% des répondants ont ou ont déjà eu une pratique instrumentale, alors que 45% disent avoir une formation musicale. Cet écart de 12,6 points de pourcentage pourrait notamment s'expliquer par le fait qu'il existe parfois une confusion autour de la signification de « formation musicale », pouvant être comprise comme un domaine d'étude ou une formation professionnelle par les répondants. En effet, lorsque l'on interroge plus longuement les membres du public, on se rend compte que les personnes qui ont un peu étudié la musique à l'école ou qui ont suivi quelques cours de solfège ou d'instrument n'estiment pas forcément avoir une formation musicale, alors que dans le cadre de l'enquête, tout apprentissage de la musique, si bref soit-il, est considéré comme une formation musicale.

En outre, on peut supposer que, selon l'instrument pratiqué, une partie des répondants a une formation autodidacte; toutefois, en regard de la réflexion précédente, il est également probable que, toujours en fonction de l'instrument joué, plusieurs personnes aient été en contact avec un professeur (cours privé ou apprentissage institutionnel) à une période de leur vie sans qu'elles jugent pour autant posséder une formation musicale. Néanmoins, les répondants possédant une formation musicale, tout comme ceux pratiquant ou ayant pratiqué un instrument, ont développé une certaine familiarité avec

les codes et les symboles liés au langage musical. Dans certains cas, cela peut influencer et orienter leur compréhension et leur réception de l'œuvre en situation de concert. En effet, la pratique musicale amateur contribue à la formation du goût; elle représente également l'un des modes de socialisation au concert (AFO 2015, p. 20).

Section 4. Rapport saison OSM 2014-2015 / Virée classique 2014

Un des objectifs de la Virée classique, outre le désir de démocratiser l'accès à la musique classique, est d'attirer un nouveau public – en nombre de spectateurs tout comme sur le plan de leur profil – pour la saison annuelle de l'OSM.

Les réponses recueillies à la question 2 montrent que seulement 19,1% des répondants de l'OSM avaient fréquenté la Virée classique. Plusieurs hypothèses peuvent être avancées (voir les commentaires de la question 2), mais on peut également prendre en compte d'autres facteurs telle la taille de l'échantillon obtenu lors des deux enquêtes par rapport au nombre total de participants à chaque événement (Virée classique et saison OSM)²³.

Afin d'avoir un meilleur aperçu des répondants ayant fréquenté la Virée classique, nous avons établi un croisement entre les données de la question 1 (années de participation à l'OSM) et celles de la question 2 (participation à La Virée classique).

Tableau croisé 3. Nombre d'années de fréquentation de l'OSM selon la participation à la Virée classique (en effectifs et en pourcentages)

		Participation à la Virée classique		Total	
		Oui	Non		
Années de participation aux concerts de l'OSM	1 an	Effectifs	5	63	68
		Pourcentage	10,4%	30,9%	27,0%
	2-5 ans	Effectifs	16	52	68
		Pourcentage	33,3%	25,5%	27,0%
	6-10 ans	Effectifs	6	30	36
		Pourcentage	12,5%	14,7%	14,3%
	11-20 ans	Effectifs	7	29	36
		Pourcentage	14,6%	14,2%	14,3%
	Plus de 20 ans	Effectifs	14	30	44
		Pourcentage	29,2%	14,7%	17,5%
	Total	Effectifs	48	204	252
		Pourcentage	100,0%	100,0%	100,0%

À la lecture de ce tableau, on constate que les deux catégories de répondants ayant assisté à une édition de la Virée classique les plus représentées sont celle des personnes fréquentant l'OSM depuis deux à cinq ans (33,3%) et celle des personnes fréquentant l'OSM depuis plus de 20 ans (29,2%). Par contre, le libellé de la question 2 (« Avez-vous déjà assisté à une édition de la Virée classique? ») ne nous donne aucune information sur

²³ L'enquête réalisée lors de la Virée classique 2014 avait été menée auprès de 128 répondants sur une population totale estimée à 25 000 participants; celle effectuée lors de la saison OSM 2014-2015 l'a été auprès de 268 répondants sur une population totale de 17 026 participants.

le lien existant entre la participation à cet évènement et la fréquentation de la saison régulière pour la catégorie des répondants assistant aux concerts de l'OSM depuis quatre ans et moins. Rappelons que la première édition de la Virée classique s'est tenue en 2012.

