



Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec

François Brouard

Sprott School of Business, Carleton University

Christelle Paré

Institut national de la recherche scientifique (INRS)

**RAPPORT DE RECHERCHE
SCSE-CSES**

Janvier 2015

Copyright © 2015, François Brouard et Christelle Paré
TOUS DROITS RÉSERVÉS. Toute reproduction, en tout ou en partie, sous quelque forme que ce soit et par quelque procédé que ce soit, est interdite sans l'autorisation écrite préalable des auteurs.

François Brouard, DBA, FCPA, FCA est directeur du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES), professeur agrégé à la Sprott School of Business, Carleton University à Ottawa et président d'IPSO FACTO consultants inc.
francois.brouard@carleton.ca

Christelle Paré, M.A. en communication publique, est candidate au doctorat à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS) Urbanisation Culture Société à Montréal, membre de l'Observatoire de l'humour – Réseau in(ter)disciplinaire sur le rire et l'humour, de l'International Society for Humor Studies, ainsi que du Laboratoire Art et Société Terrains et Théories (l/as/tt).
christelle.pare@ucs.inrs.ca

Renseignements supplémentaires sur la série d'études sur l'humour:
<http://sprott.carleton.ca/~fbrouard/humour>
Twitter@IndustrieHumour

Malgré nos efforts pour garantir l'exactitude de l'information donnée, des erreurs demeurent possibles. N'hésitez pas à communiquer avec les auteurs, s'il y avait des erreurs factuelles, ou pour des commentaires et suggestions.

Sprott Centre for Social Enterprises
/ Centre Sprott pour les entreprises sociales
Sprott School of Business
Carleton University
1725 Dunton Tower, 1125 Colonel By Drive
Ottawa (Ontario) Canada K1S 5B6
scse-cses@sprott.carleton.ca



IPSO FACTO consultants inc.
Ottawa (Ontario) Canada
ipsufactoconsultants@gmail.com



[suggestion pour citer ce rapport: Brouard, François, Paré, Christelle. (2015). *Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec*, Rapport de recherche SCSE/CSES, Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES) & IPSO FACTO consultants inc., janvier, 57p.]

Profil et écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec

François Brouard

Sprott School of Business, Carleton University

Christelle Paré

Institut national de la recherche scientifique (INRS)

RÉSUMÉ

L'industrie de l'humour francophone occupe une place importante dans la culture québécoise. L'objectif du présent rapport est de présenter un profil de l'industrie de l'humour francophone au Québec, sous la forme d'un large inventaire, incluant un écosystème, et de faire ressortir certains renseignements à propos de cette industrie en présentant une synthèse. Les intervenants de l'industrie de l'humour sont soulignés autant au niveau du soutien, de la création/ production que de la diffusion/ promotion. L'accent est ensuite placé sur les humoristes et s'intéresse particulièrement aux arts de la scène, notamment avec des statistiques de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec de l'Institut de la statistique du Québec pour la période 2004-2013.

ABSTRACT

The French-language humour industry has a large place in Quebec culture. The aim of the report is to present a profile of the French-language humour industry in Quebec, including an ecosystem, and to bring out some data about the industry. Humour industry stakeholders are presented regarding support, creation/ production and dissemination/ promotion. The focus is on humorists and is interested by performing arts, with statistics for the period 2004-2013 from Observatoire de la culture et des communications du Québec, Institut de la statistique du Québec.

LES AUTEURS

François Brouard

Fellow Comptable Professionnel Agréé et Fellow Comptable Agréé, François Brouard détient un baccalauréat en administration des affaires (B.A.A.) de HEC Montréal, une maîtrise en sciences comptables (M.Sc.) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et un doctorat en administration (DBA) de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR).

Il est présentement professeur agrégé en fiscalité et comptabilité financière à la Sprott School of Business, Université Carleton et directeur fondateur du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES). Depuis 2009, il est le co-rédacteur en chef fondateur de ANSERJ - Canadian journal of nonprofit and social economy research / Revue canadienne de recherche sur les OSBL et l'économie sociale.



Il travaillait auparavant à titre de consultant en formation et veille stratégique, de professeur à l'Université du Québec à Hull (UQAH), de chargé de projet pour le Programme de formation professionnelle de l'OCAQ et de chargé de cours dans plusieurs universités. Il a aussi exercé en vérification et en fiscalité pour une firme internationale de CA (Samson Bélair / Deloitte & Touche). Ses intérêts de recherche sont l'entrepreneuriat social, les entreprises sociales, les organismes sans but lucratif, les organismes de bienfaisance, la philanthropie, la gestion financière, la gouvernance, la veille stratégique, la fiscalité, la transmission d'entreprises, la formation professionnelle, la planification financière et l'humour.

Christelle Paré

Christelle Paré est doctorante en Études urbaines à l'Institut national de la recherche scientifique (INRS), au centre Urbanisation Culture Société. Ses recherches en cours ont pour objectifs de faire le portrait des différents acteurs du milieu de l'humour francophone au Québec, de comprendre les dynamiques et stratégies propres à l'industrie de l'humour, et à prendre le pouls des rôles joués par la métropole et les différentes régions du Québec dans son développement.

De manière plus générale, elle a pour intérêts de recherche les industries culturelles, l'humour, la comédie de situation, les festivals d'humour à travers le monde et le développement des différents marchés de l'industrie de l'humour au Québec, au Canada et à l'étranger. Christelle Paré détient une maîtrise en communication publique et un baccalauréat en études internationales et langues modernes de l'Université Laval. Elle a participé à plusieurs enquêtes et équipes de recherche concernant différents pans de la culture et des industries culturelles au Québec et au Canada.



En plus de ses études doctorales et des différentes enquêtes auxquelles elle participe, Christelle Paré intervient de manière ponctuelle à titre de consultante en recherche et humour, et agit en tant qu'enseignante-conférencière à l'École nationale de l'humour. Elle est également l'une des premières membres de l'Observatoire de l'humour - Réseau in(ter)disciplinaire sur le rire et l'humour et agit activement au sein de l'International Society for Humor Studies.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ / ABSTRACT	3
LES AUTEURS	4
LISTE DES FIGURES.....	6
LISTE DES TABLEAUX.....	6
INTRODUCTION	7
L'HUMOUR DANS LE DOMAINE DES ARTS ET DE LA CULTURE	8
ÉCOSYSTÈME DE L'INDUSTRIE DE L'HUMOUR AU QUÉBEC	11
INTERVENANTS AU NIVEAU DU SOUTIEN À L'INDUSTRIE DE L'HUMOUR ..	13
Recherche	13
Formation	14
Associations	16
Organismes gouvernementaux	21
Lois.....	23
INTERVENANTS AU NIVEAU DE LA CRÉATION ET DE LA PRODUCTION ...	24
Création.....	24
Production	27
INTERVENANTS AU NIVEAU DE LA DIFFUSION ET DE LA PROMOTION.....	31
Diffusion	31
Salles de spectacle.....	32
Bars	33
Festivals et concours	33
Événements privés	36
Télévision.....	36
Radio	37
Vidéos et publicités.....	38
DVD, CD et musique	38
Imprimés.....	38
Cinéma	39
Nouveaux médias.....	40
Promotion.....	41
L'HUMOUR COMME UN ART DE LA SCÈNE	42
Représentations des arts de la scène	42
Représentations de variétés.....	44
Représentations en humour	46
RECONNAISSANCE ET PRIX	50
Les Olivier de l'APIH	50
Les Félix à l'ADISQ	50
Autres distinctions	51
CONCLUSION.....	51
BIBLIOGRAPHIE	52
ANNEXE	
A LISTES DES FONCTIONS SELON LE IBOTTIN DE L'UDA	56

LISTE DES FIGURES

A	Écosystème de l'industrie de l'humour	12
---	---	----

LISTE DES TABLEAUX

A	Listes des intervenants en recherche liés à l'humour	14
B	Exemples de programmes de formation liés à l'humour	15
C	Liste d'associations liées au domaine de l'humour	20
D	Liste d'organismes gouvernementaux dans le domaine des arts	23
E	Humoristes dans le Top 25 des représentations – 2008-2013	25
F	Exemples de métiers pour les concepteurs liés à l'humour	26
G	Exemples de métiers pour les artisans liés à l'humour	27
H	Exemples de métiers pour les opérateurs liés à l'humour	29
I	Exemples de métiers pour les techniciens liés à l'humour	30
J	Liste de certaines organisations du Groupe Juste pour rire	34
K	Liste de festivals et concours d'humour au Québec	36
L	Liste des caricaturistes dans les principaux journaux au Québec	39
M	Exemples de métiers pour la promotion liés à l'humour	41
N	Statistiques des représentations en arts de la scène – global	43
O	Part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles provenant du Québec – global pour les arts de la scène	44
P	Statistiques des représentations en arts de la scène – variétés	45
Q	Part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles provenant du Québec – variétés	46
R	Statistiques des représentations en arts de la scène – humour	47
S	Statistiques pour les spectacles d'humour dans le Top 50/25/20/10/5	49
T	Olivier remis lors du gala de l'APIH en 2014	50
U	Félix liés spécifiquement à l'humour remis lors du gala de l'ADISQ	51

INTRODUCTION

L'humour fait partie de la vie quotidienne au Québec. Depuis longtemps, mais encore plus aujourd'hui, il y a des humoristes à la scène, à la télévision, à la radio et au cinéma. En plus d'agir comme auteur et de présenter leur propre spectacle sur scène, les humoristes agissent comme comédien dans des émissions ou séries télévisées et des films, comme animateur d'émissions et de galas, comme participant à des jeux télévisés, comme scénariste et réalisateur de films. Certains humoristes s'occupent de l'ensemble ou d'une partie des étapes de développement d'un projet, tel la conception, l'écriture, la mise en scène, l'interprétation et la production.

L'industrie se compose de nombreux intervenants. Par exemple, en plus des humoristes, il y a différents techniciens et artisans, qui collaborent avec ceux-ci. Parmi les intervenants de l'industrie, notons l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), les Humoristes Associés (HA), l'École nationale de l'humour (ENH), les festivals comme Juste pour rire à Montréal et le Grand rire de Québec. Il y a aussi des remises de prix, par exemple, le gala annuel Les Olivier et celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Malheureusement malgré son importance dans le paysage culturel québécois, un profil spécifique récent de l'industrie de l'humour ne semble pas être disponible (Enviroscope, 2004; Lefebvre et Léonard, 2002). L'objectif du présent rapport est de présenter un profil de l'industrie de l'humour francophone au Québec, incluant un écosystème, et de faire ressortir certains renseignements à propos de cette industrie en présentant une synthèse. La question de recherche est essentiellement de connaître quels sont les différents intervenants de l'écosystème de l'industrie de l'humour au Québec. Les humoristes sont placés au centre de l'écosystème. D'autres rapports dans la présente série permettront d'approfondir d'autres dimensions de l'humour au Québec.

La méthodologie utilisée est essentiellement une revue de la documentation, notamment différents rapports publiés et la consultation des sites web de différentes organisations pour ressortir des renseignements pertinents. À l'exception des rapports et statistiques de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec de l'Institut de la statistique du Québec, il est particulièrement difficile d'obtenir des données fiables, en particulier pour des ententes et contrats privés. L'accent porte davantage sur les arts de la scène, mais tente aussi d'insérer certains autres éléments pour adopter une vision élargie.

Le rapport positionne l'industrie de l'humour dans le domaine des arts et de la culture et plus particulièrement dans l'industrie culturelle et les arts de la scène,

en soulignant quelques classifications par industrie. Un modèle illustre l'écosystème de l'industrie de l'humour au Québec autour de cinq sous-systèmes, soit: le soutien à l'industrie de l'humour, la phase de création / production, les activités humoristiques proprement dites, la phase de diffusion / promotion et le public / spectateurs / clients / lecteurs. Les principaux intervenants et la description de ces sous-systèmes sont décrits. Ensuite, des données sur les spectacles sur scène sont présentées de manière plus spécifique pour la dernière décennie.

L'HUMOUR DANS LE DOMAINE DES ARTS ET DE LA CULTURE

L'industrie de l'humour est une partie du vaste domaine des arts et de la culture. Dans une étude portant sur les municipalités, Bernier (2011) inclut parmi les dépenses culturelles les éléments suivants: les bibliothèques; les arts et lettres (arts visuels, métiers d'art et arts médiatiques, littérature, multimédia et arts de la scène), les festivals et événements culturels; les festivals et événements à composante culturelle; le loisir culturel et scientifique; le patrimoine, art public et design et la conservation d'archives historiques.

Il est possible de distinguer deux grandes familles dans le domaine des arts et de la culture, soit les arts dits «classiques», tels que les arts visuels, et les industries culturelles. Basé sur une revue de 314 études dans le domaine, les industries culturelles sont définies comme «produisant des biens expérientiels avec des éléments créatifs considérables et visant le marché de la consommation via une distribution de masse» (Peltoniemi, 2015, p.41). La composition des industries culturelles ne fait pas l'unanimité chez les chercheurs et institutions culturelles, mais de manière générale, on y retrouve le cinéma de long métrage, les médias de masse (radio, télévision, presse écrite), le livre et l'enregistrement sonore (Ménard, 2004; Hesmondhalgh, 2007; Martin *et al.*, 2010). Les spectacles d'humour peuvent à la fois appartenir à la catégorie des arts de la scène, qui compte également le théâtre et la danse, ou à celle du spectacle vivant, parfois reconnu comme une industrie culturelle, où l'on retrouve également le cirque, la musique et les comédies musicales. Au Québec, les spectacles d'humour sont souvent observés dans la catégorie des variétés, aux côtés du cirque, de la magie, de la comédie musicale et du music-hall (Fortier, 2014).

Il existe plusieurs systèmes de classification visant à analyser et présenter les types d'industries. L'utilisation des classifications permet d'insérer les humoristes et les autres acteurs de l'écosystème de l'industrie de l'humour. Survolons trois classifications, soit le CITI, le SCIAN et le SCACCQ.

La Classification internationale type, par industrie de toutes les branches d'activités économiques (CITI) est une classification internationale des activités de production (Nations Unies 2009). La CITI comprend une section (R - 90)

intitulé 'Arts, spectacles et loisirs'. Cette section inclut notamment les spectacles en direct, l'exploitation des musées, les jeux de hasard, les sports et les activités récréatives. L'industrie de l'humour s'insère plus particulièrement dans la sous-section 9000 intitulé Activités créatives, arts et spectacles.

Le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) (Statistique Canada, 2012) est utilisé par Industrie Canada pour classer les industries produisant des biens et des services. Deux des vingt secteurs sont pertinents pour les humoristes et l'industrie de l'humour, soit les secteurs 71 et 51. Le secteur 71 intitulé 'Arts, spectacles et loisirs' est divisé en quelques groupes, notamment: les compagnies d'arts d'interprétation, les sports-spectacles, les promoteurs / diffuseurs d'événements artistiques et sportifs, les agents et représentants d'artistes, d'athlètes et d'autres personnalités publiques, les artistes, auteurs et interprètes indépendants, les établissements du patrimoine, les parcs d'attraction, les jeux de hasard et loteries et les autres services de divertissement et de loisirs. Le groupe 7115 'Artistes, auteurs et interprètes indépendants' est celui qui est le pertinent pour les humoristes. Le secteur 51 intitulé 'Industrie de l'information et industrie culturelle' comprend les groupes suivants: les industries du film et de vidéo, les industries de l'enregistrement sonore, la radiotélévision, les télécommunications, les bibliothèques et les archives.

