



# Définition des variables de la base de données en humour du GRIH

**François Brouard**

Groupe de recherche de l'industrie de l'humour (GRIH)  
Sprott School of Business  
Carleton University

RAPPORT DE RECHERCHE



Janvier 2022

Copyright © 2022, François Brouard

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 professeur titulaire en comptabilité et fiscalité à la Sprott School of Business, Carleton University à Ottawa, directeur fondateur du Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES), co-fondateur du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH). Il est membre de l'Observatoire de l'humour (OH) – Réseau in(ter)disciplinaire sur le rire et l'humour et co-rédacteur en chef de la revue *SÉRIEUX? Humour: Savoirs et pratiques*.

francois.brouard@carleton.ca

Renseignements supplémentaires sur la série d'études sur l'humour:

<http://carleton.ca/humour>

Twitter@IndustrieHumour

L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire. Dans ce document, le genre masculin est utilisé comme générique, dans le seul but de ne pas alourdir le texte.

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.

Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH)  
Sprott School of Business  
Carleton University

1125 Colonel By Drive Ottawa (Ontario) K1S 5B6  
grih@sprott.carleton.ca



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



[suggestion pour citer ce document: Brouard, François. (2022). *Définition des variables de la base de données en humour du GRIH*, Rapport de recherche, Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), Sprott School of Business, Carleton University / IPSO FACTO consultants inc, janvier, 37p.]

# Définition des variables de la base de données en humour du GRIH

**François Brouard**

Groupe de recherche de l'industrie de l'humour (GRIH)  
Sprott School of Business  
Carleton University

## RÉSUMÉ

L'humour manque de données sur son industrie au Québec et au Canada. Ce manque de données limite les possibilités de recherche sur l'industrie de l'humour. C'est pourquoi une base de données en humour est un outil essentiel pour la recherche en humour. L'objectif du présent rapport est de présenter les définitions retenues pour les variables de la base de données en humour du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) établie en collaboration avec IPSO FACTO consultants inc. La méthodologie visant à définir, à collecter, à valider et à diffuser les données est présentée. L'accent est placé sur les artistes en humour (humoristes) francophones au Québec et s'intéresse particulièrement aux arts de la scène. D'autres membres de l'industrie y sont intégrés dans la mesure du possible. Cette base de données contient plusieurs volets, soit: les humoristes, les spectacles par humoriste, les spectacles quotidiens, les salles de spectacles, les prix et reconnaissance, les auteurs, les agents, gérants et producteurs, les régions québécoises. La consultation de la base de données permet de préparer un ensemble de tableaux et un sommaire des données. Un site web <http://carleton.ca/humour/> permet de visualiser certaines données de la base de données.

## TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ.....	3
LISTE DES TABLEAUX .....	5
INTRODUCTION.....	6
MÉTHODOLOGIE .....	6
Définition de membres de l'industrie de l'humour .....	6
Définition des artistes et créateurs en humour / humoristes .....	7
Collecte, validation et diffusion des données .....	8
Structure de la base de données du GRIH et site web.....	9
HUMORISTES .....	10
Survol des variables pour les humoristes.....	10
Variables pour l'identification (prénom et nom) .....	11
Variables selon le statut professionnel.....	11
Variables selon le type d'artisan .....	15
Variables pour le regroupement.....	15
Variables pour les groupes .....	16
Variables selon la visibilité du travail.....	16
Variables selon le degré d'activité en humour .....	17
Variables selon le sexe et le genre .....	17
Variables selon l'ethnicité .....	19
Variables selon l'immigration – statut générationnel .....	21
Variables selon la présence d'enfants.....	21
Variables selon la formation.....	21
Variables selon l'étape du processus entrepreneurial humoristique.....	23
Variables selon le type d'activités humoristiques .....	23
Variables selon la présence avec un site web et sur des réseaux sociaux.....	24
Variables selon l'appartenance à une agence.....	24
Variables avec des dates marquantes .....	24
Variables selon l'appartenance à une association.....	24
SPECTACLES PAR HUMORISTE .....	27
SPECTACLES QUOTIDIENS .....	27
SALLES DE SPECTACLES .....	28
PRIX ET RECONNAISSANCE .....	30
AUTEURS .....	32
AGENTS, GÉRANTS ET PRODUCTEURS.....	33
RÉGIONS QUÉBÉCOISES POUR LES SALLES DE SPECTACLES.....	35
BIBLIOGRAPHIE .....	36

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 – Survol des variables pour les humoristes).....	10
Tableau 2 – Code des variables selon le statut professionnel (St1).....	11
Tableau 3 – Code des variables selon le statut professionnel (St2).....	12
Tableau 4 – Code des variables selon le statut de symbole culturel.....	13
Tableau 5 – Liste des prix pour la classification selon le symbole culturel.....	14
Tableau 6 – Code des variables selon le statut médiatique.....	14
Tableau 7 – Code des variables selon le type d'artisan.....	15
Tableau 8 – Code des variables selon une classification d'identification.....	15
Tableau 9 – Code des variables selon la visibilité du travail.....	17
Tableau 10 – Code des variables selon le degré d'activité.....	17
Tableau 11 – Code des variables selon le sexe à la naissance.....	18
Tableau 12 – Code des variables selon le genre.....	18
Tableau 13 – Code des variables selon l'origine ethnique - minorités visibles.....	20
Tableau 14 – Code des variables selon l'origine ethnique - géographie.....	20
Tableau 15 – Code des variables selon l'origine culturelle canadienne.....	20
Tableau 16 – Code des variables selon l'immigration – statut générationnel .....	21
Tableau 17 – Code des variables selon la présence (ou non) d'enfants .....	21
Tableau 18 – Code des variables selon le plus haut niveau de scolarité.....	22
Tableau 19 – Code des variables selon la formation en humour.....	22
Tableau 20 – Code des variables selon le processus entrepreneurial.....	23
Tableau 21 – Code des variables selon le type d'activités humoristiques .....	23
Tableau 22 – Code des variables selon des réseaux sociaux .....	24
Tableau 23 – Code des variables selon l'appartenance à une agence .....	24
Tableau 24 – Code des variables selon des dates marquantes .....	24
Tableau 25 – Code des variables selon l'appartenance à une association .....	26
Tableau 26 – Survol des variables pour les spectacles par humoriste.....	27
Tableau 27 – Survol des variables pour les spectacles quotidiens.....	28
Tableau 28 – Survol des variables décrivant les salles de spectacles .....	29
Tableau 29 – Survol des variables pour les prix et la reconnaissance .....	30
Tableau 30 – Code des sources pour les prix et la reconnaissance .....	31
Tableau 31 – Survol des variables pour les auteurs membres de la SARTEC .....	32
Tableau 32 – Survol des variables pour les agents, gérants et producteurs .....	34
Tableau 33 – Code des variables pour les régions administratives du Québec .....	35

## INTRODUCTION

L'humour manque de données sur son industrie au Québec et au Canada. À l'exception des rapports et statistiques de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), il est particulièrement difficile d'obtenir des données fiables, en particulier pour des contrats et ententes privés. Ce manque de données limite les possibilités de recherche sur l'industrie et la compréhension des parties prenantes de son écosystème (Brouard et Paré, 2015, 2019). C'est pourquoi une base de données en humour est un outil essentiel pour la recherche en humour.

La base de données en humour est un travail du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH), en collaboration avec la firme privée IPSO FACTO consultants inc (ci-après base de données du GRIH). Le GRIH est localisé à la Sprott School of Business, Université Carleton à Ottawa.

L'objectif du présent rapport est de présenter la méthodologie et les variables, incluant les définitions et les codes, de la base de données en humour du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH). Cela permettra de contextualiser et d'interpréter les résultats basés sur ces données.

## MÉTHODOLOGIE

Cette section vise à expliquer la méthodologie utilisée lors du développement de la base de données du GRIH, en particulier les dimensions visant à définir, à collecter, à valider et à diffuser les données.

### *Définition de membres de l'industrie de l'humour*

La définition de l'humour utilisée est assez large. Elle comprend l'interprétation qui en est donnée par la société québécoise. «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 œuvres. L'ensemble de ses activités contribue à l'obtention d'une notoriété en humour.» (Brouard et Paré, 2015, p.25) Selon l'APIH (2021, p.3), les produits en humour comprennent: «numéro d'humour, capsule ou sketch radio, capsule ou sketch Web, série Web, podcast, série et émission de télévision ou autre produit de l'industrie».

