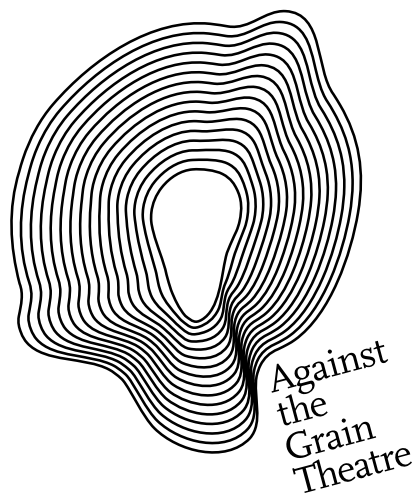


# Étude sur la diffusion numérique d'opéras



RAPPORT DE  
RECHERCHE D'AtG

# LA MISSION D'AtG

## Concevoir et présenter des expériences opératiques qui sortent des sentiers battus.

Pour de plus amples détails, visitez AtG en ligne au [www.atgtheatre.com](http://www.atgtheatre.com), sur Twitter, Snapchat et Instagram @AtGTheatre et sur Facebook à [www.facebook.com/AtGTheatre](http://www.facebook.com/AtGTheatre).



# Table des matières

- 04** Introduction
- 05** Partenaires
- 06** Conception de l'étude
- 07** Sommaire
- 08** Résultats de l'enquête
  - 09** Qui a participé à cette étude?
  - 13** Niveau de participation aux arts
  - 16** Niveau d'activité des amateurs d'opéra sur les médias sociaux
  - 19** Opinions sur la diffusion numérique
  - 21** Facteurs cités par l'auditoire pour la sélection de prestations en personne ou par diffusion numérique
  - 22** Sources de revenus
- 24** Analyse du milieu
- 26** AtG : Qui nous sommes

# La technologie est en train de façonner l'avenir. Quel sera son impact sur l'opéra?

La technologie a transformé pratiquement tous les aspects de notre vie. Nous sommes plus connectés et avons accès à plus d'information que jamais. C'est à la fois la solution à de nombreux problèmes et la cause de bien d'autres. La question qui nous préoccupe est la suivante : comment une compagnie d'opéra peut-elle s'adapter à cette réalité et exploiter la technologie pour mieux servir son public?

Chez Against the Grain Theatre (AtG), nous sommes d'avis que la technologie joue un rôle crucial pour rejoindre de nouveaux publics et enrichir l'expérience de nos auditoires actuels. Notre compagnie est fondée sur le principe qu'un opéra peut être présenté n'importe où, qu'il s'agisse d'un pub mal éclairé, d'une grotte isolée ou d'un studio de télévision de pointe. Notre prochain défi : présenter des opéras en ligne.

Au cours des derniers mois, nous avons jeté un sérieux regard sur la diffusion numérique de prestations opératiques. Nous nous sommes entretenus avec des experts du monde entier et, plus important encore, nous avons demandé aux amateurs d'opéra leur opinion sur la diffusion numérique. Grâce au généreux soutien du Conseil des Arts du Canada, nous avons retenu les services du consultant en diffusion numérique Michael Morreale pour diriger un projet de recherche exhaustif sur la diffusion numérique d'opéras, appelé *Digital Opera Research and Intelligence Study* et désigné par l'acronyme DORIS. L'enquête a été menée auprès d'auditoires anglophones.

Les résultats de notre enquête auprès du public et de nos échanges avec les experts internationaux sont consignés dans le présent rapport, lequel est offert sans frais.

**Joel Ivany**  
Fondateur et directeur artistique  
Against the Grain Theatre

**NOUS REMERCIONS  
LES ORGANISMES  
PARTENAIRES SUIVANTS :**

Centre des arts de Banff  
Centre de musique canadienne  
Compagnie nationale d'opéra du Canada  
Cowntown Opera  
Edmonton Opera  
Chamberfest d'Ottawa  
Lyric Opera of Chicago  
Pacific Opera  
Vancouver Opera



We acknowledge the support of the  
Canada Council for the Arts.

Nous remercions le Conseil des  
arts du Canada de son soutien.



Ce document est publié sous licence  
Creative Commons Attribution-Utilisation  
non commerciale-Partage dans les  
mêmes conditions 4.0 International.

# Conception de l'étude DORIS

L'un des principaux éléments de DORIS consiste en une enquête menée en ligne en mars et avril 2019 auprès de dizaines de milliers d'amateurs d'opéra. Cette enquête, disséminée en collaboration avec les organismes partenaires mentionnés à la page précédente, a été conçue pour nous aider à mieux comprendre les habitudes de navigation des amateurs d'opéra et leurs points de vue sur la diffusion numérique. Les résultats nous donnent une vision plus claire des comportements en ligne des publics actuels. Des études plus poussées seront nécessaires pour mieux comprendre les préférences des publics potentiels.

**Plus de 1 500 amateurs d'opéra ont participé à l'enquête. Quelque 99 % des répondants habitent le Canada ou les États-Unis et la majorité est âgée de 55 à 74 ans.**

Ils viennent de régions et de milieux divers et ont partagé une vaste gamme d'opinions. Les amateurs d'opéra savent ce qu'ils aiment et recherchent toutes les occasions possible d'assister à des prestations, que ce soit en personne ou en ligne. Un lien les unit : l'amour d'une présentation de qualité et une appréciation pour le pouvoir de l'opéra.

**Voici ce qu'ils nous ont dit.**

# Sommaire

Le but de notre enquête était de mieux comprendre les comportements et les habitudes en ligne des amateurs d'opéra en matière de diffusion numérique<sup>1</sup>. Heureusement pour nous, les amateurs d'opéra n'ont pas peur de dire ce qu'ils pensent.

On ne peut certes pas généraliser les opinions des amateurs d'opéra. Certains ont exprimé un manque d'intérêt total pour l'opéra présenté de cette façon; il est clair que la diffusion numérique ne plaît pas à tous. D'autres pourtant voient dans ce véhicule un moyen d'assouvir leur soif d'opéra entre les représentations auxquelles ils peuvent assister en personne. Le temps et l'argent sont les principaux obstacles qui empêchent les amateurs d'opéra d'assister à davantage de spectacles, et la diffusion numérique gratuite ou économique est une solution à cette difficulté. Mais ni l'un ni l'autre de ces deux groupes ne voit dans la diffusion numérique un substitut à l'expérience en vrai.

## PRINCIPALES OBSERVATIONS :

**35,7 %**  
des répondants  
ont déjà regardé  
une diffusion  
numérique;  
**72,8 %**  
se disent  
intéressés dans  
une certaine  
mesure à  
le faire.

La majorité des  
répondants se  
sont déclarés  
prêts à payer  
pour regarder  
une diffusion  
numérique; en  
fait, près du  
quart paierait  
**10 \$**  
ou plus.

**31,9 %**  
des répondants  
se sont dits plus  
susceptibles  
de faire un  
don à une  
compagnie  
d'opéra après  
avoir visualisé  
une diffusion  
numérique.

Seuls  
**55,2 %**  
des répondants  
ont déclaré  
regarder des  
vidéos en ligne  
au moins une fois  
par semaine, ce  
qui est de loin  
inférieur au taux  
de consommation  
vidéo canadien,  
qui est de  
**85 %**  
tous groupes  
confondus<sup>2</sup>.

1. Pour les besoins de cette enquête, nous avons choisi d'utiliser le terme « diffusion numérique » pour désigner toute prestation diffusée en ligne, qu'elle soit en direct ou sur demande.

2. Étude 2018 de l'IAB sur les tendances d'utilisation des médias au Canada.

