
Sondage d'opinion sur l'industrie canadienne de la musique et du cinéma

Réalisé pour : Le ministère du Patrimoine canadien

Date : Juillet 2005

Contrat : N° C1111-050115/001/CY

ISBN : CH44-71/2005F-PDF
0-662-74764-X

Personne-ressource au Centre de recherche Décima : **Rick Nadeau, vice-président**
rnadeau@decima.com www.decima.com



Le Centre de recherche Décima inc. est accréditée ISO 9001:2000.

TORONTO

2345, rue Yonge
Bureau 405
Toronto (Ontario)
M4P 2E5
CANADA
tél. : (416) 962-2013
télééc. : (416) 962-0505

OTTAWA

160, rue Elgin
Bureau 1820
Ottawa (Ontario)
K2P 2P7
CANADA
tél. : (613) 230-2200
télééc. : (416) 230-9048

MONTRÉAL

630, rue Sherbrooke Ouest
Bureau 1101
Montréal (Québec)
H3A 1E4
CANADA
tél. : (514) 288-0037
télééc. : (514) 288-0138

Confidentialité : Tout document ou renseignement fourni par le ministère du Patrimoine canadien et toutes les données recueillies par Décima seront traités comme confidentiels par la Société et seront emmagasinés en toute sécurité dans les bureaux de Décima (et ce, en conformité avec les normes du secteur et les lois pertinentes).

Table des matières

Objectifs et méthode de recherche	p. 3
Aperçu des résultats	p. 7
Résultats détaillés - Cinéma	p. 14
Fréquentation des salles de cinéma et endroits où les Canadiens visionnent les films	p. 15
Location et achat de films	p. 30
Genres cinématographiques	p. 39
Connaissance et visionnement de longs métrages canadiens	p. 43
Attitudes à l'égard du long métrage canadien	p. 58
Résultats détaillés - Musique	p. 65
Habitudes d'écoute	p. 67
Comportement des acheteurs	p. 81
Spectacles en direct	p. 93
Conclusions	p. 98
Annexes	p. 103
Questionnaire en anglais	
Questionnaire en français	

Objectifs et méthode de recherche

Objectifs et méthode de recherche

- La Direction générale de la politique du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore (DGPFVES) de Patrimoine canadien souhaitait connaître les attitudes et les comportements des Canadiens et des Canadiennes à l'égard de la musique et du cinéma canadiens. Plus précisément, elle souhaitait déterminer :
 - le niveau de connaissance de la musique et du cinéma canadiens;
 - les niveaux de satisfaction concernant la musique et le film canadiens;
 - le comportement des acheteurs de DVD et de CD;
 - la fréquentation des salles de cinéma et l'assistance à des concerts en direct.
- Grâce à la technologie intitulée ITAO (interview téléphonique assistée par ordinateur) de Décima, un total de 2 002 entrevues ont été menées auprès de Canadiens et de Canadiennes âgés de 15 ans et plus.
- Étant donné les succès récents connus par l'industrie du long métrage au Québec, la présente étude porte un intérêt particulier aux résidents du Québec. Il a été décidé de mener 750 des 2 002 entrevues au Québec afin d'avoir un échantillon suffisamment important pour permettre une analyse plus détaillée du marché du Québec.
- La marge d'erreur statistique associée (à un niveau de confiance de 95 %) à chaque question posée à tous les répondants est de $\pm 2,2$ %. Certains résultats sont établis en fonction de plus petits sous-segments de l'échantillon total (et sont indiqués s'il y a lieu), si bien que la marge d'erreur sera plus grande.
- Les résultats du présent rapport tiennent compte des sous-groupes suivants : région, langue utilisée afin de compléter le sondage, âge, sexe, tranche de revenu du ménage, niveau de scolarité, minorité visible ou Autochtone, et résidence en milieu rural par opposition au milieu urbain.
- Une analyse supplémentaire a été menée auprès des répondants qui vont au cinéma au moins une fois par mois. De même, les répondants ont été classés selon le nombre de films canadiens qu'ils ont vus (on trouvera une description détaillée en note en bas de page sur la diapositive 25).

Objectifs et méthode de recherche

- On trouvera ci-dessous la répartition générale des entrevues et la marge d'erreur associée à chaque région :

		<u>Marge d'erreur</u>
Atlantique	250 entrevues	± 6,2 %
Québec	750 entrevues	± 3,6 %
Ontario	400 entrevues	± 4,9 %
Manitoba/Saskatchewan	202 entrevues	± 6,9 %
Alberta	200 entrevues	± 6,9 %
<u>Colombie-Britannique</u>	<u>200 entrevue</u>	<u>± 6,9 %</u>
Ensemble du Canada	2 002 entrevues	± 2,2 %

- Il importe de noter que les marges d'erreur mentionnées dans la présente section sont les marges maximales associées aux réponses affirmatives à 50 %. Les marges d'erreur varient d'une question à l'autre en fonction de divers facteurs, de la taille de l'échantillon et du pourcentage réel auquel la marge d'erreur est associée. Par exemple, la marge d'erreur associée à une question à laquelle 50 % des réponses sont affirmatives sera différente de celle qui est associée à une question où 15 % des réponses sont affirmatives (en supposant que la taille de l'échantillon est la même pour les deux questions).

Objectifs et méthode de recherche

- Les données sont pondérées en tableaux selon la région, l'âge et le sexe afin de reproduire la répartition de la population réelle d'après les données du recensement de 2001. Les pourcentages sont établis en fonction du total des réponses. Ceux qui répondent « ne sait pas » ou « refuse » ne sont pas inclus dans le total des répondants.
- Le rapport présente le pourcentage des quatre cotes supérieures. Un pourcentage des quatre cotes les plus élevées représente la somme des quatre meilleures cotes attribuées aux réponses à une question. Par exemple, dans une réponse où il faut exprimer son accord sur une échelle de dix (où « 10 » correspond à fortement en accord et « 1 » à fortement en désaccord), le pourcentage des quatre cotes supérieures représente les résultats de ceux qui sont fortement en accord et ont donné une réponse méritant 7, 8, 9 ou 10.
- Dans certains cas, les valeurs des champs des quatre cotes supérieures indiquées dans ce rapport sont légèrement différentes de celles des tableaux de données (fournies au client). Ce léger écart est attribuable à l'arrondissement des données.
- Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que les fréquences dans un autre segment de la population.
- Pour les questions où un intervalle est utilisé comme méthode pour résumer les réponses (p. ex., 1 à 5 heures), un point milieu est utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., le temps moyen passé chez les répondants).
- Des 2 002 entrevues menées à terme, un total de 693 l'ont été en français. Les résidents du Québec constituent 691 des répondants en français, alors que seulement 2 entrevues ont été menées en français à l'extérieur du Québec. Les 59 autres répondants du Québec ont répondu aux questions en anglais.
- S'il y a lieu, la recherche comparera ces résultats à une ou plusieurs des trois recherches précédentes :
 - « Canadians at the Movies: Attitudes and Behaviour Toward Canadian Cinema », 1998, Groupe Angus Reid, interviews 1,501 Canadian adults.
 - « The Associated Press/AOL Poll: Movies Study », 2005, Ipsos-Public Affairs, interviews 1,000 American adults.
 - « Cinémas et ciné-parcs », Canada 1998/99 à 2003/04, Statistique Canada.

Aperçu des résultats

Aperçu des résultats

Les objectifs et l'approche

- La Direction générale de la politique du film, de la vidéo et de l'enregistrement sonore (DGSFP) de Patrimoine canadien souhaite connaître les attitudes et les comportements des Canadiens et des Canadiennes à l'égard de la musique et du cinéma canadiens.
- Pour y parvenir, la Direction générale a mené un sondage à l'aide de la technologie ITAO (interview téléphonique assistée par ordinateur). Au total, 2 002 entrevues téléphoniques ont été menées entre le 23 et le 31 mai 2005. Les sondages ont été effectués dans toutes les régions du Canada, avec un suréchantillon de 750 entrevues au Québec.

Les résultats – Industrie canadienne du long métrage

Fréquentation des salles de cinéma et endroits où les Canadiens visionnent les films

- Selon une enquête récente de Statistique Canada, la fréquentation des salles de cinéma a diminué au cours de 2003-2004, mettant ainsi un terme à une tendance à la hausse qui se maintenait depuis plus d'une décennie.
- Les résultats du présent rapport indiquent que la moitié des Canadiens et Canadiennes vont au cinéma au moins une fois tous les trois mois. Cependant, étant donné divers facteurs externes comme le coût, le temps et diverses questions pratiques, les Canadiens regardent plus de films à la maison, sur des réseaux réguliers et spécialisés ou des réseaux de films, en louant des films ou en regardant des films tirés de leur propre collection.
- Ces dernières années, deux nouvelles technologies ont vu le jour et sont considérées comme des moyens permettant aux gens de regarder des films. Il s'agit de la vidéo sur demande (VSD) et du téléchargement de films sur Internet. Même si un très faible pourcentage de la population regarde des films à l'aide de ces nouvelles technologies, la situation risque fort de changer au cours des prochaines années au fur et à mesure que les fournisseurs de services de télévision offriront la vidéo sur demande et que l'on aura davantage accès à la bande large.
- Les répondants plus jeunes regardent plus de films en général. Ceux qui vont souvent au cinéma sont en général des jeunes hommes, vivant dans des régions urbaines et qui gagnent un revenu annuel plus élevé.
- Les influences les plus importantes pour ce qui est du choix d'un film au cinéma sont le scénario, le bouche-à-oreille et les acteurs qui font partie du film.

Aperçu des résultats

Préférences linguistiques

- Dans l'ensemble, les quatre cinquièmes de la population canadienne regardent des films en anglais, alors que les répondants du Québec regardent environ le quart de leurs films en français. Le tiers des répondants du Québec préfèrent voir des films dans la version originale anglaise, ce qui constitue un pourcentage important comparativement aux répondants du reste du Canada pour qui la vaste majorité préfèrent voir les films produits en français, soit doublés, soit avec sous-titres anglais.

Location et achat de films

- Les deux tiers des Canadiens louent des films au moins une fois tous les trois mois, ce qui contraste avec le nombre de fois où ils achètent des films, c'est-à-dire en moyenne quelques fois par année. Les répondants plus jeunes sont plus susceptibles de louer et d'acheter des films comparativement aux répondants plus âgés.
- Des facteurs semblables influent sur le choix de louer ou d'acheter un film. Cela inclut le contenu du film, la connaissance qu'on en a (pour en avoir entendu parler par d'autres), la publicité qui en est faite et les acteurs. Les facteurs qui sont en général plus fréquemment cités lorsqu'il est question d'acheter des films comprennent le désir de posséder le film parce qu'on l'a vraiment beaucoup aimé, le coût et le désir de le revoir à plusieurs reprises.

Préférences quant au genre cinématographique

- Les Canadiens préfèrent les comédies, les drames, les films d'espionnage ou de suspense et les films d'action. Les comédies, les films d'action et d'horreur sont plus susceptibles de recueillir l'aval des jeunes Canadiens. Les résidents du Québec sont plus susceptibles d'être intéressés que les autres Canadiens par les films d'espionnage ou de suspense, les films d'art et les films étrangers.

Aperçu des résultats

Connaissance de l'industrie canadienne du long métrage et spectateurs

- Les trois principaux longs métrages canadiens dont les Canadiens ont entendu parler et qu'ils ont vus sont tous des films en anglais : *Men with Brooms*, *Mambo Italiano* et *Resident Evil : Apocalypse*. Les trois principaux films qui sont connus et qui ont été regardés par des résidents du Québec sont les suivants : *Les Invasions barbares*, *Séraphin* et *La Grande séduction* – tous des longs métrages québécois.
- De même, les résidents du Québec ont à la fois entendu parler des longs métrages canadiens et en ont vu plus que ceux qui résident dans le reste du Canada. Plus précisément, au moins quatre résidents sur cinq du Québec ont entendu parler de six des huit films en français. Dans le reste du Canada, environ la moitié des répondants (allant de 25 % à 68 %) ont entendu parler des films énumérés en anglais. Ainsi, les films en français ont beaucoup de succès au Québec comparativement aux films en anglais dans le reste du Canada.

Attitudes à l'égard de l'industrie canadienne du long métrage

- La majorité des Canadiens conviennent qu'il est important que les films canadiens soient projetés dans des salles de cinéma au Canada. Les Canadiens croient également que les films canadiens devraient être présentés à la télévision.
- Environ le quart des Canadiens croient que les films canadiens ne sont pas projetés dans des cinémas ou offerts dans des clubs vidéo.
- La majorité des Canadiens estiment que les gens verraient plus de films canadiens s'ils bénéficiaient d'une meilleure promotion et d'une meilleure publicité.
- La moitié des Canadiens considèrent la qualité des films produits au Canada aussi bonne que les films réalisés dans d'autres pays et que depuis quelques années, l'industrie canadienne du cinéma fait de meilleurs films.

Aperçu des résultats

Les résultats – Industrie canadienne de la musique

Perceptions de la qualité de la musique canadienne

- Les Canadiens pensent que la musique canadienne peut se tailler une place sur la scène internationale. La vaste majorité (93 %) en estiment la qualité égale, sinon supérieure, à celle des artistes étrangers.

Habitudes d'écoute des Canadiens

- Lorsque les Canadiens écoutent de la musique ou lorsqu'ils découvrent de la nouvelle musique, la radio est selon la plupart la source principale la plus fréquente de leur découverte ou de leur écoute. Les CD et les mp3 sont également une façon fréquente et importante d'accéder à la musique. Les Canadiens écoutent de la musique pendant, en moyenne, près de 19 heures par semaine.

Technologies reliées à la musique

- Plus de 80 % des Canadiens ont accès à un ordinateur et à un lecteur DVD, deux tiers ont accès à un téléphone cellulaire et plus de la moitié ont accès à un graveur de CD. Les nouvelles technologies comprennent les appareils portables de musique numérique (deux Canadiens sur cinq) et les graveurs de DVD (un sur trois).

Préférences musicales

- Chez les Canadiens, les genres musicaux préférés sont le rock, les succès actuels ou la musique populaire et la musique country. Les résidents du reste du Canada, comparativement à ceux du Québec, sont plus susceptibles de préférer la musique rock et country, alors que les résidents du Québec vont préférer les succès populaires ou la musique populaire, le jazz ou le blues et la musique du monde.
- Les hommes préfèrent de loin écouter de la musique rock par rapport aux autres genres de musique, alors que les femmes ont des goûts plus éclectiques et écoutent une plus grande variété de musiques en général.

Aperçu des résultats

Préférences linguistiques

- Les Canadiens écoutent les trois quarts (74 %) de leur musique en anglais et 10 % en français.
- Les autres musiques écoutées par les Canadiens sont des musiques espagnole, italienne et allemande.

Comportement d'achat

- En moyenne, les Canadiens achètent 10 CD par année, dont 4 sont réalisés par des artistes canadiens. Les tendances en matière de quantités achetées sont semblables partout au pays, mais les résidents du Québec achètent en général plus de CD canadiens que les résidents vivant dans le reste du Canada.
- Les magasins de musique de détail traditionnels sont l'endroit de choix de la plupart des Canadiens pour acheter leur musique, suivis des magasins à grande surface.
- Près de la moitié des Canadiens ont acheté au moins un DVD de musique au cours de l'an dernier.
- La grande majorité des Canadiens ont accès à Internet, soit à la maison, soit au travail ou ailleurs. Même si le téléchargement de musique gratuit sur Internet occupe une place de choix, les services rémunérés en ligne prennent de plus en plus d'importance. Environ le tiers de la musique téléchargée, qu'elle soit achetée ou obtenue gratuitement, est de la musique canadienne. Les jeunes Canadiens sont plus susceptibles d'utiliser cette technologie.
- À peine plus d'un dixième des utilisateurs canadiens de téléphone cellulaire ont acheté au moins une sonnerie pour leur téléphone cellulaire au cours de l'an dernier. De nouveau, les jeunes Canadiens sont les consommateurs les plus actifs de ce produit.

Aperçu des résultats

Acheter de la musique dans un magasin ou en ligne

- De façon générale, les Canadiens reconnaissent qu'ils peuvent facilement trouver de la musique canadienne dans les magasins de musique et sont moins susceptibles de convenir que trouver de la musique canadienne en ligne est facile. Les Canadiens sont tout aussi susceptibles de reconnaître que la musique étrangère est facile à trouver dans les magasins que de reconnaître que la même musique est facile à trouver en ligne (environ 4 sur 10 se sont dits d'accord).

Spectacles de musique en direct

- Près de la moitié de la population canadienne a assisté à au moins un spectacle de musique en direct au cours de l'an dernier, ce qui inclut les spectacles donnés par des musiciens, des chanteurs et des groupes professionnels et amateurs. Un pourcentage important de ces spectacles a été réalisé par des artistes canadiens, ce qui indique que les nombreux festivals et les spectacles dans les pubs sont une partie importante de notre culture et une activité favorite des Canadiens. Les spectateurs sont en général plus jeunes ou ont un revenu annuel plus élevé.

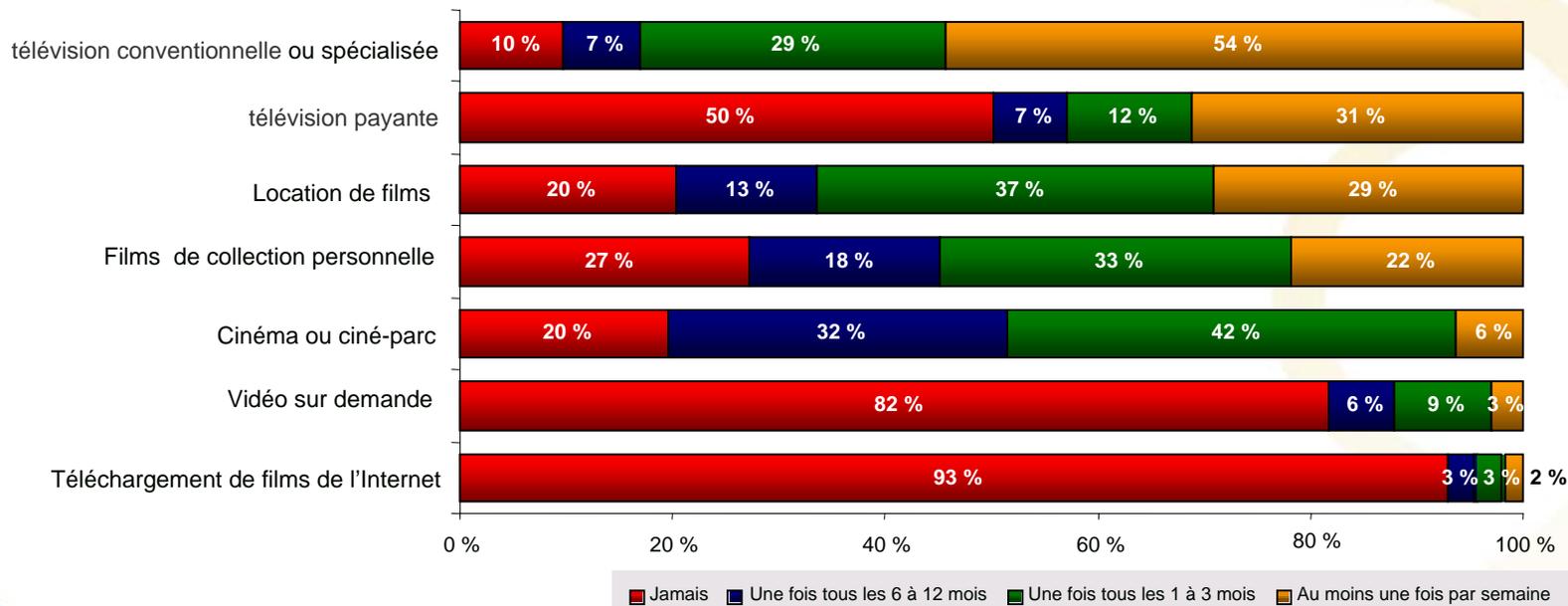
Résultats détaillés

Industrie canadienne du film

Fréquentation des salles de cinéma et endroits où les Canadiens visionnent les films

Fréquentation des salles de cinéma et endroits où les Canadiens visionnent les films

- Aujourd'hui, les Canadiens peuvent avoir accès aux films de diverses façons. La présente recherche mesure quelles approches et technologies sont utilisées et à quel rythme elles le sont durant une année moyenne. Les résultats indiquent que la télévision est le principal moyen utilisé pour voir des films, soit à la télévision conventionnelle ou spécialisée (54 % regardent ainsi des films au moins une fois par semaine), soit sur la télévision payante (31 %). À noter que 50 % des Canadiens ne regardent jamais la télévision payante.
- Vingt-neuf pour cent des Canadiens louent des films au moins une fois par semaine, suivis de près par le visionnement de films tirés de leur collection personnelle, soit 22 %.
- Alors que 80 % « vont au cinéma » au moins une fois par année, seulement 6 % y vont au moins une fois par semaine.
- Le téléchargement de films de l'Internet et la vidéo sur demande sont encore des façons relativement nouvelles de voir des films. Quatre-vingt-treize pour cent des Canadiens ne téléchargent ou ne regardent pas de films tirés de l'Internet et 82 % ne regardent pas de films à l'aide du service de vidéo sur demande.



Fréquentation des salles de cinéma et endroits où les Canadiens voient les films

- Des comparaisons ont été effectuées entre des segments de population en se concentrant sur ceux qui regardent les films à l'aide de chaque méthode au moins une fois tous les trois mois (d'après la question A1: À quelle fréquence allez-vous au cinéma...?)
- Les hommes sont plus susceptibles que les femmes de faire une des choses suivantes au moins une fois tous les trois mois : louer un film (70 % c. 63 %), aller dans un cinéma ou un ciné-parc (53 % c. 45 %) et télécharger et regarder des films (6 % c. 3 %).
- Les jeunes Canadiens, plus particulièrement ceux qui sont âgés de 15 à 20 ans, regardent des films à l'aide de tous les moyens plus souvent que les Canadiens plus âgés. Certaines des différences les plus importantes sont constatées en ce qui concerne la location de films (88 % c. 34 % pour les 55 ans et plus) et la fréquentation des salles de cinéma ou des ciné-parcs (84 % c. 24 %).
- Les citadins sont plus susceptibles que les habitants des régions rurales de faire une des choses suivantes au moins une fois tous les trois mois : louer un film (70 % c. 62 %), regarder un film tiré de leur propre collection (56 % c. 50 %), regarder un film dans un cinéma ou au ciné-parc (54 % c. 42 %) et télécharger un film de l'Internet (5 % c. 2 %). Par contre, les résidents des régions rurales sont plus susceptibles de regarder un réseau de films (53 % c. 41 %).
- Pour plus de détails, y compris les différences établies en fonction du revenu annuel du ménage, prière de se reporter au tableau ci-dessous. Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que les fréquences dans un autre segment de la population.

Pourcentage de répondants qui font l'une des choses suivantes au moins une fois tous les trois mois*	Global	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+	Citadins	Ruraux	40 000 \$- 50 000 \$-			
										40 000 \$	60 000 \$	80 000 \$	+80 000 \$
Regarder un film à télévision conventionnelle ou spécialisée (n=1 657)	83 %	82 %	84 %	89 %	82 %	85 %	80 %	83 %	86 %	79 %	85 %	87 %	83 %
Louer un film (n=1 370)	66 %	70 %	63 %	88 %	85 %	73 %	34 %	70 %	62 %	54 %	69 %	71 %	83 %
Regarder un film tiré de sa collection personnelle (n=1 087)	55 %	56 %	54 %	80 %	68 %	57 %	33 %	56 %	50 %	50 %	58 %	57 %	59 %
Regarder un film dans un cinéma ou un ciné-parc (n=1 043)	49 %	53 %	45 %	84 %	67 %	45 %	24 %	54 %	42 %	39 %	45 %	55 %	59 %
Regarder la télévision payante (n=855)	43 %	42 %	43 %	57 %	48 %	41 %	35 %	41 %	53 %	42 %	42 %	44 %	43 %
Utiliser le service de vidéo sur demande (n=249)	12 %	13 %	11 %	21 %	16 %	11 %	7 %	12 %	11 %	9 %	13 %	15 %	15 %
Télécharger ou regarder des films tirés de l'Internet (n=92)	4 %	6 %	3 %	13 %	11 %	1 %	<1 %	5 %	2 %	6 %	4 %	4 %	5 %

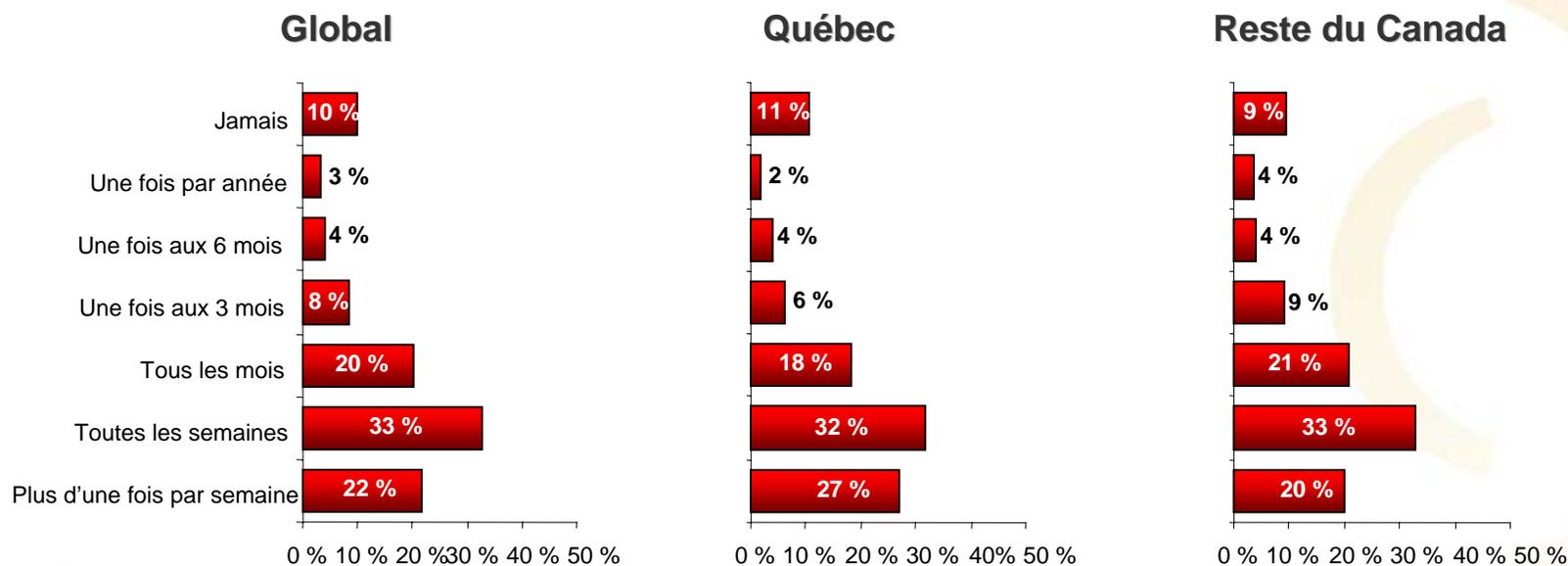
* Les résultats de cette page peuvent différer de ceux de la page précédente et de ceux dans les tableaux de données étant donné l'arrondissement des données.

Question : A1. À quelle fréquence allez-vous au cinéma...?
Base : Au moins une fois tous les trois mois (n varie selon la méthode)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

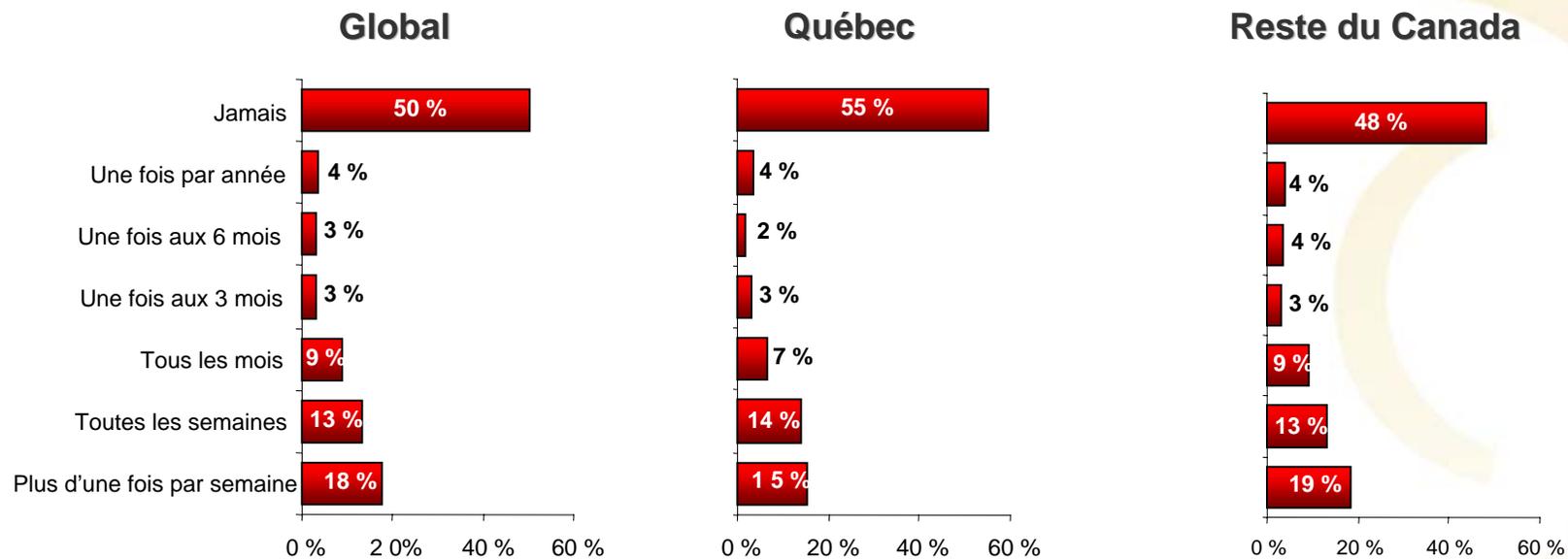
Regarder un long métrage à la télévision conventionnelle ou spécialisée

- Tout comme les résultats du résumé des pages précédentes l'indiquent, les Canadiens semblent regarder la plupart de leurs longs métrages à la télévision diffusés à la télévision conventionnelle ou spécialisée, autrement dit par les réseaux qui diffusent divers types d'émissions en plus des longs métrages. Les résultats détaillés montrent que plus des trois quarts des répondants regardent des films à la télévision au moins une fois par mois et que près du quart des Canadiens regardent un film de cette façon plus d'une fois par semaine.
- Les résidents du Québec sont légèrement plus susceptibles de regarder des films à la télévision, 59 % s'adonnent à cette activité au moins une fois par semaine, comparativement à 53 % des Canadiens des autres provinces.



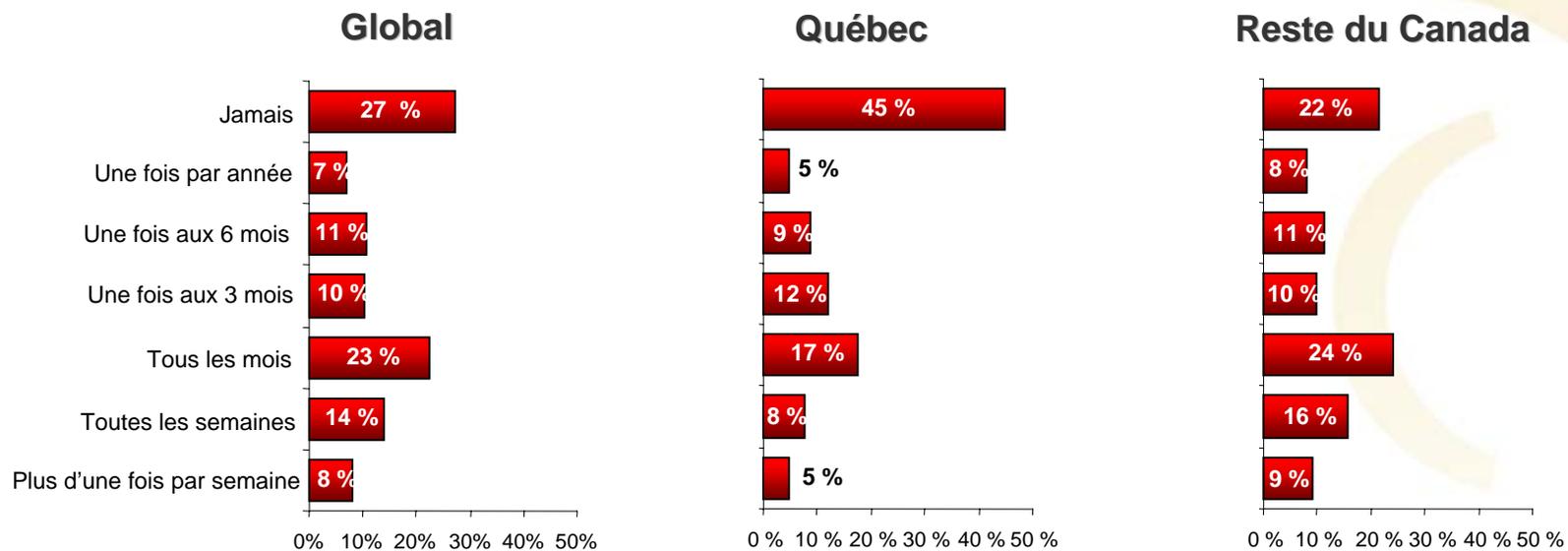
Regarder la télévision payante

- Outre le fait de regarder des films à la télévision conventionnelle ou spécialisée, les Canadiens peuvent également avoir accès à des films à la télévision payante. Les Canadiens qui utilisent cette méthode semblent être un groupe sélect et précis au sein de la population – autrement dit, pas plus de la moitié des Canadiens regardent les films de cette façon, et ceux qui le font, le font souvent. Plus précisément, 31 % (ou trois « utilisateurs » sur cinq) regardent un ou des films au moins une fois par semaine.
- En général, les résidents du Québec sont moins susceptibles que les autres Canadiens de regarder des films à la télévision payante (45 % c. 52 %). De même, si on prend toutes les régions, les résidents de la Colombie-Britannique sont ceux qui regardent la télévision payante le moins souvent, 62 % indiquant qu'ils ne regardent jamais un tel canal.



Regarder un film tiré de sa propre collection

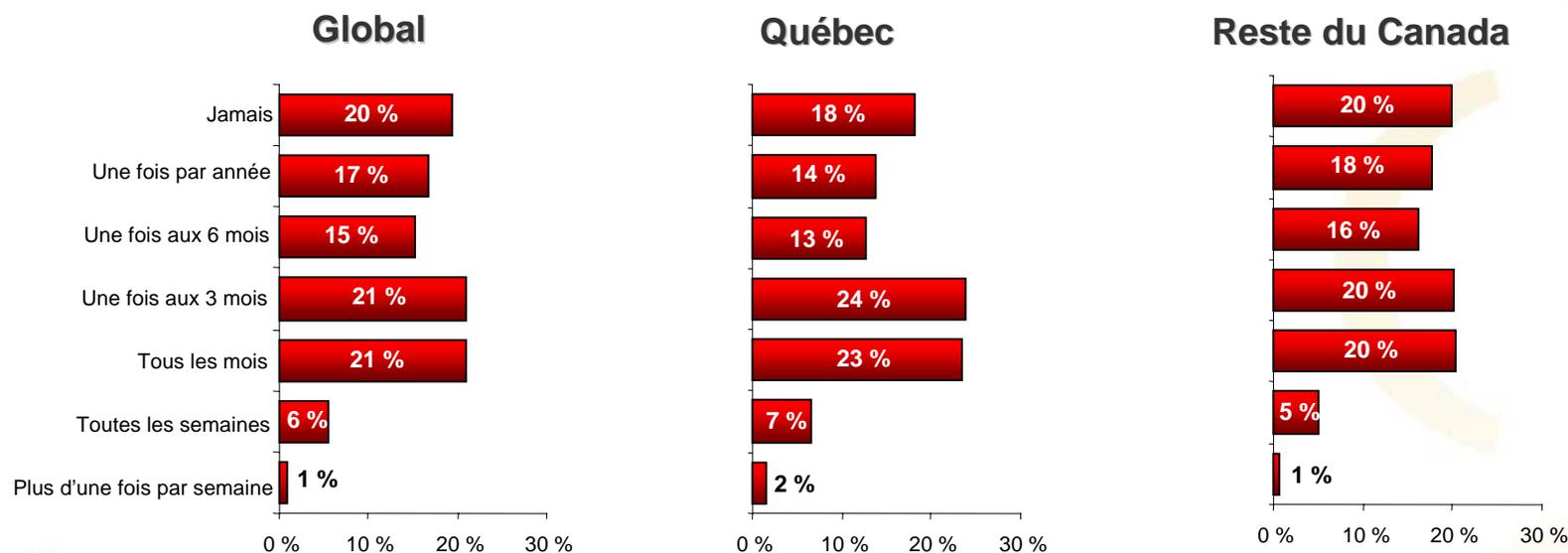
- Les Canadiens semblent aussi aimer regarder des films tirés de leur propre collection. Plus de la moitié regardent leurs propres films au moins une fois tous les trois mois, alors que 27 % ne regardent jamais de films tirés de leur propre collection (ce qui, peut-on supposer, inclut les Canadiens qui ne possèdent pas de films).
- Nous constatons des différences importantes entre les résidents du Québec et ceux du reste du Canada. Près de la moitié (45 %) des résidents du Québec indiquent ne jamais regarder de films tirés de leur propre collection, alors que cette proportion est de 22 % chez les résidents du reste du Canada. En fait, les résidents du Québec sont les moins susceptibles de regarder des films tirés de leur collection. Ils sont suivis de loin par les répondants de la région de l'Atlantique où 29 % ne regardent jamais de films tirés de leur propre collection. Ce sont là des différences notables compte tenu des pourcentages équivalents en Alberta, au Manitoba et en Saskatchewan qui sont d'environ 16 %.



Fréquentation des salles de cinéma ou des ciné-parcs

- Près de la moitié (49 %) des Canadiens fréquentent les salles de cinéma ou les ciné-parcs au moins une fois tous les trois mois. Parmi ces gens, 1 % fréquente un de ces deux endroits plus d'une fois par semaine, 6 % une fois par semaine, 21 % une fois par mois et 21 % une fois tous les trois mois. Les amateurs de cinéma les moins assidus peuvent se rendre dans un cinéma ou un ciné-parc au moins une fois tous les six mois (15 %) ou une fois par année (17 %). Vingt pour cent des Canadiens disent ne jamais aller au cinéma.

Selon une enquête de Statistique Canada menée en 2003-2004 sur les cinémas, la fréquentation combinée des salles de cinéma et des ciné-parcs a diminué de 4,6 %. Cela contraste avec une tendance à la hausse notée depuis plus d'une décennie. Il est fort possible que la crainte du SRAS ait contribué à cette baisse de la fréquentation, surtout à Toronto et à Vancouver. Si l'on compare nos résultats en 2005 avec l'étude menée en 1998 par le groupe Angus Reid pour PCH, la fréquentation des salles de cinéma a légèrement augmenté. Si l'on tient compte du pourcentage de Canadiens qui fréquentent une salle de cinéma au moins une fois tous les trois mois, la fréquentation est passée de 46 % en 1998 à 49 % en 2005. Cela semble indiquer que les Canadiens ont encore beaucoup à faire pour augmenter de façon importante leur fréquentation des salles de cinéma ou des ciné-parcs.