Le Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec (SCACCQ) a été élaboré et est utilisé par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), organisme faisant partie de l'Institut de la statistique du Québec. Il s'agit d'une classification plus spécifique aux activités liées à la culture et aux communications dans la réalité québécoise (Routhier, 2006b). Ainsi, le secteur de la culture et des communications comprend 15 domaines (avec leurs codes), notamment: les arts visuels, les métiers d'art et les arts médiatiques (11); les arts de la scène (12), le patrimoine, les institutions muséales et les archives (13); les bibliothèques (14); le livre (15); le périodique (16); l'enregistrement sonore (17); le cinéma et l'audiovisuel (18); la radio et la télévision (19); le multimédia (20); l'architecture et le design (21); la publicité et les relations publiques (22); les organismes de représentation et de promotion en culture et communications (23); les administrations publiques (24) et les établissements en activité dans plus d'un domaine culturel et des communications (90) (Institut de la statistique du Québec, 2004).

Présentant un portrait de l'industrie culturelle, Metiers-quebec.org (s.d.) estime des revenus de 22,4 milliards de dollars au Canada et 5,2 milliards de dollars au Québec. Au Canada, l'industrie des arts de la scène, incluant les spectacles d'humour, a généré des revenus d'exploitation de 1,5 milliards de dollars en 2012 et 40% de ces revenus (600 millions) a été réalisé au Québec (comparativement à 33,8% en Ontario, 9,8% en Colombie-Britannique et 9,0% en Alberta) (Statistique Canada, 2014).

Basé sur la classification SCIAN, la Ville de Montréal (2014) publie une étude présentant l'emploi portant sur des données de l'année 2011. Le Québec comptait près de 3 500 000 emplois et la région métropolitaine de Montréal comptait 1 800 080 emplois, soit 51% des emplois du Québec. La région métropolitaine de Montréal comptait 64 315 emplois dans le secteur 51 ('Industrie de l'information et industrie culturelle') et comptait 34 650 emplois dans le secteur 71 ('Arts, spectacles et loisirs').

L'APIH a réalisé deux études l'une sur le profil industriel (année 2001) et l'autre sur l'évolution des revenus (année 2003) de l'industrie du spectacle d'humour au Québec (Enviroscope, 2004). Selon ces études, qui mériteraient d'être mises à jour, certains chiffres résument l'importance de cette industrie dans le paysage culturel québécois: les recettes brutes (taxes de vente incluses) de l'industrie du spectacle d'humour étaient de 33 millions de dollars en 2001 et 42,2 millions en 2003 représentant une croissance de 28%, les spectacles ont généré des revenus bruts de 57 millions de dollars pour l'économie du Québec en 2001; les retombées fiscales en 2001 étaient de 3,28 millions de dollars pour le gouvernement du Canada et de 4,2 millions de dollars pour le gouvernement du Québec; les représentations diffusées en salle qui sont des spectacles d'humour correspondent à 29,3% des représentations et 54% des revenus des diffuseurs en 2001 et à 28,1% des représentations et 45,6% des revenus des diffuseurs en 2003, soit une légère baisse; le nombre d'emploi à temps plein s'élevaient à 750 personnes en 2001.

Comme nous le verrons plus en détail dans une section subséquente avec d'autres statistiques et des comparaisons pour la dernière décennie, en 2013, il y a eu 2 766 représentations de spectacles d'humour pour un total de plus de 1,5 millions de spectateurs et des revenus de billetterie (excluant les taxes) de 47,7 millions de dollars (Fortier, 2014). L'humour représente 74% de l'assistance dans la catégorie des variétés et montre le taux d'occupation le plus élevé en 2013 (81,7%), expliqué par le succès populaire des tournées des principaux humoristes (Fortier, 2014).

Malgré cette démonstration qui positionne l'industrie de l'humour dans le domaine des arts et de la culture, il faut noter que l'humour n'est pas reconnu comme une discipline artistique par l'ensemble des institutions culturelles et étatiques québécoises, alors que d'autres formes qui, à la manière de l'humour, se retrouvent à la frontière des industries culturelles et des arts de la scène, tel que le cirque, sont formellement reconnues. Tout de même, l'importance de l'industrie de l'humour dans le paysage culturel québécois ne fait pas de doute. Regardons maintenant les intervenants qui la composent en examinant l'écosystème de l'industrie de l'humour au Québec.

ÉCOSYSTÈME DE L'INDUSTRIE DE L'HUMOUR AU QUÉBEC

L'industrie de l'humour est un système complexe où plusieurs intervenants se cotoient. Il est donc particulièrement utile de représenter ce système afin de délimiter les frontières de l'industrie de l'humour. Dans un contexte québécois, uniquement l'humour francophone est retenu dans le présent rapport. L'humour anglophone au Canada fait l'objet d'une autre dynamique (Deveau, 2012).

Pour établir l'écosystème, il faut identifier les groupes d'intervenants et les principales activités de ceux-ci. Ensuite, les intervenants et leurs activités sont organisés selon les interactions entre eux afin de présenter un modèle global.

Selon l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), les groupes de membres sont : humoristes, auteurs, producteurs, diffuseurs, jeunes de la relève. Selon l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), en plus des artistes, le répertoire des membres est divisé selon : agence de promotion, agence de relations de presse, agence de spectacles, billetterie, détaillant, diffuseur de spectacles, distributeur de disques, fabricant, maison d'édition, maison de disques, maison de gérance, maison de production de vidéoclips, producteur de disques, producteur de spectacles, producteur vidéos, salles de spectacles, studio d'enregistrement, affiliés. Selon les Humoristes Associés (HA), ceux-ci distinguent les humoristes et les auteurs humoristiques. L'École nationale de l'humour (ENH) distingue les humoristes selon la création humoristique et l'écriture humoristique.

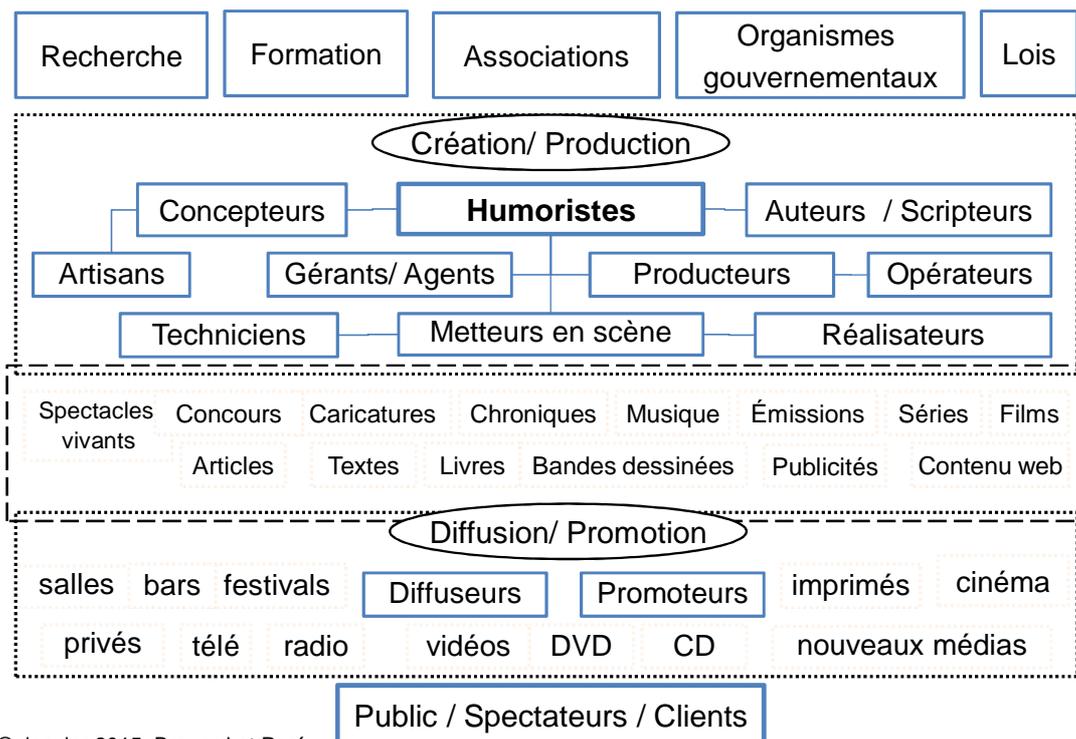
La création d'une œuvre artistique est un processus complexe, qui fait intervenir plusieurs dimensions (Pelletier, 1996). Dans le cadre des arts de la scène, mais cela peut sans doute s'appliquer à un ensemble d'activités humoristiques, il y a l'artiste, l'œuvre, le milieu culturel et le public/ spectateur. On retrouve divers processus, soit la création, où l'œuvre est conçue et recréée (Pelletier, 1996) avec l'ensemble de l'équipe de création; la production, où l'œuvre est mise en action de manière opérationnelle; la diffusion, où l'œuvre est présenté et offert au public; et la promotion, où l'événement doit faire l'objet d'un effort de communication pour attirer le public.

L'écosystème présenté est centré autour de l'humoriste, qui en est le cœur. La figure A permet d'illustrer l'écosystème de l'industrie de l'humour au Québec. Cinq sous-systèmes sont inclus dans l'écosystème présenté, soit: le soutien à l'industrie de l'humour, la phase de création/ production, les activités humoristiques proprement dites, la phase de diffusion/ promotion et le public/ spectateurs/ clients/ lecteurs.

- Le soutien à l'industrie de l'humour comprend des intervenants ou éléments sous cinq groupes, soit: la formation, la recherche, les associations, les organismes gouvernementaux et les lois.

- La phase de création/ production incluent divers intervenants, soit les humoristes, les concepteurs, les auteurs/ scripteurs, les gérants/ agents, les producteurs, les opérateurs, les techniciens, les metteurs en scène et les réalisateurs.
- Les activités humoristiques créées et diffusées comprennent différentes prestations artistiques, tel que: spectacles vivants, concours, caricatures, chroniques, musique, émissions, séries, films, articles, textes, livres, bandes dessinées, publicités et contenu web.
- La phase de diffusion/ promotion incluent divers intervenants, soit les diffuseurs et les promoteurs, en plus de différentes formes et lieux de diffusion: salles de spectacles, bars, festivals, événements privés, télévision, radio, vidéos, DVD, CD, imprimés, cinéma, nouveaux médias.
- Enfin, le public/ spectateurs/ clients/ lecteurs représentent la finalité de la démarche qui est de provoquer le rire auprès de quelqu'un.

Figure A - Écosystème de l'industrie de l'humour



© janvier 2015, Brouard et Paré

Certains humoristes s'occupent de l'ensemble ou d'une partie des étapes de développement d'un projet, tel la conception, l'écriture, la mise en scène et l'interprétation. Dans d'autres cas, il s'agit de personnes différentes pour chacun des rôles ou d'une même organisation qui porte plusieurs chapeaux.

Certains intervenants indirects sont exclus de l'écosystème présenté. Par exemple, notons les critiques, les recherchistes, les graphistes, les photographes, les billetteries, les détaillants, les distributeurs de disques, les fabricants, les maisons d'édition, les maisons de disques, les maisons de production de vidéoclips et les studios d'enregistrement. Ces intervenants ne participent pas à la création, à l'évolution ou à la finition du produit culturel, mais agissent plutôt sur le produit final tel qu'il sera distribué sur le marché.

Quoique brièvement mentionné dans les paragraphes précédents, chaque sous-système est examiné dans les pages subséquentes.

INTERVENANTS AU NIVEAU DU SOUTIEN À L'INDUSTRIE DE L'HUMOUR

Il est possible de regrouper les intervenants au niveau du soutien à l'industrie de l'humour sous cinq groupes, soit la recherche, la formation, les associations, les organismes gouvernementaux et les lois. Les tableaux A, B, C et D résument les intervenants répertoriés au niveau du soutien à l'industrie.

Recherche

Fondé en 2011, l'Observatoire de l'humour, recherche in(ter)disciplinaire sur le rire et l'humour, a comme raison d'être de «rassembler des praticiens (créateurs et intervenants du milieu professionnel) et chercheurs provenant de disciplines diverses dans le but de contribuer au rayonnement de l'humour dans la société ainsi que d'archiver, initier et réaliser des recherches pour le développement du savoir dans ce domaine» (www.observatoiredelhumour.org)

Lié à ce mandat de recherche, Louise Richer a également collaboré aux Entretiens Jacques-Cartier sur le rire et l'humour et à un autre colloque, «L'humour, quosse ça donne?», qui avait été organisé les 21-22 octobre 2008 par l'APIH et l'ENH. Avec l'ENH et l'APIH, l'Observatoire de l'humour a organisé un colloque «L'humour sens dessus dessous» les 26-27-28 novembre 2013.

L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) fait partie de l'Institut de la statistique du Québec et «a pour mission de produire et diffuser des statistiques publiques sur les activités de la culture et des communications au Québec en réponse aux besoins» des intervenants de ce secteur. Il collecte et publie annuellement un rapport sur les arts de la scène, incluant l'humour. (www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/index.html)

Fondé en 1993 par Gilbert Rozon, le Musée Juste pour rire est un musée qui était consacré à l'humour. Situé à Montréal dans le bâtiment de la Brasserie Ekers, le musée a fermé en novembre 2010.

Tableau A – Liste des intervenants en recherche liés à l'humour

<i>Acteurs</i>	<i>Exemples</i>
Recherche	Observatoire de l'humour
	Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ)

Formation

Fondée en 1988, l'École nationale de l'humour (ENH) a été créée à l'invitation de Gilbert Rozon du Groupe Juste pour Rire (JPR). Louise Richer agit comme directrice générale et pédagogique depuis sa fondation. L'ENH est indépendante de JPR depuis 1993 et est située à Montréal. Dans le cadre des programmes Création humoristique (durée de 24 mois) et Écriture humoristique (durée de 18 mois), incluant un stage en milieu de travail, l'ENH forme des candidats ayant 18 ans et plus et détenant un diplôme d'études secondaires (DES). Les deux programmes mènent à la pratique professionnelle par l'obtention d'une attestation d'études collégiales (A.E.C.), décernée par le Ministère de l'Éducation et du Sport du Québec. Il s'agit des seuls programmes d'études à temps plein spécifiques à l'humour au Québec (www.enh.qc.ca).

Si d'autres formations sont disponibles ailleurs au pays sous formes d'ateliers, de stages ou de cours ponctuels, souvent offerts par des entreprises du milieu de l'humour, tel que Second City, l'École nationale de l'humour demeure la seule à offrir une certification reconnue par le Ministère de l'Éducation.

Parmi les diplômés les plus connus de l'ENH, notons François Massicotte (1988), Jean-Marc Parent (1988), Claudine Mercier (1989), Guy Nantel (1989), Patrick Huard (1990), Jean-Michel Dufaux (1990), Mario Jean (1991), Maxim Martin (1991), François Morency (1992), Jean-Michel Anctil (1992), Sylvain Larocque (1992), Marc Brunet (1992), Dominic Sillon (1993), Josée Gaudet (1993), Mario Tessier (1993), Martin Cloutier (1993), Peter McLeod (1993), Stéphane Fallu (1994), Laurent Paquin (1995), Martin Matte (1995), Mike Ward (1995), Ghyslain Dufresne (1996), Louis Morissette (1996), Jean-François Mercier (1997), Dominic Paquet (1998), Louis-José Houde (1998), Cathy Gauthier (1999), Jean-Thomas Jobin (2000), Sébastine Dubé (2000), Vincent Léonard (2000), Alexandre Barrette (2002), Billy Tellier (2002), Isabelle Ménard (2002), Philippe Bond (2002), Philippe Laprise (2002), Pierre Hébert (2005), Guillaume Wagner (2006), Korine Côté (2006), François Bellefeuille (2007).

En plus de l'organisation d'une tournée des finissants, certaines statistiques sont révélatrices: 81% des diplômés de l'ENH sont actifs dans le domaine de l'humour, 75% des artistes au gala Les Olivier sont de l'ENH, 70% des humoristes au gala JPR sont de l'ENH (École nationale de l'humour, 2013).

