

ÉTUDE SUR LES PUBLICS
DU FILM AU QUÉBEC

PORTRAIT DES **PUBLICS**
ET DES **NON-PUBLICS**
DES **SALLES** DE **CINÉMA**
ET DU **FILM QUÉBÉCOIS**

DUBOIS TÉTU
CONSULTANTS CULTURELS

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Janvier 2026

Équipe de réalisation de l'étude

Sophie Dubois-Paradis, consultante responsable de l'étude

Martin Tétu, consultant

Alain Garneau, révision linguistique

Jean-Christophe Gagnon, recherche

Louis-Philippe Blanchet, base de données

Margot Charette, cartographie

Marie-Ève Lavoie, documentation

Sophie Benmouyal, graphisme

Sophie Lalonde-Sauvé, graphisme

Comité d'accompagnement

Annie Provencher, Association québécoise de la production médiatique

Benjamin Hogue, Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec

Denis Hurtubise, Association des propriétaires de cinémas du Québec

Jeanne-Marie Poulain, Union des producteurs et productrices du cinéma québécois

Stéphanie Demers, Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec

Alexandre Hurtubise, coordonnateur



SOMMAIRE EXÉCUTIF

UNE ÉTUDE SUR LES PUBLICS ET LES NON-PUBLICS DU FILM AU QUÉBEC

L'Association des propriétaires de cinémas du Québec (APCQ), l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM), le Regroupement des distributeurs indépendants de films du Québec (RDIFQ), l'Union des producteurs et des productrices du cinéma québécois (UPPCQ) et Aime ton cinéma, grâce au soutien de la Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), a mandaté la firme Dubois-Tétu pour la réalisation d'une étude portant sur les publics des salles de cinéma et du film québécois.

Cette étude porte principalement sur les publics et les non-publics du film en salle au Québec. Elle se base sur une enquête quantitative menée entre le 5 novembre et le 9 décembre 2024 ayant récolté **6 211 répondants** âgés de 18 ans et plus provenant de toutes les régions du Québec, de même que sur une analyse de segments des publics, des coups de sonde au public jeunesse, des groupes de discussion, de la cartographie et une revue de la littérature.

Ce sommaire présente certains résultats de l'étude complète disponible au lien suivant : ETUDECINEMAQUEBEC.CA

LES SECTIONS DU SOMMAIRE

- 6 LE PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC
- 16 LE NON-PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC
- 21 LE PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE
- 25 LE NON-PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE
- 27 LA SEGMENTATION DES PUBLICS
- 29 EN CONCLUSION
- 30 LA MÉTHODOLOGIE

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE

Une part de 56 % des Québécois francophones âgés de 18 ans et plus ont vu au moins un film en salle au cours des 12 derniers mois.

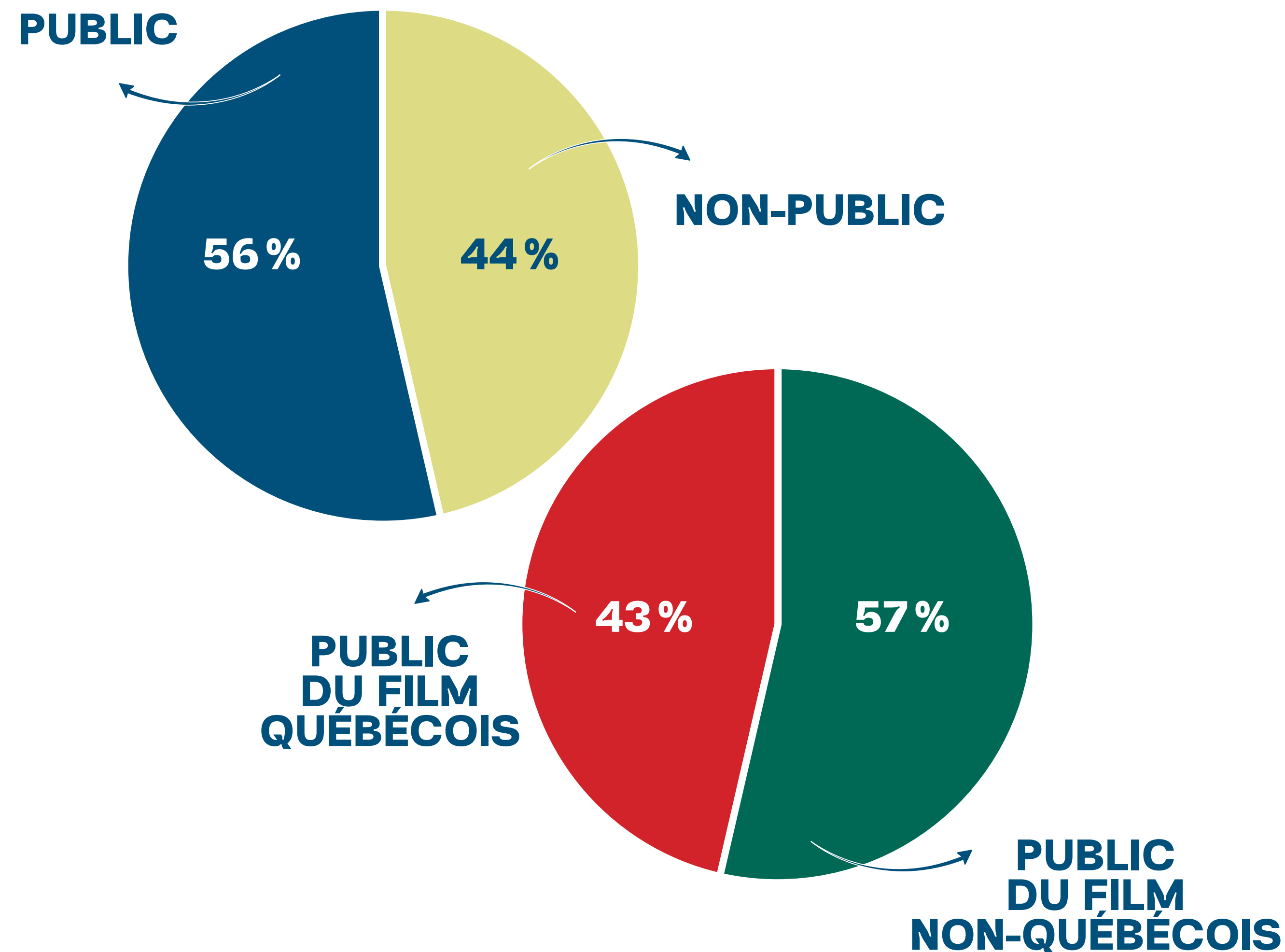
Le public des films québécois en salle de cinéma est nombreux : 43 % du public a vu un film québécois en salle au cours des 12 derniers mois.

Une partie de la demande du public pour les films n'est pas satisfaite : 80 % du public souhaiterait voir davantage de films au cinéma que ce qu'il voit en ce moment.

Le public assidu constitue une part essentielle de l'achalandage des salles au Québec : 19 % du public le plus assidu compose 50 % de l'assistance annuelle totale.

Il existe une demande pour le film québécois jeunesse auprès des familles répondantes.

Six méthodes de recherche ont été utilisées pour rejoindre les publics et les non-publics : un questionnaire administré en ligne via un panel Web, une analyse de segments de public, des coups de sonde éclair, des groupes de discussion, de la cartographie ainsi qu'une revue de la littérature.



LE **PUBLIC**
DU **FILM** EN **SALLE**
AU **QUÉBEC**

LE PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

Les jeunes âgés de 18 à 29 ans sont la tranche d'âge où l'on retrouve le plus de public (78 %).

Près de la moitié du public apprécie tous les types de films (46 %).

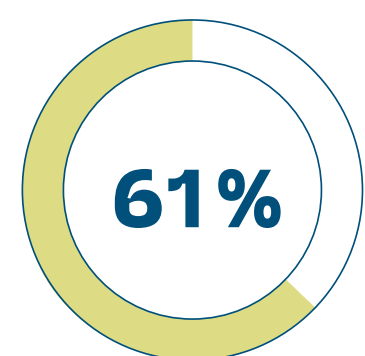
La comédie et l'action sont les genres préférés du public. L'âge influence les préférences de genres de films.

Les principaux freins à voir plus de films pour le public sont le prix (56 %), le manque d'intérêt pour les films (32 %) et le manque de temps (28 %).

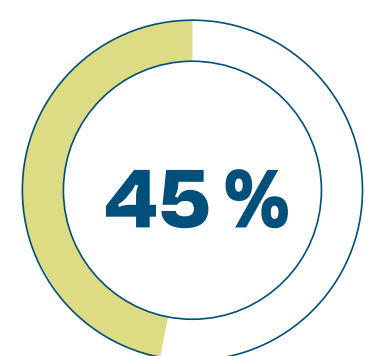
Le public assidu compose une part importante de l'assistance en salle, 19 % du public représente 50 % de l'assistance annuelle totale.

Dans les coups de sonde éclair, 80 % du public souhaiterait voir plus de films jeunesse en salle que ceux qu'ils voient en ce moment.

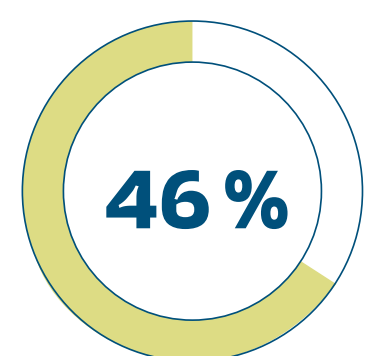
LES CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC DU FILM EN SALLE



des répondants aux coups de sonde ont vu au moins un film jeunesse québécois dans la dernière année



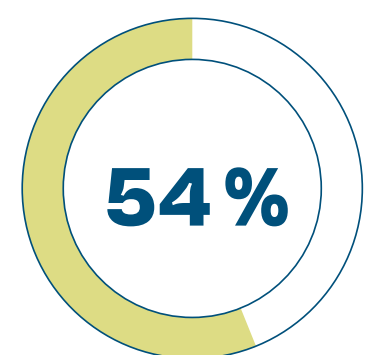
des sorties en salle sont des sorties de couple.



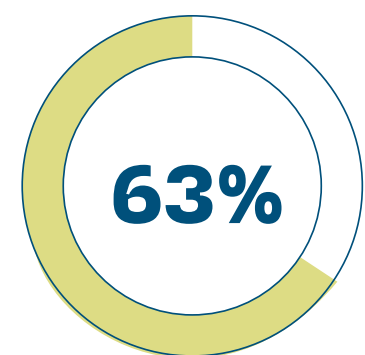
du public apprécie tous les types de films (grand public et de répertoire)

3.4

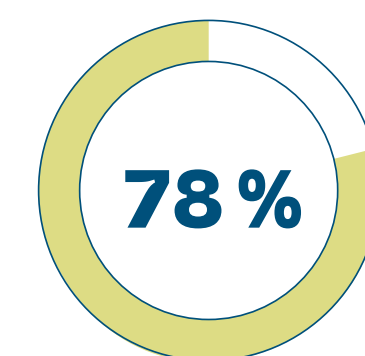
nombre moyen de films vus en salle au cours des 12 derniers mois par le public.



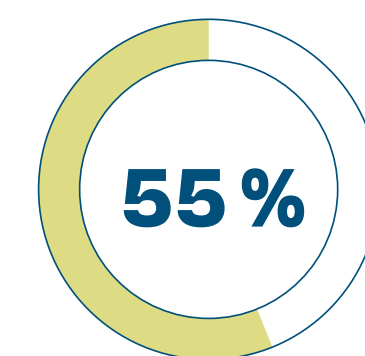
du public a fréquenté le même cinéma au cour de la dernière année.



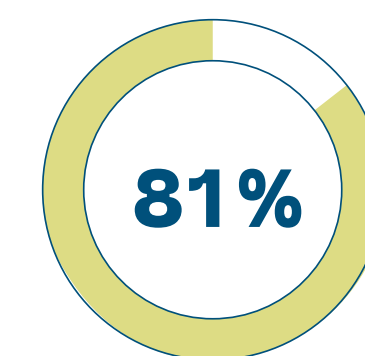
du public ayant des enfants a vu un film en salle au cours des 12 derniers mois, soit davantage que la moyenne de 56 %.



des jeunes agés de 18 à 29 ans ont vu au moins un film dans la dernière année.



du public entend parler des films qu'il va voir par le bouche-à-oreille, 50 % par des publicités en ligne et 42 % par des amis sur les réseaux sociaux.



des étudiants ont vu au moins un film au cours des 12 derniers mois

LES PRÉFÉRENCES DU PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

QUELS SONT LES FREINS ET LES INCITATIFS À VOIR PLUS DE FILMS EN SALLE POUR LE PUBLIC ?

Une part de 80 % du public aimerait voir plus de films que ceux qu'ils voient déjà. Or, il existe des freins aux sorties au cinéma, notamment le coût financier (56 %), l'intérêt pour les films à l'affiche (32 %) et le manque de temps (28 %).

En parallèle, il existe certains éléments facilitants qui feraient en sorte que le public du film en salle irait voir plus de films au cinéma. Des billets moins chers ou une promotion sur les billets (68 %) se distingue comme l'élément le plus incitant pour le public, suivi de meilleurs sièges (36 %) et de films plus adaptés aux goûts du public (33 %).

FIGURE 1. Les freins qui empêchent le public d'aller voir plus de films au cinéma

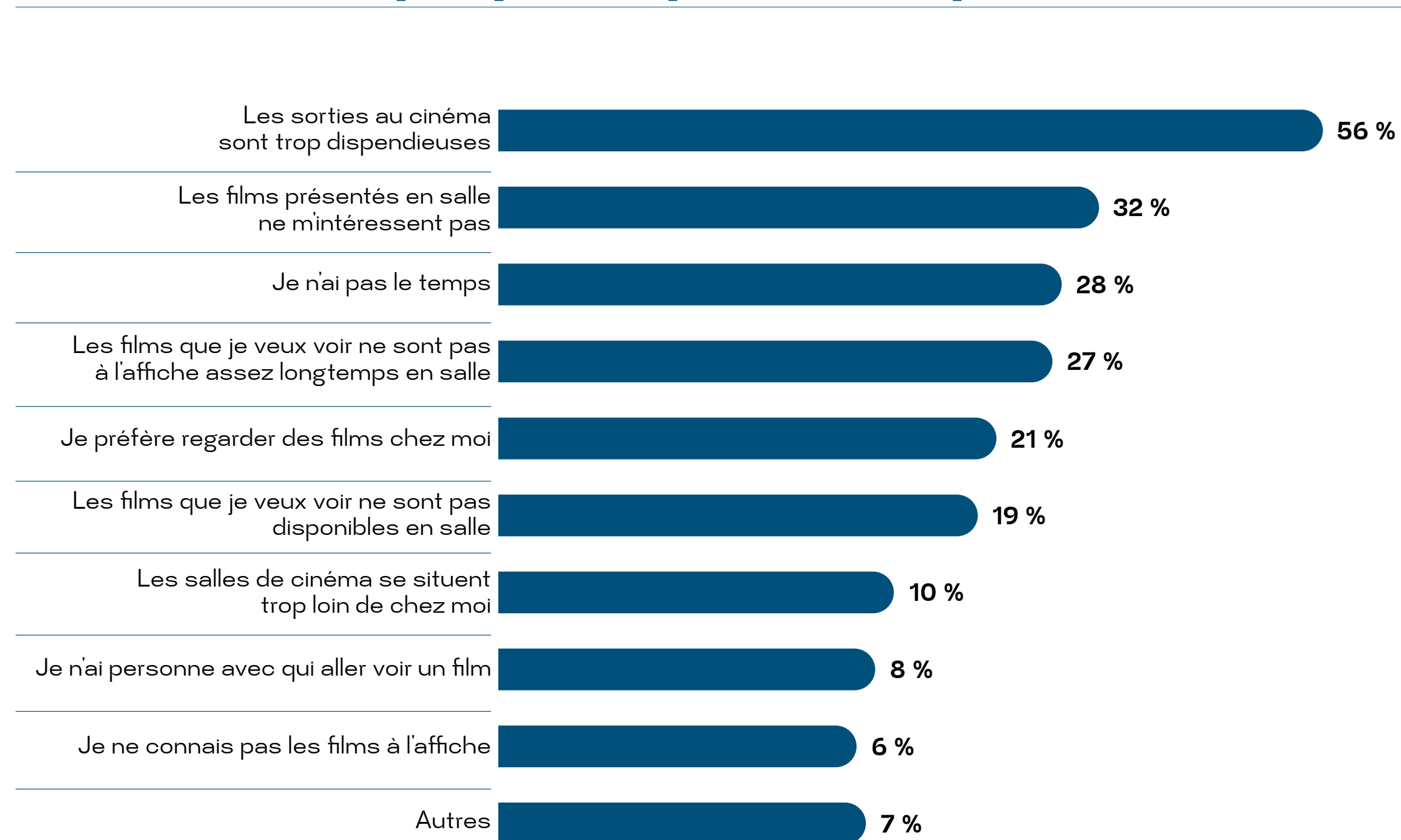


FIGURE 2. Les éléments qui feraient en sorte que le public du film en salle irait voir plus de films en salle



LES PRÉFÉRENCES DU PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

QUELS SONT LES GENRES PRÉFÉRÉS DU PUBLIC ?

L'intérêt pour les différents genres de films varie selon l'âge du public. La comédie est le genre préféré des 18 à 29 ans (80 %), alors que les 70 ans et plus apprécient davantage le drame (70 %).

Le genre est aussi une caractéristique sociodémographique qui influence en partie l'intérêt pour les films.

TABLEAU 1. Les genres de films qui attirent le plus le public du film en salle, selon l'âge et le genre du public

	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70 et +	FEMME	HOMME	TOTAL
Comédie	80 %	80 %	74 %	70 %	68 %	61 %	79 %	70 %	75 %
Action	67 %	70 %	74 %	75 %	76 %	62 %	63 %	81 %	72 %
Drame	48 %	48 %	44 %	53 %	66 %	70 %	59 %	46 %	53 %
Fantastique /science-fiction	49 %	56 %	55 %	53 %	55 %	33 %	44 %	61 %	52 %
Policier	39 %	44 %	47 %	53 %	63 %	66 %	48 %	52 %	50 %
Romance	51 %	37 %	31 %	32 %	37 %	39 %	54 %	21 %	38 %
Animation	41 %	51 %	48 %	26 %	23 %	17 %	40 %	36 %	38 %
Horreur	36 %	32 %	30 %	20 %	17 %	12 %	26 %	28 %	27 %
Documentaire	21 %	22 %	18 %	19 %	27 %	28 %	21 %	23 %	22 %
Jeunesse	21 %	31 %	24 %	15 %	16 %	13 %	26 %	18 %	22 %
Film musical	19 %	19 %	16 %	19 %	28 %	31 %	23 %	18 %	21 %

LES PRÉFÉRENCES DU PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

QUELLES SONT LES PROVENANCES ET LES LANGUES PRÉFÉRÉES DU PUBLIC ?

Le public âgé de 18 à 29 ans est en proportion un peu moins nombreux (37 %) à avoir le Québec parmi ses préférences de provenance de films que le public de 70 ans et plus (46 %). Il y a donc une légère augmentation des préférences avec l'âge du public.

On remarque que plus le public du film en salle est âgé, plus celui-ci a une préférence pour les films en français ou doublés en français. Cette préférence passe de 40 % pour le public âgé de 18 à 29 ans, à 72 % pour le public âgé de 70 ans et plus.

TABLEAU 2. Le public ayant parmi ses provenances de films préférés le Québec, selon l'âge du public

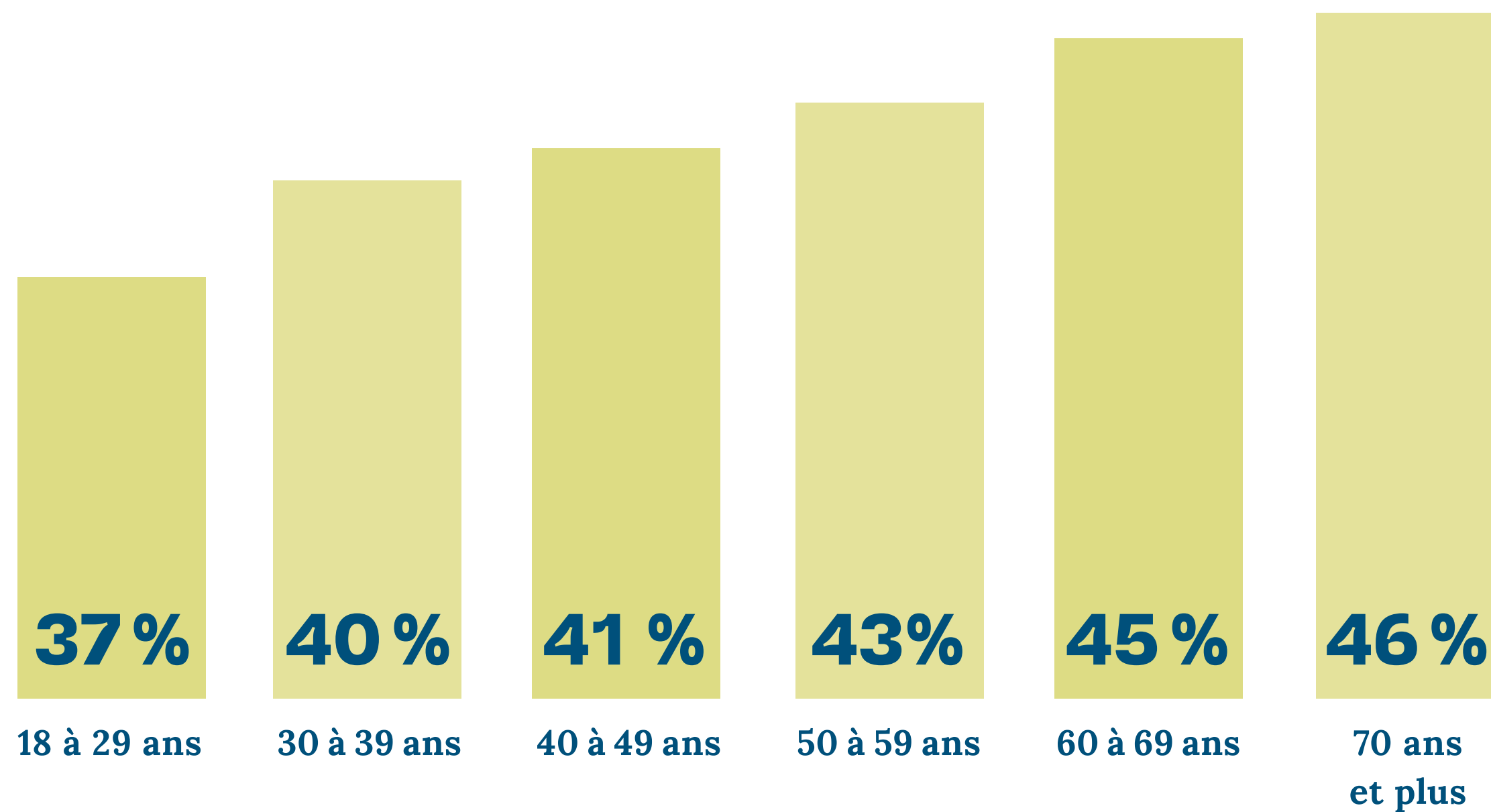


TABLEAU 3. La langue des films que le public préfère, selon l'âge du public

	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70 et +	TOTAL
Français ou doublés en français	40 %	46 %	58 %	66 %	69 %	72 %	62 %
Langue originale	43 %	41 %	31 %	25 %	24 %	19 %	49 %
Anglais ou doublés en anglais	10 %	5 %	4 %	4 %	3 %	4 %	24 %
Pas de préférence	7 %	7 %	7 %	5 %	4 %	5 %	23 %

LES PRÉFÉRENCES DU PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

QUELS SONT LES DÉTERMINANTS DES SORTIES EN SALLE POUR LE PUBLIC ?

FIGURE 3. Le niveau d'influence des facteurs qui déterminent une sortie au cinéma pour le public du cinéma en salle

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	/10
Le choix du film											8,6
L'expérience visuelle sur grand écran											7,3
L'horaire du cinéma											7,2
Le prix des billets											7,2
Le confort de la salle											7,0
L'accès à un stationnement											6,9
Les critiques du film											5,6
La possibilité de boire et de manger											5,5
L'expérience de regarder un film en commun											5,2
Un choix de film adapté pour mes enfants											4,5
L'accès en transport au cinéma											4,3

LA FRÉQUENTATION DU FILM EN SALLE

COMMENT SE RÉPARTIT L'ACHALANDAGE DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC ?

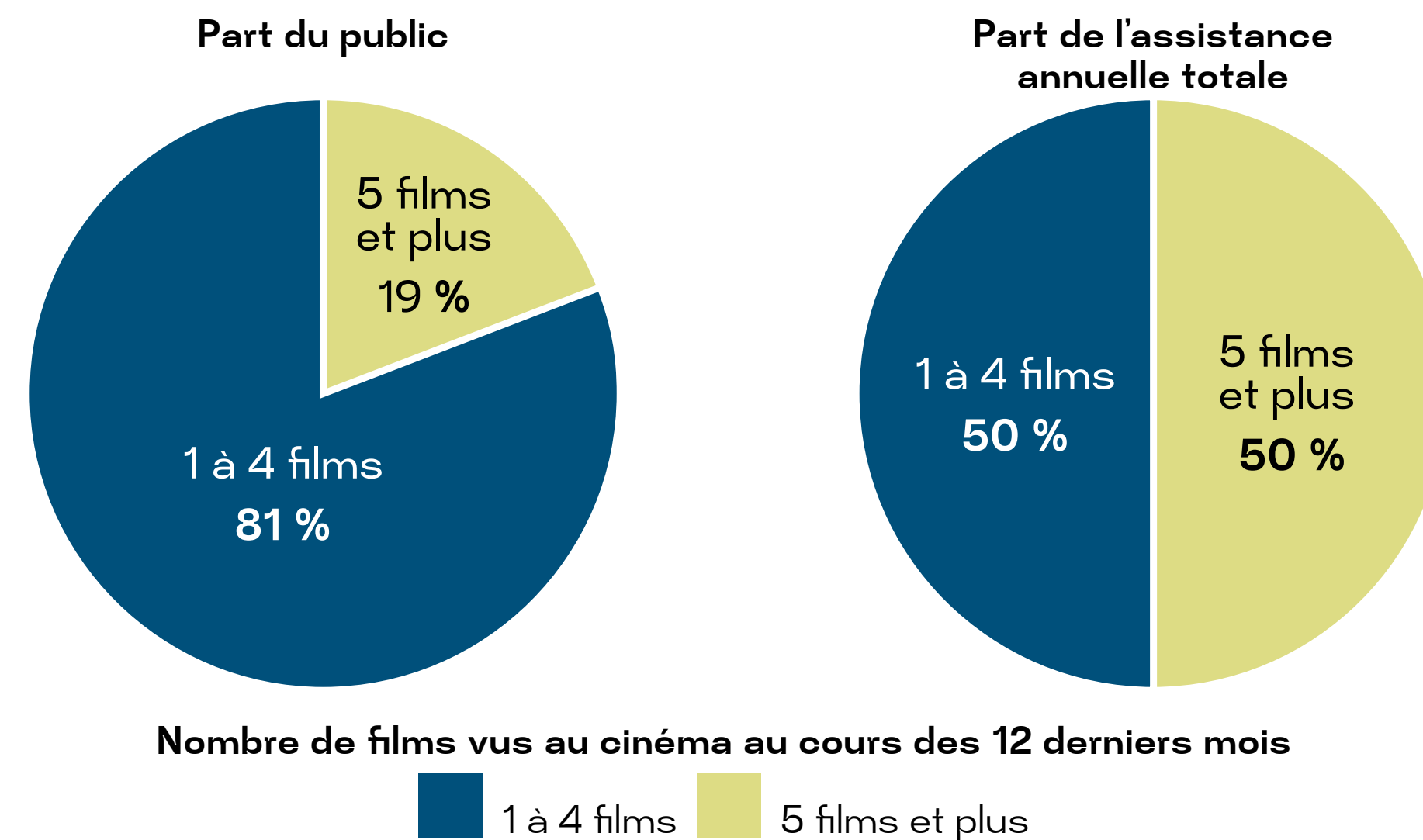
Les publics ne génèrent pas la même part d'achalandage en salle, selon leur fréquence de sorties au cinéma. Par exemple, le public ayant été à une seule reprise regarder un film en salle compose 29 % du public mais génère seulement 9 % de l'assistance annuelle totale. Le public ayant fait plus de 10 sorties au cours des 12 derniers mois compose 6 % du public mais réalise 26 % de l'assistance totale des cinémas, soit plus de 4 fois son poids nominal.

TABLEAU 4. L'achalandage généré selon la fréquence de sorties du public

Nombre de sorties au cinéma au cours des 12 derniers mois	Part du public	Part de l'achalandage généré
1	29 %	9 %
2	27 %	16 %
3	16 %	15 %
4	10 %	11 %
5	6 %	10 %
6	4 %	7 %
7	1 %	3 %
8	2 %	4 %
9	1 %	1 %
10 et plus	6 %	26 %
TOTAL	102 %	102 %

L'assistance annuelle totale en salle est donc divisée en deux groupes égaux de publics : ceux ayant vu de 1 à 4 films au cours des 12 derniers mois et ceux ayant vu 5 films et plus, comme le démontre la figure ci-dessous.

FIGURE 4. La part de l'achalandage généré selon le nombre de sorties en salle du public au cours des 12 derniers mois



NOTE: Les données ayant été arrondies à l'unité près, il se peut que les totaux n'équivalent pas à 100 %.

LA FRÉQUENTATION DU FILM EN SALLE

Le public de toutes les régions du Québec va voir de 1 à 4 films par année de façon stable par rapport à son poids populationnel (Tableau 5). Or, certaines régions comme Montréal et la Capitale-Nationale ont une surreprésentation de public ayant vu 5 films et plus par année.

COMMENT SE RÉPARTIT L'ACHALANDAGE SELON LA RÉGION DE PROVENANCE DU PUBLIC ?

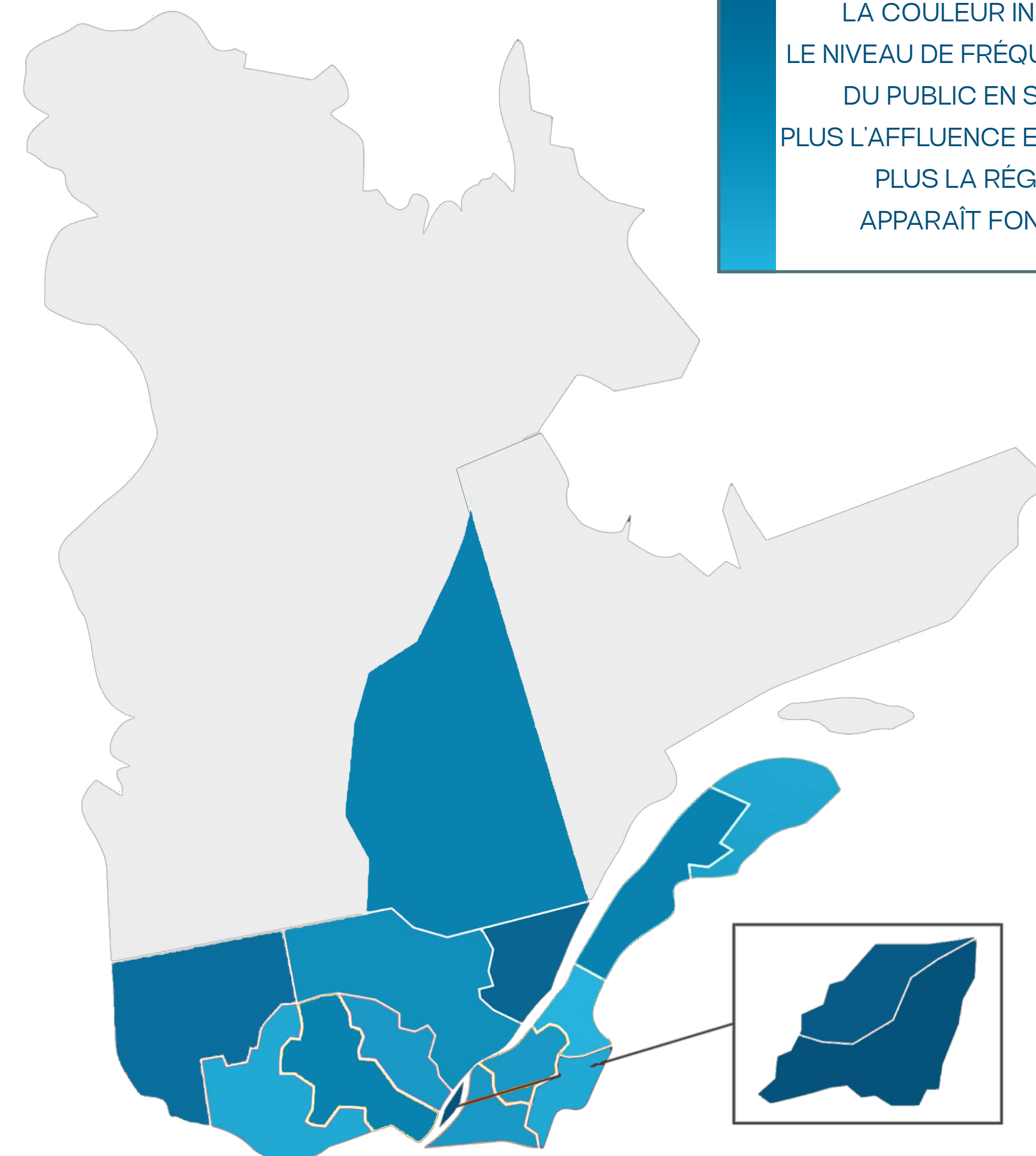
TABLEAU 5. Les régions administratives du Québec selon la fréquence annuelle de sorties en salle de cinéma

Régions de provenance	Part du public		TOTAL	Part de l'achalandage		TOTAL
	1 à 4 films	5 films et plus		1 à 4 films	5 films et plus	
Chaudière-Appalaches	86 %	14 %	100 %	53 %	47 %	100 %
Estrie	85 %	15 %	100 %	62 %	38 %	100 %
Outaouais	85 %	15 %	100 %	62 %	38 %	100 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	85 %	15 %	100 %	46 %	54 %	100 %
Lanaudière	84 %	16 %	100 %	58 %	42 %	100 %
Centre-du-Québec	84 %	16 %	100 %	57 %	43 %	100 %
Montréal	84 %	16 %	100 %	57 %	43 %	100 %
Mauricie	83 %	17 %	100 %	55 %	45 %	100 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	82 %	19 %	100 %	51 %	49 %	100 %
Laurentides	82 %	18 %	100 %	51 %	49 %	100 %
Bas-Saint-Laurent	82 %	18 %	100 %	56 %	44 %	100 %
Abitibi-Témiscamingue	80 %	20 %	100 %	49 %	51 %	100 %
Capitale-Nationale	79 %	21 %	100 %	45 %	55 %	100 %
Laval	76 %	24 %	100 %	46 %	54 %	100 %
Montréal	74 %	26 %	100 %	38 %	62 %	100 %
Côte-Nord	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Nord-du-Québec	NA	NA	NA	NA	NA	NA
TOTAL	81 %	19 %	100 %	50 %	50 %	100 %

* Note. Ces catégories n'ont pas rassemblé un nombre suffisant de répondants pour permettre la diffusion de données.

LÉGENDE

LA COULEUR INDIQUE LE NIVEAU DE FRÉQUENTATION DU PUBLIC EN SALLE : PLUS L'AFFLUENCE EST ÉLEVÉE, PLUS LA RÉGION APPARAÎT FONCÉE.



LA FRÉQUENTATION DU FILM EN SALLE

La tranche d'âge des 18 à 29 ans est celle qui est le plus susceptible d'aller 5 fois et plus au cinéma par année parmi la population active. Une personne sur 4 parmi les 18-29 ans (25 %) va voir 5 films et plus par année. Ceci indique clairement la popularité de la pratique d'aller au cinéma en salle chez les plus jeunes.








TABLEAU 6. Les tranches d'âge selon la fréquence annuelle de sorties en salle de cinéma

Tranches d'âge	1 à 4 films	5 films et plus	TOTAL	1 à 4 films	5 films et plus	TOTAL
	Part du public			Part de l'achalandage		
18-29 ans	75 %	25 %	100 %	43 %	57 %	100 %
30-39 ans	84 %	16 %	100 %	55 %	45 %	100 %
40-49 ans	86 %	14 %	100 %	59 %	41 %	100 %
50-59 ans	84 %	16 %	100 %	58 %	42 %	100 %
60-69 ans	79 %	21 %	100 %	46 %	54 %	100 %
70 ans et +	74 %	26 %	100 %	37 %	63 %	100 %
TOTAL	81 %	19 %	100 %	50 %	50 %	100 %

COMMENT SE RÉPARTIT L'ACHALANDAGE SELON L'ÂGE DU PUBLIC ?

Le groupe d'âge ayant vu le plus de films en salle est celui des 70 ans et plus, avec 4,5 films en moyenne vu au cours des 12 derniers mois. Les jeunes de 18 à 29 ans vont eux aussi voir davantage de films que la moyenne du public (3,8 contre 3,4 en moyenne).

FIGURE 5. La moyenne de films vus par année par le public selon l'âge du public

	Moyenne de films vu annuellement	
18-29 ans	3,8	
30-39 ans	3,0	
40-49 ans	3,0	
50-59 ans	3,0	
60-69 ans	3,7	
70 ans et +	4,5	
TOTAL	3,4	

LE **NON-PUBLIC**
DU **FILM** EN **SALLE**
AU **QUÉBEC**

LE NON-PUBLIC DU FILM EN SALLE AU QUÉBEC

44 % des Québécois francophones âgés de 18 ans et plus n'ont pas vu de films en salle au cours des 12 derniers mois.

Toutefois, la moitié du non-public (50 %) a un intérêt à voir des films en salle.

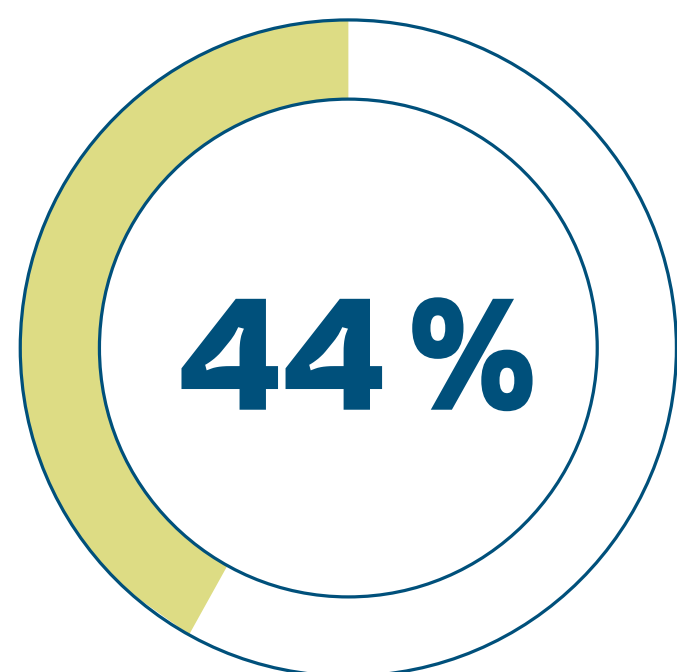
La principale raison pour laquelle le non-public n'est pas allé voir de films en salle au cours des 12 derniers mois est qu'il préfère regarder des films à la maison.

Des billets moins chers ou une promotion sur les billets sont les principaux éléments qui feraient en sorte que le non-public irait voir des films au cinéma.

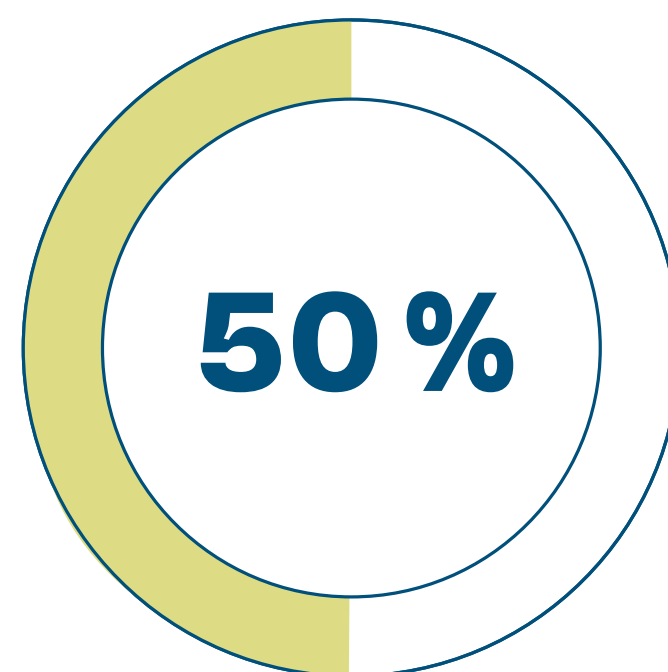
Certaines raisons pour lesquelles le non-public n'est pas allé voir de films en salle au cours des 12 derniers mois varient selon l'âge du non-public, comme la préférence à regarder des films chez soi ou le manque de temps.

QUELS SONT LES INTÉRÊTS DU NON-PUBLIC DU FILM EN SALLE ?

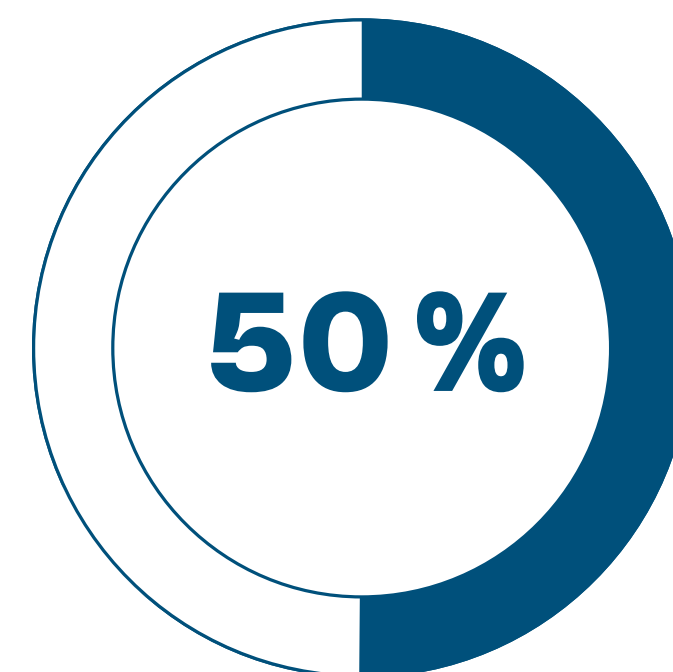
44 % des Québécois francophones âgés de 18 ans ou plus n'ont pas vu de film en salle au cours des 12 derniers mois.



Parmi ce non-public, la moitié est intéressé à voir des films en salle (50 %), alors que l'autre moitié ne l'est pas (50 %).

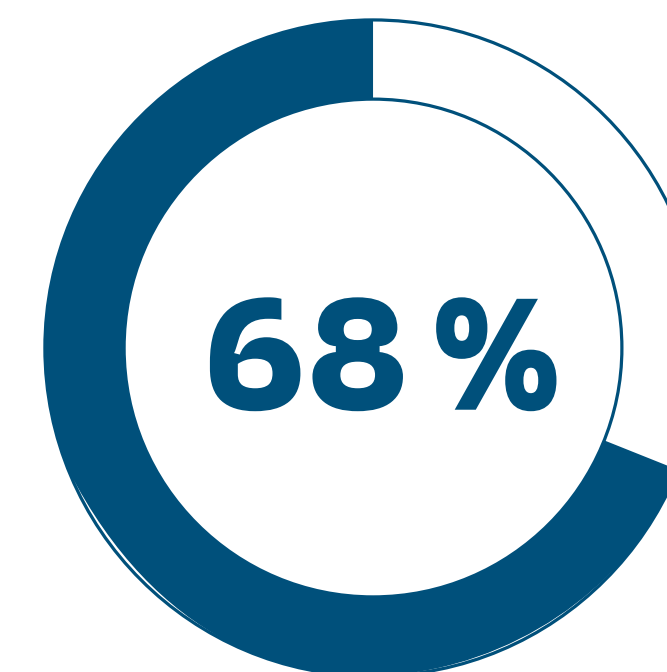


INTÉRESSÉ
À VOIR DES FILMS
EN SALLE

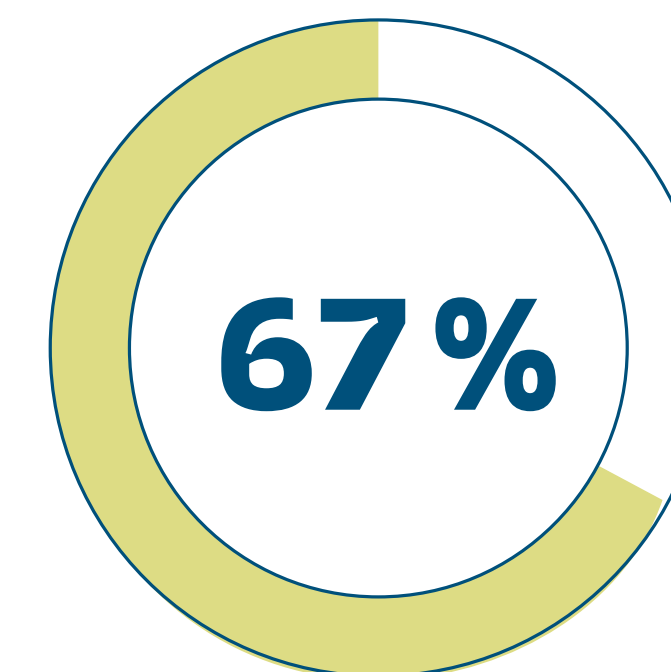


N'EST PAS INTÉRESSÉ
À VOIR DES FILMS
EN SALLE

Le non-public jeune est le plus intéressé à voir des films en salle (68 % pour les 18-29 ans et 67 % pour les 30-39 ans).



18-29
ANS



30-39
ANS

LES INTÉRÊTS DU NON-PUBLIC DU FILM EN SALLE

Lorsque sondés sur les raisons pour lesquelles il n'a pas été voir de films en salle au cours des 12 derniers mois, le non-public nomme d'abord qu'il préfère regarder des films chez lui, dans une proportion de 3 personnes sur 5, soit 62 %. Parmi les autres raisons données, on retrouve le prix trop élevé des projections (35 %), le manque de temps (17 %) et le manque d'intérêt pour les films présentés en salle (15 %).

Certaines raisons pour lesquelles le non-public n'est pas allé voir de films au cours des 12 derniers mois varient selon l'âge des répondants. Par exemple, si au moins la moitié du non-public préfère regarder des films chez lui, **cette proportion augmente avec l'âge.**

POURQUOI LE NON-PUBLIC N'EST PAS ALLÉ VOIR DE FILM EN SALLE ?



TABLEAU 7. Les raisons pour lesquelles le non-public n'est pas allé voir de films au cours des 12 derniers mois, selon l'âge du non-public

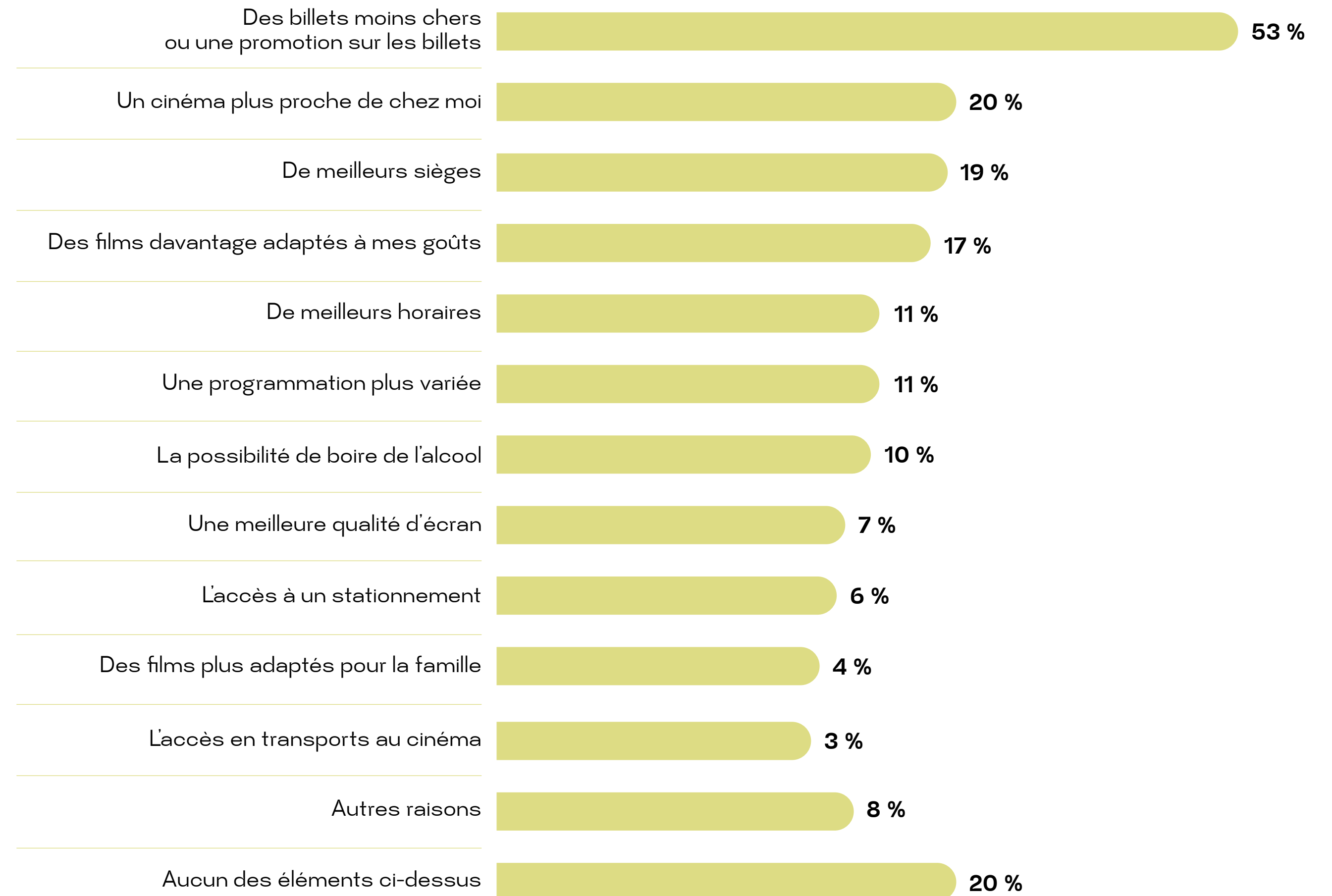
	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70 et +	TOTAL
Je préfère regarder des films chez moi	51 %	53 %	55 %	61 %	69 %	71 %	62 %
Le prix des projections en salle est trop élevé	36 %	44 %	42 %	40 %	30 %	21 %	35 %
Je n'ai pas le temps	33 %	30 %	22 %	16 %	8 %	5 %	17 %
Les films présentés en salle ne m'intéressent pas	23 %	17 %	21 %	14 %	11 %	12 %	15 %
Les salles de cinéma se situent trop loin de chez moi	14 %	10 %	9 %	9 %	12 %	13 %	11 %
Je n'ai personne avec qui voir un film	8 %	6 %	4 %	6 %	4 %	7 %	6 %
Les films que je veux voir ne sont pas à l'affiche assez longtemps en salle	4 %	3 %	2 %	7 %	4 %	5 %	4 %
Les films que je veux voir ne sont pas disponibles en salle	12 %	4 %	5 %	3 %	3 %	2 %	4 %
Les effets de la pandémie	4 %	5 %	4 %	4 %	4 %	5 %	4 %
Le film n'était plus à l'affiche quand j'ai voulu le voir	5 %	4 %	2 %	3 %	5 %	6 %	4 %
Je ne peux pas amener mes enfants / il n'y a pas assez de projections pour la famille	5 %	12 %	1 %	0 %	0 %	0 %	3 %
Autres raisons	7 %	8 %	9 %	8 %	9 %	9 %	8 %

LES INTÉRÊTS DU NON-PUBLIC DU FILM EN SALLE

Un rabais sur les billets serait l'élément le plus déterminant pour inciter le non-public intéressé à aller en salle voir des films (53 %). Dans une moindre mesure, la présence d'un cinéma plus proche de chez lui (20 %) et de meilleurs sièges (19 %) seraient d'autres facteurs incitatifs pour augmenter les chances de sa sortie au cinéma. Aucun élément n'est susceptible d'inciter le non-public à aller voir des films au cinéma pour seulement 20 % de ce groupe.

QU'EST-CE QUI INCITERAIT LE NON-PUBLIC À VOIR DES FILMS EN SALLE ?

FIGURE 6. Les éléments susceptibles d'inciter le non-public à aller voir des films au cinéma



LE PUBLIC
DU FILM QUÉBÉCOIS
EN SALLE

LE PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE

43 % du public va voir des films québécois en salle.

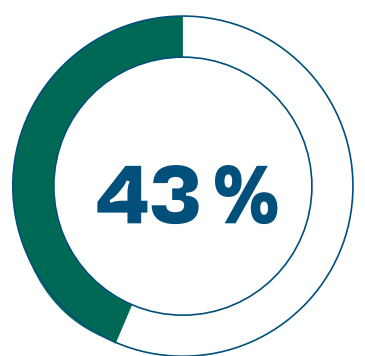
Environ le tiers des moins de 50 ans ont vu des films québécois alors que cette proportion augmente à plus de 50% pour les 50 ans et plus.

Le diplôme, l'occupation et le revenu ont peu d'influence sur la part du public du film québécois, révélant le caractère populaire des films québécois.

Les freins à voir des films québécois en salle ne sont pas tous les mêmes que pour les autres types de films. Par exemple, le temps d'affiche pas assez long est le principal frein pour le film québécois, comparativement au prix pour le reste des films.

78 % du public du film québécois aimerait voir plus de films québécois.

LES CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE



43 % du public du film au Québec a vu au moins un film québécois en salle de cinéma au cours des 12 derniers mois.

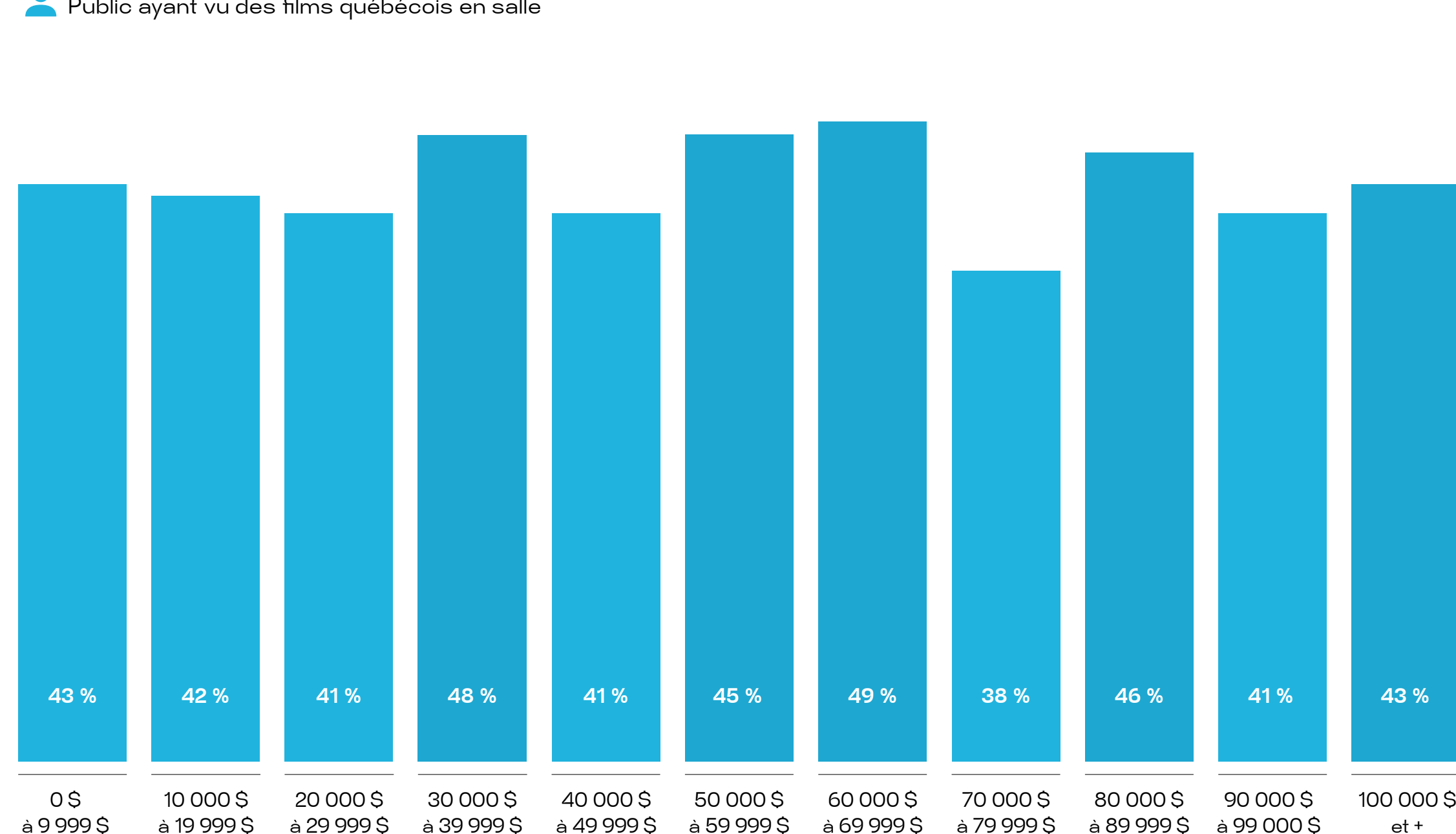
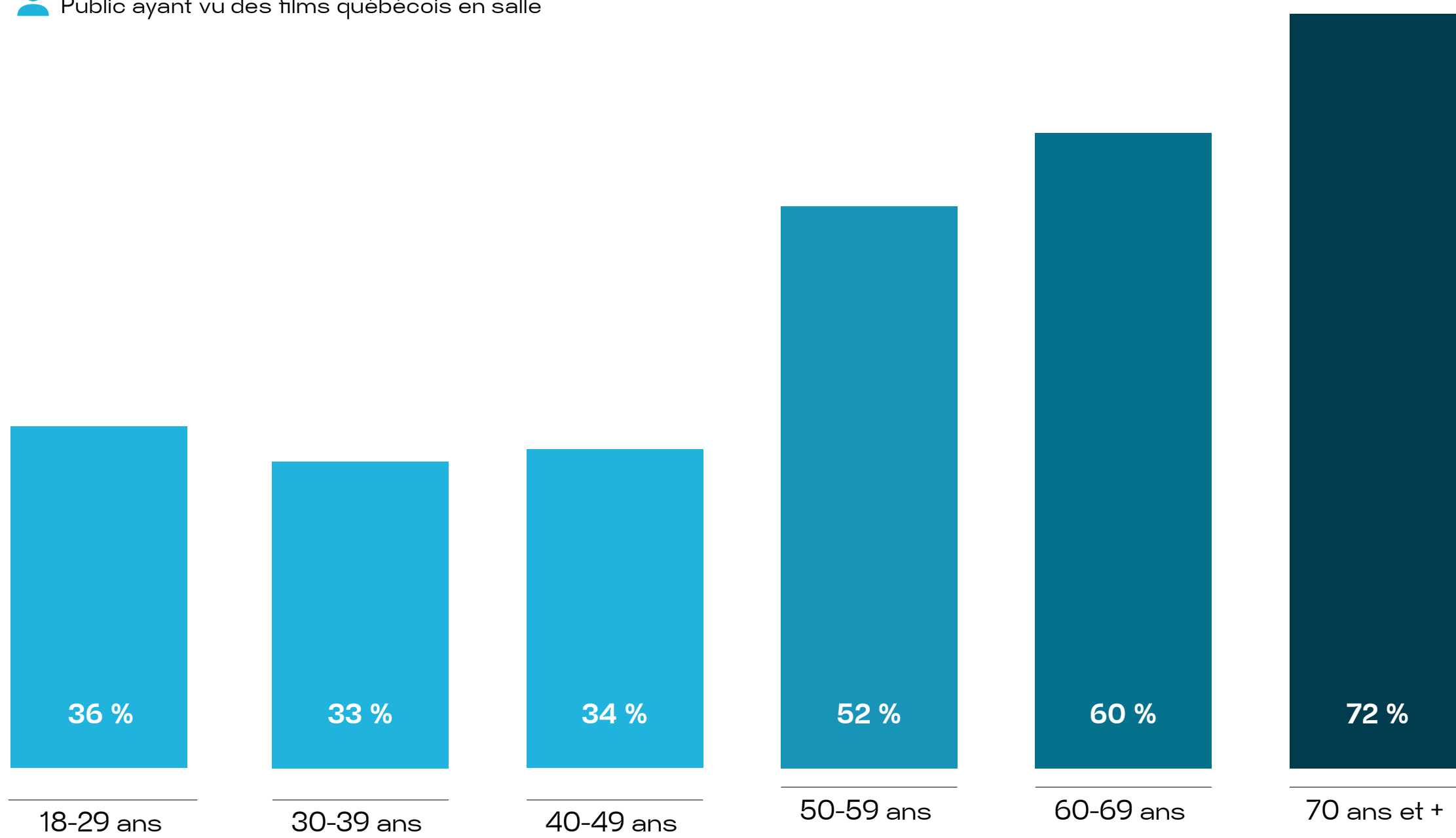
Le public de toutes les tranches de revenu assiste dans une proportion relativement similaire à des films québécois en salle. Une part importante de toutes les tranches d'âge ont vu des films québécois en salle. Après 50 ans, le public de film est plus nombreux à avoir vu un film québécois en salle que n'en avoir pas vu.

FIGURE 7. Les tranches d'âge du public du film québécois en salle

FIGURE 8. La tranche de revenu personnel annuel avant impôts du public du film québécois en salle

Public ayant vu des films québécois en salle

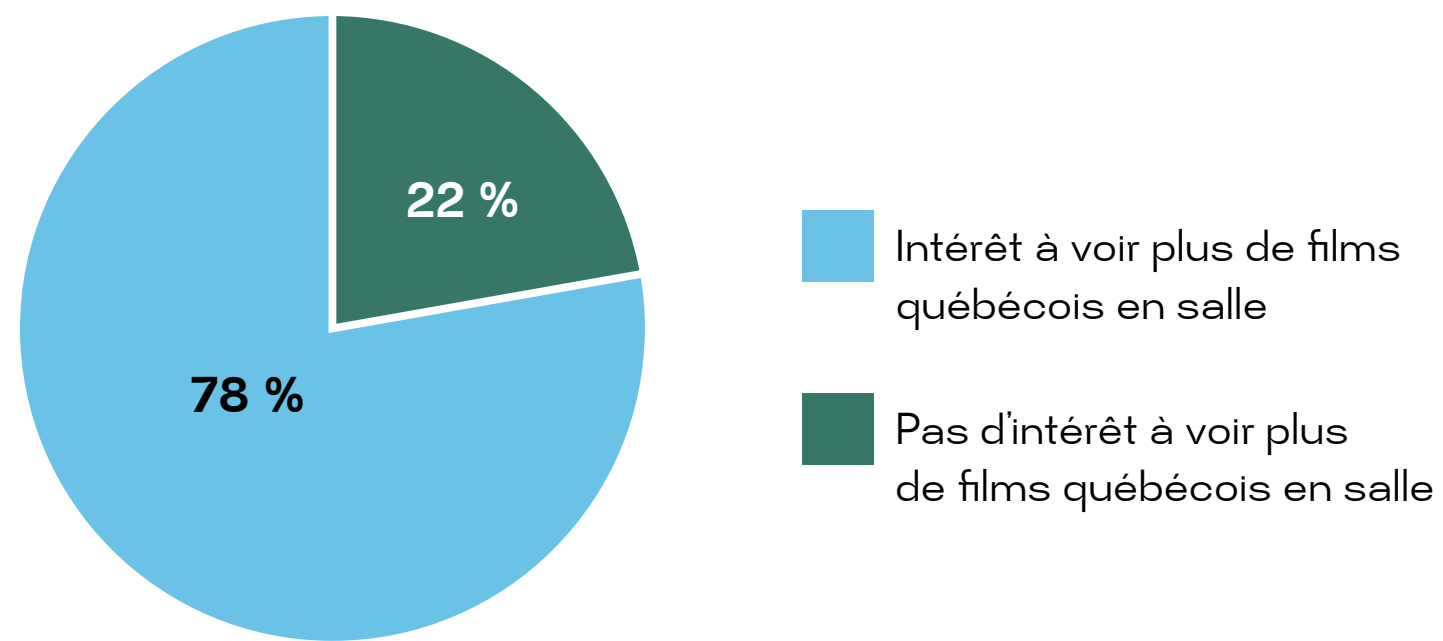
Public ayant vu des films québécois en salle



QUELS SONT LES INTÉRÊTS DU PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE ?

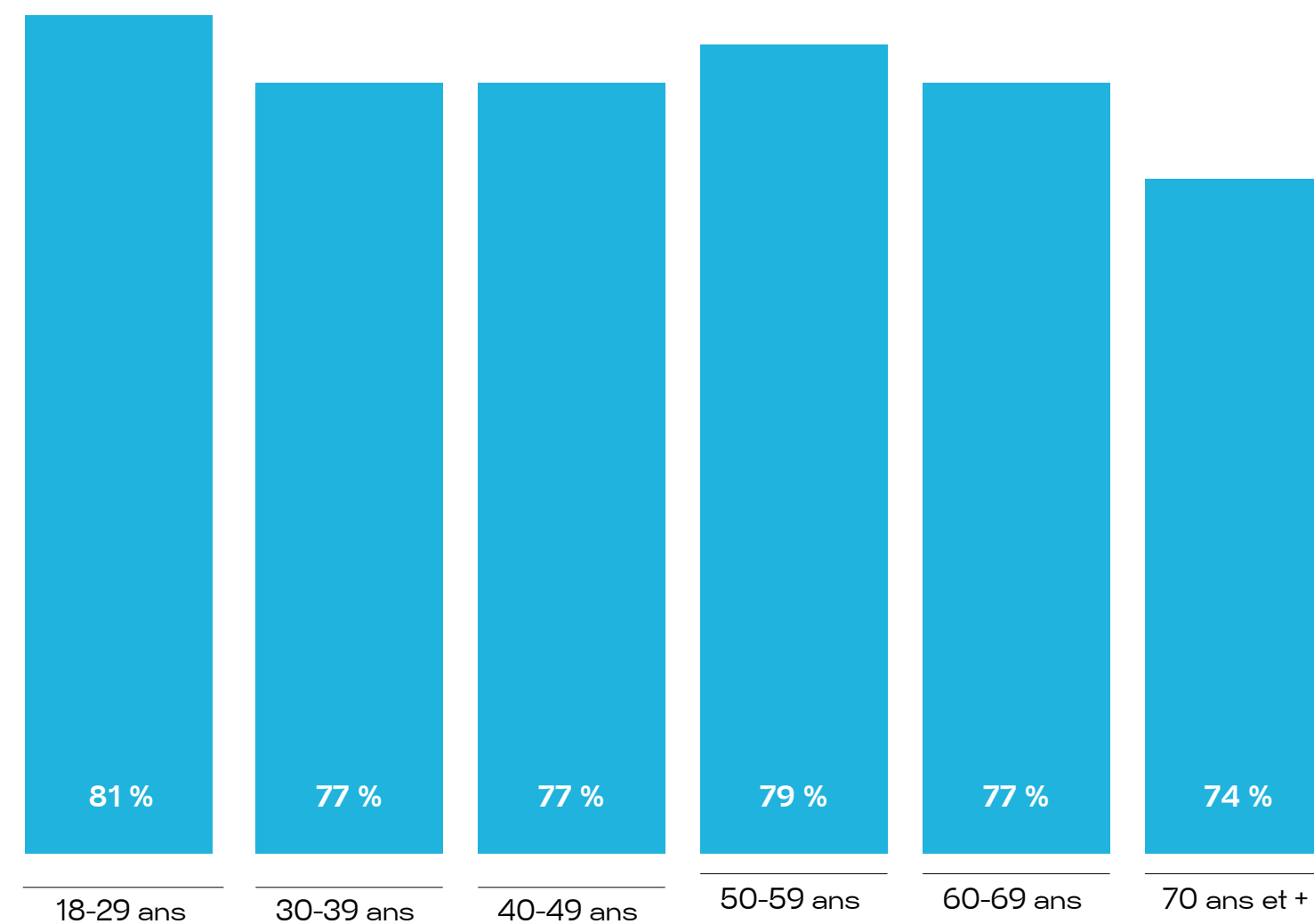
Le public du film québécois en salle a un important intérêt à voir plus de films québécois.

FIGURE 9. L'intérêt du public du film québécois en salle à voir plus de films et de films québécois



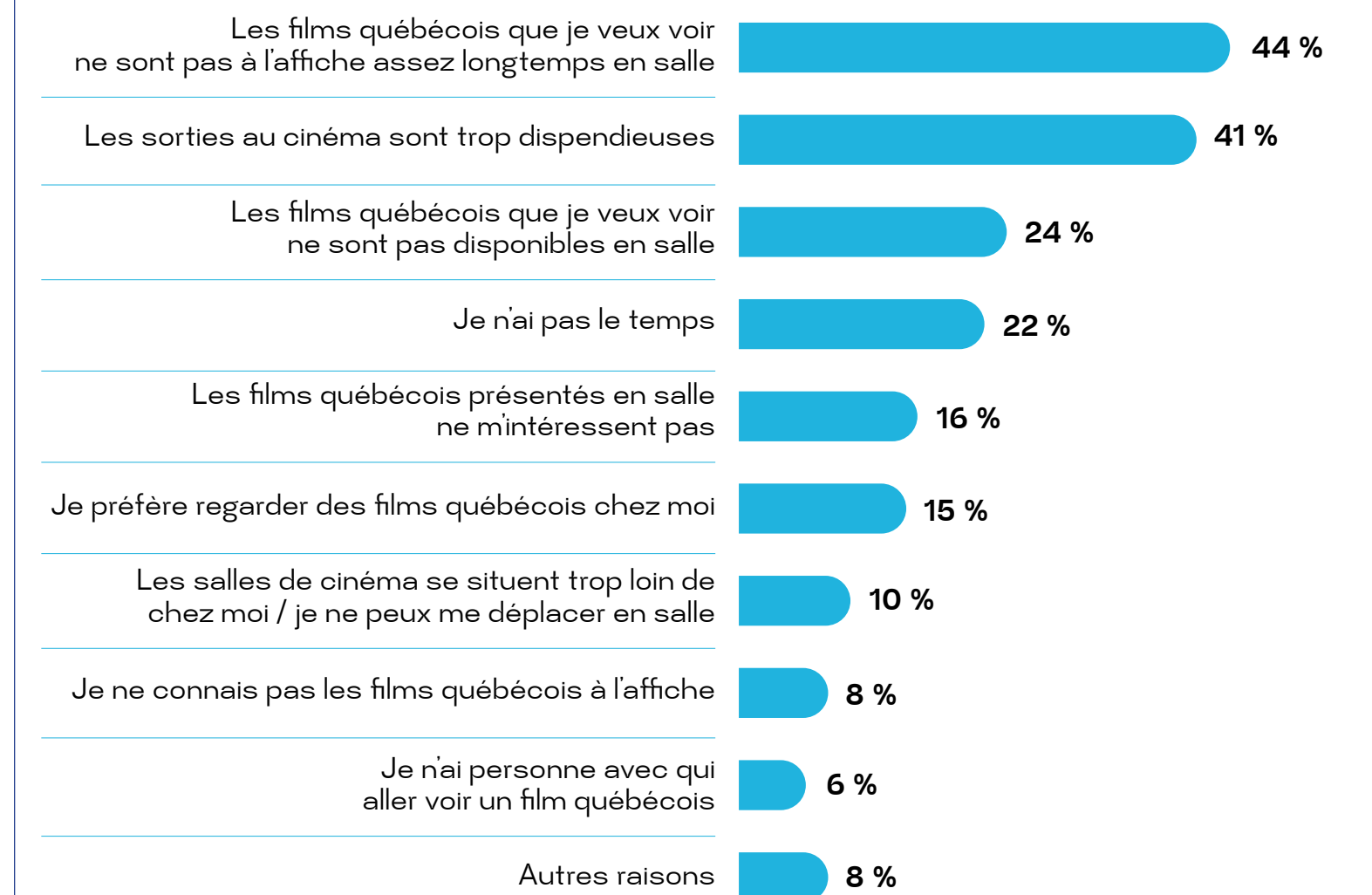
Les publics de toutes les tranches d'âge sont intéressés à voir plus de films québécois en salle, avec une légère surreprésentation des tranches d'âge plus jeunes.

FIGURE 10. L'intérêt du public du film québécois en salle à voir plus de films québécois en salle, selon l'âge du public du film québécois



Toutefois, certains freins empêchent le public de voir autant de films québécois en salle qu'il le voudrait, notamment le temps d'affiche (44 %) et le coût des sorties en salle (41 %).

FIGURE 11. Les freins qui empêchent les publics d'aller voir plus de films québécois au cinéma

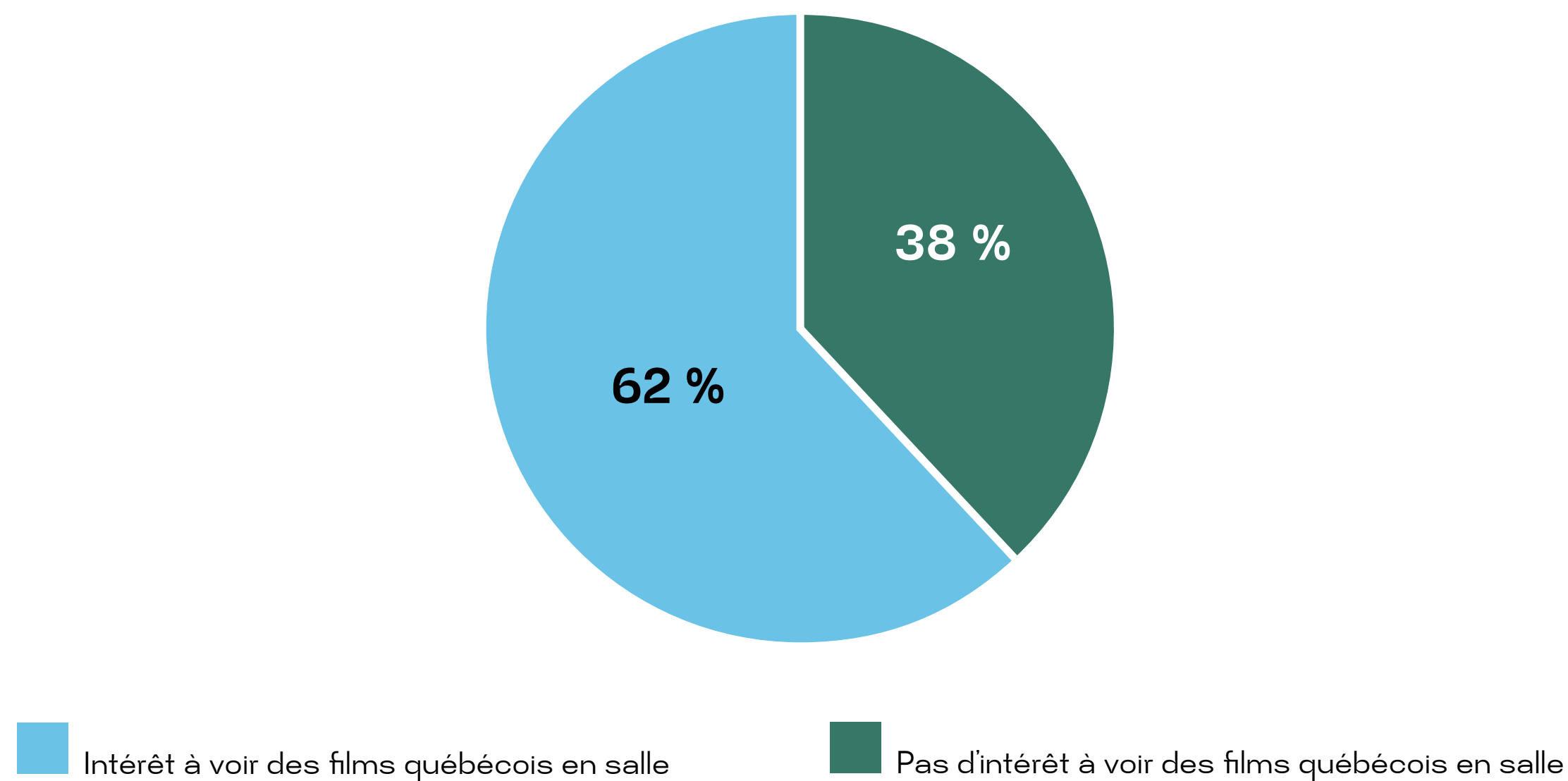


LE NON-PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS

QUELS SONT LES INTÉRÊTS DU NON-PUBLIC DU FILM QUÉBÉCOIS EN SALLE ET POURQUOI N'EN A-T-IL PAS VU ?

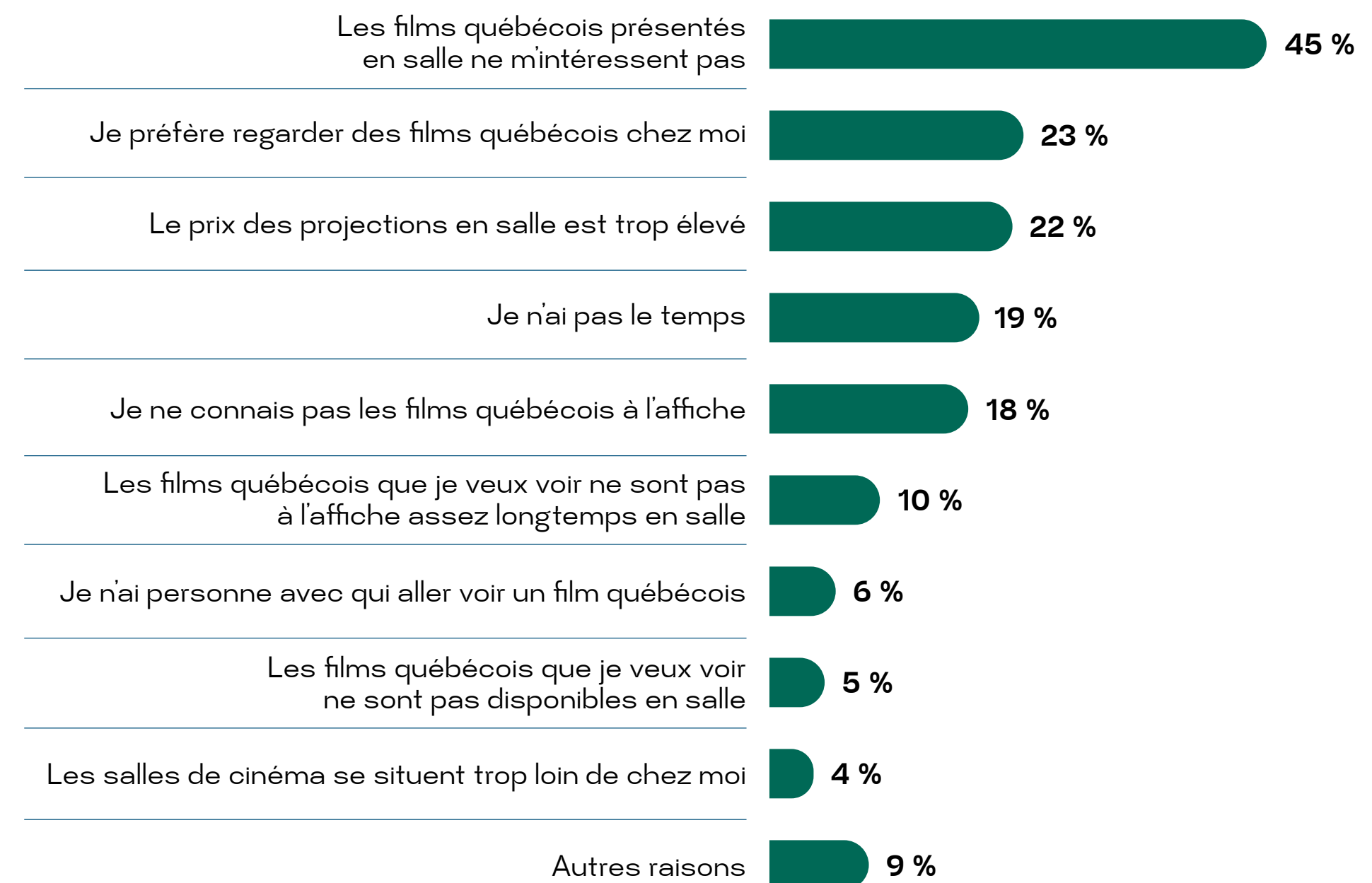
Une part de 57 % du public du film en salle n'est pas allée voir de films québécois au cours de la dernière année. Le non-public du film en salle n'ayant pas vu de films québécois au cours des 12 derniers mois est tout de même intéressé à en voir dans une proportion de 2 personnes sur 3.

FIGURE 12. La part des membres du non-public du film québécois en salle intéressé à voir des films québécois en salle



Il existe certaines raisons pour lesquelles le non-public du film québécois n'a pas vu de films québécois en salle, la plus importante étant que les films québécois présentés ne les intéressent pas (45 %).

FIGURE 13. Les raisons pour lesquelles le public de films n'est pas allé voir de films québécois au cours des 12 derniers mois

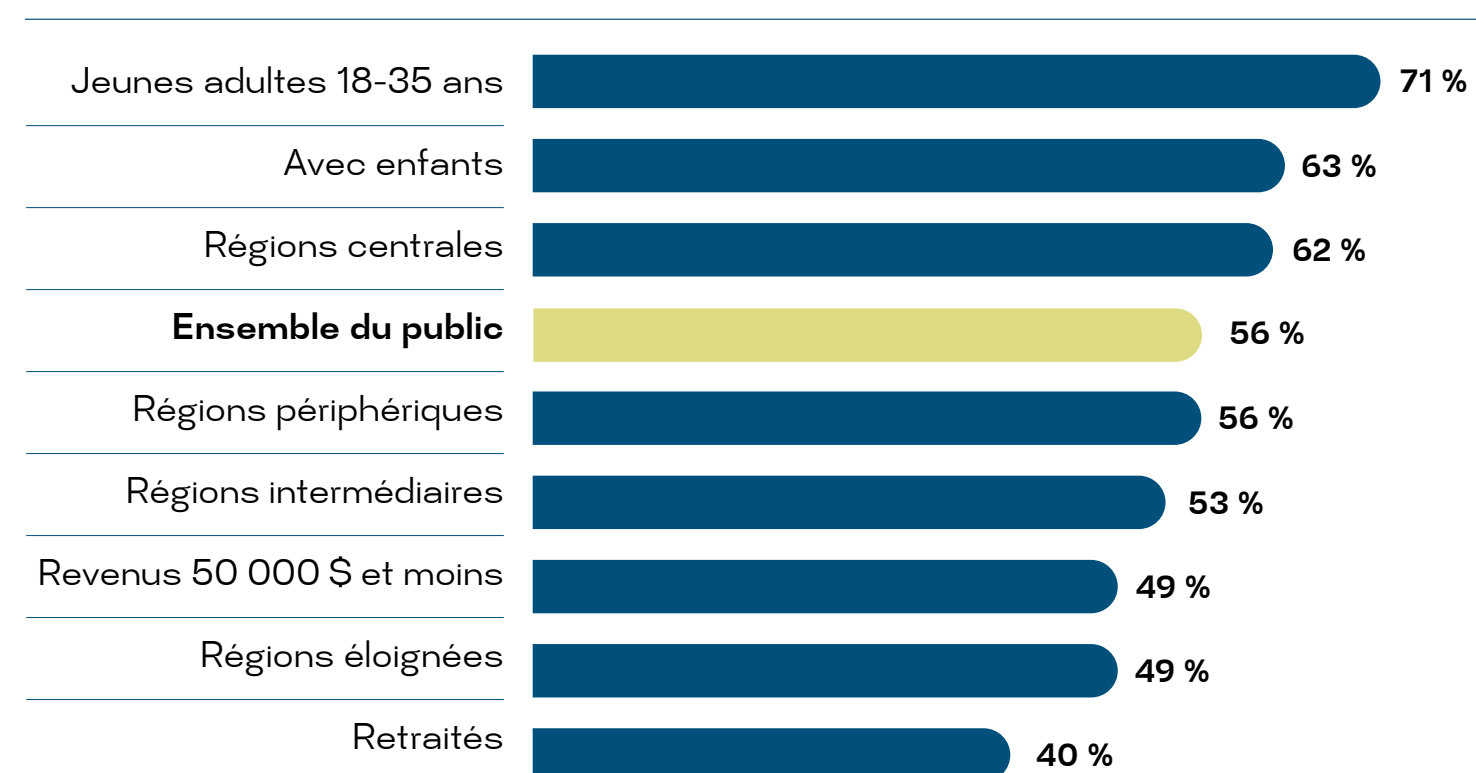


LA **SEGMENTATION** DES **PUBLICS**

QUELLES SONT LES DIFFÉRENCES DANS LES HABITUDES DE SORTIES DES SEGMENTS DE PUBLIC EN SALLE ?

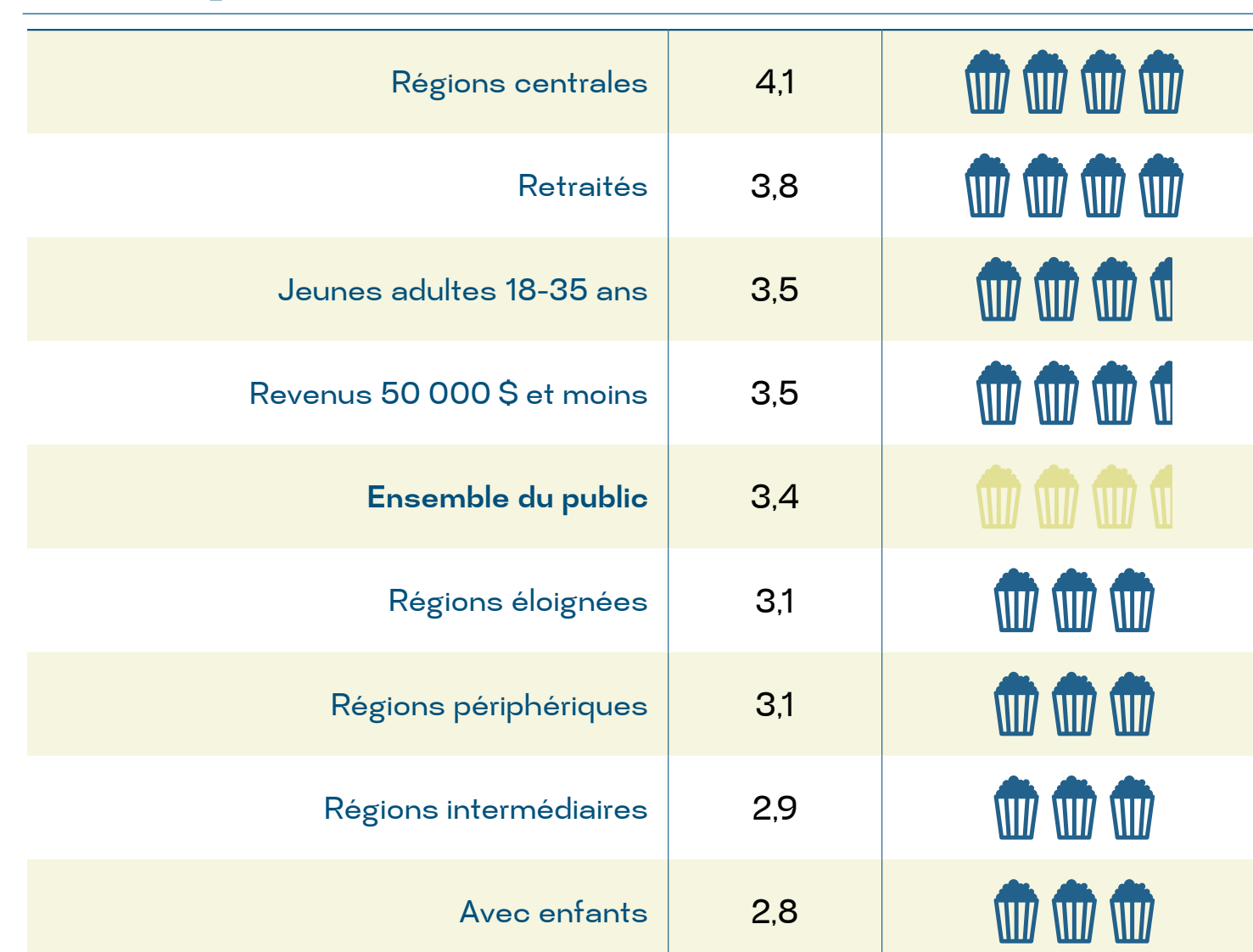
Il existe des différences dans la fréquentation du film en salle selon différents groupes de publics. Les jeunes adultes âgés de 18 à 35 ans sont les plus nombreux à avoir été au cinéma au cours des 12 derniers mois.

FIGURE 14. La part des segments de public qui sont allés au cinéma au cours des 12 derniers mois



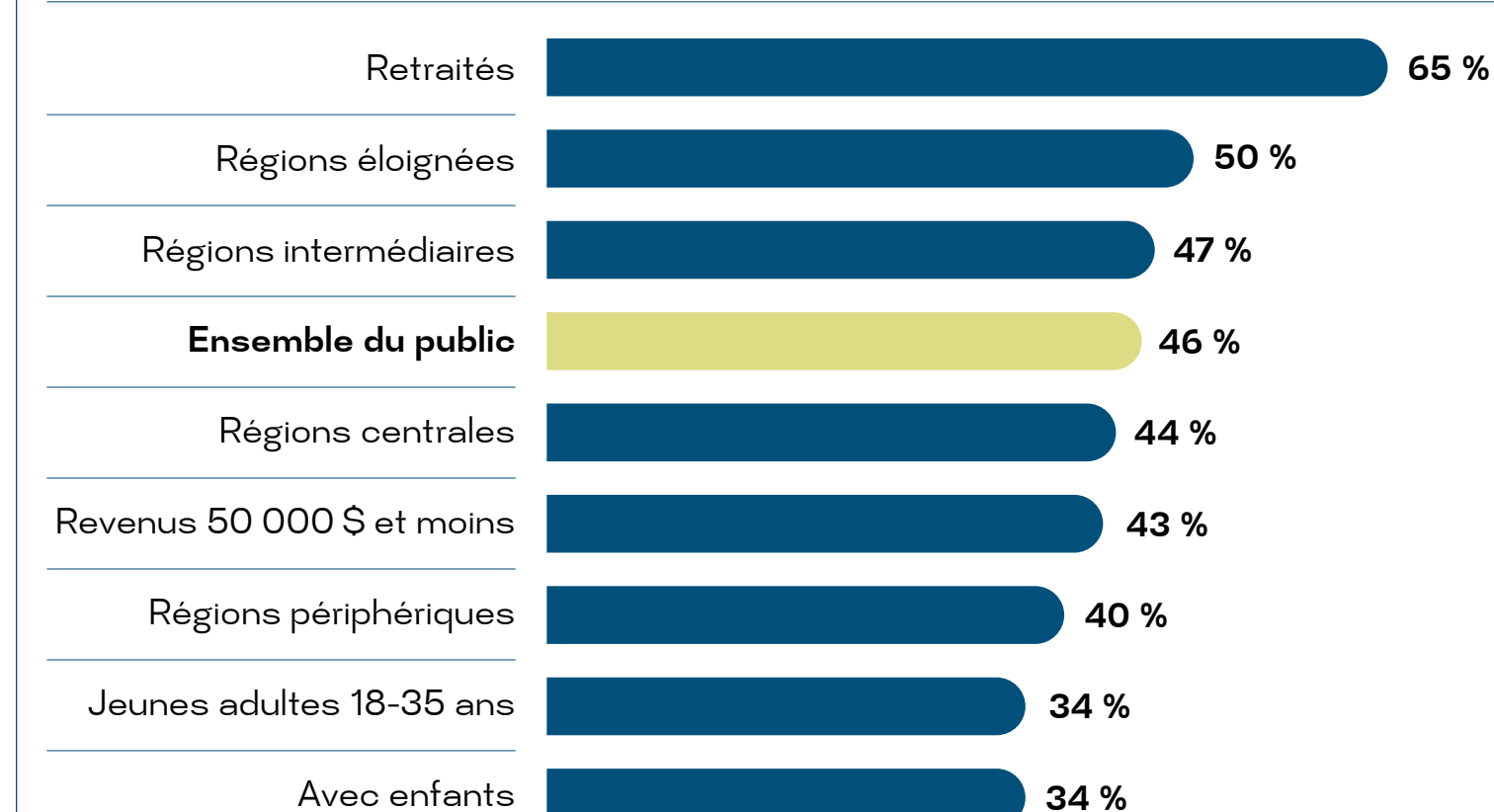
Ce sont toutefois les personnes habitant dans les régions centrales (Montréal et Capitale-Nationale) qui ont vu en moyenne le plus grand nombre de films au cours de la dernière année.

FIGURE 15. Les segments de public qui ont vu en moyenne le plus de films au cours des 12 derniers mois



Les retraités sont pour leur part le segment de public ayant vu davantage de films québécois en salle au cours des 12 derniers mois.

FIGURE 16. La part des segments de public qui sont allés au cinéma voir un film québécois au cours des 12 derniers mois



EN CONCLUSION

Ce premier portrait complet et détaillé du public du film au Québec donne une perspective inédite sur l'état actuel des publics du film en salle et du film québécois. Les données récoltées dans le cadre de l'enquête quantitative de l'étude, combinées aux résultats obtenus grâce à l'enquête qualitative et à la revue de la littérature donnent un portrait fin des publics et du non-public du septième art en salle au Québec. Mises en relation entre elles, ces données amènent certaines pistes de réflexion et d'ouverture quant au futur de la diffusion du cinéma au Québec. Ces pistes pourraient jeter les bases d'un positionnement des différentes organisations et institutions du milieu de l'audiovisuel au Québec, qui convergent dans l'objectif de rejoindre davantage les publics et le non-public à investir les salles de cinéma et à regarder le film québécois via toutes ses modalités de diffusion.

Pour consulter l'étude complète avec tous les résultats, consultez le lien suivant :

ETUDECINEMAQUEBEC.CA

LA MÉTHODOLOGIE

L'étude s'appuie sur cinq méthodes de recherche, soit une enquête quantitative, une analyse de segments des publics, des coups de sonde au public jeunesse, trois groupes de discussion ainsi que de la cartographie.

L'ENQUÊTE QUANTITATIVE.

L'enquête quantitative consiste en un sondage panquébécois distribué entre le 5 novembre et le 9 décembre 2024 à un panel Léger d'un total de 10 967 personnes. De ces 10 967 personnes, 6 211 ont complété l'ensemble du questionnaire et composent donc l'échantillon final pour l'analyse de l'étude. Le sondage a été administré à des personnes provenant de toutes les régions administratives du Québec, de tous les genres, les tranches d'âge, les tranches de revenu et de niveaux de scolarité différents. Le questionnaire d'une cinquantaine de questions était divisé en quatre sections, soit les caractéristiques sociodémographiques des répondants, leurs habitudes de fréquentation des films et des films québécois en salle de cinéma, leurs préférences en matière de sorties au cinéma ainsi que leurs pratiques de visionnement de films en ligne. Pour participer, les répondants devaient avoir leur lieu de résidence principale au Québec et être âgés de 18 ans et plus. Certaines questions ciblaient les habitudes des ménages avec enfants.

UNE ANALYSE DE SEGMENTS DES PUBLICS.

L'objectif de cette méthode est de voir comment différents segments de public se comportent comparativement au reste du public du film en salle. Le grand nombre de participants à l'enquête quantitative a permis de documenter des segments de public précis, comme les jeunes âgés entre 18 et 35 ans, les retraités, les familles, les personnes vivant dans des régions éloignées, etc. Cette analyse consistait ainsi à faire ressortir les segments de public avec des différences par rapport à la moyenne du public du film en salle. Un nombre de neuf segments a ainsi pu être identifié.

DES COUPS DE SONDE AU PUBLIC JEUNESSE.

Des coups de sonde ont été effectués de façon à documenter un groupe de public difficilement joignable dans des méthodes de collecte traditionnelle : le public de films dit « jeunesse » ou le public familial du film. Ces coups de sonde ont été faits dans deux cinémas du Québec (cinéma Triomphe de Lachenaie et le cinéma Saint-Eustache) durant la semaine de relâche scolaire, soit les 22 et 23 février et les 1 et 2 mars. Ils consistaient à intercepter des personnes faisant une sortie au cinéma en famille à la fin d'une projection pour des films destinés à ce type de public et à remplir un questionnaire sur leur expérience et intérêt pour des films jeunesse québécois. Ces coups de sonde ont permis de collecter 95 réponses de familles en sortie au cinéma.

TROIS GROUPES DE DISCUSSION.

Trois groupes de discussion se sont tenus entre avril et mai 2025, afin de documenter en profondeur les dynamiques des publics du film en salle et du film québécois. Ces trois groupes ont réuni un total de 20 participants provenant de différentes régions administratives (Montréal, Capitale-Nationale, Laurentides, Montérégie, Saguenay-Lac-Saint-Jean) et ayant un niveau de fréquentation en salle varié. Les participants représentaient des genres différents, ainsi que des tranches d'âge différentes, afin de refléter la variété des publics du cinéma au Québec. Ces participants ont été recrutés par des invitations ciblées auprès de groupes de cinéphiles.

LA CARTOGRAPHIE.

L'objectif de cette méthode est de visualiser la répartition de l'offre de salles de cinéma sur le territoire québécois, de façon à comprendre la dynamique territoriale de l'accès à l'offre de films. La liste de cinémas actifs membres de l'APCQ faisant partie de l'offre traditionnelle en salle a été utilisée pour la représentation cartographique.

LA REVUE DE LA LITTÉRATURE.

Une revue de la littérature existante a été effectuée afin de documenter les recherches réalisées sur le même objet que la présente étude. Parmi les thématiques documentées dans la revue de la littérature, on retrouve notamment les publics du film en salle, les publics du film québécois en salle, les publics du film québécois en ligne ainsi que le non-public du film en salle.

Les méthodes	Les groupes sondés	Le nombre de répondants
Enquête quantitative	Adultes francophones âgés de 18 ans et plus habitant au Québec	6 211
Segments de public	Adultes francophones âgés de 18 ans et plus habitant au Québec	6 211
Coups de sonde	Public du film jeunesse en salle de cinéma	95
Groupes de discussion	Public actif du film en salle et des films québécois en ligne	20
Cartographie	-	-
Revue de la littérature	-	-

DUBOIS TÉTU

CONSULTANTS CULTURELS

 DUBOISTETU.COM

SOPHIE.DUBOIS.PARADIS@DUBOISTETU.COM / (514) 268 - 1747

MARTIN.TETU@DUBOISTETU.COM / (514) 358 - 3973