Ces activités humoristiques font partie de l'écosystème de l'industrie de l'humour. Brouard et Paré (2015) identifient les cinq sous-systèmes de cet écosystème, qui est centré autour de l'humoriste, soit: 1) le soutien à l'industrie de l'humour, 2) la phase de création/ production, 3) les activités humoristiques proprement dites, 4) la phase de diffusion/ promotion et 5) le public/ spectateurs/ clients/ lecteurs.

Le soutien à l'industrie de l'humour comprend des intervenants liés à la formation, à la recherche, aux associations et aux organismes gouvernementaux. 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. 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.

Compte tenu de la diversité des activités humoristiques et des intervenants dans l'industrie, il y a un grand nombre de personnes qui sont potentiellement membre de l'industrie de l'humour ou «membre de la communauté humoristique» (APIH, 2021, p.8).

Définition opérationnelle:

Est membre de l'industrie de l'humour, une personne ou une organisation qui consacre une portion de ses ressources (temps, énergies, argent) à des activités humoristiques ou qui pratique un métier lié à l'humour pendant une certaine période de temps.

#### *Définition des artistes et créateurs en humour / humoristes*

Cette définition d'un membre de l'industrie de l'humour est assez englobante. Quoique la base de données vise à intégrer l'ensemble des parties prenantes de l'industrie, il y a des limites pratiques à l'intégration de tous. L'absence ou la difficulté d'obtenir les données présente une contrainte importante pour certains groupes d'intervenants. Selon l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), les groupes de membres sont: agences de spectacles, auteurs, diffuseurs, gérants, humoristes, metteurs en scène, organismes, producteurs, relève, scénaristes.

Afin de délimiter les frontières, l'accent est placé sur les artistes (ou créateurs) en humour (humoristes, auteurs et metteurs en scène) francophones au Québec et s'intéresse particulièrement aux artistes associées aux arts de la scène. Ainsi, les caricaturistes (voir tableau L – Brouard et Paré, 2015, p.39) sont exclues de la liste des humoristes. Selon le site Artus.ca, son répertoire québécois «réunit des artistes qui ont travaillé au Québec, et qui ont exercé une influence sur l'expression artistique s'étant déroulée sur le territoire, quel que soit leur lieu de naissance».

Le titre d'humoriste n'est pas un titre professionnel réservé comme peut l'être les titres de médecin, d'ingénieur ou de comptable professionnel agréé (CPA). Pour l'Olivier de l'année décerné par l'APIH (2021, p.8), «[t]out artiste ayant eu des apparitions humoristiques significatives (scène, télévision, radio, Web) durant la période d'éligibilité» est admissible. Au Québec, selon la *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, article 1.1), un artiste s'entend «d'une personne physique qui pratique un art à son propre compte et qui offre ses services, moyennant rémunération, à titre de créateur ou d'interprète, dans un domaine visé». Selon le site Artus.ca, un artiste est « toute personne qui a influencé de par sa pratique ou de par son art, la représentation artistique du Québec ».

L'École nationale de l'humour distingue les humoristes selon ses deux programmes de formation principaux, soit: la création humoristique et l'écriture humoristique. La formation et l'expérience d'une personne jouent un rôle dans l'inclusion ou non à titre d'humoriste. L'interprétation qui en est faite par les diffuseurs est utile pour déterminer si cela devrait ou non entrer dans la catégorie humour.

Définition opérationnelle:

Un créateur / artiste en humour (humoriste) est une personne qui est membre de l'industrie de l'humour, notamment par son appartenance à diverses associations professionnelles, et qui pratique un métier lié à l'humour, soit à titre de créateur / interprète ou d'auteur / script/édition d'œuvres à caractère humoristique.

### *Collecte, validation et diffusion des données*

Les variables sont définies par les membres du GRIH et sont présentées dans les pages suivantes. Dans la mesure du possible, des sources indépendantes et reconnues sont utilisées pour définir les variables. Par exemple, au niveau de l'ethnicité, les définitions provenant de Statistique Canada sont utilisées.

Cette base de données a été débutée en 2014. Les données proviennent de sources publiques (par exemple, site web de l'humoriste, des agences, des diffuseurs, des associations ou autres, comptes de réseaux sociaux, journaux) pour les éléments factuels.

La méthodologie utilisée est essentiellement une revue de la documentation, notamment différents rapports publiés et la consultation de sites web (sites d'organisations, bottins d'associations, sites d'humoristes) pour faire ressortir des renseignements pertinents. L'auto-identification par les humoristes joue un rôle clé dans l'identification des humoristes.

Simultanément à la collecte, il y a une validation par triangulation des données selon plusieurs sources. Une mise-à-jour régulière s'effectue avant la publication de résultats. Une certaine portion des données est basée sur l'interprétation et le consensus par l'équipe de recherche du GRIH, compte tenu de leur expérience du milieu. Les données nécessitant une interprétation, celle-ci est effectuée par les membres du GRIH sur une base de consensus.

Le GRIH a bénéficié de l'aide de représentants des associations professionnelles dans la collecte de données. Ils sont remerciés.

Utilisant la base de données, plusieurs sommaires et tableaux seront préparés afin de diffuser le contenu. Les publications du GRIH permettront de rendre accessible les données. Selon les ressources requises et disponibles, il pourrait être possible de préparer des tableaux pour des besoins spécifiques.

#### *Structure de la base de données du GRIH et site web*

La structure de la base de données du GRIH comporte plusieurs sections, soit: 1) humoristes, 2) spectacles par humoriste, 3) spectacles quotidiens, 4) salles de spectacles, 5) prix et reconnaissance, 6) auteurs, 7) agents, gérants et producteurs, 8) régions québécoises pour les salles de spectacles. Le présent rapport de recherche est organisé de manière à présenter chacune de ces sections.

Le site web du Groupe de recherche sur l'industrie de l'humour (GRIH) présente certains éléments de la base de données.

<http://carleton.ca/humour>

Le site web comporte plusieurs sections, soit: 1) études du GRIH, 2) liens de recherche, 3) intervenant, 4) festivals, 5) comédie clubs et soirées, 6) podcasts – balado / séries / capsules web, 7) humoristes, 8) gérance, production et promotion, 9) diffuseur et salles.

Au fil des années, la base de données et le site web du GRIH évolueront.

N'hésitez pas à faire parvenir vos commentaires à [francois.brouard@carleton.ca](mailto:francois.brouard@carleton.ca)

## HUMORISTES

### *Survol des variables pour les humoristes*

Le tableau 1 présente un survol de la feuille portant sur les humoristes.

Tableau 1 – Survol des variables pour les humoristes

Concept	Catégories
Identification	Prénom et Nom
	Fam=Nom de famille (4-5 lettres) (ZZGR pour groupe)
	Pré=Prénom (1-2 lettres) (initiales pour groupe)
Statut professional	St1: (Professionnel «enraciné» (1pe); Professionnel «intermédiaire» (2pi); Professionnel «recrue» (3pr); Semi-professionnel (4sp); Relève en progression (5rp); Relève en apprentissage (6ra); Industrie connexe (7IC); Non inclus / externe à l'industrie (8EXT); ZZGR; décédé; so)
	St2: (Humoriste - Maître (1); Humoriste – Tête d'affiche (2); Humoriste – En progression (3); Relève – Apprenti (4); Relève – Aspirant (5); so)
Statut culturel et médiatique	Symbol culturel: A+, A, B, C, D, Gr, so
	Statut médiatique: A, B, C, D, Gr, so
Artisan	Créateur – Humoriste (1h); Créeur – Auteur (2A); Créeur – Mise en scène (3M); Interprète (4In); Animateur (5An); Magicien /illusionniste (6Ma); Industrie connexe (7Ic); Non inclus / externe à l'industrie (8Ni)
Regroupement	40 sélections (A, B, passé, décédé)
Visibilité	V/I : Visible / Invisible
Degré d'activité	Actif - humoriste (1AH); actif - auteur (2AA); actif - mise en scène (3AM); Actif - interprète (4AI); semi-actif en humour (6SA); semi-actif / retraite (7RE); non-actif en humour (8NA)
Sexe	M=Masculin; F=Féminin; I=Intersexé
Genre	M=Masculin; F=Féminin; A=Autre (LGBTQ2S+)
Groupe	Membre d'un groupe; Type de groupe (enraciné; relève; passé)
Ethnicité	Et1 MV: Origine ethnique – minorités visibles
	Et2 OR: Origine ethnique – régions
	Et3 OC: Origine culturelle canadienne
Immigration	G1= génération 1; G2= 2 <sup>e</sup> génération; G3= 3 <sup>e</sup> génération ou plus
Enfant	SE=Sans Enfant; AE=Avec Enfant; AE#=Avec Enfant et nombre
Formation	Plus haut niveau de scolarité atteint
	Domaine d'études: Diplôme; Baccalauréat
	Domaine d'études: Maîtrise; Doctorat
	ENH (année, programme (CH, EH, PS, E1C, E2C, Eaut); AuH=Autodidacte en humour
Activités	ScS, Sc, DVD, CD, rad, TV, anim, imit / magie, film, the, LNI, NM, pub, mes, ScE, aut, mu, liv, vis
Site web	Site web
Réseaux sociaux	Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok
Agence	Appartenance à une agence (Ag); Nom de l'agence
Dates	Naissance; début en humour; décès
Affiliation	APIH; UDA; SARTEC; ADISQ; HA