L'ENH offre également des cours du soir, à titre de formation personnelle, de loisir ou de développement. Ne menant pas à la certification A.E.C., ces cours peuvent servir «aux personnes qui souhaitent s'inscrire aux programmes professionnels mais qui ont besoin de développer préalablement certaines compétences» (École nationale de l'humour, 2015).

En plus de l'ENH, plusieurs CEGEP et collèges québécois préparent aux métiers dans l'industrie, en particulier pour des techniciens. Il existe certaines attestations d'études collégiales (A.E.C.) et des diplômes d'études collégiales (D.E.C.) (metiers-quebec.org, s.d.). Il existe aussi des programmes indirects comme les études en théâtre (École nationale de théâtre du Canada, Conservatoire d'art dramatique de Montréal, Conservatoire d'art dramatique de Québec, École supérieure de théâtre de l'UQAM, CEGEP de Saint-Hyacinthe, Collège Lionel-Groulx, CEGEP Marie-Victorin, CEGEP de Saint-Laurent, CEGEP Limoilou, CEGEP John Abbott) ou en communication (UQAM, Université Laval). Le Tableau B offre certains exemples. Plusieurs associations offrent également des formations professionnelles (par exemple, l'AQTIS - Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son). Certains humoristes sont autodidactes. Plusieurs humoristes indiquent que la participation à des ligues d'improvisation dans le cadre de leurs études secondaires, collégiales ou universitaires a contribué à leur formation en humour.

Tableau B – Exemples de programmes de formation liés à l'humour

<i>Acteurs</i>	<i>Exemples</i>
Formation	École nationale de l'humour (ENH) A.E.C. en Création humoristique A.E.C. en Écriture humoristique
	CEGEP et collèges D.E.C. en intégration multimédia D.E.C. en production et postproduction télévisuelles D.E.C. en communication dans les médias D.E.C. en gestion et technique de scène D.E.C. en production théâtrale et techniques de scène D.E.C. en interprétation théâtrale A.E.C. en production d'événements culturels et corporatifs A.E.C. en gestion et production cinématographique et télévisuelle A.E.C. en conception Web : édimestre, intégrateur A.E.C. comme agent de commercialisation A.E.C. en organisation d'événements artistiques, culturels et corporatifs A.E.C. en commercialisation et exportation d'un produit ou d'un service A.E.C. en design de présentation A.E.C. en production de costumes de scène A.E.C. en rédaction et production de messages
	Universités et conservatoires baccalauréat en design de théâtre baccalauréat en art dramatique – scénographie baccalauréat en communication baccalauréat en écriture de scénario, création littéraire et écriture dramatique diplôme en interprétation théâtrale

Note : A.E.C. = attestation d'études collégiales; D.E.C. = Diplôme d'études collégiales

Associations

Les associations jouent un rôle important dans l'industrie de l'humour, autant au niveau de la création/ production que de la diffusion/ promotion. Il est possible de distinguer des associations professionnelles et des syndicats professionnels. Le Tableau C résume les associations répertoriées.

Fondée en 1978, l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) est une association professionnelle sans but lucratif, qui a d'abord été orientée vers l'industrie de la musique. Le mandat de l'ADISQ est de défendre les droits de ses membres en les représentant notamment auprès des pouvoirs publics sur les questions concernant les politiques générales de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et le financement de cette industrie, de favoriser le développement et la promotion sur les marchés domestiques et internationaux (gala de l'ADISQ et participation au MIDEM) et de négocier et gérer des ententes collectives avec les associations d'artistes reconnues. (www.adisq.com)

Fondée en 1998, l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH) est un organisme sans but lucratif qui «veille au développement et à la promotion de l'industrie de l'humour» au Québec. L'APIH regroupe sur une base volontaire des membres en distinguant les humoristes, les auteurs, les producteurs, les diffuseurs et la relève. L'APIH organise le gala Les Olivier présenté annuellement au printemps à ICI Radio-Canada Télévision. (www.apih.ca)

Fondé en 2009, les Humoristes Associés (HA) est un regroupement sans but lucratif d'humoristes et/ou d'auteurs humoristiques du Québec. Le mandat des HA est de «créer un réseau (le plus complet possible) entre tous les humoristes et les auteurs humoristiques» et «de créer des liens avec tous les organismes qui les représentent (UDA, Guilde des musiciens, Sartec, Sodrac, Socan) afin de faciliter les échanges entre ceux-ci et de faire valoir la voix» des créateurs d'humour. (www.humoristesassocies.com)

Fondée en 1949, la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) est un «syndicat professionnel de plus de 1,400 membres qui protège et défend les intérêts professionnels, économiques et moraux des auteurs de langue française». Elle regroupe environ 90 membres s'identifiant sous le genre humour dans les secteurs cinéma, doublage, nouveaux médias, radio et télévision. La SARTEC a négocié des ententes collectives pour les auteurs avec la Société Radio-Canada, Télé-Québec, Groupe TVA, TVOntario, TV5, l'Office national du film du Canada, l'Association des producteurs de film et de télévision (APFTQ), l'Association nationale des doubleurs professionnels (ANDP). (www.sartec.qc.ca)

Fondé en 1937, l'Union des artistes (UDA) est un «syndicat professionnel représentant les artistes qui travaillent en français au Québec et au Canada, ainsi que tous les artistes oeuvrant dans une autre langue que le français et l'anglais au Québec». La mission de l'UDA est de «défendre les intérêts sociaux, économiques et moraux de ses membres, qui sont pour la plupart des travailleurs autonomes». Cela comprend notamment la négociation des conditions minimales de travail et de rémunération et la surveillance pour le respect des ententes collectives signées. L'UDA regroupe 12,700 membres actifs et 4,500 membres stagiaires et exercent dans plusieurs disciplines, notamment celles d'humoristes. (voir annexe A pour une liste des fonctions selon le iBottin) (www.uda.ca)

Fondée en 1967 et associée à l'UDA, la Caisse de sécurité des artistes (CSA) administre la gamme d'avantages sociaux des membres de l'UDA, tel que le régime de retraite, le programme d'assurances collectives et les congés payés.

Fondée en 1995 et associée à l'UDA, la Fondation des artistes (FDA) vise à soulager la pauvreté, par exemple, en fournissant une aide financière d'urgence aux artistes professionnels ayant des difficultés financières en raison d'une crise, d'un creux de carrière ou pour cause de maladie.

Fondée en 1997 et associée à l'UDA, ARTISTI est une société de gestion collective, qui regroupe plus de 2,500 artistes. ARTISTI gère et distribue les redevances dues aux artistes interprètes en vertu de la *Loi sur le droit d'auteur*. (www.artisti.ca)

Fondé en 1943, l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA) est un syndicat professionnel représentant les artistes qui travaillent en anglais au Canada. La mission de l'ACTRA est de défendre les intérêts de ses membres. Cela comprend notamment la négociation des conditions minimales de travail et de rémunération, l'administration des ententes collectives signées et la surveillance de leur respect. L'ACTRA regroupe plus de 22,000 membres au sein de neuf succursales autonomes, dont une à Montréal. (www.actra.ca) (www.actramontreal.ca)

Fondée en 1984, l'Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ), affiliée à la Fédération nationale des communications / Centrale des syndicats nationaux (FNC/CSN), est un syndicat professionnel. L'APASQ «représente l'ensemble des personnes conceptrices d'accessoires, de coiffures, de costumes, de décors, d'éclairages, d'environnements sonores, de maquillages et de marionnettes qui oeuvrent au Québec dans les domaines du théâtre, de la musique, de la danse, des variétés, du théâtre lyrique, de l'opéra, du cirque et des manifestations multidisciplinaires». Son mandat est «l'étude, la défense et le développement des intérêts économiques, sociaux, moraux et professionnels des artistes qu'elle représente, membres ou non de l'association»

et «la promotion et la diffusion de la création scénographique québécoise».
(www.apasq.org)

Fondée en 1898, l'Alliance internationale des employés de scène, de théâtre et de cinéma des États-Unis, de ses territoires et du Canada / International Alliance of Theatrical Stage Employees, Moving Picture Technicians, Artists and Allied Crafts of the United States, its Territories and Canada (AIEST / IATSE) est un syndicat professionnel affilié à la Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ). L'IATSE a été fondée en 1893. Les membres exercent comme techniciens de scène, costumiers, projectionnistes, préposés à la billetterie, placier-portier, maquilleurs, coiffeurs, employés d'entretien, techniciens sur les plateaux de tournage, techniciens de laboratoire, employés de bureau. Au Québec, il y a plusieurs locaux à Montréal: 56, 262, 514, 863 et 523 à Québec (www.iatse56.com) (www.iatselocal262.com) (www.iatse514.net)

Fondé en 2004, l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) résulte de la fusion de plusieurs associations, la plus ancienne remontant à 1963. L'AQTIS regroupe 4,500 artisans pigistes dans plus de 126 métiers dans les décors, les maquillages, la coiffure, la caméra, le son, le scripte, l'assistance à la réalisation, la technique et l'éclairage, le montage, la régie, la postproduction et la production. (www.aqtis.qc.ca)

Fondé en 1897, la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) est un syndicat professionnel. La mission de la GMMQ est de «représenter et défendre les intérêts moraux, sociaux et économiques des musiciens professionnels afin que leur apport à la société soit reconnu à sa juste valeur». Cela comprend notamment la négociation d'ententes collectives et l'accès à un contrat-type d'engagement. La GMMQ regroupe environ 3,200 membres réguliers et près de 1,000 membres permissionnaires. (www.gmmmq.com)

Fondé en 1975, l'Agence canadienne des droits de reproduction musicaux Itée / Canadian Musical Reproduction Rights Agency Ltd (CMRRA) est une société de gestion collective basée à Toronto qui représente des titulaires de droits d'auteur. La CMRRA octroie des licences et perçoit des redevances qu'elle redistribue à ses clients. (www.cmrra.ca)

Fondé en 1985, la Société du droit de reproduction des auteurs compositeurs et éditeurs au Canada / Society for reproduction rights of authors, composers and publishers in Canada (SODRAC) est un organisme sans but lucratif appartenant à ses membres et basé à Montréal. La SODRAC a pour mission de rendre accessible son répertoire d'œuvres, de faciliter l'usage sur différentes plateformes de diffusion et de négocier au nom de ses 6,000 membres des ententes collectives et individuelles avec les utilisateurs de leurs œuvres. (www.sodrac.ca)

Fondé en 1992, la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique / Society of Composers, Authors and Music Publishers of Canada (SOCAN) est une organisation sans but lucratif représentant les droits d'exécution de ses membres au Canada et dans le monde. La SOCAN possède des bureaux à Toronto, Montréal, Dartmouth et Vancouver. En offrant des licences, la SOCAN distribue des redevances à ses 100,000 membres et permet aux entreprises d'utiliser les œuvres musicales légalement et dans l'éthique. (www.socan.ca)

Fondé en 1999, le Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC) est l'un des 30 comités sectoriels de main d'œuvre reconnus par la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT). Le CQRHC est l'instance permanente de concertation et d'action qui regroupe le plus grand nombre d'associations, de regroupements et de conseils régionaux de la culture au Québec. (www.cqrhc.com)

Fondé en 1995, le Conseil des ressources humaines du secteur culturel / Cultural Human Resources Council (CRHSC / CHRC) vise à « renforcer la main d'œuvre de la culture au Canada en démontrant du leadership, en trouvant des solutions innovatrices aux problèmes de ressources humaines et en améliorant l'environnement du secteur culturel en matière de ressources humaines » et est l'un des 30 conseils sectoriels soutenus par Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDC). (www.culturalhrc.ca)

Fondé en 1975, Festivals et Événements Québec (FEQ) est un organisme sans but lucratif, travaillant de concert avec la Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ) (fondé en 1992), ayant comme mandat de promouvoir l'industrie touristique. Leur mission est de regrouper les festivals, événements et attractions touristiques, d'en faire la promotion et de leur offrir des services favorisant leur développement. (www.attractionsevenements.com)

Tableau C – Liste d'associations liées au domaine de l'humour

<i>Acteurs</i>	<i>Exemples</i>
Associations professionnelles	Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ)
	Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH)
	Humoristes Associés (HA)
Associations syndicales pour les artistes	Union des artistes (UDA)
	Caisse de sécurité des artistes (CSA)
	Fondation des artistes (FDA)
	ARTISTI
	Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC)
	Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA)
	Agence canadienne des droits de reproduction musicaux ltée / Canadian Musical Reproduction Rights Agency Ltd (CMRRA)
	Société du droit de reproduction des auteurs compositeurs et éditeurs au Canada / Society for reproduction rights of authors, composers and publishers in Canada (SODRAC)
	Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique / Society of Composers, Authors and Music Publishers of Canada (SOCAN)
	Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ)
Associations syndicales pour les techniciens	Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ – FNC/CSN)
	Alliance internationale des employés de scène, de théâtre et de cinéma des États-Unis, de ses territoires et du Canada / International Alliance of Theatrical Stage Employees, Moving Picture Technicians, Artists and Allied Crafts of the United States, its Territories and Canada (AIEST / IATSE - FTQ)
	Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS)
Autres associations	Conseil québécois des ressources humaines en culture (CQRHC)
	Conseil des ressources humaines du secteur culturel / Cultural Human Resources Council (CRHSC / CHRC)
	Festivals et Évènements Québec (FEQ)
	Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ)

Organismes gouvernementaux

Il existe des organismes gouvernementaux au niveau québécois, fédéral, régional et municipal. Les subventions sont plutôt limitées relativement à l'industrie de l'humour. Le tableau D résume les principaux organismes gouvernementaux opérant au Québec associés à l'industrie de l'humour.

Le Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec (MCCQ) a pour mission «de contribuer à l'affirmation de l'identité et de la vitalité culturelle québécoises, de favoriser l'accès et la participation des citoyennes et des citoyens à la vie culturelle et de susciter le développement des communications». Plusieurs organismes et sociétés d'État relèvent du MCCQ, notamment la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) et le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ). (www.mcc.gouv.qc.ca)

La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC) a pour mandat «de soutenir le développement des entreprises culturelles, y compris les médias, dans toutes les régions du Québec». La SODEC s'intéresse particulièrement aux «entreprises des secteurs du cinéma et de la télévision, des métiers d'art, du disque et du spectacle de variétés, du livre, de l'édition spécialisée et du multimédia». Parmi les mesures, il y a de l'aide à l'exportation, de l'aide financière, du financement et des mesures fiscales. Sous certaines conditions, cela peut s'appliquer à des spectacles d'humour. (www.sodec.gouv.qc.ca)

Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) a pour mission «de soutenir, dans chacune des régions, la création, l'expérimentation et la production artistique, ainsi que le perfectionnement et la production artistique, ainsi que le perfectionnement des artistes» et de «favoriser le rayonnement de la culture québécoise ailleurs au Canada et à l'étranger». En plus des arts de la scène, le CALQ s'intéresse particulièrement aux domaines des arts visuels, des métiers d'arts, de la littérature, des arts multidisciplinaires, des arts médiatiques et à l'architecture. En 2013-2014, le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ) a remis une subvention de \$52,375 dans le cadre du programme Mécénat Placements Culture à l'École nationale de l'humour (Liste des subventions du CALQ 2013-2014, p.83). (www.calq.gouv.qc.ca)

Patrimoine canadien du Gouvernement du Canada a pour mission de favoriser «un environnement dans lequel tous les Canadiens profitent pleinement d'expériences culturelles dynamiques, célèbrent leur histoire et leur patrimoine, et contribuent à bâtir des communautés créatives», Il y a notamment des programmes portant sur les arts et les industries culturelles. (www.pch.gc.ca)

Le Conseil des arts du Canada (CAC) est une société d'État fédérale autonome. Le CAC s'intéresse particulièrement à la danse, aux arts médiatiques, à la musique, au théâtre, aux arts visuels et aux lettres et à l'édition. Parmi des principaux domaines d'activité, notons l'octroi de subventions, la remise de prix, la recherche, les communications et la promotion des arts. (www.conseildesarts.ca)

De plus, il y a de nombreux conseils régionaux de la culture (Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Lanaudière, Laurentides, Québec, Chaudière-Appalaches, Bas-Saint-Laurent, Mauricie, Montérégie, Montréal, Outaouais) et certaines villes ont leur propre conseil des arts, qui ne supportent pas la création en humour de manière directe, tel que par l'octroi de bourses à la création. Par contre, on peut noter un soutien indirect via le financement de salles de spectacles, de festivals d'humour, ou à des festivals à autre thématique qui inclueront un ou des humoristes dans leur programmation artistique. À ce titre, nous pouvons mentionner le cas de la ville de Val-d'Or pour qui le Festival d'humour en Abitibi-Témiscamingue est devenu une réelle carte de visite (Paré, 2013b). De plus, plusieurs conseils des arts régionaux n'hésiteront pas à faire la promotion d'événements humoristiques dans leur calendrier.

