



Événements  
Attractions  
Québec

# ÉTUDE SUR LA TARIFICATION DES FESTIVALS ET DES ÉVÉNEMENTS ANNÉE 2022





Événements  
Attractions  
Québec

Réalisée par

Mélodie Sabourin

Agente de recherche, Recherche et intelligence d'affaires

et

Sophie Monnier

Chargée de projets, Recherche et intelligence d'affaires

Événements Attractions Québec

Avec la collaboration de Touriscope  
pour le volet sondage auprès de la population québécoise

septembre 2022

Photos en couverture : Michel Julien

## GLOBALEMENT

- > En 2022, 52,9 % des événements n'exigent aucun tarif d'admission.
- > Seulement, 18,4 % des événements sont entièrement gratuits, c'est-à-dire qu'ils n'exigent ni tarif d'admission, ni frais pour les activités ou les services qu'ils proposent.
- > Le tarif d'admission moyen d'un adulte pour les événements payants s'élève à 27,14 \$. Ce tarif a augmenté de près de 5,5 % par année depuis 2011, soit plus rapidement que le taux d'inflation moyen canadien (2,2 %).
- > Plus de 77,0 % des événements offrent un tarif préférentiel (incluant la gratuité) pour les enfants de 5 ans et moins. Ils sont 16 % à offrir un tarif réduit pour les adolescents.
- > Un peu plus de la moitié (52,2 %) des événements affiche leur tarif en y incluant les taxes et 58,1 % y ajoutent les frais de billetterie.
- > 7,8 % des événements proposent des prestations ou activités virtuelles.
- > Seulement le tiers des événements offre la gratuité aux accompagnateurs de personnes à capacité restreinte.

## STRATÉGIES DE PROMOTIONS TARIFAIRES

- > Près de la moitié des événements (44,3 %) offrent une tarification variable et le samedi est généralement la journée la plus dispendieuse.
- > L'offre d'un passeport représente la stratégie de promotion tarifaire la plus populaire avec le deux tiers des organisations (67,0 %) qui en proposent l'achat.
- > La grande majorité des événement offre la formule en fonction du nombre de jours (87,2%), ces passeports sont d'une durée moyenne de cinq jours, pour un tarif moyen de 88,30 \$ par passeport.
- > Certains événements offrent une ou des expériences VIP à leurs festivaliers. Parmi les valeurs ajoutées recensées, on retrouve : sièges réservés près de la scène, nourriture et quantité fixe de consommations gratuites, bar, toilette ou espace privés, cadeaux.

## LA DEMANDE DES CONSOMMATEURS

- > 60 % de la population québécoise n'a pas participé à des événements ou festivals au cours de la dernière année.
- > La préférence des consommateurs québécois va vers un prix légèrement plus élevé, mais unique.
- > La tarification actuelle des événements en matière de prix d'admission est inférieure à la volonté de payer des consommateurs québécois.
- > 54,7 % des festivaliers utilisent des promotions lors de leur participation à un événement culturel, de divertissement ou sportif au Québec.
- > Le tarif en prévente, le passeport et le forfait sont les promotions les plus utilisées.

Introduction	page 5
Méthodologie	page 6
Pratiques tarifaires des membres d'ÉAQ pour 2022	page 7
Stratégies de promotions tarifaires des membres d'ÉAQ pour 2022	page 26
Évolution des pratiques tarifaires entre 2011 et 2022	page 32
Jeu de l'offre et de la demande : comparaison entre les tarifs offerts et la volonté de payer des consommateurs au Québec	page 38
Annexe I — Méthodologie	page 46
Annexe II — Profil des échantillons	page 49

En 2011, 2014 et 2017, Événements Attractions Québec (ÉAQ), alors connue sous Festivals et Événements Québec (FEQ), a mené, auprès de ses membres, des études sur la tarification des festivals et événements (ci-après nommés événements) du Québec afin de mesurer les tarifs moyens pour différentes catégories d'événements.

En 2017, l'étude a été mise à jour pour y ajouter les nouveaux objectifs suivants : connaître les pratiques tarifaires des événements; évaluer les prix moyens des événements et suivre leur évolution dans le temps; identifier des stratégies de modulation des prix (passeport, prévente, coupon-rabais, etc.), examiner leur évolution ainsi que le comportement des consommateurs du Québec face à celles-ci; définir des seuils d'acceptabilité des prix pour les consommateurs québécois en ce qui a trait à la participation à des événements sur le territoire québécois.

**En 2022, l'objectif principal visait à mettre à jour l'étude, afin de mesurer l'évolution des prix et des pratiques. ÉAQ a aussi voulu documenter l'offre de prestations et d'activités virtuelles des événements, de même que la volonté de la population québécoise de payer pour ce type d'activités.**

Le présent document comporte différentes sections. D'abord, par l'entremise d'une brève description de la méthodologie, détaillée à l'annexe I, nous présenterons les pratiques tarifaires des événements membres d'ÉAQ en 2022. La seconde partie exposera les stratégies de tarification utilisées en 2022. Ensuite, nous analyserons l'évolution des pratiques depuis la première étude, menée en 2011. Dans la quatrième partie, nous examinerons le jeu de l'offre et de la demande en ce qui a trait au tarif d'admission, c'est-à-dire que nous comparerons les tarifs offerts par les événements avec la volonté de payer des consommateurs. Enfin, nous terminerons en présentant les conclusions qui se dégagent de notre étude.

Les résultats d'analyse faisant l'objet de la présente étude proviennent de deux sources de données distinctes :

- **Les sites Internet de 244 événements, membres d'ÉAQ en 2022 (pour la compilation des informations sur les tarifs des événements). Cette compilation a été réalisée par le service de recherche et d'intelligence d'affaires d'ÉAQ.**
- **Un sondage Web auprès de 1 000 Québécois et Québécoises, réalisé par Segma Recherche pour le compte d'ÉAQ.**

L'analyse de l'évolution des pratiques tarifaires entre 2011, 2014, 2017 et 2022 repose sur un échantillon comparable dans le temps et composé de 97 événements membres, c'est-à-dire un groupe d'événements pour lesquels nous disposons des renseignements pertinents pour les quatre années.

L'annexe I présente la méthodologie de l'étude plus en détail et l'annexe II, le profil de chacun des échantillons.

# Partie 1

## Pratiques tarifaires des membres d'ÉAQ

pour 2022

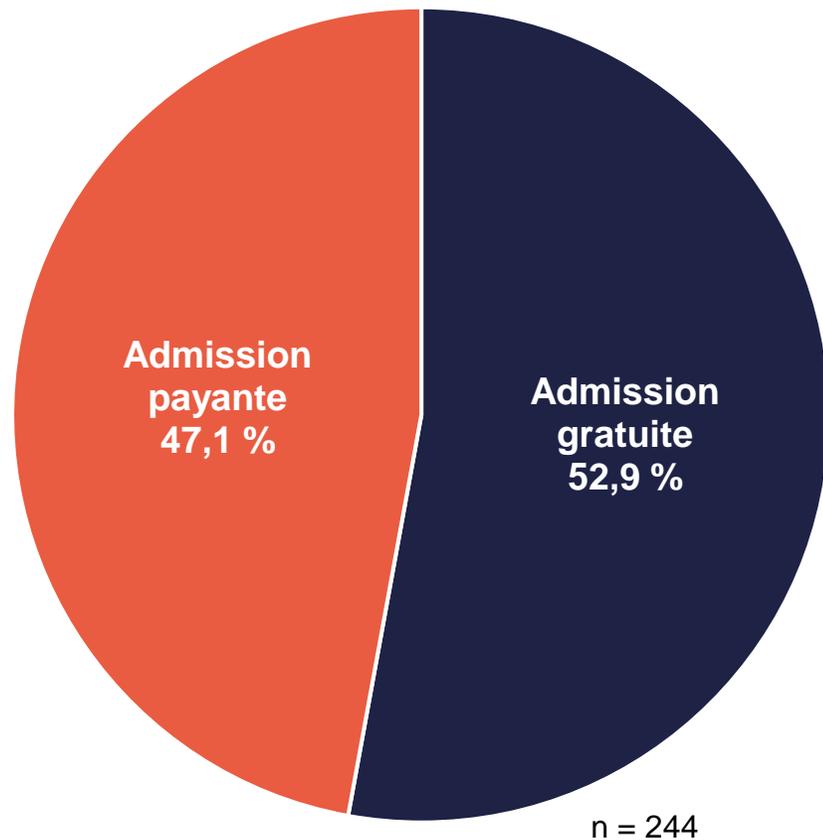




# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — TARIF D'ADMISSION

**En 2022, la moitié des événements n'exigent aucun tarif d'admission.**



Les conditions d'accès varient toutefois selon la catégorie d'événement.

- ❖ Plus de 70 % des événements des catégories suivantes n'exigent aucun tarif d'admission : art visuel et nouvelles technologies (71,4 %), couleurs d'automne (75 %), fête hivernale et Noël (87,5 %) et fête nationale (100 %).
- ❖ À l'opposé, 80 % des événements de la catégorie « ethnique et folklorique » comportent un tarif d'admission et la totalité des événements en lien avec les montgolfières exigent un tarif pour accéder à leur site.



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — TARIF D'ADMISSION

Les politiques d'accès aux événements par regroupements régionaux

	Accès gratuit (%)	Accès payant (%)
Montréal	62,2 %	37,8 %
Québec	74,1 %	25,9 %
Régions périphériques	47,6 %	52,4 %
Régions intermédiaires	42,0 %	58,0 %
Régions éloignées	55,1 %	44,9 %
<b>Total</b>	<b>52,9 %</b>	<b>47,1 %</b>

Régions périphériques : Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie.  
Régions intermédiaires : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Mauricie, Outaouais.  
Régions éloignées : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James et Eeyou Istchee, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Saguenay-Lac-Saint-Jean.

\* Les exigences de certains bailleurs de fonds, notamment les municipalités, quant à l'accessibilité d'un événement peuvent avoir une influence sur ces données.

Notre échantillon affiche une proportion supérieure d'événements gratuits, **dans les centres urbains de Montréal et de Québec** que dans les trois autres regroupements régionaux, notamment dans les régions intermédiaires où le pourcentage est le plus faible (42 %).



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — TARIF D'ADMISSION

Pratique tarifaires en fonction du budget

	Accès gratuit (%)	Accès payant (%)
Moins de 50 000 \$	66,7 %	33,3 %
50 000 \$ à 99 999 \$	80,0 %	20,0 %
100 000 \$ à 299 999 \$	55,7 %	44,3 %
300 000 \$ à 499 999 \$	35,3 %	64,7 %
500 000 \$ à 999 999 \$	58,1 %	41,9 %
1 000 000 \$ à 4 999 999 \$	40,0 %	60,0 %
5 000 000 \$ et plus	53,8 %	46,2 %
<b>Total</b>	<b>52,9 %</b>	<b>47,1 %</b>

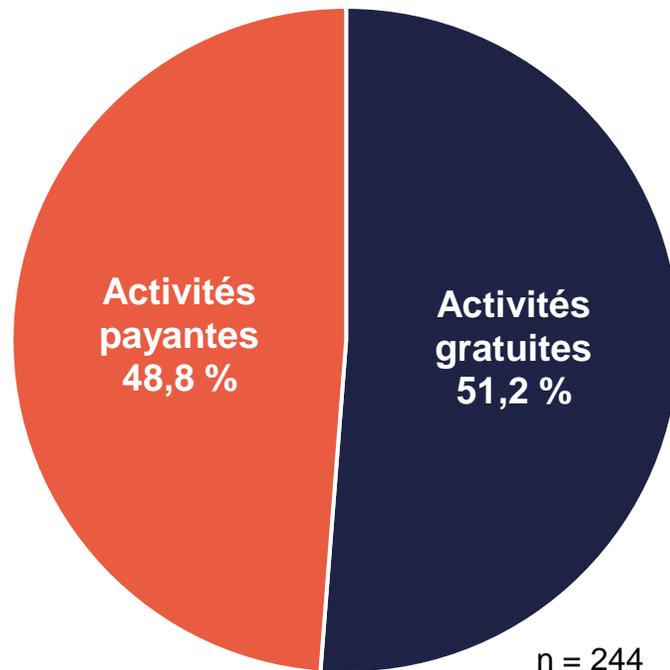
- > La proportion d'événements disposant d'un **budget de moins de 100 000 \$ est aussi proportionnellement plus nombreux à offrir un accès gratuit à leur site**, suivies de celles dont le chiffre d'affaires est de moins de 50 000\$.
- > De l'autre côté du spectre, les événements dont **le budget se situe entre 300 000 \$ et 499 999 \$, et entre 1 000 000 \$ et 4 999 999 \$, sont ceux pour lesquels la proportion du pourcentage d'accès payant est le plus élevé.**



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — ACTIVITÉS SUR LE SITE

Qu'elles exigent ou non un prix d'entrée pour l'accès à leur site, en 2022, 48.8 % des événements proposent des activités ou des services payants\*.