*Variables pour l'identification (prénom et nom)*

L'identification de base est celle du prénom et du nom de famille. À cela s'ajoute quelques variables pour préciser la classification.

*Variables selon le statut professionnel*

Le tableau 2 présente les définitions du statut professionnel des humoristes (St1). Cette classification est basée sur celle de Paré et Brouard (2018a) lors d'un recensement sur les créateurs en humour. Elle comprend 6 niveaux, soit: Professionnel «enraciné» (1pe); Professionnel «intermédiaire» (2pi); Professionnel «recrue» (3pr); Semi-professionnel (4sp); Relève en progression (5rp); Relève en apprentissage (6ra). Il y a quatre autres codes. Cette classification met l'accent sur le niveau professionnel atteint.

Tableau 2 – Code des variables selon le statut professionnel (St1)

Code	Types
1pe	<b>Professionnel «enraciné»</b> : Voilà plusieurs années que je suis dans le milieu et que j'y connais un bon succès professionnel. Ma notoriété est établie sur l'ensemble du territoire québécois et me permet de choisir, de dire « non » parfois, sans que j'éprouve d'insécurité (ou très peu). Mes œuvres rejoignent généralement un très large public (grandes salles de spectacles, émissions de télévision à grandes cotes d'écoute, etc.)
2pi	<b>Professionnel «intermédiaire»</b> : À ce stade, j'ai exploré plusieurs domaines (télévision, radio, festivals, etc.), on me contacte régulièrement pour y participer, et je comprends mieux les mécanismes de l'industrie. Mes œuvres circulent régulièrement (numéros, textes, mises en scène) dans des salles de petites (moins de 400 places) à moyennes tailles (entre 400 et 700 places), et quelques-unes ont été jouées dans de grandes salles (plus de 700 places); ou dans les médias de masse (ex : à la radio commerciale, chaîne de télévision publique ou privée, etc.)
3pr	<b>Professionnel «recrue»</b> : Je ne vis que de mon art (je n'ai plus d'emploi «à côté»). Les gens me connaissent dans le milieu. De nouvelles opportunités sont à ma portée (ex : télévision, radio, festivals, etc.), mais c'est encore nouveau pour moi et je continue à apprendre.
4sp	<b>Semi-professionnel</b> : On me contacte de plus en plus souvent pour mon talent. Mes cachets augmentent et sont plus constants dans le temps, et je travaille à temps partiel dans un autre domaine pour combler les manques.
5rp	<b>Relève en progression</b> : Cela fait déjà quelques temps que j'obtiens des opportunités pour monter sur scène/écrire/faire de la mise en scène, mais j'ai encore un emploi principal en dehors de l'humour pour combler mes besoins financiers.
6ra	<b>Relève en apprentissage</b> : Je suis en formation (dans un établissement d'enseignement ou «sur le tas»). J'obtiens peu de gains pour mon travail. On ne me connaît pas beaucoup dans le milieu.
7IC	Industrie connexe (IC) à l'humour et au domaine des arts et de la culture
8EXT	Externe (EXT) à l'industrie de l'humour (mais actif)
ZZGR	Groupe
so	sans objet (Exclusion des personnes retraitées non actives et groupes du passé ou décédées)

Adapté de Paré et Brouard (2018a)

Le tableau 3 présente les définitions du statut professionnel des humoristes (St2) selon une autre classification, qui comprend 4 niveaux, soit : Humoriste - Maître (1); Humoriste – Tête d'affiche (2); Humoriste – En progression (3); Relève – Apprenti (4); Relève – Aspirant (5). Il y a un autre code (so). Cette classification met l'accent sur la reconnaissance publique.

Tableau 3 – Code des variables selon le statut professionnel (St2)

Catégories		Description		
1	Humoriste – Maître	Personne jouissant d'une reconnaissance sans équivoque par ses pairs et par la société dans la discipline artistique de l'humour et dans l'industrie culturelle pour l'ensemble de sa carrière et reconnu par l'obtention de plusieurs prix prestigieux Récipiendaire de plusieurs prix: Ordre national du Québec; Prix du Québec (Denise Pelletier); Médaille d'honneur de l'Assemblée nationale du Québec; Ordre du Canada; Prix du Gouverneur Général en arts de la scène; Doctorat honoris causa; Hommage ADISQ, APIH, JPR		
2	Humoriste - Tête d'affiche	Personne jouissant d'une reconnaissance certaine de l'industrie de l'humour et possiblement de l'industrie culturelle, ayant une carrière établie démontré par un statut de tête d'affiche dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) et travaillant à conserver sa notoriété dans ses activités humoristiques	Spectacle sur scène solo (minimum 2 spectacle sur scène) Premier rôle (minimum 2 activités) Gagnant Olivier / Felix Animation de galas de l'industrie (APIH, ADISQ, JPR, CH) Plus de 5-10 années d'activités humoristiques	Membre d'une ou plusieurs associations professionnelles (APIH, UDA, SARTEC) Spectacle sur scène solo dans des moyennes ou grandes salles (pendant plusieurs représentations)
3	Humoriste – En progression	Personne jouissant d'une certaine reconnaissance de l'industrie de l'humour, ayant une carrière en progression pour devenir une tête d'affiche dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) et travaillant à développer sa notoriété dans ses activités humoristiques	Spectacle sur scène solo (possiblement 1 spectacle sur scène) Premier rôle (minimum 1 activité) Gagnant ou Finaliste Olivier / Felix Moins de 5 années d'activités humoristiques	Premier rôle dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) Gagnant ou Finaliste Olivier / Felix Signature avec un gérant ou agent
4	Relève – Apprenti	Personne jouissant d'un début de reconnaissance dans l'industrie de l'humour, développant sa carrière et sa notoriété par des rôles secondaires dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) Membre d'une association professionnelle (APIH, ADISQ, UDA) Spectacles dans des bars et petites salles ou avec d'autres dans des moyennes salles Second rôle dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) (minimum 2 activités) Participation lors de galas de l'industrie (APIH, ADISQ, JPR, CH) Entre 5-10 années d'activités humoristiques		
5	Relève – Aspirant	Personne démontrant un intérêt et construisant sa carrière d'humoriste d'une manière constante par la formation ou autrement, mais dont les activités ne représentent pas une occupation à temps plein Pas membre d'une association professionnelle Spectacles dans des bars ou petites salles Participation à des concours pour la relève Diplômé de l'École nationale de l'humour (ENH) ou en formation Moins de 5 années d'activités humoristiques		
so	sans objet			

*Variables selon le statut culturel et médiatique*

Le statut culturel et médiatique permet d'évaluer le degré de notoriété des humoristes au niveau de l'industrie de l'humour, de l'industrie culturelle et de la société en général. Il s'agit de représenter la renommée, la réputation, la célébrité et la reconnaissance publique à différents niveaux (Marcus, 2019). La présence sur les réseaux sociaux joue un rôle dans le degré de notoriété.