Il est possible que le public fréquentant les concerts de l'OSM depuis une année, ou dont c'est la toute première participation, n'ait pas encore connaissance de toutes les activités organisées par l'OSM, ce qui expliquerait qu'il fréquente peu ou pas la Virée classique.

Afin de procéder à quelques comparaisons entre les profils des répondants des deux enquêtes, nous mettrons en regard les résultats obtenus lors de la saison OSM 2014-2015 avec ceux de la Virée classique 2014.

Rapport à l'organisme

- Tout d'abord, concernant le nombre d'années de participation aux concerts de l'OSM, on constate la présence majoritaire de répondants affiliés à l'organisme depuis une période comprise entre 1 et 5 ans : 55,3% pour les répondants de la saison régulière et 64,9% pour ceux de la Virée classique. Parmi les nouveaux venus (1 an, ce qui peut signifier une toute première participation), le pourcentage est sensiblement le même pour les répondants de l'OSM (28,6%) et ceux de la Virée classique (29,7%). Les personnes fréquentant les concerts de l'OSM depuis six ans et plus représentent 44,6% des répondants de la saison OSM et 35,1% de ceux de la Virée classique;
- L'évaluation de la qualité musicale des concerts de l'OSM reste très élevée tant chez les répondants de la saison 2014-2015 (32,1% donnent la note 4/5; 63,3%, la note 5/5) que chez ceux de la Virée classique 2014 (29,7% donnent la note 4/5; 67% la note 5/5);
- Les deux enquêtes mettent en évidence que ce sont avant tout des motivations d'ordre artistique qui incitent les répondants à fréquenter la saison annuelle de l'OSM ou la Virée classique. En effet, 51,4% des réponses obtenues lors de la saison annuelle et 47,8% lors de la Virée classique indiquent la musique, les interprètes ou le répertoire comme principale motivation à assister à l'évènement lors duquel chaque répondant a été rencontré. La tarification – abonnement saisonnier et/ou tarif avantageux – n'est pas un incitateur important, tant pour le public rencontré lors de la saison régulière (13,9%) que pour celui croisé à la Virée classique (6,9%).

Profil sociodémographique

- En comparant l'âge des participants aux deux enquêtes, on constate que la tranche d'âge la plus représentée est celle correspondant aux 55 ans et plus (56,8% pour la saison régulière et 64,1% pour la Virée classique). Le jeune public (34 ans et