Facteurs qui influencent la décision de ne pas fréquenter les salles de cinéma

- Les répondants ont été invités à expliquer pourquoi ils ne fréquentent pas davantage les salles de cinéma. Le fait que **cela soit coûteux** est de loin la raison la plus souvent donnée, bien qu'il soit important de noter que les répondants ont fait référence au prix ou à la cherté en général. Même si l'on peut probablement supposer sans trop grand risque de se tromper que la plupart des répondants font référence au prix d'admission, il est possible que certains fassent également référence aux coûts plus généraux qu'implique la fréquentation d'une salle de cinéma, ce qui pourrait inclure des dépenses reliées aux friandises, au stationnement, au transport en commun et au gardiennage. La présente étude ne porte pas sur les détails entourant ces dépenses.
- Les raisons secondaires invoquées pour ne pas fréquenter les salles de cinéma plus souvent incluent **un manque fondamental d'intérêt (29 %)**, **un manque de temps (25 %)** et le fait que **l'horaire des films ne soit pas pratique (21 %)**.
- Parmi les autres raisons influençant la fréquentation des salles de cinéma, mentionnons **une préférence pour regarder des films à la maison (10 %)**, **l'accessibilité (4 %)** et **le fait de ne pas aimer les foules et le bruit (5 %)**.
- Les résidents du Québec sont moins susceptibles de considérer le coût comme un obstacle que le reste du Canada (29 % c. 45 %, respectivement). L'une des raisons pour lesquelles le coût n'est peut-être pas un facteur aussi important chez les résidents du Québec que chez les résidents du reste du Canada, c'est que le prix moyen du billet d'admission est plus bas au Québec. Selon Statistique Canada, le prix d'admission moyen à l'échelle nationale en 2003-2004 est de 7,45 \$, alors qu'au Québec la moyenne est de 6,83 \$ comparativement aux moyennes dans le reste du Canada qui peuvent aller jusqu'à 8,22 \$ en Ontario.
- Les autres segments susceptibles de considérer le coût comme un obstacle sont les répondants des régions urbaines (42 % c. 31 % chez ceux qui vivent dans les régions rurales) et les Canadiens plus jeunes (environ 50 % chez les 15 à 54 ans comparativement à seulement 22 % chez les répondants plus âgés).
- Les niveaux d'intérêt sont plus susceptibles d'être un problème pour les résidents des régions urbaines (29 % c. 21 % chez les résidents des régions rurales) et chez ceux qui sont âgés de 55 ans et plus (44 % c. 23 % chez les répondants plus jeunes).
- Le manque de temps est une raison relativement plus souvent invoquée au Québec (34 % c. 22 % chez les répondants du reste du Canada) et chez les répondants de moins de 55 ans (un peu plus d'un quart comparativement à seulement 13 % chez les répondants âgés de 55 ans et plus).
- Le caractère pratique des horaires, ou l'absence d'un tel caractère, est une réponse plus fréquemment donnée par les résidents du reste du Canada (22 % c. 16 % chez les résidents du Québec) et les résidents des régions rurales (38 % c. 17 % chez les résidents des régions urbaines).

Facteurs qui influencent la décision de ne pas fréquenter les salles de cinéma

Facteurs qui influencent la décision de ne pas fréquenter plus souvent les salles de cinéma	Global	Québec	Reste du Canada	Région urbaine	Région rurale	15-20	21-34	35-54	55+
Trop cher	41 %	29 %	45 %	42 %	31 %	54 %	51 %	47 %	22 %
Intérêt (Net)	29 %	28 %	30 %	29 %	21 %	23 %	22 %	24 %	44 %
N'aime pas les films à l'affiche	21 %	15 %	24 %	20 %	13 %	20 %	18 %	18 %	29 %
Pas intéressé/a d'autres intérêts	7 %	11 %	5 %	7 %	7 %	4 %	3 %	5 %	13 %
N'aime pas aller au cinéma	2 %	2 %	2 %	2 %	<1 %	1 %	1 %	1 %	3 %
Ne regarde pas (beaucoup) de films	1 %	1 %	<1 %	1 %	1 %	--	--	1 %	1 %
Manque de temps	25 %	34 %	22 %	28 %	25 %	25 %	27 %	31 %	13 %
Caractère pratique (Net)	21 %	16 %	22 %	17 %	37 %	17 %	25 %	21 %	18 %
Pas de cinéma dans ma région	10 %	8 %	10 %	6 %	29 %	10 %	9 %	9 %	12 %
Ai des enfants/ne peux obtenir de gardienne	5 %	4 %	5 %	4 %	4 %	1 %	11 %	6 %	<1 %
Caractère pratique/embêtant	4 %	3 %	4 %	4 %	4 %	5 %	3 %	4 %	4 %
Horaires peu pratiques	3 %	2 %	4 %	3 %	4 %	1 %	3 %	4 %	3 %
Préférence pour la maison (Net)	10 %	11 %	9 %	10 %	10 %	7 %	6 %	13 %	9 %
Préfère regarder un film à la maison	7 %	9 %	6 %	8 %	6 %	5 %	4 %	10 %	6 %
Sortira en vidéo bientôt	3 %	3 %	3 %	3 %	5 %	1 %	2 %	4 %	3 %
Accessibilité (Net)	4 %	5 %	4 %	3 %	2 %	1 %	1 %	1 %	11 %
Âge/trop vieux/santé	3 %	4 %	2 %	2 %	1 %	--	<1 %	<1 %	8 %
Non accessible aux personnes handicapées	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	3 %
Autres justifications (Net)	11 %	9 %	11 %	10 %	9 %	10 %	9 %	10 %	14 %
Foules/gens/bruit	5 %	3 %	6 %	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	7 %
Pas confortable	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %	3 %	2 %	4 %	2 %
Qualité	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Ai besoin d'être accompagné	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	3 %	1 %	<1 %	3 %
Autre	6 %	9 %	5 %	6 %	5 %	8 %	6 %	5 %	6 %

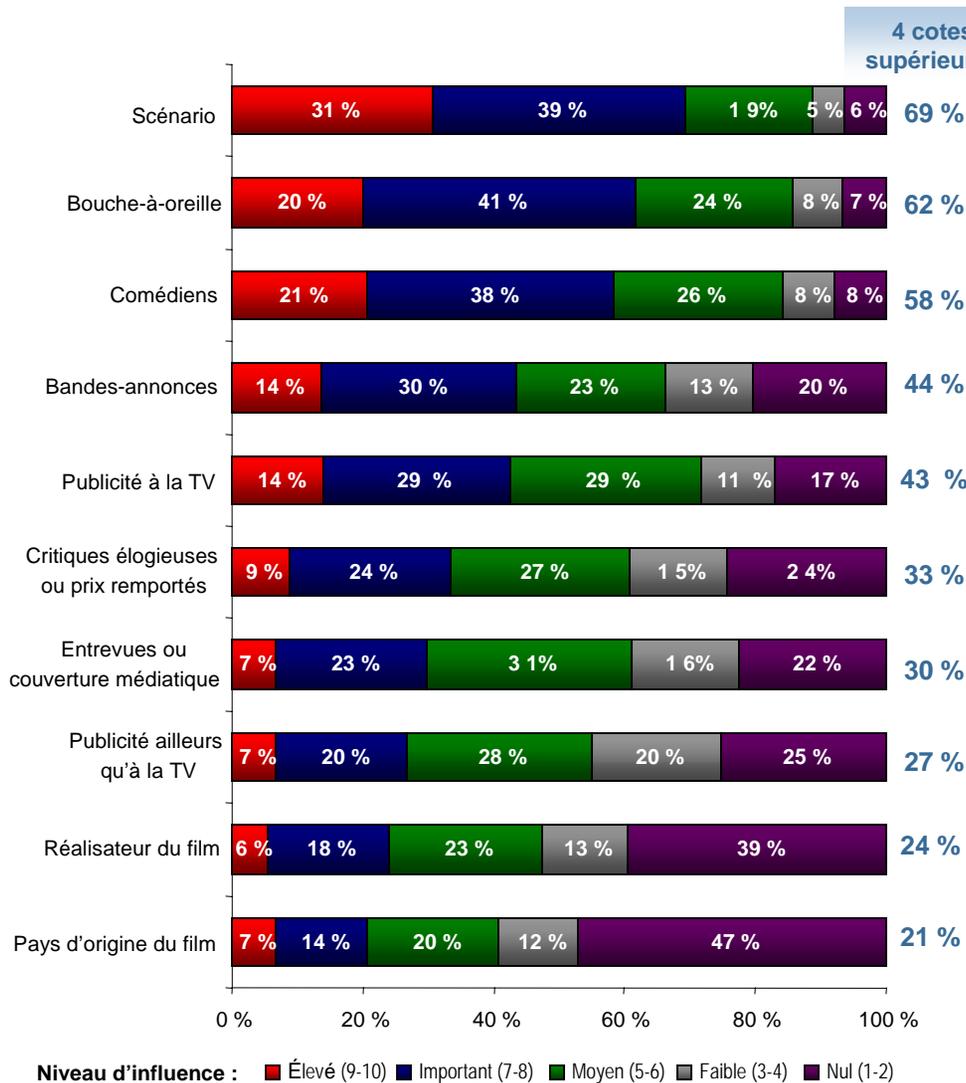
Question : A2. Pour quelles raisons n'allez-vous PAS plus souvent au cinéma?

Base : Répondants qui vont au cinéma une fois par semaine ou moins souvent (n=1 980)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

Les répondants invoquent des motifs semblables qui influencent leur décision de ne pas fréquenter plus souvent les salles de cinéma en 2005 comparativement aux résultats de 1998, même si le « prix » semble avoir augmenté en importance au cours des années. En 1998, les trois principales raisons étaient les suivantes : « trop cher » (30 %), « pas le temps » (19 %) et « n'aime pas les films à l'affiche » (17 %).

Facteurs qui influencent le choix du film au cinéma



Question : A3. Veuillez évaluer l'influence de ces éléments dans votre choix d'un film au cinéma.
Base : Regardent des films au cinéma (n=1 660)

Les répondants ont été invités à déterminer dans quelle mesure une série de facteurs pourraient influencer leur choix de films au cinéma. Pour exprimer le niveau d'influence que chaque facteur a sur le choix du film, les répondants ont utilisé une échelle de 1 à 10, 1 indiquant « Aucune influence » et 10 représentant « Influence élevée ».

- Les résultats indiquent que le scénario est le facteur qui a le plus d'influence, 69 % des répondants précisant que cette question a beaucoup ou passablement d'influence, c'est-à-dire un score d'au moins 7 sur une échelle de 10. D'autres facteurs incluent le bouche-à-oreille (62 %) et les vedettes du film (58 %). Les facteurs réputés avoir le niveau d'influence le moins élevé incluent la publicité ailleurs qu'à la télévision (27 %), le réalisateur du film (24 %) et le pays d'origine du film (21 %).

Dans l'étude de 1998 menée pour PCH, les répondants ont indiqué les trois mêmes facteurs qui influencent leur choix de films au cinéma : bouche-à-oreille (29 %), scénario (26 %) et comédiens (13 %). Il est important de noter que la question posée en 1998 était une question ouverte.

Facteurs qui influencent le choix du film au cinéma

- Les résidents du Québec qui fréquentent les salles de cinéma sont plus susceptibles d'être influencés que les gens du reste du Canada par les comédiens (63 % c. 57 % donnent une cote d'au moins 7 sur une échelle de 10), les critiques élogieuses ou les prix remportés (42 % c. 30 %), les entrevues ou les reportages sur le film (36 % c. 28 %), le réalisateur (32 % c. 21 %) et le pays d'origine (29 % c. 18 %). En général, les répondants du reste du Canada choisissent plus souvent un film en fonction du scénario (73 %) comparativement aux résidents du Québec (57 %).
- Les résultats indiquent également que lorsqu'on les compare aux hommes, les femmes qui vont au cinéma sont plus susceptibles d'être influencées par le scénario, le bouche-à-oreille, les comédiens, les bandes-annonces, les publicités à la télévision, les critiques élogieuses, les entrevues au sujet du film et la publicité (voir tableau ci-dessous pour les détails). Les hommes sont plus susceptibles que les femmes d'être influencés par le réalisateur du film (27 % c. 22 %).
- Si on regarde les groupes d'âge, les répondants plus âgés qui vont au cinéma sont plus susceptibles d'être influencés par les critiques élogieuses ou les prix remportés et le pays d'origine alors que les Canadiens plus jeunes sont plus susceptibles d'être influencés par la publicité et les bandes-annonces.

Niveau d'influence sur le choix du film au cinéma (résumé des 4 raisons principales)	Global	Québec	Reste du Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
Scénario	69 %	57 %	73 %	66 %	73 %	69 %	76 %	69 %	62 %
Bouche-à-oreille	62 %	58 %	63 %	55 %	67 %	63 %	66 %	62 %	55 %
Comédiens	58 %	63 %	57 %	54 %	62 %	56 %	59 %	61 %	53 %
Bandes-annonces	44 %	44 %	43 %	40 %	46 %	62 %	57 %	41 %	20 %
Publicité à la télévision	43 %	41 %	43 %	37 %	48 %	58 %	55 %	41 %	21 %
Critiques élogieuses ou prix remportés	33 %	42 %	30 %	30 %	36 %	27 %	30 %	35 %	38 %
Entrevues ou reportages sur le film	30 %	36 %	28 %	26 %	34 %	28 %	27 %	33 %	29 %
Publicité ailleurs qu'à la télévision	27 %	30 %	26 %	23 %	30 %	34 %	24 %	24 %	30 %
Réalisateur du film	24 %	32 %	21 %	27 %	22 %	20 %	24 %	26 %	23 %
Pays d'origine du film	21 %	29%	18 %	19 %	22 %	18 %	19 %	20 %	27 %

Question : A3. Veuillez évaluer l'influence de ces éléments dans votre choix d'un film au cinéma.
Base : Gens qui vont au cinéma (n=1 660)

Facteurs qui influencent le choix du film au cinéma

- Afin de mieux comprendre les facteurs qui peuvent influencer les cinéphiles, les répondants ont été divisés en deux groupes : ceux qui fréquentent les salles de cinéma et les ciné-parcs moins d'une fois par mois, et ceux qui y vont plus fréquemment. De façon générale, les résultats sont très uniformes entre ces deux segments. Les résultats montrent cependant que les cinéphiles plus assidus sont plus susceptibles de tenir compte des bandes-annonces au cinéma comme source importante d'influence dans leur choix.
- Les répondants ont également été groupés en catégories faible, moyenne et élevée, en fonction du nombre de films canadiens dont il était question dans l'enquête et qu'ils ont vus (2 ou moins, 3 à 4 et 5 ou plus, respectivement). Les répondants de la dernière catégorie sont plus influencés par le scénario (70 % c. 64 % chez ceux qui sont dans la catégorie moyenne). Les répondants dans la catégorie élevée sont plus influencés par les comédiens (69 % c. 56 % chez ceux qui sont dans la catégorie plus faible), les entrevues et les reportages au sujet du film (37 % c. 29 % dans la catégorie faible), le réalisateur du film (36 % c. 21 % chez ceux qui sont dans la catégorie faible) et le pays d'origine du film (30 % c. 18 % chez ceux qui sont dans la catégorie faible).

Influence sur le choix du film au cinéma (résumé des 4 plus importants)	Fréquentation des cinémas			Niveau d'exposition aux films canadiens		
	Global	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois ou plus	Faible (<3)	Moyen (3-4)	Élevé (5+)
Scénario	69 %	69 %	71 %	70 %	64 %	65 %
Bouche-à-oreille	62 %	62 %	61 %	62 %	57 %	63 %
Comédiens	58 %	58 %	59 %	57 %	55 %	69 %
Bandes-annonces	44 %	37 %	56 %	44 %	44 %	51 %
Publicité à la télévision	43 %	41 %	45 %	45 %	43 %	42 %
Critiques élogieuses ou prix remportés	33 %	33 %	35 %	30 %	36 %	42 %
Entrevues ou reportages sur le film	30 %	29 %	32 %	30 %	27 %	37 %
Publicité ailleurs qu'à la télévision	27 %	25 %	30 %	27 %	24 %	31 %
Réalisateur du film	24 %	23 %	27 %	20 %	26 %	36 %
Pays d'origine du film	21 %	20 %	22 %	18 %	20 %	30 %

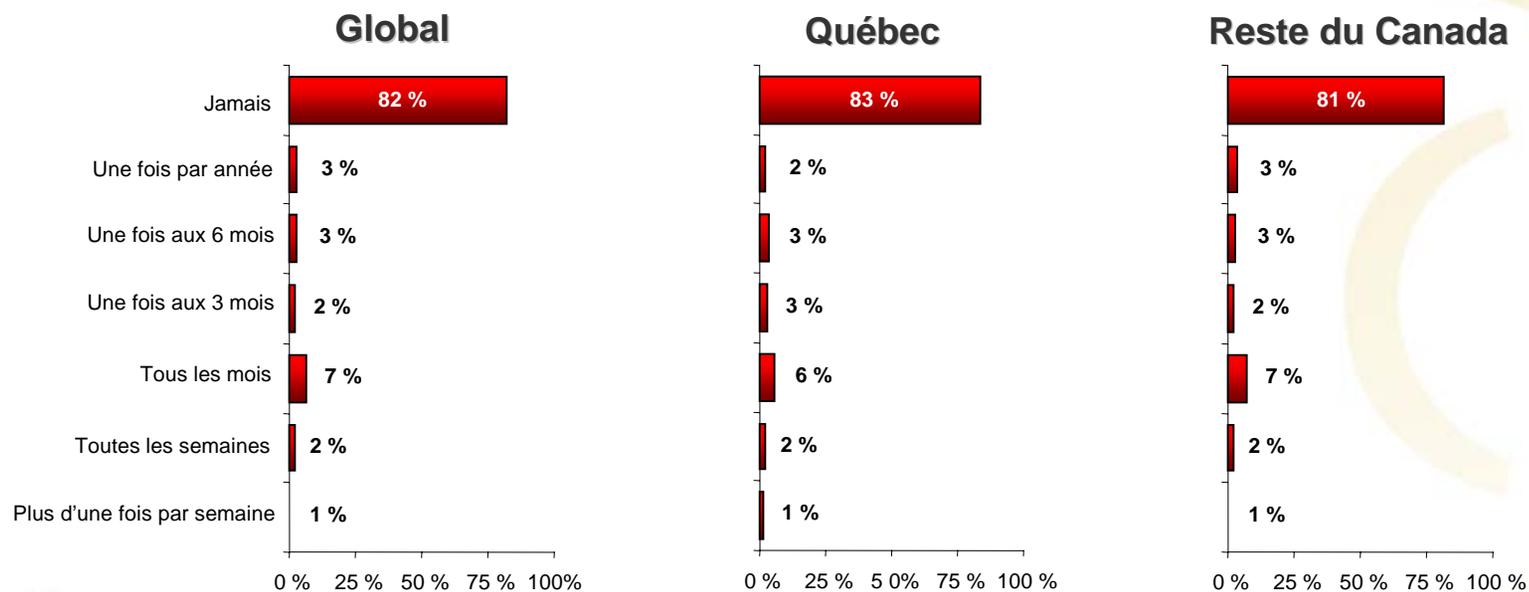
Question : A3. Veuillez évaluer l'influence de ces éléments dans votre choix d'un film au cinéma.
 La catégorie de gens qui vont au cinéma « moins d'une fois par mois » et « une fois par mois ou plus » est établie en fonction de la réponse à la question A1a. À quelle fréquence allez-vous au cinéma ou au ciné-parc?
 Une « Exposition faible » au long métrage canadien décrit un répondant qui a vu deux longs métrages canadiens ou moins parmi ceux qui sont énumérés dans l'enquête.
 « Exposition moyenne » = ceux qui ont vu 3 ou 4 films et « Exposition élevée » = ceux qui ont vu 5 films ou plus.
 Base : Gens qui vont au cinéma (n=1 660)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

Utilisation du service de vidéo sur demande

- La vidéo sur demande (VSD) est un service encore relativement nouveau au Canada. Cela explique pourquoi 82 % des Canadiens n'ont encore jamais utilisé ce service. Les résultats au Québec sont très semblables à ceux du reste du Canada.
- En fait, ces résultats sont quelque peu élevés pour la VSD. D'autres recherches menées par Décima indiquent que l'utilisation de la VSD serait plutôt de 4 % à 6 % chez les ménages canadiens. On peut supposer que les Canadiens ne comprennent peut-être pas clairement la VSD et que beaucoup la confondent sans doute avec les services de télévision à la carte et même les services traditionnels de location de vidéos. En tant que tels, ces résultats doivent être utilisés avec une certaine prudence.

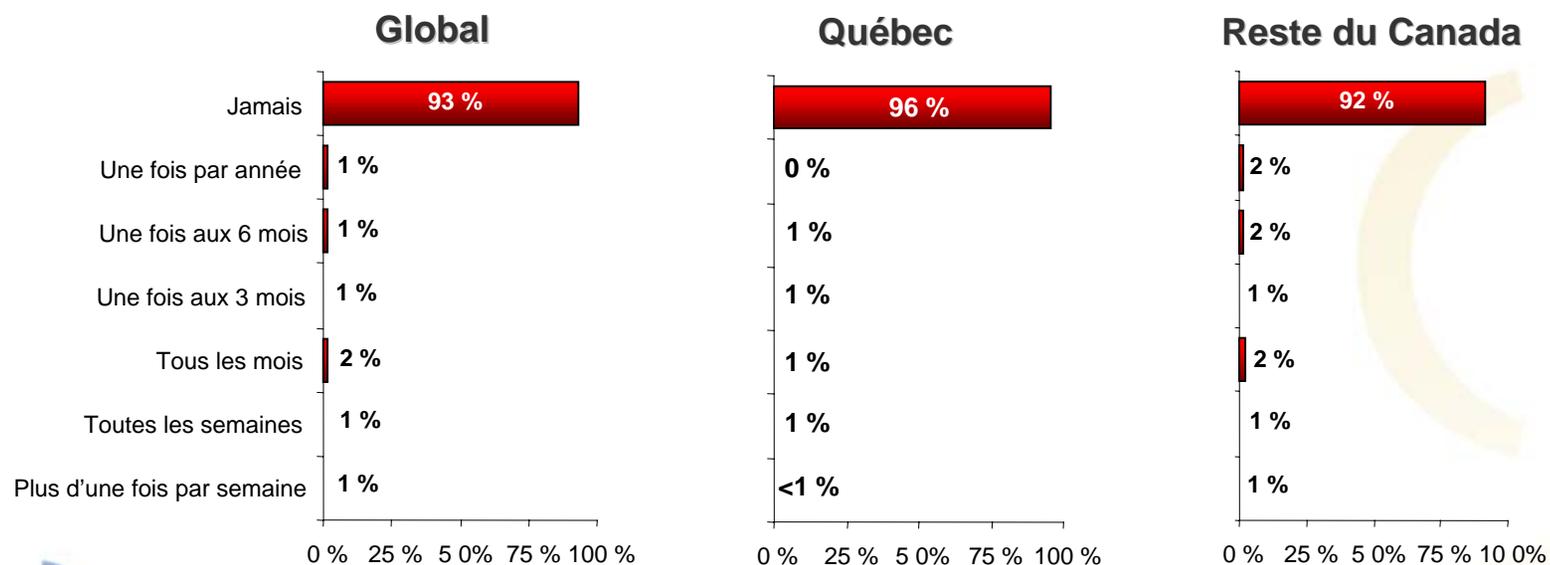
Même si la télévision à la carte n'est pas la même chose que la VSD, c'est encore le concept de commande de films qui ressemble le plus à la VSD. Pour expliquer en partie les résultats sur la VSD dans cette page, on peut tenir compte de certains résultats récents tirés d'une enquête Ipsos menée aux États-Unis. Les résultats là-bas indiquent que 37 % des Américains disent avoir commandé un film dans une station de télé à la carte à un moment ou un autre.



Téléchargement et visionnement de films par le biais d'Internet

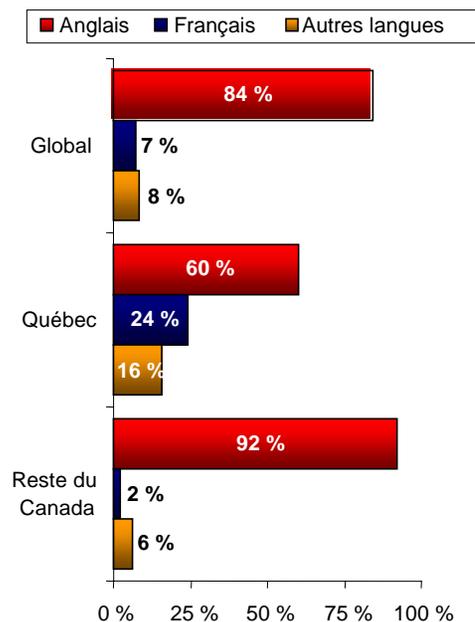
- Une autre façon relativement nouvelle de regarder des films consiste à les télécharger de l'Internet (ce qui est différent de la transmission en temps réel). La grande majorité des Canadiens (93 %) ne téléchargent jamais de films. Seulement 5 % d'entre eux le font au moins une fois tous les trois mois. Il n'y a pas de véritables différences entre les provinces.

Ces résultats sont relativement comparables à ceux qu'a obtenus la maison Ipsos dans son enquête récente menée auprès des Américains où 5 % des répondants disent avoir utilisé l'Internet pour télécharger un film dans un ordinateur à un moment ou un autre.

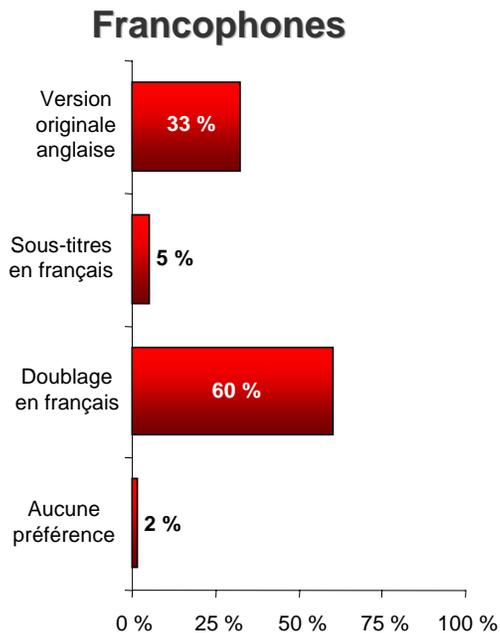


Préférences linguistiques

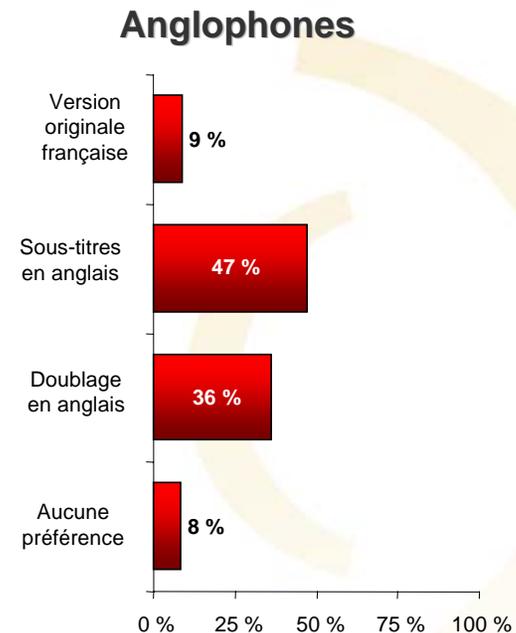
- Les répondants ont été invités à estimer le pourcentage de films vus en anglais, en français ou dans une autre langue. Dans l'ensemble, 84 % des films qui sont regardés le sont en anglais, 7 % en français et 8 % dans d'autres langues. Bien entendu, un pourcentage plus important de films regardés chez les résidents du Québec sont des films en français (24 %) comparativement au reste du Canada (2 %). Un pourcentage important des films regardés au Québec sont aussi dans une autre langue (16 %), ce qui est aussi considérablement plus élevé que chez les répondants du reste du Canada (6 %).
- Une pluralité d'anglophones préfèrent les sous-titres anglais (47 %) lorsqu'ils regardent un film produit en français et 36 % préfèrent la version doublée. Seulement 9 % des répondants anglophones disent qu'ils regarderaient un film en français dans sa version originale. Chez les francophones, la majorité préfèrent la version doublée (60 %) lorsqu'ils regardent un film produit en anglais alors que le tiers préfèrent regarder le film dans la version originale anglaise. Les francophones n'aiment pas autant les sous-titres que les anglophones.



Question : A12a. Pourcentage des films vus dans ces langues?
Base : A1a-h. Regarde un film au moins une fois par année (n=1 934)



Question : A12bi. Préfère voir des films en anglais...
Base : A1a-h. Regarde un film au moins une fois par année ET Francophones (n=689)

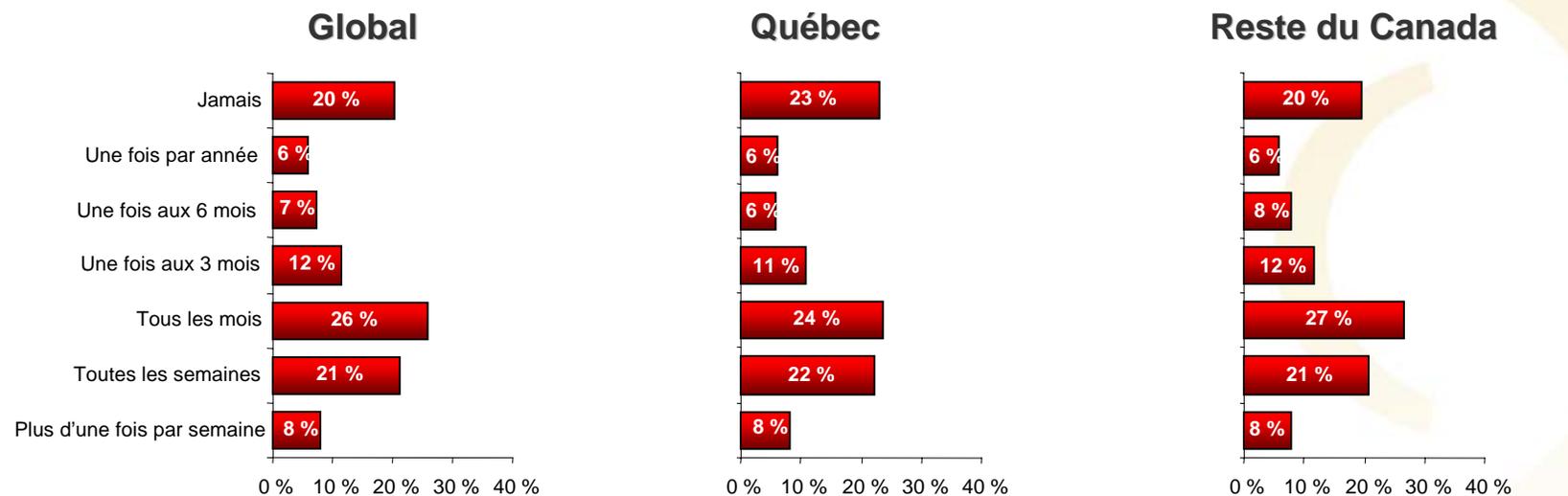


Question : A12bii. Préfère voir les films en français...
Base : A1a-h. Regarde un film au moins une fois par année ET Anglophones (n=1 296)

Location et achat de films

Location de films

- Deux tiers (67 %) des Canadiens louent un film au moins une fois tous les trois mois. Parmi ce groupe, 8 % en louent plus d'une fois par semaine, 21 % une fois par semaine, 26 % une fois par mois et 12 % une fois tous les trois mois. Vingt pour cent des Canadiens ne louent jamais de films.
- Bien qu'il n'y ait aucune différence marquée entre le Québec et le reste du Canada, il existe des différences notables selon que les répondants vivent dans une région urbaine ou dans une région rurale. Les résidents des régions urbaines sont plus susceptibles de louer des films au moins une fois par semaine (30 %) comparativement aux résidents des régions rurales (22 %).
- Les résultats indiquent également un lien évident entre la location de films et l'âge et le revenu du ménage (comme il a été précisé antérieurement à la diapositive 17) :
 - Tandis qu'environ la moitié des Canadiens âgés de 15 à 34 ans louent des films au moins une fois par semaine, le pourcentage tombe à 29 % chez ceux qui sont dans le groupe d'âge suivant (35 à 54 ans) et même encore plus bas chez ceux qui sont âgés de 55 ans et plus (6 %).
 - Les ménages ayant un revenu annuel de moins de 40 000 \$ louent rarement des films, 39 % indiquant qu'ils louent des films une fois par année ou jamais comparé à 12 % chez les ménages qui gagnent plus de 80 000 \$ par année.



Question : A1b. À quelle fréquence louez-vous des films?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

Facteurs qui ont un impact sur le choix du film loué

- Les répondants ont été invités à déterminer les facteurs qui ont un impact sur le choix du film qu'ils louent. Plus de la moitié des répondants (51 %) ont dit que le **contenu** du film était un facteur important dans leur choix. Cela comprend le scénario (26 %), le genre ou le type de film (14 %) ainsi que l'image et la description du film sur le coffret de location (7 %).
- D'autres raisons qui ont un impact sur le choix du film de location sont la **connaissance générale** du film (38 %), ce qui inclut le **bouche-à-oreille** et la **publicité**. Trente-trois pour cent des répondants donnent des raisons concernant la **réputation**, ce qui inclut les **vedettes du film** et les **critiques élogieuses ou les prix remportés par le film**.
- D'autres raisons qui influent sur le choix du film de location sont la **disponibilité des films dans le club vidéo (10 %)**, ainsi que la **location de films pour les membres de la famille (4 %)**, en particulier les enfants.
- Les résidents du Québec sont plus susceptibles de tenir compte du contenu du film comme facteur majeur (56 % c. 49 % pour le reste du Canada). Les Canadiens plus jeunes (15 à 34) sont plus susceptibles que les Canadiens plus âgés de tenir compte de l'information et de l'image sur le coffret du film comme facteurs contributifs importants de leur choix (environ 11 % c. 4 % pour les répondants plus âgés).
- La connaissance du film (y compris le fait d'en avoir entendu parler par d'autres et grâce à la publicité) est plus susceptible d'avoir un impact chez les femmes (42 % c. 34 % chez les hommes).

Facteurs qui ont un impact sur le choix du film loué

Raison de louer un film	Global	Québec	Reste du Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
Contenu (Net)	51 %	<u>56 %</u>	49 %	51 %	50 %	50 %	48 %	52 %	52 %
Scénario	26 %	26 %	26 %	25 %	27 %	20 %	25 %	<u>28 %</u>	28 %
Genre/type de film	14 %	<u>18 %</u>	13 %	15 %	14 %	15 %	11 %	14 %	19 %
Image/description sur le coffret	7 %	<u>12 %</u>	5 %	6 %	8 %	<u>13 %</u>	<u>9 %</u>	5 %	3 %
M'intéresse/paraît intéressant	5 %	4 %	6 %	<u>7 %</u>	4 %	4 %	6 %	5 %	6 %
Contenu du film	5 %	<u>7 %</u>	4 %	4 %	5 %	3 %	3 %	5 %	7 %
Déjà vu et aimé	2 %	1 %	2 %	<u>3 %</u>	1 %	1 %	2 %	1 %	3 %
Effets spéciaux	1 %	2 %	1 %	2 %	<1 %	--	1 %	1 %	2 %
Connaissance (Net)	38 %	36 %	39 %	34 %	<u>42 %</u>	41 %	39 %	38 %	35 %
Bouche-à-oreille	27 %	25 %	28 %	23 %	<u>31 %</u>	<u>33 %</u>	29 %	25 %	27 %
Publicité	9 %	9 %	9 %	7 %	<u>11 %</u>	8 %	8 %	9 %	11 %
Bandes-annonces au cinéma	6 %	5 %	6 %	6 %	6 %	8 %	7 %	6 %	3 %
Publicité à la télé	4 %	3 %	5 %	4 %	5 %	4 %	6 %	4 %	4 %
Entrevues ou reportages	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %	<1 %	2 %	5 %	<u>3 %</u>
Popularité	1 %	2 %	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Réputation (Net)	33 %	<u>40 %</u>	32 %	32 %	35 %	27 %	<u>37 %</u>	<u>35 %</u>	30 %
Vedettes du film	23 %	27 %	22 %	22 %	25 %	21 %	26 %	24 %	21 %
Critiques élogieuses ou prix remportés	12 %	13 %	12 %	11 %	14 %	7 %	<u>14 %</u>	<u>14 %</u>	8 %
Réalisateur du film	6 %	9 %	6 %	<u>8 %</u>	5 %	2 %	<u>6 %</u>	<u>8 %</u>	<u>7 %</u>
Pays d'origine	3 %	4 %	3 %	3 %	2 %	<1 %	<u>3 %</u>	<u>3 %</u>	<u>4 %</u>
Disponibilité au club vidéo (Net)	10 %	7 %	<u>11 %</u>	10 %	10 %	7 %	<u>12 %</u>	<u>11 %</u>	5 %
Sur les étagères des « Nouveaux films »	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %	3 %	<u>7 %</u>	<u>6 %</u>	2 %
Disponibilité/sélection	5 %	2 %	<u>6 %</u>	5 %	4 %	4 %	5 %	5 %	3 %
Famille (Net)	4 %	2 %	<u>5 %</u>	4 %	5 %	<1 %	1 %	<u>8 %</u>	4 %
Les enfants voulaient le film	3 %	1 %	<u>4 %</u>	3 %	4 %	<1 %	1 %	<u>5 %</u>	4 %
Film fait pour la famille	1 %	<1 %	2 %	1 %	1 %	--	0 %	3 %	--
Autre (Net)	20 %	15 %	<u>21 %</u>	21 %	19 %	17 %	21 %	20 %	20 %
Humeur	6 %	5 %	7 %	5 %	<u>8 %</u>	5 %	6 %	7 %	5 %
Ne l'ai pas vu au cinéma	3 %	2 %	<u>4 %</u>	3 %	3 %	3 %	5 %	2 %	3 %
Coût	1 %	<1 %	<u>1 %</u>	1 %	<1 %	2 %	1 %	<1 %	1 %
Vu ou non	1 %	--	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	1 %	--
Autre	10 %	8 %	11 %	<u>12 %</u>	8 %	9 %	9 %	10 %	13 %

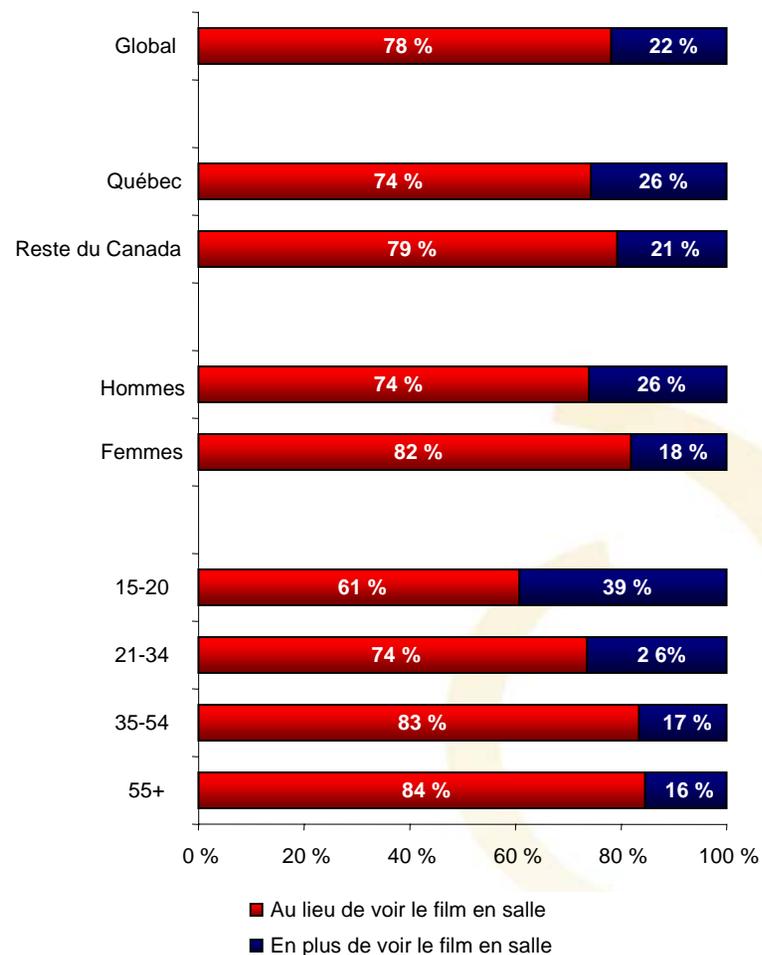
Question : A4. Qu'est-ce qui influence votre choix lorsque vous louez un film?