Le statut culturel distingue deux grandes variables, soit le symbole culturel et le statut médiatique. Il y a une distinction entre l'impact sociétal et l'impact au niveau de l'industrie. Le tableau 4 présente le statut de symbole culturel, selon six niveaux (A+, A, B, C, D, E).

Tableau 4 – Code des variables selon le statut de symbole culturel

Code	Catégories
A+	Personne jouissant d'une reconnaissance sans équivoque par ses pairs et par la société dans la discipline artistique de l'humour pour l'ensemble de sa carrière et reconnu par l'obtention de plusieurs prix prestigieux.
A	Personne jouissant d'une reconnaissance par ses pairs et par la société dans la discipline artistique de l'humour pour l'ensemble de sa carrière et reconnu par l'obtention d'au moins un prix sociétal prestigieux. Impact sociétal d'une durée de 10-15 ans
B	Personne jouissant d'une reconnaissance certaine de l'industrie de l'humour et possiblement de l'industrie culturelle, ayant une carrière établie démontré par un statut de tête d'affiche dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) et travaillant à conserver sa notoriété dans ses activités humoristiques. Récipiendaire de plusieurs prix de l'industrie
C	Personne jouissant d'un début de reconnaissance dans l'industrie de l'humour, développant sa carrière et sa notoriété par des rôles secondaires dans plusieurs produits de masse (spectacle sur scène, radio, télévision, cinéma) Récipiendaire d'au moins un prix de l'industrie
D	Reconnaissance dans ses balbutiements
E	Reconnaissance absente

Le tableau 5 présente les prix utilisés pour la détermination du statut culturel dans la société et dans l'industrie de l'humour. Une personne atteignant un statut de symbole culturel auprès du public gardera normalement ce statut durant sa carrière.

Le tableau 6 présente le statut médiatique selon les classifications souvent énoncées pour classifier les invités dans les émissions de télévision, i.e. les fameux A et B. La classification utilise 4 niveaux (A, B, C, D). Le statut médiatique est particulièrement subjectif et peut varier considérablement dans le temps et selon la personne qui évalue. Une personne atteignant un niveau auprès du public pourrait retomber ou remonter durant sa carrière au fil des années ou des événements dans une même année.

Selon Le sac de chips (2016), ces catégories se définiraient ainsi :

«Un ‘A’ serait une personnalité publique que les gens s’arrachent, qu’on voit à la télévision très souvent et qu’on suit de près sur les médias sociaux.»

«Un ‘B’, c’est semblable, mais on s’intéresse un peu moins à leur vie privée et c’est plus facile de les avoir en entrevue.»

«Un ‘C’ attire un public plus ciblé. Il peut s’agir d’un artiste émergent qui fait beaucoup jaser ou d’un ancien A qu’on a un peu oublié.»

«Finalement, un ‘D’, on n’a aucune idée de son nom, mais on a déjà vu son visage quelque part, probablement dans une publicité de croustilles à la télévision. Ou on se souvient de son nom de personnage dans une ancienne émission culte.»

Diverses listes sont disponibles aux États-Unis et au niveau international. Par exemple, l’Ulmer scale classe les acteurs selon une classification de leur pouvoir monnayable de leur célébrité (A+, A, B+, B, C, D) permettant de trouver du financement pour un projet de film (Hollywood Lexicon, 2021).

Tableau 5 – Liste des prix pour la classification selon le symbole culturel

Catégorie	Prix
Société	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ordre national du Québec</li> <li>- Prix du Québec (Denise Pelletier)</li> <li>- Prix du Gouverneur Général en arts de la scène</li> <li>- Ordre du Canada</li> <li>- Doctorat honoris causa</li> <li>- Médaille d’honneur de l’Assemblée nationale du Québec</li> <li>- Prix Victor-Morin (arts de la scène)</li> <li>- Prix d’excellence de la SOCAN</li> <li>- Prix Sylvain Lelièvre (SPACQ)</li> </ul>
Industrie culturelle et de l’humour	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hommage ADISQ, APIH, Victor JPR</li> <li>- Gémeaux, Olivier, Artis / Métrostar</li> <li>- Félix</li> <li>- Jutra / Iris (Québec cinéma)</li> <li>- Victor (Juste pour rire)</li> <li>- Nez d’or (Grand rire de Québec / ComédiHa)</li> </ul>
Industrie de l’humour (relève)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olivier (relève)</li> <li>- En route vers mon premier gala (Juste pour rire)</li> <li>- Concours de la relève de l’humour (Festival Abitibi)</li> <li>- Templin de la relève (Degelis)</li> </ul>

Tableau 6 – Code des variables selon le statut médiatique

Code	Catégories
A	Demande élevée dans les médias
B	Demande modérée dans les médias
C	Demande faible dans les médias
D	Aucune présence ou présence espérée dans les médias
so	sans objet

*Variables selon le type d'artisan*

Le tableau 7 présente les types d'artisan selon leur occupation principale (durant leur période active en humour) en distinguant les créateurs (humoriste (1CH), auteur (2CA) et mise en scène (3CM)) et d'autres artisans utilisant l'humour dans leurs activités.

Tableau 7 – Code des variables selon le type d'artisan

Code	Catégories	Description
1CH	Créateur – Humoriste	
2CA	Créateur – Auteur	
3CM	Créateur – Mise en scène	
4int	Interprète	Incluant comédien et Drag Queen
5ani	Animateur	
6ma	Magicien / illusioniste	
so	sans objet	

*Variables pour le regroupement*

Le tableau 8 présente une classification pour distinguer les personnes selon une combinaison et le regroupement de variables, principalement le statut professionnel (St1) et le statut de symbole culturel.

Tableau 8 – Code des variables selon une classification d'identification

A	B	Description du statut (St1)	Symbol culturel	Explications
1	1	professionnel "enraciné"	1pe	A+
1	2	professionnel "enraciné"	1pe	A
1	3	professionnel "enraciné"	1pe	B
1	4	professionnel "enraciné"	1pe	C
1	5	professionnel "enraciné"	1pe	D
1	6	professionnel "enraciné"	1pe	E
7	7	professionnel "intermédiaire"	2pi	A
7	8	professionnel "intermédiaire"	2pi	B
7	9	professionnel "intermédiaire"	2pi	C
7	10	professionnel "intermédiaire"	2pi	D
7	11	professionnel "intermédiaire"	2pi	E
12	12	professionnel "recrue"	3pr	A
12	13	professionnel "recrue"	3pr	B
12	14	professionnel "recrue"	3pr	C
12	15	professionnel "recrue"	3pr	D
12	16	professionnel "recrue"	3pr	E
17	17	semi-professionnel	4sp	A
17	18	semi-professionnel	4sp	B
17	19	semi-professionnel	4sp	C
17	20	semi-professionnel	4sp	D
17	21	semi-professionnel	4sp	E
22	22	relève en progression	5rp	A
22	23	relève en progression	5rp	B
22	24	relève en progression	5rp	C

<i>A</i>	<i>B</i>	<i>Description du statut (St1)</i>	<i>Symbole culturel</i>	<i>Explications</i>
22	25	relève en progression	5rp	D
22	26	relève en progression	5rp	E
27	27	relève en apprentissage	6ra	A
27	28	relève en apprentissage	6ra	B
27	29	relève en apprentissage	6ra	C
27	30	relève en apprentissage	6ra	D
27	31	relève en apprentissage	6ra	E
32	32	coulisse - auteur - coulA1	A, B	Personne exerçant principalement dans les coulisses de l'humour
32	33	coulisse - auteur - coulA2	C, D, E	
34	34	coulisse - mes - coulM		
35	35	interprète (comédien)		Personne exerçant principalement à titre d'interprète / comédien en humour
36	36	animateur		Personne exerçant principalement à titre d'animateur humoristique
37	37	magicien / illusionniste		
37	38	Industrie connexe	IC	
39	39	Non inclus / externe à l'industrie de l'humour	EXT	
40	40	group	A, B, C	Groupe enraciné avec des membres des catégories A-C
41	41	grouprel	D, E	Groupe de la relève avec des membres des catégories D- E
42	42	groupas		Groupe du passé (groupe ayant cessé leurs activités en groupe dans le domaine de l'humour)
43	43	passé		Humoriste de carrière à la retraite ou hors de l'œil du public depuis une dizaine d'années
44	44	décédé		Humoriste de carrière décédé

Les personnes appartenant au passé ou décédé peuvent être utile pour le côté historique, mais non pour décrire la situation actuelle.

