



## **Modèle de construction d'indicateurs d'activités culturelles à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec**

**Communication présentée au colloque Les Arts et la Ville  
Sherbrooke (Québec)  
10 octobre 2002**

---

### **Introduction**

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) entreprend la production et la diffusion périodique d'indicateurs d'activités culturelles comme l'a fait le Bureau de la statistique du Québec (BSQ) entre 1990 et 1997. Notre intention est de reprendre et adapter la structure de la publication du BSQ *Indicateurs d'activités culturelles, édition 1997* dont le contenu avait été révisé par rapport aux éditions précédentes. Notre intention est de produire un document annuel qui contiendra des séries statistiques récurrentes dans la mesure du possible; l'analyse y occupera une place secondaire puisque nous entendons accorder davantage d'importance à la récurrence de la publication et à sa sortie au début de chaque année.

### **Situation de la démarche**

Notre démarche, notre méthode de production d'indicateurs, se situe dans le cadre de la production d'indicateurs dérivés de l'analyse de statistiques existantes, par opposition à la recherche d'enquête (survey research) à partir d'une problématique donnée, ou l'analyse de contenu (content analysis) qui mène à l'étude de messages ou de symboles.

Le type d'indicateurs que nous produirons mettra l'accent sur la mesure de l'offre et de la demande, sur le processus de création et de consommation de produits, biens ou services culturels. Nos indicateurs ne mettront donc pas l'accent, sauf pour la production d'indicateurs selon les genres artistiques, sur la mesure et l'analyse de symboles ou de contenus, l'inventaire de valeurs ou l'analyse de politiques.

### **La notion d'indicateur**

La définition d'un indicateur nous a été inspirée du Conseil des affaires sociales et de la famille qui considérait comme indicateur « des statistiques particulièrement significatives, aptes à résumer l'information, à instruire rapidement de l'état d'un phénomène ou à rendre intelligibles les processus et les changements qui ont cours dans une société donnée ».

Cette définition nous semblait coller assez bien à la démarche retenue, au type d'indicateurs que nous voulons produire.

L'indicateur sera le résultat du croisement entre deux variables, ratio ou pourcentage, mais il pourra aussi être fait d'une statistique significative par elle-même.

### **Définition et catégorisation du secteur culturel**

En statistique, pour tracer une représentation d'un phénomène, il faut en saisir les éléments, en mesurer les caractéristiques quantitatives, le qualifier, le classer, le ranger dans des catégories de plus en plus agrégées pour arriver à en faire la synthèse. Il est dès lors fondamental que la statistique fasse appel à des classifications.

Donc, en statistique, l'objectif de la normalisation est d'organiser l'univers observé pour l'ériger en système et cela se fait à partir de classifications qui orientent et facilitent le traitement statistique, tout en permettant d'éviter les double comptes.

Le développement des classifications économiques est très élaboré et ces classifications bénéficient de développements et d'améliorations depuis plus de cinquante ans. De plus, la mondialisation des marchés amène la conclusion d'accords internationaux (GATT, ALÉNA, Union européenne) qui forcent le développement de classifications communes par les pays participants. La culture n'a cependant pas la logique de l'économie et les classifications économiques ne peuvent être utilisées intégralement; le développement de classifications proprement culturelles devient nécessaire à la production et l'organisation de statistiques sur la culture. En effet, la logique de l'économie veut que le consommateur exprime un besoin qui sera relevé par un producteur qui présente une offre. La logique culturelle est différente du fait qu'elle part d'une œuvre, unique ou presque. Nous connaissons la demande globale, mais ce sont des produits particuliers qui trouvent preneur.

L'Observatoire travaille présentement à l'élaboration d'une classification des établissements culturels. Une première ébauche de la structure du *Système de classifications des établissements de la culture et des communications du Québec*<sup>1</sup> (SCÉCCQ) a été publiée par l'OCCQ. D'autres travaux viendront éventuellement sur les produits culturels, biens ou services. Les classifications d'établissements étant basées sur l'activité principale, pour bien cerner l'ensemble de l'activité culturelle, il faudra adapter ce concept à l'activité culturelle principale.