Base : A1b. Louent des films (n=1 628)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

Location de films ou fréquentation des salles de cinéma

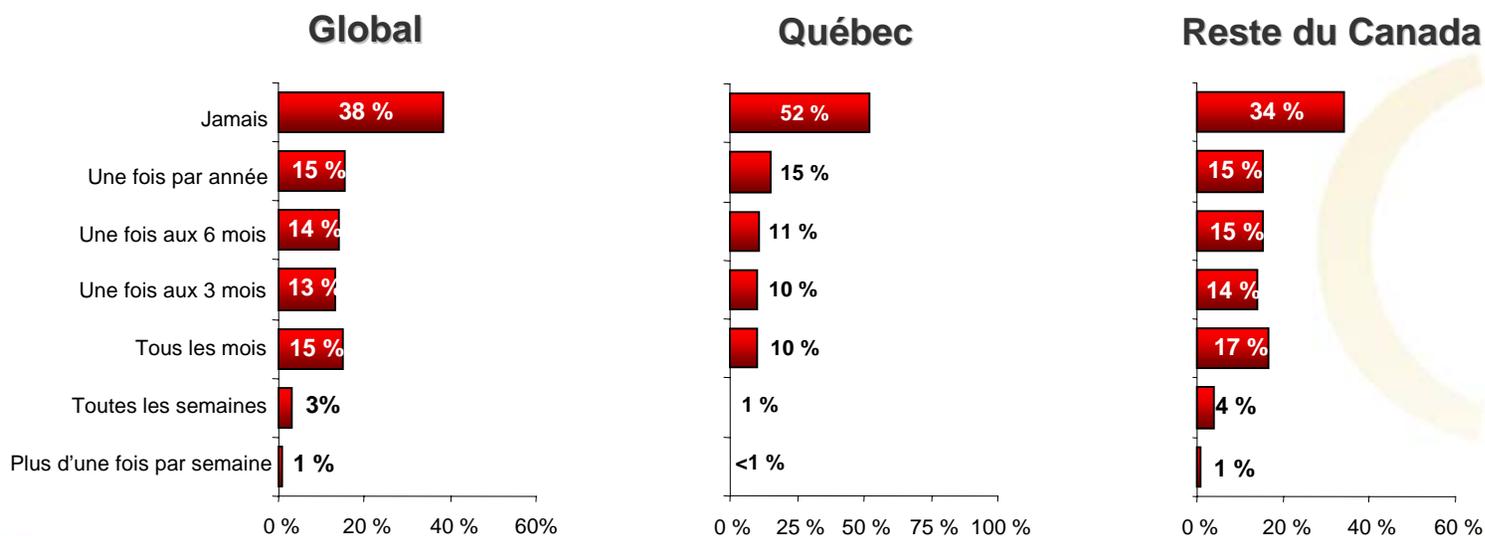
- Les « personnes qui louent des films » ont été invitées à dire si elles louaient des films plutôt que d'aller les voir au cinéma ou si elles louaient en plus de voir les films au cinéma. Soixante-dix-huit pour cent des Canadiens louent des films *au lieu* d'aller les voir dans un cinéma. Les résidents du Québec sont considérablement plus susceptibles de louer les films en plus d'aller les voir au cinéma (26 %) comparativement aux résidents du reste du Canada (21 %).
- Quatre-vingt-deux pour cent des femmes comparativement à 74 % des hommes louent des films au lieu d'aller les voir en salle.
- Les répondants plus jeunes, particulièrement ceux qui sont âgés de 15 à 20 ans, sont plus susceptibles de louer des films en plus d'aller les voir au cinéma.



Question : A5. En général, louez-vous un film...
Base : A1b. Louent des films (n=1 628)

Achat de films

- Les répondants ont été invités à dire combien de fois ils achetaient des films. Les résultats indiquent qu'ils le font au mieux quelques fois par année. Plus précisément, seulement 4 % des personnes achètent un film au moins une fois par semaine et 15 % une fois par mois. Un pourcentage semblable de gens achètent des films une fois tous les trois mois, deux fois par année et une fois par année. Environ deux Canadiens sur cinq n'achètent jamais de films. Il est important de noter ici que bien que ces résultats fassent état de la fréquence des achats, ils ne donnent aucune indication quant au nombre de films achetés. Autrement dit, ces résultats montrent que les Canadiens n'achètent pas souvent de films. Cependant, les Canadiens pourraient néanmoins acheter un nombre indéterminé de films lorsqu'ils vont effectivement faire leurs emplettes à cet effet.
- Les résultats montrent également que les résidents du Québec sont moins susceptibles d'acheter des films, 52 % indiquant qu'ils n'en achètent jamais comparativement à 34 % chez les résidents du reste du Canada. Parmi les autres raisons plus spécifiques à l'extérieur du Québec, la Colombie-Britannique (42 %) et la région de l'Atlantique (41 %) indiquent également de faibles niveaux d'achat de films.
- Les Canadiens plus jeunes semblent acheter des films plus souvent comparativement aux plus âgés. Près du tiers des 15 à 34 ans achètent des films au moins une fois par mois comparativement à seulement 6 % chez les répondants âgés de plus de 55 ans.



Facteurs qui ont une influence sur l'achat de films

- Les répondants ont été invités à dire quels facteurs ont le plus d'influence sur leur décision d'acheter un film. Près de la moitié des répondants (45 %) se disent **cinéphiles**, raison intuitive qui a une influence sur leurs achats de films. Cela inclut **aimer tellement le film qu'ils veulent le posséder (44 %)**, collectionner les films (2 %) et vouloir avoir le choix de regarder le film plus d'une fois (2 %).
- Les autres raisons qui ont un impact sur les achats de films sont le **contenu du film (30 %)**, qui inclut le scénario et le genre de film. Vingt et un pour cent des répondants considèrent des facteurs concernant la **réputation (21 %)**, ce qui inclut les **vedettes du film (12 %)** et **les critiques élogieuses ou les prix remportés (5 %)**.
- D'autres raisons qui influent sur les décisions d'acheter des films incluent la **connaissance générale du film (18 %)**, le **coût (14 %)** et le fait que **les membres de la famille, habituellement les enfants, veulent le film (8 %)**.
- Les Canadiens âgés de 15 à 20 ans sont plus susceptibles d'acheter un film parce qu'ils l'ont tellement aimé qu'ils veulent le posséder, alors que les répondants plus âgés sont plus susceptibles de posséder un film en raison du scénario ou du genre de film. Les répondants plus âgés, particulièrement ceux qui sont âgés de 21 à 54 ans, sont également plus susceptibles d'indiquer que la famille a son mot à dire dans la décision d'acheter un film.
- Les femmes et les Canadiens âgés de 15 à 20 ans sont plus susceptibles d'indiquer que le bouche-à-oreille influence leur décision quant à savoir quels films ils achètent.

Facteurs qui ont une influence sur l'achat de films

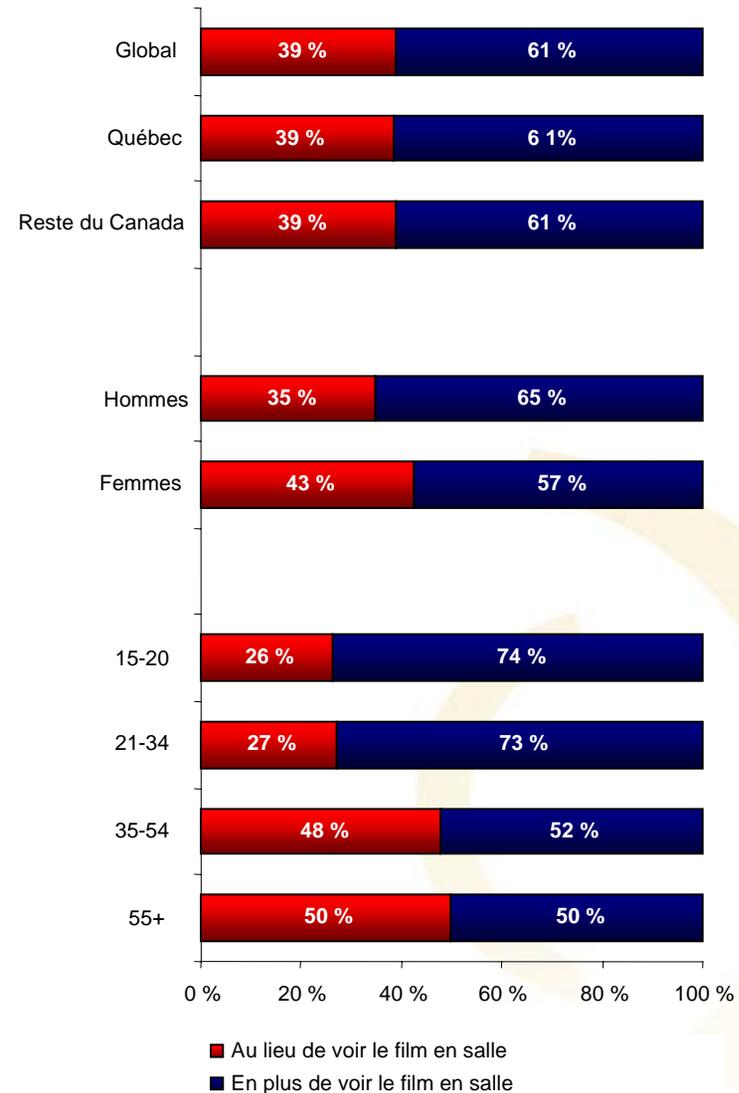
Raison d'acheter un film	Global	Reste du				15-20	21-34	35-54	55+
		Québec	Canada	Hommes	Femmes				
Cinéphile (Net)	45 %	47 %	44 %	44 %	46 %	55 %	55 %	39 %	34 %
J'aime tellement le film que je veux l'avoir	44%	46 %	43 %	43 %	44 %	55 %	54 %	38 %	33 %
Je collectionne les films	2 %	1 %	<u>3 %</u>	1%	4 %	0 %	2 %	2 %	4 %
Je veux le regarder plus d'une fois	2 %	1%	<u>3 %</u>	1 %	4 %	0 %	2 %	2%	4 %
Contenu (Net)	30 %	27 %	31 %	33 %	28 %	21 %	27 %	32 %	38 %
Scénario	14 %	13 %	14 %	15 %	13 %	7 %	<u>16 %</u>	13 %	<u>20 %</u>
Genre/type de film	8 %	6 %	9 %	9 %	7 %	6 %	5 %	9 %	<u>12 %</u>
Contenu du film	6 %	3 %	<u>7 %</u>	<u>8 %</u>	4 %	3 %	4 %	<u>8 %</u>	6 %
M'intéresse/a l'air bon	4 %	3 %	4 %	4 %	3 %	2 %	3 %	4 %	5 %
Image/description sur le coffret	2 %	<u>5 %</u>	1 %	2 %	2 %	3 %	2 %	1 %	2 %
Effets spéciaux	1 %	<1 %	1 %	2 %	1 %	<1 %	1 %	2 %	--
Réputation (Net)	21 %	24 %	20 %	20 %	22 %	20 %	16 %	24 %	24 %
Vedettes du film	12%	12 %	11 %	10 %	13 %	12 %	11 %	10 %	15 %
Critiques élogieuses ou prix remportés	5 %	5 %	6 %	5 %	6 %	8 %	4 %	6 %	6 %
Film classique ou ancien	4 %	5 %	4%	5 %	4 %	1 %	1 %	<u>8 %</u>	3 %
Réalisateur du film	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	<1 %	<u>2 %</u>	<u>2 %</u>	3 %
Pays d'origine	1%	3 %	1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	2 %	2 %
Connaissance (Net)	18 %	14 %	19 %	14 %	21 %	27 %	16 %	16 %	21 %
Bouche-à-oreille	13 %	9 %	<u>14 %</u>	9 %	<u>16 %</u>	<u>19 %</u>	12 %	10 %	17 %
Publicité	3 %	2 %	<u>4 %</u>	2 %	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %
Publicité à la télé	2 %	2 %	2 %	3 %	2 %	1 %	2 %	2 %	6 %
Bandes-annonces au cinéma	2 %	1 %	3 %	2 %	3 %	<u>5 %</u>	3 %	2 %	1 %
Popularité	1 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Entrevues ou reportages	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	--	1 %	3 %
Coût	14 %	9 %	15 %	15 %	13 %	14 %	16 %	16 %	6 %
Famille (Net)	8 %	7 %	9 %	5 %	11 %	1 %	9 %	12 %	6 %
Les enfants voulaient le film	7 %	7 %	7 %	5 %	<u>9 %</u>	<1 %	<u>7 %</u>	<u>10 %</u>	<u>6 %</u>
Film familial	1 %	<1 %	2 %	1 %	<u>2 %</u>	<1 %	1 %	2 %	<1 %
Autre (Net)	9 %	6 %	7 %	9 %	16 %				
Humeur	1 %	<1 %	1 %	<u>1 %</u>	1 %	<1 %	1 %	2 %	1 %
Disponibilité/sélection	1 %	<1 %	1 %	1 %	<1 %	--	1 %	1 %	1 %
Ne l'ai pas vu au cinéma	1 %	2 %	<1 %	1 %	1 %	<1 %	1 %	1 %	1 %
Nouveau film/film récent	<1 %	1 %	<1 %	<1 %	<1 %	1 %	<1 %	<1 %	1 %
Si je l'ai vu ou non	<1 %	--	<1 %	<1 %	--	--	1 %	--	--
Autre	6 %	6 %	6 %	6 %	6 %	4 %	4 %	5 %	<u>12 %</u>

Question : A6. Qu'est-ce qui influence votre choix lorsque vous achetez un film?
Base : A1c. Achètent des films (n=1 227)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

Acheter des films au lieu d'aller au cinéma

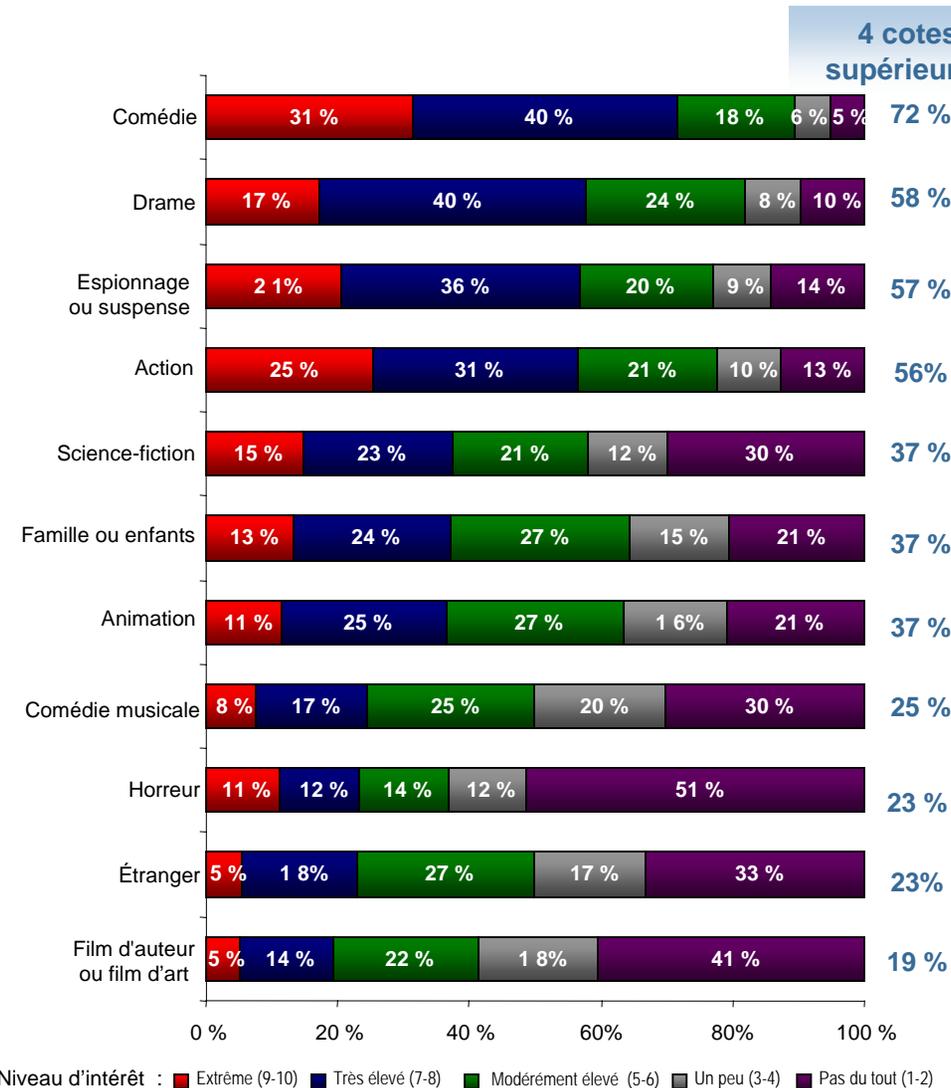
- Les « personnes qui achètent des films » ont été invitées à dire si elles le font au lieu de les voir en salle ou en plus de les voir au cinéma. Les résultats sont considérablement différents des réponses fournies par les « personnes qui louent des films ». Soixante et un pour cent des Canadiens achètent des films en plus de les voir au cinéma. Il n'y a aucune différence entre le Québec et le reste du Canada.
- Les femmes (43 %) sont plus susceptibles que les hommes (35 %) d'acheter des films au lieu d'aller les voir en salle.
- Les résidents des régions urbaines (64 %) sont plus susceptibles que les résidents des régions rurales (53 %) d'acheter des films en plus d'aller les voir au cinéma.
- Comme c'est le cas chez les « personnes qui louent des films », les Canadiens plus jeunes sont plus susceptibles d'acheter des films qu'ils ont déjà vus dans un cinéma comparativement aux Canadiens plus âgés.



Question : A7. En général, achetez-vous un film...
Base : A1c. Louent des films (n=1 227)

Genres cinématographiques

Niveau d'intérêt selon le genre de film



Question : A8. Veuillez évaluer votre niveau d'intérêt pour les genres de films suivants.
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

Les résultats de la recherche nous aideront peut-être à comprendre pourquoi James Bond est populaire au Canada – il est la vedette de films d'espionnage remplis d'action et agrémentés de scènes comiques. Ces ingrédients représentent également certains des genres cinématographiques les plus populaires chez les Canadiens. Les comédies sont les préférées (72 % des répondants ont fait état d'un niveau élevé d'intérêt, autrement dit un score de 7 ou plus sur une échelle de 10), suivies des drames (58 %), des films d'espionnage ou de suspense (57 %) et des films d'action (56 %).

- Un tout petit peu plus d'un tiers des Canadiens indiquent un intérêt marqué pour les films de science-fiction, les films familiaux ou pour enfants et les films d'animation (37 % des répondants donnant un score d'au moins 7 sur une échelle de 10).
- Les genres qui attirent le moins les Canadiens sont les comédies musicales (25 %), les films d'horreur (23 %), les films étrangers (23 %) et les films d'art (19 %).

Les trois principaux genres cinématographiques préférés de la population canadienne ont changé quelque peu depuis 1998. Les comédies et les drames demeurent en tête de liste en 2005, et maintenant, les films d'espionnage ou de suspense se sont hissés devant les films d'action. Une étude Ipsos Reid menée récemment en 2005 chez les Américains indique des résultats semblables, les trois genres préférés étant les comédies, les drames et les films d'action ou d'aventure.

Niveau d'intérêt selon le genre de film

- Il existe plusieurs différences dans les préférences de genre cinématographique entre les résidents du Québec et le reste du Canada. Bien que les répondants du reste du Canada soient plus susceptibles d'être intéressés par les comédies (73 % c. 66 % donnent un score d'au moins 7 sur 10) et les drames (59 % c. 54 %), les résidents du Québec sont plus susceptibles d'être intéressés par les films de science-fiction, les films étrangers et les films d'auteur ou les films d'art (29 % c. 16 %).
- Si l'on compare les hommes et les femmes, les hommes sont plus susceptibles d'être intéressés par les films d'action (64 % c. 49 %), les films d'espionnage ou de suspense (63 % c. 51 %) et de science-fiction (48 % c. 27 %), alors que les femmes sont plus susceptibles de préférer les drames (68 % c. 46 %), les films familiaux ou pour enfants (47 % c. 27 %) et les comédies musicales (32 % c. 17 %).
- Si l'on tient compte des groupes d'âge, il existe de nombreuses différences dans les niveaux d'intérêt. Prière de se reporter au tableau ci-dessous pour plus de détails.

Niveau d'intérêt pour le genre ciném. (résumé des 4 cotes sup.)	Global	Reste du				15-20	21-34	35-54	55+
		Québec	Canada	Hommes	Femmes				
Comédie	72 %	66 %	73 %	70 %	73 %	88 %	82 %	74 %	53 %
Drame	58 %	54 %	59 %	46 %	68 %	50 %	63 %	64 %	47 %
Espionnage ou suspense	57 %	60 %	56 %	63 %	51 %	63 %	67 %	64 %	36 %
Action	56 %	59 %	56 %	64 %	49 %	75 %	66 %	63 %	31 %
Science-fiction	37 %	43 %	36 %	48 %	27 %	43 %	47 %	44 %	17 %
Famille ou enfants	37 %	39 %	36 %	27 %	47 %	18 %	39 %	43 %	34 %
Animation	37 %	39 %	36 %	34 %	39 %	38 %	51 %	41 %	18 %
Comédie musicale	25 %	27 %	24 %	17 %	32 %	17 %	15 %	21 %	40 %
Horreur	23 %	23 %	24 %	24 %	23 %	61 %	34 %	19 %	6 %
Film étranger	23 %	34 %	20 %	23 %	23 %	25 %	26 %	24 %	19 %
Film d'auteur ou film d'art	19 %	29 %	16 %	18 %	20 %	18 %	19 %	19 %	20 %

Question : A8. Veuillez évaluer votre niveau d'intérêt pour les genres de films suivants.
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Niveau d'intérêt selon le genre de film

- Des comparaisons effectuées en fonction de la fréquence de la fréquentation des salles de cinéma indiquent plusieurs différences dans la préférence des genres cinématographiques. Ceux qui fréquentent les salles de cinéma moins souvent sont plus susceptibles de préférer les films familiaux ou pour enfants (40 % c. 30 % chez les cinéphiles plus assidus), indiquant que les cinéphiles moins assidus sont ceux qui sont susceptibles de rester à la maison avec les enfants et qui peuvent trouver difficile de trouver du temps pour aller au cinéma. Les cinéphiles assidus sont plus susceptibles de préférer la plupart des genres cinématographiques, y compris les comédies (81 % c. 68 %), les films d'espionnage ou de suspense (67 % c. 53 %), les films d'action (66 % c. 53 %) et les films d'horreur (35 % c. 19 %).
- On constate une tendance semblable lorsqu'on compare ces données avec les degrés divers d'exposition au cinéma canadien. Les répondants ayant un niveau d'exposition aux films canadiens de moyen à élevé sont plus susceptibles d'être intéressés par les films d'espionnage ou de suspense, les films d'action, les films d'animation, les films de science-fiction, d'horreur, les films d'étrangers et les films d'art. Prière de consulter le tableau ci-dessous pour plus de détails.

Niveau d'intérêt pour le genre cinématographique (résumé des 4 cotes supérieures)	Fréquentation des salles			Niveau d'exposition aux films canadiens		
	Global	Moins d'une fois par mois	Une fois par mois ou plus	Faible (<3)	Moyen (3-4)	Élevé (5+)
Comédie	72 %	68 %	81 %	71 %	75 %	74 %
Drame	58%	55 %	64 %	56 %	56 %	61 %
Espionnage ou suspense	57 %	53 %	67 %	53 %	62 %	71 %
Action	56 %	53 %	66 %	56 %	66 %	67 %
Animation	37%	34 %	43 %	34 %	41 %	44 %
Famille ou enfants	37 %	40 %	30 %	37 %	33 %	39 %
Science-fiction	37 %	34 %	46 %	33 %	48 %	51 %
Comédie musicale	25 %	25 %	24 %	23 %	22 %	26 %
Horreur	23 %	19 %	35 %	24 %	31 %	30 %
Film étranger	23 %	20 %	32 %	17 %	30 %	39 %
Film d'auteur ou film d'art	19 %	17 %	25 %	13 %	27 %	34 %

Question : A8. Veuillez évaluer votre niveau d'intérêt pour les genres de films suivants.
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Connaissance et visionnement de longs métrages canadiens

Connaissance de longs métrages canadiens

- Une liste de films a été incluse dans le questionnaire afin de déterminer le niveau de connaissance des longs métrages canadiens. Il existe une différence importante entre le Québec et le reste du Canada pour tous les films, ce qui, en grande partie, est attribuable à la langue dans laquelle le film a été produit. De façon générale, les résidents du Québec connaissent beaucoup mieux les films en français que les résidents du reste du Canada connaissent les films tournés en langue anglaise.
- Dans l'ensemble, les films qui ont attiré les niveaux les plus élevés de connaissance sont les films anglais suivants : *Men with Brooms*, *Mambo Italiano* et *Resident Evil*, 57 % des Canadiens connaissant chacun de ces films
- Pour ce qui est du Québec, les trois films les plus connus étaient les suivants : *Les Invasions barbares* (91 %), *Séraphin* (90 %) et *La Grande séduction* (85 %).
- Comme le tableau ci-dessous l'indique, il y a de nombreuses différences importantes qu'il est bon de noter entre les sexes et entre les groupes d'âge.

Avez-vous ENTENDU PARLER du film... (% « Oui »)	Global	Reste du							
		Québec	Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
<i>Men with Brooms</i> (ang.)	57 %	25 %	68 %	61 %	54 %	68 %	68 %	59 %	43 %
<i>Mambo Italiano</i> (ang.)	57 %	80 %	49 %	56 %	57 %	59 %	69 %	60 %	41 %
<i>Resident Evil: Apocalypse</i> (ang.)	57 %	50 %	59 %	62 %	52 %	85 %	81 %	59 %	23 %
<i>Les Invasions barbares</i> (fr.)	48 %	91 %	33 %	51 %	45%	38 %	47 %	51 %	48 %
<i>Being Julia</i> (ang.)	47 %	27 %	54 %	41 %	53 %	34 %	46 %	54 %	43 %
<i>Going the Distance</i> (ang.)	47 %	34 %	52 %	49 %	46 %	64 %	51 %	47 %	38 %
<i>Bollywood Hollywood</i> (ang.)	46 %	21 %	54 %	48 %	43 %	36 %	49 %	50 %	41 %
<i>Ginger Snaps</i> (ang.)	35 %	23 %	38 %	39 %	30 %	63 %	52 %	31 %	14 %
<i>La Grande séduction</i> (fr.)	33 %	85 %	16 %	35 %	31 %	32%	35 %	35 %	29 %
<i>Le Papillon bleu</i> (fr.)	33 %	79 %	17 %	29 %	36 %	30 %	34 %	34 %	30 %
<i>Séraphin : Un homme et son péché</i> (fr.)	32 %	90 %	12 %	32 %	31 %	25 %	31 %	35 %	29 %
<i>The Corporation</i> (ang.)	31 %	20 %	35 %	37 %	26 %	19 %	32 %	35 %	32 %
<i>Les Boys III</i> (fr.)	29 %	84 %	10 %	31 %	26 %	25 %	32 %	31 %	24 %
<i>Elvis Gratton XXX: La Vengeance d'Elvis Wong</i> (fr.)	27 %	82 %	9 %	28 %	26 %	28 %	29 %	25 %	26 %
<i>Ryan</i> (ang.) +	26 %	32 %	25 %	24 %	29 %	12 %	21 %	27 %	35 %
<i>Ma vie en cinémascope</i> (fr.) *	20 %	67 %	5 %	20 %	20 %	17 %	21 %	23 %	18 %
<i>20h17 rue Darling</i> (fr.)	12 %	35 %	4 %	12 %	12 %	7 %	14 %	13 %	9 %

+ Ryan est un court métrage qui a mérité un Oscar en 2005.

* Pas encore sur DVD.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...

Base : Tous les répondants (n=2 002)

Visionnement de longs métrages canadiens

- Les répondants ont également été invités à dire s'ils avaient vu les films. Même si la question n'a été posée qu'à ceux qui connaissaient chaque film, les résultats ci-dessous donnent un pourcentage de la population entière. À nouveau, des différences importantes sont constatées entre le Québec et le reste du Canada pour tous les films, surtout, mais pas toujours indiquées par la langue du film. Trois films de langue anglaise sont plus susceptibles d'avoir été vus par des résidents du Québec : *Mambo Italiano* (36 % c. 14 %), *Going the Distance* (11 % c. 7 %) et *Ryan* (14 % c. 4 %).
- Dans l'ensemble, les films canadiens qui ont été les plus vus sont des films tournés en anglais : *Men with Brooms* (26 %), *Mambo Italiano* (20 %) et *Resident Evil* (19 %).
- Les trois principaux films vus par des résidents du Québec sont : *Séraphin* (61 %), *La Grande séduction* (58 %) et *Les Invasions barbares* (55 %).
- Comme cela a été le cas pour le fait de connaître les films, il existe de nombreuses différences importantes en ce qui concerne le sexe et le groupe d'âge des personnes qui ont vu les films.

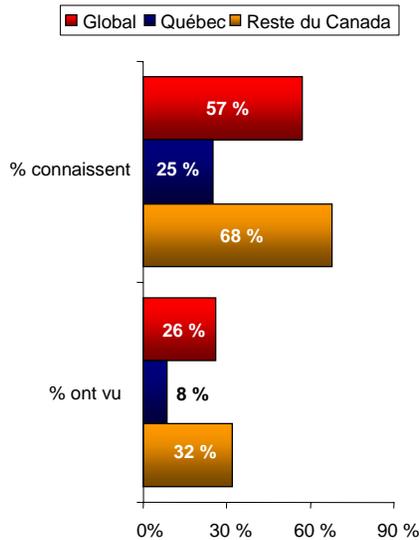
Avez-vous VU le film... (% de « Oui »)	Global	Reste du							
		Québec	Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
<i>Men with Brooms</i> (ang.)	26 %	8 %	32 %	30 %	22 %	32 %	35 %	27 %	16 %
<i>Mambo Italiano</i> (ang.)	20 %	36 %	14 %	18 %	21 %	21 %	28 %	19 %	13 %
<i>Resident Evil: Apocalypse</i> (ang.)	19 %	20 %	18 %	25 %	14 %	41 %	33 %	14 %	5 %
<i>Les Invasions barbares</i> (fr.)	18 %	55 %	6 %	20 %	17 %	13 %	20 %	19 %	17 %
<i>La Grande séduction</i> (fr.)	17 %	58 %	3 %	17 %	17 %	15 %	18 %	18 %	14 %
<i>Séraphin : Un homme et son péché</i> (fr.)	17 %	61 %	2 %	15 %	18 %	10 %	18 %	17 %	17 %
<i>Les Boys III</i> (fr.)	14 %	52 %	2 %	16 %	13 %	18 %	18 %	15 %	8 %
<i>Ginger Snaps</i> (ang.)	12 %	9 %	13 %	15 %	9 %	33 %	19 %	9 %	4 %
<i>Le Papillon bleu</i> (fr.)	11 %	34 %	4 %	11 %	11 %	10 %	9 %	13 %	10 %
<i>Elvis Gratton XXX: La Vengeance d'Elvis Wong</i> (fr.)	10 %	35 %	2 %	12 %	9 %	15 %	12 %	8 %	9 %
<i>The Corporation</i> (ang.)	10 %	8 %	11 %	13 %	7 %	6 %	13 %	11 %	9 %
<i>Bollywood Hollywood</i> (ang.)	8 %	5 %	9 %	9 %	8 %	6 %	12 %	9 %	6 %
<i>Going the Distance</i> (ang.)	8 %	11 %	7 %	10 %	6 %	22 %	9 %	6 %	5 %
<i>Being Julia</i> (ang.)	8 %	8 %	8 %	6 %	9 %	5 %	3 %	10 %	10 %
<i>Ryan</i> (ang.)+	6 %	14 %	4 %	7 %	6 %	2 %	3 %	6 %	10 %
<i>Ma vie en cinémascope</i> (fr.)*	4 %	16 %	1 %	4 %	5 %	3 %	3 %	4 %	6 %
<i>20h17 rue Darling</i> (fr.)	4 %	15 %	<1 %	4 %	4 %	4 %	5 %	4 %	3 %

+ Ryan est un court métrage qui a mérité un Oscar en 2005.
* Pas encore sur DVD.

Question : A9II. L'avez-vous vu...
Base : Tous les répondants (n=2002)

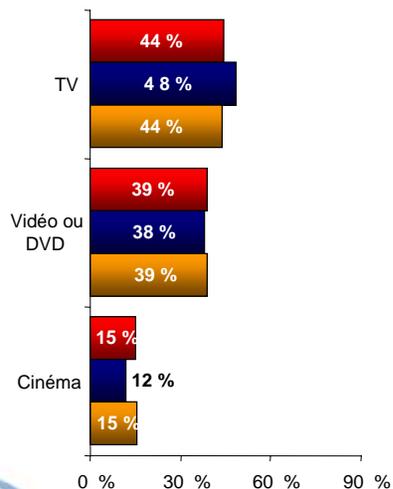
Connaissance et visionnement de films canadiens

Men with Brooms (Quatre gars et un balai)



- Un peu plus de la moitié des Canadiens connaissent *Men with Brooms* et 26 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent grimpe à 68 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 32 % dans le reste du Canada comparativement à 25 % et 8 % au Québec.

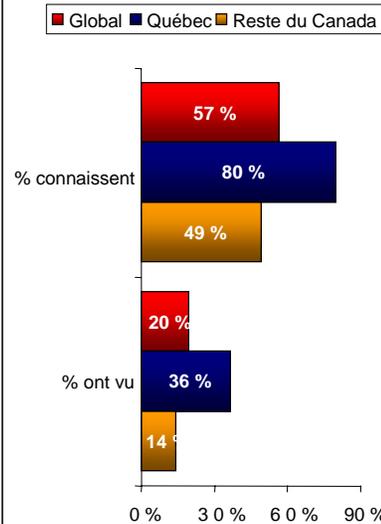
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)



- Quarante-quatre pour cent des Canadiens l'ont d'abord vu à la télé et 39 % sur vidéo ou DVD. Seulement 15 % disent avoir vu *Men with Brooms* pour la première fois au cinéma.
- Comme les résultats sur les diapositives du résumé l'indiquent, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les hommes.

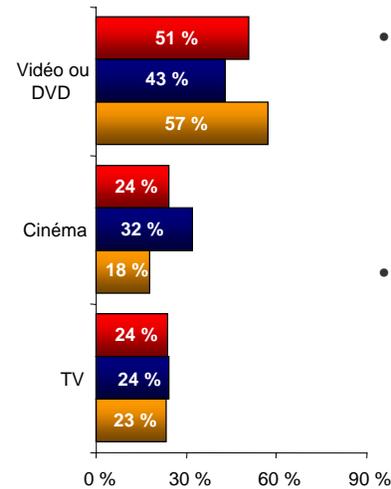
Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=500)

Mambo Italiano



- Un peu plus de la moitié des Canadiens connaissent *Mambo Italiano* et 20 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent grimpe à 80 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente à 36 % au Québec comparativement à 49 % et 14 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)



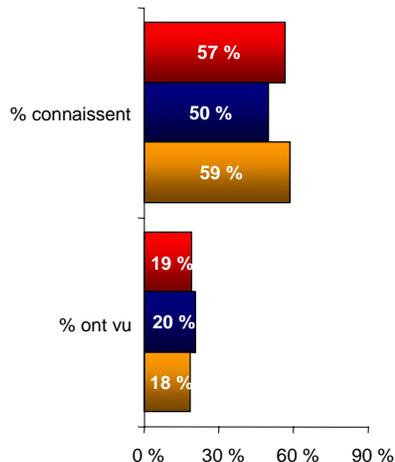
- Pour ce qui est de l'endroit où le film a été vu, 24 % disent l'avoir d'abord vu à la télé et 51 % sur vidéo ou DVD. Environ 24 % disent avoir d'abord vu *Mambo Italiano* au cinéma.
- Les résidents du Québec sont plus susceptibles d'avoir vu ce film la première fois au cinéma alors que les répondants du reste du Canada sont plus susceptibles de l'avoir vu pour la première fois sur vidéo ou DVD.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=439)

Connaissance et visionnement de films canadiens

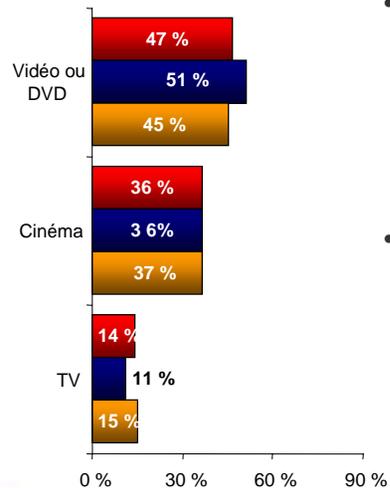
Resident Evil: Apocalypse

■ Global ■ Québec ■ Reste du Canada



- Environ 57 % des Canadiens connaissent *Resident Evil: Apocalypse* et 19 % l'ont vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent était légèrement plus élevée dans le reste du Canada qu'au Québec (59 % c. 50 %). La proportion des personnes qui l'ont vu est à peu près la même dans les deux régions.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

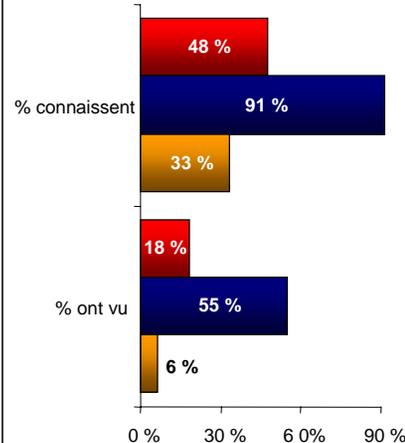


- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, 47 % l'ont vu pour la première fois sur vidéo ou DVD et 36 % au cinéma. Seulement 14 % ont vu ce film pour la première fois à la télévision.
- Comme l'indiquent les résultats sur les diapositives du résumé, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les hommes et chez les Canadiens plus jeunes.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=419)

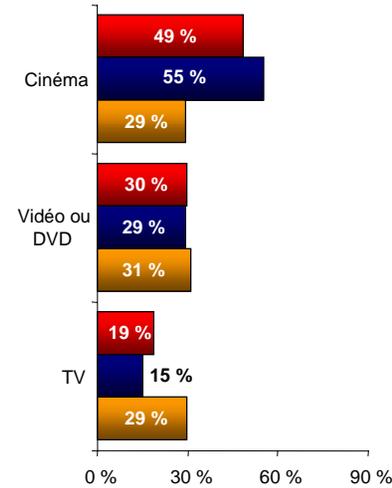
Les Invasions barbares (The Barbarian Invasions)

■ Global ■ Québec ■ Reste du Canada



- Un peu moins de la moitié des Canadiens connaissent *Les Invasions barbares* et 18 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent a atteint 91 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 55 % au Québec contre 33 % et 6 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

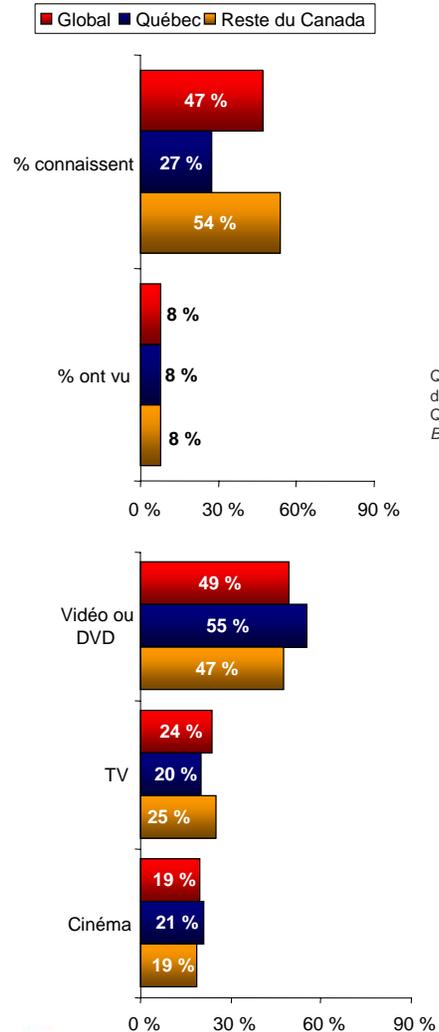


- Pour ce qui est de l'endroit où le film a été vu, 49 % l'ont vu pour la première fois au cinéma et 30 % sur vidéo ou DVD. Seulement 19 % disent avoir vu le film pour la première fois à la télévision.
- Les résidents du Québec sont beaucoup plus susceptibles d'avoir vu ce film la première fois au cinéma alors que ceux du reste du Canada sont plus susceptibles que les résidents du Québec de l'avoir vu à la télévision.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=479)

Connaissance et visionnement de films canadiens

Being Julia



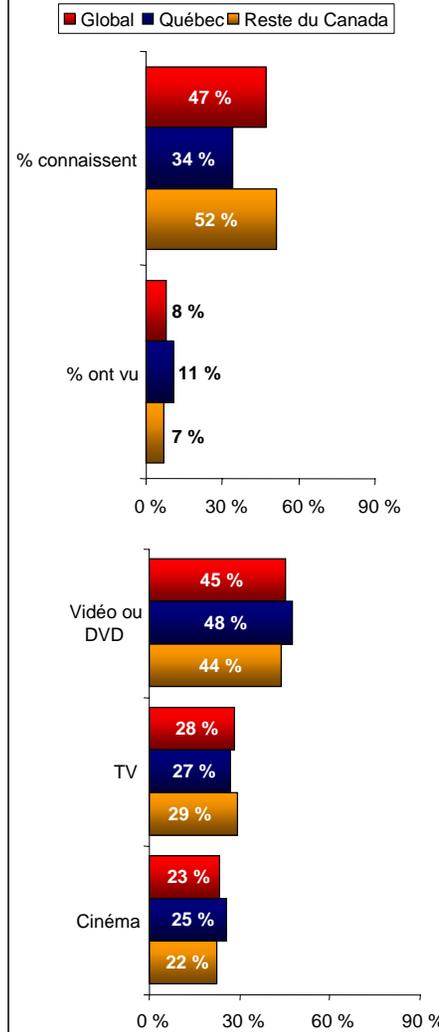
- Environ 47 % des Canadiens connaissent *Being Julia* et 8 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent augmente pour atteindre 54 % dans le reste du Canada contre 27 % au Québec. Malgré cet écart, la proportion des personnes qui l'ont vu est la même.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, 49 % l'ont vu pour la première fois sur vidéo ou DVD et 24 % à la télé. Environ 19 % disent avoir vu le film pour la première fois au cinéma.
- Comme l'indiquent les résultats des diapositives du résumé, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les femmes et les répondants plus âgés.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=146)

Going the Distance



- Un peu moins de la moitié des Canadiens connaissent le film *Going the Distance* et 8 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 52 % dans le reste du Canada contre 34 % au Québec. Les statistiques sur le nombre de personnes qui l'ont vu sont très semblables dans les deux régions pour ce film.