### *Variables pour les groupes*

La majorité des humoristes le sont à titre individuel. Par contre, certains le sont comme membre d'un groupe pendant une période de temps. Le tableau 8 comprend également des variables identifiant les membres d'un groupe en plus de la présence individuelle en humour. Cette classification permet de distinguer trois types de groupes (enraciné; relève; passé). La distinction se situe au niveau du niveau de notoriété des membres, soit: groupe enraciné avec des membres des catégories A, B et C (group); groupe de la relève avec des membres des catégories D et E (grouprel); groupe du passé (groupe d'humoristes retiré de l'industrie) (groupas).

### *Variables selon la visibilité du travail*

Le tableau 9 présente une classification selon la visibilité du travail. La visibilité / lumière démontre la présence sur scène, à l'écran de télévision, devant les projecteurs. Par exemple, un humoriste sera à la lumière. L'invisibilité / ombre démontre le travail dans l'ombre, soit derrière la scène, les écrans, les projecteurs. Par exemple, un auteur ou un metteur en scène sera à l'ombre. S'il y a visibilité, cela l'emporte sur l'invisibilité.

Tableau 9 – Code des variables selon la visibilité du travail

Code	Catégories	Description
V	Visible / lumière	Présence sur scène, à l'écran, devant les projecteurs
I	Invisible / ombre	Arrière-scène, derrière les caméras
so	sans objet	(Exclusion des personnes et groupes du passé ou décédées)

*Variables selon le degré d'activité en humour*

Le tableau 10 présente une classification selon le degré d'activité en humour. La classification comprend 8 niveaux, soit: Actif - humoriste (1AH); actif - auteur (2AA); actif - mise en scène (3AM); Actif - interprète (4AI); semi-actif en humour (6SA); retraite / semi-actif en humour (7RE); non-actif en humour (8NA).

Tableau 10 – Code des variables selon le degré d'activité

Code	Catégories	Description
1AH	actif – humoriste	
2AA	actif – auteur	
3AM	actif – mise en scène	
4AI	actif – interprète	(incluant imitateur, magicien et illusioniste)
5AN	actif – animateur	
6SA	semi-actif en humour	
7RE	retraite / semi-actif en humour	
8NA	non-actif en humour	(mais actif dans d'autres domaines)

*Variables selon le sexe et le genre*

Statistique Canada distingue la variable 'Sexe à la naissance' et 'Genre de la personne'. «Bien qu'ils renvoient à deux concepts différents, le sexe à la naissance et le genre sont étroitement liés. Le sexe à la naissance est principalement considéré sous l'angle physique et biologique, comme les chromosomes, les organes génitaux et les hormones, alors que le genre est un concept multidimensionnel qui est influencé par plusieurs autres facteurs, dont les normes culturelles et comportementales et l'identité personnelle.» (Statistique Canada, 2021c). L'orientation sexuelle, un concept distinct, n'est pas incluse.

Le tableau 11 présente la classification selon le 'Sexe à la naissance', qui réfère au sexe assigné à la naissance. Il est habituellement assigné en fonction de son système reproducteur et d'autres caractéristiques physiques. Selon la structure de classification de Statistique Canada (2021a), il y a trois catégories 'Masculin', 'Féminin' et 'Intersexé'. À moins d'identification claire et publique, le recours au genre biologique ou visible est généralement adopté.

Tableau 11 – Code des variables selon le sexe à la naissance

Code	Catégories	Description
M	Masculin	M; Mc (industrie connexe); Mx (externe)
F	Féminin	F; Fc (industrie connexe); Fx (externe)
I	Intersexue	I; Ic (industrie connexe); Ix (externe)  «Les personnes intersexuées ont des variantes dans leurs caractéristiques sexuelles, notamment les chromosomes, les organes reproducteurs internes, les organes génitaux ou les caractéristiques sexuelles secondaires (par ex, la masse musculaire, les seins) qui diffèrent de ce qui est généralement classé comme étant masculin ou féminin.»

Source : Statistique Canada (2021b)

Selon Statistique Canada (2021c), le 'Genre de la personne' «réfère à l'identité personnelle et sociale d'un individu en tant qu'homme, femme ou personne non bininaire (une personne qui n'est pas exclusivement homme ni femme)». «Le genre comprend les concepts suivants : l'identité de genre correspond au genre qu'une personne ressent intimement et individuellement; l'expression de genre désigne la manière dont une personne présente son genre à travers son langage corporel, des choix esthétiques ou des accessoires (p. ex. vêtements, coiffure et maquillage) qui peuvent avoir été traditionnellement associés à un genre particulier, et ce, sans égard à son identité de genre.»

Le tableau 12 présente la classification selon le genre, en distinguant entre le masculin, le féminin et les autres. Il peut être difficile d'identifier les distinctions dans la catégorie 'Autre' (LGBTQ2S+ - Lesbienne, Gai, Bisexuel/Bi, Transgenre/Trans, Queer, en Questionnement, bispirituel ou une autre identité de la diversité de genre ou sexuelle) (Jeunesse J'écoute, 2018; Statistique Canada, 2021c). À moins d'identification claire et publique, le recours au genre biologique ou visible est généralement adopté.

Tableau 12 – Code des variables selon le genre

Code	Catégories	Description
M	Masculin	M; Mc (industrie connexe); Mx (externe)
F	Féminin	F; Fc (industrie connexe); Fx (externe)
A	Autre (personne non binaire)	A; Ac (industrie connexe); Ax (externe)  LGBTQ2S+: Lesbienne, Gai, Bisexuel/Bi, Transgenre/Trans, Queer, en Questionnement, bispirituel ou une autre identité de la diversité de genre ou sexuelle

Source : Statistique Canada (2021c) et Jeunesse J'écoute (2018)

### *Variables selon l'ethnicité*

L'origine ethnique (ou groupe ethnique ou ascendance ethnique) «désigne les origines ethniques ou culturelles des ancêtres de la personne. Habituellement, un ancêtre est plus éloigné que les grands-parents. Si l'on fait exception des Autochtones, la plupart des gens peuvent faire remonter leur ascendance jusqu'aux premiers de leurs ancêtres venus sur ce continent.» (Statistique Canada, 2017b, p.1)

Statistique Canada (2017b; 2018) classifient les origines ethniques selon trois grandes catégories, soit: d'origines autochtones, des origines qui réfèrent à des pays ou à d'autres origines ethniques ou culturelles. Dans la base de données du GRIH, les origines ethniques sont décrites selon trois dimensions soit: les minorités visibles, les origines géographiques et les origines culturelles canadiennes.

Le tableau 13 présente les origines ethniques adapté de la classification de Statistique Canada des minorités visibles. «Minorité visible réfère au fait qu'une personne appartient ou n'appartient pas à une des minorités visibles définies dans la *Loi sur l'équité en matière d'emploi* et, le cas échéant, le groupe de minorités visibles en question. Selon la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, on entend par minorités visibles 'les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche'. Il s'agit principalement des groupes suivants : Sud-Asiatique, Chinois, Noir, Philippin, Latino-Américain, Arabe, Asiatique du Sud-Est, Asiatique occidental, Coréen et Japonais.» (Statistique Canada, 2017c, p.1; 2018, p.129). La catégorie Premières Nations a été ajoutée.

Le tableau 14 présente l'origine ethnique selon diverses régions géographiques mondiales selon la classification de Statistique Canada (2017a). L'origine remonte à la génération précédente (parents).

Le tableau 15 présente l'origine culturelle canadienne combinant la langue et la région d'appartenance principale au Canada. Il s'agit de l'identité actuelle de la personne.