Le Conseil des arts de Montréal a comme mission de repérer, accompagner, soutenir et reconnaître l'excellence et l'innovation dans la création, la production et la diffusion artistiques professionnelles, dans une perspective de développement continu du milieu. (www.artsmontreal.org)

Le Conseil des arts de Longueuil a pour mission de «soutenir la création, la production, la promotion et la diffusion artistique sur le territoire de la ville de Longueuil» en plus de «développer, de promouvoir et de faire rayonner les arts afin d'assurer à la population de Longueuil une vie artistique enrichissante». (www.conseildesartslongueuil.ca)

Le Conseil des arts de Saguenay a comme mission de «contribuer à faire des arts et de la culture une composante essentielle de l'identité de Saguenay et un axe majeur de son développement». (www.conseildesartssaguenay.com)

Tableau D – Liste d'organismes gouvernementaux dans le domaine des arts

<i>Organismes</i>	<i>Exemples</i>
Organismes provinciaux	Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec (MCC)
	Société de développement des entreprises culturelles (SODEC)
	Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)
Organismes fédéraux	Patrimoine canadien
	Conseil des arts du Canada (CAC)
Organismes régionaux	conseils régionaux de la culture (Abitibi-Témiscamingue, Côte Nord, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Lanaudière, Laurentides, Québec, Chaudière-Appalaches, Bas-Saint-Laurent, Mauricie, Montérégie, Montréal, Outaouais)
Organismes municipaux	Conseil des arts de Montréal
	Conseil des arts de Longueuil
	Conseil des arts de Saguenay

Lois

Quoique qu'il ne s'agit pas d'une analyse exhaustive, il existe quelques lois liées plus particulièrement au domaine culturel et de l'humour.

- *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma* (L.R.Q., chapitre S-32.1)
- *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs* (L.R.Q., chapitre S-32.01)
- *Loi sur le statut de l'artiste* (L.C., chapitre 33) ainsi que le Règlement sur les catégories professionnelles (*Loi sur le statut de l'artiste*) DORS/99-191
- *Loi sur le droit d'auteur* (L.R.C., 1985, chapitre C-42)

INTERVENANTS AU NIVEAU DE LA CRÉATION ET DE LA PRODUCTION

La création et la production se situent au cœur de l'industrie de l'humour. Sans création, il n'y a pas d'œuvres artistiques à produire, à diffuser ou à promouvoir. La phase de création/ production incluent plusieurs groupes d'intervenants, soit les humoristes, les concepteurs, les artisans, les auteurs/ scripteurs, les gérants/ agents, les producteurs, les opérateurs, les techniciens, les metteurs en scène et les réalisateurs. Ces groupes sont présentés sous les volets création ou production, mais il y a une interrelation entre les deux. Ainsi, un producteur ou un metteur en scène sont intimement liés au volet création. Les tableaux E à I résument les groupes d'intervenants répertoriés au niveau de la phase de création/ production.

Ponce et Simard (2010) distinguent six étapes dans une production d'un spectacle sur scène, soit la programmation, l'embauche d'une équipe de conception, la préproduction, la production, l'entrée en salle de spectacle et les communications.

Une caractéristique du travail dans le secteur culturel et celui des arts de la scène est le cumul des emplois, étant donné le caractère de pigiste ou de contractuelle pour nombre des personnes impliquées (Pelletier, 1996). Il n'est donc pas surprenant de constater que les humoristes ou les autres intervenants touchent à plusieurs activités humoristiques. Ils peuvent se concentrer sur quelques activités de l'idéation à l'interprétation à la production, selon les périodes et les projets.

Création

Les humoristes sont au cœur du processus de création. Il peut s'agir de personnes ou de groupes. Un humoriste est défini par l'ADISQ (2014, p.5) comme une «personne se produisant artistiquement dans une formule humoristique». Il y a généralement une distinction entre les humoristes reconnus et ceux de la relève.

Sans vouloir effectuer une analyse détaillée des humoristes selon leurs caractéristiques et activités et établir un palmarès selon leur popularité, le Tableau E présente les principaux humoristes francophones sur scène au Québec. Durant la période 2008-2013, 25 humoristes différents sont dans le Top 25 pour au moins une année pour la popularité de leurs spectacles sur scène présenté au Québec, tel que compilé par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec pour l'ensemble des disciplines (théâtre, danse, musique et variétés). Durant la période 2008-2013, les humoristes qui démontrent une présence à trois reprises ou plus dans le Top 25 des représentations sont (par ordre alphabétique): Jean-Michel Anctil, Rachid Badhouri, Lise Dion, Louis-José Houde, Martin Matte, Peter McLeod, Jean-Marc Parent, Stéphane Rousseau, André Sauvé.

Tableau E – Humoristes dans le Top 25 des représentations – 2008-2013

Humoriste	Rang 2008	Rang 2009	Rang 2010	Rang 2011	Rang 2012	Rang 2013
Louis-José Houde	2	4				1
Martin Matte	3	2	14			
Véronic Dicaire		6	23			
Rachid Badhour	5	7	4			7
Peter McLeod	7				11	21
Les Grandes Gueules	8	10				
Laurent Paquin	15					3
Stéphane Rousseau	17			17	24	18
Jean-Marc Parent	19			3	8	8
André Sauvé	25	3	10			
Mario Jean		23	5			
Jean-Michel Anctil			2	7	17	
Guy Nantel			8			
Daniel Lemire			22	10		
Cathy Gauthier			25			
Mike Ward				8	19	
Philippe Bond				9	12	
Martin Petit				12		
Lise Dion				13	3	2
Patrick Huard					6	
Claudine Mercier					7	
Sugar Sammy					14	9
Alexandre Barrette					21	
Guillaume Wagner						22
Marie-Lise Pilote						25

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2009, p.22; 2010, p.22; 2011, p.17; 2012, p.18; 2013, p.19; 2014, p.19)

Les activités humoristiques des humoristes comprennent différentes prestations artistiques, tel que: spectacles vivants, concours, caricatures, chroniques, musique, émissions, séries, films, articles, textes, livres, bandes dessinées, publicités et contenu web. Ceux-ci agissent sous plusieurs fronts simultanément et cela varie selon les périodes. Ils peuvent être comédien dans des émissions ou séries télévisées et des films, interprète dans des émissions de radio, animateur d'émissions et de galas, participant à des jeux télévisés, animateur ou collaborateur à la radio ou à la télévision, scénariste et réalisateur d'émissions ou séries télévisées et de films, auteur ou script/éditeur, metteur en scène et interprète de leur propre spectacle sur scène pour soi ou d'autres oeuvres. L'ensemble de ses activités contribue à l'obtention d'une notoriété en humour.

Les auteurs/ scripteurs sont à la base d'une activité humoristique. L'humoriste est souvent l'auteur de ses propres textes, mais parfois il compte sur la collaboration d'autres auteurs, qui peuvent aussi être des humoristes interprètes. Certains se concentrent principalement sur le travail d'auteur ou de scripteur (par exemple, François Avard, Josée Fortier, Stéphane Laporte). Dans certains projets, les humoristes agissent comme auteur pour les spectacles sur scène d'autres humoristes. La SARTEC négocie des ententes minimales pour les auteurs/ scripteurs, par exemple avec Radio-Canada et TVA.

Associés de près à la création du contenu d'une œuvre humoristique, il y a les concepteurs et les artisans. Parmi les concepteurs, il y a plusieurs types de métiers principalement associés aux spectacles sur scène. Ceux-ci sont liés aux décors, aux éclairages, aux costumes, aux accessoires, à l'environnement sonore et à la musique (voir Tableau F). Suivant la conception, des artisans s'affairent à réaliser ces concepts dans les ateliers de décors, d'accessoires et de costumes (voir Tableau G).

Tableau F – Exemples de métiers pour les concepteurs liés à l'humour

<i>Concepteurs</i>
Compositeur musical
Chorégraphe
Directeur musical ou chef d'orchestre
Concepteur de décors (scénographe)
Assistant-concepteur de décors
Concepteur d'accessoires
Concepteur de costumes
Assistant-concepteur de costumes
Concepteur de maquillages
Concepteur de coiffures
Concepteur d'éclairage
Concepteur d'environnement sonore
Concepteur graphique et d'affiche
Concepteur d'images et de vidéo

Source : metiers-quebec.org (s.d.); Ponce et Simard (2010)

Associés davantage à la gestion de la carrière d'un humoriste, il y a les gérants ou agents d'artistes. Une maison de gérance «gère les intérêts et la carrière d'un artiste» (ADISQ, 2014, p.6). Selon le Code d'éthique UDA en matière d'agences artistiques, l'agent d'artistes «s'occupe de gérer la carrière» d'un humoriste, «représente les artistes auprès des divers intervenants de l'industrie afin de les faire connaître, de leur procurer des engagements professionnels, de négocier leurs cachets et les modalités de leurs contrats», «s'occupe également de tous les arrangements entourant la publicité, les relations avec les médias, les événements promotionnels, l'agenda de travail et conseille les artistes sur toute question relative à leur image publique et à leur carrière». Le pourcentage de commission se situe entre 10% et 15%, selon les services rendus.

Une étape initiale pour un humoriste dont l'objectif est d'atteindre l'univers de l'industrie est de se trouver un gérant (Paré, 2013a). Il existe toutefois des difficultés à ce niveau pour un humoriste de la relève; la compétition est féroce. La demande pour un humoriste n'est pas toujours bien marquée et les gérants préfèrent souvent attendre que l'artiste se développe un peu par lui-même dans les circuits de la relève (acquisition d'expérience, de méthodes de travail, d'une base d'admirateurs), ce qui peut prendre plusieurs années (Paré, 2013a). Par contre, les exceptions à cette règle existent, tels que Louis-Josée Houde, Adib Alkhalidey et Katerine Levac qui ont rapidement été 'repêchés' à leur sortie de l'ÉNH.

Parmi les gérants membres de l'APIH, citons: 6^e sens Management, Entourage, Evenko, Groupe Phaneuf, Juste pour Rire Management, Productions Première scène Canada. Certaines organisations jouent plusieurs rôles simultanément.

Tableau G – Exemples de métiers pour les artisans liés à l'humour

<i>Artisans</i>	
Atelier de décors	Chef d'atelier de décors
	Menuisier
	Soudeur
	Ébéniste
	Chef peintre
	Peintre de décors
Atelier d'accessoires	Chef d'atelier d'accessoires
	Accessoiriste de décors ou de jeu
	Accessoiriste de jeu
Atelier de costumes	Chef d'atelier de costumes
	Chef coupeur
	Coupeur
	Couturier
	Accessoiriste de costumes

Source : metiers-quebec.org (s.d.); Ponce et Simard (2010)

Production

Au cœur d'une production, il y a un producteur. Selon la *Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs*, le producteur est défini comme une «personne ou une société qui retient les services d'artistes en vue de produire ou de représenter en public une œuvre artistique dans un domaine visé» (L.R.Q., chapitre S-32.1, article 2). Il existe plusieurs types de production pour des spectacles sur scène, notamment l'auto-production et la tournée.

Selon l'ADISQ, le rôle du producteur d'un spectacle «est à la fois artistique, technique et financier. Il est responsable de la conception, de la réalisation, du budget et de l'engagement des différentes personnes requises pour la représentation du spectacle». Le producteur est responsable de verser les cachets, salaires et droits de suite aux membres de l'équipe du spectacle ainsi que les éléments des ententes collectives comme les cotisations syndicales, les avantages sociaux, les remises aux gouvernements incluant les déductions à la source (impôts, régime des rentes du Québec (RRQ), assurance-emploi, contributions à la Commission de la santé et de la sécurité du travail (CSST)).

Il y a des producteurs pour le cinéma, la télévision, la radio et le multimédia (metier-quebec, s.d.). Le producteur est le détenteur des droits d'exploitation du spectacle. Il peut décider de le diffuser lui-même ou par un diffuseur de spectacles. Il peut décider de travailler directement avec le diffuseur ou par l'entremise d'un agent de spectacles. Parmi les producteurs de spectacles membres de l'APIH, citons: Avanti, Concertium, Encore, Entourage, Evenko, Groupe Fair-Play, Groupe Phaneuf, Juste pour Rire, LP8 Média, Productions Jacques K. Primeau, Productions KOTV, QuebeComm, Sphère Média Plus, Zéro Musique, Zone 3.

Un producteur peut s'adjoindre un agent de spectacle. Selon l'ADISQ, le rôle de l'agent de spectacle «consiste à vendre des représentations du spectacle à des diffuseurs, pour le compte du producteur l'ayant mandaté à cette fin». Sa rémunération peut être basée sur un pourcentage (10%-20%) du prix payé par le diffuseur ou il peut s'agir d'un salarié travaillant pour le producteur. Généralement, l'agent n'a aucun droit sur le spectacle et n'assume aucun risque. Il veille à la planification de tournées d'humoristes. Parmi les agences de spectacles membres de l'APIH, citons: Encore, Entourage, Groupe Phaneuf, Pierre Gravel International.

Le rôle du metteur en scène est de diriger la présentation d'un spectacle sur scène. La mise en scène est l'art de concevoir, de guider les choix artistiques et de réaliser un spectacle. Alors que les auteurs s'occupent des textes, le metteur en scène est l'auteur de la représentation sur scène de l'œuvre artistique. Il dirige le jeu et les déplacements des artistes, oriente les effets scéniques (éclairage, décor, ambiance sonore) et dirige les répétitions. L'assistant-metteur en scène s'occupe de la régie avant le spectacle. Le rôle du réalisateur est similaire à celui du metteur en scène. Il y a des réalisateurs pour le cinéma, la télévision, la radio et le multimédia (metier-quebec, s.d.).

Associé aux productions, il y a les opérateurs et les techniciens. Les opérateurs, sont les directeurs. Le tableau H présente certains de ces métiers. Le directeur de production supervise une production en gérant l'ensemble du processus de création/ production du point de vue du producteur. Le directeur technique de production rédige les devis, trouve les ressources, planifie et dirige le montage d'un plateau. Le directeur technique de salle s'occupe des aspects techniques

d'un spectacle du point de vue d'une salle en particulier et est en contact avec le producteur pour les besoins techniques lors d'un spectacle. Le directeur de la logistique coordonne la logistique de la tournée, y compris le transport, l'hébergement et les repas, et veille sur toute l'équipe de tournée. Le directeur technique de tournée gère la tournée de spectacles au niveau de la planification avec les divers intervenants, incluant l'interaction avec les diffuseurs et est responsable de la gestion financière de la tournée. Les directeurs techniques collaborent entre eux afin de contribuer au bon déroulement d'un spectacle. Pour certains spectacles, diverses tâches peuvent être assumées par la même personne.