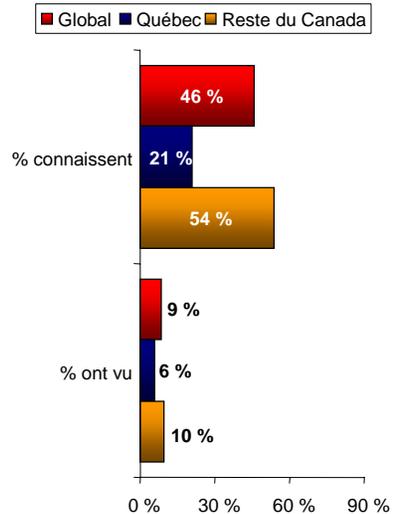
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, 45 % l'ont vu pour la première fois sur vidéo ou DVD et 28 % à la télévision. Environ 23 % disent l'avoir vu pour la première fois au cinéma.
- Comme les résultats des diapositives du résumé l'indiquent, ce film semble avoir été beaucoup plus populaire chez les jeunes Canadiens.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=189)

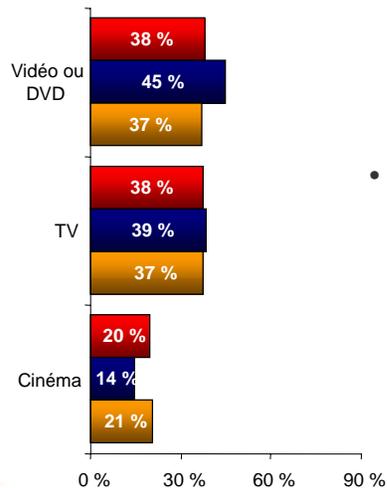
Connaissance et visionnement de films canadiens

Bollywood Hollywood



- Environ 46 % des Canadiens connaissent *Bollywood Hollywood* et 9 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent augmente pour atteindre 54 % dans le reste du Canada contre 21 % au Québec.

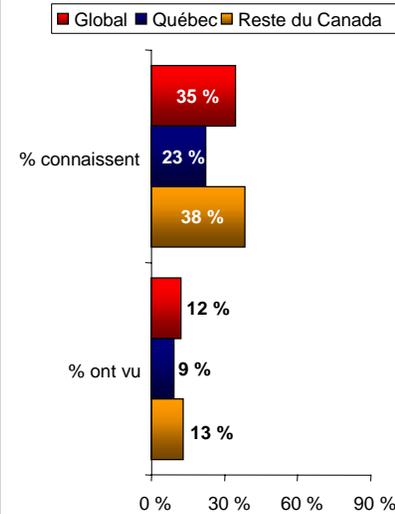
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)



- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, 38 % l'ont vu pour la première fois sur vidéo et DVD et 38 % à la télévision. Environ 20 % disent l'avoir vu pour la première fois au cinéma.
- Comme l'indiquent les résultats sur les diapositives du résumé, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les répondants d'âge moyen (21 à 54 ans).

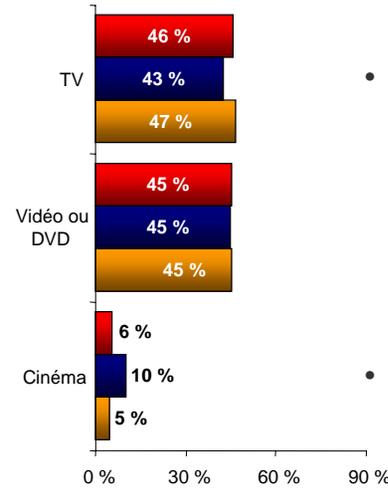
Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=147)

Ginger Snaps



- Un peu plus du tiers des Canadiens connaissent *Ginger Snaps* et 12 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent augmente pour atteindre 38 % dans le reste du Canada comparativement à 23 % au Québec. Quant aux personnes qui l'ont vu, le pourcentage est très semblable dans les deux régions.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film suivant...
 Question : A9II. L'avez-vous vu...
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

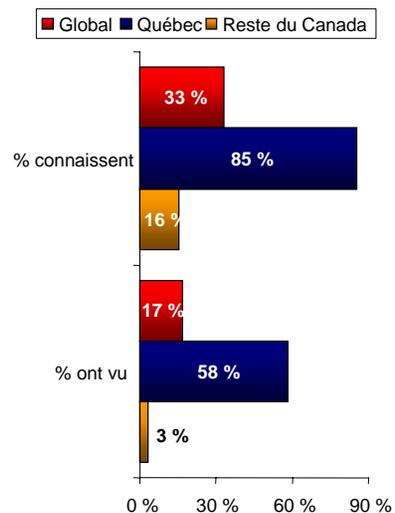


- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, il semble que les répondants soient tout aussi susceptibles d'avoir vu ce film pour la première fois à la télévision que sur vidéo ou DVD. Seulement 6 % disent l'avoir vu pour la première fois au cinéma.
- Comme l'indiquent les résultats sur les diapositives du résumé, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les hommes et chez les jeunes Canadiens.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu...
 Base : Vu le film (n=272)

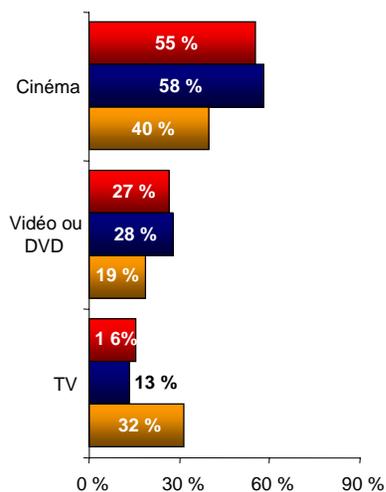
Connaissance et visionnement de films canadiens

La Grande séduction (Seducing Dr. Lewis)



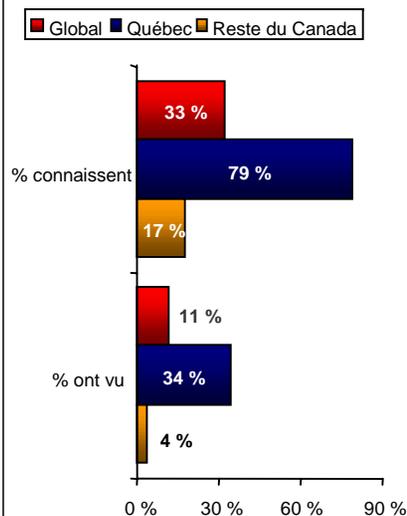
- Un tiers des Canadiens connaissent *La Grande séduction* et 17 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui connaissent le film atteint 85 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 58 % au Québec comparativement à 16 % et 3 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)



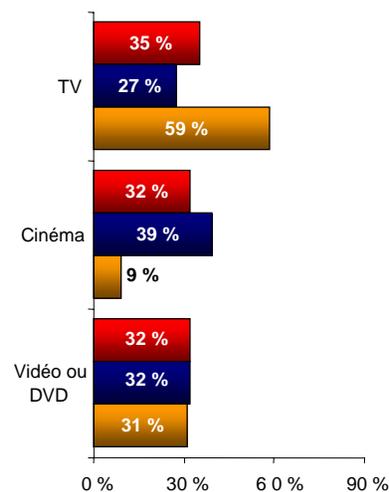
Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=487)

Le Papillon bleu (The Blue Butterfly)



- Le tiers des Canadiens connaissent *Le Papillon bleu* et 11 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent atteint 79 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 34 % au Québec comparativement à 17 % et 4 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

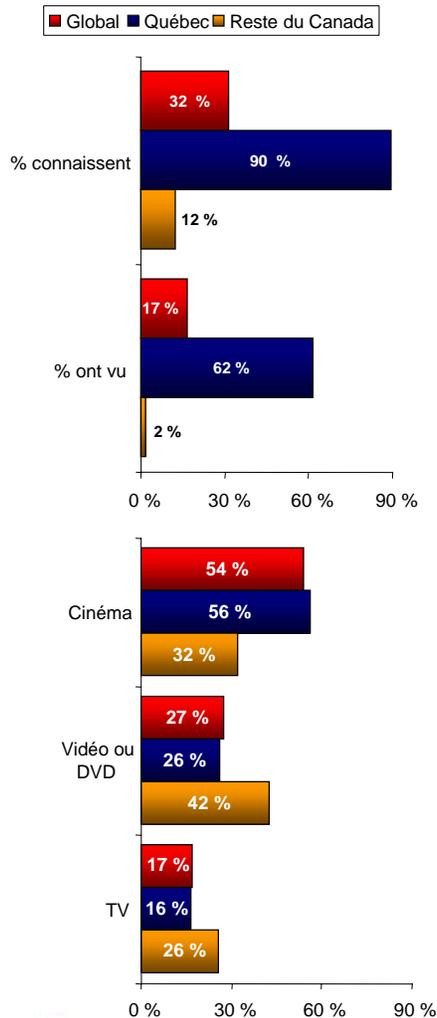


- En ce qui a trait à l'endroit où le film a été vu, 35 % disent l'avoir vu pour la première fois à la télévision et des pourcentages semblables (32 %) au cinéma et sur vidéo ou DVD.
- Comme les résultats des diapositives du résumé l'indiquent, ce film semble avoir été un peu plus populaire chez les femmes.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=305)

Connaissance et visionnement de films canadiens

Séraphin : Un homme et son péché (Séraphin: Heart of Stone)



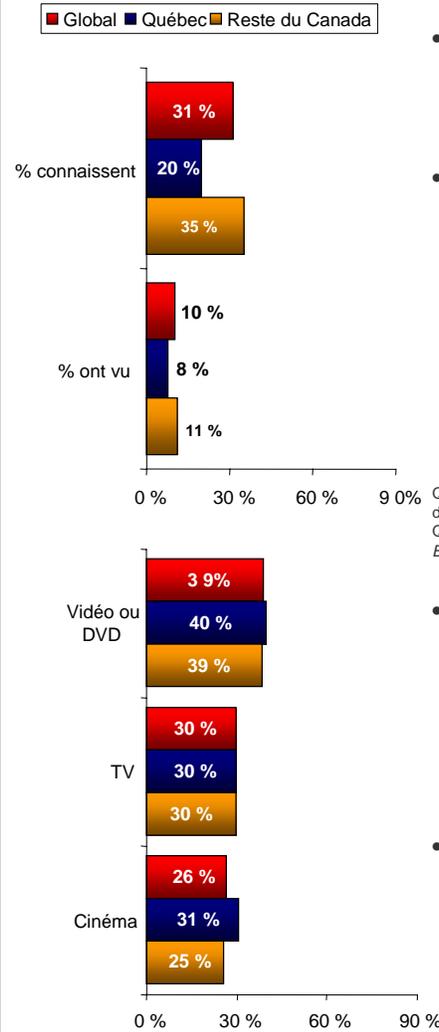
- Trente-deux pour cent des Canadiens connaissent *Séraphin: Un homme et son péché* et 17 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui disent le connaître atteint 90 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 62 % au Québec comparativement à 12 % et 2 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
Question : A9II. L'avez-vous vu?
Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 54 % disent l'avoir vu la première fois au cinéma et 27 % sur vidéo ou DVD. Seulement 17 % disent avoir vu le film la première fois à la télévision.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
Base : Vu le film (n=479)

The Corporation



- Un peu moins du tiers des Canadiens connaissent le film *The Corporation* et 10 % disent l'avoir vu.
- La proportion de ceux qui disent le connaître monte pour atteindre 35 % dans le reste du Canada comparativement à 20 % au Québec. Le pourcentage de personnes qui l'ont vu est très semblable dans les deux régions.

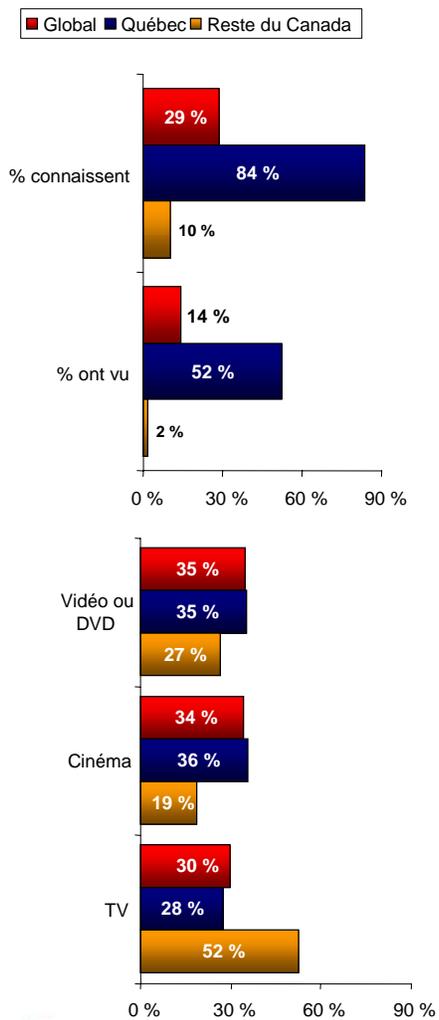
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
Question : A9II. L'avez-vous vu?
Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 39 % l'ont vu la première fois sur vidéo ou DVD et 30 % à la télévision. Environ le quart disent l'avoir vu pour la première fois au cinéma.
- Comme l'indiquent les résultats des diapositives du résumé, ce film semble être un peu plus populaire chez les hommes et chez les répondants de plus de 20 ans.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
Base : Vu le film (n=187)

Connaissance et visionnement de films canadiens

Les Boys III



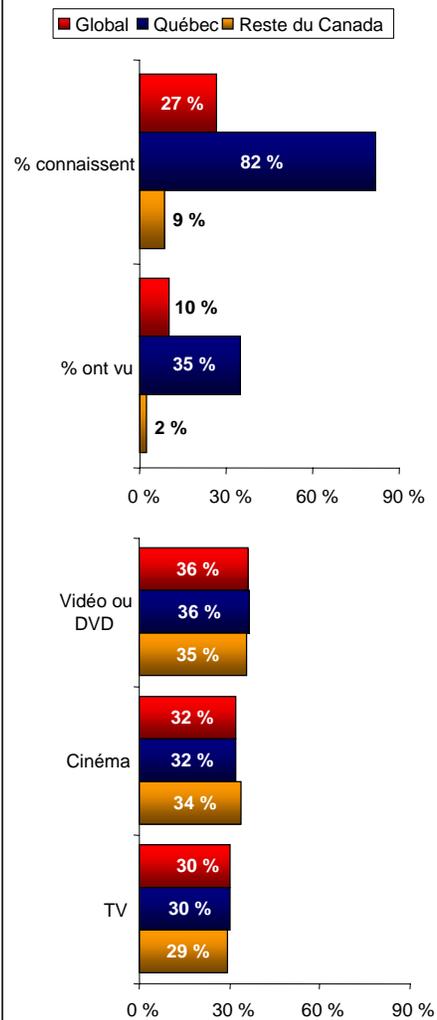
- Environ 29 % des Canadiens connaissent *Les Boys III* et 14 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent atteint 84 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 52 % au Québec comparativement à 10 % et 2 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 35 % l'ont vu la première fois sur vidéo ou DVD et 34 % au cinéma. Environ 30 % disent avoir vu ce film la première fois à la télévision. Le cinéma et la vidéo ou le DVD sont plus cités au Québec alors que la télévision est plus citée dans le reste du Canada.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=437)

Elvis Gratton XXX : La Vengeance d'Elvis Wong



- Un peu plus du quart des Canadiens connaissent *Elvis Gratton XXX* et 10 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent atteint 82 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 35 % au Québec comparativement à 9 % et 2 % dans le reste du Canada.

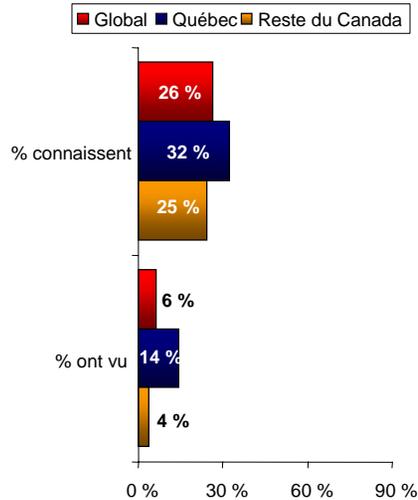
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, il semble que les répondants sont tout aussi susceptibles de l'avoir vu pour la première fois dans chacun des trois médiums indiqués. De même, il n'existe pas de différences marquantes entre les régions.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=299)

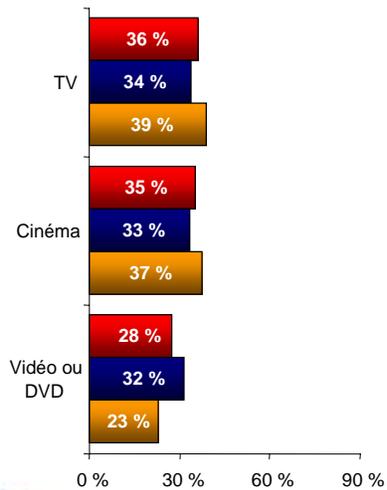
Connaissance et visionnement de films canadiens

Ryan



- Environ le quart des Canadiens connaissent *Ryan* et 6 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent et qui l'ont vu est légèrement plus élevée au Québec à 32 % et 14 % respectivement, comparativement aux résultats chez les répondants du reste du Canada (25 % et 4 %).

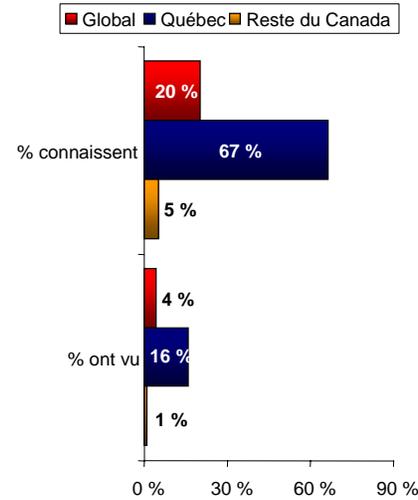
Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)



- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 36 % disent l'avoir vu pour la première fois à la télé et 35 % au cinéma. Environ 28 % disent avoir vu ce film la première fois sur vidéo ou DVD.
- Comme l'indiquent les diapositives du résumé, ce film semble être un peu plus populaire chez les Canadiens plus âgés.

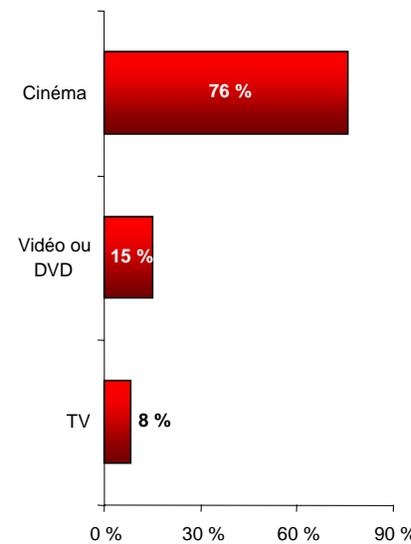
Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=136)

Ma vie en cinémascope



- Un Canadien sur cinq connaît *Ma vie en cinémascope* et 4 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent atteint 67 % et celle des personnes qui l'ont vu augmente pour atteindre 16 % au Québec contre 5 % et 1 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

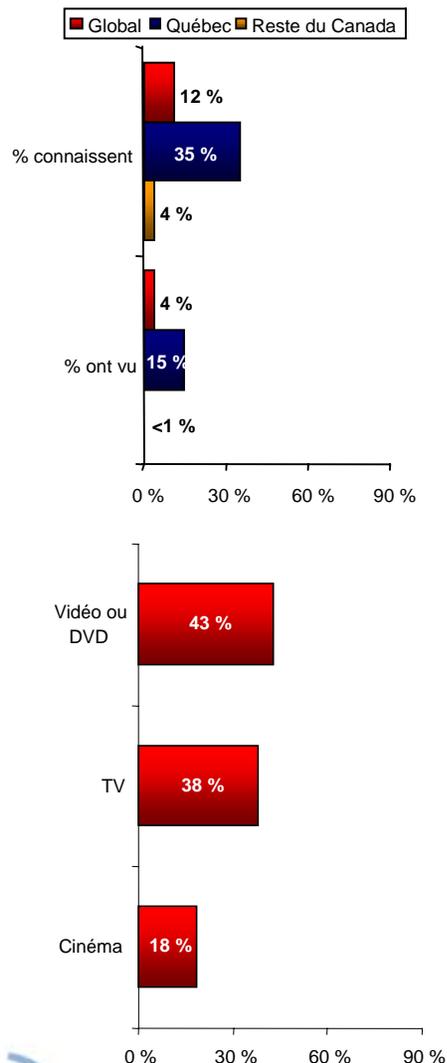


- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 76 % l'ont vu pour la première fois au cinéma et 15 % sur vidéo ou DVD. Seulement 8 % disent avoir vu le film la première fois à la télévision. Le cinéma est beaucoup plus répandu chez les résidents du Québec même si une comparaison est difficile à établir puisque seulement sept répondants du reste du Canada ont vu ce film.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=124)

Connaissance et visionnement de films canadiens

20h17 rue Darling (8:17 p.m. Darling Street)



- Un peu plus de un Canadien sur dix connaît *20h17 rue Darling* et 4 % disent l'avoir vu.
- La proportion de personnes qui le connaissent atteint 35 % et celle des personnes qui l'ont déjà vu augmente pour atteindre 15 % au Québec comparativement à 4 % et à moins de 1 % dans le reste du Canada.

Question : A9I. Avez-vous déjà entendu parler du film...
 Question : A9II. L'avez-vous vu?
 Base : Tous les répondants (n=2002)

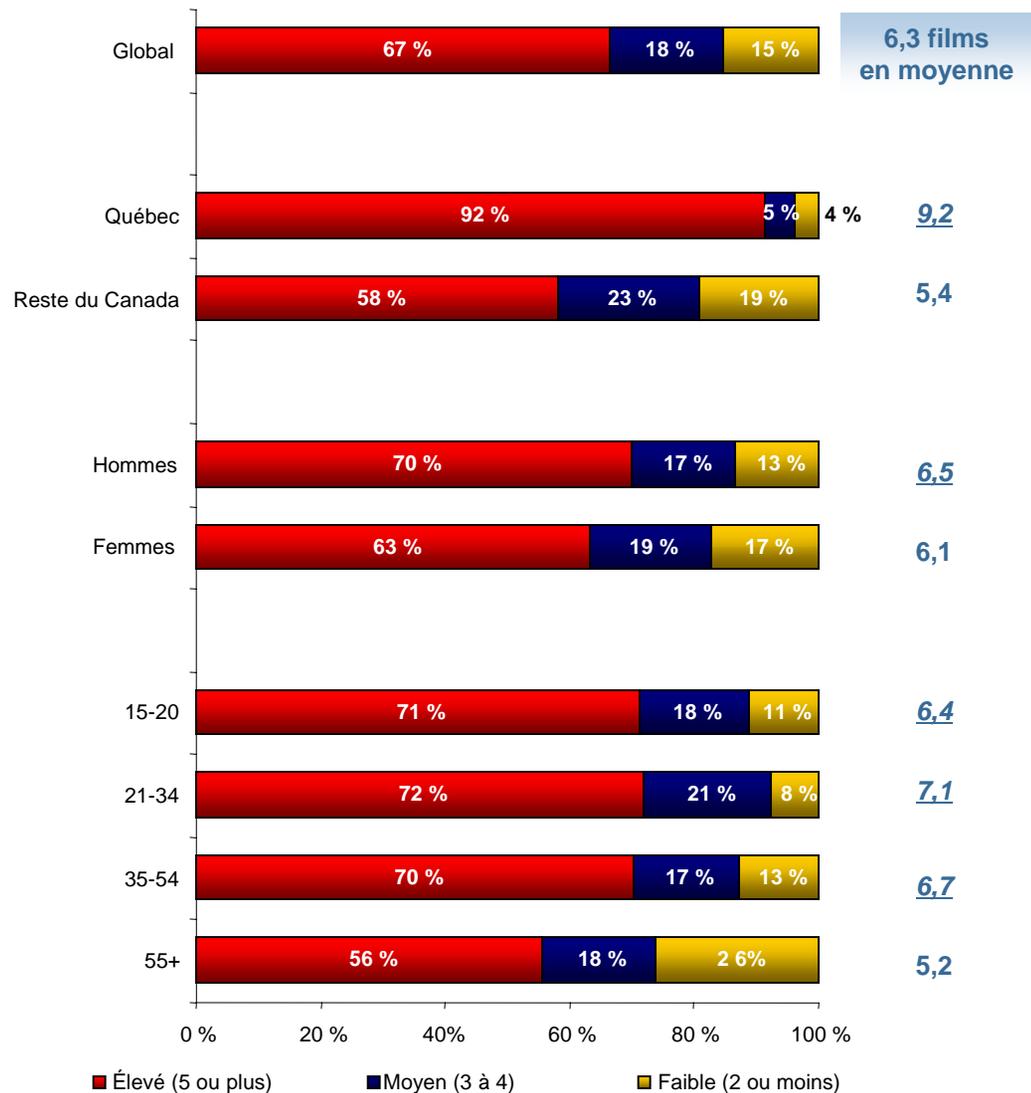
- En ce qui concerne l'endroit où le film a été vu, 43 % l'ont vu la première fois sur vidéo ou DVD et 38 % l'ont vu la première fois à la télévision. Environ 18 % disent avoir vu ce film la première fois au cinéma.
- Les résultats globaux sont indiqués étant donné le faible échantillon dans le reste du Canada.

Question : A9III. Où l'avez-vous vu la première fois?
 Base : Vu le film (n=189)

Résumé concernant les personnes qui ont entendu parler d'un film canadien ou qui l'ont vu

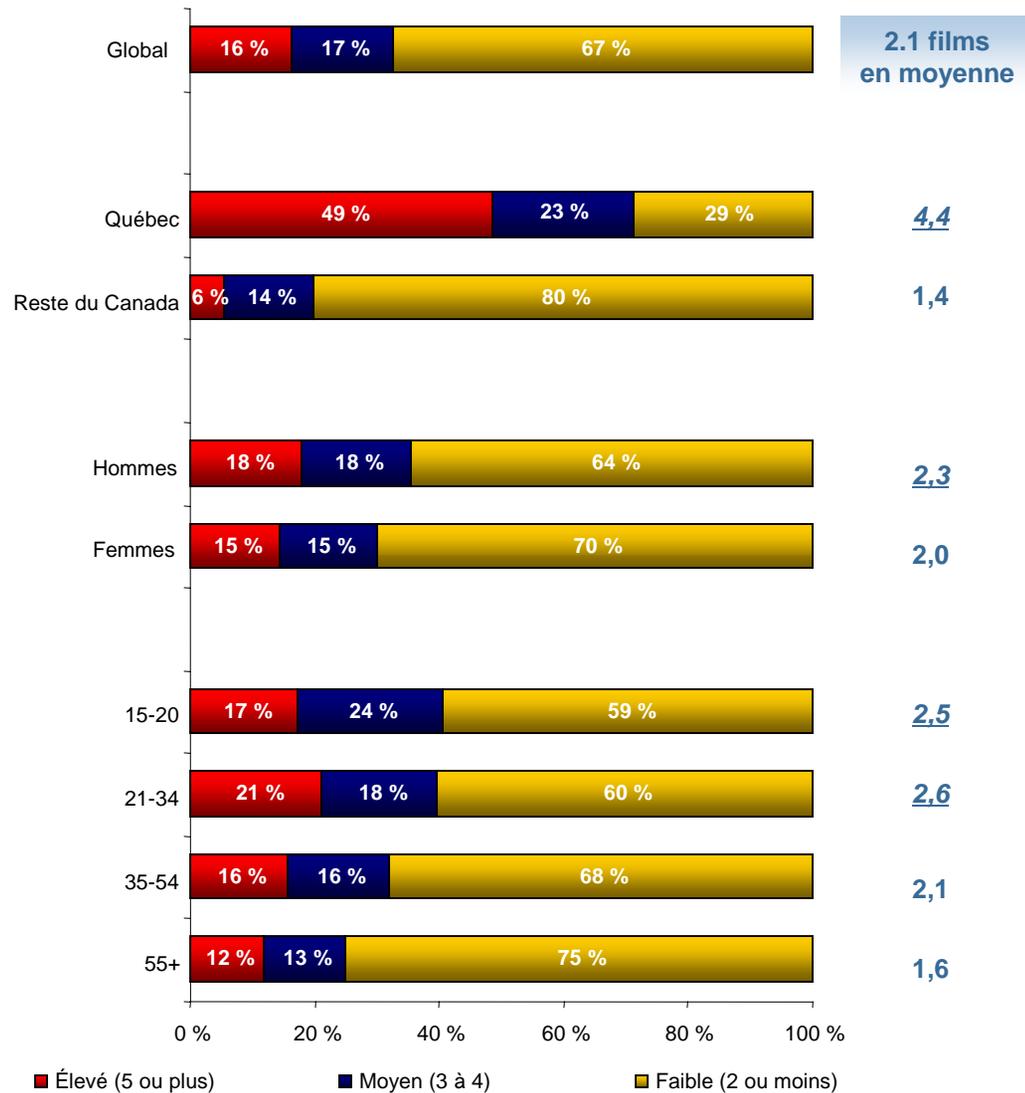
- En ce qui concerne ces divers films canadiens, il semble que les films francophones bien reconnus sont plus souvent visionnés pour la première fois dans les cinémas alors que les films anglophones sont plus susceptibles d'être vus pour la première fois à l'aide d'autres moyens comme la vidéo, le DVD ou la télévision.
- Ces données indiquent également qu'au Québec, et plus particulièrement pour les films québécois, les gens sont plus disposés à aller les voir au cinéma et donc à payer davantage que s'ils avaient choisi de louer les films ou de les regarder à la télévision.
- Les gens attendent plus longtemps pour voir les films en anglais, probablement parce qu'ils en ont moins entendu parler.

Connaissance générale des longs métrages canadiens



- Les répondants ont été classés selon leur niveau de connaissance des longs métrages canadiens : « Élevé » (connaissent 5 longs métrages canadiens ou plus), « Moyen » (en connaissent 3 à 4) et « Faible » (en connaissent 2 ou moins), d'après les longs métrages énoncés dans le sondage. Sur les 17 films énumérés, les Canadiens en connaissent 6 en moyenne, 67 % d'entre eux indiquant un niveau élevé de connaissance, 18 % un niveau moyen et 15 % un niveau faible.
- Il existe de nombreuses différences importantes entre les diverses variables démographiques. Quarante-vingt-deux pour cent des résidents du Québec indiquent un niveau élevé de connaissance des longs métrages canadiens, avec une moyenne de 9 films, comparativement au reste du Canada où 58 % ont une moyenne élevée (5 films en moyenne).
- Les hommes connaissent également davantage les films canadiens que les femmes, 70 % comparativement à 63 % comme niveau élevé.
- En moyenne, les gens de 15 à 54 ans sont plus susceptibles d'afficher un niveau élevé de connaissance des longs métrages canadiens que les gens de 55 ans et plus. Les Canadiens plus jeunes connaissent environ 7 films comparativement à 5 chez les 55 ans et plus.

Exposition globale aux longs métrages canadiens



- Comme cela a été fait pour le niveau de connaissance, les Canadiens ont été classés selon le nombre de longs métrages canadiens qu'ils ont vus : « Exposition élevée » (a vu 5 longs métrages canadiens ou plus), « Exposition moyenne » (en a vu 3 à 4) et « Exposition faible » (a vu 2 films ou moins), en se basant sur les longs métrages énumérés dans le sondage. En moyenne, les Canadiens ont vu 2 films canadiens sur 17 qui figurent dans la liste du sondage, 16 % affichant un niveau d'exposition élevé, 17 % un niveau moyen et 67 % un niveau faible.
- Les différences régionales ressortent clairement. La moitié des résidents du Québec (49 %) indiquent un niveau élevé d'exposition aux films canadiens avec une moyenne de 4 films comparativement au reste du Canada où 6 % montrent un niveau élevé d'exposition et une moyenne d'un film.
- Les gens de 15 à 34 ans, en moyenne, ont vu plus de films canadiens que ceux de 35 ans et plus. Environ 19 % indiquent un niveau élevé d'exposition aux films canadiens contre 12 % chez les 35 ans et plus.

Autres longs métrages canadiens vus

Film	Québec
<i>Le Survenant</i>	18 %
<i>Elles étaient cinq</i>	11 %
<i>Camping sauvage</i>	10 %
<i>Le Dernier tunnel</i>	9 %
<i>Gaz Bar Blues</i>	6 %
<i>Monica la mitraille</i>	5 %
<i>Sur le seuil</i>	4 %
<i>Nouvelle-France</i>	4 %
<i>Crazy</i>	3 %
<i>1^{er} Juillet</i>	3 %
<i>Québec-Montréal/Montréal-Québec</i>	3 %

Question : A10B. De quels films s'agit-il?
Base : A10A « Oui », répondants du Québec (n=281)

Film	Reste du Canada
<i>Sweet hereafter</i>	4 %
<i>Monica la mitraille</i>	3 %
<i>Big Fat Greek Wedding</i>	3 %
<i>Les Triplettes de Belleville</i>	3 %
<i>St-Ralph</i>	3 %
<i>Le déclin de l'empire américain</i>	2 %
<i>Mémoires affectives</i>	2 %
<i>Canadian Bacon</i>	2 %
<i>La légende de l'homme rapide</i>	2 %
<i>Québec-Montréal/Montréal-Québec</i>	1 %
<i>Daniel and the Superdogs</i>	1 %
<i>Dawn of the dead</i>	1 %

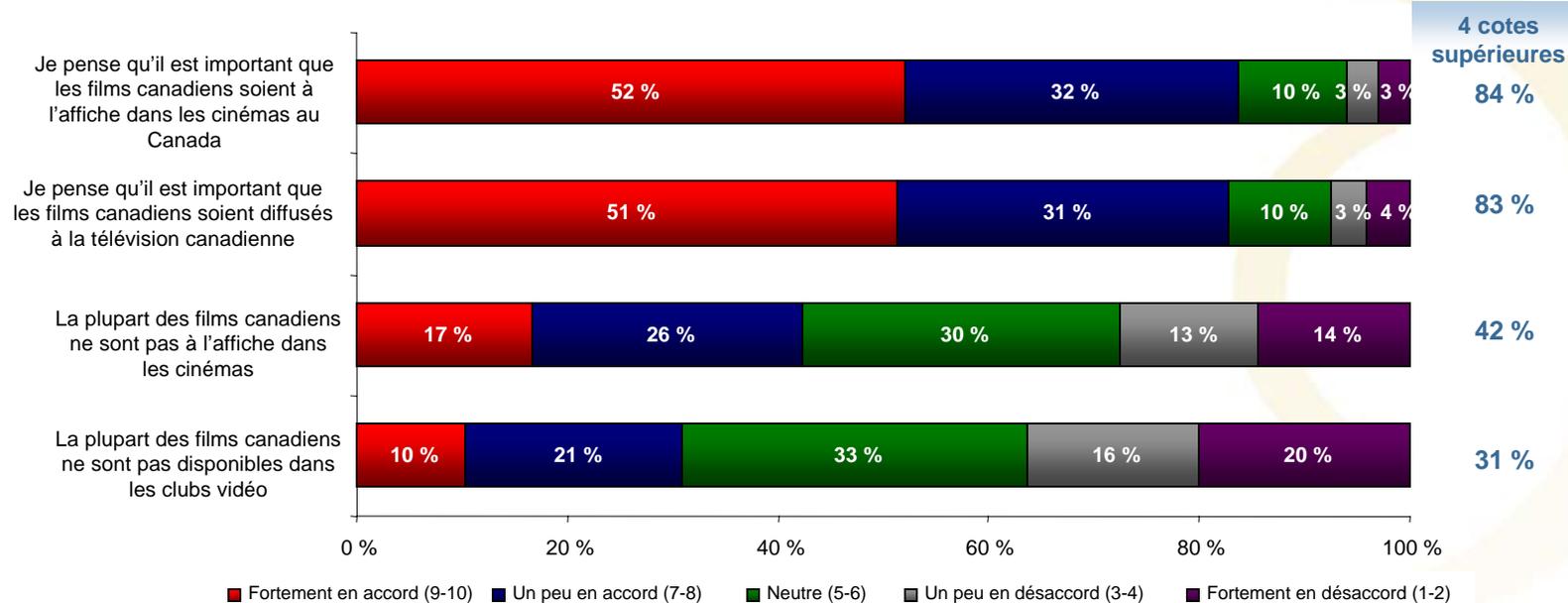
Question : A10B. De quels films s'agit-il?
Base : A10A « Oui », reste du Canada (n=225)

- Vingt-huit pour cent des Canadiens disent avoir vu d'autres films canadiens au cours de l'année dernière. Au Québec, 45 % disent avoir vu d'autres films canadiens, ce qui est plus du double de ce qui est observé dans le reste du Canada à 22 %.
- Les résidents du Québec ont énuméré beaucoup plus de films que ceux du reste du Canada, la plupart étant des films en français. Les films les plus souvent cités sont *Le Survenant*, *Elles étaient cinq* et *Camping sauvage*.
- Parmi les gens du reste du Canada qui disent avoir vu un film canadien au cours de l'année dernière, aucun film n'est mentionné par plus de 4 % des répondants. Les films les plus souvent cités sont *Sweet Hereafter*, *Monica la mitraille*, *Big Fat Greek Wedding*, *Les Triplettes de Belleville* et *St-Ralph*.
- Il est important de préciser que pour ces questions, les répondants étaient libres de mentionner n'importe quel film qui était à leur avis, un film canadien. En outre, ils pouvaient nommer un film, peu importe le moment où il a été produit.
- Le média le plus fréquemment utilisé par les répondants pour voir ces autres films sont le cinéma (49 %), la vidéo ou le DVD (38 %) et la télévision (20 %).
- *On trouvera sur cette page la liste complète des films où le film a été mentionné par au moins 1 % des répondants du reste du Canada. Prière de se reporter à l'annexe pour la liste détaillée de tous les autres films mentionnés par les répondants.*

Attitudes à l'égard du long métrage canadien

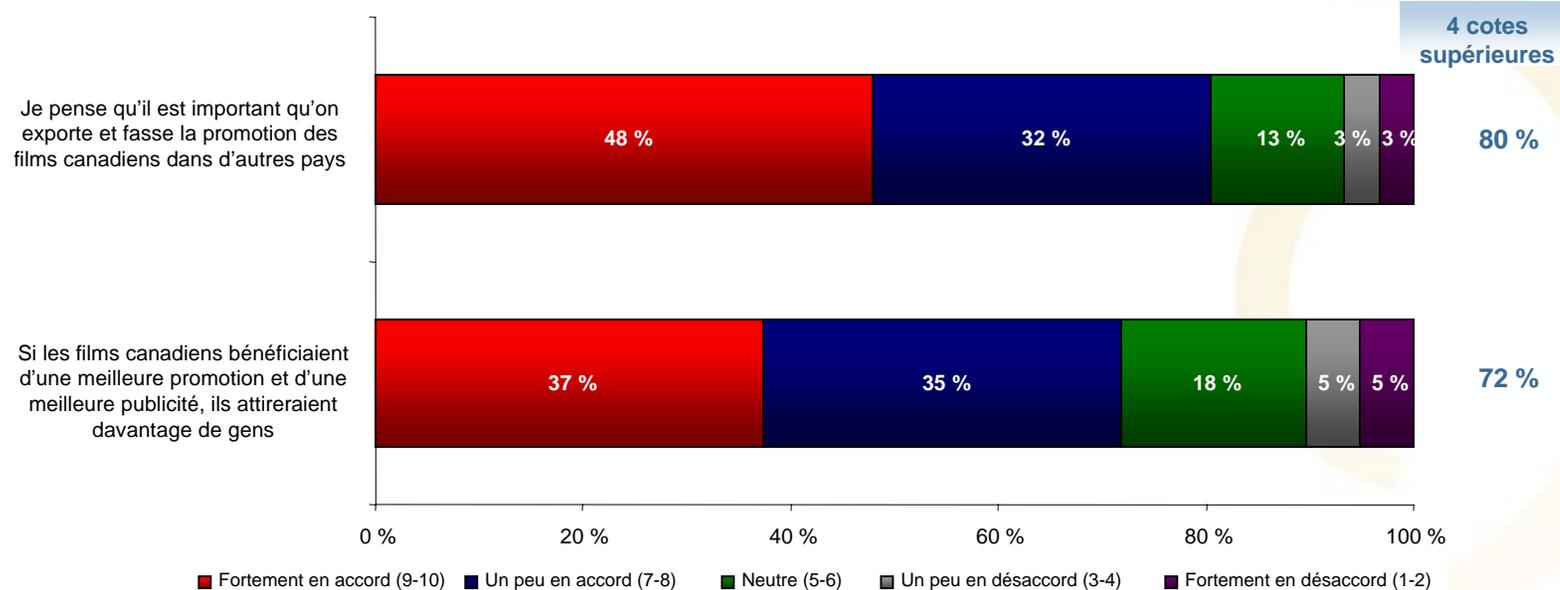
Disponibilité des longs métrages canadiens

- On a demandé aux Canadiens dans quelle mesure ils étaient d'accord avec certains énoncés concernant la disponibilité des films canadiens. Bien que les Canadiens semblent croire fermement que les films canadiens devraient être projetés dans des cinémas canadiens et à la télévision canadienne, ils sont moins certains quant à savoir si oui ou non ces mêmes films sont facilement disponibles dans les cinémas ou dans les clubs vidéo.
- Plus des quatre cinquièmes (84 %) des Canadiens reconnaissent qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans les cinémas au Canada. Environ le même pourcentage conviennent qu'il est important que les films canadiens soient diffusés à la télévision (83 %). En ce qui a trait à leur disponibilité dans les cinémas et les clubs vidéo, les deux cinquièmes (42 %) des Canadiens croient que la plupart des films canadiens ne sont pas présentés dans les cinémas et 31 % sont d'accord pour dire que la plupart des films canadiens ne sont pas offerts dans les clubs vidéo.
- Les résidents du Québec sont plus susceptibles que les répondants du reste du Canada de convenir qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans les cinémas au Canada (91 % c. 81 %) et à la télévision canadienne (86 % c. 82 %). Les résidents du reste du Canada sont plus susceptibles de se dire en accord avec les énoncés sur le manque de disponibilité. Quarante-sept pour cent reconnaissent que la plupart des films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas (contre 30 % au Québec) et 32 % sont d'accord pour dire que la plupart des films canadiens ne sont pas offerts dans les magasins vidéo (contre 27 % au Québec).