\* Sont exclus de ces services les boutiques souvenirs, casse-croûte et autres commodités.



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — NIVEAU D'ACCESSIBILITÉ

Proportion des attractions selon le tarif d'entrée et le tarif des activités

		Activités	
		Gratuites	Payantes
Entrée	Gratuite	18,4 %	34,4 %
	Payante	32,8 %	14,3 %

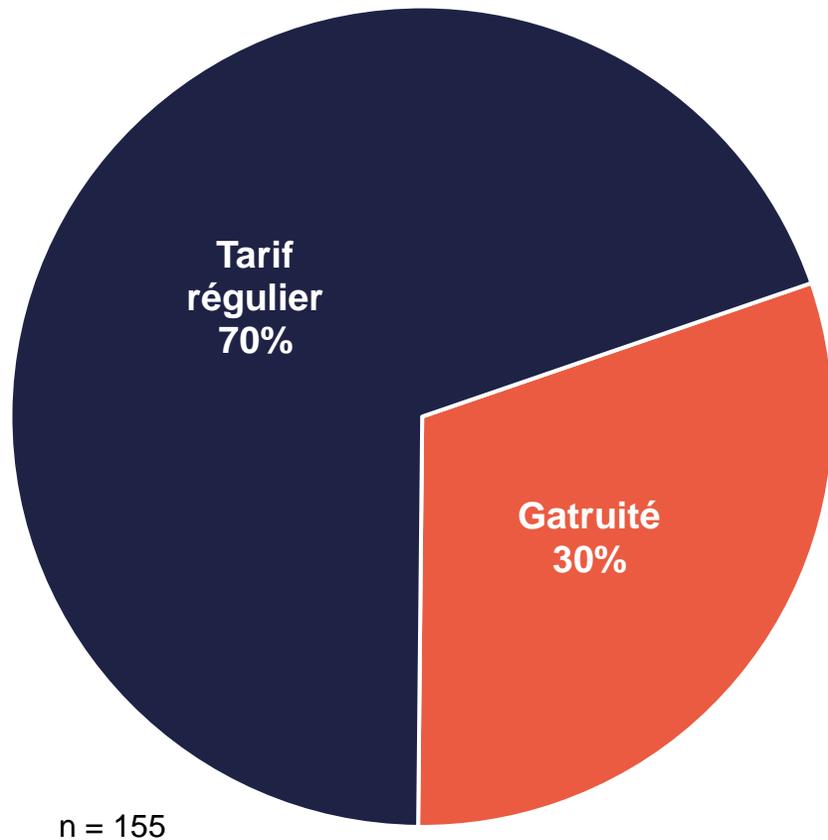
- ❖ Le tableau ci-contre montre que **18,4 % des événements sont entièrement gratuits**, c'est-à-dire qu'ils n'exigent ni tarif d'admission, ni frais pour les activités ou les services qu'ils proposent.
- ❖ À l'opposé, **14,3 % des événements sont entièrement payants**, c'est-à-dire qu'en plus de déboursier pour l'admission, les personnes désireuses de participer aux activités ou de bénéficier de certains services doivent payer un montant supplémentaire.
- ❖ On remarque que les deux tiers des événements possèdent une tarification mixte. Ils sont presque aussi nombreux à avoir une admission gratuite avec des activités complémentaires payantes qu'une admission payante incluant l'ensemble des activités.



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## POLITIQUE D'ACCÈS — NIVEAU D'ACCESSIBILITÉ

Accessibilité pour les accompagnateurs de personnes à capacité restreinte des attractions payantes



**Seulement le tiers des événements offre la gratuité aux accompagnateurs de personnes à capacité restreinte.**

Le secteur des organisations de loisir, culturelles et touristiques au Québec propose la Carte accompagnement loisir (CAL). Sur présentation de celle-ci, plusieurs événements offrent des avantages tarifaires à l'accompagnateur d'une personne à capacité restreinte. À l'échelle canadienne, la carte Accès 2 procure des avantages similaires.



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022

Tarif d'admission par tranche d'âge

	Tarif moyen* (\$)
5 ans et moins (n = 89)	5,53 \$
6 à 12 ans (n = 83)	9,27 \$
Adolescent (n = 18)	24,91 \$
Étudiant** (n = 12)	26,28 \$
Adulte (n = 115)	27,14 \$
Aîné (n = 5)	26,88 \$
Famille (n = 5)	72,15 \$

\* Tarif d'admission avant les taxes.

\*\* Personne de 18 ans et plus aux études.

- > **Plus de 77 % des événements offrent un tarif préférentiel (incluant la gratuité) pour les enfants de 5 ans et moins**, et 72 % font de même pour les enfants de 6 à 12 ans.
- > De plus, **ils sont 16 % à offrir un tarif réduit pour les adolescents**, 10 % pour les étudiants et 4 % pour les personnes âgées.
- > **Le tarif d'admission minimal<sup>1</sup> moyen qu'un adulte paie s'élève à 27,14 \$.**

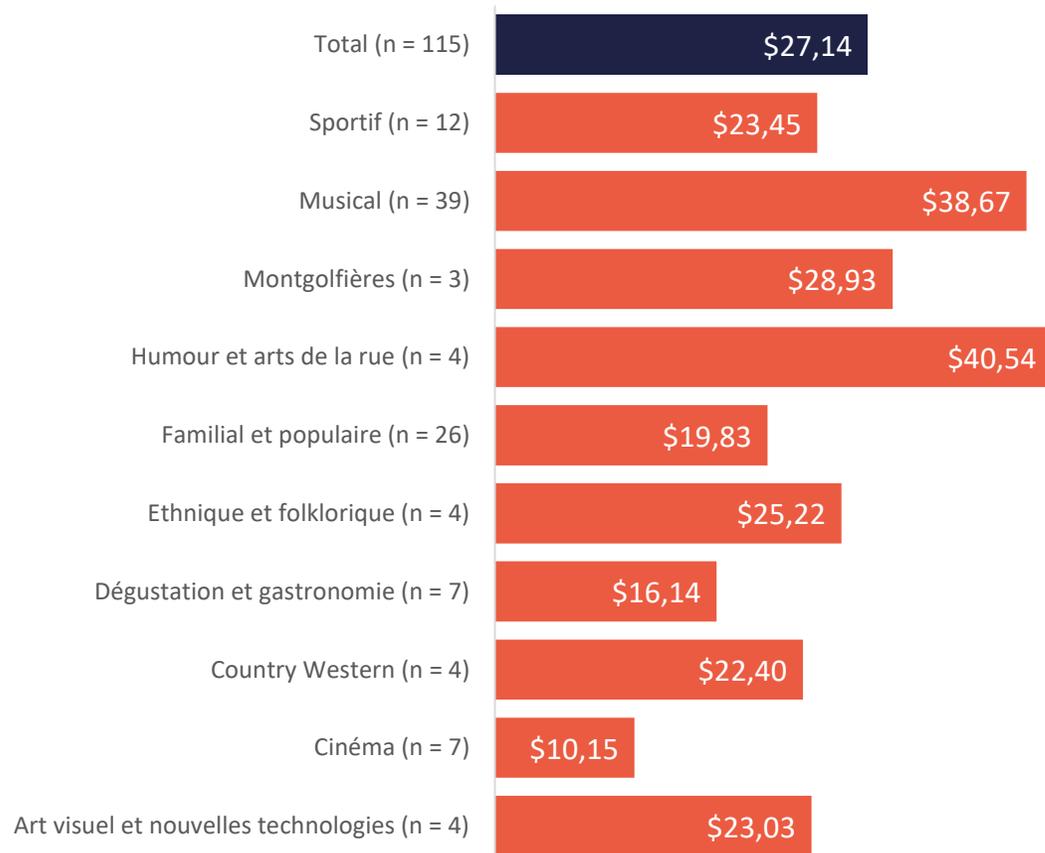
1. En raison de contraintes méthodologiques, nous nous sommes limités au tarif d'admission le plus accessible, c'est-à-dire le prix le moins cher qu'un festivalier peut payer pour participer à un événement (dit **tarif minimal**).



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION ADULTE PAR CATÉGORIE — 2022

Tarif moyen d'un adulte par catégorie d'événement\*



\* Certaines comptent toutefois peu de membres ayant adopté l'admission payante. Ainsi, une prudence s'impose dans l'interprétation du résultat. Les catégories comportant deux répondants ou moins ont été exclues du tableau.

ÉAQ classe ses événements membres en 20 catégories. Le graphique ci-contre présente le tarif moyen par adulte pour nos différentes catégories.

- > Le tarif d'admission moyen pour l'ensemble des événements analysés s'élève à 27,14 \$.
- > Parmi **les événements payants les plus accessibles sur le plan financier**, notons ceux des catégories « **cinéma** » (10,15 \$), « **dégustation et gastronomie** » (16,14 \$) et « **familial et populaire** » (19,83 \$).
- > À l'opposé, **les événements de la catégorie « humour et arts de la rue » sont les plus dispendieux (40,54 \$)**, suivis des catégories « musical » (38,67 \$) et « montgolfières » (28,93 \$).

# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## VARIABILITÉ – TARIF D'ADMISSION — 2022

La tarification variable selon le type d'événements

Tarification variable par :	% d'événements à tarification variable
Jour	66,7 %
Spectacle/activité	29,4 %
Jour et spectacle/activité	3,9 %

- > **Près de la moitié des événements (44,3 %) qui comportent un tarif d'admission offrent une tarification variable**, soit par jour, soit par spectacle ou activité, soit une combinaison de ces deux options.
- > Les événements des catégories « musical », « familial et populaire » et « sportif » sont respectivement ceux qui utilisent davantage cette forme de tarification.
- > Parmi les événements offrant une tarification variable, 66,7 % le font en fonction des jours de l'événement, **le samedi étant généralement la journée la plus dispendieuse.**



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — 5 ANS ET MOINS

Le tarif d'admission moyen pour un enfant âgé de cinq ans ou moins est de 5,53 \$, incluant la gratuité, pour l'accès aux événements comportant un prix d'entrée. L'admission est toutefois gratuite pour 77.1 % de ces événements.

Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un enfant de 5 ans ou moins



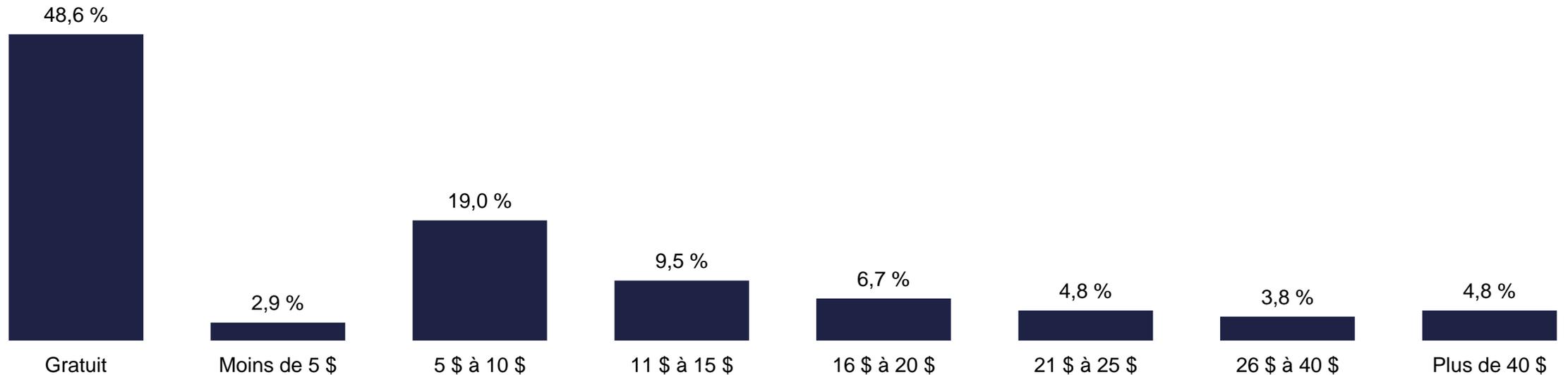


# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — 6 À 12 ANS

- > Environ les trois quarts (72,2 %) des événements payants offrent un tarif préférentiel, incluant la gratuité, aux enfants âgés de six à douze ans, pour un tarif moyen de 9,27 \$.
- > Près de la moitié d'entre eux (48,6 %) offrent l'accès gratuit à cette clientèle et 21,9 %, un tarif de 10 \$ ou moins (excluant la gratuité).

Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un enfant âgé entre 6 et 12 ans





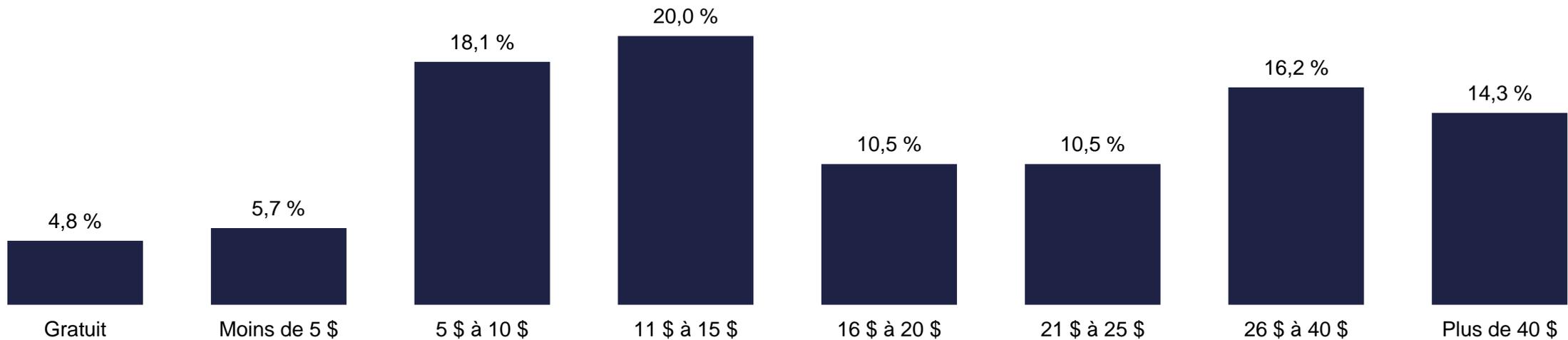
# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — ADOLESCENT

- > **Les adolescents paient en moyenne 24,91 \$ pour leur admission à un événement**, bien que presque la moitié des événements (48,6 %, incluant ceux dont l'accès est gratuit) ont un tarif d'admission de 15 \$ ou moins.
- > **Il est à noter que 16 % des événements disposent d'un tarif préférentiel pour les adolescents**, pour un rabais moyen de 57 % par rapport au tarif adulte.



Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un adolescent





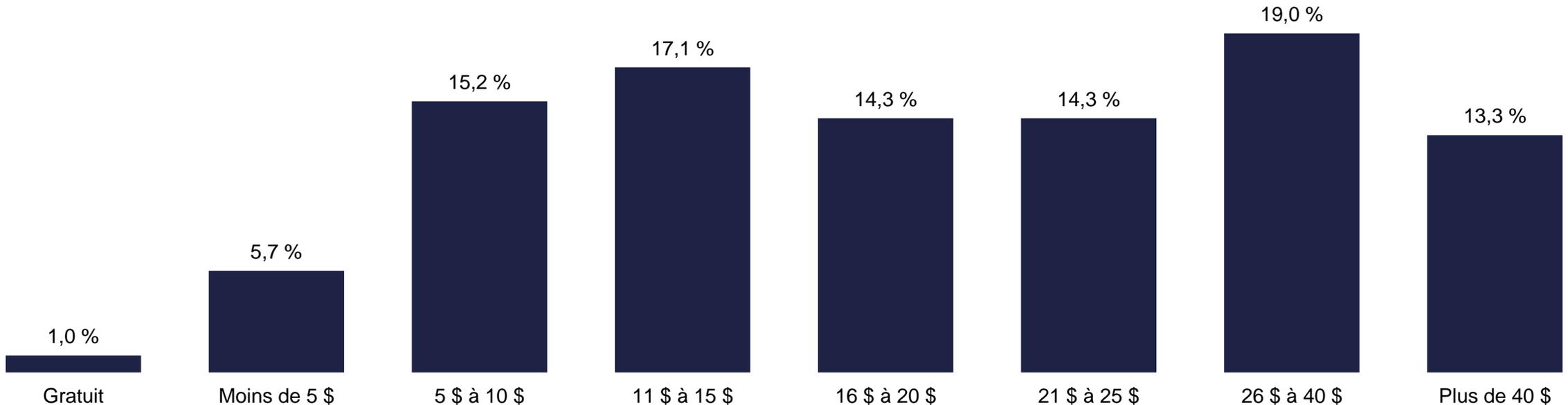
# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — ÉTUDIANT

- > Le tarif moyen d'admission à un événement pour un étudiant s'élève à 26,28 \$.
- > **En ne considérant que les événements qui leur offrent un tarif préférentiel, les étudiants bénéficient d'un rabais moyen de 29 % par rapport au tarif adulte.**



Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un étudiant

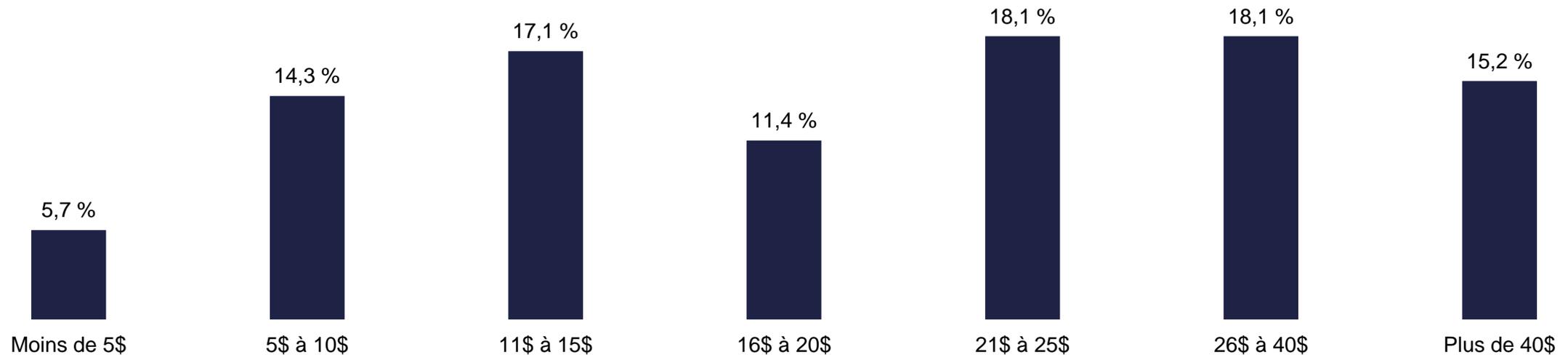


# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — ADULTE

- > Bien que l'accès est gratuit pour 52,9 % des événements, parmi ceux avec un tarif d'admission, près de la moitié exigent 20 \$ ou moins pour l'accès à leur site.
- > Les catégories d'événements les plus nombreux à exiger **un tarif inférieur à 20\$ sont : « familial et populaire » (76 %) et « cinéma » (100 %).**
- > Les événements de type « musical » (73 %), « art visuel et nouvelles technologies » (75 %) ou « sportif » (60 %), quant à eux, sont plus nombreux à exiger un tarif d'admission supérieur à 20 \$.

Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un adulte





# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

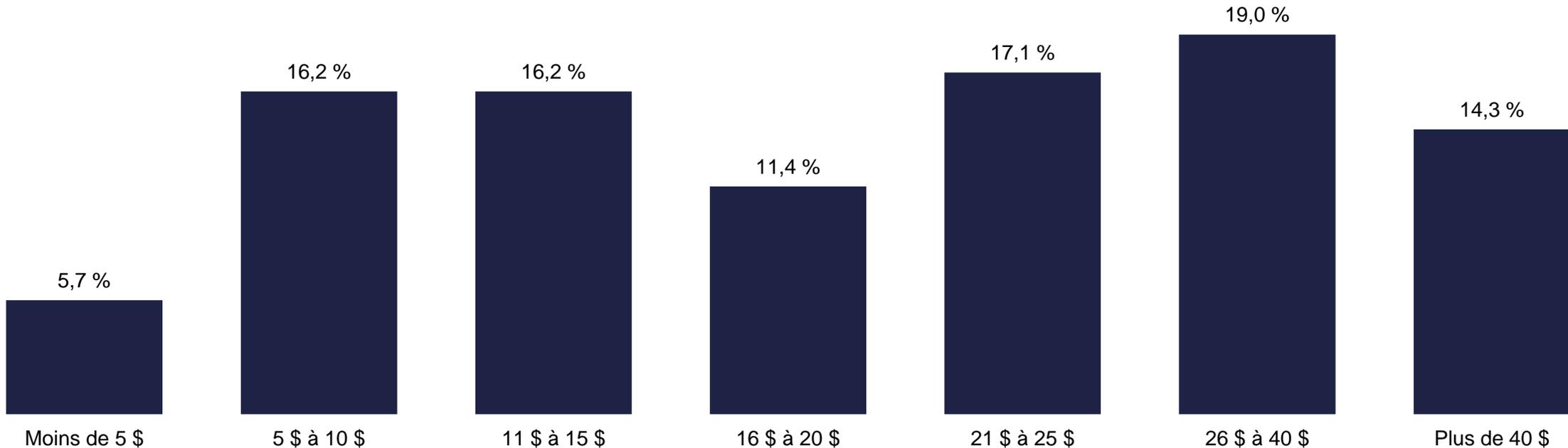
## TARIF D'ADMISSION 2022 — AÎNÉ

Les personnes âgées paient en moyenne 26,88 \$ pour l'admission à un événement disposant d'un prix d'entrée.

Parmi les événements leur offrant un tarif préférentiel, et dont nous disposons des renseignements pertinents, le rabais moyen pour les aînés est de 25 % par rapport au tarif minimal adulte.



Proportion des événements avec tarif d'admission selon la catégorie de prix demandé pour un aîné