---

<sup>1</sup> [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif\\_obs/SCECC\\_versi03\\_2002.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/classif_obs/SCECC_versi03_2002.pdf).

Le SCÉCCQ divise la culture et les communications en domaines :

- 11 Arts visuels, arts médiatiques et métiers d'art
- 12 Arts de la scène
- 13 Patrimoine, institutions muséales et archives
- 14 Livre
- 15 Périodique
- 16 Bibliothèques
- 17 Enregistrement sonore
- 18 Cinéma et audiovisuel
- 19 Radio et télévision
- 20 Multimédia et nouveaux médias
- 21 Architecture et design
- 22 Publicité et relations publiques
- 23 Établissements multisectoriels
- 24 Organismes de représentation
- 25 Administration publique

L'identification d'un domaine **Établissements multisectoriels** paraît peu orthodoxe selon les principes généraux des classifications statistiques. Nous le retenons néanmoins pour y regrouper les établissements opérant dans plus d'un domaine; pensons, par exemple, au comédien qui jouera à la fois sur la scène, dans un film, à la radio et à la télévision, dans une publicité, dans un produit multimédia, etc. Le cadre théorique prévoit, par ailleurs, qu'il nous faudra d'abord obtenir de ces établissements leurs statistiques principales pour chacun des domaines dans lesquels ils opèrent et ensuite les répartir par domaine.

Chaque domaine est divisé en fonctions et chacune des fonctions est à son tour divisée en groupes. Les fonctions retenues sont :

- La création;
- La production;
- La diffusion ou la distribution;
- La formation.

On remarquera que la conservation, fréquemment retenue comme fonction, ne l'est pas ici. Nous avons constaté que les établissements dont l'activité principale en est une de conservation font tous partie d'un domaine (bibliothèques ou patrimoine, institutions muséales et archives).

## **Le modèle de construction d'indicateurs de l'OCCQ**

On réfère fréquemment à la culture comme une production de sens. Bien que fort générale, cette définition nous permet de caractériser les produits culturels. Le choix des indicateurs sera fait en considérant d'abord la création (ou la production) de ces produits, ensuite leur accessibilité et, enfin, leur consommation. De cette approche générale nous dérivons un modèle qui sera appliqué à chacun des domaines culturels :

### **a) Les créations québécoises (l'œuvre)**

- Nombre de produits (œuvres) selon le genre et la langue (s'il y a lieu). Ratio par 100 000 h.
- Part du financement public. Dépenses publiques incluant les crédits d'impôt sur les recettes totales.
- La relève. Le créateur est choisi comme dénominateur pour chaque domaine.

### **b) La filière de production (les intervenants)**

- Processus de la création à la conservation. Identifier les intervenants, du créateur au consommateur, les présenter selon leur séquence d'intervention, en donner le nombre et mettre des \$ là où c'est possible. Inclure ici les institutions de relais accessibles au public, etc.

### **c) L'accessibilité (offre de biens et services)**

- Les équipements.
- Nombre de produits offerts (nombre d'œuvres, nombre de copies). Ratio par 100 000 h.
- Répartition en % de l'offre selon la provenance (pour les produits de grande consommation).
- Taux d'équipement des ménages, s'il y a lieu.

### **d) La consommation (demande de biens et services)**

- La demande globale du domaine.
- Nombre de produits demandés (ratio par 100 000 h.).
- Répartition en % de la consommation selon la provenance pour les produits de grande consommation.
- Parts de marché des biens et services québécois dans l'ensemble du marché du Québec.
- Le comportement des consommateurs (les publics).

- Taux d'utilisation ou de fréquentation selon la langue.
- Dépense moyenne par ménage selon le genre d'équipement ou de service.
- Les préférences des consommateurs.
- Quels sont les principaux succès (ensemble et productions québécoises).
- Fréquentation des événements majeurs.