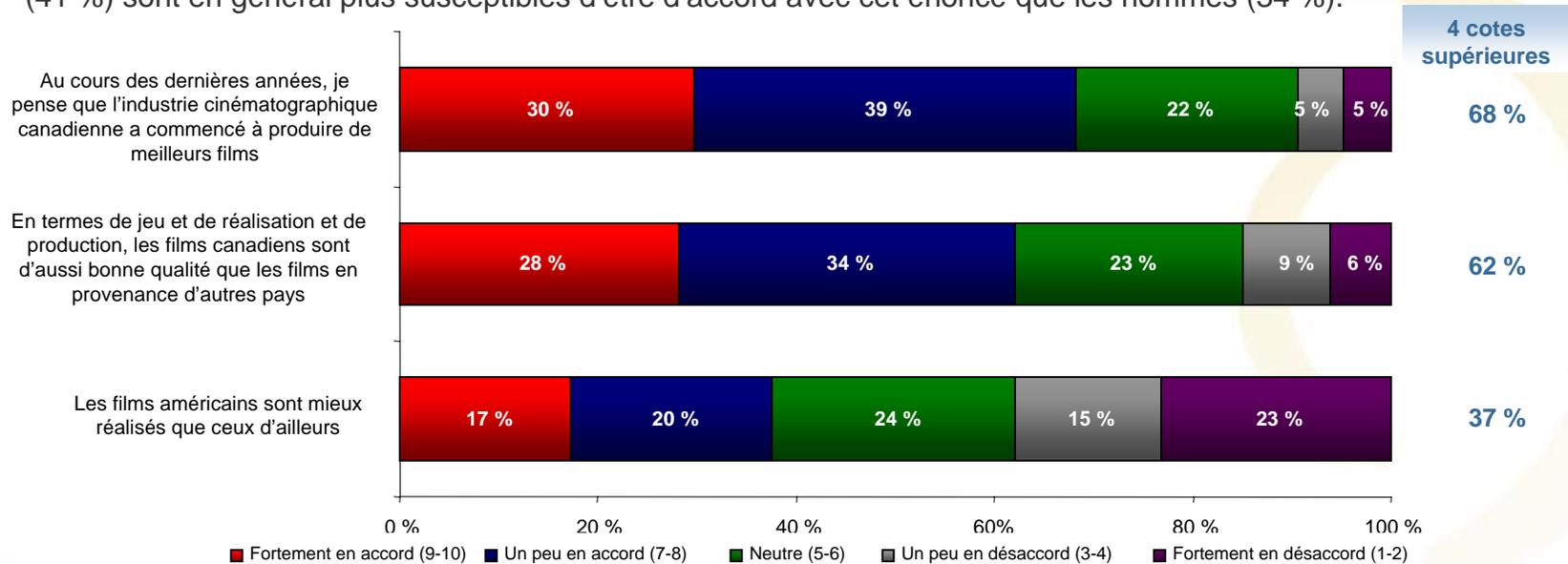
Promotion du film canadien

- Les Canadiens semblent également avoir des opinions bien arrêtées sur la promotion des films canadiens dans d'autres pays et sur l'impact qu'une plus grande promotion aurait sur l'indice de visionnement au Canada. Quatre cinquièmes (80 %) des Canadiens reconnaissent qu'il est important que les films canadiens soient exportés et qu'on en fasse la promotion dans d'autres pays. Les résidents du Québec sont plus susceptibles d'être d'accord avec cet énoncé (85 % c. 79 % chez les répondants du reste du Canada). Les femmes (83 %) sont également plus susceptibles d'être en accord avec cet énoncé comparativement aux hommes (78 %).
- Près des trois quarts des Canadiens (72 %) croient que plus de gens regarderaient les films canadiens si on en faisait une meilleure promotion et une meilleure publicité. Bien qu'aucune différence marquée n'existe selon la région, les femmes sont plus susceptibles d'être en accord avec cet énoncé que les hommes (75 % c. 68 %). Les gens âgés de 15 à 44 ans (74 %) sont également plus susceptibles d'être en accord avec cette position comparativement aux répondants plus âgés (64 %).



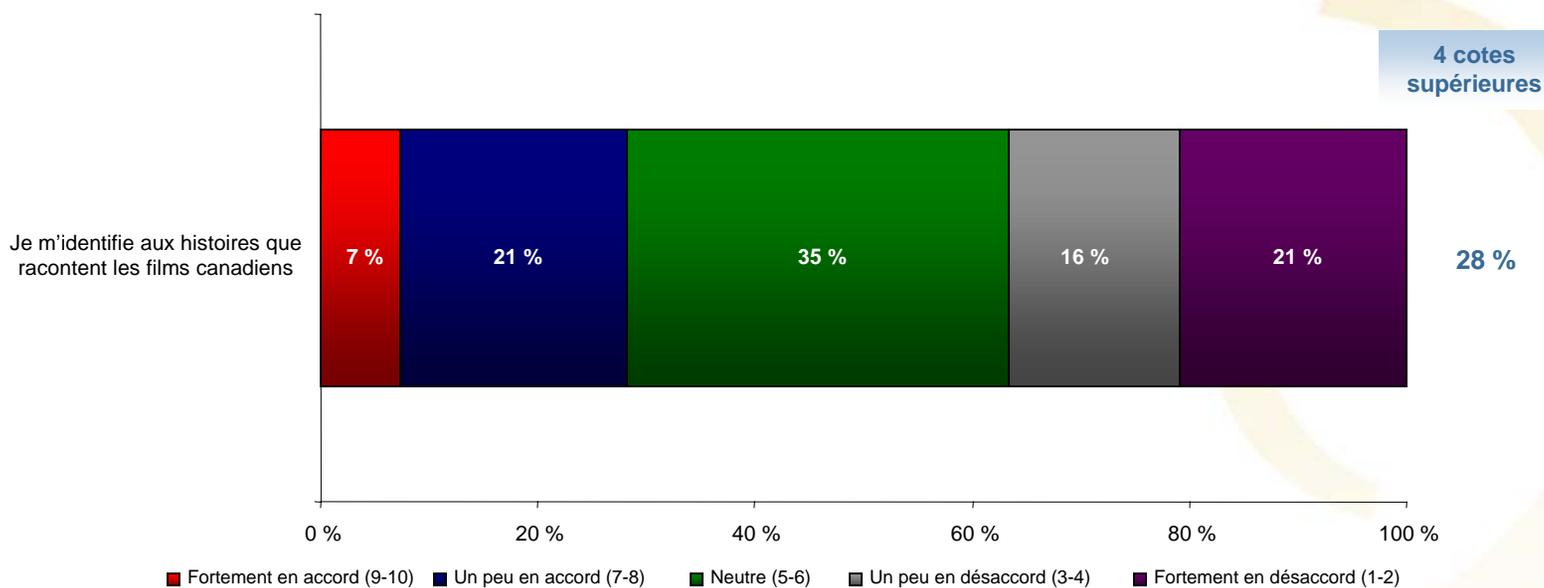
Qualité des films canadiens

- Soixante-huit pour cent des Canadiens sont d'accord qu'au cours des dernières années, l'industrie canadienne du cinéma a commencé à faire de meilleurs films. Les répondants du Québec (81 %) sont plus susceptibles d'être en accord avec cet énoncé comparativement aux répondants du reste du Canada (64 %). Les femmes (73 %) sont plus susceptibles d'être en accord avec cet énoncé comparativement aux hommes (63 %). En outre, les répondants âgés de 21 à 54 ans (71 %) sont plus susceptibles d'être en accord avec cette position que ceux du groupe de 15 à 20 ans (60 %).
- Six répondants sur dix (62 %) croient que le jeu des acteurs, la réalisation et la qualité de la production des films canadiens sont aussi bons que ceux des films produits dans d'autres pays. Soixante-douze pour cent des répondants du Québec sont d'accord, un pourcentage considérablement plus élevé que les répondants du reste du Canada (59 %). Les répondants âgés de 35 à 54 ans sont plus susceptibles d'être en accord avec cet énoncé comparativement aux Canadiens plus jeunes.
- Les gens sont décidément moins convaincus quant à savoir si oui ou non les films américains sont meilleurs que les films faits dans d'autres pays. Seulement 30 % sont d'accord avec cette position alors que 24 % ont une attitude plus neutre et que 38 % ne sont pas d'accord. Il n'existe aucune différence marquée entre les régions, mais les femmes (41 %) sont en général plus susceptibles d'être d'accord avec cet énoncé que les hommes (34 %).



Identification des Canadiens aux films canadiens

- Les Canadiens ne semblent pas convaincus qu'ils s'identifient aux histoires que racontent les films canadiens. Bien que seulement 28 % sont d'accord à cet égard, 37 % sont en désaccord et 35 % ont une attitude plus neutre. Il y a à nouveau une différence régionale car 37 % des répondants du Québec croient qu'ils s'identifient aux histoires des films comparativement à seulement 25 % dans le reste du Canada.
- Environ 29 % des répondants âgés de 21 ans ou plus sont d'accord pour dire qu'ils s'identifient aux histoires des films contre 20 % chez le groupe de 15 à 20 ans. De même, les minorités non visibles sont plus susceptibles de s'identifier aux histoires que leur racontent les films comparativement aux minorités visibles (31 % c. 22 %).



Question : A11. Veuillez dire dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants.
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Attitudes générales à l'égard des films canadiens

- Le tableau suivant renferme un résumé des scores des quatre cotes supérieures pour toutes les questions concernant les attitudes générales à l'égard des films canadiens. On y décrit les différences importantes entre le Québec et le reste du Canada, entre les hommes et les femmes, entre les groupes d'âge et entre les minorités visibles et les minorité non visibles.
- Dans l'ensemble, les résidents du Québec ont une opinion plus arrêtée que les gens du reste du Canada au sujet de l'importance de l'exposition aux longs métrages canadiens au Canada et dans d'autres pays et de la promotion de ces films. Les résidents du Québec croient également plus fermement à la qualité des films canadiens et estiment qu'ils sont aussi bons que ceux qui sont produits dans d'autres pays.
- Prière de se reporter au tableau pour des comparaisons plus détaillées entre les segments clés de la population.

Attitudes à l'égard des films canadiens : Résumé par segment de population (Quatre cotes supérieures)	Global	Québec	Reste du Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+	Minorité visible	Minorité non visible
Je pense qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans des cinémas au Canada.	84 %	<u>91 %</u>	81 %	80 %	<u>87 %</u>	82 %	<u>86 %</u>	<u>85 %</u>	79 %	81 %	<u>86 %</u>
Je pense qu'il est important que les films canadiens soient diffusés à la télévision canadienne	83 %	<u>86 %</u>	82 %	79 %	<u>87 %</u>	80 %	<u>87 %</u>	<u>85 %</u>	77 %	81 %	85 %
Je pense qu'il est important qu'on exporte et fasse la promotion des films canadiens dans d'autres pays	80 %	<u>85 %</u>	79 %	78 %	<u>83 %</u>	74 %	<u>83 %</u>	<u>84 %</u>	76 %	79 %	83 %
Si les films canadiens bénéficiaient d'une meilleure promotion et d'une meilleure publicité, ils attireraient davantage de gens.	72 %	70 %	73 %	68 %	<u>75 %</u>	<u>74 %</u>	<u>77 %</u>	<u>74 %</u>	64 %	76 %	72 %
Au cours des dernières années, je pense que l'industrie cinématographique canadienne a commencé à produire de meilleurs films.	68 %	<u>81 %</u>	64 %	63 %	<u>73 %</u>	60 %	<u>71 %</u>	<u>71 %</u>	66 %	64 %	<u>73 %</u>
En termes de jeu, de réalisation et de production, les films canadiens sont d'aussi bonne qualité que les films en provenance d'autres pays.	62 %	<u>72 %</u>	59 %	63 %	61 %	57 %	58 %	<u>66 %</u>	61 %	61 %	64 %
La plupart des films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas.	42 %	30 %	<u>47 %</u>	41 %	44 %	38 %	<u>50 %</u>	42 %	39 %	41 %	41 %
La plupart des films américains sont mieux réalisés que ceux d'ailleurs.	38 %	34 %	39 %	34 %	<u>41 %</u>	<u>45 %</u>	41 %	38 %	31 %	<u>44 %</u>	36 %
La plupart des films canadiens ne sont pas disponibles dans les clubs vidéos.	31 %	27 %	<u>32 %</u>	28 %	34 %	26 %	27 %	<u>35 %</u>	31 %	25 %	31 %
Je m'identifie aux histoires que racontent les films canadiens.	28 %	<u>37 %</u>	25 %	27 %	29 %	2 0%	<u>29 %</u>	<u>28 %</u>	<u>31 %</u>	22 %	<u>31 %</u>

Question : A11. Veuillez dire dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants.
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

Comparaison des attitudes en 1998 et 2005

- Les attitudes à l'égard de la disponibilité des films canadiens n'ont pas changé de façon importante depuis 1998. En 2005, 84 % des Canadiens croient toujours qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans les cinémas au Canada. On note une légère augmentation, soit de 80 % en 1998* à 83 % en 2005, dans le nombre de Canadiens qui sont d'accord pour dire qu'il est important que les films canadiens soient diffusés à la télévision. En outre, en 1998, 43 % étaient d'avis que la plupart des films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas et ne sont pas disponibles dans les clubs vidéo contre 42 % en 2005 qui sont d'avis que les films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas, et 31 % qui disent que les films canadiens ne sont pas disponibles dans les clubs vidéo.
- Les Canadiens s'entendent toujours sur l'importance de la promotion des films canadiens avec des résultats semblables en 2005 et en 1998.
- En ce qui concerne la qualité des films canadiens, il y a uniformité dans les attitudes des Canadiens. Les Canadiens sont toujours d'avis qu'au cours des dernières années, l'industrie cinématographique canadienne a commencé à faire de meilleurs films (68 % en 2005 c. 70 % en 1998). Une proportion semblable de Canadiens sont d'accord que les films américains sont meilleurs que les films d'autres pays (38 % d'accord en 2005 c. 39 % en 1998) et il y a légère augmentation dans les niveaux d'accord chez les Canadiens qui disent que la qualité du jeu, de la direction et de la production des films canadiens est aussi bonne que celle des films produits dans d'autres pays (62 % en 2005 c. 58 % en 1998).

*À noter que les valeurs de l'étude d'Angus Reid menée en 1998 ont été rajustées de sorte que les pourcentages n'incluent pas le pourcentage de la population qui a répondu « Ne sais pas ».

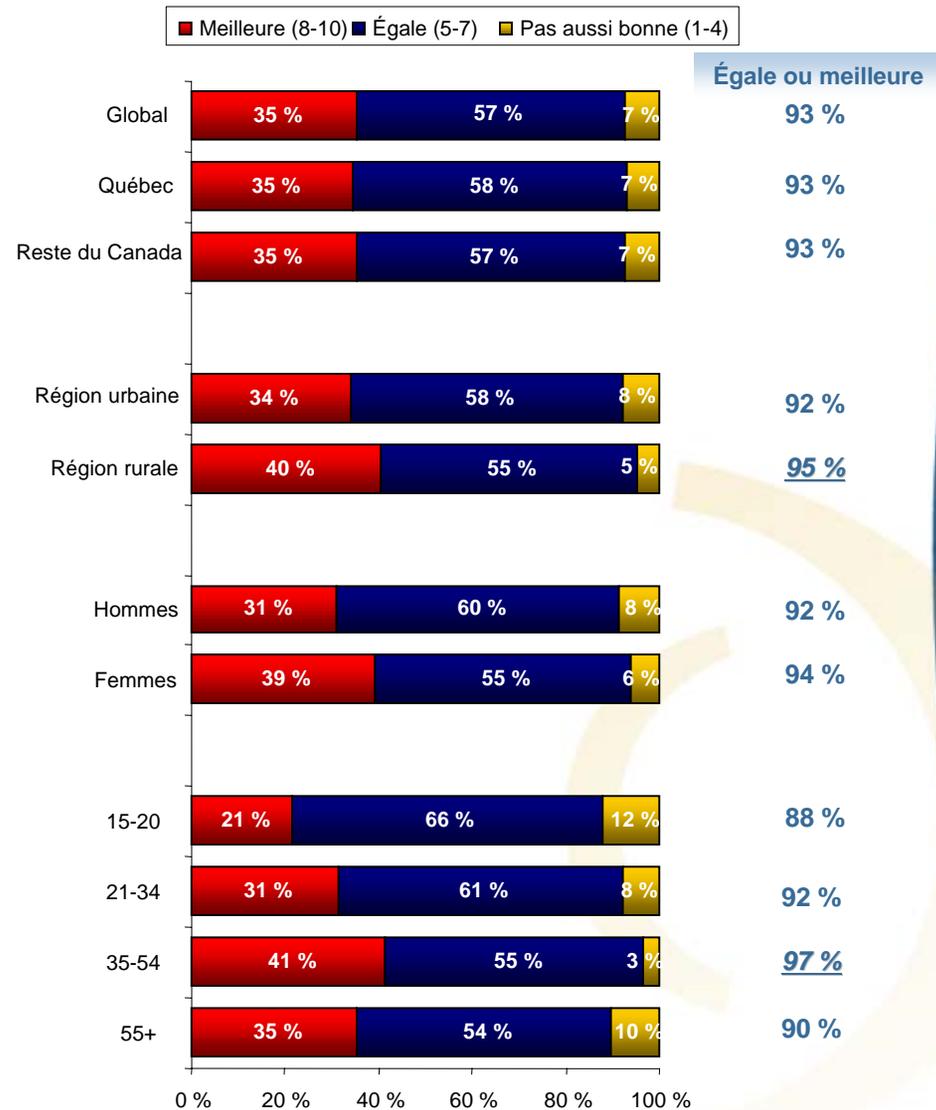
Changements d'attitude à l'égard des films canadiens : Résumé des 4 cotes sup.		
Disponibilité	2005	1998
Je crois qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans les cinémas au Canada.	84 %	84 %
Je crois qu'il est important que les films canadiens soient diffusés à la télévision canadienne.	83 %	80 %
La plupart des films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas.	42 %	43 %
La plupart des films can. ne sont pas disponibles dans les clubs vidéo.	31 %	
Promotion	2005	1998
Je pense qu'il est important qu'on exporte et fasse la promotion de films canadiens dans d'autres pays.	80 %	81 %
Si les films canadiens bénéficiaient d'une meilleure production et d'une meilleure publicité, ils attireraient davantage de gens.	72 %	72 %
Qualité	2005	1998
Au cours des dernières années, je pense que l'industrie cinématogr. canadienne a commencé à produire de meilleurs films.	68 %	70 %
En termes de jeu, de réalisation et de production, les films canadiens sont d'aussi bonne qualité que les films en provenance d'autres pays.	62 %	58 %
Les films américains sont mieux réalisés que ceux d'ailleurs.	38 %	39 %

Résultats détaillés

Industrie canadienne de la musique

Perceptions de la qualité de la musique canadienne

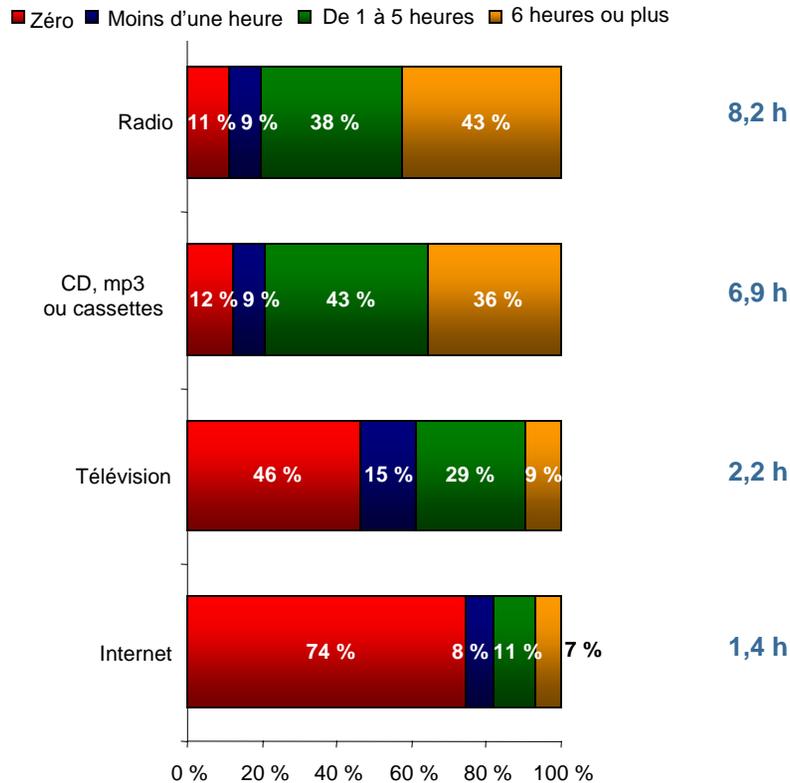
- Les Canadiens estiment que la musique canadienne peut se tailler une place sur la scène internationale. La qualité de la musique produite par des artistes canadiens est perçue par 93 % de la population générale comme étant égale ou supérieure à la musique produite par des artistes étrangers. Seulement 7 % semblaient croire qu'elle n'est pas aussi bonne que la musique produite par des artistes étrangers.
- Cette perception est tout aussi forte au Québec que dans le reste du Canada.
- Il y a une différence de perception entre les répondants des régions urbaines et ceux des régions rurales. En somme, 95 % des répondants des régions rurales contre 92 % des répondants des régions urbaines estiment que la qualité de la musique des artistes canadiens est égale ou supérieure à celle produite par des artistes étrangers.
- Les femmes semblent estimer que la musique canadienne est meilleure que la musique produite par des artistes étrangers (39 % c. 31 % chez les hommes).
- Enfin, la perception que la qualité de la musique canadienne est meilleure semble s'accroître de façon uniforme avec l'âge, puis diminuer à nouveau après l'âge de 55 ans. De ce fait, 41 % des gens de 35 à 54 ans estiment que la musique canadienne est meilleure, ce qui est considérablement plus élevé que les opinions partagées par 31 % du groupe d'âge de 21 à 34 ans et par 21 % du groupe le plus jeune.



Habitudes d'écoute

Habitudes d'écoute de la musique chez les Canadiens

Durée moyenne par semaine



Question : B1. En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...
Base : Tous les répondants (n=2 002)

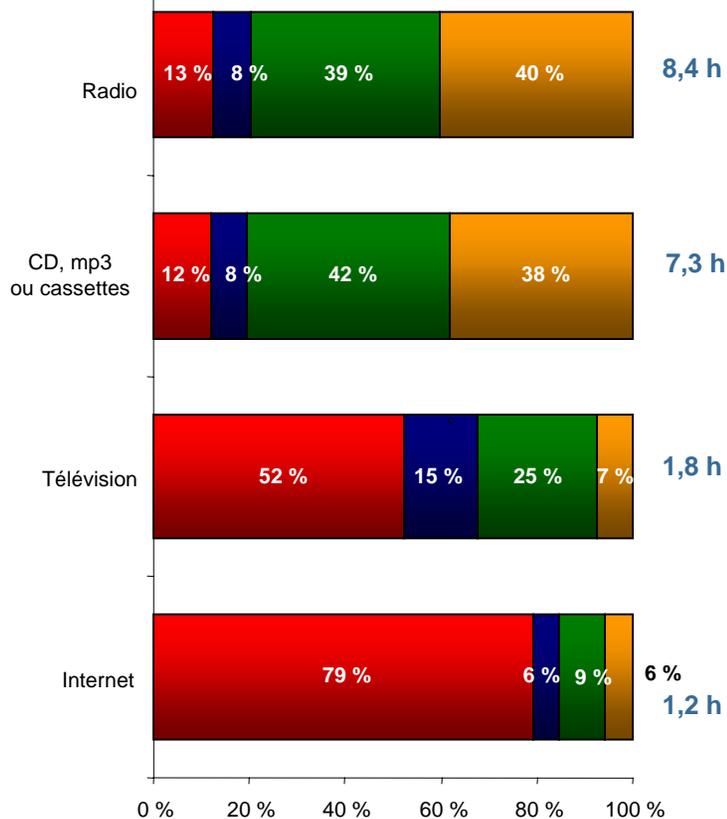
- Les répondants ont été invités à estimer le nombre d'heures par semaine qu'ils passent à écouter de la musique à l'aide de différentes technologies. La radio est le média le plus fréquent que les Canadiens utilisent pour écouter de la musique durant la semaine, suivie des CD, des mp3 ou des cassettes. Un peu plus de la moitié des Canadiens écoutent de la musique à la télévision (54 %) et environ 26 % écoutent de la musique sur Internet à divers degrés au cours d'une semaine moyenne.
- Pour cette question, et d'autres questions semblables pour lesquelles un intervalle a été utilisé comme méthode de résumé des réponses (p. ex., 1 à 5 heures par semaine), un point milieu est utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., le temps moyen passé à écouter la radio durant une semaine donnée).
- La durée moyenne d'écoute par semaine est indiquée pour chaque technologie en regard de la distribution de la fréquence.

Habitudes d'écoute de la musique chez les Canadiens

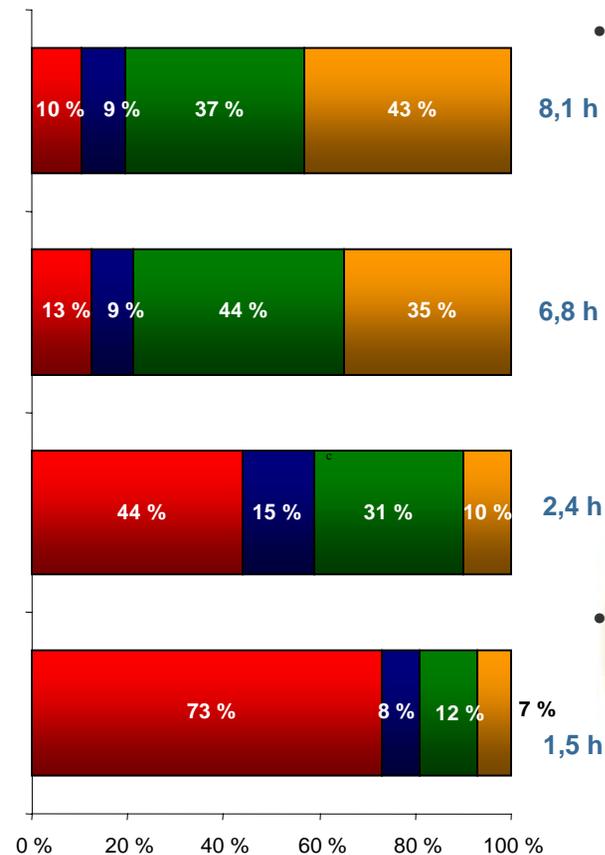
Québec

Reste du Canada

■ Zéro ■ Moins d'une heure ■ De 1 à 5 heures ■ 6 heures ou plus



Question : B1. Question : B1. En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...
Base : Répondants du Québec (n=750)



Question : B1. Question : B1. En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...
Base : Reste du Canada (n=1 252)

- Si l'on compare le Québec et le reste du Canada, il n'y a pas de différence dans le temps passé à écouter des CD, des mp3 ou des cassettes. Les résidents du Québec sont plus susceptibles de ne pas passer beaucoup de temps à écouter de la musique sur Internet ou à la télévision.
- La durée moyenne par semaine est affichée pour chaque technologie en regard de sa distribution de fréquence.

Habitudes d'écoute de la musique chez les Canadiens

- Le tableau ci-dessous indique le temps, en moyenne, que passent les Canadiens à écouter de la musique par segment de population, pour chacune des technologies. Comme il a été décrit plus avant, lorsqu'un intervalle est utilisé comme méthode pour résumer des réponses (p. ex., 1 heure à 5 heures par semaine), un point milieu est utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., le temps passé en moyenne à écouter la radio au cours d'une semaine).
- Les hommes écoutent plus de musique sur Internet que les femmes et les résidents des régions rurales écoutent plus de musique à la télévision que les résidents des régions urbaines.
- Parmi les groupes d'âge, les répondants âgés de 15 à 34 ans passent plus de temps à écouter de la musique sur Internet et sur des CD, des mp3 et des cassettes. Le groupe des 15 à 20 ans est le groupe qui passe le moins de temps à écouter de la musique à la radio alors que les répondants de 35 à 54 ans sont les auditeurs de radio les plus avides (52 % écoutent plus de 6 heures de radio par semaine, soit une moyenne d'environ 10 heures). Ces données se comparent aux 31 % chez le groupe d'âge le plus jeune des 15 à 20 ans qui écoute la radio en moyenne 6 heures par semaine.
- Le groupe des 15 à 20 ans est également plus susceptible d'écouter de la musique à la télévision, pour une moyenne d'environ 3,5 heures par semaine, soit davantage que les groupes plus âgés qui affichent une moyenne combinée d'environ 2 heures par semaine.

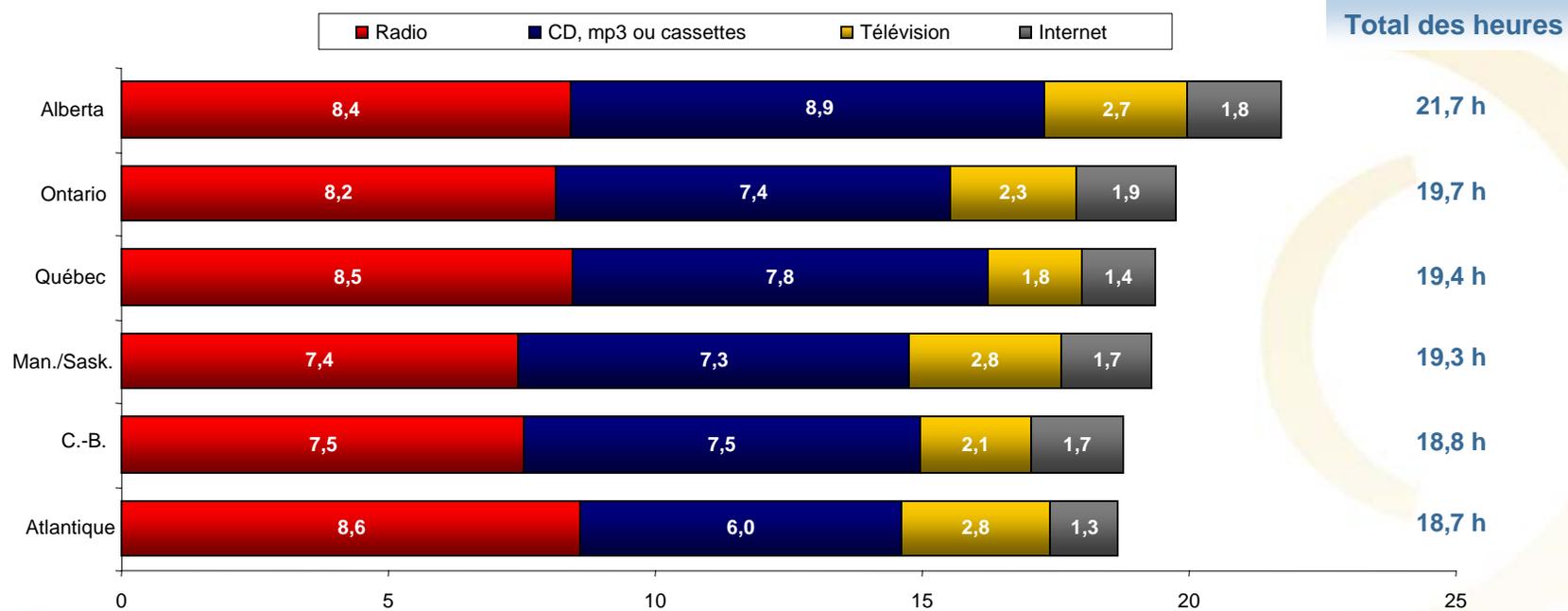
Nombre d'heures moyen hebdomadaire passées à écouter de la musique			Reste du		Région		Région				
	Global	Québec	Canada	Hommes	Femmes	urbaine	rurale	15-20	21-34	35-54	55+
Radio	8,2	8,4	8,1	7,8	8,5	8,1	8,8	5,8	8,3	9,7	6,9
CD, mp3 ou cassettes	6,9	7,3	6,8	7,3	6,6	7,7	6,7	12,8	8,7	6,7	3,7
Télévision	2,2	1,8	2,4	2,1	2,3	2,1	2,9	3,5	2,1	1,9	2,3
Internet	1,4	1,2	1,5	1,8	1,1	1,6	1,3	4,8	2,5	0,7	0,3
Total	18,8	18,8	18,8	19,0	18,5	19,5	19,7	26,8	21,5	19,1	13,1

Question : B1. En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique...
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Nota : Les fréquences indiquées dans le texte en gras, par un trait souligné et en italiques sont des valeurs considérablement plus élevées que celles dans un autre segment de la population.

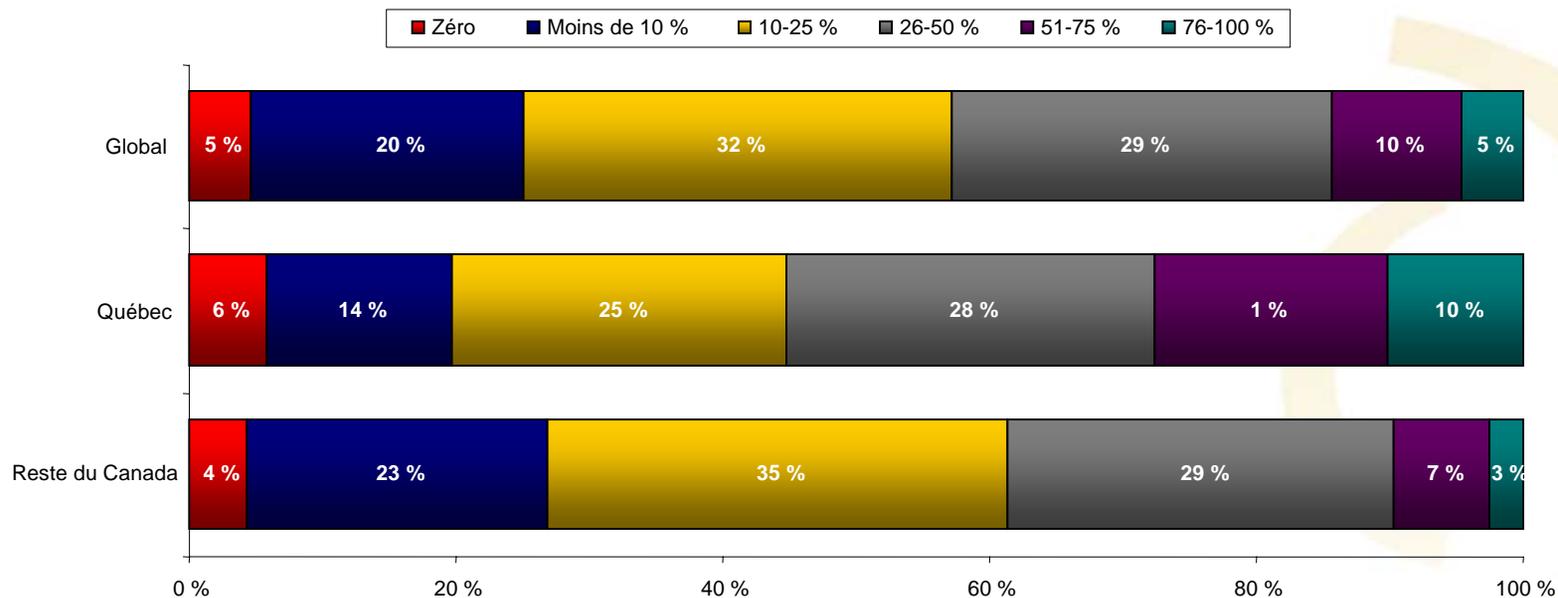
Nombre d'heures par semaine passées à écouter de la musique par province

- Ce sont les Albertains qui passent le plus de temps, de tous les Canadiens, à écouter des CD, des mp3 ou des cassettes, 14 % d'entre eux disent en écouter plus de 25 heures par semaine. Quant aux résidents de la Colombie-Britannique, ce sont eux qui passent le moins de temps à écouter la radio, 29 % écoutant ce média moins d'une heure ou pas du tout.
- Après avoir calculé le nombre moyen d'heures par semaine passées à écouter de la musique à l'aide de diverses technologies, le nombre total d'heures par semaine passées à écouter de la musique par province est mis en comparaison. L'Alberta arrive en tête de liste parmi les provinces qui écoutent le plus de musique en moyenne par semaine, alors que le reste du Canada écoute à peu près le même nombre total d'heures de musique par semaine. Cela équivaut à un total d'environ 22 heures par semaine en Alberta alors que le reste des provinces écoutent environ 19 heures de musique par semaine.