Dans les pages qui suivent, nous explorerons davantage la façon dont les amateurs d'opéra nord-américains interagissent avec les médias sociaux, la vidéo en ligne, les services d'abonnement et la diffusion numérique de prestations. AtG partage ces précieux renseignements avec plaisir et en toute transparence afin d'aider les compagnies d'opéra du monde entier à envisager de faire appel à la technologie pour mieux servir leurs publics.

**Michael Morreale**

Consultant en diffusion numérique et chef de l'étude DORIS

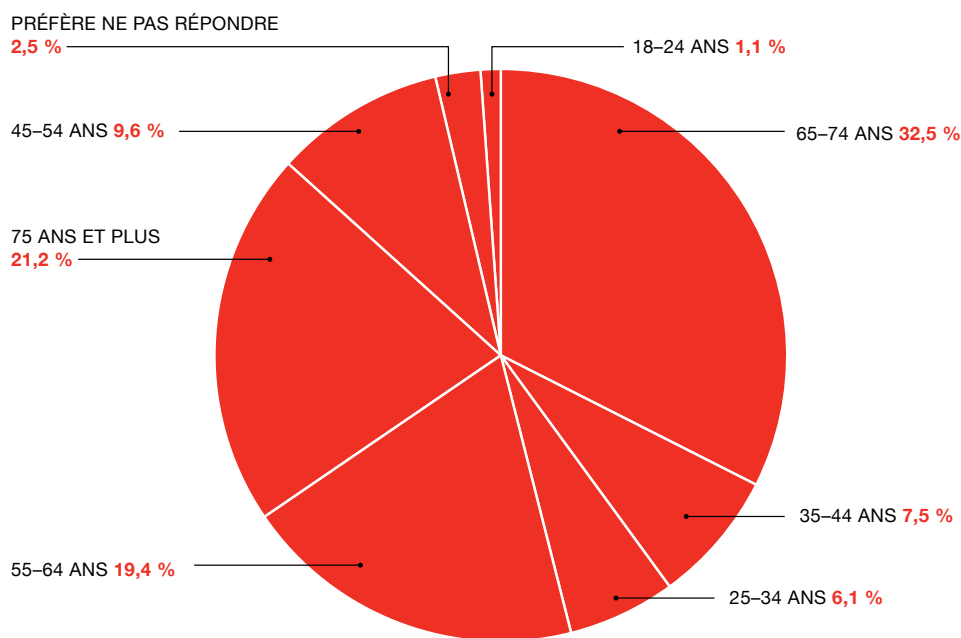
# Qui a participé à cette étude?





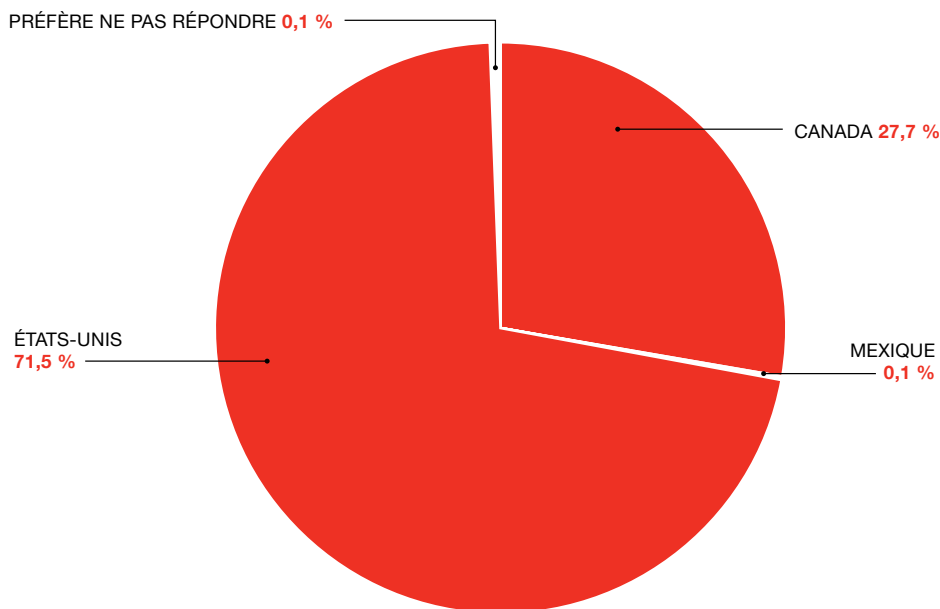
# Qui a participé à cette étude?

Quel est votre âge?

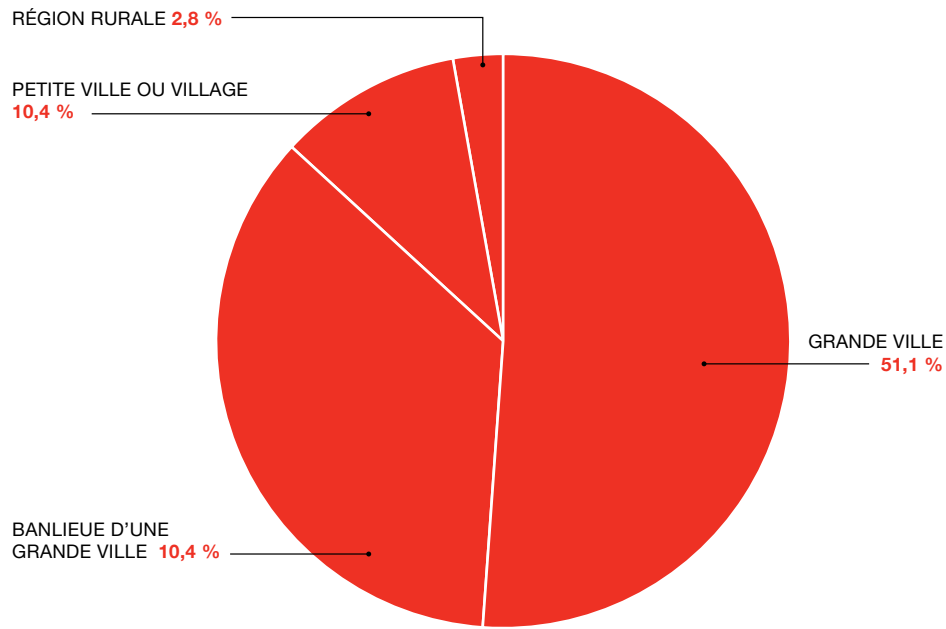


AtG s'est associée à huit compagnies d'opéra et organismes artistiques pour disséminer l'enquête de 24 questions partout en Amérique du Nord. Les résultats reflètent l'opinion d'amateurs d'opéra canadiens (27,7 %) et américains (71,5 %) qui ont accès à un ordinateur.

Où habitez-vous?



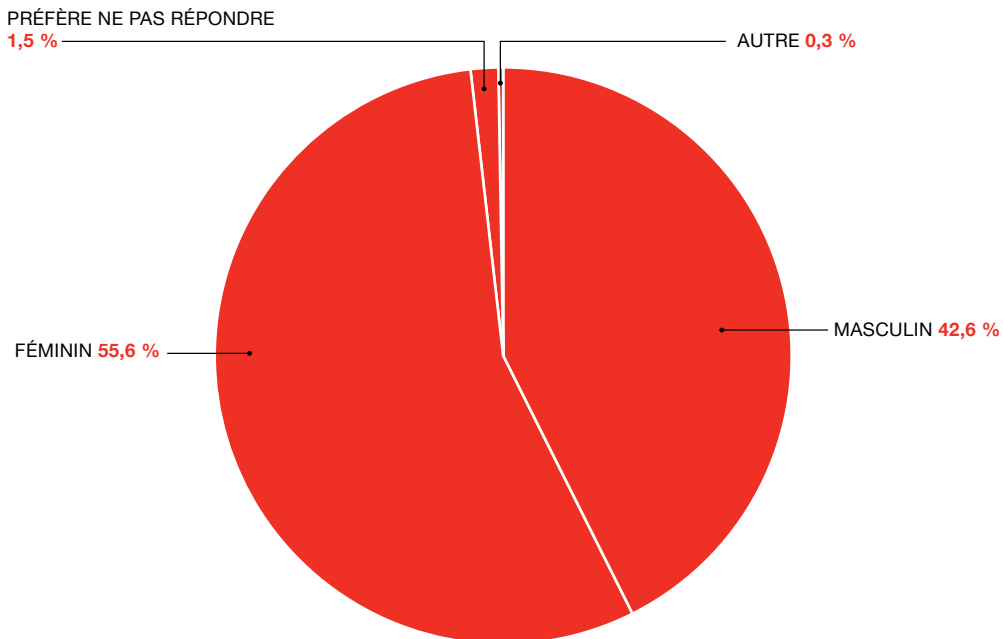
Laquelle des réponses suivantes correspond le mieux à l'endroit où vous habitez?