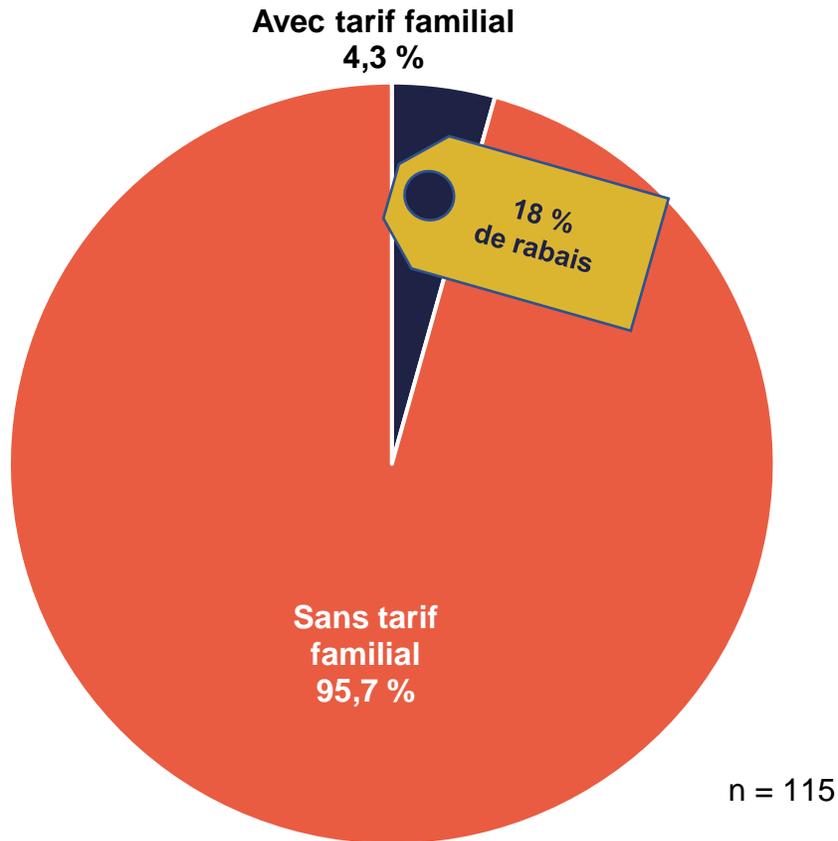




# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — FAMILLE

Représentation des événements avec tarifs et sans tarif familial



### 95,7% des événements n'offrent pas un tarif familial.

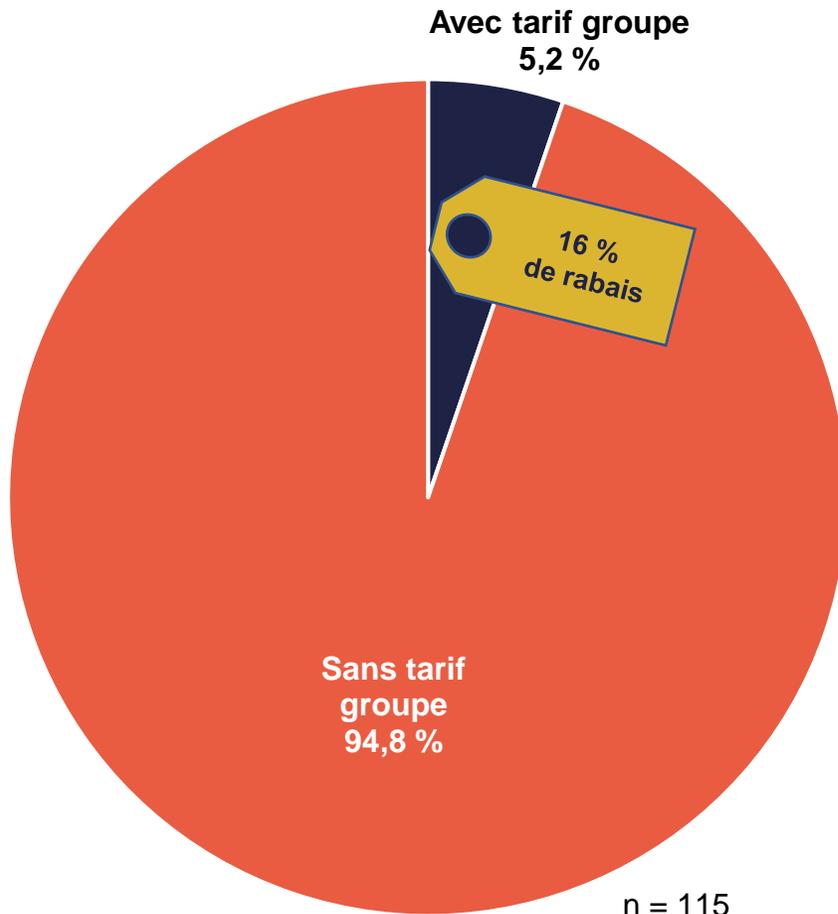
- ❖ Parmi les événements comportant un tarif d'admission pour lesquels nous disposons des renseignements pertinents, seulement 4,3 % offrent un tarif familial préférentiel.
- ❖ Les familles paient en moyenne 72,15 \$ pour l'accès à un site et bénéficient d'un rabais moyen de 18 % sur le prix régulier.



# PRATIQUES TARIFAIRES DES ÉVÉNEMENTS

## TARIF D'ADMISSION 2022 — GROUPE

Représentation des événements avec tarifs et sans tarif de groupe

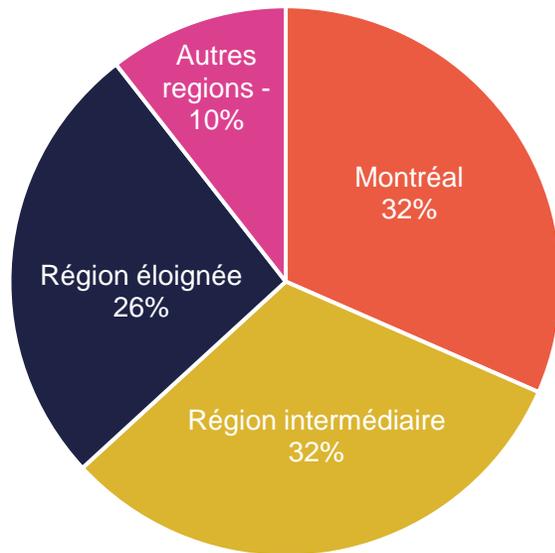


**Parmi les événements avec un tarif d'admission, seulement 5,2% offrent des tarifs de groupe.**

- ❖ En moyenne, un groupe est constitué de 12 personnes, mais ce nombre varie de 8 à 30 personnes selon les événements.
- ❖ En moyenne, un groupe dépensera 26,95 \$ par personne pour l'accès à un site, ce qui correspond à un rabais moyen de 16 % par rapport au tarif minimal adulte.

## 7,8 % des événements proposent des prestations ou activités virtuelles.

### Événements et festivals proposant une programmation virtuelle par région\*



- ❖ 68,4% des prestations ou activités virtuelles d'événements sont gratuites.
- ❖ Les principales catégories d'événements offrant ce type de service sont : musical (36,8%) et familial et populaire (26,3%).
- ❖ La majorité des événements proposant ce type de service ont un chiffre d'affaire de 500 000\$ et plus (68,4%).

\* Ces informations constituent de nouvelles données puisqu'il s'agit de la première étude sur la tarification d'événements dans laquelle nous documentons l'offre des événements en matière de prestations et d'activités virtuelles.

## Partie 2

### Stratégies de promotions tarifaires des membres d'ÉAQ

pour 2022

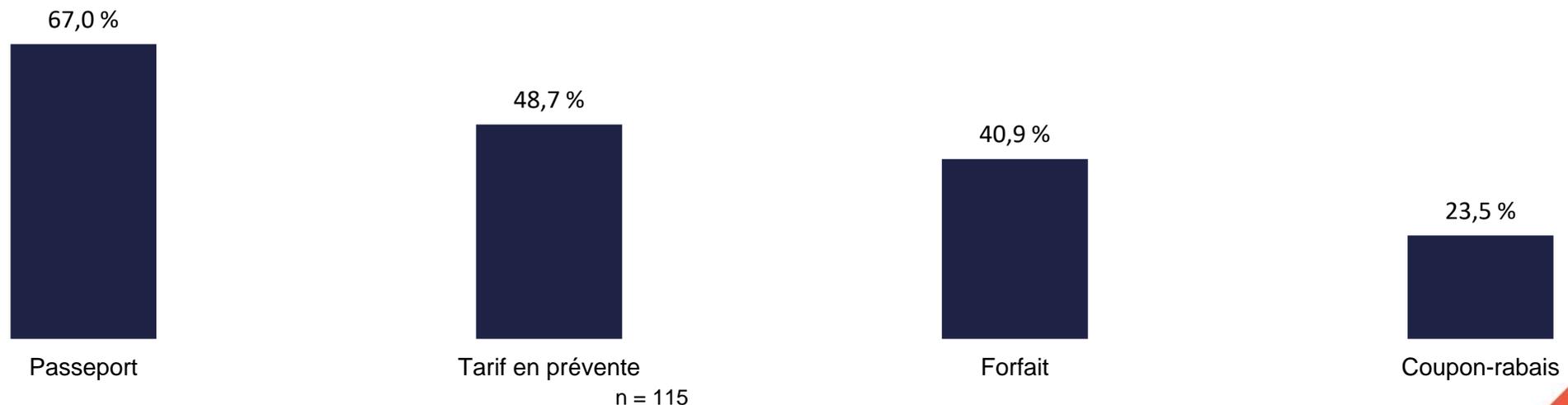


# STRATÉGIES DE TARIFICATION

## PROMOTION DES VENTES

- ❖ **L'offre d'un passeport représente la stratégie de tarification la plus populaire** avec le deux tiers des organisations (67,0%) qui en proposent l'achat.
- ❖ 48,7 % offrent une tarification différenciée en prévente. Ce pourcentage est très différent de celui des attractions touristiques\*, qui ont très peu recours à cette stratégie de tarification (7 %).
- ❖ Malgré la grande variété des **coupons-rabais** : un rabais lors de l'achat en ligne, un rabais auprès de commerces avoisinants, un rabais pour des titres de transport, un rabais pour les festivaliers membres de l'organisme, etc., **seuls 23,5% des événements optent pour cette stratégie.**
- ❖ Parmi les quatre stratégies ci-dessous, **seuls 8,7% des événements ont adopté l'ensemble de celles-ci.** 33,7% des événements adoptent deux des stratégies et 32,6% des événements adoptent trois de ces stratégies.

Répartition des différentes stratégies de promotion adoptées par les attractions



\* Voir l'étude 2022 sur la tarification des attractions touristiques membre d'ÉAQ.

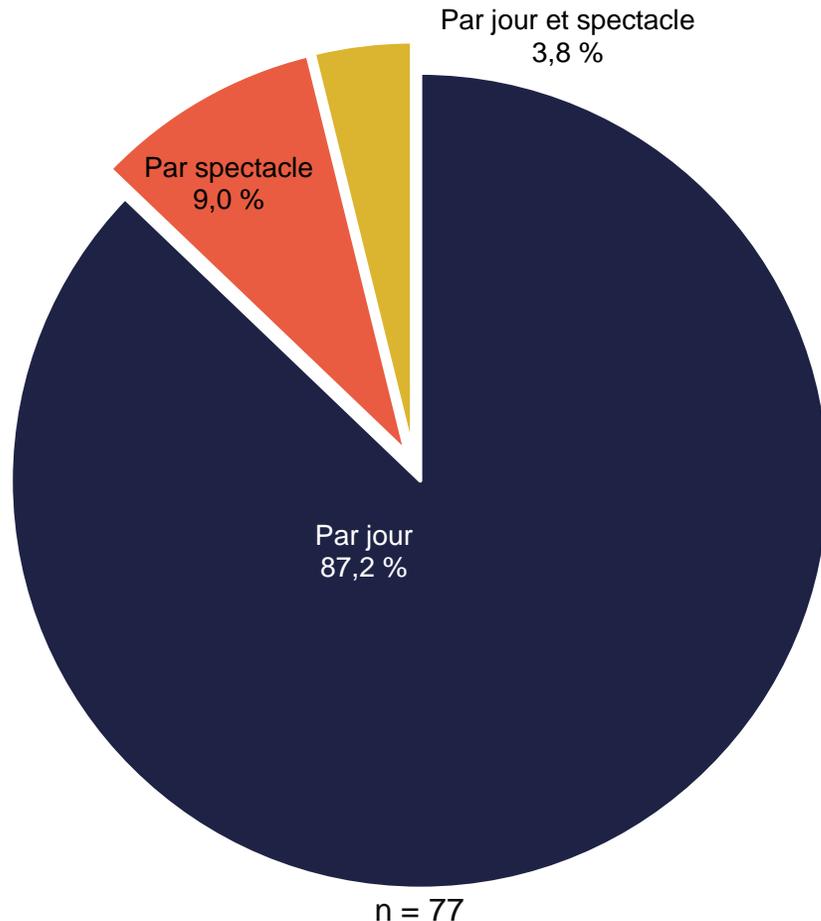
\*\* Nous entendons par forfait, toute activité commerciale que propose l'événement en partenariat avec un autre service de la région (hébergement, restauration, attraction ou un autre événement).



# STRATÉGIES DE TARIFICATION

## LE PASSEPORT DÉCORTIQUÉ

Représentation des différentes catégories de passeport



- ❖ Parmi les événements avec tarif d'admission qui proposent l'achat d'un passeport (67,0%), **la grande majorité offre la formule en fonction du nombre de jours (87,2%)**, c'est-à-dire que le visiteur peut profiter d'un rabais en achetant un accès pour plusieurs jours.
- ❖ Ces passeports sont d'une **durée moyenne de cinq jours, pour un tarif moyen de 88,30 \$ par passeport**. Le coût de revient pour ces passeports est de 17,61 \$ par jour.

# STRATÉGIES DE TARIFICATION

## PROMOTION DES VENTES

Répartition des différentes stratégies de tarification adoptées par les événements et par catégories

Catégorie*	Passeport	Tarif en prévente	Forfait	Coupon-rabais
Art visuel et nouvelles technologies (n = 4)	25,0 %	25,0 %	50,0 %	25,0 %
Cinéma (n = 7)	33,3 %	16,7 %	16,7 %	0,0 %
Country Western (n = 4)	100,0 %	75,0 %	50,0 %	0,0 %
Dégustation et gastronomie (n = 7)	71,4 %	42,9 %	42,9 %	28,6 %
Ethnique et folklorique (n = 4)	50,0 %	50,0 %	50,0 %	0,0 %
Familial et populaire (n = 26)	80,0 %	64,0 %	36,0 %	24,0 %
Humour et arts de la rue (n = 4)	75,0 %	75,0 %	25,0 %	50,0 %
Montgolfières (n = 3)	100,0 %	100,0 %	100,0 %	33,3 %
Musical (n = 39)	79,5 %	46,2 %	48,7 %	28,2 %
Sportif (n = 12)	16,7 %	41,7 %	25,0 %	16,7 %
<b>Total</b>	<b>67,0 %</b>	<b>48,7 %</b>	<b>40,9 %</b>	<b>23,5 %</b>

- ❖ Pour plusieurs catégories d'événements, **le passeport représente la stratégie de promotion des ventes la plus couramment utilisée**. Les événements sportifs font toutefois exception à cette règle, car le tarif en prévente représente la stratégie avec le pourcentage le plus élevé.
- ❖ Les catégories « dégustation et gastronomie », « familial et populaire », « humour et arts de la rue », « montgolfières » et « musical » sont celles pour lesquelles les événements ont adopté le plus grand nombre de stratégies.
- ❖ **Le coupon-rabais constitue la stratégie la moins courante pour la plupart des événements**, mais reste passablement populaire auprès des événements de la catégorie « humour et art de la rue ».

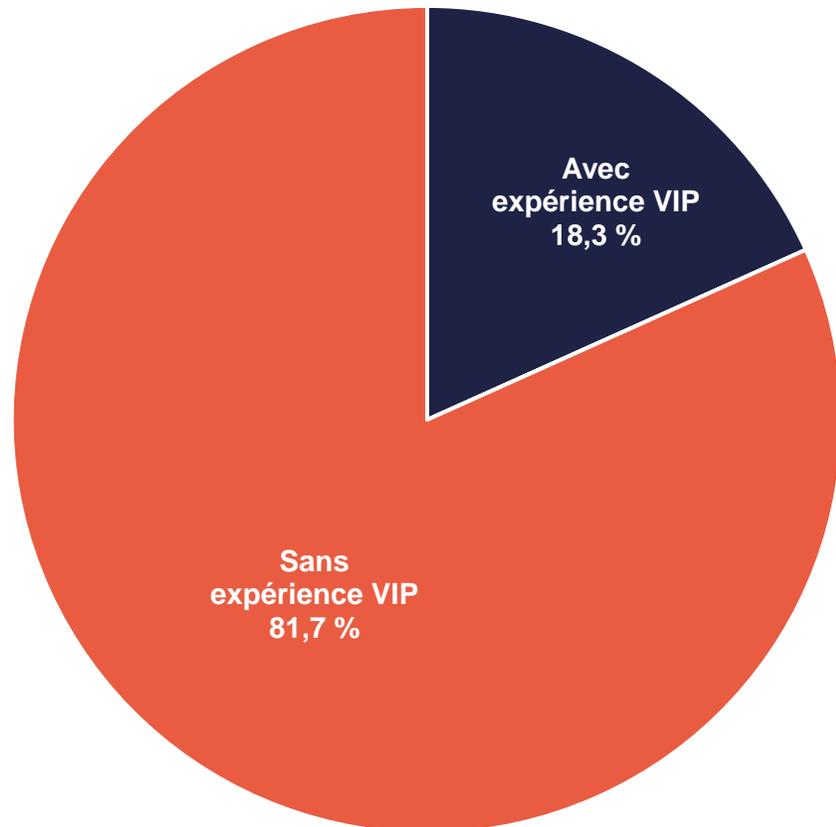
\* Les catégories comptant moins de trois événements sont exclues du tableau.



# STRATÉGIES DE TARIFICATION

## EXPÉRIENCE VIP

Représentation des événements offrant une expérience VIP



n = 115

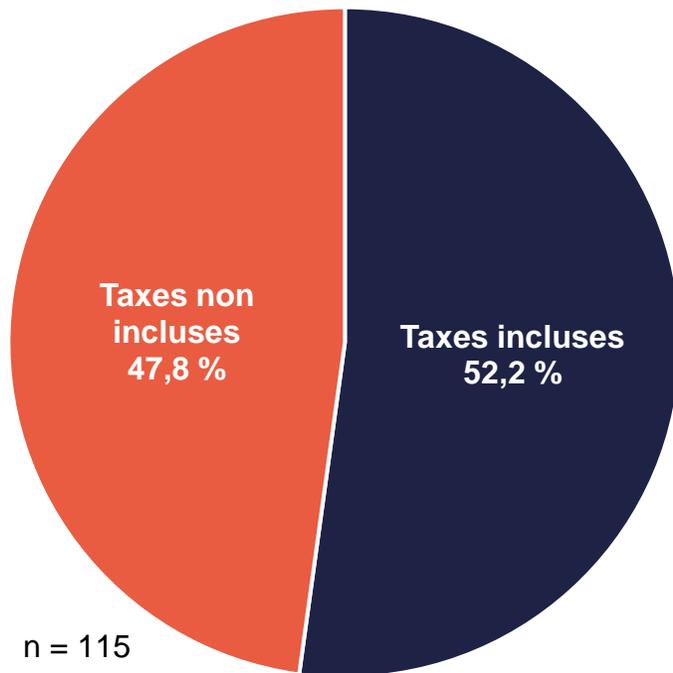
- ❖ Afin d'augmenter leurs revenus, **certains événements offrent une ou des expériences VIP à leurs festivaliers**. Plutôt que d'offrir un prix réduit, cette stratégie consiste à ajouter de la valeur à l'expérience initialement offerte afin de demander un prix plus élevé que le prix régulier.
- ❖ Parmi les valeurs ajoutées recensées sur les sites Internet des événements consultés, soulignons les suivants :
  - **sièges réservés près de la scène;**
  - **nourriture et quantité fixe de consommations gratuites;**
  - **bar, toilette ou espace privés;**
  - **cadeau.**
- ❖ **Nous estimons à 18,3 % la proportion d'événements avec entrée payante qui proposent une telle expérience, pour une tarification moyenne de 241,11 \$.** Les événements de type musicaux sont plus nombreux à offrir des expériences VIP (31 % d'entre eux).



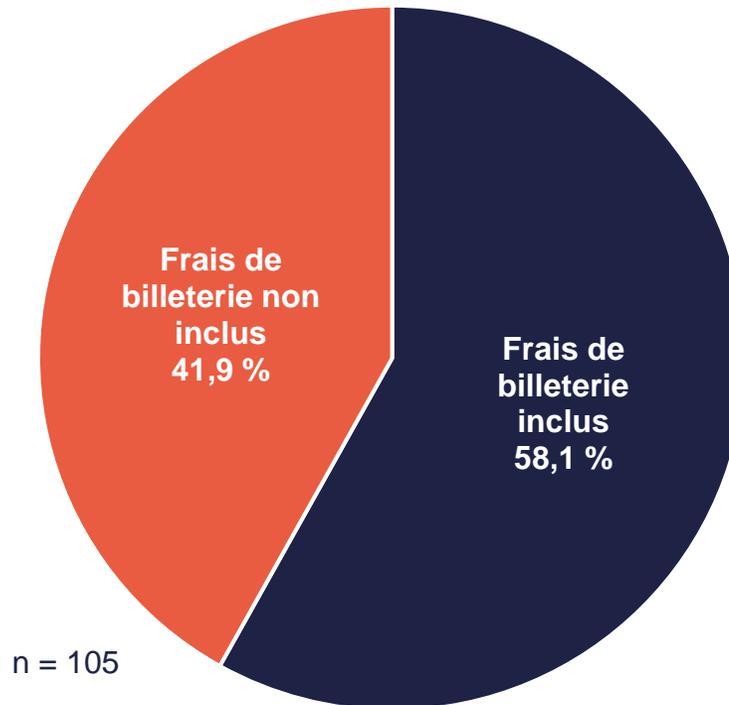
# STRATÉGIES DE TARIFICATION

## INCLUSION DES TAXES ET AJOUT DE FRAIS DE BILLETTERIE

Représentation de l'inclusion des taxes dans le tarif des événements



Représentation de l'inclusion des frais de billetterie dans le tarif des événements



- ❖ Parmi les événements qui comportent un tarif d'admission, **un peu plus de la moitié affiche leur tarif en y incluant les taxes (52,2 %).**
- ❖ Avec l'utilisation de plus en plus courante de la billetterie en ligne ou des services de billetteries privés, il n'est pas rare que **des frais de billetterie s'ajoutent au tarif d'admission. C'est le cas de 58,1 % des événements pour lesquels cette option pouvait s'appliquer.**

## Partie 3

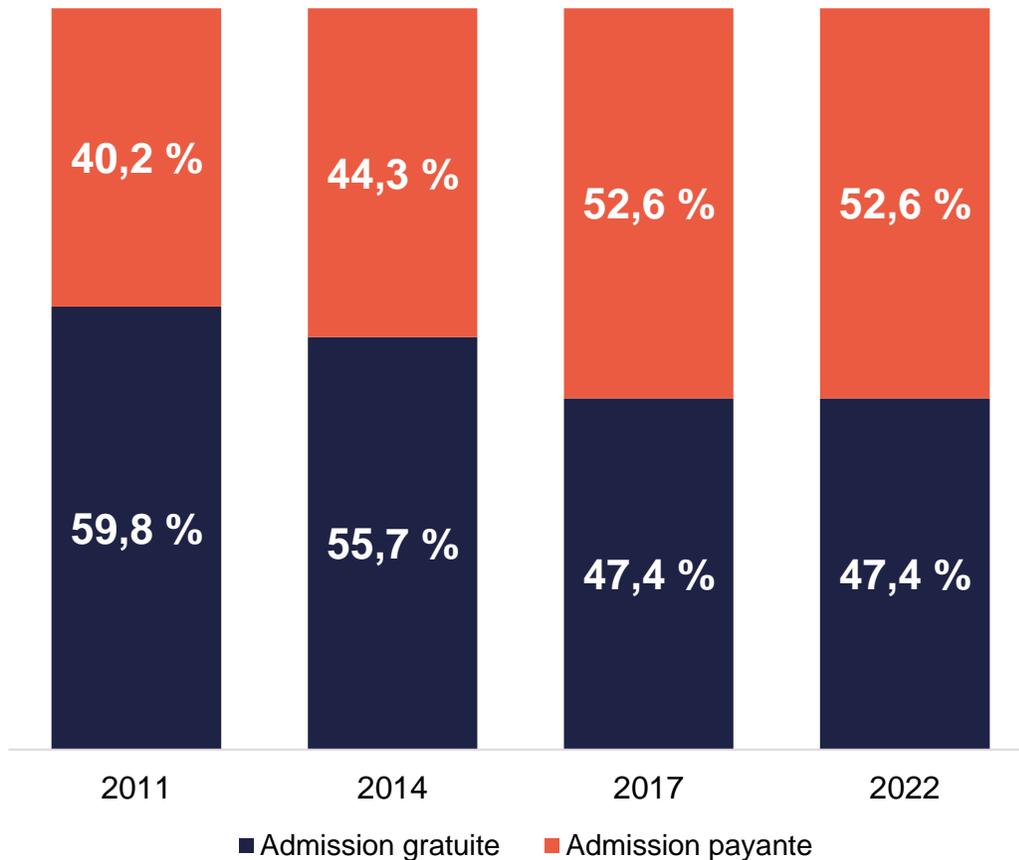
**Évolution  
des pratiques tarifaires**  
entre 2011 et 2022



# ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES

## POLITIQUE D'ACCÈS — TARIF D'ADMISSION

### Variation dans le temps des pratiques tarifaires



n = 97

**La proportion d'événements membres dont l'admission est gratuite montre une tendance à la baisse depuis 2011.**

Alors qu'ils étaient majoritaires lors des deux premières études (2011 et 2014), la situation s'est inversée depuis 2017.



# ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES

## POLITIQUE D'ACCÈS — NIVEAU D'ACCESSIBILITÉ

### Variation des proportions des tarifs d'entrée et des tarifs d'activités

2022	Activités		
	Gratuites	Payantes	
Entrée	Gratuite	12,4 %	35,1 %
	Payante	32,0 %	20,6 %
2017	Activités		
	Gratuites	Payantes	
Entrée	Gratuite	16,5 %	30,9 %
	Payante	39,2 %	13,4 %
2014	Activités		
	Gratuites	Payantes	
Entrée	Gratuite	12,4 %	43,3 %
	Payante	25,8 %	18,6 %
2011	Activités		
	Gratuites	Payantes	
Entrée	Gratuite	14,4 %	45,4 %
	Payante	17,5 %	22,7 %

n = 97

- ❖ Par rapport à 2017, le portrait des pratiques tarifaires a quelque peu varié. **Le pourcentage d'événements entièrement gratuits est en baisse**, revenant ainsi à la proportion enregistrée en 2014, alors que le pourcentage d'événements entièrement payants (admission et activités payantes) est en hausse, retournant également au seuil observé en 2014.
- ❖ Pour les événements avec tarification mixte, on observe deux tendances : **ceux avec admission payante dont les activités sont incluses sont en hausse depuis 2011, alors que ceux avec admission gratuite dont les activités sont payantes montrent une tendance à la baisse pour la même période.**
- ❖ Les résultats de notre sondage mené auprès de la population québécoise (diapositive 45) indiquent qu'une majorité de personnes répondantes ont une préférence pour un prix plus élevé, mais donnant accès à l'ensemble des activités.

# ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES

## POLITIQUE D'ACCÈS — NIVEAU D'ACCESSIBILITÉ

**Le taux d'accroissement annuel moyen pour l'ensemble des groupes d'âge à l'étude se situe au-dessus du taux d'inflation annuel moyen durant cette période (2,2 %\*\*), particulièrement pour les enfants de 12 ans et moins.**

### Variation dans le temps des tarifs d'admission par tranche d'âge

n = 97	Tarif moyen				Variation 2011-2022 (%)
	2022	2017	2014	2011	
5 ans et moins	5,01 \$	5,16 \$	1,33 \$	0,80 \$	18,1 %
6 à 12 ans	7,36 \$	7,05 \$	3,08 \$	2,51 \$	10,3 %
Adolescent/étudiant*	23,59 \$	17,64 \$	13,89 \$	12,16 \$	6,2 %
Adulte	25,51 \$	20,71 \$	18,17 \$	14,20 \$	5,5 %
Aîné	25,30 \$	20,16 \$	15,50 \$	14,21 \$	5,4 %

Tarif d'admission sans les taxes

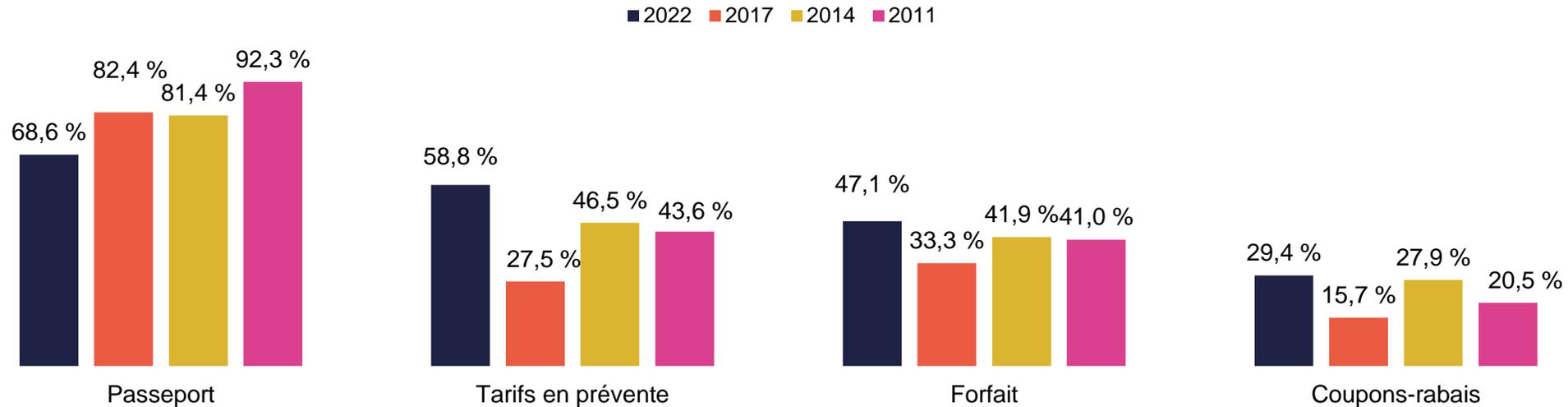
\* Pour des fins de comparabilité avec les études précédentes, le tarif adolescent/étudiant a été recalculé en utilisant la moyenne des deux groupes.

\*\* Le taux d'inflation annuel moyen a été calculé le 26 septembre 2022, à partir de la feuille de calcul de la Banque du Canada, accessible sur le site Internet suivant : <http://www.banqueducanada.ca/taux/renseignements-complementaires/feuille-de-calcul-de-linflation/>.

# ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES

## STRATÉGIES DE PROMOTION DES VENTES

Variation de la répartition des stratégies de promotion adoptées par les événements



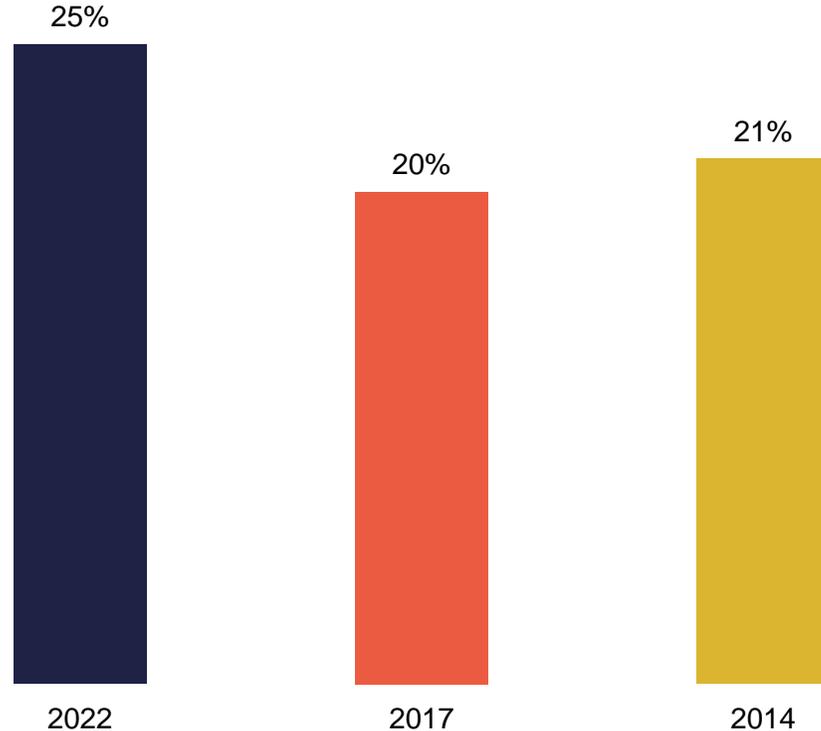
- > Entre 2011 et 2022, le portrait de l'utilisation des stratégies de promotion des ventes chez les événements qui exigeaient des frais d'admission dans leur année respective a peu varié. **Le passeport et le tarif en prévente demeurent les stratégies les plus utilisées.**
- > Cependant, on remarque qu'au fil du temps, **l'utilisation du passeport est en baisse, alors que le tarif en prévente constitue une stratégie de plus en plus adoptée par les événements.** L'utilisation du forfait et des coupons-rabais sont également en hausse depuis 2011, traduisant le recours à un plus grand nombre de stratégies de promotion des ventes par les événements.



# ÉVOLUTION DES PRATIQUES TARIFAIRES

## EXPÉRIENCE VIP

Proportion d'événements qui proposent une expérience VIP



**L'offre d'une expérience VIP  
gagne en popularité auprès des  
événements exigeant des frais  
d'admission dans leur année  
respective.**

Ce pourcentage d'utilisation demeure toutefois modeste en comparaison avec les stratégies de promotion de vente présentées au graphique précédent.

## Partie 4

### Jeu de l'offre et de la demande

Comparaison entre les tarifs  
offerts et la volonté de payer  
des consommateurs au Québec

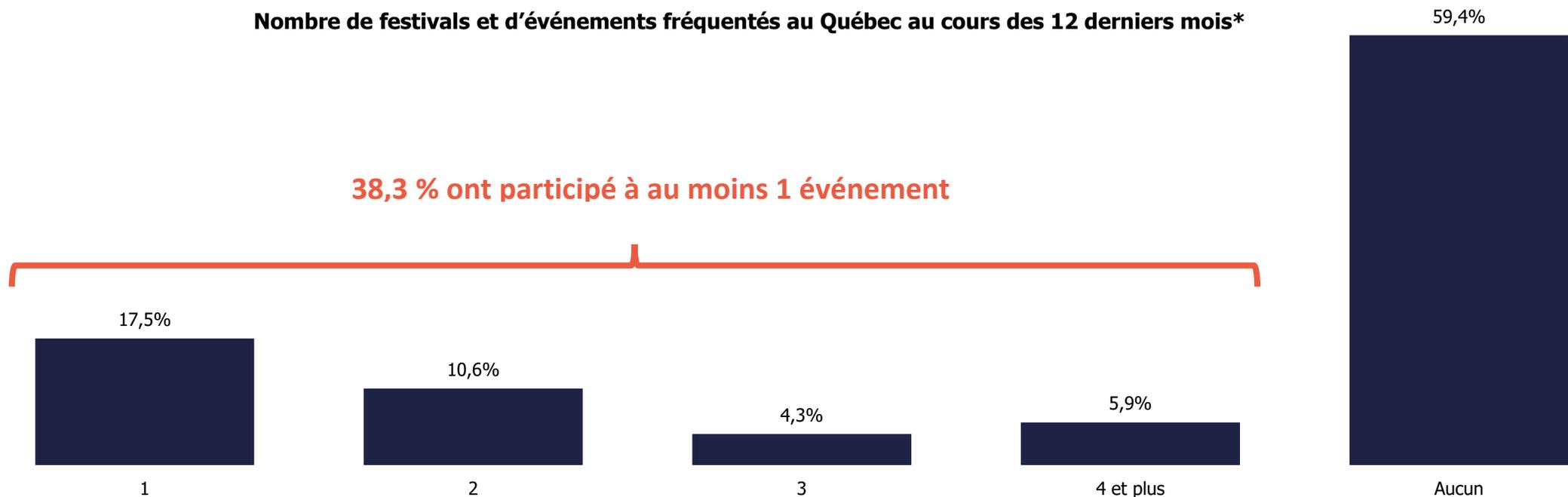


# PARTICIPATION DES QUÉBÉCOIS AUX ÉVÉNEMENTS QUELQUES STATISTIQUES

Avant de présenter les statistiques sur la volonté de payer des consommateurs de festivals et d'événements, estimée à l'aide du sondage réalisé auprès de la population québécoise, il est intéressant d'examiner leurs habitudes en matière de participation à ces événements.

**60 % de la population québécoise n'a pas participé à des événements ou festivals au cours de la dernière année.\*\***

Nombre de festivals et d'événements fréquentés au Québec au cours des 12 derniers mois\*



\* Sont exclues des statistiques la population québécoise qui ne fréquente jamais d'événement et celle ayant indiqué ne pas connaître sa participation aux événements au cours des 12 derniers mois.

\*\* Il est à noter que la période visée par cette question (juin 2021 à juin 2022) inclut des moments où des mesures sanitaires étaient en vigueur, ce qui peut avoir pour effet de réduire les fréquences, voire de gonfler le pourcentage de personnes ayant répondu « aucun ».

# PRATIQUES TARIFAIRES

## PRÉFÉRENCES DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS

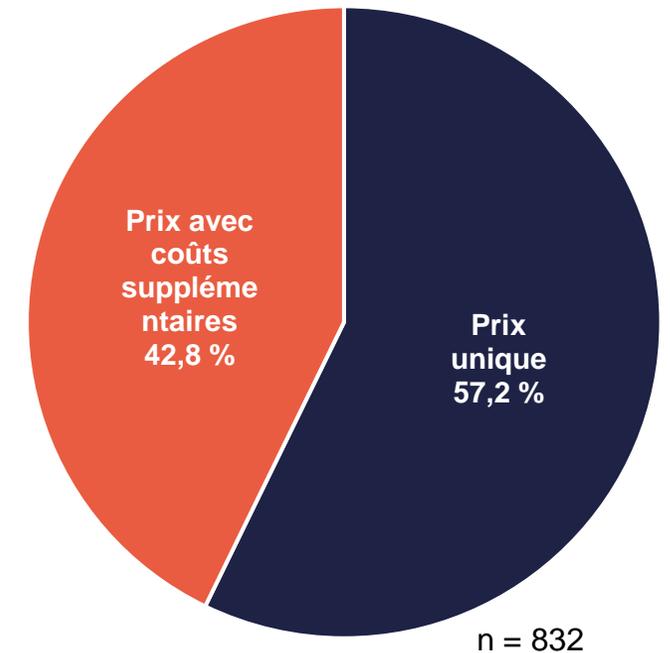
Nous avons demandé à la population québécoise qui fréquente les festivals et les événements culturels, de divertissement ou sportifs d'indiquer sa préférence entre les deux options de tarification suivantes :

- (1) un prix d'entrée général pouvant être un peu plus élevé, mais donnant accès à toutes les activités,
- (2) un prix d'entrée général plus bas, mais avec des coûts supplémentaires permettant de participer à certains spectacles ou activités.

**57,2 %, les répondants ont affirmé privilégier l'option comportant un prix d'entrée plus élevé, mais donnant accès à l'ensemble des activités pour participer à un événement culturel, de divertissement ou sportif.**

Ces résultats démontrent une continuité avec ceux des études de 2011, 2014 et 2017 dans lesquelles la préférence des consommateurs québécois va vers un prix légèrement plus élevé, mais unique. Rappelons que 32,8 % des événements offrent un tarif d'admission sans frais supplémentaires pour des activités ou services et 34,4 % ne comportent aucun tarif d'admission, mais proposent des activités payantes.

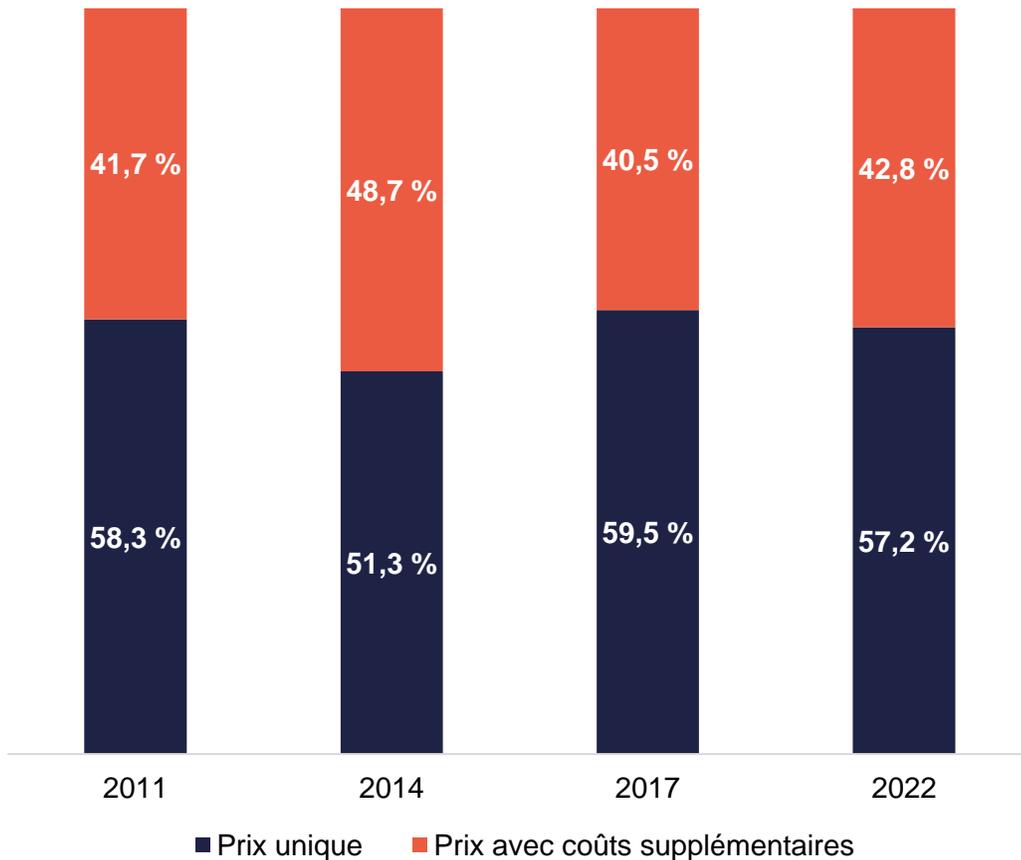
Représentation de la préférence de tarification pour les festivals et événements





# PRATIQUES TARIFAIRES PRÉFÉRENCES DES CONSOMMATEURS QUÉBÉCOIS

Représentation de la préférence de tarification pour les festivals et événements



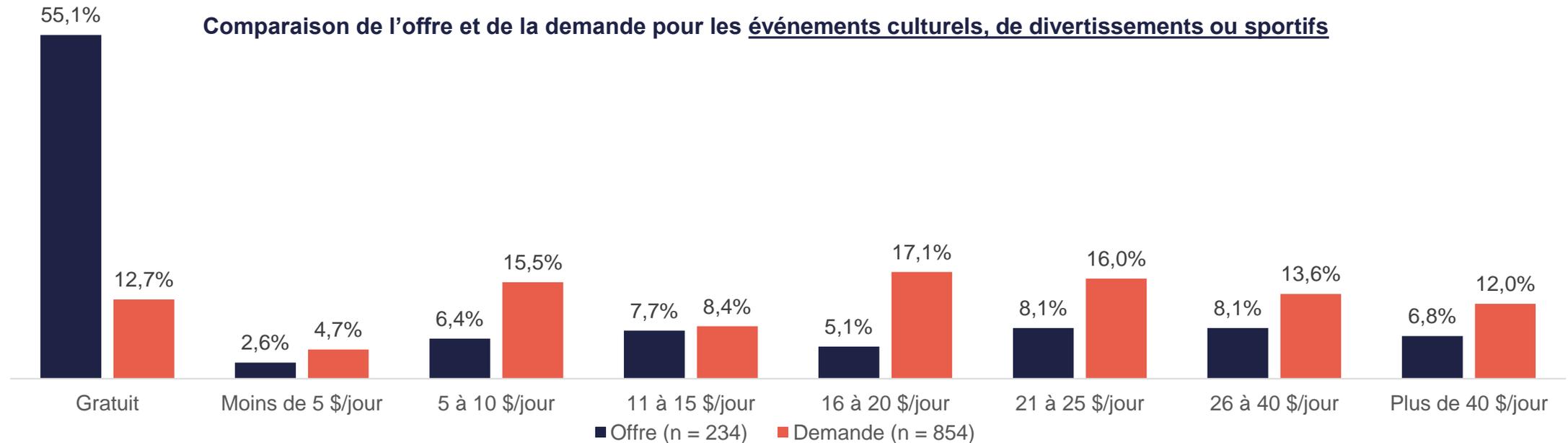
**Le prix unique des festivals et événements est la préférence pour les québécois.**

Le graphique ci-contre montre la tendance au fil des études en ce qui a trait à la préférence des consommateurs québécois sur le plan de la tarification des événements. On voit que, exception faite de l'année 2014, le pourcentage des répondants en faveur d'un prix unique donnant accès à toutes les activités et spectacles se maintient entre 57 % et 60 %.

# PRIX MAXIMUM

## ÉVÉNEMENT CULTUREL, DE DIVERTISSEMENT OU SPORTIF

La tarification actuelle des événements en matière de prix d'admission est inférieure à la volonté de payer des consommateurs québécois\*. En effet, il existe une forte proportion d'événements avec admission gratuite (55,1 %), alors que peu de consommateurs ont mentionné désirer la gratuité pour y participer (12,7 %). Mentionnons toutefois que **65 % des événements offrant une admission gratuite comptent des activités payantes, rejoignant peut-être ainsi la volonté de payer de la population québécoise**. Également, 57 % des consommateurs québécois sont prêts à payer entre 5 \$ et 25 \$ pour participer à un événement culturel, de divertissement ou sportif, tandis que seulement 27,3 % des événements exigent un tel tarif.



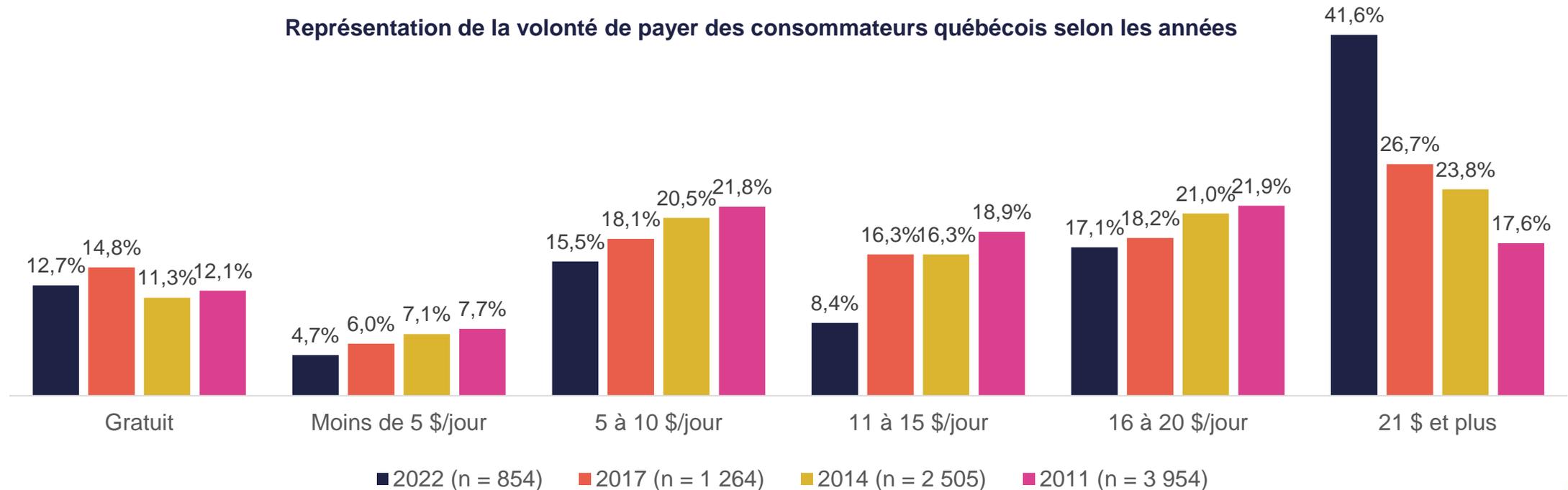
\* Sont exclues des statistiques la population québécoise qui ne fréquente jamais d'événements et celle qui a indiqué ne pas connaître sa participation aux événements au cours des 12 derniers mois.

# PRIX MAXIMUM

## ÉVÉNEMENT CULTUREL, DE DIVERTISSEMENT OU SPORTIF

En comparaison avec 2011, **les consommateurs québécois sont beaucoup plus nombreux à accepter de payer plus de 20 \$ par jour pour participer à un événement**. Cette augmentation **s'explique en partie par la hausse du taux d'inflation**, en particulier entre 2017 et 2022. La proportion de ceux qui recherchent la gratuité demeure quant à elle assez stable (autour de 12 %).

Représentation de la volonté de payer des consommateurs québécois selon les années



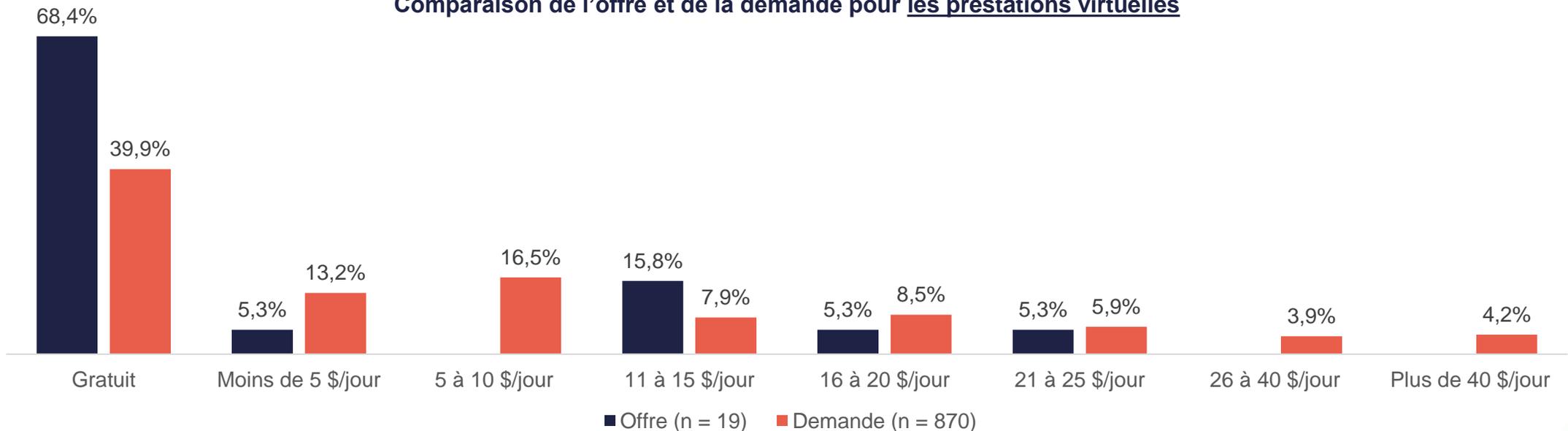
\* Sont exclus des statistiques les Québécois qui ne fréquentent jamais d'événements et ceux qui ont indiqué ne pas connaître leur participation au cours des 12 derniers mois.