Tableau 13 – Code des variables selon l'origine ethnique - minorités visibles

Code	Description
B	Blanc
PN	Premières Nations, Métis Inuk (Inuit)
N	Noir
AR	Arabe
LA	Latino-Américain
CH	Chinois
SA	Sud-Asiatique (Indien de l'Inde, Pakistanais, Sri-Lankais, etc.)
AS	Asiatique du Sud-Est (Vietnamien, Cambodgien, Laotien, Thaïlandais, etc.)
AO	Asiatique occidental (Afghan, Arménien, Iranien, etc.)
PH	Philippin
CO	Coréen
JA	Japonais
AU	Autre groupe

Adapté de : Statistique Canada (2021d Q25; 2017c, p.3)

Tableau 14 – Code des variables selon l'origine ethnique - géographie

Code	Description
OPN	Origines autochtones nord-américaines (Premières Nations, Métis Inuk (Inuit))
ONA	Autres origines nord-américaines
OAL	Origines de l'Amérique latine, centrale et du Sud (incluant Mexique, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panama, Columbia, Vénézuela, Brésil, Argentine, Chili)
OAF	Origines africaines
OAS	Origines asiatiques (incluant Yémen, Arabie saoudite, Jordanie, Israël, Palestine, Liban, Syrie, Turquie, Géorgie, Azerbaïdjan, Kazakhstan, Russie, Inde, Chine, Indonésie, Japon)
OCA	Origines des Caraïbes (incluant Cuba, Bahamas, Jamaïque, Haïti, Puerto Rico, Barbade, Trinidad et Tobago, Martinique, St-Lucie, îles)
OEU	Origines européennes (incluant Islande, Irlande, Royaume-Uni, France, Espagne, Norvège, Suède, Finlande, Estonie, Lettonie, Lituanie, Biélorussie, Ukraine, Roumanie, Bulgarie, Grèce)
OOC	Origines de l'Océanie (incluant Australie, Nouvelle-Zélande, Papouasie-Nouvelle-Guinée)

Adapté de : Statistique Canada (2017a, p.3)

Tableau 15 – Code des variables selon l'origine culturelle canadienne

Code	Description	
PN	Premières Nations, Métis Inuk (Inuit), etc.	
AF	Afro-Canadien / Québécois	
AR	Arabo-Canadien / Québécois	
FA	Francophone des Maritimes – Acadien	
FO	Franco-Ontarien	
FP	Francophone des Prairies	MB, AB, SK, BC
M	Maritimes	
P	Prairies / Ouest canadien	MB, AB, SK, BC
Q	Québécois	
T	Territoires du Nord canadien	Terr. du Nord-Ouest, Nunavut, Yukon
AU	Autre groupe	

Adapté de Statistique Canada

*Variables selon l'immigration – statut générationnel*

L'immigration présente plusieurs volets. Celui retenu est le statut générationnel, qui «désigne si la personne ou les parents de la personne sont nés ou au Canada ou non» (Statistique Canada, 2018, p.131).

Le tableau 16 présente le statut générationnel selon la première, la deuxième ou la troisième génération ou plus. La première génération désigne les personnes qui sont nées à l'extérieur du Canada. La deuxième génération désigne les personnes qui sont nées au Canada et dont au moins l'un des parents est né à l'extérieur du Canada. La troisième génération ou plus désigne les personnes qui sont nées au Canada et dont les deux parents sont nés au Canada.

Tableau 16 – Code des variables selon l'immigration - statut générationnel

Code	Catégories	Explications
G1	Première (1 <sup>ère</sup> ) génération	désigne les personnes qui sont nées à l'extérieur du Canada.
G2	Deuxième (2 <sup>e</sup> ) génération	désigne les personnes qui sont nées au Canada et dont au moins l'un des parents est né à l'extérieur du Canada.
G3	Troisième (3 <sup>e</sup> ) génération et plus	désigne les personnes qui sont nées au Canada et dont les deux parents sont nés au Canada.

Adapté de Statistique Canada (2018)

*Variables selon la présence d'enfants*

Le tableau 17 présente la variable identifiant la présence (ou non) d'enfants et leur nombre lorsque disponible. Cela comprend les «enfants naturels, par le mariage, par union libre ou par adoption» (Statistique Canada, 2018, p.42).

Tableau 17 – Code des variables selon la présence (ou non) d'enfants

Code	Catégories
SE	Sans enfant SE=Sans Enfant; AE=Avec Enfant; AE#=Avec Enfant et nombre
AE	Avec enfant(s)
AE#	Avec nombre d'enfants (1, 2, 3, 4, 5, 6 et plus)

*Variables selon la formation*

La formation est divisée entre le plus haut niveau de scolarité et la formation en humour. Le tableau 18 présente les variables selon le plus haut niveau de scolarité. La classification s'appuie sur les questions du recensement de Statistique Canada (2021d). Cela comprend divers niveaux: primaire, secondaire, métiers, collégial (ex: humour (ENH)), baccalauréat, maîtrise ou doctorat (incluant un doctorat honorifique).

Tableau 18 – Code des variables selon le plus haut niveau de scolarité

Code	Catégories
S1a	Aucun certificat, diplôme ou grade
S2s	Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
S3m	Études postsecondaire: certificat ou diplôme d'une école de métiers
S4c	Études postsecondaire: diplôme d'études collégiales (incluant École nationale de l'humour, École nationale de théâtre du Canada)
S5i	Études postsecondaire: certificat universitaire inférieur au baccalauréat
S6b	Études postsecondaire: baccalauréat (incluant Conservatoire d'art dramatique de Montréal et dr Québec)
S7s	Études postsecondaire: diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
S8m	Études postsecondaire: maîtrise et diplôme en médecine, DMV
S9d	Études postsecondaire: doctorat (incluant honorifique)

Adapté de Statistique Canada (2021d, Q33-34); site Union des artistes (UDA)

La catégorie Métiers comprend un ensemble d'ateliers professionnels offert par l'École nationale de l'humour ou Les Ateliers Fichaud, par exemple. Au niveau collégial, il y a les trois programmes de l'École nationale de l'humour, qui sont des attestations d'études collégiales ou considérées comme telles. L'Union des artistes classifie au niveau collégial la formation en théâtre de l'École nationale de théâtre du Canada et au niveau du baccalauréat celles du Conservatoire d'art dramatique de Montréal et de Québec.

Le tableau 19 présente les variables selon la formation en humour. La formation se retrouve à l'École nationale de l'humour (ENH) avec certains programmes, comme la création humoristique (CH), l'écriture humoristique (EH) ou le perfectionnement en scénarisation (PS). Il peut aussi s'agir d'une personne autodidacte en humour. Les formations complémentaires (ex: théâtre) ou non reliés aux arts (ex: actuariat) sont incluses dans la scolarité.

Tableau 19 – Code des variables selon la formation en humour

Code	Catégories	
ENH date	Année de promotion du premier programme de l'ÉNH	
ENH prog1	Programme de l'ÉNH:	CH: (diplômé en création humoristique) EH (diplômé en écriture humoristique) E2C: Étudiant.e 1 <sup>ère</sup> année de l'ÉNH: CH (création humoristique) E1C: Étudiant.e 2 <sup>e</sup> année de l'ÉNH: CH (création humoristique) Eaut: Étudiant.e de l'ÉNH: EH (écriture humoristique)
ENH prog2	PS (diplômé en perfectionnement en scénarisation)	
Autodidacte	AuH: Autodidacte en humour ou ENH (École nationale de l'humour)	

*Variables selon l'étape du processus entrepreneurial humoristique*

Le tableau 20 présente le positionnement au niveau du processus entrepreneurial humoristique. Le positionnement s'inspire de la description du processus d'entrepreneurial du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (St-Jean et Duhamel, 2021). Les phases distinguent la conception, la création, la persistance et la sortie du domaine de l'humour.

Tableau 20 – Code des variables selon le processus entrepreneurial

Code	Catégories
Ent1P	Entrepreneur humoristique potentiel
Ent2N	Entrepreneur humoristique naissant
Ent3D	Entrepreneur humoristique en développement
Ent4E	Entrepreneur humoristique établi
Ent5R	Entrepreneur humoristique retiré

Adapté du Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (St-Jean et Duhamel, 2021)

*Variables selon le type d'activités humoristiques*

Le tableau 21 présente divers types d'activités humoristiques. Ces activités s'inspirent de la description de l'écosystème de l'industrie de l'humour (Brouard et Paré, 2015; 2019). Au fil des années, une personne peut cumuler plusieurs types d'activités.

Tableau 21 – Code des variables selon le type d'activités humoristiques

Code	Catégories	Description
ScS	Scène en salle	Spectacles en salle de spectacle (one-man/woman show) ou animation d'un gala d'humour
Sc	Scène	Scène dans les: comedy club, bars, festivals, corporatif
DVD	DVD	Vidéo : DVD
CD	CD	Audio : CD, disque, album
rad	Radio	Participation à la radio (auteur, chronique ou animation)
TV	TV	Participation à la télévision (présence, chronique ou animation)
anim	Animation	Gala, soirées dans les bars
Imit	Imitation / Magie	
film	Film	Cinéma (court et long métrage), doublage
the	Théâtre	
imp	Ligue d'improvisation	LNI ou autres
NM	Nouveaux médias	Capsule web, balado / podcast, série web
pub	Publicité	Promotion d'un produit ou service
mes	Mise en scène	Mise en scène, direction artistique et réalisation
ScE	Script-édition	Script-édition d'une activité humoristique
aut	Auteur	Auteur, scénariste, conseiller à la scénarisation
mu	Musique	Production et composition de chansons
liv	Livre	Roman, essai, BD-bande dessinée
vis	Visuel	Peinture, photographie, humour visuel, animation graphique

*Variables selon la présence avec un site web et sur des réseaux sociaux*

Il y a présence ou non d'un site web. Le tableau 22 présente la présence selon divers réseaux sociaux. La présence s'attarde à certains médias sociaux, tel qu'examiné par Brouard et Paré (2017).

Tableau 22 – Code des variables selon des réseaux sociaux

Code	Description
Site web	url du site web http://...
W	Site web
F	Facebook
Tw	Twitter
I	Instagram
YT	YouTube
TT	TikTok

*Variables selon l'appartenance à une agence*

Le tableau 23 présente les variables selon l'appartenance à une agence d'artistes / de production ou non. La signature par une agence ou un producteur peut établir une certaine reconnaissance de l'industrie.

Tableau 23 – Code des variables selon l'appartenance à une agence

Code	Catégories
Ag	Appartenance à une agence
Agence	Nom de l'agence

*Variables avec des dates marquantes*

Le tableau 24 présente les variables selon des dates marquantes, soit la date de naissance, le début en humour et la date de décès.

Tableau 24 – Code des variables selon des dates marquantes

Code	Catégories
Naissance	Date de naissance (année-mois-jour)
Début	Date de début de la carrière (année)
Décès	Date de décès (année-mois-jour)

*Variables selon l'appartenance à une association*

Les humoristes ou les membres de l'industrie peuvent appartenir à plusieurs associations, notamment l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), l'Union des artistes (UDA), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle, de la vidéo (ADISQ).

Selon l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), les groupes de membres sont: agences de spectacles, auteurs, diffuseurs, gérants, humoristes, metteurs en scène, organismes, producteurs, relève, scénaristes. Pour la portion Humoriste, l'accent est sur les humoristes, les auteurs et la relève.

Selon l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH): «Le membre Relève est l'humoriste ou l'auteur qui a terminé sa formation ou qui pratique le métier depuis moins de sept (7) ans ou dont le revenu principal ne provient pas de la pratique de son métier. Est exclu l'humoriste étant la tête d'affiche de spectacles présentés dans un réseau professionnel.» (règle 4.1.4)

Selon le site web de l'Union des artistes (UDA): «Tout artiste professionnel au sens de la *Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma* et qui travaille dans l'un ou l'autre des secteurs relevant de la compétence de l'Union des artistes (UDA).»

Les membres de l'UDA sont regroupés au sein de quatre champs de pratique artistique, soit les acteurs, les animateurs, les chanteurs, et les danseurs. On retrouve dans ces champs de pratique des membres qui exercent plusieurs types de métiers, comme des artistes de variétés, des comédiens, des cascadeurs, des choristes, des directeurs de plateau, des humoristes, des annonceurs et des chorégraphes pour n'en nommer que quelques-uns. L'UDA regroupe des membres stagiaires, actifs, doyens et à vie. Les catégories doyen et à vie sont utilisés pour les fins internes de l'UDA.

Selon les Règlements généraux de l'UDA:

«Le membre doyen est un membre actif qui a atteint le seuil de 40 années en tant que membre de l'UDA et 65 ans d'âge. Il est dispensé du paiement de la cotisation annuelle, mais il est tenu au paiement de la cotisation régulière. Il conserve tous les droits et bénéfices rattachés au statut de membre actif.» (8.4)

«Le membre à vie est un membre actif à qui le conseil accorde ce statut honorifique en raison de services éminents qu'il a rendus à l'UDA et des responsabilités syndicales importantes qu'il y a assumées. Il est dispensé du paiement de la cotisation annuelle, mais demeure tenu au paiement de la cotisation régulière. Il conserve tous les droits et bénéfices rattachés au statut de membre actif.» (8.6)

Depuis 2010, l'UDA reconnaît l'École nationale de l'humour et sa formation en création humoristique dans la liste des établissements d'enseignement pour le secteur humour.

Les membres actuels de l'ADISQ sont des entreprises ou des organisations.

Pour la SARTEC, il y a deux types de codes (SH et S(H)), mais il ne semble pas y avoir de différence officielle entre les deux.

L'appartenance aux Humoristes Associés (HA) est également incluse, quoique ce regroupement semble inactif depuis un certain nombre d'années.

Le tableau 25 présente l'appartenance à une ou plusieurs des associations (APIH, UDA, SARTEC ADISQ, HA), en incluant le type de membre.

Tableau 25 – Code des variables selon l'appartenance à une association

Code	Catégories
APIH	Membre de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH) H = Humoriste Rel = Relève Aut = Auteur H/Aut = Humoriste et Auteur Rel/Aut = Relève et Auteur exH, exAut; exRel = ex membre
UDA	Membre de l'Union des artistes (UDA) MV = Membre A vie MD = Membre Doyen MA = Membre actif Stag = Stagiaire NMU = Non membre UDA
	Identification liée à l'humour ou non HG = Membre avec identification Général Humour comme activité G = Membre général (sans identification de l'humour comme activité) 0 = Membre sans aucune information
S	Membre de la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) SH = Membre Genre Humour S(H = Genre (Humour) S = Membre (autre qu'humour) NMS = Non membre SARTEC
ADISQ	Membre de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ) AMR = Membre régulier AMS = Membre associé AMD = Membre adhérent AAF = Affilié AMR = Membre relève (régulier ou associé) NMA = Non membre ADISQ
HA	Membre des Humoristes Associés (HA) HA = Membre

## SPECTACLES PAR HUMORISTE

La feuille pour les spectacles par humoriste comprend un ensemble de données afin d'établir la chronologie des spectacles au fil des années pour une même personne ou groupe. Des sources publiques (par exemple, site web de l'humoriste, des agences, des diffuseurs, des associations ou autres, comptes de réseaux sociaux, journaux) sont utilisées pour les données factuelles. Le tableau 26 présente un survol de la feuille pour les spectacles par humoriste.

Tableau 26 – Survol des variables pour les spectacles par humoriste

Code	Catégories
Humoriste	Prénom et Nom
Fam	Nom de famille (4 lettres)
Prénom	Prénom (1 lettre)
Titre	Titre du spectacle
No	Numéro du spectacle
Début	Date de début
Fin	Date de fin
Billet	Nombre de billets vendus
Repr	Nombre de représentations

## SPECTACLES QUOTIDIENS

La feuille pour les spectacles quotidiens comprend un ensemble de données afin d'établir la chronologie des spectacles dans les salles de spectacles au fil des années pour une même personne ou groupe. Des sources publiques (par exemple, site web de l'humoriste, des agences, des diffuseurs, des associations ou autres, comptes de réseaux sociaux, journaux) sont utilisées pour les données factuelles.

Le tableau 27 présente un survol de la feuille pour les spectacles quotidiens. Il y a notamment des informations sur la date, la salle, la ville, l'humoriste et le titre du spectacle. Lorsque disponible, la mention Complet est ajoutée. Le prix du billet est indiqué avec un intervalle de prix; le prix des billets varie selon l'inclusion ou non de frais, qui diffèrent selon les salles et les sites de vente.

Une variable porte sur les exceptions dans les types de spectacles, afin de distinguer s'il s'agit d'une prestation dans un bar, d'un spectacle corporatif, d'un spectacle dans le cadre d'un festival, d'une soirée (avec plusieurs humoristes), d'un spectacle considéré par des salles sous humour mais pouvant être classés sous les variétés selon la classification de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) ou canadien hors Québec ou international. Certains spectacles internationaux sont disponibles pour les humoristes québécois.