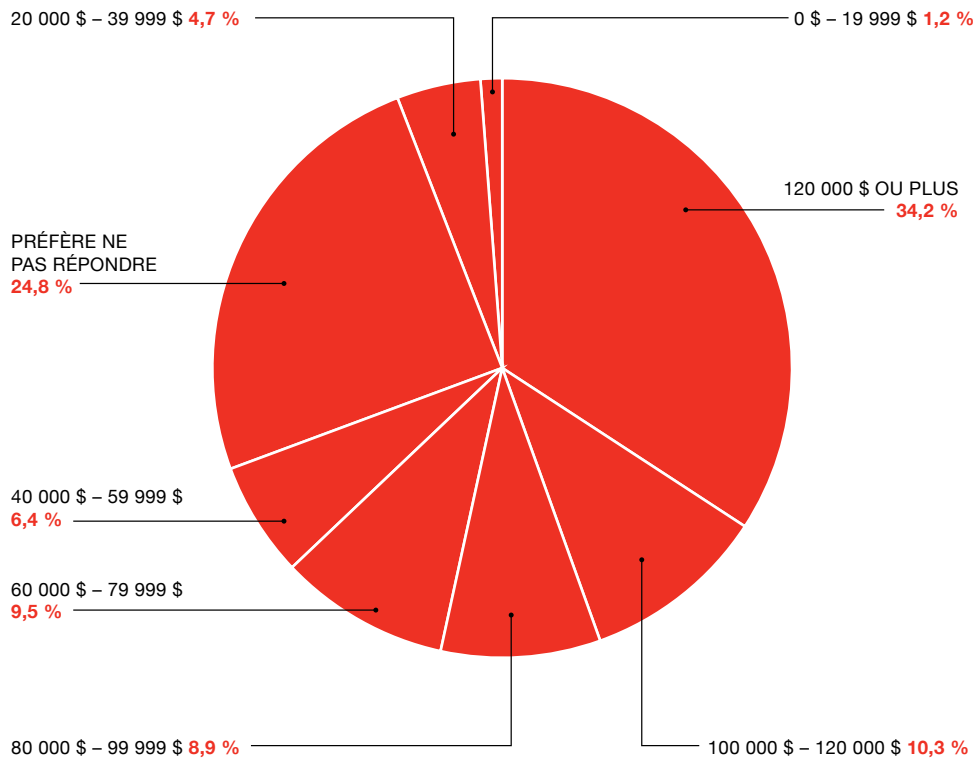
Parmi les répondants, **86,8 %** habitent dans une grande ville ou à proximité.

10

Quel est votre sexe?



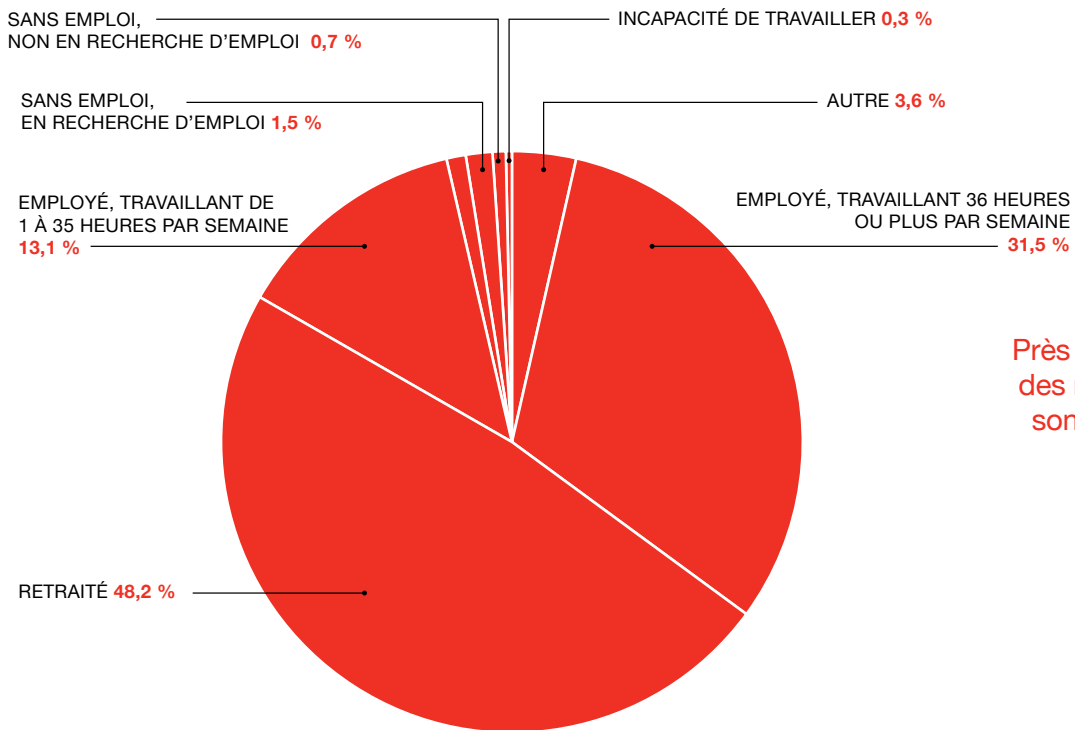
Quel était le revenu total combiné de votre ménage en 2018?



Près de la moitié ont déclaré un revenu familial de plus de **100 000 \$** en 2018.

11

Laquelle des réponses suivantes décrit le mieux votre statut d'emploi?



Près de la moitié des répondants sont retraités.

« Il est essentiel de développer le public de demain. Vos futurs acheteurs de billets sont déjà en ligne, mais ils ne sont pas encore dans vos salles de concert ou d'opéra. »