Tableau H – Exemples de métiers pour les opérateurs liés à l'humour

<i>Opérateurs</i>
Directeur de production
Assistant-directeur de production
Directeur technique de production
Assistant-directeur technique de production
Directeur technique de salle
Directeur de la logistique
Directeur technique de tournée

Source : metiers-quebec.org (s.d.); Ponce et Simard (2010)

Parmi les techniciens, il a plusieurs types de métiers selon qu'il s'agit de spectacles de scène, et tous ne s'appliquent pas nécessairement aux spectacles d'humour. Le tableau I présente certains de ces métiers techniques. Les machinistes sont responsables du montage et du démontage des installations scéniques, de leur performance durant le spectacle et de leur entretien. Les éclairagistes s'occupent d'installer, d'utiliser tous les équipements d'éclairage et de gérer les effets d'éclairage. Les sonorisateurs sont responsables d'installer et de gérer les équipements liés au son et de mixer le son lors des spectacles. Le cintrier est un machiniste qui s'occupe des cintres, qui sont les équipements fixes et mobiles des porteuses; sur lesquelles sont accrochés les rideaux, les appareils d'éclairage et les décors afin de les descendre et les monter au moment approprié. Le gréeur est un machiniste qui s'occupe des équipements et infrastructures de gréage scénique et systèmes acrobatiques aériens. L'habilleur gère les costumes (préparation, nettoyage, réparation) et aide les artistes à revêtir et à enlever leurs costumes. L'accessoiriste prend en charge, après les avoir achetés ou loués, les objets utilisés sur un plateau pendant un spectacle. Conformément aux directives du metteur en scène et des concepteurs, le régisseur est responsable du déroulement d'un spectacle, du début jusqu'à la fin d'une représentation.

Tableau I – Exemples de métiers pour les techniciens liés à l'humour

<i>Techniciens</i>
Chef machiniste
Machiniste
Chef éclairagiste
Technicien d'éclairage
Chef sonorisateur
Technicien de son
Chef cintrier
Cintrier
Chef gréeur
Gréeur
Chef habilleur
Habilleur
Chef accessoiriste de plateau
Accessoiriste de plateau
Régisseur de plateau
Préposé aux instruments de musique

Source : metiers-quebec.org (s.d.); Ponce et Simard (2010)

INTERVENANTS AU NIVEAU DE LA DIFFUSION ET DE LA PROMOTION

La diffusion et la promotion permet d'offrir et de faire connaître différentes prestations artistiques. Les deux groupes d'intervenants sont les diffuseurs et les promoteurs. Les différentes formes et lieux de diffusion sont: les salles de spectacles, les bars, les festivals et concours, les événements privés, la télévision, la radio, les vidéos, la publicité, les DVD, les CD, les imprimés, le cinéma et les nouveaux médias. Même si nous portons une attention particulière aux spectacles vivants (comme nous le verrons dans la prochaine section), les autres types d'activités humoristiques sont aussi mentionnés. Les tableaux J à M résument les intervenants répertoriés au niveau de la diffusion/ promotion.

Certaines agences ou producteurs jouent parfois plusieurs rôles simultanément, à la fois au niveau de la création et de la diffusion, ce qui leur donne un pouvoir important dans le contrôle des activités.

Diffusion

Les diffuseurs représentent un autre grand pilier de l'industrie de l'humour. Selon l'ADISQ, le rôle du diffuseur de spectacle «consiste à acquérir auprès du producteur (ou par l'entremise d'un agent) le droit de présenter le spectacle pour un certain nombre de représentations». Le diffuseur met en place une programmation artistique pour répondre aux besoins de sa clientèle. Il peut exploiter une salle ou un lieu de diffusion ou louer une salle ou un site extérieur pour la présentation d'un spectacle. Selon l'exemple d'entente entre l'ADISQ et RIDEAU, le diffuseur s'engage généralement à assumer les frais relatifs à la location de la salle, certains frais de main d'œuvre, l'impression des billets, les dépenses locales de publicité, les frais de concierge et les services de sécurité.

Après la signature d'un contrat de diffusion d'un spectacle, le diffuseur organise dans sa localité sa promotion, sa mise en marché et la vente de billets. En échange d'un paiement forfaitaire jumelé ou non avec un partage des revenus de la billetterie, le diffuseur accueille le spectacle dans son lieu de diffusion pour un nombre déterminé de représentations et s'occupe de l'accueil du public et la sécurité. Il doit aussi payer les droits d'exécution publique (selon l'entente avec la SOCAN). Le contrat devrait stipuler la partie qui fournit l'équipement et le nombre de personnes de l'équipe de techniciens (ex: machinistes) qui travaillera avec l'équipe technique du producteur et le personnel ou services requis (placiers, concierges, traiteurs).

Salles de spectacle

Une salle de spectacle est un endroit de diffusion des spectacles vivants sur scène, où une «représentation est donnée et pour laquelle un prix d'entrée est exigé ou perçu par la vente de billets» (ADISQ, 2014, p.6). Il peut s'agir de scènes permanentes ou temporaires (intérieures ou extérieures). Les salles servent aussi à l'enregistrement de captations de spectacles pour la télévision ou pour des DVD. Il existe de nombreuses salles à travers le Québec. Les spectacles se concentrent dans les régions de Montréal, de Québec et dans les capitales régionales. Un gérant de salle s'occupe de la gestion de la salle.

Dans le cadre de l'établissement des cachets, l'Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ) distingue des salles de 0-80 places, 81-174 places, 175-499 places, 500 places et plus pour l'entente avec l'Association des producteurs de théâtre privé (APTP); des salles de 0-199 places et 200 places et plus pour l'entente avec le Professional Association of Canadian Theatres (PACT); des salles de 1-199 places, 200-399 places, 400-599 places, 600-899 places, 900 places et plus pour l'entente avec le groupe des Théâtres associés inc. (TAI). Fortier (2011) distingue ainsi la taille des salles: petite (moins de 400 places), moyenne (entre 400 et 700 places) et grande (plus de 700 places).

Plus spécifiquement parmi les diffuseurs, il faut noter les réseaux Rideau et ROSEQ. Associés aux diffuseurs, il y a aussi les réseaux de ventes de billets, par exemple, le réseau Ovation, Billetech, Admission, Ticketpro, Ticketmaster, Ticketaccess. Certaines salles préfèrent la vente directe de leurs billets. Il faut noter la variation des prix, les frais de services et la problématique de la revente de billets.

Fondé en 1978, le Réseau des organisateurs de spectacles de l'Est du Québec (ROSEQ) est un regroupement de 36 diffuseurs pluridisciplinaires qui donne des services à ses membres pour favoriser l'accueil et la circulation de spectacles professionnels sur son territoire.

Fondé en 1984, le Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis (RIDEAU) (auparavant Réseau-accès fondé en 1978) est un regroupement de 165 membres, diffuseurs (325 salles de spectacles) et réseaux de diffusion, répartis sur le territoire québécois et en francophonie canadienne et a pour mission de structurer, de documenter et de promouvoir la diffusion des arts vivants.

Bars

Les bars sont de plus petites salles qui présentent un contexte particulier. Les bars ne versent pas de cotisations à l'UDA. En plus d'offrir des occasions de spectacles pour les humoristes de la relève, les bars servent aussi pour le rodage de numéros pour les artistes de tout calibre. Plus particulièrement en ce qui concerne la relève, les bars jouent un rôle très important. En effet, ils forment l'environnement principal d'apprentissage 'pratique'. Les humoristes en devenir y apprennent les rudiments du métier sur scène. Même si la dynamique d'un numéro dans une soirée d'humour n'est pas la même que celle d'un one-man/ one-woman show, il n'en demeure pas moins qu'il s'y développe le contact avec le public, la gestion du rythme d'interprétation, l'efficacité des gags, des relations amicales et professionnelles avec d'autres artistes et acteurs du milieu, etc.

Il y aurait plus de 30 soirées d'humour par semaine dans les bars de Montréal, telles que Humour G.H.B., Les Lundis de l'humour, Mardis de l'humour du Pub St-Ciboire, Humour Laboratoire, Les Drôles de Mercredis, Drôle de Plan de match, Les Drôles de Jeudis, HOMA fait rire, Couscous Comedy Show, etc. (Paré, 2013a). Il y aussi différentes soirées durant la semaine un peu partout au Québec, toujours principalement dans les bars, notamment le Comédie Club et l'Humour à la source à Québec.

Toutes les soirées d'humour dans les bars ne s'équivalent pas. En effet, certains endroits sont plus appropriés, plus organisés, et plus respectueux des artistes, notamment en offrant une rémunération correspondante aux exigences du milieu. Ces endroits ont une meilleure cote d'appréciation, tant chez le public que chez les artistes, et peuvent devenir des incontournables pour les artistes établis qui rodent leur prochain spectacle.

Festivals et concours

Pour les humoristes, il existe plusieurs festivals, incluant certains concours (Paré, 2013b). Les plus connus sont le Festival Juste pour rire (JPR) et le Grand Rire de Québec en plus de quelques festivals dans les régions. Plusieurs festivals ont été créés au fil des années, mais plusieurs n'ont pas survécu.

Fondé en 1983, le Groupe Juste pour rire (JPR) et l'ensemble des entreprises du groupe JPR, incluant son président Gilbert Rozon et certains membres de sa famille, sont des joueurs incontournables de la scène de l'humour au Québec. Les différentes entreprises de JPR, certaines à but lucratif et d'autres sans but lucratif, incluent des agents d'artistes, des producteurs et différents festivals dans le monde (voir Tableau J). Ainsi, avec les différentes éditions des festivals Juste pour rire et de son volet anglophone, Just for Laughs, il y a présentation de spectacles bilingues en salle et en plein air, de captations pour des émissions de télévision, avec plus de 200 artistes, 1 600 représentations intérieures et extérieures dans 20 salles de spectacles autour du quartier des spectacles à

Montréal. Le Festival Juste pour rire (JPR), et son pendant anglophone Just for Laughs, a lieu sur une période d'un peu plus de deux semaines en juillet (32^e anniversaire en 2014). (www.hahaha.com). Les deux langues possèdent leur propre programmation, mais les spectacles sont offerts en simultanément, se partagent la plupart des lieux et offrent même des lieux communs aux deux langues, notamment le site extérieur du festival où se côtoient les amuseurs de rues, les acrobates, les danseurs, etc.

Tableau J – Liste de certaines organisations du Groupe Juste pour rire

<i>Organisations</i>	<i>Description</i>
Groupe Juste pour rire inc.	Société de gestion
Juste pour rire International inc. Just for laughs International inc.	Société de gestion
Groupe TV Juste pour rire inc.	Société de gestion
Juste pour rire Management & Services Conseils inc.	Agence de spectacles et d'artistes Conseil au milieu artistique
Gestion Juste pour rire inc.	Agence de spectacles et d'artistes
Agence Juste pour rire inc.	Agence de spectacles et d'artistes
Productions Juste pour rire	Production de spectacles
Productions Juste pour rire II	Production de spectacles
Festival Juste pour rire (JPR)	Festival francophone à Montréal
Festival Just for laughs (JFL)	Festival anglophone à Montréal
Festival de films Juste pour rire	Festival de films
Juste pour rire TV inc.	Production de films et de matériel visuel
Juste pour rire Les gags inc.	Production télévisuelle
Distributions Juste pour rire inc.	Distribution de produits audio-visuels
Justepourrire.com inc. Justforlaughs.com inc.	Vente directe de divertissement en ligne
JPR France	Agent d'artistes
JFL Toronto	Festival anglophone à Toronto
JFL Chicago (États-Unis)	Festival anglophone à Chicago
JFL Sydney (Australie)	Festival anglophone à Sydney
HubCap Comedy Festival de l'humour	Festival bilingue à Moncton
Boutique JPR	Boutique de souvenirs
Théâtre Juste pour rire	Théâtre à Bromont en Estrie

Fondé en 2008, le concours En route vers mon premier Gala organisé par Juste pour Rire et MAtv se déroule en mars (6^e édition en 2014) et permet au gagnant de participer à un Gala Juste Pour Rire.

Fondé en 2000, le Festival Grand Rire de Québec se déroule sur une période de deux semaines en juin (15^e anniversaire en 2014) en salle et en plein air. Organisé par QuébecComm, cela comprend les Grands événements, les Galas, en plus d'Humour du Monde Associé au Grand Rire et le Comédie Club se déroule les mercredis de février à mai. (www.grandrire.com)

Fondé en 1998, le Festival d'humour de l'Abitibi-Témiscamingue présente en salle et en plein air des spectacles d'humoristes reconnus et de la relève durant 5 jours au début du mois de juillet à Val d'or (17^e édition en 2014). (www.festivaldhumour.com)

Le Concours de la relève de l'humour (12^e édition en 2014) est ouvert aux humoristes n'ayant pas «atteint la notoriété provinciale en tant qu'artistes de l'humour». Le concours a été lancé en 2003 par le Festival d'humour de l'Abitibi-Témiscamingue avec Juste Pour Rire comme partenaire. (www.relevedelhumour.com)

Fondé en 2000, Le Tremplin, Festival de la chanson et de l'humour de Dégelis est un organisme sans but lucratif et a comme mission de faire découvrir les artistes de la relève de tout âge. Il est parrainé par un artiste professionnel et comporte un volet formation. Il a lieu en mai (15^e anniversaire en 2014) pendant 5 jours dans le Bas-Saint-Laurent. Il s'agit également d'un concours, notamment dans une catégorie 'humour' pour les 16 ans et plus. (www.festivaltremplin.com)

Fondé en 2009, Zoofest est un festival montréalais bilingue et éclectique se déroulant en juillet-août (6^e édition en 2014), dont la programmation vise la découverte de talents émergents dans les milieux de l'humour, du théâtre, du conte, de la magie, de la musique et plusieurs autres formes d'art. (www.zoofest.com)

Fondé en 2012, le Festival du fou rire de Mont-Tremblant présente en salle et en plein air des spectacles d'humoristes de la relève et certains reconnus et ce durant 3 jours à la fin du mois de juin dans la ville de Mont-Tremblant (3^e édition en 2014). (www.fouriretremblant.com)

De plus, un certain nombre de festivals ont cessé leurs activités. Le Festival de l'humour de Rivière-du-Loup présentait une soirée d'humour en août (dernière édition en 2013) mettant en vedette une dizaine d'humoristes d'expérience et d'autres de la relève à l'aréna. (www.festivaldelhumour.com) Le Blackblague (Festival d'humour 'underground' de Québec) était un festival alternatif (dernière édition en 2013). Fondé en 2005, le Festival de l'humour de Gatineau était organisé par QuébeComm et a cessé ses activités. Il y a aussi eu le Comiqu'Art de Trois-Rivières et le Festival du Fou Rire de Sherbrooke.

Il existe aussi quelques soirées axées sur l'humour. Fondé en 2009, Bécancour en humour est une soirée d'humour en Mauricie en avril (6^e édition en 2014) mettant en vedette des humoristes d'expérience et d'autres de la relève. Les profits vont aux Loisirs de Bécancour. Le Tableau K présente les principaux festivals et concours.

Tableau K – Liste de festivals et concours d'humour au Québec

<i>Acteurs</i>	<i>Exemples</i>
Festivals	Festival Juste pour rire
	Festival Grand rire de Québec
	Festival de l'humour de l'Abitibi-Témiscamingue
	Zoofest
	Festival du fou rire de Mont-Tremblant
Concours	En route vers mon premier Gala
	Concours de la relève de l'humour en Abitibi-Témiscamingue
	Le Tremplin, Festival de la chanson et de l'humour de Dégelis

Événements privés

Les événements privés sont des prestations qui ne sont pas ouverts au public, mais qui font parti d'un événement réservé pour un groupe spécifique. Il peut s'agir d'événements corporatifs ou philanthropiques (par exemple: congrès, fêtes d'entreprise, galas, soirée de remise de prix aux membres d'une organisation, tournois de golf, dîners avec un humoriste) (Morency, 2012) ou d'événements familiaux (par exemple: mariages, fêtes familiales, anniversaires). Les prestations peuvent être des numéros du répertoire de l'humoriste ou des numéros spécialement conçus pour l'événement. Il peut aussi s'agir d'animation agrémenté de quelques numéros, plutôt qu'un spectacle complet.