- moins) était presque également représenté dans notre échantillon de la saison annuelle (22,9%) et dans celui de la Virée classique (22,5%)²⁴;
- Les répondants des enquêtes lors de la saison régulière et de la Virée classique sont majoritairement d'origine canadienne et francophones de naissance (82,3% des répondants de la saison régulière et 77% de la Virée classique sont natifs du Canada, tandis que 86,8% des répondants de la saison régulière et 84,6% de la Virée classique ont le français pour langue maternelle);
 - Dans les deux enquêtes, on remarque que le public issu de l'immigration est faiblement représenté (17,7% pour la saison régulière et 23% pour la Virée classique). De même, la proportion d'anglophones au sein du public rencontré lors de chaque terrain reste faible (5,4% pour la saison annuelle et 4,3% pour la Virée classique);
 - Le niveau de scolarité des répondants des deux enquêtes est élevé (72,8% des répondants de la saison régulière et 75,2% de ceux de la Virée classique ont fait des études universitaires) et les types de professions les plus représentés sont dans les deux cas « Professionnel » et « Cadre » (35,4% pour la saison régulière de l'OSM, 42,6% pour la Virée classique). On note toutefois une plus grande mixité sociale parmi les répondants de la Virée classique, les catégories « Technicien » et « Manœuvre » correspondant à 35,2% des réponses obtenues, alors qu'elles ne représentent que 13,3% dans le sondage OSM en saison régulière;
 - On observe quelques différences dans les pourcentages de personnes actives (travailleurs à temps plein ou à temps partiel) au sein des deux enquêtes : la saison régulière compte 52,6% de personnes actives, tandis que la Virée classique en compte 39,6%, soit un écart de 13 points de pourcentage. Cette différence peut s'expliquer par le fait que la Virée classique ayant lieu durant les vacances estivales, une partie des personnes actives se trouve hors de Montréal. Le pourcentage de personnes retraitées est un peu plus important parmi les répondants de la Virée classique (44,6%) que lors de la saison annuelle (34,7%)²⁵;
 - Les lieux de provenance du public des deux enquêtes restent majoritairement Montréal (52% pour la saison régulière et 60,3% pour la Virée classique) et la couronne montréalaise (30,6% pour la saison OSM et 26,4% pour la Virée classique).

²⁴ Il convient néanmoins de nuancer cette observation en précisant que lors de la Virée classique, les enquêteurs s'adressaient en priorité au public se trouvant devant les diverses salles de concert (avant ou après le concert) ou dans le Salon urbain, ces lieux étant en retrait de la Scène principale où les nombreuses activités musicales ne permettaient pas d'interroger les répondants dans de bonnes conditions. De ce fait, il est possible qu'une partie du public plus jeune, notamment les familles avec de jeunes enfants, ait été peu sollicitée par les enquêteurs; ces familles étaient plus présentes devant les kiosques d'animation et aux ateliers pour enfants que devant les salles de concert.

²⁵ Au sujet de cette part plus importante de personnes retraitées parmi le public interrogé, voir la note de bas de page ci-dessus concernant le déroulement de l'enquête.

Pratiques culturelles et habitudes liées à la musique

- L'écoute quotidienne de musique (tous les jours ou presque) présente peu d'écart entre les répondants des deux enquêtes (83,3% pour la saison OSM, 78,4% pour la Virée classique);
- Le principal genre musical écouté est la musique savante occidentale (33,9% des réponses obtenues à la saison OSM et 38,8% à la Virée classique). Par contre, le jazz et le blues qui arrivaient en deuxième position parmi les genres les plus écoutés par les répondants de la saison OSM (19,3%) se retrouvent en troisième position (12,9%) chez les répondants de la Virée, légèrement devancés par la musique « pop et variétés » (15,8%);
- Les supports d'écoute les plus utilisés restent la radio, les disques CDs et DVDs et les pistes numériques pour chacune des enquêtes;
- La fréquence de participation à des concerts (tous genres confondus) sur une base mensuelle est plus importante chez les répondants de la saison OSM (49%) que chez ceux de la Virée classique (36,2%). La musique classique savante occidentale est le genre musical le plus fréquemment écouté en concert dans les deux cas, les répondants semblant boudier les musiques du monde (70,3% des répondants de l'OSM et 71,6% des répondants de la Virée classique n'ont assisté à aucun concert de musiques du monde au cours de l'année précédant l'enquête);
- On observe également une présence significative de répondants pratiquant ou ayant pratiqué un instrument dans les deux enquêtes (57,6% pour la saison régulière de l'OSM et 49,5% pour la Virée classique).

Les profils des répondants de l'enquête menée à l'OSM et ceux de l'enquête menée durant la Virée classique en 2014 présentent plusieurs similarités; les principales différences se situent sur le plan des goûts musicaux (par exemple, les répondants de l'OSM en saison régulière écoutent plus fréquemment du jazz que ceux de la Virée classique), des pratiques culturelles²⁶ (un peu plus développées chez le public rencontré lors de la saison régulière de l'OSM) et de la mixité sociale (plus importante au sein du public croisé à la Virée classique en termes de type d'emploi occupé). En somme, cet événement estival semble attirer un public festivalier plus occasionnel et un peu plus diversifié – sur les plans sociodémographique et culturel – que celui de la saison annuelle de l'organisme.

²⁶« Par pratiques culturelles, on entend généralement l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition de styles de vie » (Coulangeon 2005, p. 3-4).

Section 5. Commentaires des répondants

Commentaires sur l'OSM

Aiment beaucoup les concerts avec invités (ex. : Mes Aïeux, Les 3 Accords). C'est une très bonne idée.
Chanceuse de pouvoir assister aux concerts de l'OSM. Le niveau de l'OSM a bien évolué en 50 ans.
Satisfait de l'OSM.
L'OSM est l'orchestre des Québécois!
Niveau excellent de l'orchestre.
L'OSM contribue au rayonnement de Montréal; la personne éprouve de la fierté. Elle va également au Festival de Lanaudière.
Nous sommes chanceux d'avoir un tel orchestre à Montréal.
L'OSM est l'un des cinq meilleurs orchestres au monde.
Très fier de l'OSM.
L'OSM, c'est super.
Satisfait en général de l'OSM (x2).
Aimerait avoir plus de concerts de l'OSM avec les chefs-d'œuvre ou les grands classiques de Beethoven ou Mozart.

Appréciation du public, expériences

Bon service à la clientèle, variété des programmes.
Plaisant!
Première fois à la Maison symphonique ou dans un concert de la saison de l'OSM. Elle fréquente les concerts de l'OSM dans les parcs.
Ne s'y connaît pas beaucoup en classique, a choisi le concert au hasard.
La soirée de ce soir déterminera si la personne reviendra.
Une habituée, les placiers la reconnaissent.
Les conférences en avant-concert et le programme avant le concert sont appréciés.
Initiative pour démocratiser est appréciée.
A vu son premier concert à la Virée classique et revient.
Femme abonnée à l'OSM qui ne jure que par la musique classique.
La musique est la plus belle création de l'homme.
Enthousiasme pour Philip Glass, pour la salle et pour l'OSM; découverte.
Venue de Québec pour voir Philip Glass.
Fan fini de Philip Glass.
Très amateur de musique contemporaine.
Satisfaite de l'accessibilité, du programme, etc.
L'horaire (14h30) lui convient, car elle habite hors Montréal.
La personne est surprise par l'horaire (concert à 19h, série « Métro, boulot, concerto »).
Ils ont eu du *fun*.
Apprécie de bénéficier des places « jeunes » dans le chœur.
Voudrait plus de concerts de l'OSM hors de Montréal.

Aimerait assister à plus de concerts.

C'est difficile d'avoir le temps d'écouter de la musique et d'aller aux concerts lorsqu'on est occupé à organiser et à donner soi-même des concerts.

Commentaires sur la Maison symphonique

La personne apprécie la Maison symphonique (x2).

La Maison symphonique : un beau cadeau.

Très contents de la nouvelle salle.

C'est un plaisir de venir ici; très belle salle (x6).

Qualité de la salle.

La salle est magnifique (x3).

La Maison symphonique est merveilleuse.

La Maison symphonique encourage beaucoup leur venue.

La salle est fabuleuse, pas trop vaste, plus intime.

La salle de la Maison symphonique est très belle, l'acoustique est très bonne beaucoup mieux que celle de la salle Wilfrid-Pelletier.

L'acoustique et l'architecture de la salle sont bonnes.

Acoustique extraordinaire (x2).

Impressionné par l'acoustique.

Adore le son de la salle (touriste pour quelques jours à Montréal).

Commentaires négatifs

N'aime pas Nagano. Il (et sa femme) veulent la relève.