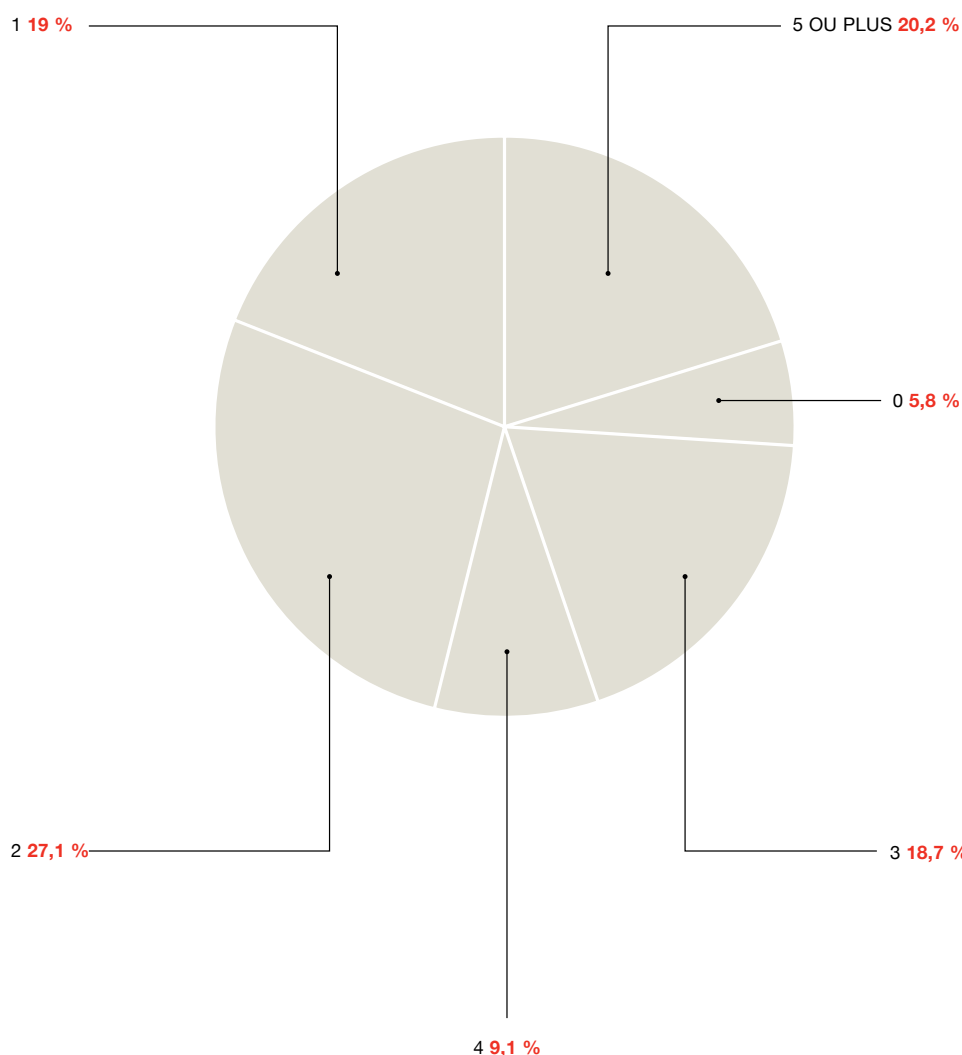
– HERVÉ BOISSIÈRE,  
FONDATEUR ET DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MEDICI.TV

Lire l'entrevue intégrale (en anglais) au [atgtheatre.com/blog](https://atgtheatre.com/blog)

# Niveau de participation aux arts

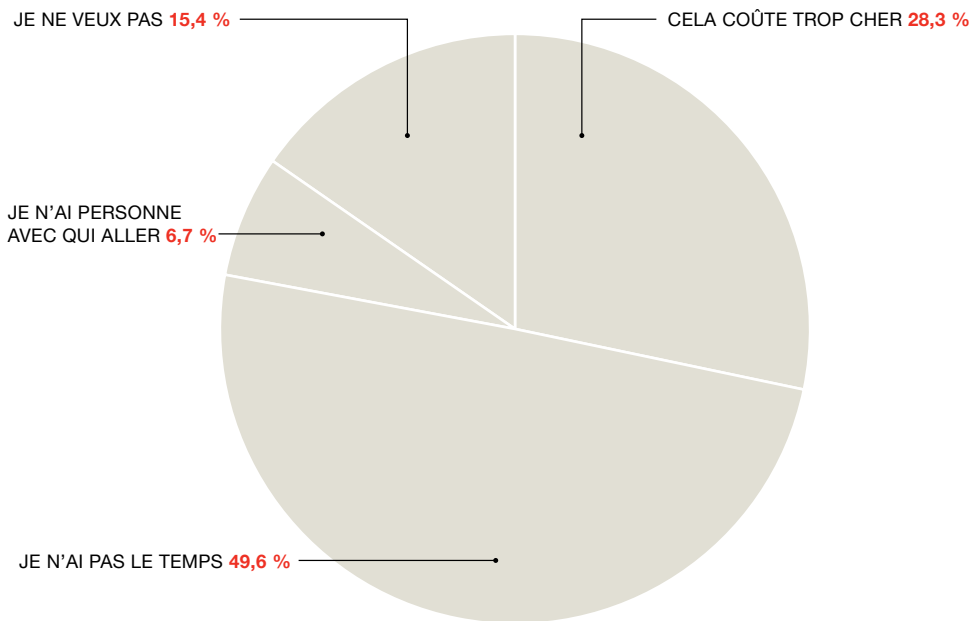
13

À combien de spectacles (concerts, opéras, ballets, etc.) avez-vous assisté au cours des 30 derniers jours?



Quelque **94,2 %** des répondants avaient assisté à au moins un opéra, un concert symphonique ou un ballet au cours des 30 derniers jours.

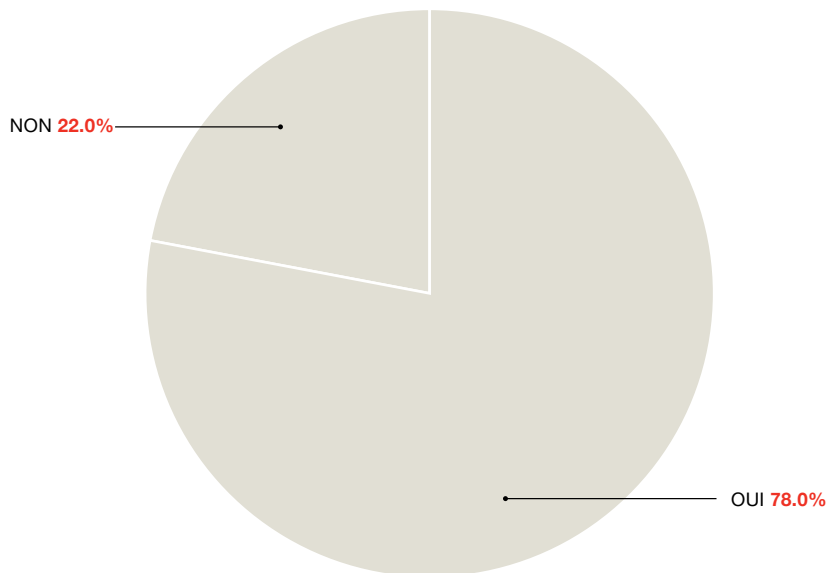
### Pourquoi n'assistez-vous pas plus souvent à des spectacles?



Plus de **20 %** avaient assisté à cinq spectacles ou plus. La moitié ont cité le manque de temps comme raison les empêchant d'assister plus souvent à des représentations.

14

### Avez-vous fait un don à un organisme artistique au cours des 12 derniers mois?



Les répondants ont fait un don en argent à un organisme artistique au cours de la dernière année dans une proportion de **78 %**.

# Qu'est-ce qui vous empêche d'assister plus souvent à des représentations?

« Le trajet est trop long, il n'y a pas suffisamment de transports en commun. »

« Les sièges ne sont pas confortables. Je ne veux pas avoir à m'habiller. Les amateurs d'opéra sont prétentieux. »

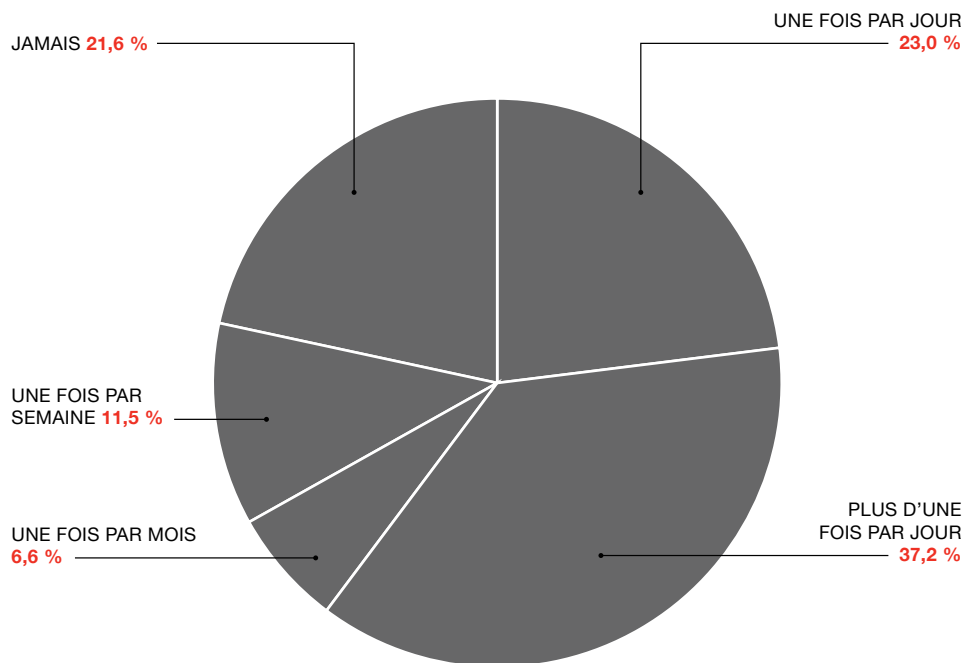
« Mon revenu de retraite ne me le permet pas. »

« Je vais très souvent au théâtre, au cinéma, à des conférences et autres. Je n'ai pas le temps de faire plus. »

# Niveau d'activité des amateurs d'opéra sur les médias sociaux

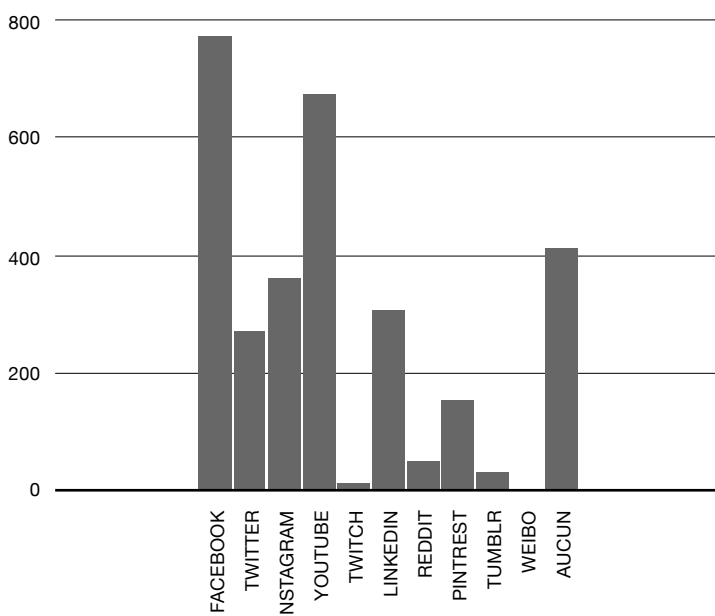
16

À quelle fréquence visitez-vous au moins un site de médias sociaux?



Plus de **60 %** des répondants ont déclaré visiter un site de médias sociaux une fois par jour ou plus.

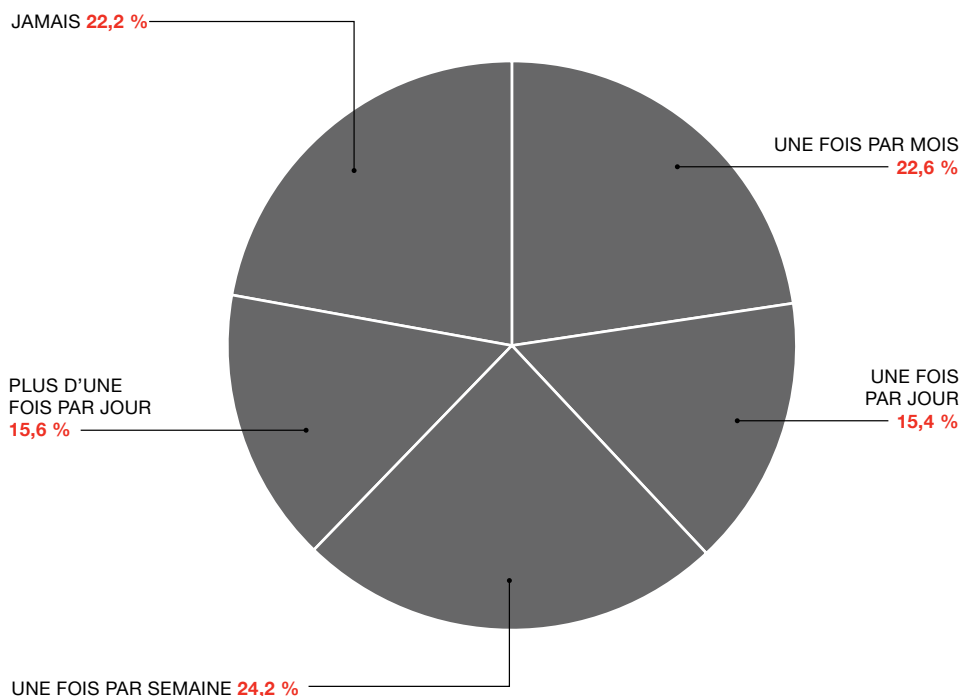
Lesquels des sites de médias sociaux suivants visitez-vous régulièrement? Choisissez toutes les réponses qui s'appliquent.



Les plateformes les plus populaires sont **Facebook, YouTube, Instagram** et **LinkedIn**.



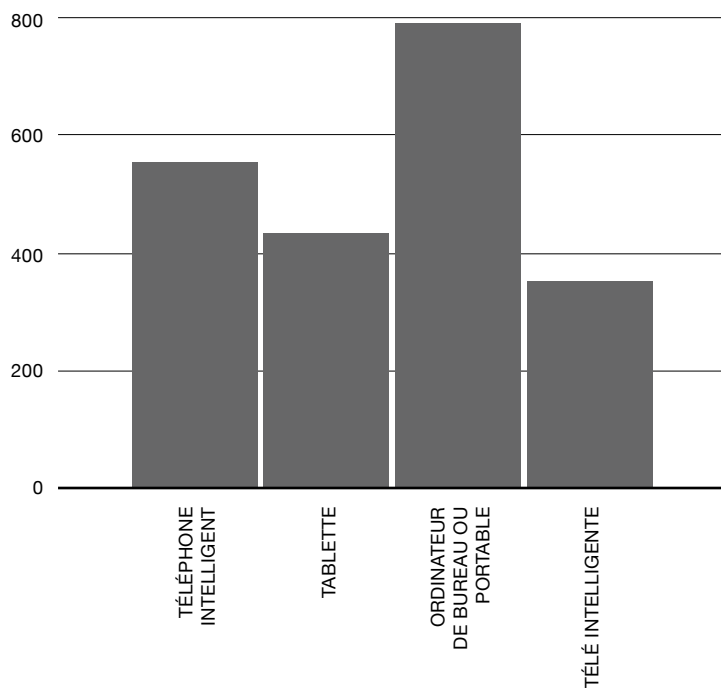
## À quelle fréquence regardez-vous des vidéos en ligne?



Seuls **31 %** des répondants ont déclaré regarder au moins une vidéo en ligne par jour.