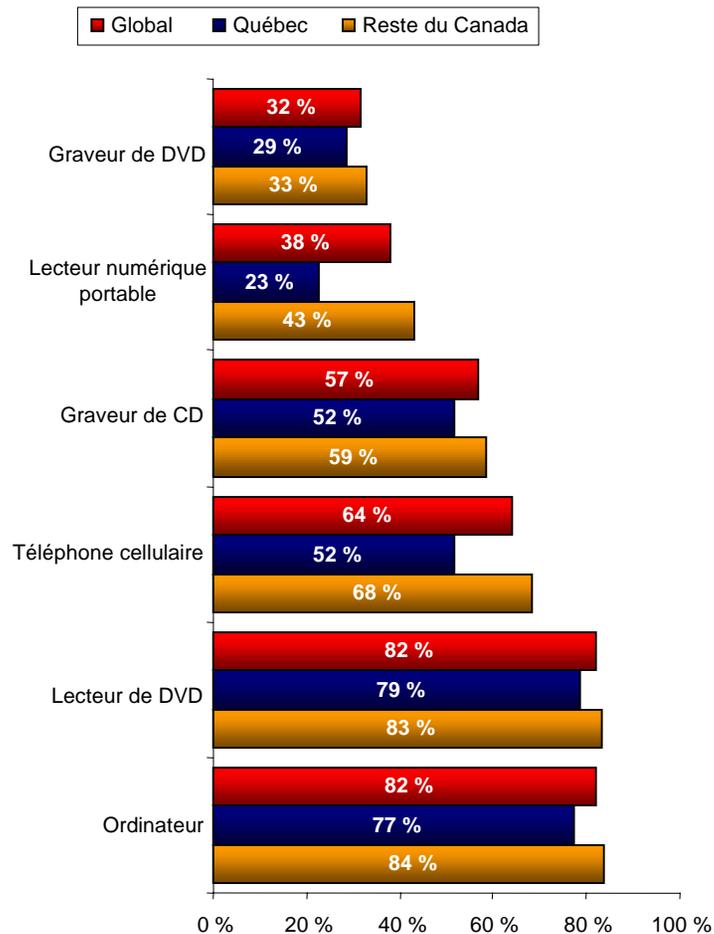
Temps passé à écouter de la musique canadienne

- Les répondants ont été invités à évaluer le pourcentage de leur temps passé à écouter de la musique d'artistes canadiens. Les résultats indiquent que la grande majorité des Canadiens écoutent de la musique canadienne. En fait, 15 % des Canadiens passent plus de la moitié de leur temps (50 % ou plus) à écouter de la musique canadienne. Ce pourcentage augmente pour atteindre 27 % chez les résidents du Québec comparativement à 10 % chez les répondants du reste du Canada.
- En ce qui concerne les différences d'un groupe d'âge à l'autre, 9 % des répondants âgés de 55 ans ou plus n'écoutent pas du tout de musique canadienne, résultat considérablement plus élevé que pour tous les autres groupes d'âge.



Question : B2. Quel pourcentage de cette écoute est consacré à la musique d'artistes canadiens?
Base : B1 Écoute de la musique (n=1 978)

Accès aux technologies



Question : B3. Possédez-vous ou avez-vous accès aux appareils suivants...
Base : Tous les répondants (n=2 002)

- Les répondants ont été invités à indiquer à quelles technologies ils ont accès, soit à la maison, soit au travail ou ailleurs. Environ quatre Canadiens sur cinq ont accès à un lecteur DVD et à un ordinateur. Les deux tiers ont accès à un téléphone cellulaire et à un graveur de CD. Trente-huit pour cent ont accès à un lecteur numérique portable et 32 % ont accès à un graveur de DVD.
- Comparés aux répondants du reste du Canada, les résidents du Québec sont moins susceptibles d'avoir accès à la plupart des technologies, y compris un lecteur de DVD (79 % c. 83 %), un ordinateur (77 % c. 84 %), un graveur de CD (52 % c. 59 %), un lecteur numérique portable (23 % c. 43 %) et un téléphone cellulaire (52 % c. 68 %).

Accès aux technologies

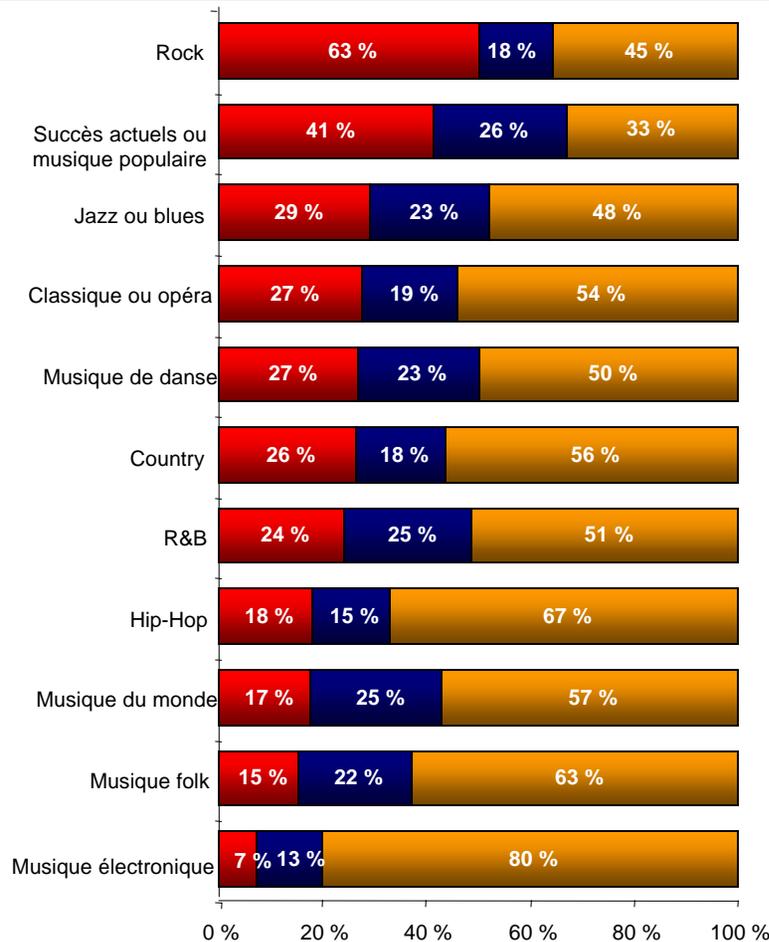
- Comme il fallait s'y attendre, il existe plusieurs différences importantes en ce qui concerne l'adoption des technologies au sein de l'ensemble des principales différentes variables démographiques.
- Les Canadiens âgés de 15 à 24 ans sont beaucoup plus susceptibles d'avoir accès à tous les éléments comparativement à ceux de 55 ans et plus. Le groupe des 15 à 20 ans est le plus susceptible de posséder un lecteur mp3 ou d'avoir accès à un lecteur mp3 (69 %) comparativement au groupe des 21 à 54 ans noté à environ 43 % et celui des 55 ans et plus à 17 %. Le groupe d'âge le plus susceptible de posséder un téléphone cellulaire ou d'avoir accès à un tel appareil parmi tous les autres groupes d'âge est celui des 35 à 54 ans, à 74 %, ce qui est considérablement plus élevé que les 63 % chez les 15 à 34 ans et 51 % chez les 55 ans et plus.
- De même, l'accès à ces technologies augmente avec les revenus du ménage. Par exemple, chez les ménages gagnant plus de 80 000 \$, 98 % possèdent un ordinateur ou ont accès à un ordinateur, 95 % un lecteur de DVD, 83 % un téléphone cellulaire, 77 % un graveur de CD et 46 % un graveur de DVD, ce qui est considérablement plus élevé que chez les catégories de revenu plus faibles.
- Les hommes sont plus susceptibles de posséder un lecteur de DVD, un graveur de CD et un graveur de DVD ou d'y avoir accès comparativement aux femmes. Les résidents des régions urbaines sont plus susceptibles de posséder un ordinateur, un lecteur de DVD et un lecteur de CD ou d'avoir accès à de tels appareils que les résidents des régions rurales (voir tableau ci-dessous pour plus de détails).

Pourcentage des Canadiens qui ont accès à différentes technologies (% « Oui »)	Âge						Revenu			Région		
	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+	<40 k\$	40 k\$-60 k\$	60 k\$-80 k\$	80 k\$+	urbaine	rurale
Ordinateur	83 %	81 %	96 %	93 %	87 %	63 %	68 %	84 %	90 %	98 %	84 %	77 %
Lecteur de DVD	85 %	80 %	95 %	94 %	87 %	63 %	67 %	88 %	86 %	95 %	84 %	79 %
Téléphone cellulaire	63 %	65 %	59 %	66 %	74 %	51 %	50 %	61 %	75 %	83 %	62 %	63 %
Graveur de CD	63 %	51 %	81 %	71 %	62 %	30 %	40 %	57 %	63 %	77 %	60 %	52 %
Lecteur de mp3	40 %	36 %	69 %	45 %	41 %	17 %	25 %	36 %	44 %	50 %	38 %	34 %
Graveur de DVD	37 %	27 %	36 %	41 %	37 %	16 %	20 %	31 %	36 %	46 %	33 %	28 %

Question : B3. Possédez-vous ou avez-vous accès aux appareils suivants...
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Niveaux d'intérêt pour les genres de musique

■ Extrêmement intéressé (7-10) ■ Modérément intéressé (5-6) ■ Pas du tout intéressé (1-4)

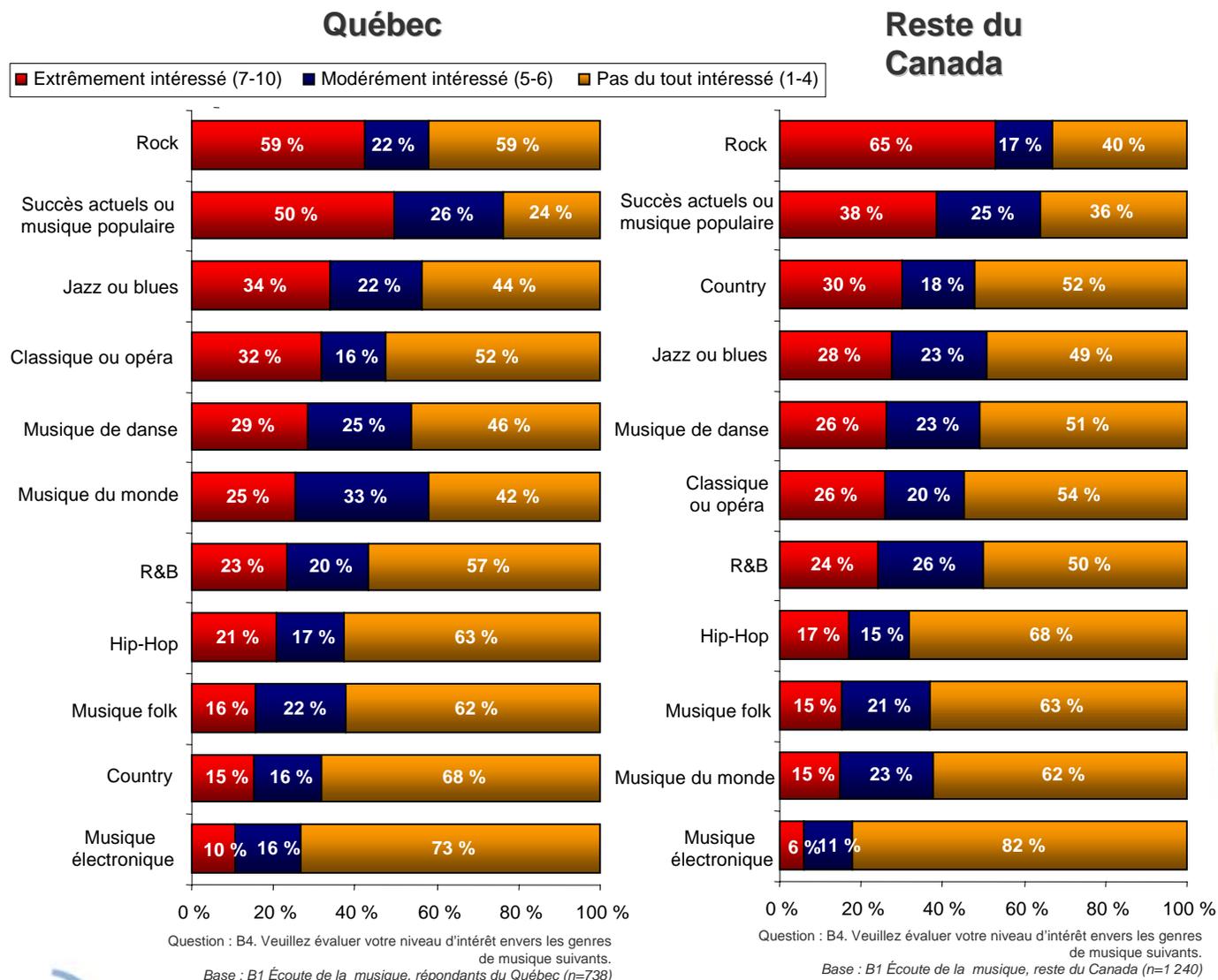


Question : B4. Veuillez évaluer votre niveau d'intérêt envers les genres de musique suivants.

Base : B1 Écoute de la musique (n=1 978)

- Les Canadiens ont été invités à déterminer leur niveau d'intérêt pour divers genres de musique. Les Canadiens préfèrent toujours la musique rock, soit le rock léger, accentué ou classique, 63 % indiquant un niveau d'intérêt élevé pour ce genre de musique (autrement dit, un score de 7 ou plus sur une échelle de 10).
- En deuxième lieu, mais loin de la tête, les succès actuels et la musique populaire (41 % ont dit avoir un intérêt élevé). Le palier suivant comprend le jazz ou le blues (29 %), le classique ou l'opéra (27 %), la musique de danse (27 %), le country (26 %) et le R&B (24 %). Les genres de musique les moins prisés des Canadiens sont la musique du monde (17 %), la musique folk (15 %) et la musique électronique (seulement 7 % ont manifesté un intérêt élevé).
- À noter que même si 18 % disent avoir un intérêt élevé pour le hip-hop, une importante proportion (67 %) indique également un niveau faible pour ce genre de musique. C'est en fait le deuxième niveau le plus élevé de « Pas du tout intéressé » parmi les genres, précédé seulement par la musique électronique.

Niveaux d'intérêt pour les genres de musique : Québec et reste du Canada



Il existe peu de différences dans les goûts musicaux qu'il vaille la peine de mentionner lorsqu'on compare les goûts des résidents du Québec à ceux du reste du Canada. Il faut noter que les résidents à l'extérieur du Québec sont beaucoup plus susceptibles d'être très intéressés par le country (30 % c. 15 %), alors que les résidents du Québec sont plus susceptibles d'être intéressés par les succès actuels (50 % c. 38 %), le jazz et le blues (34 % c. 28 %), la musique du monde (25 % c. 15 %), le classique ou l'opéra (32 % c. 26 %) et la musique électronique (10 % c. 6 %).

Niveaux d'intérêt pour les genres de musique : Différences entre les sexes et les groupes d'âge

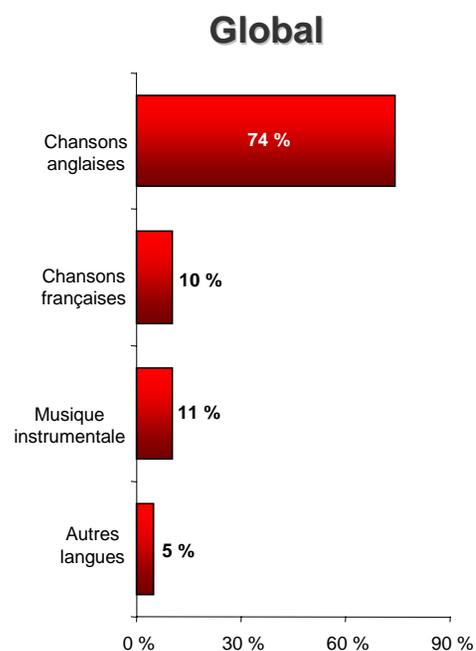
- Il existe également plusieurs différences marquantes dans les préférences musicales selon les groupes d'âge et entre les sexes.
- Les hommes préfèrent de beaucoup la musique rock, 64 % indiquant un niveau d'intérêt élevé (un résultat d'au moins 7 sur une échelle de 10 points) comparativement à 55 % chez les femmes. Les hommes sont également plus susceptibles de préférer la musique électronique (10 % c. 5 % chez les femmes), mais préfèrent en général la musique rock par rapport à tout autre genre de musique, les succès actuels ou la musique populaire venant au deuxième rang loin derrière à 34 %. Même si les femmes préfèrent aussi la musique rock par-dessus tout, elles affichent également des goûts musicaux plus éclectiques. Les femmes sont plus susceptibles de préférer les succès actuels ou la musique populaire (48 % c. 34 %), le classique ou l'opéra (31 % c. 24 %), la musique de danse (34 % c. 19 %) et le country (29 % c. 23 %).
- Les répondants âgés de 55 ans et plus indiquent le niveau d'intérêt le plus élevé pour le classique ou l'opéra, le country et la musique folk. Les répondants plus jeunes écoutent plus de variétés de musique, y compris le rock, le hip-hop, les succès actuels et la musique populaire et le R&B. Prière de se reporter au tableau suivant pour plus de détails.

Niveau d'intérêt pour les genres de musique (3 cotes supérieures)	Global	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
Rock	59 %	64 %	55 %	73 %	73 %	71 %	26 %
Succès actuels et musique pop.	41 %	34 %	48 %	47 %	55 %	46 %	21 %
Jazz ou Blues	29 %	30 %	28 %	22 %	22 %	38 %	25 %
Classique ou opéra	27 %	24 %	31 %	13 %	16 %	25 %	45 %
Musique de danse	27 %	19 %	34 %	30 %	30 %	24 %	26 %
Country	26 %	23 %	29 %	14 %	22 %	27 %	34 %
R&B	24 %	22 %	26 %	36 %	27 %	25 %	15 %
Hip-Hop	18 %	17 %	19 %	43 %	33 %	12 %	4 %
Musique du monde	17 %	15 %	19 %	16 %	17 %	18 %	17 %
Musique folk	15 %	14 %	17 %	8 %	12 %	16 %	21 %
Musique électronique	7 %	10 %	5 %	12 %	14 %	5 %	2 %

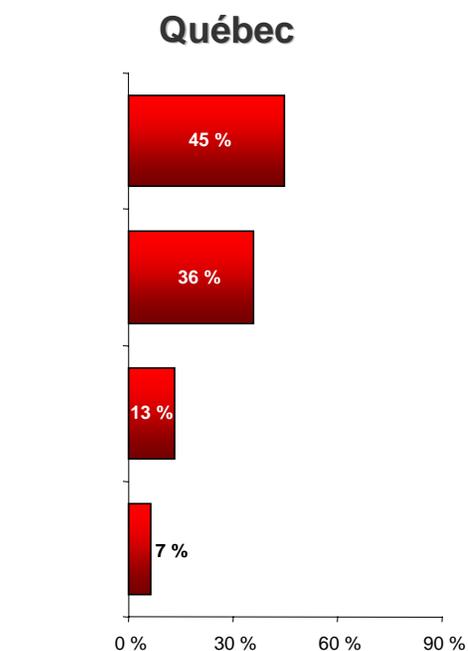
Question : B4. Veuillez évaluer votre niveau d'intérêt envers les genres de musique suivants.
Base : B1 Écoute de la musique (n=1 978)

Pourcentage de musique écoutée selon la langue

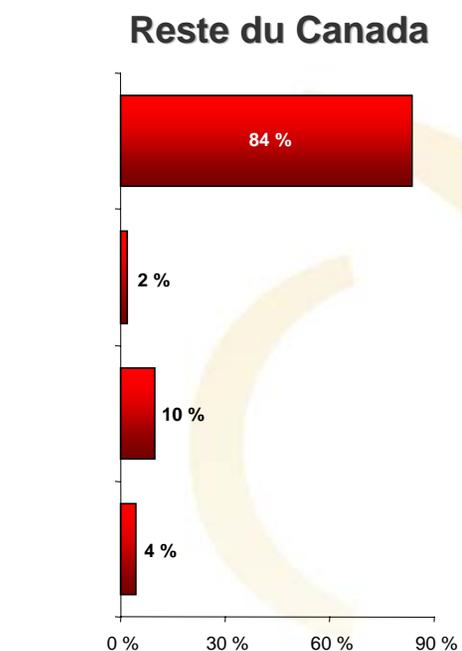
- Les répondants ont été invités à indiquer le pourcentage de chansons françaises, de chansons anglaises, de musique instrumentale et de chansons en langue étrangère qu'ils écoutent. Dans l'ensemble, les Canadiens passent les trois quarts de leur temps d'écoute de musique à écouter de la musique en anglais, suivie de musique en français (10 %), de musique instrumentale (11 %) et de musique en langue étrangère (5 %).
- Manifestement, ces moyennes sont différentes chez les résidents du Québec, pour qui 36 % du temps passé à écouter de la musique est consacré à la musique en français, comparé à seulement 2 % chez les répondants du reste du Canada. Malgré la prédominance de la langue française au Québec, les résidents du Québec consacrent quand même 45 % de leur temps d'écoute à la musique en anglais.



Question B5. Quel pourcentage de la musique que vous écoutez est de la chanson française, chanson anglaise, musique instrumentale et chanson en langue étrangère?
Base : B1 Écoute de la musique (n=1 978)



Question B5. Quel pourcentage de la musique que vous écoutez est de la chanson française, chanson anglaise, musique instrumentale et chanson en langue étrangère?
Base : B1 Écoute de la musique, répondants du Québec (n=738)



Question B5. Quel pourcentage de la musique que vous écoutez est de la chanson française, chanson anglaise, musique instrumentale et chanson en langue étrangère?
Base : B1 Écoute de la musique, reste du Canada (n=1 240)

Pourcentage de musique écoutée selon la langue

- Les segments de population les plus susceptibles d'écouter de la musique instrumentale sont les répondants âgés de 35 ans ou plus (environ 13 % c. les répondants plus jeunes à 7 %) et ceux qui ont terminé des études collégiales, universitaires ou de deuxième cycle (environ 14 %, c. 9 % chez ceux qui sont moins scolarisés). Les segments plus susceptibles d'écouter de la musique dans d'autres langues sont les répondants âgés de 15 à 20 ans (7 % c. 4 % des répondants âgés de 55 ans et plus) et ceux qui vivent dans les régions urbaines (5 % c. 4 % dans les régions rurales).
- Même s'il n'y a pas de différences majeures selon les sexes, les différences d'âge sont apparentes. Les résidents âgés de 55 ans et moins écoutent plus de chansons anglaises (78 % c. 67 % pour les groupes d'âge de 55 ans et plus). Les 35 ans et plus écoutent de la chanson française et de la musique instrumentale plus que les 15 à 20 ans. Les répondants qui se considèrent comme une minorité visible sont plus susceptibles que ceux qui ne sont pas de minorité visible d'écouter de la chanson anglaise (75 % c. 69 %) et de la musique dans d'autres langues (10 % c. 4 %).

Langue	Global	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+	Minorité visible	Minorité non visible	Région urbaine	Région rurale
Chanson anglaise	74 %	75 %	73 %	80 %	78 %	75 %	67 %	75 %	69 %	70 %	71 %
Chanson française	10 %	9 %	11 %	6 %	9 %	10 %	13 %	7 %	16 %	14 %	16 %
Musique instrumentale	11 %	11 %	10 %	7 %	7 %	10 %	16 %	9 %	11 %	11 %	10 %
Autres langues	5 %	5 %	5 %	7 %	5 %	5 %	4 %	10 %	4 %	5 %	4 %

Question B5. Quel pourcentage de la musique que vous écoutez est de la chanson française, chanson anglaise, musique instrumentale et chanson en langue étrangère?

Base : B1 Écoute de la musique (n=1 945)

Nota : Il fallait donner une réponse complète; les réponses partielles ne sont pas incluses dans cette analyse.

Autres genres de musique qu'écoutent les Canadiens

- La diversité des goûts musicaux reflète le multiculturalisme de la population canadienne. Les Canadiens écoutent une vaste gamme de musiques dans diverses langues. Comme les résultats précédents l'ont indiqué, les Canadiens passent environ 5 % de leur temps à écouter de la musique dans une langue autre que le français et l'anglais. Parmi ces auditeurs plus diversifiés, l'espagnol est la langue musicale la plus souvent indiquée (37 %), suivie de l'italien (14 %) et de l'allemand (11 %).
- Les répondants du Québec sont plus susceptibles que ceux du reste du Canada d'écouter de la musique en espagnol (49 % c. 31 %), alors que ceux du reste du Canada sont plus susceptibles que les résidents du Québec d'écouter de la musique en langue allemande, asiatique et indienne.

Langue	Global	Québec	Reste du Canada
Espagnol	37 %	49 %	31 %
Italien	14 %	15 %	14 %
Allemand	11 %	6 %	13 %
Asiatique	6 %	3 %	7 %
De l'Europe de l'Est/russe	5 %	3 %	6 %
Du Moyen-Orient	5 %	9 %	3 %
Indien	4 %	1 %	5 %
Africain	2 %	2 %	2 %
Autochtone	2 %	1 %	2 %
Scandinave	1 %	<1 %	1 %
Toutes les langues/aucune	5 %	<1 %	6 %
Autre	9 %	10 %	9 %

Base : B5. Écoute de la musique en langue étrangère (n=685)

Comportement des acheteurs

Achats de CD au cours de l'an dernier

- Les tableaux suivants résument le nombre de CD achetés au cours de l'an dernier. Le tableau de gauche contient un résumé du nombre total de CD achetés, alors que le tableau de droite résume le nombre total de CD canadiens achetés. Prière de noter que la base pour le nombre total de CD canadiens achetés est modifiée pour refléter le nombre total de répondants qui ont dit écouter de la musique, selon la question B1 : « Combien d'heures passez-vous à écouter de la musique? »
- Pour cette question, lorsqu'un intervalle a été utilisé pour résumer la réponse (p. ex., 1 à 5 CD achetés au cours de l'an dernier), un point milieu a été utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., le nombre moyen de CD achetés au cours de l'an dernier). Les moyennes sont calculées comme estimations pour tous les Canadiens et pour le Québec par rapport au reste du Canada.
- Quatre-vingt-sept pour cent des personnes qui écoutent de la musique ont acheté au moins un CD au cours de l'an dernier soit pour elles-mêmes, soit pour quelqu'un d'autre. Environ 12 % pourraient se considérer comme des acheteurs de CD fréquents (plus de 20 CD achetés au cours de l'an dernier) et un autre groupe de 18 % sont des acheteurs réguliers (c.-à-d. un peu plus d'un CD par mois qui est acheté en moyenne). Dans l'ensemble, les tendances concernant l'achat de CD sont très semblables au Québec et dans le reste du Canada, même si les acheteurs de CD au Québec sont plus susceptibles d'acheter des CD canadiens que les acheteurs de CD du reste du Canada (une moyenne de 5 CD par rapport à 4 CD).

Total de CD achetés	Global	Québec	Reste du Canada
Aucun	13 %	12 %	14 %
1 à 5	32 %	30 %	32 %
6 à 10	25 %	28 %	24 %
11 à 20	18 %	16 %	18 %
21 à 30	6 %	7 %	6 %
Plus de 30	6 %	7 %	5 %
Moyenne	9,6	10,1	9,5

B7. Combien de CD de musique avez-vous achetés au cours de la dernière année?
Base = B1. Écoute de la musique (n=1 978)

Total de CD canadiens achetés	Global	Québec	Reste du Canada
Aucun	26 %	22 %	28 %
1 à 5	52 %	49 %	53 %
6 à 10	12 %	18 %	11 %
11 à 20	5 %	7 %	5 %
21 à 30	1 %	2 %	1 %
Plus de 30	1 %	1 %	1 %
Moyenne	4,0	5,0	3,7

B8. Combien de ces CD de musique sont d'artistes canadiens?
Base = B1. Écoute de la musique (n=1 978)

Achats de CD au cours de l'an dernier

- Le tableau ci-dessous indique le nombre total de CD et le nombre total de CD canadiens achetés par segments démographiques principaux, et fait également ressortir les différences entre le Québec et le reste du Canada.
- Les Canadiens achètent environ 10 CD par année en moyenne, dont 4 sont des CD d'artistes canadiens. Les résidents du Québec sont plus susceptibles que ceux du reste du Canada d'acheter de la musique canadienne bien qu'il n'y ait aucune différence majeure dans le nombre moyen de CD achetés.
- Les Canadiens plus jeunes achètent plus de CD que ceux qui sont âgés de 55 ans et plus (11 CD c. 7 au total), mais il n'y a pas de différence dans le nombre de CD canadiens achetés.
- Prière de se reporter au tableau ci-dessous pour plus de détails.

Segment de population	Global		Québec		Reste du Canada	
	Total CD achetés	Total CD canadiens achetés	Total CD achetés	Total CD canadiens achetés	Total CD achetés	Total CD canadiens achetés
Hommes	10	4	11	5	10	4
Femmes	9	4	10	5	9	4
15-20	<u>11</u>	4	<u>13</u>	5	<u>11</u>	<u>4</u>
21-34	<u>10</u>	4	<u>12</u>	5	<u>10</u>	<u>4</u>
35-54	<u>11</u>	4	<u>10</u>	5	<u>11</u>	<u>4</u>
55+	7	3	8	4	7	3
Études sec. ou moins	8	3	8	4	8	3
Études coll./univ.	10	4	<u>12</u>	5	<u>10</u>	4
Études coll./univ. terminées	10	<u>5</u>	<u>10</u>	<u>6</u>	<u>10</u>	4
Deuxième cycle	<u>13</u>	<u>6</u>	<u>14</u>	5	<u>13</u>	<u>5</u>
<40 k\$	8	3	8	4	8	3
40 k\$-60 k\$	9	<u>4</u>	<u>11</u>	<u>6</u>	9	<u>4</u>
60 k\$-80 k\$	<u>11</u>	<u>4</u>	10	4	<u>12</u>	<u>4</u>
80 k\$+	<u>12</u>	<u>5</u>	<u>13</u>	<u>6</u>	<u>12</u>	<u>5</u>
Minorité visible	11	4	11	4	11	4
Minorité non visible	10	4	10	5	10	4
Région urbaine	10	5	10	5	10	4
Région rurale	10	5	11	6	9	4

B7. Combien de CD de musique avez-vous achetés au cours de la dernière année?

Base = B1. Écoute de la musique (n=1 978)

B8. Combien de ces CD de musique sont d'artistes canadiens?

Base = B1. Écoute de la musique (n=1 978)

Endroits où les Canadiens achètent leurs CD de musique

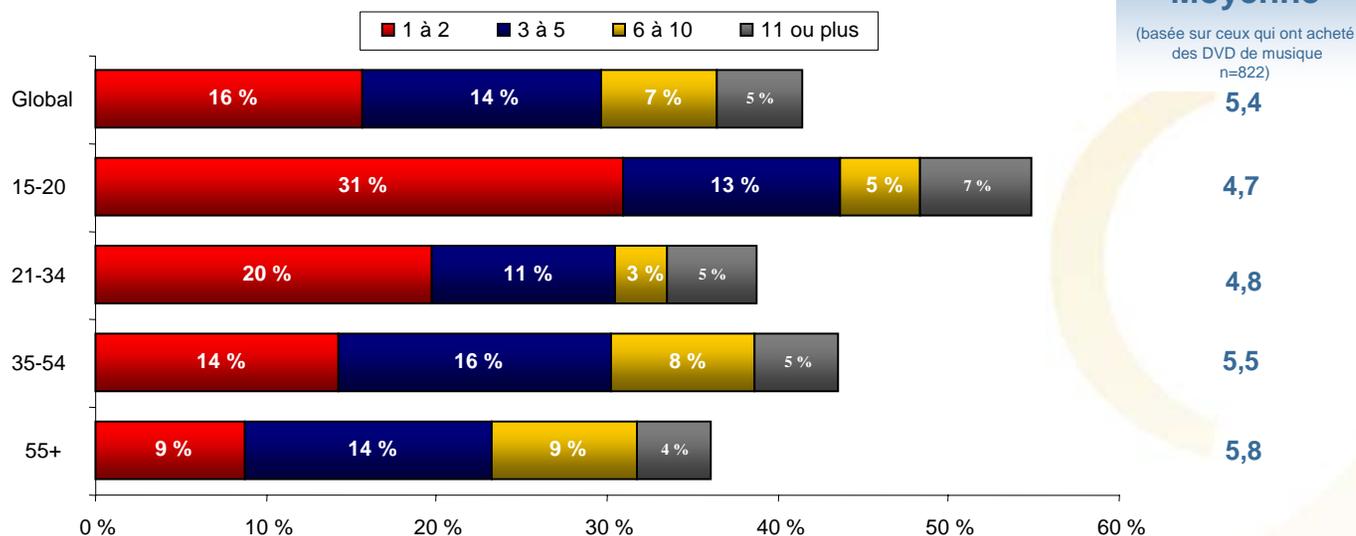
- Les établissements traditionnels continuent toujours de dominer le marché d'achat des CD au Canada. Plus de la moitié des Canadiens (55 %) achètent généralement leurs CD dans un magasin de musique traditionnel et 25 % achètent en général dans les grandes surfaces. Environ 4 % des Canadiens recourent habituellement au magasinage en ligne.
- Les résidents du Québec sont beaucoup plus susceptibles que ceux du reste du Canada d'acheter leurs CD dans un magasin de musique traditionnel (72 % c. 50 %) alors que ceux du reste du Canada sont plus susceptibles de préférer les grandes surfaces (28 % c. 15 % pour les résidents du Québec) et le magasinage en ligne (4 % c. 2 %).
- Les Canadiens plus jeunes gravitent en général davantage autour des magasins de musique traditionnels et d'Internet alors que les Canadiens plus âgés semblent préférer les grandes surfaces et les magasins de commerce général.

Endroits d'achat	Global	Reste du					
		Québec	Canada	15-20	21-34	35-54	55+
Magasin de musique traditionnel	55 %	72 %	50 %	76 %	61 %	51 %	47 %
Grande surface	25 %	15 %	28 %	12 %	24 %	29 %	24 %
En ligne/commande	4 %	2 %	4 %	2 %	7 %	4 %	1 %
Magasin (général)	3 %	1 %	4 %	3 %	1 %	4 %	5 %
Concerts/clubs	1 %	2 %	1 %	0 %	1 %	2 %	2 %
Autre	6 %	3 %	8 %	3 %	3 %	7 %	10 %
Je n'achète pas de CD de musique	6 %	5 %	6 %	3 %	3 %	5 %	10 %

Question : B9a. Où achetez-vous habituellement vos CD de musique?
 Base : B1. Écoute de la musique (n=1 978)

Nombre de DVD de musique achetés l'an dernier

- Quarante et un pour cent des Canadiens ont acheté un DVD de musique au cours de l'an dernier. Dans ce groupe, 16 % en ont acheté 1 ou 2, 14 %, 3 à 5 et 7 %, 6 à 10. Un faible pourcentage (5 %) pourrait être considéré comme des acheteurs fréquents de DVD de musique, pour en avoir acheté 11 ou plus au cours de l'an dernier.
- Même si, de façon générale, il n'existe pas de différences marquées entre le Québec et le reste du Canada, certaines différences plus spécifiques apparaissent d'une province à l'autre. Les résidents de la Colombie-Britannique sont plus susceptibles que ceux des autres provinces d'indiquer ne pas acheter de DVD de musique (67 %). Les répondants de l'Ontario, du Québec et des Maritimes achètent en général plus de DVD de musique que les répondants des provinces de l'Ouest.
- Pour cette question, lorsqu'un intervalle a été utilisé pour résumer les réponses (p. ex., 1 à 2 DVD de musique achetés au cours de l'an dernier), un point milieu a été utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., le nombre moyen de DVD de musique achetés au cours de l'an dernier). Prière de noter que les moyennes sont basées sur les répondants qui avaient acheté au moins un DVD de musique au cours de l'an dernier.
- Les répondants âgés de 15 à 20 ans sont plus susceptibles d'avoir acheté au moins un DVD de musique (55 %) au cours de l'an dernier, même si la plupart de ces jeunes acheteurs n'ont en général acheté qu'un ou deux DVD, pour une moyenne de 4,7 DVD de musique. Les Canadiens plus âgés sont plus susceptibles d'acheter une plus grande quantité avec une moyenne se rapprochant de 6 DVD de musique achetés chez les 35 ans et plus.



Question : B10. Combien de DVD de musique avez-vous achetés au cours de la dernière année?

Base : Tous les répondants (n=2 002)

Nota : Les répondants qui n'ont acheté aucun DVD de musique ne figurent pas dans cette répartition.

Accès à Internet

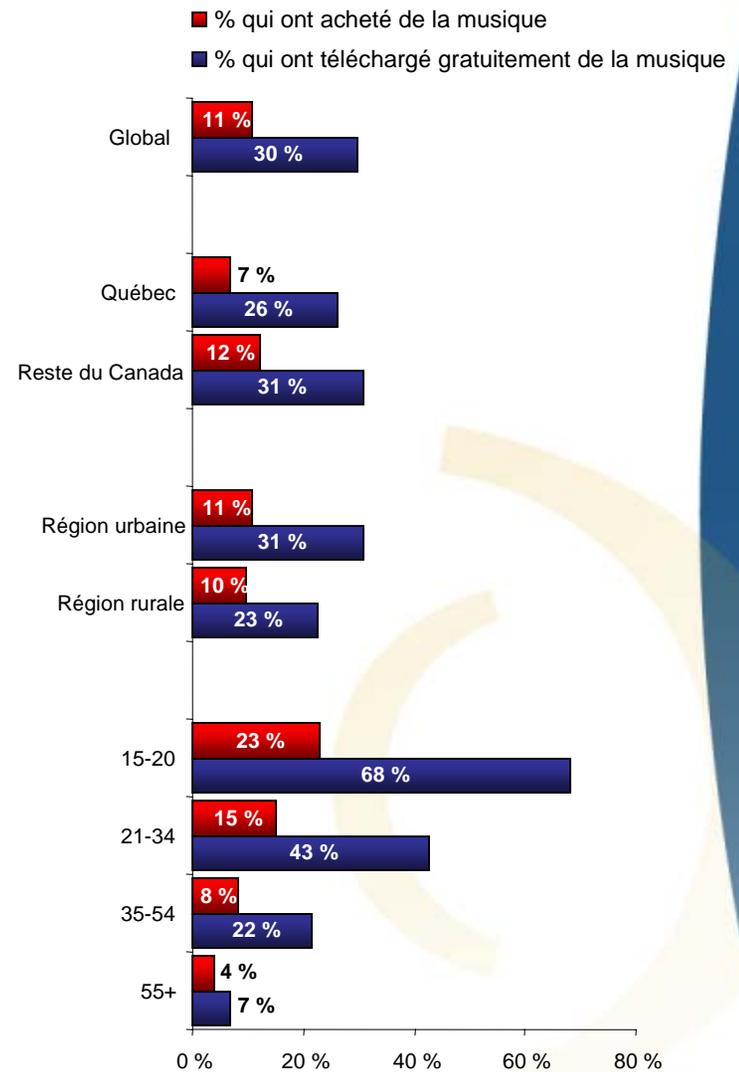
- Dans l'ensemble, 71 % des Canadiens ont accès à Internet de leur foyer et 32 % peuvent y accéder au travail. Vingt pour cent indiquent n'avoir aucun accès à Internet.
- Dans l'ensemble, l'accès à Internet est plus élevé chez les Canadiens du reste du Canada que chez les résidents du Québec.
- De même, la possibilité d'avoir accès à Internet diminue avec l'âge. Même si seulement 2 % des Canadiens âgés de 15 à 20 ans indiquent ne pas pouvoir accéder à Internet, ce pourcentage augmente pour atteindre 14 % chez les 35 à 54 ans et culmine à 44 % chez les 55 ans et plus.
- Les résidents des régions urbaines sont plus susceptibles que ceux des régions rurales d'avoir accès à Internet à la maison (74 % c. 64 %) et au travail (33 % c. 27 %), tandis que 26 % des résidents des régions rurales n'ont aucun accès à Internet (comparativement à 17 % chez les résidents des régions urbaines).
- Les Canadiens disposant d'un revenu plus élevé sont plus susceptibles d'avoir accès à Internet à la maison et au travail alors que ceux dont le revenu du ménage est inférieur à 40 000 \$ sont en général moins susceptibles d'avoir accès à Internet.