Nagano est plus un homme d'évènement que de musique.

Les programmes de l'OSM ne mettent pas toujours l'orchestre et le chœur en valeur.

Il faudrait réellement pouvoir faire son choix d'abonnement, car parfois, il n'y a pas de place dans les premiers choix.

A assisté à un concert d'orgue ici. Il trouve que ça ne brassait pas assez! (fêru de rock)

Le Stade olympique n'est pas propice aux concerts.

Accès à la culture assez cher.

L'OSM c'est bien, mais c'est très cher... Surtout qu'on s'y prend toujours à la dernière minute donc c'est très cher...

Les abonnés paient plus cher que les non abonnés ou que ceux qui ont des billets-cadeaux.

Trouve qu'il n'y a pas de relève dans le public.

Absence d'escaliers mobiles.

Salle extraordinaire, mais manque de confort; elle n'a pas le cachet des salles de concerts des États-Unis.

En général, je suis en rangée D, mais actuellement, en chaise roulante, je suis reléguée en rangée X. Ce serait bien que les places handicapées puissent être aussi aux premiers rangs.

Section 6. Notes d'observation

L'ensemble des concerts couverts nous a permis de faire quelques observations d'ordre général :

Avant le concert :

- Les gens arrivent en avance pour le concert, qu'il y ait ou non une activité pré-concert. Les salons de la Maison symphonique sont des lieux de socialisation : les gens discutent, vont au bar, lisent les notes de programme ou flânent.

Durant le concert :

- Il y a très peu de retardataires;
- Le public possède une bonne connaissance des « comportements à adopter en situation d'écoute » (Trottier 2013, p. 60);
- Certaines personnes consultent les notes de programme entre deux pièces jouées;
- L'audition d'œuvres phares du répertoire (*Ouverture de Guillaume Tell* de Rossini ou *Boléro* de Ravel) suscite des applaudissements particulièrement chaleureux. Manifestement, le public connaît et se reconnaît dans ce type de répertoire;
- Les gens manifestent généralement beaucoup d'enthousiasme à la fin du concert.

Après le concert :

- Le public quitte rapidement la salle;
- Certaines personnes commentent le concert; on perçoit dans l'ensemble un degré de satisfaction élevé (ce qui apparaît dans les réponses de la Question 3 – Évaluation de la qualité musicale – et dans les commentaires des répondants – Section commentaires).

Une analyse plus détaillée permet d'observer les faits suivants :

Attitude du public

L'observation en salle a permis de constater qu'en général, le public de l'OSM connaît et respecte les conventions liées au concert de musique classique :

- Des applaudissements ont lieu au moment de l'entrée du premier violon; ils sont ensuite plus fournis lorsque le chef et le soliste entrent sur scène;
- Le public applaudit généralement à la fin des œuvres;
- La fin du concert est saluée par des applaudissements plus longs et chaleureux accompagnés d'une ovation debout.

Il existe toutefois un problème de pollution sonore dû à la toux fréquente, quelques fois importante, du public. Ici, les codes comportementaux ne sont pas ou peu respectés, car les nombreux épisodes de toux surviennent à tout moment, que ce soit entre les mouvements des œuvres ou, ce qui est plus gênant, pendant l'exécution.

Sur l'ensemble des concerts sélectionnés, nous avons pu observer que le public est très attentif et fait preuve d'une bonne qualité d'écoute. Cette qualité peut néanmoins varier selon le type de public présent dans la salle :

- Lors du concert *Un voyage avec Philip Glass* (qui affichait complet²⁷), nous avons été témoin d'une concentration et d'une qualité d'écoute tout à fait exceptionnelles de la part d'un public de connaisseurs et d'admirateurs de Glass (on peut aussi mentionner l'absence presque totale de toux ce jour-là);
- À l'opposé, la présence d'un public peu coutumier des concerts se manifeste par l'absence ou le peu de connaissances des conventions liées au concert de musique classique, notamment par le fait d'applaudir entre les mouvements d'une œuvre et ce, malgré le regard réprobateur du soliste (Trottier 2013, p. 63);
- On observe chez un public novice ou fréquentant très rarement les concerts de musique classique une attitude impropre à une situation d'écoute en salle de concert. Durant l'exécution des pièces, on remarque par exemple des mouvements du corps divers, des échanges de parole, la consultation du téléphone cellulaire, des raclements de gorge, des bâillements ou l'utilisation du programme pour s'éventer.