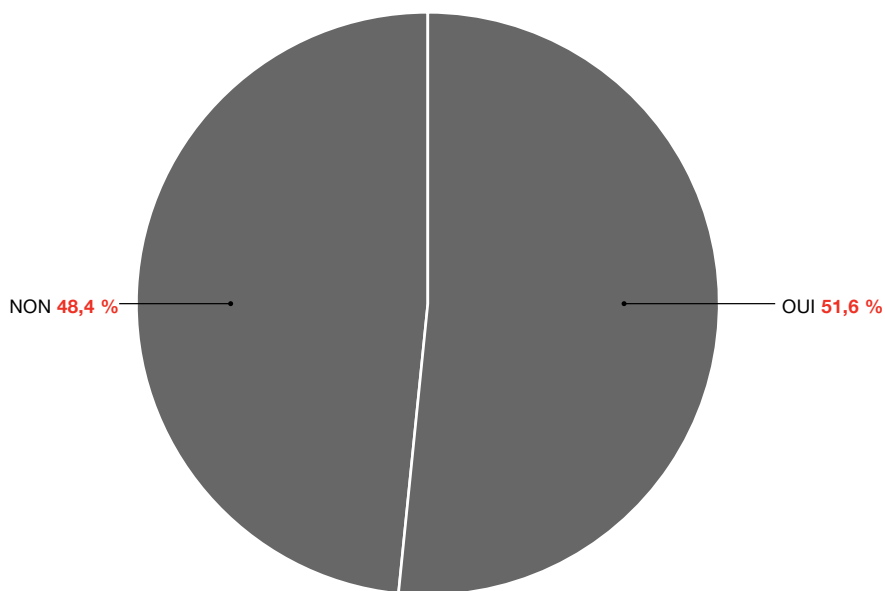
17

## Sur quel appareil regardez-vous normalement des vidéos en ligne?



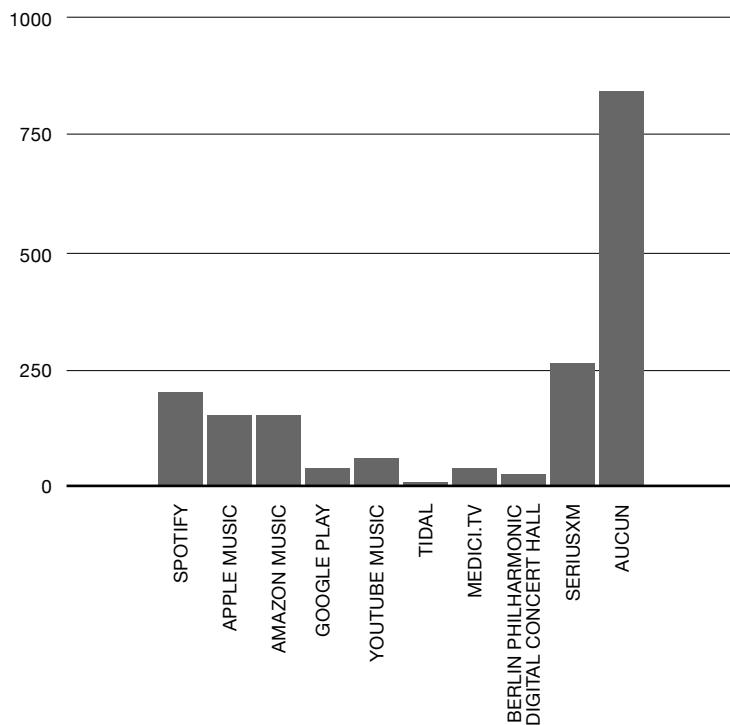
Pour la plupart des membres de ce groupe, l'activité en ligne se fait au moyen d'un ordinateur de bureau ou d'un portable, mais le cellulaire et la tablette sont également bien représentés.

**Avez-vous déjà assisté à une diffusion en HD d'un opéra du Metropolitan dans une salle de cinéma?**



Environ la moitié des répondants ont déjà assisté à une diffusion en HD d'un opéra du Metropolitan dans une salle de cinéma.

**Auxquels des services suivants de diffusion numérique de musique payants êtes-vous abonné? Choisissez toutes les réponses qui s'appliquent.**



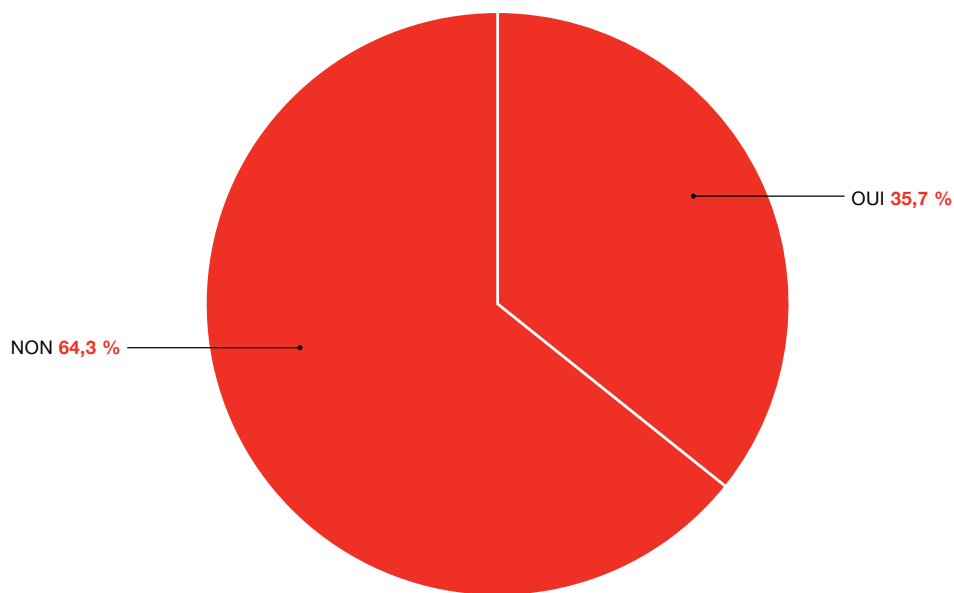
La majorité des répondants ne sont pas abonnés à un service de diffusion de musique payant.

Parmi ceux qui le sont, les services les plus populaires sont : SiriusXM, Spotify, Apple Music et Amazon Music.

# Opinions sur la diffusion numérique

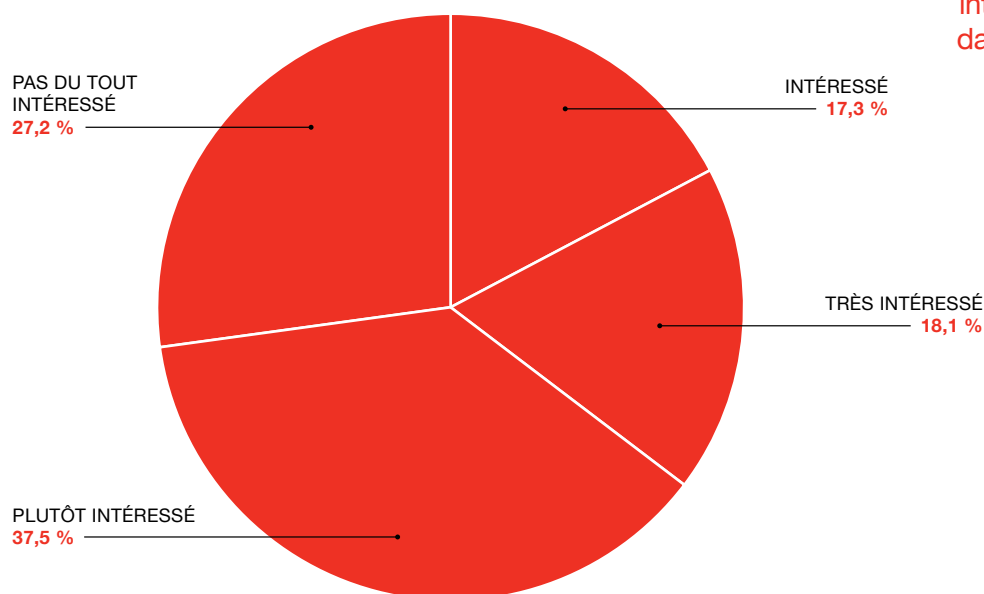
19

Avez-vous déjà regardé une diffusion numérique en ligne?