Télévision

La télévision offre diverses productions mettent en vedette des humoristes. Il peut s'agir d'interprétation, d'animation, de chronique, ou de participation dans les sitcoms, les talk-shows, les galas, les variétés, les émissions jeunesse, les séries, les jeux télévisés, ainsi que l'animation de foule. Au Québec, il y a des émissions à ICI Radio-Canada, Groupe TVA, V, Télé-Québec, en plus de certaines chaînes spécialisées. La télévision offre des occasions pour intégrer la relève à petites doses. La télévision présente régulièrement des émissions portant sur des spectacles d'humour dans le cadre des festivals Juste pour rire ou du Grand rire ou des spectacles des humoristes à la fin de leur cycle de présentation en salles.

Les humoristes sont très présents à la télévision. Ils peuvent être les maîtres d'œuvre de certains projets. Par exemple, citons: Martin Matte, auteur, concepteur, comédien dans 'Les Beaux Malaises' à TVA; Martin Petit, auteur, concepteur, comédien de la série 'Les pêcheurs' à ICI Radio-Canada. Ils peuvent être responsables d'un projet collectif comme Louis Morrissette au 'Bye Bye' de fin d'année à ICI Radio-Canada, ou comme comédiens Michel Courtemanche, Laurent Paquin, Pierre Brassard, Véronique Cloutier ou veiller aux textes et au contenu (Simon Cohen, Pascal Bariault, Louis T, François Avard, Louise Richer). Certains projets sont uniques. Pensons à 'Infoman' à ICI Radio-Canada avec Jean-René Dufort, Chantal Lamarre et MC Gilles; 'Les Appendices' à Télé

Québec et l'univers de François Pérusse dans 'Pérusse Cité' à ICI Radio-Canada.

Ils peuvent animer des émissions. Citons: Jean-François Mercier 'Un gars le soir' à V; Jean-Michel Anctil dans 'Testé sur des humains' à TVA; Mario Tessier dans 'On connaît la chanson' à TVA; Mike Ward dans 'Ce show' sur MusiquePlus. Les galas québécois Félix, Jutra, Artis et Olivier sont régulièrement animé par des humoristes (Louis-José Houde, François Morency, Laurent Paquin, Mario Tessier). Ils peuvent être des collaborateurs réguliers, par exemple: Louis T et Isabelle Ménard à 'Entrée principale' à ICI Radio-Canada; Anais Favron dans 'Testé sur des humains' à TVA.

Ils peuvent être comédiens dans des émissions. Citons: Jean-Michel Anctil dans 'Tranches de vie' à TVA; des comédiens réguliers (Katherine Levac, Léane Labrèche-Dor, Mathieu Quesnel, Phil Roy, Pier-luk Funk, Virginie Fortin) à 'SNL Québec' à Télé Québec. Ils peuvent apparaître lors d'une émission ou quelques épisodes. Citons: de petits numéros musicaux dans l'émission 'En direct de l'univers' animée par France Beaudoin à ICI Radio-Canada; des humoristes invités (Louis-José Houde, Stéphane Rousseau, Patrick Huard) à 'SNL Québec' à Télé Québec.

Radio

La radio présente plusieurs occasions pour la participation d'humoristes, Il peut s'agir d'animation, de présentations, de chroniques, d'écriture. Selon les radios, il y a souvent au moins un humoriste par équipe. Par exemple à Montréal, l'équipe du matin d'NRJ 'C't'encore drôle' est composé de François Morency, Philippe Bond, Anais Favron, François Pérusse, Martin Lemay et Étienne Phénix; l'équipe du retour d'NRJ comprend Les Grandes Gueules (José Gaudet et Mario Tessier) et Richard Turcotte; l'équipe du matin de CKOI 'Debout les comiques' se compose à l'animation de Martin Cloutier, Billy Tellier, Patrice Bélanger et Tammy Verge et la collaboration de Korine Côté, Patrice Lemieux, Étienne Dano et Dominic Sillon; l'équipe du retour de CKOI 'Les poids lourds du retour' est animé notamment par Peter Macleod et l'équipe du matin d'ICI Radio Première 'C'est pas trop tôt' avec Marie-France Bazzo inclut Jean-René Dufort et Fred Savard comme collaborateur.

D'autres émissions de radio occupent un créneau particulier. Notons: 'La soirée est (encore) jeune' avec Jean-Philippe Wauthier, Fred Savard, Jean-Sébastien Girard et Olivier Niquet; 'À la semaine prochaine' à ICI Radio Première avec Philippe Laguë, Pierre Verville, Michèle Deslauriers et Dominic Paquet.

Vidéos et publicités

Les vidéos corporatifs, éducatifs et la participation dans des vidéoclips offrent des occasions d'insertion de prestations humoristiques. Par exemple, il pourrait s'agir de l'enregistrement d'un court vidéo pour la présentation lors d'un gala et qui ferait interagir l'ensemble des gagnants d'une catégorie lors d'un gala.

La publicité est une autre variante de ce mode de diffusion. Pensons à Claude Meunier (Pepsi), André-Philippe Gagnon et Stéphane Laporte (General Motors), Lise Dion (pain Gadoua) et Martin Matte (Honda). Il peut s'agir d'interprétation uniquement ou aussi de scénarisation, réalisation ou l'ensemble.

Chose certaine, la présence d'humoristes dans les publicités a d'importants effets mesurables. Non seulement certaines vont s'ancrer dans la mémoire collective (pensons à Olivier Guimond pour Labatt avec «Lui, il connaît ça!»), mais d'autres vont remporter plusieurs prix et récompenses, au Québec (Martin Matte et Honda) comme à l'étranger (Michel Courtemanche et Loto-Québec). Enfin, les impacts se mesurent aussi sur les chiffres d'affaires des entreprises dont on fait la promotion; grâce notamment à sa collaboration avec Lise Dion, la boulangerie Gadoua est passée d'un chiffre d'affaires de 3 millions de dollars par an à 80 millions de dollars (Bourque, 2008).

DVD, CD et musique

Plusieurs humoristes, sinon la plupart, captent leurs spectacles sur scène pour distribution sur DVD après la série de spectacles sur scène. Il peut aussi y avoir la captation de spectacles inédits (Louis-José Houde) ou l'insertion de matériel additionnel sur le DVD.

François Pérusse avec sa série des 'Albums du Peuple' est un cas particulier avec ses capsules humoristiques. Certains humoristes vont même jusqu'à enregistrer de la musique sur CD (par exemple, RBO, les Denis Drolet et Laurent Paquin). Laurent Paquin et Ghyslain Dufresne sont des membres de la Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ).

Imprimés

L'imprimé se présente sous plusieurs formes. Il y a des livres comportant des textes de monologues (Favreau, 1987; Deschamps, 2011), des textes inédits (Claude Meunier), des livres de blagues (Gilles Latulipe), des bandes dessinées (Yves Pelletier, mais aussi des bédéistes de profession comme Michel Rabagliati et sa série des Paul) et des revues humoristiques. Parmi les revues humoristiques, notons les revues Safarir (depuis 1987) (www.safarir.com) et Délire (depuis 1996) (www.delire.qc.ca), sans oublier le défunt magazine CROC (1979-1995).

Il peut également y avoir des chroniques dans les journaux et revues. Les journaux publient des chroniques ayant une saveur humoristique. Certains journaux ont leur chroniqueur humoristique 'maison', tel que Stéphane Laporte à La Presse ou Michel Beaudry au Journal de Montréal. Parfois, les quotidiens auront des collaborations de quelques semaines ou quelques mois avec un humoriste en particulier, pour une journée par semaine. Louis-José Houde (La Presse), Martin Petit (Le Journal de Montréal et le Journal de Québec) et Maxim Martin (Le Journal de Montréal et le Journal de Québec) se sont déjà pliés à cet exercice.

Les journaux comportent aussi un groupe particulier d'humoristes, les caricaturistes. Ils sont souvent exclus de la liste des humoristes, car ils ne présentent pas de spectacles sur scène. Certains participent toutefois à des émissions de télévision (Serge Chapleau avec ICI Laflaque). Le Tableau L répertorie les caricaturistes dans les principaux journaux du Québec.

Tableau L – Liste des caricaturistes dans les principaux journaux du Québec

<i>Caricaturistes</i>	<i>Journal</i>	<i>Ville</i>
Aislin (Terry Mosher)	The Gazette	Montréal
André-Philippe Côté	Le Soleil	Québec
Bado (Guy Badeaux)	Le Droit	Gatineau/ Ottawa
Garnotte (Michel Garneau)	Le Devoir	Montréal
Hervé Philippe	La Tribune	Sherbrooke
Jean Isabelle	Le Nouvelliste	Trois-Rivières
Marc Beaudet	Le Journal de Montréal	Montréal
Mario Lacroix	Le Quotidien	Saguenay
Serge Chapleau	La Presse	Montréal
Serge Paquette	La Voix de l'est	Granby
YGreck (Yannick Lemay)	Le Journal de Québec	Québec

Cinéma

Le cinéma offre plusieurs occasions pour des humoristes. Il y a les comédies. Citons quelques titres de comédies québécoises (BANQ, 2013): IXE-13, long métrage réalisé par Jacques Godbout en 1971 avec les Cyniques; Karmina, long métrage réalisé par Yves Pelletier en 1996; La grande séduction, long métrage réalisé par Jean-François Pouliot en 2003 et scénarisé par Ken Scott (ancien membre du groupe humoristique Les Bizarroïdes); Bon cop, bad cop, long métrage réalisé par Eric Canuel en 2006 et interprété et co-scénarisé par Patrick Huard; De père en flic, long métrage réalisé par Émile Gaudreault en 2009 avec Louis-José Houde et Michel Côté. Il y a aussi des participations dans des films en caméo (Louis-José Houde dans Bon cop, bad cop).

Les humoristes peuvent être appelés pour du doublage en faisant des voix dans les films destinés à un jeune public, tel que Philippe Laprise dans le film de Disney 'Les mondes de Ralph', version française de 'Wreck-it Ralph', Lise Dion pour Blizzard (pour la voix de Whoopie Goldberg dans la version originale anglaise), et Anthony Kavanagh pour le film Mulan de Disney (pour la voix d'Eddy Murphy dans la version originale anglaise).

Certains humoristes se sont fait une spécialité en cinéma, tel que Ken Scott (scénariste avec Martin Petit et réalisateur de Starbuck et du remake américain The Delivery Man, scénariste de La grande séduction). Certains y ont même développé leur talent en interprétation dramatique, tel que Patrick Huard (Bon cop, bad cop, Les 3 P'tits cochons, Starbuck, Funkytown, Omerta); Michel Barette (Ma vie en cinémascope, Maurice Richard); Stéphane Rousseau (Les invasions barbares, Omerta).

Nouveaux médias

Les nouveaux médias offrent de nouvelles occasions pour s'établir comme humoriste hors des formes traditionnelles. Ils représentent de nouveaux outils de travail et de promotion pour les artistes, permettent la création de nouveaux produits humoristiques (tels que les webséries ou les baladodiffusions), ouvrent de nouveaux marchés, offrent de nouvelles formes de contact avec le public, mais aussi représentent de nouveaux enjeux, notamment celui de se faire voir et entendre dans l'univers toujours plus bruyant du Web (Paré, 2012 et 2013c).

Pour plusieurs artistes de la relève, le Web est devenu un outil incontournable à maîtriser pour bâtir sa popularité. Pour les artistes plus établis, le Web permet de garder le contact avec les *fans*. Alors que Facebook et Twitter prennent de plus en plus de place dans le quotidien des Québécois, les artistes de l'humour se doivent maintenant d'alimenter les réseaux sociaux eux aussi, afin de ne pas être pris de court dans une industrie où la compétition est réelle et où la popularité peut être éphémère.

Si la baladodiffusion semble avoir déjà connu et terminé sa période de gloire (on peut penser aux capsules *Mike Ward sous écoute*, 2011-2012), les webséries semblent encore avoir le vent dans les voiles. Par exemple, citons En audition avec Simon (Simon-Olivier Fecteau), Patrice Lemieux (Daniel Savoie), Fiston (Jonathan Roberge) Chest-bras (Olivier Ménard, René-Charles Arseneau, Sébastien Rivest, Stéphane Raymond) Carole aide son prochain (Silvi Tourigny).

Depuis 2008, il y a aussi un blogue 'Les coulisses du rire' qui s'intéresse particulièrement à la relève en humour (www.mariejetset.wordpress.com). Quoique ne présentant pratiquement plus de nouveau contenu, un site web (www.lebothum.biz) visait à offrir un répertoire des humoristes au Québec.

Promotion

La promotion permet d'annoncer les spectacles ou les œuvres artistiques permettant de vendre des billets. Dans le cadre de la promotion, les promoteurs comprennent les agences de promotion et les agences de relations de presse. Le tableau M présente certains des métiers liés à la promotion.

Une agence de promotion ou équipe de promotion est une ou plusieurs personnes qui planifient des stratégies et assurent la promotion auprès de divers médias en lien avec des contenus artistiques (ADISQ, 2014). La promotion comprend la préparation des outils promotionnels, tel que les affiches et les annonces publicitaires. La promotion comprend la participation des humoristes dans des émissions de radio, télévision ou entrevue dans les journaux et les revues pour 'ploguer' son spectacle ou sa nouvelle activité humoristique.

Une agence de relations de presse est une ou plusieurs personnes qui planifient et bâtissent ou maintiennent une relation de confiance entre un humoriste et les divers intervenants (producteurs, diffuseurs, médias) en élaborant et implantant une stratégie de communication en analysant les comportements et les attitudes des divers publics afin d'obtenir la meilleure visibilité. La gestion des sites web et des réseaux sociaux peut également faire partie de leurs responsabilités.

Tableau M – Exemples de métiers pour la promotion liés à l'humour

Directeur de communication et du marketing
Responsable de la publicité et de la promotion
Attaché de presse (relationniste aux médias)
Assistant-directeur technique de production
Directeur des ventes
Chef de la billetterie
Chef des ventes (concessions)

Source : metiers-quebec.org (s.d.); Ponce et Simard (2010)

L'HUMOUR COMME UN ART DE LA SCÈNE

Les spectacles sur scène représentent une partie importante du travail de certains humoristes et contribuent à l'obtention d'un certain statut dans l'industrie de l'humour. Il peut s'agir de spectacles par des humoristes individuels (One-man-show, One-woman-show), de couples (One-couple-show (dans le cas de Les Morissette) ou des groupes. Parmi ceux-ci, notons: les spectacles en salle, les prestations lors de festivals, les activités privés et corporatives, les prestations dans les bars, les soirées spéciales et les clubs de comédie, En plus des spectacles 'officiels', il y a une période de rodage de ces spectacles sur scène. Certains, Stéphane Rousseau et Anthony Kavanagh par exemple, préparent leur rodage et présentent leurs spectacles au Québec et en France.

Les tableaux suivants présentent des renseignements portant sur les représentations pour les arts de la scène, les variétés et l'humour pour la période 2004-2013 au Québec. La plupart des données de cette section dans le présent rapport proviennent d'une enquête annuelle par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) de l'Institut de la statistique du Québec.