Catégories de public

Plusieurs facteurs peuvent avoir une incidence sur la présence d'une certaine catégorie de public :

1) Le répertoire proposé ou l'artiste invité

- Nous avons observé lors des sondages qu'une thématique culturelle (concert *Une grand fête russe*) ou la nationalité des compositeurs programmés pouvait inciter des personnes ayant la même origine culturelle à assister à ce concert (voir les commentaires de la Question 19);
- De même, lors du concert *Un voyage avec Philip Glass* (présenté le 7 mars 2015), on notait la présence marquée d'un public jeune (34 ans et moins) venu avant tout pour ce compositeur (d'après les réponses recueillies).

²⁷ Selon les informations données par les responsables de l'OSM, 2138 billets ont été vendus pour ce concert. Parmi les neuf concerts sélectionnés pour notre enquête, c'est ce dernier qui a totalisé le plus grand nombre d'entrées.

2) Les événements à caractère social

- Les soirées de réseautage du « Club des jeunes ambassadeurs » ont une incidence sur la présence d'un public âgé de 34 ans et moins. De même, les événements organisés par une entreprise ou un commanditaire de l'OSM amènent un public qui n'est pas forcément familier des concerts de musique symphonique.

3) Le jour de programmation du concert

- Lors du concert programmé le dimanche après-midi, le public présent était sensiblement plus âgé que durant les concerts de semaine en soirée. Il y avait également une présence plus marquée de personnes résidant hors de la couronne montréalaise.

Conclusion

Les tendances dominantes qui se dégagent des résultats obtenus lors de cette enquête nous permettent d'établir un profil du public interrogé :

- Une légère tendance se dessine quant à la présence un peu plus nombreuse d'un public participant aux concerts de l'OSM depuis 5 ans et moins. En outre, il semble que la moyenne d'âge de ce nouveau public se situe un peu en dessous de la moyenne d'âge générale du public sondé (voir Tableau croisé 1);
- Une minorité de répondants a déjà fréquenté la Virée classique;
- Le public interrogé reconnaît une qualité musicale élevée aux concerts de l'OSM et ce sont principalement des facteurs musicaux/artistiques qui motivent ce public à assister aux concerts;
- Ce public est relativement âgé (56,8% a 55 ans et plus), mais presque ¼ des répondants se situe en dessous de la barre des 35 ans (22,9%). Le public est majoritairement d'origine canadienne, francophone de naissance et très scolarisé. La proportion de personnes actives est légèrement supérieure à celle des retraités, et les catégories « Professionnels » et « Cadres » sont les plus représentées parmi les personnes sur le marché du travail. Enfin, les principaux lieux de résidence sont Montréal et la région montréalaise;
- Les résultats de l'enquête et les réponses aux questions ouvertes (plus particulièrement celles à la question 6 portant sur les motivations à assister à l'évènement lors duquel le répondant a été rencontré) montrent que, chez une partie importante du public sondé, les pratiques culturelles liées à la musique sont assez développées : écoute fréquente de musique, connaissance préalable des œuvres et/ou des interprètes en concert, formation musicale et/ou pratique instrumentale. Ces pratiques culturelles contribuent à la formation et au développement du goût, à l'acquisition de compétences et au développement d'un rapport « sensible » à l'œuvre, à l'objet musical. Cette partie des répondants n'est nullement un public passif; elle constitue un public expérimenté de connaisseurs, d'amateurs possédant une « oreille spécifique » et une compétence « lentement et minutieusement élaborée » (Hennion 2003, p. 33-34).