Quelque **35,7 %** des répondants ont déjà regardé une diffusion numérique, et **72,8 %** se disent intéressés dans différentes mesures à le faire.

Êtes-vous intéressé à regarder la diffusion numérique d'une prestation artistique?



« Si le coût d'assister à un spectacle en personne est trop élevé, je serais heureux de regarder une diffusion numérique. »

« Parfois, c'est plus pratique en fonction de mon horaire. Cela me permet de voir des compagnies d'opéra et des prestations auxquelles je n'aurais pas accès autrement (en raison de la distance ou du coût). »

« Je suis partisan d'élargir l'accès aux arts, et la diffusion numérique permet de surmonter de nombreux obstacles (handicap, santé mentale, revenu insuffisant, fossé des générations, milieux ruraux, etc.). »

« Étant donné qu'il est de plus en plus difficile de se déplacer, regarder des diffusions numériques est une option de plus en plus attrayante. »

« J'adore la diffusion numérique! Rien ne se compare à assister à un spectacle, mais on ne peut pas tous les voir en personne. C'est beaucoup trop cher! »

« Bien que la diffusion numérique comporte ses avantages, elle ne se compare généralement pas à l'expérience d'assister à un spectacle en personne. Ceci est particulièrement vrai dans le cas de l'opéra, car souvent on éprouve une réaction physique aux vibrations des voix des chanteurs. »

« L'expérience d'être à l'opéra ou au théâtre fait partie du plaisir de la prestation artistique. »

# FACTEURS CITÉS PAR L'AUDITOIRE POUR LA SÉLECTION DE PRESTATIONS EN PERSONNE OU PAR DIFFUSION NUMÉRIQUE

21

Quand il s'agit d'acheter des billets pour assister à un opéra ou de choisir une diffusion numérique, quelle importance les facteurs ci-dessous ont-ils sur votre décision, allant du plus important (1) au moins important (5)?



- 1** Compositeur/ répertoire
- 2** Chanteurs
- 3** Compagnie d'opéra
- 4** Chef d'orchestre
- 5** Metteur en scène

Quand il s'agit de choisir une diffusion numérique, quelle importance les facteurs ci-dessous ont-ils sur votre décision, allant du plus important (1) au moins important (5)?



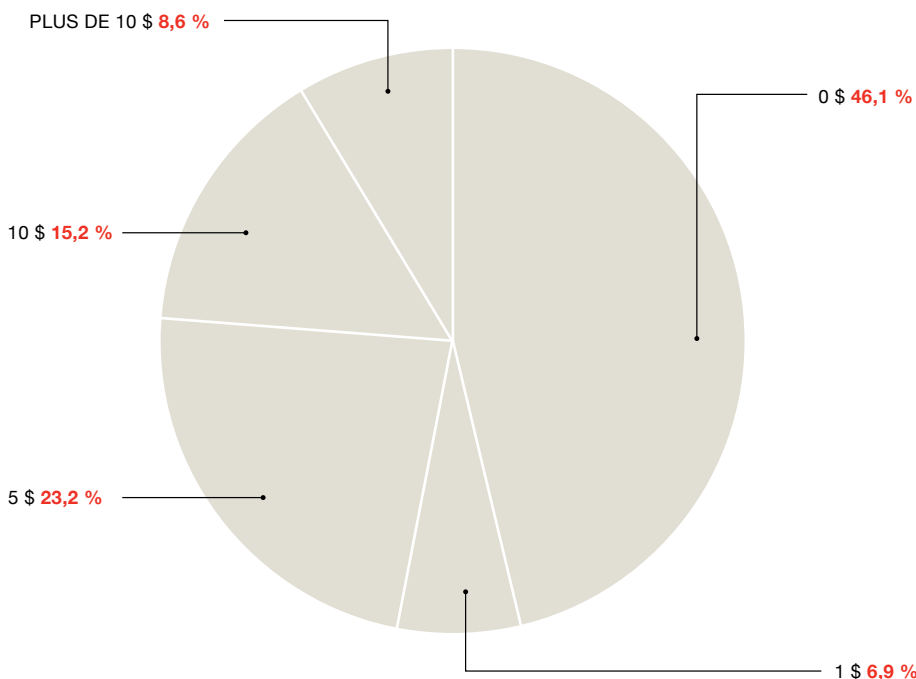
- 1** Qualité du son
- 2** Répertoire/ contenu
- 3** Chanteurs/ chef d'orchestre/ metteur en scène/ compagnie d'opéra
- 4** Qualité vidéo
- 5** Entrevues et coup d'œil en coulisses

# Sources de revenus

## POSSIBILITÉS DE MONÉTISATION DE LA DIFFUSION NUMÉRIQUE

22

Combien paieriez-vous pour regarder une prestation complète en ligne?



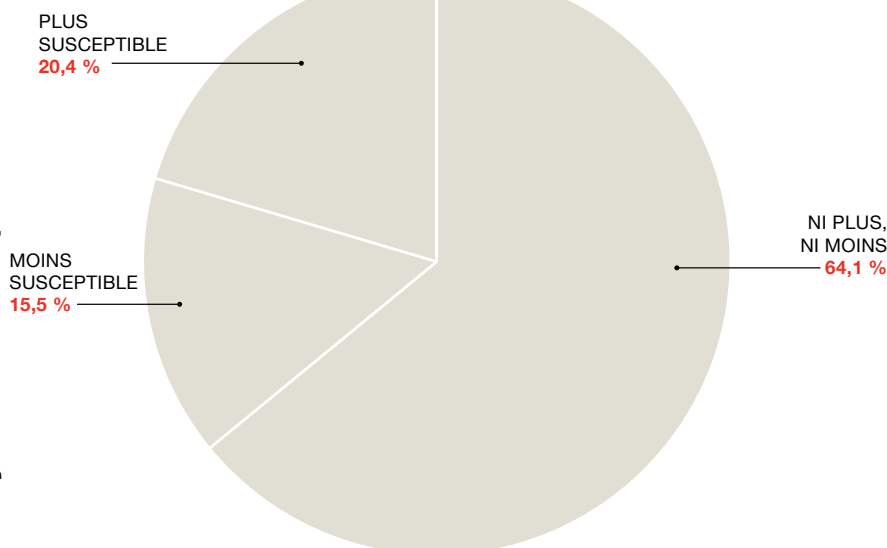
La majorité des répondants se sont déclarés prêts à payer pour regarder une diffusion numérique;

près du quart paierait **10 \$** ou plus.