La méthode d'enquête, soit l'*Enquête sur la fréquentation des spectacles au Québec*, est un «recensement, c'est-à-dire que tous les établissements appartenant à l'univers de l'enquête sont sollicités à titre de répondants» et les «résultats statistiques diffusés par l'OCCQ proviennent de la compilation des données fournies par les établissements ayant répondu au questionnaire d'enquête» (Fortier, 2014, p.2). Cette enquête de l'OCCQ recueille des données à tous les deux mois au sujet des représentations payantes en arts de la scène offertes par des diffuseurs de spectacles et fait l'objet d'une publication annuelle (Fortier, 2014). Parmi les représentations payantes, l'enquête de l'OCCQ exclut les représentations privées, les spectacles amateurs, les spectacles scolaires et les représentations dans un festival avec un droit d'entrée, un passeport ou un macaron sans avoir à acheter un billet distinct pour un spectacle (Fortier, 2014). L'humour fait partie de l'ensemble des arts de la scène et en particulier des variétés.

Représentations des arts de la scène

La catégorie Arts de la scène inclut le théâtre (création, répertoire, vaudeville, conte), la danse (classique, contemporaine, ballet jazz, folklorique), la musique (classique, opéra, contemporaine, du monde, folklorique, jazz, blues, populaire non chantée), la chanson (francophone, anglophone, dans une autre langue), les variétés (humour, cirque et magie et comédie musicale et music-hall) (Fortier, 2013). Le tableau N présente des statistiques sur les représentations en arts de la scène globalement pour la période 2004-2008 (N1) et 2009-2013 (N2).

Tableau N – Statistiques des représentations en arts de la scène – global

Tableau N1 – Statistiques des représentations – arts de la scène - 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Global – Arts de la scène</i>					
Représentations	16 138	15 271	16 141	16 578	16 574
Assistance	6 981 749	6 650 850	6 977 062	7 068 695	7 020 806
Taux de spectateurs avec billets de faveur	13,3%	13,9%	15,7%	12,6%	11,7%
Assistance moyenne	433	436	432	426	424
Salles utilisées	502	525	560	538	537
Billets disponibles	9 656 185	9 332 383	9 750 445	9 738 594	9 734 076
Taux d'occupation	72,3%	71,3%	71,6%	72,6%	72,1%
Taux d'occupation de l'assistance payante	62,7%	61,4%	60,3%	63,4%	63,7%
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	182 418 664	184 674 468	198 684 499	219 820 078	236 514 422
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	30,13	32,25	33,78	35,60	38,15

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Routhier (2005, p.12; 2006, p.6); Bélanger, Routhier, Garon (2007, p.4,5); Fortier (2008, p.6; 2009, p.4,10)

Tableau N2 – Statistiques des représentations – arts de la scène - 2009-2013

	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Global – Arts de la scène</i>					
Représentations	17 036	16 643	16 634	17 411	17 132
Assistance	7 430 036	7 006 665	6 623 352	7 250 625	6 671 828
Taux de spectateurs avec billets de faveur	11,9%	12,0%	12,4%	11,7%	11,4%
Assistance moyenne	436	421	398	420	389
Billets disponibles	10 346 181	9 663 436	9 292 436	10 152 703	9 175 839
Taux d'occupation	71,8%	72,5%	71,3%	71,6%	72,7%
Taux d'occupation de l'assistance payante	63,2%	63,8%	62,5%	63,0%	64,5%
Salles utilisées	534	556	619	629	609
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	274 605 575	247 236 241	234 067 772	267 591 855	229 025 372
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	41,97	40,09	40,33	41,81	38,72

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2010, p.8; 2011, p.6; 2012, p.6; 2013, p.4,7; 2014, p.4)

Globalement pour les arts de la scène, le nombre de représentations est d'environ 17 000 représentations et a subi une hausse de 6% sur la période de 10 ans. L'assistance totale se situe autour de 7 000 000 personnes, avec une moyenne qui se situe autour de 400 personnes et environ 12% des spectateurs reçoivent des billets de faveur, en baisse.

Le nombre de billets disponibles se situent autour de 9 000 000 avec un taux d'occupation total de 72%, soit 64% de l'assistance payante. Le nombre de salles utilisées se situe autour de 600 salles. Les revenus de billetterie excluant les taxes se situent autour de 229 millions de dollars, en hausse de 2004 à 2009 et en baisse depuis, et les revenus moyens de billetterie par spectateur payant tournent autour de 40 dollars, en hausse de 2004 à 2012 et en baisse pour 2013.

Variant selon les années (voir Tableau O), la part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles globalement pour les arts de la scène provenant du Québec se situe autour de 65% et varie selon les années.

Tableau O – Part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles provenant du Québec – global pour les arts de la scène – 2004-2013

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Global</i>	72,5%	69,8%	71,5%	66,4%	65,5%	73,0%	73,6%	60,3%	62,3%	65,1%

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2009, p.15; 2013, p.10; 2014, p.11)

Représentations de variétés

Faisant partie de l'ensemble des arts de la scène, la catégorie Variétés inclut les spectacles d'humour, mais aussi ceux de cirque, de magie, de comédie musicale et de music-hall (Fortier, 2014). Le tableau P présente des statistiques sur les représentations des spectacles de variétés pour la période 2004-2008 (P1) et 2009-2013 (P2).

Au total pour les spectacles de variétés, le nombre de représentations est d'environ 3 500 représentations en 2013 et a subi des variations au cours de la période de 10 ans. L'assistance totale se situe autour de 2 700 000 personnes et a subi des variations de 400 000 – 500 000 personnes d'une année à l'autre au cours de la période de 10 ans. Il y a une moyenne qui se situe autour de 650 personnes et environ 11% des spectateurs reçoivent des billets de faveur, en baisse.

Le nombre de billets disponibles se situent autour de 2 000 000 avec un taux d'occupation total de 76%. Le nombre de salles utilisées se situe autour de 200 salles. Les revenus de billetterie excluant les taxes se situent autour de 70 millions de dollars, avec des variations importantes au cours de la période en hausse de 2008 à 2013 et les revenus moyens de billetterie par spectateur payant tournent autour de 40 dollars, en baisse depuis 2009.

Tableau P – Statistiques des représentations en arts de la scène – variétés

Tableau P1 – Statistiques des représentations – variétés - 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Variétés</i>					
Représentations	3 273	2 935	3 090	2 862	3 053
Billets disponibles	2 738 370	2 455 363	2 493 926	2 330 029	2 620 188
Assistance	2 054 735	1 803 883	1 890 183	1 847 227	1 999 435
Taux de spectateurs avec billets de faveur	15,1%	16,3%	14,0%	13,2%	10,3%
Assistance moyenne par représentation	628	615	612	645	655
Salles utilisées	175	141	192	191	203
Taux d'occupation	75,0%	73,5%	75,8%	79,3%	76,3%
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	68 737 784	61 346 081	70 695 344	70 667 053	68 586 669
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	39,41	40,62	43,51	44,08	38,12

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Routhier (2005, p.12; 2006, p.6); Bélanger, Routhier, Garon (2007, p.4,5); Fortier (2008, p.6; 2009, p.4,10)

Tableau P2 – Statistiques des représentations – variétés - 2009-2013

	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Variétés</i>					
Représentations	3 122	3 158	3 048	3 484	3 519
Billets disponibles	2 944 675	2 915 006	2 567 034	3 142 667	2 658 281
Assistance	2 322 078	2 254 016	1 845 750	2 246 861	2 043 462
Taux de spectateurs avec billets de faveur	11,1%	12,6%	14,3%	11,7%	10,4%
Assistance moyenne par représentation	744	714	606	645	581
Salles utilisées	203	212	nd	nd	nd
Taux d'occupation	78,9%	77,3%	71,9%	71,5%	76,9%
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	111 184 784	106 281 564	73 140 872	94 256 730	73 165 192
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	54,11	53,95	46,21	47,52	39,97

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2010, p.8; 2011, p.6; 2012, p.6; 2013, p.4,7; 2014, p.4,7); nd = information non disponible

Varié selon les années (voir Tableau Q), la part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles de variétés provenant du Québec se situe autour de 86% et varie entre 77% et 93% selon les années durant la période 2004-2013. Cela est plus important que pour l'ensemble des arts de la scène.

Tableau Q – Part des revenus de billetterie attribuable aux spectacles provenant du Québec – variétés

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Variétés	91,4%	86,6%	nd	90,6%	77,4%	92,4%	93,2%	90,6%	88,1%	86,0%

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2009, p.15; 2013, p.10; 2014, p.11); nd = information non disponible

Représentations en humour

Si l'on approfondit davantage le secteur des variétés, il est possible de trouver des renseignements sur les spectacles d'humour. Le tableau R présente des statistiques sur les représentations en arts de la scène des spectacles d'humour pour la période 2004-2008 (R1) et 2009-2013 (R2).

Au total pour les spectacles d'humour, le nombre de représentations est d'environ 2 700 représentations, en hausse depuis deux ans alors qu'il se situait autour de 1 800 représentations entre 2004 et 2011. L'assistance totale se situe autour de 1 500 000 personnes, en hausse depuis deux ans alors qu'il se situait autour de 1 million de personnes entre 2004 et 2011. L'assistance moyenne se situe autour de 550 personnes et environ 10% des spectateurs reçoivent des billets de faveur.

Le nombre de billets disponibles se situent autour de 9 000 000 avec un taux d'occupation total de 80%. Le nombre de salles utilisées se situe autour de 180 salles. Les revenus de billetterie excluant les taxes se situent autour de 47 millions de dollars, en hausse de 2004 à 2009, en baisse en 2010-2011 et en hausse en 2012 et 2013, et les revenus moyens de billetterie par spectateur payant tournent autour de 35 dollars, en hausse de 2004 à 2009 et assez stable depuis malgré une baisse.

Si l'on compare les représentations en arts de la scène, en variétés et en humour, il est possible d'identifier certains constats. L'humour représente environ 75% du nombre de représentations de variétés et 15% du total des représentations des arts de la scène. L'humour représente environ 55% de l'assistance des représentations de variétés et 21% du total des représentations des arts de la scène. L'humour représente environ 67% des revenus de billetterie de variétés et 21% du total des représentations des arts de la scène.

Tableau R – Statistiques des représentations en arts de la scène – humour

Tableau R1 – Statistiques des représentations – humour - 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Humour</i>					
Représentations	1 898	1 670	1 791	1 685	1 820
Assistance	987 178	894 304	930 795	921 097	1 118 455
Assistance moyenne par représentation	520	536	520	547	615
Salles utilisées	148	141	164	154	170
Taux de spectateurs avec billets de faveur	19,3%	21,3%	15,8%	15,1%	10,1%
Taux d'occupation	73,6%	74,3%	75,5%	78,5%	80,0%
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	22 911 129	20 926 591	25 351 232	24 953 338	35 106 620
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	28,76	29,74	32,37	31,93	34,93

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Routhier (2005, p.13; 2006, p.6); Bélanger, Routhier, Garon (2007, p.5); Fortier (2008, p.6; 2009, p.10)

Tableau R2 – Statistiques des représentations – humour - 2009-2013

	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Humour</i>					
Représentations	2 069	1 888	1 873	2 322	2 766
Assistance	1 253 248	1 015 845	1 002 201	1 323 522	1 515 290
Assistance moyenne par représentation	606	538	535	570	548
Salles utilisées	170	181	nd	nd	nd
Taux de spectateurs avec billets de faveur	11,1%	12,7%	13,8%	11,5%	9,5%
Taux d'occupation	79,3%	76,2%	74,1%	80,1%	81,7%
Revenus de billetterie excluant les taxes \$	45 536 520	31 930 442	30 069 461	42 557 834	47 735 360
Revenus moyens de billetterie par spectateur payant \$	40,85	36,01	34,81	36,32	34,82

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2010, p.8; 2011, p.6; 2012, p.6; 2013, p.7; 2014, p.7); nd = information non disponible

L'humour présente des revenus moyens de billetterie par spectateur payant inférieur de 5\$ à 35\$, comparativement aux variétés et aux arts de la scène. Le taux d'occupation total est de 80% pour l'humour, soit un taux plus élevé que les variétés (76%) et les arts de la scène (72%). L'humour présente un plus grand nombre de spectateur par représentation (550) que les arts de la scène (400), mais moindre que les variétés (650), probablement sous l'influence des spectacles de cirque et de magie. La proportion de spectateurs qui reçoivent des billets de faveur est similaire selon les trois regroupements (10-11%).

Le Tableau S présente la proportion des spectacles d'humour qui sont les plus populaires en offrant des statistiques pour le Top 50, 25, 20, 10 et 5. Il est permis de constater que les spectacles d'humour figurent avantageusement parmi les représentations les plus populaires.

Si l'on considère les 50 spectacles plus populaires (Top 50), un peu moins du tiers de l'assistance totale est attribuable à 50 spectacles. Quoiqu'en baisse depuis 10 ans, la part des revenus de billetterie représente 40% pour ces 50 spectacles, ce qui donne plus de revenus aux spectacles qui ne font pas partie du groupe du Top 50. Les spectacles d'humour représentent 44% dans l'ensemble de l'assistance aux 50 spectacles plus payants, en hausse depuis 10 ans.

Si l'on considère les 20 spectacles plus populaires (Top 20), environ 20% de l'assistance totale est attribuable à 20 spectacles. Un peu moins de la moitié du Top 20 sont des spectacles d'humour. Quoiqu'en baisse depuis 10 ans, la part des revenus de billetterie représente 26% pour ces 20 spectacles.

Si l'on considère les 10 spectacles plus populaires (Top 10), environ 10%-15% de l'assistance totale est attribuable à 10 spectacles. La moitié du Top 10 sont des spectacles d'humour. Quoiqu'en baisse depuis 10 ans, la part des revenus de billetterie représente 15%-25% pour ces 10 spectacles.

Si l'on considère les 5 spectacles plus populaires (Top 5), environ 7%-10% de l'assistance totale est attribuable à 5 spectacles. Quoiqu'en baisse depuis 10 ans, la part des revenus de billetterie représente 10%-15% pour ces 5 spectacles. Depuis 2008, trois spectacles du Top 5 sont des spectacles d'humour, avec une exception en 2011 et 2012.

Certaines années sont grandement influencées par des spectacles de cirque et magie, notamment avec le Cirque du soleil et ses nombreux spectacles et Cavalia, par des spectacles d'envergure de chanson anglophone, notamment U2 en 2011, Madonna et The Wall avec Roger Waters en 2012, par la chanson francophone, notamment la Tournée Star Académie 2012, et par des comédies musicales comme La Mélodie du bonheur (Fortier, 2012; 2013).

Tableau S – Statistiques pour les spectacles d'humour dans le Top 50/25/20/10/5

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Top 50</i>										
Nombre	12	13	11	13	10	nd	nd	nd	16	19
Assistance totale	34,8%	34,7%	33,0%	30,6%	31,9%	37,1%	31,7%	31,2%	32,8%	31,9%
Parts des revenus de billetterie	51,6%	48,9%	47,5%	46,8%	46,8%	52,8%	46,6%	44,7%	46,5%	40,1%
Répartition de l'assistance aux 50 spectacles les plus payants	nd	23,3%	21,7%	23,7%	31,8%	30,5%	26,5%	33,5%	35,0%	43,7%
<i>Top 25</i>										
Nombre	nd	nd	nd	nd	9	7	9	8	11	11
<i>Top 20</i>										
Nombre	nd	nd	nd	nd	8	6	6	8	9	8
Assistance totale	21,8%	21,9%	19,9%	18,6%	20,6%	25,8%	20,1%	18,6%	20,8%	19,2%
Parts des revenus de billetterie	36,8%	33,9%	32,4%	33,4%	33,0%	41,9%	33,7%	27,6%	33,1%	26,1%
<i>Top 10</i>										
Nombre	nd	nd	nd	nd	5	5	4	5	4	6
Assistance totale	14,8%	14,7%	12,7%	12,6%	15,0%	17,8%	13,8%	11,7%	13,5%	12,2%
Parts des revenus de billetterie	28,1%	25,1%	24,2%	24,0%	25,2%	31,8%	24,7%	19,1%	23,9%	15,9%
<i>Top 5</i>										
Nombre	nd	nd	nd	nd	3	3	3	1	1	3
Assistance totale	10,1%	9,7%	7,7%	8,5%	10,4%	11,7%	9,9%	7,4%	8,2%	6,9%
Parts des revenus de billetterie	21,2%	18,2%	16,4%	18,1%	19,0%	23,1%	19,0%	14,2%	16,4%	9,6%

Source : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec - Fortier (2009, p.19,22; 2010, p.18,22; 2011, p.13,17; 2012, p.13; 2013, p.13,19; 2014, p.13,19); nd = information non disponible

RECONNAISSANCE ET PRIX

Les Olivier de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH) et les Félix de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) sont des prix reconnaissant le travail des humoristes annuellement. D'autres prix, liés au domaine artistique, télévisuel et culturel, existent et sont remis à des humoristes.