Accès à Internet	Global	Québec	Reste du Canada						Région urbaine	Région rurale	Revenu				
			Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+			<40 k\$	40 k\$-60 k\$	60 k\$-80 k\$	80 k\$+	
Maison	71 %	65 %	73 %	74 %	69 %	91 %	80 %	76 %	50 %	74 %	64 %	53 %	69 %	81 %	92 %
Travail	32 %	31 %	32 %	32 %	32 %	11 %	44 %	44 %	12 %	33 %	27 %	17 %	30 %	41 %	55 %
École	10 %	11 %	10 %	10 %	11 %	60 %	13 %	2 %	1 %	13 %	14 %	9 %	10 %	7 %	10 %
Maison d'un ami	2 %	3 %	2 %	3 %	2 %	9 %	4 %	1 %	1 %	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %
Bibliothèque	4 %	3 %	4 %	3 %	4 %	7 %	4 %	3 %	2 %	4 %	3 %	5 %	2 %	3 %	2 %
Autre	4 %	5 %	4 %	4 %	3 %	3 %	6 %	4 %	2 %	4 %	3 %	5 %	5 %	3 %	2 %
N'a pas accès à Internet	20 %	24 %	18 %	19 %	21 %	2 %	7 %	14 %	44 %	17 %	26 %	37 %	20 %	10 %	2 %

Question : B11. Où avez-vous accès à Internet?
Base : Tous les répondants (n=2 002)

Achat et téléchargement de musique gratuite sur Internet

- Malgré la popularité croissante des voies d'accès légales, le téléchargement de musique gratuit sur Internet est toujours répandu, et il existe un groupe actif de Canadiens qui téléchargent de la musique gratuitement sur Internet. Trente pour cent des Canadiens ayant accès à Internet ont admis avoir téléchargé de la musique gratuitement l'an dernier.
- Pourtant, les voies d'accès légales augmentent au Canada et les Canadiens, particulièrement les jeunes et ceux qui sont plus à l'aise avec les nouvelles technologies, achètent plus de musique sur Internet. L'an dernier, 11 % ont acheté des chansons sur Internet.
- Dans tous les segments de population, le téléchargement de musique gratuit est une activité plus fréquente que l'achat de musique en ligne. Malgré les différences dans l'importance de ce phénomène, les tendances chez les différents segments demeurent semblables.
- Les résidents du reste du Canada téléchargent plus de musique que les résidents du Québec, qu'elle soit achetée ou téléchargée gratuitement.
- Les résidents des régions urbaines et rurales achètent environ la même quantité de musique, mais les résidents des régions urbaines sont plus actifs en ce qui concerne le téléchargement de musique gratuit (31 % c. 23 %).
- En ce qui concerne l'âge, les 15 à 20 ans sont, de loin, les plus actifs dans le téléchargement de musique. Comme il fallait s'y attendre, la probabilité de téléchargement de musique, soit par achat, soit gratuitement, diminue considérablement avec l'âge.



Nombre moyen de chansons achetées et téléchargées gratuitement au cours de l'an dernier

- Les Canadiens qui ont acheté de la musique en ligne (11 %) ont acheté en moyenne 33 chansons au cours de l'an dernier, environ le tiers de ces chansons étant produites par des artistes canadiens. Les Canadiens qui téléchargent de la musique gratuitement doublent ces chiffres, téléchargeant en moyenne un total de 61 chansons au cours de la dernière année, dont 22 étaient d'artistes canadiens.
- Le nombre de chansons achetées par les résidents du Québec est considérablement moins élevé que le nombre de chansons achetées par les résidents du reste du Canada (25 c. 35). Le groupe des 15 à 34 ans a acheté et téléchargé gratuitement plus de chansons que les Canadiens plus âgés.

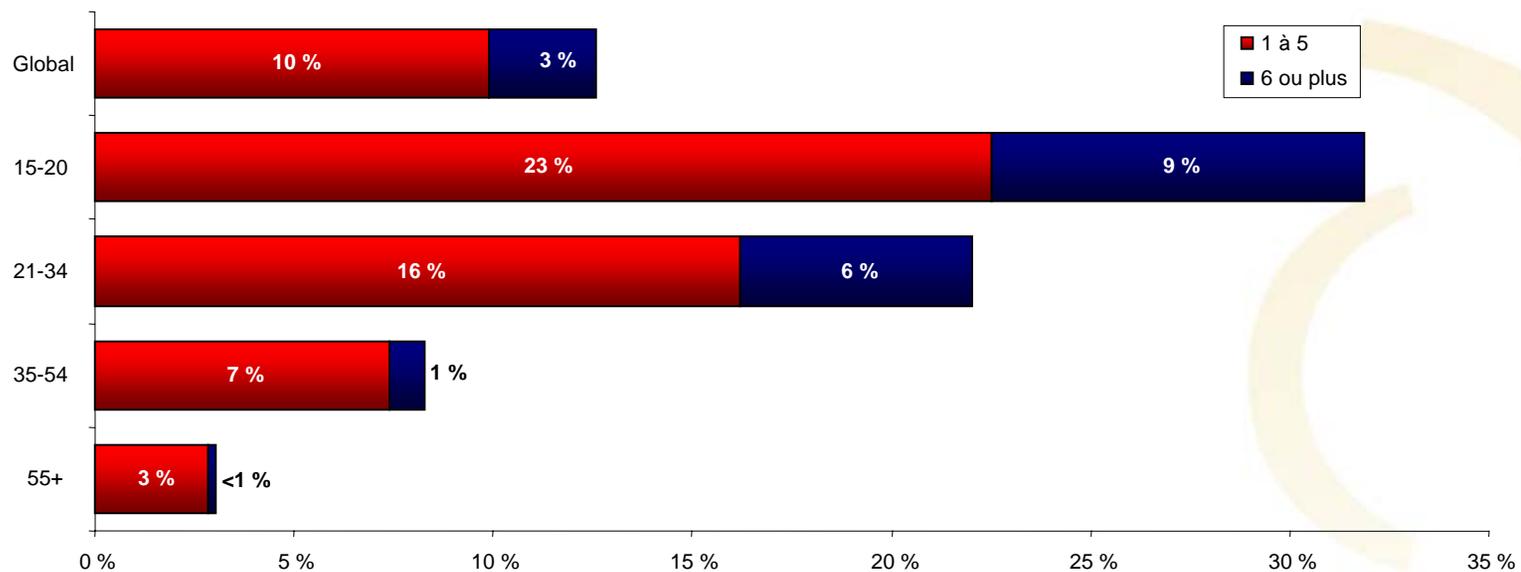
Segments de population	# de chansons achetées	# de chansons canadiennes achetées	# de chansons téléchargées gratuitement	# de chansons canadiennes téléch. gratuitement
Global	33,4	12,0	60,9	22,1
Québec	24,6	7,9	58,4	17,9
Reste du Canada	34,9	12,7	61,6	23,2
Hommes	32,8	11,5	57,5	22,9
Femmes	34,2	12,7	66,0	20,9
15-20	49,2	18,2	72,1	25,1
21-34	38,2	14,3	68,0	25,4
35-54	20,3	5,7	46,4	16,4
55+	9,6	6,5	30,3	11,0
<40 k\$	42,7	13,2	68,2	22,0
40 k\$-60 k\$	33,8	11,3	48,3	18,8
60 k\$-80 k\$	29,9	10,8	60,2	22,2
80 k\$+	33,1	13,4	65,7	28,3
Minorité visible	55,9	19,9	66,8	23,2
Minorité non visible	30,4	11,1	60,0	22,6
Région urbaine	32,7	11,9	61,5	23,2
Région rurale	38,5	12,3	57,3	17,4

Question : B12. Combien de chansons avez-vous achetées par Internet au cours de la dernière année?
 B13. Combien de ces chansons provenaient d'artistes canadiens?
 Base : Acheté de l'Internet (n= 182)

B14. Combien de chansons avez-vous téléchargées gratuitement avec Internet au cours de la dernière année?
 B15. Combien de ces chansons provenaient d'artistes canadiens?
 Base : Téléchargé de la musique gratuite sur Internet (n= 536)

Achats de sonneries musicales

- Les sonneries musicales sont un phénomène récent chez les utilisateurs de téléphone cellulaire, permettant aux abonnés de personnaliser leur expérience cellulaire à l'aide de leur musique favorite. Les répondants qui ont indiqué posséder un téléphone cellulaire ou avoir accès à un tel appareil ont été invités à dire le nombre de sonneries achetées au cours de l'an dernier. Quatre-vingt-sept pour cent des utilisateurs de téléphone cellulaire n'ont acheté aucune sonnerie musicale, mais ceux qui l'ont fait ont généralement acheté entre 1 et 5 sonneries.
- Dans l'ensemble, 13 % des Canadiens qui possèdent un téléphone cellulaire ont acheté au moins une sonnerie musicale au cours de l'an dernier.



Question : B16. Au cours de la dernière année, combien de sonneries musicales avez-vous achetées pour votre téléphone cellulaire?
Base : B3f=1, a accès à un téléphone cellulaire (n=1 250)
Nota : Les répondants qui n'ont acheté aucun DVD de musique ne figurent pas dans cette répartition.

Découvertes musicales

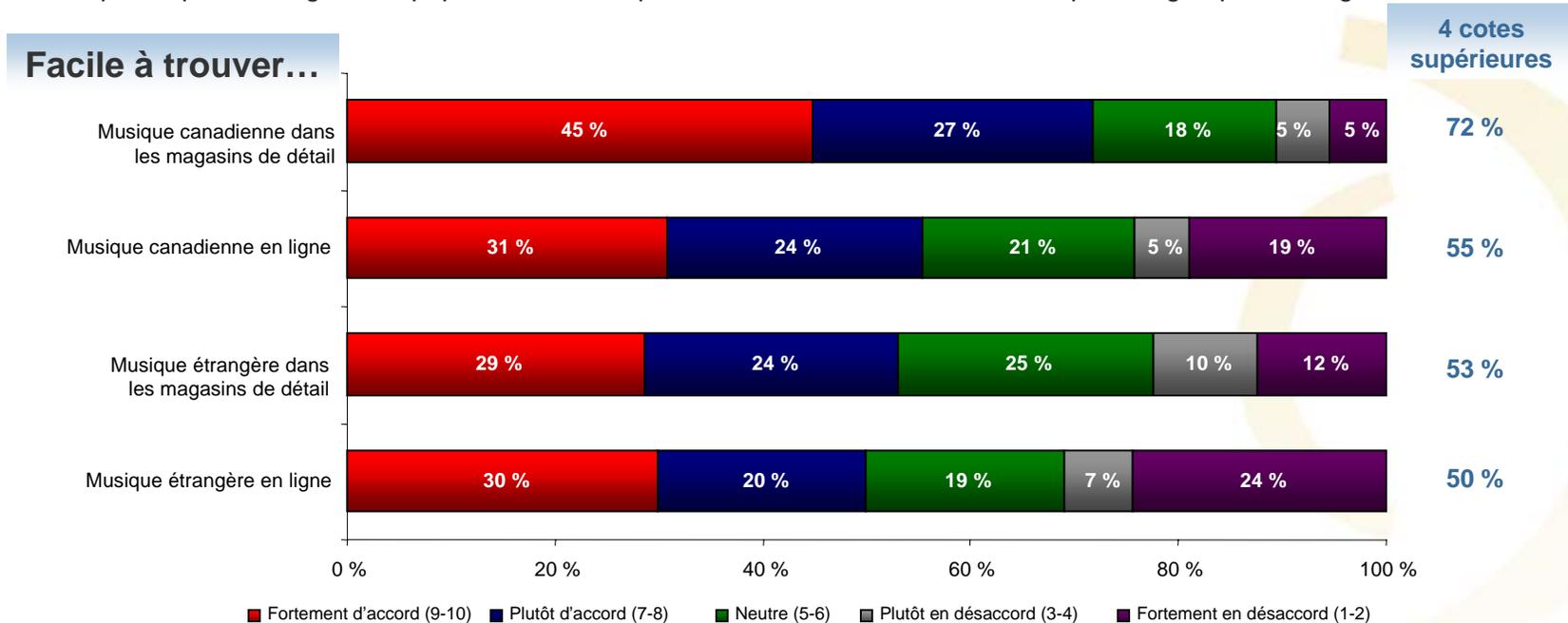
- À l'exception des jeunes Canadiens, environ 75 % des répondants découvrent de la nouvelle musique à la radio. Le bouche-à-oreille et la télévision ont également été considérés comme des moyens importants permettant aux Canadiens de découvrir de la nouvelle musique.
- Il n'existe aucune différence marquante entre le Québec et le reste du Canada.
- Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de découvrir de nouvelles musiques par la télévision (38 % c. 29 %), alors que les hommes sont plus susceptibles que les femmes de découvrir de la nouvelle musique par Internet (14 % c. 7 %).
- Seulement la moitié des Canadiens âgés de 15 à 20 ans découvrent de la musique nouvelle à la radio – leur source principale semblant être le bouche-à-oreille. En outre, ce groupe d'âge est beaucoup plus susceptible que tous les autres groupes d'âge de découvrir de nouvelles musiques à la télévision et sur Internet.

Comment les Canadiens découvrent de nouv. mus.	Global	Québec	Reste du Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+
Radio	75 %	76 %	74 %	74 %	76 %	50 %	75 %	80 %	77 %
Bouche-à-oreille	37 %	34 %	38 %	36 %	39 %	67 %	46 %	33 %	25 %
Télévision	34 %	37 %	33 %	29 %	38 %	48 %	32 %	27 %	38 %
Internet	11 %	9 %	11 %	14 %	7 %	27 %	20 %	7 %	2 %
Presse écrite/publicité	11 %	12 %	10 %	10 %	11 %	9 %	13 %	9 %	12 %
Concerts	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %	6 %	2 %	4 %	5 %
Magasins	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %	3 %	1 %
Cinémas	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	3 %	1 %	2 %	2 %
Autre	6 %	6 %	5 %	6 %	5 %	4 %	6 %	6 %	5 %

Question : B17. De quelle manière découvrez-vous habituellement de nouvelles musiques?
 Base : Tous les répondants (n=2 002)

Accès à la musique dans les magasins de détail et en ligne

- Soixante-douze pour cent des Canadiens sont d'accord pour dire qu'ils peuvent facilement trouver de la musique canadienne dans les magasins de détail (autrement dit, un résultat de 7 ou plus sur une échelle de 10). Un plus grand nombre de Canadiens reconnaissent qu'ils peuvent plus facilement trouver de la musique canadienne dans les magasins de détail qu'en ligne, énoncé avec lequel 55 % des Canadiens sont d'accord.
- Pour ce qui est de trouver de la musique étrangère, un pourcentage semblable de Canadiens reconnaissent qu'il est tout aussi facile de la trouver dans les magasins de détail (53 %) qu'en ligne (50 %). Il existe une différence marquée en ce qui concerne ceux qui ne sont pas d'accord (autrement dit, un résultat de 4 ou moins sur une échelle de 10), 22 % des Canadiens n'étant pas d'avis qu'il est facile de trouver de la musique étrangère dans les magasins de détail comparativement à 31 % qui ne sont pas d'avis que la musique étrangère est facile à trouver en ligne.
- Comme on l'a vu précédemment, 83 % des Canadiens achètent en général leur musique dans un magasin et seulement 4 % en ligne. Avec le temps, au fur et à mesure que les Canadiens feront plus de magasinage en ligne incluant l'achat de musique, le pourcentage de la population disant qu'il est facile de trouver de la musique en ligne pourra augmenter.



Accès à la musique dans les magasins de détail et en ligne

- Les Canadiens sont d'avis que lorsque vient le temps d'acheter de la musique canadienne, ils peuvent facilement la trouver dans les magasins. Les résidents du Québec sont plus susceptibles d'être d'accord avec cet énoncé que le reste du Canada (82 % c. 68 %). De même, les répondants âgés de 21 à 54 ans (77 %) sont plus susceptibles d'être d'accord, comparativement à ceux qui sont âgés de 15 à 20 ans (68 %) et ceux de 55 ans et plus (62 %). En outre, même si 76 % des résidents des régions urbaines peuvent facilement trouver de la musique canadienne dans les magasins, ce pourcentage diminue pour atteindre 68 % chez ceux qui vivent dans les régions rurales.
- Soixante-trois pour cent des résidents du Québec reconnaissent qu'il est facile de trouver de la musique étrangère dans les magasins de détail comparativement à 50 % chez les résidents du reste du Canada. Cela peut être lié à nouveau à l'endroit où les Canadiens sont plus susceptibles d'acheter leur musique – il a été noté que 72 % des résidents du Québec achètent principalement leur musique dans les magasins de détail comparativement à 50 % dans le reste du Canada.
- Pour ce qui est d'acheter de la musique en ligne, 55 % sont d'accord pour dire qu'il est facile de trouver de la musique canadienne en ligne et 50 % reconnaissent qu'il est facile de trouver de la musique étrangère en ligne également. Il n'existe aucune différence importante par région ou par sexe. Cependant, les Canadiens plus jeunes trouvent plus facile de trouver de la musique canadienne et étrangère en ligne que les Canadiens plus âgés (voir tableau ci-dessous pour les détails).

Facilité de trouver de la musique dans les magasins et en ligne (résumé des 4 cotes sup.)	Reste du Canada									Région urbaine	Région rurale
	Global	Québec	Canada	Hommes	Femmes	15-20	21-34	35-54	55+		
Musique canadienne dans les magasins de détail	72 %	82 %	68 %	71 %	73 %	68 %	78 %	76 %	62 %	76 %	68 %
Musique canadienne en ligne	55 %	50 %	57 %	57 %	53 %	65 %	62 %	54 %	32 %	56 %	53 %
Musique étrangère dans les magasins de détail	53 %	63 %	50 %	51 %	55 %	44 %	54 %	57 %	50 %	55 %	51 %
Musique étrangère en ligne	50 %	45 %	51 %	53 %	46 %	58 %	57 %	49 %	29 %	51 %	45 %

Question : B18. Dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec...

Base : 18a/18c. Total des répondants (n=2 002)

Base : 18a/18c. A accès à Internet (B11, n=1 615)

Spectacles de musique en direct

Spectacles de musique en direct

- Les Canadiens ont été invités à indiquer à combien de spectacles de musique en direct ils ont assisté au cours de l'année précédente. Tous les répondants devaient indiquer le nombre total de spectacles auxquels ils avaient assisté. Seulement ceux qui indiquaient avoir assisté à au moins un spectacle de musique ont été invités à préciser le nombre total de spectacles de musique canadienne auxquels ils ont assisté. Les résultats concernant les spectacles d'artistes canadiens ont été ajustés sur la base de tous les répondants pour refléter le nombre de spectacles de musique canadienne auxquels on a assisté en pourcentage de tous les Canadiens.
- Pour ces questions, lorsqu'un intervalle est utilisé pour résumer les réponses (p. ex., 1 à 5 spectacles en direct au cours de l'année dernière), un point milieu est utilisé de sorte qu'il soit possible d'estimer la moyenne (p. ex., nombre moyen de spectacles de musique auxquels on a assisté au cours de l'année dernière).
- Quarante-six pour cent des répondants ont assisté à 1 à 5 spectacles, 22 % à 6 spectacles ou plus. En moyenne, les résidents du Québec ont assisté à moins de spectacles de musique que les résidents du reste du Canada (3,3 c. 4,2).
- Quarante-cinq pour cent des Canadiens ont vu entre 1 et 5 spectacles de musique par des artistes canadiens et 14 % en ont vu 6 ou plus, ce qui donne une moyenne de 3 spectacles de musique canadienne au cours de l'an dernier. Cette moyenne est plus faible pour les résidents du Québec, avec une moyenne de 2,6 spectacles de musique donnés par des artistes canadiens comparativement à 3,2 pour le reste du Canada.
- Ces résultats indiquent également qu'environ les trois quarts des spectacles auxquels on a assisté au cours de l'année dernière sont des spectacles d'artistes canadiens (3,1 c. 4,0 en général).

Total des spectacles de musique	Global	Québec	Reste du Canada
Aucun	33 %	3 %	31 %
1 à 5	46 %	47 %	46 %
6 à 10	11 %	9 %	12 %
11 à 15	5 %	4 %	5 %
16 ou plus	6 %	4 %	6 %
Moyenne	4,0	3,3	4,2

Question : B19. À combien de spectacles de musique avez-vous assisté au cours de l'année dernière?
 Base : Total des répondants (n=2 002)

Total des spectacles de musique canadienne	Global	Québec	Reste du Canada
Aucun	40 %	43 %	39 %
1 à 5	45 %	46 %	44 %
6 à 10	8 %	6 %	9 %
11 à 15	3 %	2 %	3 %
16 ou plus	3 %	2 %	3 %
Moyenne	3,1	2,6	3,2

Question : B20. Combien de ces spectacles mettaient en vedette des artistes canadiens?
 Base = Total des répondants (n=2 002)

Spectacles de musique en direct par des artistes canadiens

- Le tableau ci-contre indique le nombre total moyen des spectacles en direct et de ce nombre, des spectacles d'artistes canadiens, répartis selon les divers segments démographiques. Comme il a été précisé, les résidents du Québec sont moins susceptibles d'assister à des spectacles de musique en direct que les résidents du reste du Canada.
- Il n'existe aucune différence marquée entre les sexes; cependant, on trouve des différences chez les groupes d'âge, les 15 à 34 ans assistant en moyenne à un total de 5 spectacles en direct au cours de la dernière année, comparativement à 3,6 pour les répondants plus âgés.
- Le niveau de scolarisation et les revenus plus élevés sont également des éléments qui permettent de prédire le nombre de spectacles de musique en direct auxquels on assistera.

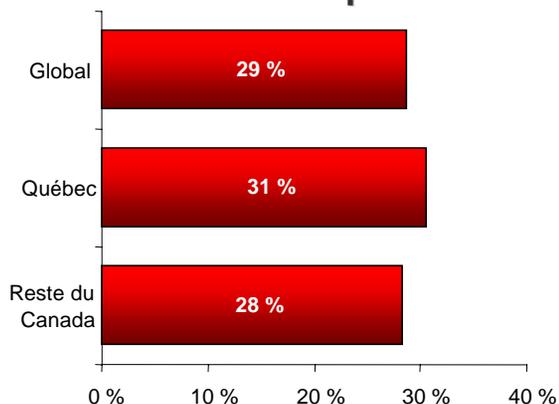
Segment de la population	Total des spectacles de musique en direct auxquels on a assisté	Total des spectacles de musique d'artistes canadiens en direct auxquels on a assisté
Global	4,0	3,1
Québec	3,3	2,6
Reste du Canada	4,2	3,2
Hommes	4,1	3,2
Femmes	3,9	2,9
15-20	5,3	3,7
21-34	4,6	3,4
35-54	3,8	3,1
55+	3,3	2,6
Études sec. ou moins	3,2	2,5
Études coll. ou univ.	4,6	3,4
Études coll. ou univ. terminées	4,1	3,1
Deuxième cycle	5,4	4,5
<40 k\$	3,3	2,6
40 k\$-60 k\$	3,9	2,9
60 k\$-80 k\$	4,4	3,6
80 k\$+	5,1	3,8
Minorité visible	3,6	2,5
Minorité non visible	4,2	3,3
Région urbaine	4,0	3,1
Région rurale	3,7	2,9

Question : B19. À combien de spectacles de musique avez-vous assisté au cours de la dernière année?
 Question : B20. Combien de ces spectacles mettaient en vedette des artistes canadiens?
 Base = Total des répondants (n=2 002)

Spectacles de musique en direct : résumé des dépenses

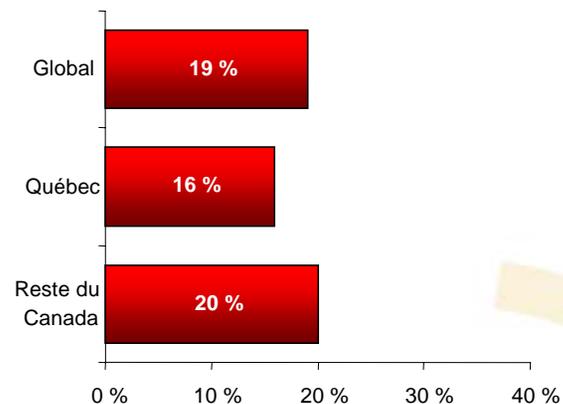
- Les répondants ont été invités à répondre à des questions au sujet des achats qu'ils ont effectués lors des spectacles de musique en direct auxquels ils ont assisté. Vingt-neuf pour cent de ceux qui ont assisté à des spectacles de musique en direct ont acheté des CD ou des DVD de musique et 19 % ont acheté d'autres articles liés aux spectacles. Il n'existe aucune différence importante par région.

CD ou DVD de musique achetés



Question : B21a. Avez-vous acheté des CD ou des DVD de musique lors de ces spectacles?
Base : B19. Assisté à un spectacle (n=1 359)

Autres marchandises achetées



Question : B21b. Avez-vous acheté d'autres produits dérivés du concert?
Base : B19. Assisté à un spectacle (n=1 359)

- À la question de savoir combien a été dépensé en moyenne par spectacle pour les CD ou les DVD de musique, la somme a été de 25 \$. Une somme un peu plus importante est dépensée pour d'autres articles dérivés avec une moyenne globale de 29 \$.

Total dépensé en CD et DVD de musique	Global	Québec	Reste du Canada
Moins de 20 \$	39 %	41 %	39 %
De 20 \$ à 40 \$	51 %	50 %	51 %
Plus de 40 \$	10 %	9 %	10 %
Moyenne	25 \$	25 \$	25 \$

Question : B22a. En moyenne, combien avez-vous dépensé lors de chaque spectacle pour... CD ou DVD de musique?
Base : B21a. A effectué des achats (n=389)

Total dépensé en produits dérivés	Global	Québec	Reste du Canada
Moins de 20 \$	35 %	50 %	31 %
De 20 \$ à 40 \$	44 %	35 %	46 %
Plus de 40 \$	21 %	15 %	23 %
Moyenne	29 \$	24 \$	30 \$

Question : B22b. Combien avez-vous dépensé pour d'autres articles relatifs au concert?
Base : B21b. A effectué des achats (n=270)

Spectacles en direct : résumé des dépenses

- Le tableau ci-contre indique les sommes moyennes dépensées par spectacle de musique en direct, y compris le montant consacré aux CD ou aux DVD de musique, de même qu'aux produits dérivés. Il n'existe guère de différences entre les groupes, les écarts étant habituellement constitués de quelques dollars seulement.

Caractéristiques démographiques	Total dépensé en CD ou DVD de musique	Total dépensé en produits dérivés
Québec	25 \$	24 \$
Reste du Canada	25 \$	30 \$
Hommes	24 \$	31 \$
Femmes	26 \$	28 \$
15-20	26 \$	25 \$
21-34	26 \$	32 \$
35-54	24 \$	31 \$
55+	26 \$	25 \$
Études second. ou moins	24 \$	28 \$
Études coll. ou univ.	27 \$	32 \$
Études coll. ou univ. terminées	25 \$	29 \$
Deuxième cycle	25 \$	23 \$
<40 k\$	28 \$	27 \$
40 k\$-60 k\$	24 \$	28 \$
60 k\$-80 k\$	25 \$	34 \$
80 k\$+	24 \$	30 \$
Minorité visible	30 \$	27 \$
Minorité non visible	25 \$	30 \$
Région urbaine	26 \$	29 \$
Région rurale	24 \$	31 \$

Question : B22. En moyenne, combien avez-vous dépensé par spectacle?

Base : B21a CD ou DVD de musique (n=389)

Base : B21b Autres produits dérivés (n=270)

Conclusions

Conclusions

Industrie canadienne du cinéma

- La télévision est l'un des moyens que privilégient les Canadiens pour regarder des films, que ce soit à une chaîne conventionnelle ou spécialisée ou sur un réseau de films. La location de films et le fait de regarder des films tirés de sa propre collection sont aussi des activités assez courantes pour plus de la moitié de la population.
- Le cinéma en salle est toujours perçu comme une façon coûteuse de voir des films. En fait, l'importance du prix comme facteur décourageant les sorties au cinéma a augmenté depuis 2001. Cette perception de plus en plus grande peut avoir incité plusieurs exploitants de salles de cinéma à diminuer les prix d'admission au cours des dernières années. L'augmentation de l'importance du coût peut également être reliée à des considérations de qualité. Bien que la présente recherche n'ait pas demandé aux Canadiens s'ils estiment que la qualité des films a diminué ou augmenté en général, les Canadiens estiment que les films sont trop chers en regard du rapport qualité-prix qu'ils en obtiennent.
- Les trois premières préférences quant aux genres de films de la population canadienne ont changé un peu depuis 1998. Les comédies, de loin le genre cinématographique le plus apprécié, et les drames demeurent en tête de liste en 2005, suivis de près par les films d'espionnage ou de suspense et les films d'action.
- Ces préférences aident à expliquer la connaissance et les taux de visionnement des films canadiens dont il est question dans cette recherche : deux des trois principaux films sont des comédies.
- Les observations au sujet de divers autres films canadiens pour lesquels les répondants se sont vu poser des questions indiquent que tous les Canadiens n'ont pas tout à fait la même idée de ce qu'est un « film canadien ». Deux des titres qu'ils ont choisis n'étaient pas des titres canadiens, ce qui explique peut-être en partie la confusion concernant le fait de savoir s'il y a contenu créatif canadien ou si le film a été produit au Canada.

Conclusions

Industrie canadienne du cinéma

- Les Canadiens semblent croire fermement que les films canadiens devraient être diffusés dans les cinémas canadiens et à la télévision canadienne. Ils sont toutefois moins convaincus que les films canadiens sont facilement accessibles dans les cinémas ou dans les clubs vidéo.
- Les Canadiens semblent également avoir des opinions bien arrêtées sur la promotion des films canadiens. Une forte proportion d'entre eux estiment que les films canadiens devraient être exportés et promus dans d'autres pays et beaucoup croient que plus de gens pourraient regarder les films canadiens si on en faisait une meilleure promotion et une meilleure publicité. Manifestement, ces résultats sont conformes à la perception du public que les films canadiens ne sont pas facilement accessibles dans les cinémas ou les clubs vidéo. En outre, le public canadien saisit bien, si Hollywood peut servir d'exemple, que l'industrie cinématographique est fortement enracinée dans la promotion.
- Il existe également un consensus important sur l'accroissement perçu de la qualité des productions canadiennes et sur le fait que les Canadiens estiment que leurs propres acteurs, réalisateurs et producteurs sont aussi compétents que ceux des autres pays. Malgré ces signes de soutien pour l'industrie canadienne, il en reste trois sur dix qui sont d'accord pour dire que les films américains sont meilleurs que les films d'autres pays.

Conclusions

Industrie canadienne de la musique

- Dans l'ensemble, les Canadiens croient que la musique canadienne peut se tailler une place sur la scène internationale. La qualité de la musique produite par les artistes canadiens est perçue par 93 % de la population comme étant égale ou supérieure à celle de la musique d'artistes étrangers.
- Les Canadiens écoutent environ 19 heures de musique par semaine, ce qui donne un tout petit peu plus de deux heures et demie de musique chaque jour, principalement à la radio ou sur des CD, des mp3 ou des cassettes. Les Canadiens estiment qu'environ 30 % de leur musique est créée par des artistes canadiens et leur genre de musique préférée est sans aucun doute la musique rock (qui inclut le rock léger, accentué et classique).
- La diversité des goûts musicaux reflète le multiculturalisme de la population canadienne. Même si la majeure partie de la musique est de la musique en anglais, 10 % du temps, les Canadiens écoutent soit de la musique en français ou de la musique instrumentale et 5 % du temps est passé à écouter de la musique dans d'autres langues.
- Malgré la croissance constante du magasinage en ligne, les Canadiens recourent toujours aux « magasins comme tels » pour acheter leurs CD. Pour l'instant, Internet demeure un canal d'achat secondaire.
- Malgré la croissante popularité des voies d'accès légales, le téléchargement de musique gratuit sur Internet est toujours répandu. Comme on peut s'y attendre, la probabilité de télécharger de la musique, soit par achat, soit gratuitement, diminue considérablement avec l'âge. Non seulement le téléchargement gratuit est trois fois plus courant que les achats, mais le volume effectif de pièces téléchargées gratuitement est beaucoup plus élevé en moyenne. On estime qu'environ une pièce sur trois qui est téléchargée depuis Internet provient d'artistes canadiens.

Conclusions

Industrie canadienne de la musique

- Les Canadiens sont beaucoup plus disposés à convenir que la musique canadienne est facile à trouver dans les magasins qu'en ligne. Avec le temps, au fur et à mesure que les Canadiens feront plus de magasinage en ligne, ce qui inclut l'achat de musique, la proportion de la population estimant que la musique est facile à trouver en ligne tendra à augmenter.
- Beaucoup de Canadiens assistent à des spectacles de musique en direct, dont on estime que les trois quarts sont réalisés par des artistes canadiens. En outre, ces spectacles sont d'importants points de vente pour les CD, les DVD et d'autres produits dérivés. Environ trois spectateurs sur dix qui assistent à des concerts achètent des CD et des DVD de musique, dépensant ainsi en moyenne 25 \$.

Annexe A : Questionnaire en anglais

INTRODUCTION/SCREENER

Int1. Good evening/ afternoon, my name is _____ and I am calling from Decima Research on behalf of the Government of Canada. We are conducting a national survey to obtain Canadians' opinions on movies and music. Your household was randomly selected and all responses will be kept strictly confidential and analyzed in the aggregate. Would you have time to help us out this evening?

READ ONLY IF ASKED FOR LENGTH OF SURVEY: Depending on the answers to your questions, the survey will take between 15 and 20 minutes of your time.

Yes (CONTINUE WITH SURVEY)

No (THANK AND TERMINATE)

Int2. Is there anyone in your household currently between the ages of 15 and 19 inclusive? We are looking to complete surveys with young Canadians to gain their unique insights - would it be possible to complete the survey with this individual?

Nobody of this age	1	CONTINUE WITH ORIGINAL RESPONDENT
Speaking	2	GO TO MAIN SURVEY
Gets the person	3	REPEAT INTRO
Refusal	4	THANK AND TERMINATE

PROGRAMMER NOTE: RANDOMIZE SECTIONS A AND B

SECTION A: CANADIAN FEATURE FILM INDUSTRY

{READ} The following group of questions relate to movies.

A1 How often do you...

{READ LIST OF RESPONSES. REPEAT FOR FIRST TWO QUESTIONS THEN ONLY WHEN ASKED}

- Never 1
- Once a year 2
- Once every 6 months 3
- Once every 3 months 4
- Monthly 5
- Weekly 6
- More than once a week 7
- Don't know/Refuse 9

- a) Watch movies in a theatre or drive-in
- b) Rent movies
- c) Buy movies
- d) Watch a movie channel, in other words, a channel that features ONLY movies
- e) Watch movies on a regular television channel, in other words, a channel that features various types of programming in addition to movies
- f) Use a video-on-demand service (READ IF ASKED: Video-on-demand, or VOD, is a pay-per-view television service in which a viewer can order a program from a menu and have it delivered instantly to the television set, typically with the ability to pause, rewind, etc.)
- g) Watch movies from your own collection
- h) Download and watch movies from the Internet

{SKIP A2 IF A1a = 7}

A2 What factors influence your decision NOT to attend more movies at the movie theatre? Is there anything else?

{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

- Don't like what's playing 1
- Too expensive 2
- No time 3
- Show times are not convenient 4
- No theatre in my area 5
- Not accessible for the handicapped (mobility, sight and hearing impaired) 6
- Run in theatre too short 7
- It will be out on video soon anyway 8
- Other (PLEASE SPECIFY) 77
- Don't know/Refuse 99

{ SKIP A3 IF A1a=1 }

A3 On a scale from 1 to 10, where 1 is “No influence at all” and 10 is “Significant influence”, please rate the level of influence each of the following have on your movie selection decision at the movie theatre:

- No influence at all 1 {REPEAT SCALE AS NEEDED}
- Significant influence..... 10
- Don't know/refuse to answer99 (DO NOT READ)

{RANDOMIZE LIST}

- a) Commercials seen on television
- b) Advertising from sources other than television, for example, newspapers, radio, billboards, and the Internet
- c) Critical acclaim or awards
- d) Word-of-mouth
- e) Previews at the theatre, also known as trailers
- f) Actors in the movie
- g) Story
- h) Country of origin of the film
- i) Director of the movie
- j) Interviews or news stories about the film

{SKIP A4 and A5 IF A1b=1}

A4 What affects your choice when deciding which movies to rent? {PROBE} Is there anything else?

{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

- Advertising.....1
- Critical acclaim or awards2
- Word-of-mouth3
- Previews at the theatre, also known as trailers....4
- Actors in the movie5
- Story6
- Special FX7
- Country of origin of the film8
- Director of the movie9
- Commercials seen on television10
- Interviews or news stories about the film11
- The picture on the cover and the blurb on the back of the rental box look interesting 12
- The kids wanted the movie.....13
- It's on the “new release” shelf and is therefore easy to find at the store 14
- Other (please specify)77
- Don't know/refuse.....99

A5. Most often do you rent a movie...

{READ LIST}

- Instead of seeing the same movie in a theatre1
- In addition to seeing the same movie in a theatre2
- Don't know/refuse.....9 {DO NOT READ}

{ SKIP A6 AND A7 IF A1c=1 }

A6 What affects your choice when deciding which movies to purchase? {PROBE} Is there anything else?
{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

Advertising.....	1
Critical acclaim or awards	2
Word-of-mouth	3
Previews at the theatre (trailers)	4
Actors	5
Story	6
Special FX	7
Country of origin of the film	8
Director	9
Commercials seen on TV	10
Interviews or news stories about the film	11
The picture on the cover and the blurb on the back of the rental box look interesting	12
The kids wanted the movie.....	13
I like the movie so much I want to own it.....	14
I am a movie collector and I love owning movies in general	15
Other (please specify)	77
Don't know/refuse.....	99

A7. Most often do you purchase a movie...

{READ LIST}

Instead of seeing the same movie in a theatre	1
In addition to seeing the same movie in a theatre	2
Don't know/refuse.....	9 {DO NOT READ}

A8 On a scale from 1 to 10, where 1 is "Not at all interested" and 10 is "Extremely interested", please rate your level of interest in the following types of movies:

Not at all interested	1 {REPEAT SCALE AS NEEDED}
Extremely interested.....	10
Not applicable/refuse to answer.....	99

{RANDOMIZE LIST}

- a) Comedy
- b) Drama
- c) Action
- d) Spy or thriller
- e) Animated
- f) Family or Children's
- g) Musical
- h) Sci-Fi
- i) Horror
- j) Film D'auteur or Art film
- k) Foreign film

A9 FOR EACH OF THE FOLLOWING MOVIES ASK:

- I. ALL RESPONDENTS
- II. IF YES TO (I) ; IF NO THEN MOVE TO NEXT MOVIE
- III. IF YES TO (II) ; IF NO THEN MOVE TO NEXT MOVIE

A9I Have you heard of the movie titled:

- | | |
|-----|------------------------|
| Yes | 1 (ask II) |
| No | 2 (move to next movie) |

{RANDOMIZE LIST}

- a) Séraphin : Heart of Stone (FRENCH IF NEEDED: Séraphin – un homme et son péché)
- b) Elvis Gratton XXX (FRENCH IF NEEDED: Elvis Gratton XXX: La Vengeance d'Elvis Wong)
- c) Resident Evil: Apocalypse
- d) The Barbarian Invasions (FRENCH IF NEEDED: les Invasion Barbares)
- e) Being Julia
- f) Bollywood Hollywood
- g) Ma vie en cinémascope
- h) Seducing Dr. Lewis (FRENCH IF NEEDED: La Grande Seduction)
- i) Mambo Italiano
- j) Ginger Snaps
- k) The Blue Butterfly (FRENCH IF NEEDED: Le papillon bleu)
- l) Men with Brooms (FRENCH IF NEEDED: Quatre gars et un balai)
- m) The Corporation
- n) Les Boys III
- o) Ryan
- p) 8:17pm Darling Street (FRENCH IF NEEDED: 20h17 rue Darling)
- q) Going the Distance

A9II Have you seen this movie?

- | | |
|----------------------|--------------------------------------|
| Yes | 1 (ask III) |
| No | 2 (move to next movie) |
| Do not recall/refuse | 9 (DO NOT READ) (move to next movie) |

A9III Where did you first see the movie?

{DO NOT READ LIST}

- | | |
|------------------------------|----|
| Theatre | 1 |
| Video or DVD | 2 |
| TV | 3 |
| Download | 4 |
| Airplane | 5 |
| Film Festival | 6 |
| Other (please specify) | 77 |
| Don't know/refuse..... | 99 |

{SKIP A10a-c IF A1a = 1}

A10a Have you seen any other Canadian feature films over the past year? IF NEEDED: By Canadian feature film, we mean films that are produced by Canadians, including Quebecois films.