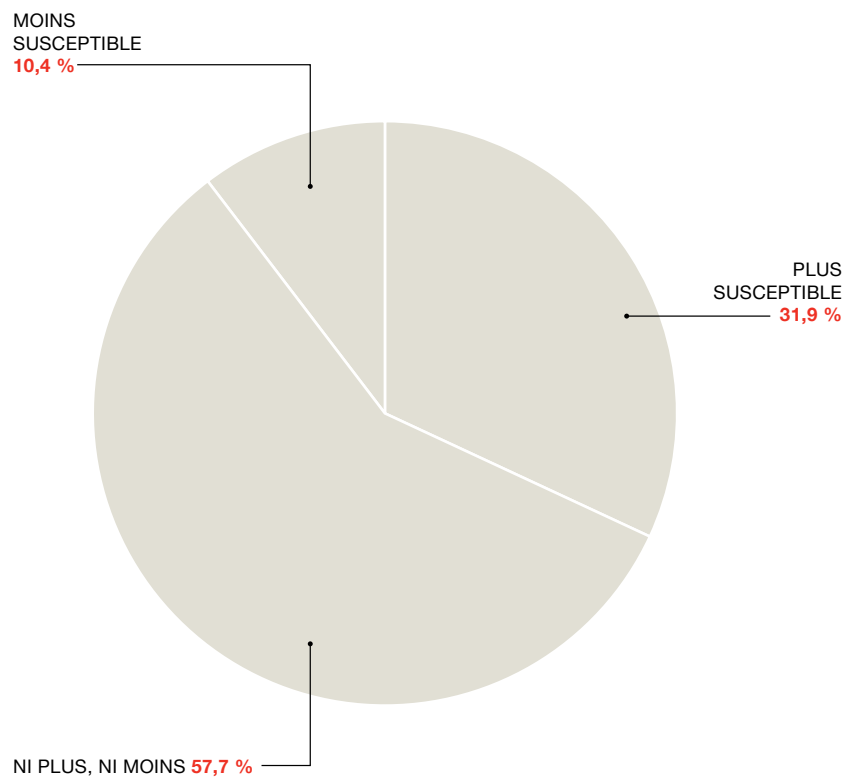
Seuls **15,5 %** des répondants ont déclaré qu'ils seraient moins susceptibles d'acheter des billets de spectacle si celui-ci est accessible en ligne;

**20,4 %** ont dit qu'ils seraient davantage disposés à acheter des billets si la prestation est diffusée numériquement. Constatation intéressante,

Si un spectacle est accessible en ligne, dans quelle mesure êtes-vous susceptible d'acheter des billets pour y assister en personne?



Dans quelle mesure êtes-vous susceptible de faire un don à une compagnie d'arts de la scène qui offre des prestations numériques gratuites?



**31,9 %** des répondants sont plus susceptibles de faire un don à une compagnie d'arts de la scène après avoir visionné une prestation numérique.

23

« D'après notre expérience, le meilleur modèle est le parrainage direct avec des annonceurs non traditionnels qui peuvent bénéficier de la visibilité auprès de notre public. »

– Alex Olegnowicz, PDG de Symmetrica2

Lire l'entrevue intégrale (en anglais) au [atgtheatre.com/blog](https://atgtheatre.com/blog)

# Analyse du milieu



24



# Services de diffusion numérique actuels

À l'heure actuelle, des milliers d'heures de prestations de haute qualité peuvent être visionnées en ligne. Certains services sont gratuits, d'autres demandent un don, et d'autres encore vendent des abonnements mensuels ou annuels. Plusieurs offrent un essai gratuit avec accès limité.

	ESSAI GRATUIT	ABONNEMENT (\$CAD)	SITE WEB	APPLI	TÉLÉ INTELLIGENTE	DEPUIS	NOUS RECOMMANDONS
MEDICI.TV	ACCÈS PARTIEL	125 \$ PAR ANNÉE	OUI	OUI	OUI	2008	<a href="#">OPERALIA CROWNS RISING STARS DE PLÁCIDO DOMINGO (2018)</a>
DSO LIVE (DETROIT SYMPHONY ORCHESTRA)	EN DIRECT SEULEMENT	ACCÈS À DSO REPLAY MOYENNANT DON DE 50 \$	OUI	NON	OUI	2011	<a href="#">BEETHOVEN : CONCERTO POUR VIOLON ET ORCHESTRE (HILARY HARN, VIOLON, 2017)</a>
BERLIN PHILHARMONIC DIGITAL CONCERT HALL	NON	224,92 \$ PAR ANNÉE	OUI	OUI	OUI	2009	<a href="#">BARBARA HANNIGANT ET SIMON RATTLE AVEC "FAÇADE" DE WILLIAM WALTON (2015)</a>
MET OPERA ON DEMAND	7 JOURS	200 \$ PAR ANNÉE	OUI	OUI	OUI	2007	<a href="#">DOCTOR ATOMIC DE JOHN ADAMS (2008)</a>
STAATSOPER.TV (BAYERISCHE STAATSOPER)	OUI	GRATUIT	OUI	NON	OUI	2017	S.O.
OPERAVISION	OUI	GRATUIT	OUI	NON	NON	2017	<a href="#">ICE DE JUHANI KOIVISTO (2019)</a>
WIENER STAATSOPER LIVE	NON	240 \$ PAR ANNÉE	OUI	OUI	OUI	2013	<a href="#">COSÌ FAN TUTTE DE MOZART (1996)</a>

25

La compagnie torontoise Against the Grain Theatre (AtG) a dynamisé les amateurs d'opéra depuis sa première production à guichets fermés devant une cinquantaine de spectateurs en décembre 2010. AtG revitalise l'art lyrique en présentant un éventail éclectique d'œuvres musicales de manière novatrice dans des espaces non conventionnels. Depuis sa première saison, les productions d'AtG n'ont cessé de faire salle comble et de recevoir les éloges de la critique et du public. Nous continuons d'initier des centaines de nouveaux amateurs d'opéra à cette forme artistique. Fondée par un collectif d'amis et d'artistes passionnés, la compagnie s'efforce d'être sérieuse dans son intention et son exécution, tout en conservant son esprit intrépide et audacieux.

**Contact médias :**  
**media@againstthegraintheatre.com**  
**647 367-8943**

Ce rapport a été rédigé par [Michael Morreale](#).

## AtG : QUI NOUS SOMMES

### Fondateur et directeur artistique

Joel Ivany

### Directeur général

Jonathan MacArthur

### Directrice, Rédaction et création

Amanda Hadi

### Associé artistique et hôte du pub de l'opéra

David Eliakis

### Chef éclairagiste

Jason Hand

### Membre fondateur et conseillère artistique

Miriam Khalil

### Consultante, Administration et projets

Michaela Dickey

### Gestionnaire de l'orchestre

Brenna Hardy-Kavanagh

### Consultant, Diffusion numérique

Michael Morreale

### Attaché médias

Michael Zarathus-Cook

### Directeur, Engagement des invités

Madison Angus

### Photographie

Darryl Block

## ANCIENS

Cait Coull, *membre fondateur*

Topher Mokrzewski, *membre fondateur*

Joanna Barrotta

Allison Bent

Cecily Carver

Brad Cherwin

Holly Coish

Nina Draganic

Nancy Hitzig

Nikki Tremblay

---

ÉQUIPE ATG : [atgtheatre.com/support](http://atgtheatre.com/support)

---

## AtG : CONSEIL D'ADMINISTRATION

Heather Legg, *présidente du Conseil*

Matthew Bernstein

Simion Candrea, *trésorier*

Marc Chalifoux

Barrie Chercover

Kim Finkelstein

Marzena Gersho

Michael Hutcheon

Joel Ivany, *membre ex officio*

Jonathan MacArthur, *membre ex officio*

Topher Mokrzewski, *membre ex officio*

Amy Mushinski, *secrétaire*

Shirley Neuman

## ADMINISTRATEURS HONORAIRES

Andrea Bellefeuille,  
*ancienne présidente*

Cecily Carver

Caitlin Coull

Nina Draganic

---

Conception : [Anastasiya Milova](#).

Traduction : Services linguistiques TACT inc.

---

## NOUS SOMMES HEUREUX DE BÉNÉFICIER DE L'APPUI DE :



Against the Grain Theatre est fière d'être la toute première participante au programme de compagnie en résidence de la Compagnie nationale d'opéra du Canada.



« Against the Grain  
est l'une des  
compagnies d'opéra  
et de théâtre les  
plus innovatrices  
de Toronto, voire  
du Canada. »

– THE GLOBE AND MAIL