# PRIX MAXIMUM

## ASSISTER VIRTUELLEMENT À UN FESTIVAL OU UN ÉVÉNEMENT AU QUÉBEC

En nouveauté dans la présente étude, nous avons analysé la tarification des prestations virtuelles. Quelques événements de notre échantillon proposent des prestations ou des activités en mode virtuel, et une grande partie d'entre eux (68,4 %) offrent un accès gratuit à ces prestations. Pourtant, dans le cadre du sondage auprès de la population québécoise, **une certaine proportion des répondants ont indiqué être prêts à payer pour des prestations virtuelles**. Bien que 39,9 % des répondants s'attendent à la gratuité, **46,1 % se disent prêts à payer 20 \$ ou moins** (excluant la gratuité) et 14 % plus de 20 \$.

Comparaison de l'offre et de la demande pour les prestations virtuelles



Sont exclus ceux qui ne fréquentent pas les événements au Québec et ceux qui ayant répondu « ne sais pas », soit 13 % des répondants.

# UTILISATION DES PROMOTIONS LORS DE LA PARTICIPATION À UN ÉVÉNEMENT PAYANT

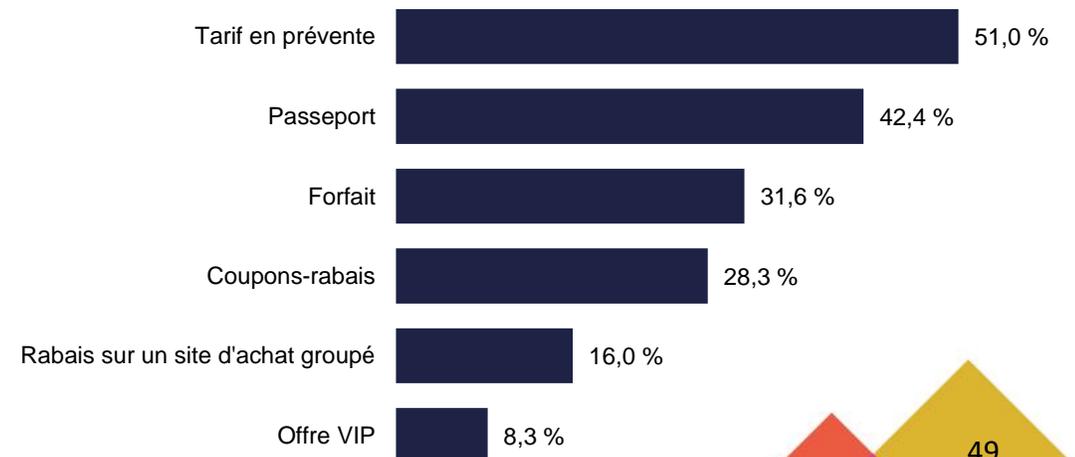
**54,7 % des festivaliers utilisent des promotions lors de leur participation à un événement culturel, de divertissement ou sportif au Québec.**

- ❖ Le tarif en prévente, le passeport et le forfait sont les promotions les plus utilisées.
- ❖ Comme mentionné dans la partie 2, le passeport, les tarifs en prévente et les forfaits autres que le passeport sont, respectivement, les stratégies tarifaires les plus utilisées par les événements membres d'ÉAQ.

Utilisation de promotion lors de la participation à un événement payant au Québec



Promotions utilisées chez ceux ayant mentionné en avoir fait usage (plus d'un choix possible)



# Annexe I

## Méthodologie



**Les résultats de l'étude 2022 proviennent de diverses sources de données :**

- ❖ **Une compilation des pratiques de tarification des événements membres d'ÉAQ pour l'année 2022**, effectuée à partir de l'information accessible sur leur site Internet et leur page Facebook, de même que par une sollicitation par courriel et par téléphone, lorsque des précisions étaient nécessaires. La cueillette de données a été réalisée par le service de recherche et intelligence d'affaires d'ÉAQ, de juin à septembre 2022. Les informations recueillies ont permis de tracer le portrait des pratiques tarifaires de 244 événements.
- ❖ **Un sondage Web**, réalisé du 21 au 29 juin 2022, par Segma Recherche pour le compte d'ÉAQ auprès de 1 000 Québécois et Québécoises âgés de 18 ans et plus. L'objectif de ce sondage était d'évaluer la volonté de payer pour participer à différentes activités touristiques de la part des répondants.
- ❖ **Les résultats et les données des études de la tarification des événements de 2011, 2014 et 2017** ont été utilisés pour l'analyse de l'évolution des pratiques tarifaires. Cette analyse permet de comparer l'évolution de la tarification au fil des ans. Pour y arriver, un échantillon comparable est nécessaire, c'est-à-dire des informations au sujet d'un même groupe d'événements, pour les quatre années. L'échantillon que nous sommes parvenus à constituer compte 97 événements membres d'ÉAQ. Cette façon de faire permet d'assurer la comparabilité des résultats.

Pour la réalisation de l'analyse comparative de l'offre et de la demande, nous avons comparé les tarifications des événements avec la volonté de payer pour les événements par la population québécoise. La volonté de payer a été évaluée en posant la question suivante dans le cadre d'un sondage Web :

*En 2022, veuillez nous indiquer le prix maximum moyen par jour pour un adulte que vous seriez prêt(e) à déboursier pour participer à un festival ou un événement au Québec.*

Une question filtre a préalablement été posée afin que cette question ne soit adressée qu'à des personnes qui participent à des événements au Québec.



En nouveauté cette année, nous avons demandé aux Québécois et Québécoise le prix maximum moyen qu'ils étaient prêts à payer pour assister virtuellement à un festival ou un événement au Québec.

# Annexe II

## Profil des échantillons



# PROFIL DES ÉVÉNEMENTS PAR RÉGION ET PAR BUDGET

Regroupement régionaux	% d'événements
Montréal	18,4 %
Québec	11,1 %
Régions périphériques	17,2 %
Régions intermédiaires	33,2 %
Régions éloignées	20,1 %

Budget de fonctionnement	% d'événements
Moins de 50 000 \$	6,2 %
50 000 \$ à 99 999 \$	10,4 %
100 000 \$ à 299 999 \$	25,3 %
300 000 \$ à 499 999 \$	14,1 %
500 000 \$ à 999 999 \$	17,8 %
1 M\$ à 4,99 M\$	20,7 %
5 M\$ et plus	5,4 %

- ❖ Événements Attractions Québec classe ses membres événements en fonction d'une vingtaine de catégories. Dans la présente étude, où 90 % des membres événements sont représentés, 66,4 % des événements font partie des quatre catégories suivantes : musical (26,6 %), familial et populaire (22,5 %), sportif (9,0 %), et dégustation et gastronomie (8,2 %).
- ❖ Davantage d'événements sont situés en régions intermédiaires (33,2 %) et éloignées (20,1 %).
- ❖ En ce qui concerne le chiffre d'affaires, un plus grand nombre d'entreprises opèrent avec un budget annuel de 100 000 \$ à 299 999 \$ (25,3 %) et de 1 M\$ à 4,99 M\$ (20,7 %).

Régions périphériques : Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie.

Régions intermédiaires : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Mauricie, Outaouais.

Régions éloignées : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James et Eeyou Istchee, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Saguenay-Lac-Saint-Jean.

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## ÉCHANTILLON DU SONDAGE AUPRÈS DE LA POPOPULATION QUÉBÉCOISE

Sexe	% de répondants
Homme	49,2 %
Femme	50,8 %

Groupe d'âge	% de répondants
18 à 24 ans	10,3%
25 à 34 ans	15,4%
35 à 44 ans	16,1%
45 à 54 ans	17,3%
55 à 64 ans	18,2%
65 ans et plus	22,7%

Regroupement régionaux	% de répondants
Montréal	24,9%
Québec	8,2%
Régions périphériques	42,4%
Régions intermédiaires	16,1%
Régions éloignées	8,3%

- ❖ La base de données du sondage réalisé par Segma Recherche est pondérée pour assurer une représentativité des résultats vis-à-vis de la population québécoise. Nous constatons donc une bonne répartition des répondants selon le sexe, l'âge et la région.
- ❖ 58,2 % des répondants ont 45 ans ou plus.
- ❖ Les répondants sont nombreux à résider dans la région de Montréal (24,9 %), les régions périphériques (42,4 %), dont principalement la Montérégie, et les régions intermédiaires (16,1 %), dont principalement les Cantons-de-l'Est et la Mauricie.

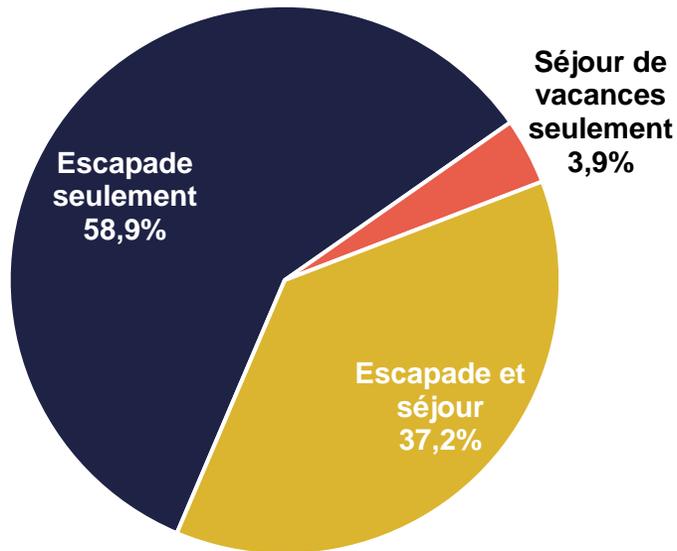
Régions périphériques : Chaudière-Appalaches, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montérégie.

Régions intermédiaires : Cantons-de-l'Est, Centre-du-Québec, Charlevoix, Mauricie, Outaouais.

Régions éloignées : Abitibi-Témiscamingue, Baie-James et Eeyou Istchee, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Saguenay-Lac-Saint-Jean.

**51,3 %** des répondants ont effectué un séjour touristique au Québec au cours des 24 derniers mois

Type de séjour touristique réalisé au Québec au cours des 24 derniers mois



**Escapade** : définie comme un court séjour à des fins d'agrément comprenant de une à trois nuits à l'extérieur du domicile principal.

**Séjour de vacances** : peut être défini comme des vacances à des fins d'agrément comprenant quatre nuits ou plus à l'extérieur du domicile principal. Les voyages dont le but principal concerne les affaires ou une visite à sa propre résidence secondaire sont exclus.

- ❖ Les résultats du sondage effectué auprès de la population québécoise indiquent que **plus de la moitié des répondants ont mentionné avoir fait un séjour touristique au Québec au cours des 24 derniers mois.**
- ❖ Lorsque questionnées sur le type de séjour effectué, **58,9 % de ces personnes mentionnent l'escapade (entre une et trois nuits), 3,9 % répondent le séjour de vacances (quatre nuits ou plus) et 37,2 % les deux types.**
- ❖ Lorsque questionnés sur les régions visitées lors de ces séjours, 41,3 % mentionnent les régions intermédiaires, notamment Charlevoix et les Cantons-de-l'Est et plus du tiers, la région de Québec.

Régions visitées	% des voyageurs
Montréal	8,7 %
Québec	34,8 %
Régions périphériques	32,0 %
Régions intermédiaires	41,3 %
Régions éloignées	31,0 %



Événements  
Attractions  
Québec

7665, Boulevard Lacordaire, Montréal, Qc, H1S 2A7  
[www.evenementsattractions.quebec](http://www.evenementsattractions.quebec)

SABIAN