- | | |
|---------------------|-------------------------------|
| Yes | 1 (ASK A10b) |
| No | 2 (MOVE TO A11) |
| Do not recall | 9 (DO NOT READ) (MOVE TO A11) |

A10b What movie(s) was it (were they)? (Code 1 – 98)

Response 1: _____

Response 2: _____

Response 3: _____

Don't know/refuse.....99 (SKIP TO A11)

A10c Where did you first see the movie? (Ask for each response in A10b)

{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

Theatre1

Video or DVD2

TV3

Download4

Airplane5

Film Festival6

Other (please specify)77

Don't know/refuse.....99 (DO NOT READ)

A11 On a scale from 1 to 10, where 1 is “Strongly disagree” and 10 is “Strongly agree”, please rate your level of agreement with each of the following statements:

Strongly disagree.....1 {REPEAT SCALE AS NEEDED}

Strongly agree10

No opinion/refuse to answer.....99 (DO NOT READ)

{RANDOMIZE LIST}

- a) More people would watch Canadian movies if they were promoted and advertised better.
- b) The acting, directing and production quality of Canadian movies is as good as movies made in other countries.
- c) I think it is important that Canadian movies can be seen in movie theatres in Canada
- d) I think it is important that Canadian movies can be seen on Canadian TV.
- e) I think it is important that Canadian movies are exported and promoted in other countries.
- f) American movies are better made than movies made in other countries.
- g) Over the last couple of years, I think that the Canadian movie industry has begun to make better films.
- h) Most Canadian films are not available in movie theatres.
- i) Most Canadian films are not available in video stores.
- j) The stories in Canadian movies relate to me.

SKIP A12a AND A12bi OR A12bii IF A1a-h = 1}

A12a What percent of the movies you watch in an average year are in English, what percent are in French and what percent are other types of movies including subtitled, dubbed and foreign language films?

{READ ALL OPTIONS AT ONCE THEN HAVE RESPONDENT ASSIGN % TO EACH SO THAT IT ALL ADDS TO 100%. PROBE FOR APPROXIMATION}

English language..... %

French language %

Other (including subtitled, dubbed and foreign language films – DO NOT SPECIFY) ____%

Don't know/refuse to answer999 {DO NOT READ}

PROGRAMMER NOTE: TOTAL MUST SUM TO 100% UNLESS RESPONSE IS DK/REFUSE

A12bi. [ENGLISH RESPONDENTS] When you are interested in seeing a movie that was originally produced in FRENCH, do you generally prefer to see it...

- | | |
|--------------------------------|-----------------|
| In the original French version | 1 |
| Subtitled in English, or, | 2 |
| Dubbed in English | 3 |
| No preference | 4 {DO NOT READ} |
| Don't know/refuse | 9 {DO NOT READ} |

A12bii. [FRENCH RESPONDENTS] When you are interested in seeing a movie that was originally produced in ENGLISH, do you generally prefer to see it...

- | | |
|---------------------------------|-----------------|
| In the original English version | 1 |
| Subtitled in French, or, | 2 |
| Dubbed in French | 3 |
| No preference | 4 {DO NOT READ} |
| Don't know/refuse | 9 {DO NOT READ} |

SECTION B: MUSIC CONSUMPTION

{READ} The following group of questions relate to music.

LISTENING HABITS

B1 How many hours in an average week do you spend listening to music on (REPEAT THIS INTRO FOR EACH ITEM LISTED):

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

{IF NECESSARY REITERATE: Please remember, this amount of time is spent listening to music only.}

- None1
- Less than 1 hour.....2
- 1 to 5 hours.....3
- 6 to 10 hours.....4
- 11 to 25 hours.....5
- More than 25 hours6
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

{RANDOMIZE LIST}

- a) CDs, mp3s or cassettes
- b) The radio
- c) The Internet
- d) Television

{IF B1a-d =1, THEN SKIP TO B3}

B2 What percentage of your total music listening is spent listening to music by Canadian artists?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1
- Less than 10%.....2
- 10-25%3
- 26-50%4
- 51-75%5
- 76-100%6
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

B3 Do you own, or have access to, any of the following items, either at home, at work or elsewhere?

- Yes 1
- No 2
- DK/Refuse 9 {DO NOT READ}

{RANDOMIZE LIST}

- a) Computer
- b) CD burner
- c) Portable digital music player or portable mp3 player
- d) DVD player
- e) DVD burner
- f) Cell phone

{IF B1a-d =1, THEN SKIP TO B6}

B4 On a scale from 1 to 10, where 1 is “Not at all interested” and 10 is “Extremely interested” please indicate the extent to which you are interested in the following types of music:

Not at all interested..... 1 {REPEAT SCALE AS NEEDED}
 Extremely interested..... 10
 Not applicable/refuse to answer99 {DO NOT READ}

{RANDOMIZE LIST}

- a) Country
- b) Rock, including soft, hard and classic rock
- c) Current Hits or Pop music
- d) Electronica
- e) Classical or Opera
- f) Hip-Hop
- g) R&B
- h) Dance
- i) Jazz or Blues
- j) World
- k) Folk

B5 What percent of the music that you listen to is in English, what percent is in French, what percent is instrumental and what percent is music in other languages?

{READ ALL OPTIONS AT ONCE THEN HAVE RESPONDENT ASSIGN % TO EACH SO THAT IT ALL ADDS TO 100%. PROBE FOR APPROXIMATION.}

English language....._%
 French language_%
 Instrumental....._%
 Other language (specify)....._%
 Don't know/refuse to answer999 {DO NOT READ}

PROGRAMMER NOTE: TOTAL MUST SUM TO 100% UNLESS RESPONSE IS DK/REFUSE

B6 On a scale from 1 to 10, where 1 is “not as good”, 5 is “equal” and 10 is “much better”, how would you rate the quality of music by Canadian artists as compared to foreign artists.

Not as good 1
 Equal5
 Much better10
 No opinion/refuse to answer99 (DO NOT READ)

PURCHASING

{IF B1a-d =1, THEN SKIP TO B10}

B7 How many music CDs did you buy in the past year, either for your own use or for someone else?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1 {SKIP TO B9a}
- 1 to 52
- 6 to 10.....3
- 11 to 20.....4
- 21 to 30.....5
- More than 306
- Don't know/refuse to answer.....9 (DO NOT READ) (SKIP TO B9a)

B8 How many of these music CDs were by Canadian artists?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1
- 1 to 52
- 6 to 10.....3
- 11 to 20.....4
- 21 to 30.....5
- More than 306
- Don't know/refuse to answer.....9 (DO NOT READ)

B9a Where do you typically buy your music CDs?

{DO NOT READ LIST. SELECT MOST COMMON LOCATION}

- Traditional Retail Music Store (HMV, Virgin, Archambault, Music World) 1
- Big Box (Wal-Mart, Best Buy, Future Shop, CostCo) 2
- On-line3
- Concerts or live performances4
- I do not buy music CDs5
- Other (please specify)77
- Don't know/refuse to answer99

B9b Where else do you buy your music CDs?

{DO NOT READ LIST. SELECT ALL THAT APPLY}

- Traditional Retail Music Store (HMV, Virgin, Archambault, Music World) 1
- Big Box (Wal-Mart, Best Buy, Future Shop, CostCo) 2
- On-line3
- Concerts or live performances4
- I do not buy music CDs5
- Other (please specify)77
- Don't know/refuse to answer99

B10 How many music DVDs did you buy in the past year, either for yourself or for someone else?
{NOTE TO INTERVIEWERS: MAKE SURE RESPONDENT REFERS TO MUSIC DVDs AND NOT MOVIES, TV SERIES, ETC.}

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

None	1
1 to 2	2
3 to 5	3
6 to 10.....	4
11 to 15.....	5
More than 15	6
Don't know/refuse to answer.....	9 (DO NOT READ)

B11 From which locations do you access the Internet?

{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

Home	1
Work	2
School.....	3
Other (Please specify)	77
Don't access the Internet.....	98
Don't know/refuse to answer	99

{IF RESPONDENT ANSWERS "DON'T ACCESS THE INTERNET" TO B11 THEN SKIP TO B16}

{IF B1a-d =1, THEN SKIP TO B16}

B12 How many songs did you purchase from the Internet last year?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

None	1 {SKIP TO B14}
1 to 9	2
10 to 50.....	3
51 to 100	4
More than 100	5
Don't know/refuse to answer.....	9 {DO NOT READ} {SKIP TO B14}

B13 How many of these songs were by Canadian artists?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

None	1
1 to 9	2
10 to 50.....	3
51 to 100	4
More than 100	5
Don't know/refuse to answer	9 {DO NOT READ}

B14 How many songs did you download for free from the Internet last year?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1 {SKIP TO B16}
- 1 to 92
- 10 to 50.....3
- 51 to 1004
- More than 1005
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ} {SKIP TO B16}

B15 How many of these songs were by Canadian artists?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1
- 1 to 92
- 10 to 50.....3
- 51 to 1004
- More than 1005
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

{ASK B16 IF B3f = 1}

B16 How many music ringtones did you purchase in the past year for your cell phone?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1
- 1 to 52
- 6 to 10.....3
- 11 or more4
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

B17 How do you generally discover new music?

{DO NOT READ LIST. ACCEPT ALL THAT APPLY}

- Radio1
- TV2
- Concert attendance3
- Advertising.....4
- Word-of-mouth5
- Internet6
- Awards or critical acclaim.....7
- Print, such as newspapers or magazines8
- Other (please specify)77
- Don't know/refuse to answer99

B18 On a scale from 1 to 10, where 1 is “Strongly disagree” and 10 is “Strongly agree”, please rate your level of agreement with each of the following statements:

- Strongly disagree.....1 {REPEAT SCALE AS NEEDED}
- Strongly agree10
- No opinion/refuse to answer.....99 {DO NOT READ}

(RANDOMIZE ITEMS IN BLOCKS OF TWO: A & B together, C & D together)

- a) When I want to purchase music by Canadian artists, I can easily find it in stores.
- b) {ASK ONLY TO RESPONDENTS WITH ONLINE ACCESS AS INDICATED IN B11} When I want to purchase music by Canadian artists, I can easily find it when buying online.
- c) When I want to purchase music by foreign artists, I can easily find it in stores.
- d) {ASK ONLY TO RESPONDENTS WITH ONLINE ACCESS AS INDICATED IN B11} When I want to purchase music by foreign artists, I can easily find it when buying online.

LIVE PERFORMANCE

B19 How many live music performances did you attend over the past year? Please include performances by amateur and professional musicians, singers and bands.

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1 {SKIP TO NEXT SECTION}
- 1 to 52
- 6 to 10.....3
- 11 to 15.....4
- 16 or more5
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

B20 How many of these live performances were by Canadian artists?

{READ LIST IF NECESSARY. PROBE FOR APPROXIMATION}

- None1
- 1 to 52
- 6 to 10.....3
- 11 to 15.....4
- 16 or more5
- Don't know/refuse to answer9 {DO NOT READ}

B21 Did you purchase any of the following merchandise at these shows?

Yes	1
No	2
DK/Refuse	9 {DO NOT READ}

- a) CDs or music DVDs
- b) Other concert-related merchandise

{ASK B21a IF "YES" IN B20a; ASK B21b IF "YES" IN B20b}

B22 On average, how much did you spend per show on...

Less than \$20	1
\$20 to \$40	2
More than \$40	3
DK/Refuse	9 {DO NOT READ}

- a) CDs or music DVDs
- b) Other concert-related merchandise

SECTION C: DEMOGRAPHICS

I have just a few final questions that will help us to analyze the results...

C1 Please stop me at the age category to which you belong: {READ AND PAUSE AFTER EACH}

- 15 to 20.....1
- 21 to 24.....2
- 25 to 34.....3
- 35 to 44.....4
- 45 to 54.....5
- 55 to 646
- Over 64.....7
- REFUSE.....9 {DO NOT READ}

C2 Please stop me at the highest level of schooling you have attained: {READ AND PAUSE AFTER EACH}

- Some high school.....1
- Completed high school.....2
- Some college, technical school (Quebec: CEGEP)3
- Completed college, technical school (Quebec: CEGEP)4
- Some university.....5
- Graduated university6
- Earned a graduate degree (Masters, Ph.D.)7
- REFUSE.....9 {DO NOT READ}

C3 Including yourself, how many people who live in your household are...?
{DO NOT READ LIST}

Response	Zero	1-8	Not certain/refusal
a) 20 years of age or older	0	1-8	99
b) 15 to 19 years	0	1-8	99
c) 12 to 14 years	0	1-8	99
d) 11 years or younger	0	1-8	99

C4. Do you consider yourself a member of a visible minority by virtue of your race or colour?

- Yes 1
- No 2
- Don't know/refuse 9

C5 Are you an Aboriginal person? (An aboriginal person is a North American Indian or a member of a first nation, a Métis or an Inuit. Members of a First Nation include status, treaty, or registered Indians. North American Indians include non-status and non-registered Indians.)

- Yes 1
- No 2
- Don't know/refuse 9

C6 Please stop me at the category that best reflects the total income earned by all those living in your home? Is it... {READ AND PAUSE AFTER EACH}

- Less than \$20,0001
- Between \$20,000 and \$40,0002
- Between \$40,000 and \$60,0003
- Between \$60,000 and \$80,0004
- Between \$80,000 and \$100,0005
- Between \$100,000 and \$120,0006
- \$120,000 and over7
- REFUSE9 {DO NOT READ}

This concludes the interview. Thank you for taking the time to answer my questions.

C7 CODE GENDER OF RESPONDENT {DO NOT ASK}

- MALE 1
- FEMALE 2

Annexe B : Questionnaire en français

INTRODUCTION/SÉLECTION

Int1. Bonsoir/Bonjour, je m'appelle _____ et je vous téléphone du Centre de recherche Décima pour le compte du gouvernement du Canada. Nous effectuons un sondage à l'échelle nationale pour connaître l'opinion des Canadiens et des Canadiennes à l'égard du cinéma et de la musique. Votre foyer a été sélectionné au hasard. Toutes vos réponses demeureront strictement confidentielles et seront analysées sous forme regroupée. Auriez-vous le temps de répondre à ce sondage maintenant?

NE LISEZ QUE SI ON VOUS DEMANDE LA DURÉE DU SONDAGE : Selon vos réponses, répondre au sondage prendra entre 15 et 20 minutes.

Oui (**CONTINUEZ LE SONDAGE**)
Non (**REMERCIEZ ET TERMINEZ**)

Int2. Votre foyer compte-il actuellement une personne âgée de 15 à 19 ans inclusivement? Nous aimerions effectuer ce sondage auprès de jeunes Canadiens et Canadiennes pour connaître leur point de vue bien particulier – serait-il possible d'effectuer le sondage auprès de cette personne?

Il n'y a personne de cet âge	1	CONTINUEZ AVEC LE RÉPONDANT ACTUEL
À l'appareil	2	PASSEZ AU SONDAGE PRINCIPAL
Vous met en communication	3	RÉPÉTEZ L'INTRODUCTION
Refus	4	REMERCIEZ ET TERMINEZ

NOTE AU PROGRAMMEUR : ALTERNEZ LES SECTIONS A ET B

SECTION A : L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE CANADIENNE

{LISEZ} Les questions suivantes porteront sur le cinéma.

A1 À quelle fréquence...

{LISEZ LA LISTE DE RÉPONSES. RÉPÉTEZ-LA AUX DEUX PREMIÈRES QUESTIONS ET ENSUITE UNIQUEMENT SI ON VOUS LE DEMANDE}

- Jamais 1
- Une fois par année 2
- Une fois aux 6 mois 3
- Une fois aux 3 mois 4
- Tous les mois 5
- Toutes les semaines 6
- Plus d'une fois par semaine 7
- Ne sait pas/Refuse 9

- a) Allez-vous au cinéma ou au ciné-parc
- b) Louez-vous des films
- c) Achetez-vous des films
- d) Écoutez-vous des films à la télévision diffusés par un réseau de films - en d'autres mots, par un réseau qui ne diffuse QUE des films
- e) Écoutez-vous des films à la télévision diffusés par les réseaux réguliers, en d'autres mots, par les réseaux qui diffusent divers types d'émissions en plus des films
- f) Utilisez-vous un service de vidéo-sur-demande (LISEZ AU BESOIN : La vidéo-sur-demande est un service de télévision à la carte qui offre au téléspectateur la possibilité de commander une émission à partir d'un menu et de la regarder sur-le-champ tout en ayant accès aux commandes vidéo : pause, rembobinage, etc.)
- g) Écoutez-vous des films provenant de votre propre collection.
- h) Téléchargez-vous et écoutez-vous des films par le biais d'Internet.

{SAUTEZ A2 SI A1a = 7}

A2 Pour quelles raisons n'allez-vous PAS plus souvent au cinéma? Y a-t-il d'autres raisons?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.}

- N'aime pas les films à l'affiche 1
- Trop cher 2
- Pas le temps 3
- L'horaire des films n'est pas pratique 4
- Aucune salle de cinéma dans son quartier 5
- Salles mal adaptées pour personnes ayant un handicap (mobilité réduite, surdité, problème de vue) 6
- Les films ne sont pas à l'affiche assez longtemps 7
- Sortira sur vidéo bientôt de toute façon 8
- Autre (VEUILLEZ PRÉCISER) 77
- Ne sait pas/Refuse 99

{SAUTEZ A3 SI A1a=1}

A3 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « Aucune influence » et 10 correspond à « Grande influence », veuillez évaluer l'influence de ces éléments dans votre choix d'un film au cinéma :

Aucune influence1 {RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN}
Grande influence10
Ne sait pas/Refuse de répondre.....99 (NE LISEZ PAS)

{ALTERNEZ LA LISTE}

- a) Les publicités à la télévision
- b) Les publicités ailleurs qu'à la télévision, comme par exemple dans les journaux, à la radio, sur Internet ou sur des affiches.
- c) Les critiques élogieuses ou les prix remportés
- d) Le bouche-à-oreille
- e) Les bandes-annonces ou courts extraits au cinéma
- f) Les comédiens qui font partie de la distribution
- g) Le scénario
- h) Le pays d'origine du film
- i) Le réalisateur du film
- j) Les entrevues portant sur le film ou la couverture médiatique

{SAUTEZ A4 et A5 SI A1b=1}

A4 Qu'est-ce qui influence votre choix lorsque vous louez un film? Y a-t-il autre chose?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES}

La publicité1
Les critiques élogieuses ou les prix remportés2
Le bouche-à-oreille.....3
Les bandes-annonces ou courts extraits au cinéma 4
Les comédiens qui font partie de la production ...5
Le scénario6
Les effets spéciaux.....7
Le pays d'origine du film.....8
Le réalisateur du film9
Les publicités à la télévision.....10
Les entrevues portant sur le film ou la couverture médiatique 11
La photo sur le dessus et le synopsis à l'endos de la pochette du film semblent intéressants 12
Les enfants veulent voir le film13
Le film se trouve sur la tablette des nouveautés et est donc facile à trouver en magasin 14
Autre (veuillez préciser).....77
Ne sait pas/Refuse99

A5. En général, louez-vous un film...

{LISEZ LA LISTE}

Au lieu de voir ce même film au cinéma1
En plus de voir ce même film au cinéma2
Ne sait pas/refuse9 {NE LISEZ PAS}

{SAUTEZ A6 ET A7 SI A1c=1}

A6 Qu'est-ce qui influence votre choix lorsque vous achetez un film? Y a-t-il autre chose?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES}

La publicité	1
Les critiques élogieuses ou les prix remportés	2
Le bouche-à-oreille.....	3
Les bandes-annonces ou courts extraits au cinéma	4
Les comédiens qui font partie de la distribution ...	5
Le scénario	6
Les effets spéciaux.....	7
Le pays d'origine du film.....	8
Le réalisateur du film	9
Les publicités à la télévision.....	10
Les entrevues portant sur le film ou la couverture médiatique	11
La photo sur le dessus et le synopsis à l'endos de la pochette du film semblent intéressants	12
Les enfants veulent voir le film.....	13
J'aime tellement le film que je veux l'avoir.	14
Je collectionne les films et j'aime en avoir de toutes sortes	15
Autre (veuillez préciser).....	77
Ne sait pas/Refuse	99

A7. En général, achetez-vous un film...

{LISEZ LA LISTE}

Au lieu de voir ce même film au cinéma	1
En plus de voir ce même film au cinéma	2
Ne sait pas/refuse	9 {NE LISEZ PAS}

A8 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « Pas du tout intéressé(e) » et 10 correspond à « Extrêmement intéressé(e) », veuillez évaluer votre niveau d'intérêt envers les genres de films suivants :

Pas du tout intéressé(e)	1 {RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN}
Extrêmement intéressé(e)	10
Sans objet/Refuse de répondre	99

{ALTERNEZ LA LISTE}

- Comédie
- Drame
- Action
- Espionnage ou suspense
- Animation
- Famille ou enfants
- Comédie musicale
- Science fiction
- Horreur
- Film d'auteur ou film d'art
- Film étranger

A9 POUR CHACUN DES FILMS SUIVANTS, DEMANDEZ :

- I. TOUS LES RÉPONDANTS
- II. SI OUI À (I) ; SI NON, PASSEZ AU FILM SUIVANT
- III. SI OUI À (II) ; SI NON, PASSEZ AU FILM SUIVANT
- IV.

A9I Avez-vous déjà entendu parler du film suivant?

- | | |
|-----|----------------------------|
| Oui | 1 (posez II) |
| Non | 2 (passez au film suivant) |

{ALTERNEZ LA LISTE}

- a) Séraphin – Un Homme et Son Péché
- b) Elvis Gratton XXX : la Vengeance d'Elvis Wong
- c) Resident Evil: Apocalypse
- d) Les Invasions Barbares
- e) Adorable Julia (AU BESOIN : en anglais Being Julia)
- f) Bollywood Hollywood
- g) Ma vie en cinémascope
- h) La Grande séduction
- i) Mambo Italiano
- j) Entre sœurs (AU BESOIN : en anglais Ginger Snaps)
- k) Le papillon bleu
- l) Quatre hommes et un balai (AU BESOIN : en anglais Men with Brooms)
- m) La Corporation (AU BESOIN : en anglais The Corporation)
- n) Les Boys III
- o) Ryan
- p) 20 h 17 rue Darling
- q) La grande débandade (AU BESOIN : en anglais Going the distance)

A9II L'avez-vous vu?

- | | |
|-----------------------------|---|
| Oui | 1 (posez III) |
| Non | 2 (passez au film suivant) |
| Ne s'en souvient pas/refuse | 9 (NE LISEZ PAS) (passez au film suivant) |

A9III Où l'avez-vous vu la première fois?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ QU'UNE SEULE REPONSE }

- | | |
|--------------------------------|-------------------|
| Cinéma | 1 |
| Vidéo ou DVD..... | 2 |
| Télévision | 3 |
| Téléchargement | 4 |
| Avion | 5 |
| Festival de films..... | 6 |
| Autre (veuillez préciser)..... | 77 |
| Ne sait pas/refuse | 99 (NE LISEZ PAS) |

{SAUTEZ A10a-c SI A1a = 1}

A10a Avez-vous vu d'autres longs métrages canadiens au cours de l'année dernière? AU BESOIN : Les longs métrages canadiens sont des films produits par des Canadiens, y compris les films québécois.

- | | |
|---------------------------|---------------------------------|
| Oui | 1 (POSEZ A10b) |
| Non | 2 (PASSEZ À A11) |
| Ne s'en souvient pas..... | 9 (NE LISEZ PAS) (PASSEZ À A11) |

A10b De quel(s) film(s) s'agit-il? (Code 1 – 98)

Réponse 1: _____

Réponse 2: _____

Réponse 3: _____

Ne sait pas/refuse99 (PASSEZ À A11)

A10c Où avez-vous vu ce film la première fois? (Posez pour toutes les réponses à A10b)

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ QU'UNE SEULE REPONSE}

Cinéma 1

Vidéo ou DVD 2

Télévision 3

Téléchargement 4

Avion 5

Festival de films 6

Autre (veuillez préciser) 77

Ne sait pas/refuse 99 (NE LISEZ PAS)

A11 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « Fortement en désaccord » et 10 correspond à « Fortement en accord », veuillez dire dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

Fortement en désaccord 1 {RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN}

Fortement en accord 10

Sans opinion/refuse de répondre 99 (NE LISEZ PAS)

{ALTERNEZ LA LISTE}

- a) Si les films canadiens bénéficiaient d'une meilleure promotion et d'une meilleure publicité, ils attireraient davantage de gens.
- b) En termes de jeu, de réalisation et de production, les films canadiens sont d'aussi bonne qualité que les films en provenance d'autres pays.
- c) Je pense qu'il est important que les films canadiens soient à l'affiche dans les cinémas au Canada.
- d) Je pense qu'il est important que les films canadiens soient diffusés à la télévision canadienne.
- e) Je pense qu'il est important qu'on exporte et fasse la promotion des films canadiens dans d'autres pays.
- f) Les films américains sont mieux réalisés que ceux d'ailleurs.
- g) Au cours des dernières années, je pense que l'industrie cinématographique canadienne a commencé à produire de meilleurs films.
- h) La plupart des films canadiens ne sont pas à l'affiche dans les cinémas.
- i) La plupart des films canadiens ne sont pas disponibles dans les clubs vidéo.
- j) Je m'identifie aux histoires que racontent les films canadiens.

SAUTEZ A12a ET A12bi OU A12bii si A1a-h = 1}

A12a Au cours d'une année normale, quel pourcentage de films voyez-vous en version française originale, quel pourcentage voyez-vous en version anglaise originale et quel pourcentage voyez-vous autrement, c'est-à-dire en version doublée, avec sous-titrage ou en langue étrangère?

{LISEZ TOUT D'ABORD LES OPTIONS PUIS DEMANDEZ AU RÉPONDANT DE VOUS DONNER UN POURCENTAGE POUR CHACUNE DE FAÇON À CE QUE LE TOTAL SOIT DE 100 %}

Version française originale %
Version anglaise originale %
Autrement (y compris en version doublée, avec sous-titrage ou en langue étrangère – NE PAS PRÉCISER) %
Ne sait pas/refuse de répondre999 {NE LISEZ PAS}

NOTE AU PROGRAMMEUR : LE TOTAL DOIT ÊTRE DE 100 % À MOINS QUE LE LA RÉPONSE SOIT NE SAIT PAS/REFUSE.

A12bi. [RÉPONDANTS ANGLOPHONES] Lorsque vous voulez voir un film qui a été tourné en FRANÇAIS, préférez-vous généralement le voir...

En version française originale 1
Avec des sous-titres anglais 2
Doublé en anglais 3
Aucune préférence 4 {NE LISEZ PAS}
Ne sait pas/refuse 9 {NE LISEZ PAS}

A12bii. [RÉPONDANTS FRANCOPHONES] Lorsque vous voulez voir un film qui a été tourné en ANGLAIS, préférez-vous généralement le voir...

En version anglaise originale 1
Avec des sous-titres français 2
Doublé en français 3
Aucune préférence 4 {NE LISEZ PAS}
Ne sait pas/refuse 9 {NE LISEZ PAS}

SECTION B : ÉCOUTE MUSICALE

{LISEZ} Les prochaines questions porteront sur la musique.

HABITUDES D'ÉCOUTE

B1 En moyenne, combien d'heures par semaine écoutez-vous de la musique... (RÉPÉTEZ CETTE INTRODUCTION POUR CHACUN DES APPAREILS MENTIONNÉS)

{LISEZ LA LISTE}

Zéro	1
Moins d'une heure	2
De 1 à 5 heures	3
De 6 à 10 heures	4
De 11 à 25 heures	5
Plus de 25 heures.....	6
Ne sait pas/refuse de répondre	9 {NE LISEZ PAS}

{ALTERNEZ LA LISTE}

- a) sur CD (disque compact), MP3 ou cassettes
- b) à la radio
- c) sur Internet
- d) à la télévision

{SI B1a-d =1, PASSEZ À B3}

B2 Quel pourcentage de cette écoute est consacré à la musique d'artistes canadiens?

{LISEZ LA LISTE}

Zéro	1
Moins de 10 %.....	2
De 10 % à 25 %	3
De 26 % à 50 %	4
De 51 % à 75 %	5
De 76 % à 100 %	6
Ne sait pas/refuse de répondre	9 {NE LISEZ PAS}

B3 Possédez-vous ou avez-vous accès aux appareils suivants, que ce soit à la maison, au travail ou ailleurs?

Oui	1
Non	2
NSP/Refuse	9 {NE LISEZ PAS}

- a) Ordinateur
- b) Graveur de CD
- c) Lecteur numérique portable ou MP3 portable
- d) Lecteur DVD
- e) Graveur de DVD
- f) Téléphone cellulaire

{SI B1a-d =1, PASSEZ À B6}

B4 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « Pas du tout intéressé(e) » et 10 correspond à « Extrêmement intéressé(e) », veuillez évaluer votre niveau d'intérêt envers les genres de musique suivants :

Pas du tout intéressé(e)1 {RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN}
Extrêmement intéressé(e)10
Sans objet/Refuse de répondre99 {NE LISEZ PAS}

{ALTERNEZ LA LISTE}

- a) Le country
- b) Le rock, incluant le rock léger, le rock accentué et le rock classique
- c) Les succès actuels ou la musique populaire
- d) La musique électronique
- e) Le classique ou l'opéra
- f) Le Hip-Hop
- g) Le R&B
- h) La musique de danse
- i) Le jazz ou le blues
- j) La musique du monde
- k) La musique folklorique

B5 Quel pourcentage de la musique que vous écoutez est de la chanson française, quel pourcentage est de la chanson anglaise, quel pourcentage est de la musique instrumentale et quel pourcentage est de la chanson en langue étrangère?

{LISEZ TOUT D'ABORD LES OPTIONS PUIS DEMANDEZ AU RÉPONDANT DE VOUS DONNER UN POURCENTAGE POUR CHACUNE DE FAÇON À CE QUE LE TOTAL SOIT DE 100 %}

Chanson française %
Chanson anglaise %
Musique instrumentale %
Chanson en langue étrangère (précisez) %
Ne sait pas/refuse de répondre999 {NE LISEZ PAS}

B6 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « pas aussi bonne », 5 correspond à « de même qualité » et 10 correspond à « bien meilleure » comment évalueriez-vous la qualité de la musique produite par les artistes canadiens comparativement à celle produite par des artistes étrangers?

Pas aussi bonne1
De même qualité5
Bien meilleure10
Sans opinion/refuse de répondre99 (NE LISEZ PAS)

ACHAT

{SI B1a-d =1, PASSEZ À B10}

B7 Combien de CD de musique avez-vous achetés au cours de la dernière année, que ce soit pour vous ou pour quelqu'un d'autre?

{LISEZ LA LISTE AU BESOIN, SONDEZ POUR OBTENIR UN CHIFFRE APPROXIMATIF}

- Aucun1 {PASSEZ À B9}
- De 1 à 5.....2
- De 6 à 10.....3
- De 11 à 20.....4
- De 21 à 30.....5
- Plus de 306
- Ne sait pas/refuse de répondre.....9 (NE LISEZ PAS) (PASSEZ À B9)

B8 Combien de ces CD de musique sont d'artistes canadiens?

{LISEZ LA LISTE AU BESOIN, SONDEZ POUR OBTENIR UN CHIFFRE APPROXIMATIF}

- Aucun1
- De 1 à 5.....2
- De 6 à 10.....3
- De 11 à 20.....4
- De 21 à 30.....5
- Plus de 306
- Ne sait pas/refuse de répondre.....9 (NE LISEZ PAS)

B9a Où achetez-vous habituellement vos CD de musique?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. SÉLECTIONNEZ L'ENDROIT OÙ IL/ELLE ACHÈTE LE PLUS SOUVENT}

- Magasins de musique (HMV, Virgin, Archambault, Music World) 1
- Grandes surfaces (Wal-Mart, Best Buy, Future Shop, CostCo) 2
- En ligne.....3
- Concerts ou spectacles.....4
- N'achète pas de CD de musique5
- Autre (veuillez préciser).....77
- Ne sait pas/refuse de répondre.....99

B9b À quel autre endroit achetez-vous également des CD de musique? {NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTÉZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES}

- Magasins de musique (HMV, Virgin, Archambault, Music World) 1
- Grandes surfaces (Wal-Mart, Best Buy, Future Shop, CostCo) 2
- En ligne.....3
- Concerts ou spectacles.....4
- N'achète pas de CD de musique5
- Autre (veuillez préciser).....77
- Ne sait pas/refuse de répondre.....99

B10 Combien de DVD de musique avez-vous achetés au cours de la dernière année, que ce soit pour vous ou pour quelqu'un d'autre?

{NOTE AUX INTERVIEWEURS : ASSUREZ-VOUS QUE LE RÉPONDANT REpond EN FONCTION DES **DVD DE MUSIQUE** ET **NON** DE FILMS, DE TÉLÉSÉRIES, ETC.}

{LISEZ LA LISTE}

Aucun	1	
De 1 à 2		2
De 3 à 5		3
De 6 à 10	4	
De 11 à 15	5	
Plus de 15	6	
Ne sait pas/refuse de répondre	9	{NE LISEZ PAS}

B11 Où avez-vous accès à Internet?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES}

Maison	1
Travail	2
École	3
Autre (veuillez préciser)	77
N'a pas accès à Internet	98
Ne sait pas/refuse de répondre	99

{SI LE RÉPONDANT DIT QU'IL N'A PAS ACCÈS À INTERNET À B11, ALORS PASSEZ À B16}

{SI B1a-d =1, PASSEZ À B16}

B12 Combien de chansons avez-vous achetées par Internet au cours de la dernière année?

{LISEZ LA LISTE}

Aucune	1	{PASSEZ À B14}
De 1 à 9	2	
De 10 à 50	3	
De 51 à 100	4	
Plus de 100	5	
Ne sait pas/refuse de répondre	9	{NE LISEZ PAS} {PASSEZ À B14}

B13 Combien de ces chansons provenaient par des artistes canadiens?

{LISEZ LA LISTE}

Aucune	1	
De 1 à 9	2	
De 10 à 50	3	
De 51 à 100	4	
Plus de 100	5	
Ne sait pas/refuse de répondre	9	{NE LISEZ PAS}

B14 Combien de chansons avez-vous téléchargées gratuitement avec Internet au cours de la dernière année?

{LISEZ LA LISTE}

Aucune	1	{PASSEZ À B16}
De 1 à 9.....	2	
De 10 à 50.....	3	
De 51 à 100.....	4	
Plus de 100	5	
Ne sait pas/refuse de répondre.....	9	{NE LISEZ PAS}{PASSEZ À B16}

B15 Combien de ces chansons provenaient par des artistes canadiens?

{LISEZ LA LISTE}

Aucune	1
De 1 à 9.....	2
De 10 à 50.....	3
De 51 à 100.....	4
Plus de 100	5
Ne sait pas/refuse de répondre.....	9 {NE LISEZ PAS}

{POSEZ B16 SI B3f = 1}

B16 Au cours de la dernière année, combien de sonneries musicales avez-vous achetées pour votre téléphone cellulaire?

{LISEZ LA LISTE AU BESOIN. SONDEZ POUR OBTENIR UN CHIFFRE APPROXIMATIF}

Aucun	1	
De 1 à 5.....		2
De 6 à 10.....	3	
11 ou plus.....	4	
Ne sait pas/refuse de répondre.....	9	{NE LISEZ PAS}

B17 De quelle manière découvrez-vous habituellement de nouvelles musiques?

{NE LISEZ PAS LA LISTE. ACCEPTEZ TOUTES LES RÉPONSES APPLICABLES.}

Radio	1
Télévision	2
En assistant à des spectacles.....	3
Publicité.....	4
Bouche-à-oreille	5
Internet	6
Prix remportés ou critiques élogieuses	7
Presse écrite, comme des journaux ou des magazines	8
Autre (veuillez préciser).....	77
Ne sait pas/refuse de répondre.....	99

B18 Sur une échelle de 1 à 10, où 1 correspond à « Fortement en désaccord » et 10 correspond à « Fortement en accord », veuillez me dire dans quelle mesure vous êtes en accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants :

Fortement en désaccord1 {RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN}
Fortement en accord10
Sans opinion/refuse de répondre99 {NE LISEZ PAS}

{ALTERNEZ PAR PAIRES : A et B ensemble ou C et D ensemble}

- a) Lorsque je veux acheter de la musique d'artistes canadiens, je la trouve facilement en magasin.
- b) {POSEZ SEULEMENT AUX RÉPONDANTS QUI ONT DIT AVOIR ACCÈS À INTERNET À B11}
Lorsque je veux acheter de la musique d'artistes canadiens, je peux facilement l'acheter en ligne.
- c) Lorsque je veux acheter de la musique d'artistes étrangers, je la trouve facilement en magasin.
- d) {POSEZ SEULEMENT AUX RÉPONDANTS QUI ONT DIT AVOIR ACCÈS À INTERNET À B11}
Lorsque je veux acheter de la musique d'artistes étrangers, je peux facilement l'acheter en ligne.

SPECTACLES

B19 À combien de spectacles de musique avez-vous assisté au cours de la dernière année? Veuillez inclure les spectacles de musiciens, d'interprètes et de groupes amateurs et professionnels.

{LISEZ LA LISTE}

Aucun1 {PASSEZ À LA SECTION SUIVANTE}
De 1 à 52
De 6 à 103
De 11 à 154
16 ou plus5
Ne sait pas/refuse de répondre9 {NE LISEZ PAS}

B20 Combien de ces spectacles mettaient en vedette des artistes canadiens?

{LISEZ LA LISTE}

Aucun1
De 1 à 52
De 6 à 103
De 11 à 154
16 ou plus5
Ne sait pas/refuse de répondre9 {NE LISEZ PAS}

B21 Avez-vous acheté l'un des articles suivants lors de ces spectacles?

Oui	1
Non	2
NSP/Refuse	9 {NE LISEZ PAS}

- a) CD ou DVD de musique
- b) D'autres produits dérivés du concert

{POSEZ B21 POUR CHAQUE « OUI » À B20}

B22 En moyenne, combien avez-vous dépensé lors de chaque spectacle pour...

Moins de 20 \$	1
De 20 \$ à 40 \$	2
Plus de 40 \$	3
NSP/Refuse	9 {NE LISEZ PAS}

- a) CD ou DVD de musique
- b) D'autres articles relatifs au concert

SECTION C : QUESTIONS DÉMOGRAPHIQUES

Il ne me reste plus que quelques questions qui serviront à analyser les résultats.

C1 Veuillez m'arrêter lorsque je nommerai la catégorie d'âges à laquelle vous appartenez. **{LISEZ ET FAITES UNE PAUSE APRÈS CHAQUE MENTION}**

- De 15 à 20 ans1
- De 21 à 24 ans2
- De 25 à 34 ans3
- De 35 à 44 ans4
- De 45 à 54 ans5
- De 55 à 64 ans6
- Plus de 64 ans.....7
- REFUSE.....9 **{NE LISEZ PAS}**

C2 Veuillez m'arrêter lorsque je nommerai le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété. **{LISEZ ET FAITES UNE PAUSE APRÈS CHAQUE MENTION}**

- Études secondaires non terminées1
- Études secondaires terminées2
- Études collégiales, techniques, CÉGEP non terminé(es).....3
- Études collégiales, techniques, CÉGEP terminé(es).....4
- Études universitaires non terminées5
- Études universitaires terminées6
- Diplôme d'études supérieures (Maîtrise, doctorat)7
- REFUSE.....9 **{NE LISEZ PAS}**

C3 En vous incluant, combien de personnes vivant au sein de votre foyer sont âgées de..?

Réponses	Zéro	1-8	Incertain(e)/refuse
a) 20 ans ou plus	0	1-8	99
b) De 15 à 19 ans	0	1-8	99
c) De 12 à 14 ans	0	1-8	99
d) 11 ans ou moins	0	1-8	99

C4. Considérez-vous que vous faites partie d'une minorité visible en raison de votre race ou de la couleur de votre peau?

- Oui 1
- Non 2
- Ne sait pas/refuse 9

C5 Êtes-vous Autochtone? (Un Autochtone est un Amérindien ou un membre d'une Première nation, Inuit ou Métis. Les membres des Premières nations comprennent les Indiens de plein droit, visés par un traité ou inscrits. Les Indiens d'Amérique du Nord comprennent les Indiens non inscrits ou de fait.)

- Oui 1
- Non 2
- Ne sait pas/refuse 9

C6 Veuillez m'arrêter à la catégorie qui représente le mieux le revenu de l'ensemble des membres de votre foyer? Est-ce...{LISEZ ET FAITES UNE PAUSE APRÈS CHAQUE MENTION}

- Moins de 20 000 \$.....1
- Entre 20 000 \$ et 40 000 \$.....2
- Entre 40 000 \$ et 60 000 \$.....3
- Entre 60 000 \$ et 80 000 \$.....4
- Entre 80 000 \$ et 100 000 \$.....5
- Entre 100 000 \$ et 120 000 \$.....6
- 120 000 \$ et plus.....7
- REFUSE.....9 {NE LISEZ PAS}

L'entrevue est maintenant terminée. Je vous remercie d'avoir pris de temps de répondre à mes questions.

C7 ENTREZ LE SEXE DU RÉPONDANT {NE LE DEMANDEZ PAS}

- HOMME 1
- FEMME 2