Les Olivier de l'APIH

Depuis 1999, le gala Les Olivier (16^e édition en 2014) est organisé par l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH) pour souligner et récompenser le travail des artistes et des artisans oeuvrant dans le milieu de l'humour québécois. Lors de ce gala annuel (au printemps), plus d'une douzaine de trophées Olivier sont remis. Un Olivier rend hommage à Olivier Guimond. Le Tableau T répertorie les catégories où un Olivier a été remis en 2014 (ces catégories peuvent varier d'année en année).

Tableau T – Olivier remis lors du gala de l'APIH en 2014

Auteur de l'année
Capsule, sketch ou chronique nouveau média
Comédie à la télévision de l'année
Comique malgré lui
Découverte de l'année
DVD humoristique de l'année
Émission de radio humoristique de l'année
Mise en scène
Numéro d'humour de l'année
Olivier de l'année
Série humoristique à la télévision de l'année
Spécial humoristique à la télévision
Spectacle d'humour de l'année
Spectacle d'humour le plus populaire

Source: Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH)

Les Félix à l'ADISQ

L'Association du disque et de l'industrie du spectacle au Québec (ADISQ) remet lors d'un gala annuel en automne (36^e édition en 2014) une soixantaine de Félix dans les volets artistiques et industriels (ADISQ, 2014). Un Félix rend hommage à Félix Leclerc. Le Tableau U répertorie les Félix spécifiquement liés à l'humour. D'autres Félix peuvent être attribués à des humoristes dans d'autres catégories.

Tableau U – Félix liés spécifiquement à l'humour remis lors du gala de l'ADISQ

Album de l'année - Humour
Émission de télévision de l'année - Humour
Spectacle de l'année - Humour

Source : ADISQ (2014)

Autres distinctions

Il existe plusieurs autres prix et distinctions. Citons parmi eux: les Prix du Québec, le Prix Denise-Pelletier, qui «est accordé à une personne pour l'ensemble de son œuvre et de sa carrière dans le domaine des arts de la scène, soit la chanson, la musique, l'art lyrique, le théâtre, la danse et l'humour» (www.Prixduquebec.gouv.qc.ca/prix-culturela/index.html?prix). L'Ordre national du Québec est une autre distinction au niveau québécois. Les trophées ARTIS sont des distinctions populaires. L'Ordre du Canada et les Prix du Gouverneur général sont d'autres prix au niveau fédéral. Les festivals (Juste pour rire et Grand rire) remettent des prix aux humoristes.

CONCLUSION

L'industrie de l'humour francophone joue un rôle important dans le paysage culturel au Québec. Une synthèse de cette industrie n'étant pas disponible, il a été jugé intéressant d'en préparer une. Dans le présent rapport, un profil de l'industrie de l'humour francophone au Québec a été présenté. L'écosystème permet de souligner divers intervenants de l'industrie de l'humour pour rejoindre le public, notamment au niveau du soutien, de la création/ production que de la diffusion/ promotion.

Quoique les spectacles sur scène ne représentent qu'une portion du vaste éventail des activités humoristiques des humoristes, des statistiques provenant de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec de l'Institut de la statistique du Québec sont présentés pour la période 2004-2013 en distinguant les arts de la scène globalement, les variétés et l'humour.

Suite à cette synthèse, plusieurs questions surgissent à propos de l'industrie et des humoristes. Citons la classification des humoristes selon qu'ils appartiennent ou non à la relève, une analyse des spectacles d'humour, l'exploration des dimensions entrepreneuriales et philanthropiques des activités des humoristes, le prix des billets, le débat sur le nombre de billets vendus, la clientèle des différents spectacles d'humour et les prix et reconnaissances. Ils méritent une plus grande attention dans l'avenir.

BIBLIOGRAPHIE

- ADISQ. (2014). *Réglementation des Félix*, Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo, 12 mars 20p. [en ligne] <http://www.adisq.com/even-gala/2014/pdf/Regl14.pdf>
- Adorno, T.W. (1964). L'industrie culturelle, *Communications*, 3, p.12-18. [en ligne] http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/comm__0588-8018_1964_num3_1_993
- BANQ (2013). Dossier l'humour au Québec, *À rayons ouverts*, Bibliothèque et archives nationales du Québec (BANQ), no 92, printemps été, 36p.
- Bélanger, G., Routhier, C., Garon, R. (2007). La fréquentation des arts de la scène au Québec de 2004 à 2006, *Statistiques en bref - Observatoire de la culture et des communications du Québec*, no 31, août, 28p.
- Bernier, S. (2011). Les dépenses culturelles des municipalités en 2009, *Optique culture - Observatoire de la culture et des communications du Québec*, no 05, mai, 20p.
- Bourque, O. (2008). « Les 10 pubs marquantes du Québec », *Lapresseaffaires.com*, 23 mai, [en ligne] <http://affaires.lapresse.ca/economie/200901/06/01-689734-les-10-pubs-marquantes-du-quebec.php>
- Chaney, D. (2012). The music industry in the digital age: consumer participation in value creation, *International Journal of Arts Management*, 15(1), p.42-52.
- Deschamps, Y. (2011). *Le petit livre bleu. Yvon Deschamps. Extraits et citation 1968-2011*, Québec: Éditions La Matrice.
- Deveau, D.J. (2012). *English Canadian Stand-up Comedy as a Field of Cultural Production*, PhD dissertation, Simon Fraser University, 248p.
- École nationale de l'humour. (2013). *École nationale de l'humour : 25 ans d'histoire*, guide du gala du 25^e anniversaire de l'ÉNH, 39 p.
- École nationale de l'humour. (2015). *Ateliers préparatoires ou de loisir*. [en ligne] <http://www.enh.qc.ca/index.php/formations/ateliers-preparatoires-loisir/>
- Enviroscope. (2004). *Évolution des revenus de l'industrie de l'humour entre 2001 et 2003*, Rapport final présenté à l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), 20 avril, 11p.
- Favreau, M. (1987). *Sol, L'univers est dans la pomme*, Montréal: Éditions internationales Alain Stanké.
- Fortier, C. (2008). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2007, *Statistiques en bref*, no 41, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 20p.
- Fortier, C. (2009). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2008, *Statistiques en bref*, no 53, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, novembre, 24p.
- Fortier, C. (2010). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2009, *Statistiques en bref*, no 67, Québec, Institut de la statistique du Québec,

- Observatoire de la culture et des communications du Québec, octobre, 24p.
- Fortier, C. (2011). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2010, *Optique culture*, no 08, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 20p.
- Fortier, C. (2012). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2011, *Optique culture*, no 21, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 20p.
- Fortier, C. (2013). La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2012, *Optique culture*, no 28, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 20p.
- Fortier, C. (2014). Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène, *Optique culture*, no 34, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, septembre, 20p.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries*, 2nd. Los Angeles / London: SAGE, 346p.
- Institut de la statistique du Québec (2004). *Système de classification des activités de la culture et des communications du Québec*, (SCACCQ), Québec: Institut de la statistique du Québec. [en ligne]
<http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/scaccq/principale.htm>
- Lefebvre, P., Léonard, J.-F. (2002). *Profil industriel et impact économique de l'industrie du spectacle d'humour sur scène au Québec*, Association des professionnels de l'industrie de l'humour, mars, 8p. [en ligne]
http://www.er.uqam.ca/nobel/r15504/pdf/Humour_retombees_eco.pdf
- Loi sur le droit d'auteur* (L.R.C., 1985, chapitre C-42)
- Loi sur le statut de l'artiste* (L.C., chapitre 33)
- Loi sur le statut professionnel des artistes des arts visuels, des métiers d'art et de la littérature et sur leurs contrats avec les diffuseurs* (L.R.Q., chapitre S-32.01)
- Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma* (L.R.Q., chapitre S-32.1)
- metiers-quebec.org. (s.d.). *Portrait de l'industrie culturelle*, 24p. [en ligne]
<http://www.metiers-quebec.org/portraits/culturel.html>
- Martin, C., M. de la Durantaye, J. Lemieux, J.-P. Baillargeon et G. Pronovost. (2010). *Le modèle québécois des industries culturelles: Livre, enregistrement sonore, longs métrages, jeux vidéo bibliothèques*. 176p.
- Ménard, M. (2004). *Éléments pour une économie des industries culturelles*. Montréal: Société de développement des entreprises culturelles du Québec, 167p.
- Morency, F. (2012). *Dure soirée - Histoires vraies et autres humiliations*, Montréal: Les Éditions de l'Homme, 253p.

- Nations Unies (2009). *Classification internationale type, par industrie, de toutes les branches d'activités économiques (CITI)*, révision 4, Études statistiques Série M, No 4/Rev.4, New York: Nations Unies, Département des affaires économiques et sociales, Division de statistique, 340p.
- Paré, C. (2012). Internet et industrie de l'humour: une redéfinition de la création, de l'industrie et du contact avec le public, *Congrès de l'Association francophone pour le savoir-ACFAS, Colloque 355 Transformations des pratiques culturelles à l'ère du numérique: nouvelles technologies, nouveaux publics?*, 8 mai, Montréal.
- Paré, C. (2013a). La situation de l'emploi dans l'industrie de l'humour francophone au Québec : appelés, élus et persévérants, *Congrès de l'Association francophone pour le savoir-ACFAS, Colloque Travail artistique et économie de la création*, 9 mai, Québec.
- Paré, C. (2013b). Une exploration des festivals d'humour au Québec : parfois ambitieux, parfois simplistes, mais toujours populaires, *1^{er} colloque étudiant du I/as/tt*, 6 décembre, Montréal.
- Paré, C. (2013c). Le Web 2.0 et l'industrie de l'humour québécoise francophone : créativité, diffusion et rapports de force, *Congrès de l'Association francophone pour le savoir-ACFAS, Colloque Nouveaux prescripteurs et transformation des goûts à l'ère numérique: de la quotidienneté au Web 2.0.*, 7 et 8 mai, Québec.
- Pelletier, C. (1996). *Arts – Portait de secteur – Les arts de la scène: Un secteur artistique, culturel et économique*, Direction générale de la formation professionnelle et technique, Ministère de l'éducation du Québec, décembre, 152p.
- Peltoniemi, M. (2015). Cultural Industries: Product-Market Characteristics, Management Challenges and Industry Dynamics, *International Journal of Management Reviews*, 17(1), p.41-68. DOI: 10.1111/ijmr.12036
- Ponce, R., Simard, A. (2010). *Les métiers des arts de la scène*, Montréal: Chenelière Education.
- Preece, S. (2005). The Performing Arts Value Chain, *International Journal of Arts Management*, 8(1), p.21-32.
- Règlement sur les catégories professionnelles (*Loi sur le statut de l'artiste*) DORS/99-191
- Routhier, C. (2005a). La fréquentation des spectacles en arts de la scène à l'automne 2003 et à l'hiver 2004, *Statistiques en bref - Observatoire de la culture et des communications du Québec*, no 08, janvier, 16p.
- Routhier, C. (2005b). La fréquentation des arts de la scène en 2004, *Statistiques en bref - Observatoire de la culture et des communications du Québec*, no 13, juin, 20p.
- Routhier, C. (2006a). La fréquentation des arts de la scène en 2005, *Statistiques en bref - Observatoire de la culture et des communications du Québec*, no 22, juillet, 16p.
- Routhier, C. (2006b). *Une classification économique pour le secteur de la culture: l'expérience du Québec*, Workshop on the International Measurement of

- Culture, Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), Paris, 4-5 décembre, 13p.
- Statistique Canada. (2012). *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada*, No 12-501-X, Ottawa : Statistique Canada, 833p.
- Statistique Canada. (2014). *Bulletin de service Arts de la scène 2012*, No 87F0003X au catalogue, Ottawa: Statistique Canada, 27 mars, 15p.

ANNEXE A
LISTES DES FONCTIONS SELON LE iBOTTIN DE L'UDA

Les fonctions dans l'iBottin de l'Union des artistes (UDA) destinées aux producteurs sont les suivantes:

Actrice-Comédienne / Acteur-Comédien (Général)
Animatrice / Animateur (Général)
Animatrice / Animateur Radio
Animatrice / Animateur Scène
Animatrice / Animateur Télévision
Annonceure / Annonceur (Général)
Annonceure / Annonceur Radio
Annonceure / Annonceur Scène
Annonceure / Annonceur Télévision
Artiste de cirque Acrobatie
Artiste de cirque Arts martiaux
Artiste de cirque Échasses
Artiste de cirque Jonglage
Artiste de cirque Mains à mains
Artiste de cirque Manipulation
Artiste de cirque Monocycle
Artiste de cirque Patinage artistique
Artiste de cirque Rola Bola
Artiste de cirque Trampoline
Artiste de cirque Trapèze
Artiste de variété (Général)
Cascadeuse / Cascadeur (Général)
Cascadeuse / Cascadeur Poursuite automobile
Chanteuse / Chanteur lyrique (Général)
Chanteuse / Chanteur lyrique Alto
Chanteuse / Chanteur lyrique Baryton
Chanteuse / Chanteur lyrique Basse
Chanteuse / Chanteur lyrique Contralto
Chanteuse / Chanteur lyrique Mezzo-Soprano
Chanteuse / Chanteur lyrique Soprano
Chanteuse / Chanteur lyrique Ténor
Chanteuse compositeure / Chanteur compositeur (Général)
Chanteuse pop / Chanteur pop (Général)
Chef de cœur (Général)
Chef de groupe (Général)
Chorégraphe (Général)
Choriste pop (Général)

Chroniqueuse / Chroniqueur (Général)
Chroniqueuse / Chroniqueur Culture
Chroniqueuse / Chroniqueur Politique
Chroniqueuse / Chroniqueur Société
Chroniqueuse / Chroniqueur Sport
Clown (Général)
Commentatrice / Commentateur (Général)
Commentatrice / Commentateur Culture
Commentatrice / Commentateur Politique
Commentatrice / Commentateur Société
Commentatrice / Commentateur Sport
Coordonnateur / Coordinatrice de cascade (Général)
Danseuse / Danseur (Général)
Danseuse / Danseur Ballet jazz
Danseuse / Danseur Danse classique
Danseuse / Danseur Danse contemporaine
Danseuse / Danseur Danses folkloriques
Démonstratrice / Démonstrateur (Général)
Directrice / Directeur d'acteur (Général)
Diseuse / Diseur (Général)
Humoriste (Général)
Illustratrice / Illustrateur (Général)
Imitatrice / Imitateur (Général)
Intervieweuse / Interviewer (Général)
Intervieweuse / Interviewer Culture
Intervieweuse / Interviewer Politique
Intervieweuse / Interviewer Société
Intervieweuse / Interviewer Sport
Lectrice / Lecteur (Général)
Magicien (Général)
Maîtresse de cérémonie / Maître de cérémonie (Général)
Mannequin (Général)
Marionnettiste (Général)
Metteuse en scène / Metteur en scène (Général)
Mime (Général)
Narratrice / Narrateur (Général)
Panéliste (Général)
Reporter (Général)
Rappeur / Rappeuse (Général)

Source : <https://uda.ca/ibottin>