**e) Les travailleurs culturels**

- Nombre de travailleurs culturels par profession, par 100 000 h.  
Cet indicateur ne peut être produit que pour l'ensemble de la culture à partir des données du recensement. Des données par secteur sont disponibles à partir des enquêtes sectorielles. Il ne faut cependant pas mêler les deux sources, l'une étant une enquête ménage et l'autre une enquête entreprise.

**f) Les dépenses publiques au titre de la culture**

- Dépenses internes et externes par niveau de gouvernement, par domaine.

Ce modèle général est appliqué à tous les domaines culturels avec des résultats qui varient d'un domaine à l'autre, principalement en fonction de l'information disponible.

Lorsque le choix des indicateurs est fait, il reste à présenter cette information de façon cohérente. Nous avons choisi de structurer le document par thème plutôt que par domaine, principalement pour faciliter les comparaisons. L'approche que nous retenons est la suivante :

- Les publics
  - L'emploi du temps
  - Les dépenses des familles
  - Les pratiques culturelles
  - Les équipements
- Les établissements culturels
  - Les statistiques principales des établissements présentées par domaine
- Les travailleurs culturels
- Les dépenses publiques
- L'enseignement des arts

→ Les succès

Le choix de présenter les succès dans chacun des domaines semble s'éloigner des autres choix statistiques. Nous le faisons pour illustrer que ce qui distingue la culture des indicateurs économiques standard, c'est précisément la caractérisation du contenu.

### **Les régions**

Notre objectif, pour le moment, est de produire des indicateurs nationaux. Cependant, l'aspect régional devra être considéré dès que les ressources le permettront. Le comité interministériel des régions a décidé d'exclure le volet culturel de son mandat pour le moment puisqu'« il est difficile de produire des indicateurs d'accès aux services culturels comparables entre les régions ». Il revient aux travailleurs de l'information culturelle de corriger cet état de fait.

### **Les embûches**

Nous l'avons souligné, l'état de l'information variera d'un domaine à l'autre. On observera plusieurs difficultés ou limites.

- Univers mouvants ou mal cernés.
- Manque de consistance dans les séries statistiques à cause d'univers mouvants ou mal cernés.
- Concentration d'entreprises ou organismes.
- Plusieurs données sont confidentielles à cause de la concentration des établissements dans certains secteurs.
- Variation des concepts et définitions.
- Différence dans les concepts et définitions d'une source à l'autre. Citons, par exemple, le secteur du livre où les catégories varient d'une source à l'autre, nous empêchant ainsi de réunir de telles données.
- Variation dans les échéanciers de production.

- L'échéance de sortie de certaines données. Il est difficile de faire le tour d'un secteur culturel pour une année récente à cause de la diversité des sources qui font que les données ne sont pas disponibles en même temps pour la même année.
- Manque de continuité dans la production statistique.
- Manque de continuité dans la production de certaines données produites à des intervalles irréguliers ou qui disparaissent tout simplement..
- Absence de données dans certains secteurs.
- Les exemples seraient trop nombreux. Le système étant à la remorque de la production de statistiques économiques basées sur les classifications économiques.
- Choix de l'unité statistique enquêtée.
- Certaines enquêtes sont faites au niveau de l'entreprise plutôt que de l'établissement. Cela signifie en clair que le siège social donne de l'information pour l'ensemble de son entreprise, ce qui rend la répartition par province plus risquée pour de grandes entreprises ayant des établissements dans plusieurs provinces.

## **Conclusion**

L'OCCQ est en processus de développement et de construction dans ce projet. Les commentaires des intéressés seront fort appréciés. Notre production sera utile et significative en autant qu'elle révélera, pour ses utilisateurs, l'état de l'évolution, qu'elle leur rendra intelligibles les processus et les changements qui ont cours dans leur domaine. Les commentaires des intéressés peuvent être expédiés à [observatoire@stat.gouv.qc.ca](mailto:observatoire@stat.gouv.qc.ca).

Serge Bernier, directeur  
Observatoire de la culture et des  
communications du Québec  
Institut de la statistique du Québec  
200, chemin Sainte-Foy, 3<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone : (418) 691-2414, poste 3137  
Télécopieur : (418) 643-4129  
[www.stat.gouv.qc.ca/observatoire](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire)