ANNEXE C.2 – QUESTIONNAIRE D'ENTREVUES DIFFUSEURS

QUESTIONNAIRE D'ENTREVUES DIFFUSEURS

Le 25 février 2000

QUESTIONNAIRE D'ENTREVUES DIFFUSEURS

Section 2 : Dynamique

| 1. | SELON | LE | QUESTIO | NNAIRE | AUQUEL | VOUS | AVEZ | REPONDU, | VOTRE |
|---------------------------|---|-------|-------------|----------|------------|-------|--------|--------------|-----------|
| | ORGANISATION EST PLURIDISCIPLINAIRE | | | | | | | | |
| | PENSEZ-VOUS QUE VOTRE SALLE RÉPOND BIEN AUX BESOINS DES | | | | | | | | |
| | PRODUCTEURS QUE VOUS CIBLEZ ? | | | | | | | | |
| | OU A VC | S PR | OPRES BES | SOINS SE | LON LE CA | S ? | | | |
| | QUI SONT LES PRODUCTEURS QUE VOUS CIBLEZ ? (S'IL Y A LIEU) | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 2. | QUELLES SONT LES RAISONS POUR QUE LES PRODUCTEURS VIENNENT DANS | | | | | | | | |
| | VOTRE SALLE ? (METTRE DANS L'ORDRE DE PRIORITÉ) | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| 3. | VOS RELATIONS AVEC LES PRODUCTEURS SONT-ELLES HARMONIEUSES ? | | | | | | | | |
| | (SUR UNE ÉCHELLE DE 0 À 10) | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| □ PRODUCTEURS DE MONTRÉAL | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | 0 | | | | 5 | | | 10 | |
| _ | DDODIIC | ann i | Da Dii Olif | ÉDEC | | | | | |
| u | PRODUC | IEU. | RS DU QUÉ | EBEC | | | | | |
| | 0 | | | | 5 | | | 10 | |
| | U | | | | 3 | | | 10 | |
| | PRODUCTEURS ÉTRANGERS | | | | | | | | |
| | TRODUC | ZILC: | Its Ellun (| OLKS | | | | | |
| | 0 | | | | 5 | | | 10 | |
| | - | | | | - | | | - | |
| 1 | CROVE7 | ′_V∩I | | S DBUDI | CTELIRS CO | MPREN | NENT R | IEN VOS I IM | IITES OII |

CONTRAINTES ? QUELLES SONT VOS LIMITES ?

□ QUELS SONT VOS AVANTAGES CONCURRENTIELS ?

Section 3 : Activité de diffusion, risque financier et programmation

- 5. VOUS NOUS AVEZ DÉCRIT VOS ACTIVITÉS DE DIFFUSION, CES ACTIVITÉS SONT-ELLES CELLES QUE VOUS SOUHAITEZ PRÉSENTER DANS VOTRE SALLE OU CES ACTIVITÉS VOUS SONT-ELLES DICTÉES PAR LE MARCHÉ?
- 6. LORS DE LA PRÉPARATION DE VOTRE PROGRAMMATION, QUELS SONT VOS CRITÈRES DE SÉLECTION D'UN PRODUIT ?
- 7. QUE FAITES-VOUS POUR AUGMENTER VOTRE RENTABILITÉ ? D'AUTRES ACTIVITÉS COMME DES LOCATIONS CORPORATIVES, LANCEMENTS, ETC.
- □ DANS QUELLE PROPORTION DE VOS REVENUS ?
- □ EST-CE BÉNÉFIQUE ?
- 8. ON PARLE BEAUCOUP DU FAIT QUE LES DIFFUSEURS MONTRÉALAIS PRENNENT DES RISQUES FINANCIERS (ARTISTIQUES) PLUS ÉLEVÉS QUE CEUX EN RÉGION. QU'EN PENSEZ-VOUS ?
- 9. PRENEZ-VOUS DES RISQUES FINANCIERS ? CELA NE FAIT-IL PAS PARTIE DE TOUTE ENTREPRISE DE PRENDRE DES RISQUES ? EXPLIQUEZ.
- 10. SUR LE PLAN DU RISQUE FINANCIER, QU'EST-CE QUI VOUS DIFFÉRENCIE DES AUTRES?
- 11. QU'EST-CE QUI A UNE INFLUENCE DANS VOS DÉCISIONS DE PRENDRE UN RISQUE FINANCIER? DANS L'ORDRE DES PRIORITÉS.
- 12. VOUS AVEZ IDENTIFIÉ DES MÉCANISMES DE LOCATION DANS LE QUESTIONNAIRE. QU'EST-CE QUE VOUS PRÉFÉREZ?

- 13. QUELLE PROPORTION DE VOS REVENUS PROVIENT DE LA LOCATION POUR LES ARTS DE LA SCÈNE ? EST-CE SUFFISANT ?
- 14. PENSEZ-VOUS POUVOIR AUGMENTER LESREDEVANCES OU LES REVENUS DE LOCATION ? PAR QUEL MOYEN ?
- □ QUI FIXE LE PRIX DES BILLETS (ENTRE LE PRODUCTEUR ET LE DIFFUSEUR) ? QUELS SONT LES CRITÈRES DE FIXATION DES PRIX ? COMMENT VOUS VOYEZ ÇA ?
- 15. CROYEZ-VOUS QUE LES PRODUCTEURS ONT DU BON MARKETING? SI VOUS AVIEZ TROIS PROPOSITIONS À FAIRE POUR AMÉLIORER LA MISE EN MARCHÉ, QUELLES SERAIENT-ELLES?

Section 4: L'offre et la demande

- 16. ON DIT QUE LA CROISSANCE DES SPECTACLES EST SUPÉRIEURE À LA CROISSANCE DE LA DEMANDE. QUE PENSEZ-VOUS DE CETTE AFFIRMATION ? CROYEZ-VOUS QUE L'OFFRE EST TROP ABONDANTE ? POURQUOI ?
- □ QUELLE EST VOTRE VISION DE L'AVENIR EN CE DOMAINE ?
- 17. CROYEZ-VOUS QU'ON DEVRAIT RÉGULARISER CETTE SITUATION OU LAISSER LES MARCHÉS S'AUTORÉGULARISER ? POURQUOI ?
- 18. QUI SONT VOS PUBLICS CIBLES? (PAR ORDRE DE PRIORITÉ)
- 19. EN TANT QUE DIFFUSEUR QUÉBÉCOIS DU MILIEU DES ARTS DE LA SCÈNE, VOTRE MISSION OU VOTRE PRÉOCCUPATION, COMPREND-ELLE LE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PUBLICS ? LA FIDÉLISATION ET LEUR ÉDUCATION? SI OUI, OUELS SONT CES NOUVEAUX PUBLICS?
- □ SI OUI, PARMI LES SUIVANTES, QUELLES ACTIONS CONCRÈTES DE DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX PUBLICS ET DE FIDÉLISATION SONT MISES EN ŒUVRE PAR VOTRE ORGANISATION ? (PAR ORDRE DE PRIORITÉ).
- □ DU PERSONNEL EST SPÉCIFIQUEMENT AFFECTÉ À CETTE FONCTION
- □ REPRÉSENTATIONS DESTINÉES AUX JEUNES PUBLICS
- □ CONFÉRENCES QUI ACCOMPAGNENT LES SPECTACLES
- □ VISITES DANS LES ÉCOLES OU AUTRES LIEUX PERTINENTS
- □ ABONNEMENTS
- □ CARTE AMI OU MEMBRE
- □ SECTION VIP
- RÉDUCTION SUR UN DEUXIÈME BILLET
- □ AUTRES. PRÉCISEZ :
- □ QU'EST-CE QUI FONCTIONNE LE MIEUX ?

Section 5 : Montréal, ville internationale Montréal, Métropole culturelle

- 20. QUELS SONT, SELON VOUS, LES ENJEUX ACTUELS DE LA DIFFUSION DES ARTS DE LA SCÈNE À MONTRÉAL ?
- 21. QUE SIGNIFIE POUR VOUS MONTRÉAL MÉTROPOLE CULTURELLE?
- □ EN EST-CE UNE ? POURQUOI ?
- □ QU'EST-CE QU'IL LUI MANQUE ? OU QU'EST-CE QUI VOUS FAIT DIRE QUE C'EN EST UNE ?
- □ QUE VOUS APPORTERAIT LE FAIT QUE MONTRÉAL SOIT UNE MÉTROPOLE CULTURELLE ?
- 22. SI VOUS AVIEZ TROIS SUGGESTIONS À FAIRE POUR QUE MONTRÉAL SOIT ET DEMEURE UNE MÉTROPOLE CULTURELLE, QUELLES SERAIENT-ELLES ?