Au-delà des grandes tendances observées, les répondants possédant un profil moins « typique » ne doivent cependant pas être occultés et nous informent sur la diversité des trajectoires possibles des membres du public. Bien que réunis autour d'un même objet musical, ces spectateurs de l'OSM ne constituent pas un public homogène; la mise en place et le développement d'outils de médiation de la musique doivent ainsi prendre en compte cette hétérogénéité.

Bibliographie

- Association française des orchestres (AFO), 2015, *Enquête nationale sur les publics de l'orchestre : Quand le public en cache un autre*, <http://www.france-orchestres.com/colloque/wp-content/uploads/sites/3/2015/10/Synth%C3%A8se-Enqu%C3%AAtes-sur-les-publics-de-lorchestre-2013-14.pdf> (consulté en mai 2016).
- Coulangeon, Philippe, 2005, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, REPÈRES, coll. La Découverte.
- Dalphon, Claude Edgar et Claudine Audet, 2009, « Les pratiques culturelles dans la région de Montréal », dans Rosaire Garon et Marie-Claude Lapointe (coord.), *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, Québec, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, p. 335-376.
- Dalphon, Claude Edgar, 2008, *Le système culturel québécois en perspective*, Québec, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
- Diapason, 2015, *Le renouvellement des publics de la musique classique (France Musique)*, <http://www.diapasonmag.fr/actualites/revue-de-presse/le-renouvellement-des-publics-de-la-musique-classique-france-musique> (consulté en mars 2016).
- Donnat, Olivier, 2005, « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement culturel*, 147, p. 1-12.
- Garon, Rosaire, Marie-Claude Lapointe et Jacques Laflamme (dir.), 2011, *Les pratiques culturelles au Québec en 2009 parmi les groupes sociaux*, Québec, Direction de la planification stratégique et de l'évolution organisationnelle, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
- Garon, Rosaire et Marie-Claude Lapointe (dir.), 2009, *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, Québec, ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.
- Hennion, Antoine, 2003, « Une sociologie de l'amateur », *ACCESS. Quels publics pour la musique classique ?*, textes réunis par Pascale Seys, Sprimont, Mardaga, p. 25-35.
- Kolb, Bonita, 2008, *Marketing Research. A Practical Approach*, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Sage.
- Kotler, Philip, 2006, *Marketing Management*, États-Unis, Prentice Hall.

- Larose, Daniel T. et Chantal D. Larose, 2014, *Discovering knowledge in Data: An Introduction to Data Mining*, I. & IEEE Computer Society, Hoboken, N.J., John Wiley & Sons.
- Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF), 2012, « Les pratiques culturelles selon la génération des baby-boomers et des jeunes de 25 à 34 ans de 1979 à 2009 », *Survol*, no 23, Québec, https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Survol23_08-2012rev.pdf (consulté en mars 2016).
- Passeron, Jean-Claude, 1991, *Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel*, Paris, Nathan, coll. Essais & Recherches.
- Statistique Canada, *Minorité visible de la personne*, <http://www.statcan.gc.ca/fra/concepts/definitions/minorite01> (consulté en février 2016).
- Trottier, Danick, 2013, « Les applaudissements comme source de tension : Étude de la réception des 24 Préludes de François Dompierre lors de leur création au Festival de Lanaudière », *Les Cahiers de la Société québécoise de recherche en musique*, 14, 2, p. 59-68.
- Ville de Montréal, 2014, *Profil sociodémographique, Ville de Montréal*, Montréal, Montréal en statistiques, Division de la planification urbaine, http://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/PAGE/MTL_STATS_FR/MEDIA/DOCUMENTS/PROFIL_SOCIODEMO_VILLE_DE_MONTREAL.PDF (consulté en août 2016).