Tableau 27 – Survol des variables pour les spectacles quotidiens

Code	Catégories
Année	Date – Année
M	Date – Mois (01-12)
Mois	Date - Mois (alpha – 3 lettres)
Jour	Date - Jour (1-31)
Salle	Nom de la salle de spectacle
Ville	Ville de la salle de spectacle
Humoriste	Prénom et Nom
Titre	Titre du spectacle
Complet	Mention si spectacle complet
Coût	Coût d'un billet vendu
EXC	EXC=Exception; BAR=bar; COR=corporatif; FES=festival; SOI=soirée; VAR=variété; HOQ=hors Québec; INT=international
IN	IN=international; FR=France; SU=Suisse; US=United States; BE=Belgique;

## SALLES DE SPECTACLES

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. Il peut y avoir plusieurs salles dans un même lieu. Les spectacles se concentrent dans les régions de Montréal, de Québec et dans les capitales régionales.

Des sources publiques (par exemple, site web des diffuseurs, des associations ou autres, comptes de réseaux sociaux, journaux) sont utilisées pour les données factuelles. Les plans et devis techniques des diverses salles ont été particulièrement utiles. Les données nécessitant une interprétation est effectuée par les membres du GRIH sur une base de consensus.

Le tableau 28 présente un survol de la feuille pour les salles de spectacles. Parfois, il y a plusieurs salles dans un même lieu. Il y a aussi une mention de bars présentant des spectacles. La localisation des salles (ville, région, province, code postal) permet de positionner géographiquement les salles. D'autres activités comme le théâtre d'été, l'affiliation au niveau de la billetterie et à des réseaux de diffuseur y sont mentionnés.

La capacité des salles varie selon les sources. Le nombre de sièges est inclus dans les variables. 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). La capacité des salles en nombre de sièges et selon la classification à trois niveaux de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (Fortier, 2011) est adoptée pour les fins de classification.

Tableau 28 – Survol des variables décrivant les salles de spectacles

Code	Catégories	
HUM	HUM=Salle utilisée pour spectacles d'humour Hbar=Bar utilisé pour spectacles d'humour Non utilisé pour spectacles d'humour	
Lieu	Lieu de la salle de spectacle (bâtiment)	
Salle	Nom de la salle de spectacle	
Ville	Ville de la salle de spectacle	
Région	Sigle de la région administrative au Québec (3 ou 4 lettres)	
Prov	Province	
CodeP	Code postal	
Type	Type de salle (P=Petite; M=moyen; G=Grand)	
Capacité	Nombre de sièges	
Site web	Lien du site web	
Activités		
Billets	Admission, billetech, ovation, réservatech, ticketaccess, ticketmaster, ticketpro	
Réseaux	Affiliation à un réseau (RIDEAU, ROSEQ, SCÈNES, SPECTOUR)	
Membriété	APIH	Membre de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (Agences de spectacles; Gérants; Producteurs)
	ADISQ	Membre de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (Diffuseur de spectacles)

## PRIX ET RECONNAISSANCE

Il existe différents prix offrant une reconnaissance publique pour les membres de l'industrie de l'humour. Tel qu'indiqué au tableau 5, il y a des prix au niveau de la société et de l'industrie de l'humour. Des sources publiques (par exemple, site web des humoristes, des associations ou autres, comptes de réseaux sociaux, journaux) sont utilisées pour les données factuelles. Les prix proviennent de multiples sources.

Le tableau 29 présente un survol de la feuille pour des prix et reconnaissance. En plus des variables d'identification de base, pour chaque prix, il y a la description, la source, l'année, la catégorie spécifique du prix et statut de gagnant ou de finaliste pour l'humoriste. Par exemple, pour l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), il y a l'ensemble des Olivier, et certaines catégories spécifiques, notamment: Olivier de l'année, Olivier découverte de l'année, Olivier auteur de l'année.

Le tableau 30 présente une liste des sources et des prix associés. Dans certains cas, un prix est accordé à un humoriste en collaboration avec d'autres personnes. Dans le domaine de l'humour le plus grand nombre de prix sont ceux du gala annuel Les Olivier. Toutefois, il y a aussi celui du gala de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), en plus de vote populaire (ex: ARTIS), les prix gouvernementaux, ceux des festivals d'humour et des concours.

Tableau 29 – Survol des variables pour les prix et la reconnaissance

Code	Catégories
Humoriste	Prénom et Nom
Fam	Nom de famille (4 lettres)
Prénom	Prénom (1 lettre)
&	Collaboration dans l'obtention du prix
Objet	Objet du prix
Source	ADISQ; APIH; ENH; ARTIS; Métrostar; GouCan; GouQC; CAC; CAM; JPR; GRQ; Cha; FHAT; Dégelis; CHVCB; Noovo
Année	Année
Prix	Félix, Olivier, Artis, Victor, Gémeaux, ARTIS; Métrostar,
Catégorie	Catégorie spécifique du prix
Statut	Gagnant; Finaliste

Tableau 30 – Code des sources pour les prix et la reconnaissance

Code	Source et prix
ADISQ	Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo - Félix (1979 - ...)
APIH	Association des professionnels de l'industrie de l'humour - Olivier (1999 - ...)
ENH	École Nationale de l'humour
Métrostar	Métrostar (Réseau TVA) - Métrostar (1981-2005)
ARTIS	ARTIS (Réseau TVA) - ARTIS (2006-...)
Gémeaux	Académie canadienne du cinéma et de la télévision (ACCT) - Gémeaux - Prix Écrans Canadiens
GouCan	Gouvernement du Canada - Ordre du Canada (Membre, Officier, Compagnon) - Prix du Gouverneur Général en arts de la scène - Prix du Gouverneur Général pour les arts du spectacle (PGGAS) (1992 - ...)
GouQC	Gouvernement du Québec - Ordre national du Québec (Chevalier, Officier, Grand officier) - Prix du Québec (Denise Pelletier) - Médaille d'honneur de l'Assemblée nationale du Québec
écoles	- Doctorat honoris causa (université) - Diplôme honorifique (ENH et collège)
SSJB	Société Saint-Jean-Baptiste de Montréal - Prix Victor-Morin (arts de la scène) (1962 – 1998)
SOCAN	Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique - Prix d'excellence de la SOCAN - Prix de la chanson SOCAN
CCA	Canadian Comedy Awards - Comedic Artist of the Year
SPACQ	Fondation Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec - Prix Sylvain Lelievre
QCcinéma	Québec Cinéma - Jutra (1999 - 2015) - Iris (2016 - ...)
CAC	Conseil des arts du Canada - Prix du Gouverneur Général en arts de la scène
CAM	Conseil des arts de Montréal - Grand prix (1985 - ...)
JPR	Juste pour rire - Victor
GRQ	Grand Rire de Québec - Nez
Cha	ComédiHa! Fest-Québec - Antoine
FHAT	Festival d'humour de l'Abitibi-Témiscamingue Concours de la relève de l'humour
Noovo	- Le prochain stand-up (2020 - ...) - Big Brother Célébrités (2021 - ...)
ERVMPG	- En route vers mon premier gala (Juste pour rire)
L5P	Les 5 prochains
Dégelis	Dégelis Le Tremplin Humour (Templin de la relève)
CHVCB	Concours d'humour du Vieux-Canal de Beauharnois

## AUTEURS

Le bottin de la SARTEC permet de retracer les œuvres et les membres en humour. Le bottin est établi à partir des fiches des membres eux-mêmes. Il y a trois variables, soit fonction, secteur et genre. Les fonctions correspondent au rôle ou aux tâches effectuées par l'auteur dans une production audiovisuelle, tel que retrouvée au générique. Malgré un large éventail de fonctions, les nuances sont regroupées sous Auteur. Le secteur est une précision du «medium» de diffusion. Le genre permet de catégoriser le type de production. On retrouve de nombreux autres types de production sous genre, par exemple: documentaire, dramatique, jeunesse, téléroman. Le genre Humour est celui retenu.

Le tableau 31 présente un survol de la feuille pour les auteurs membre de la SARTEC (Société des auteurs de radio, télévision et cinéma). Elle permet de compléter la feuille des Humoristes. La SARTEC négocie des ententes minimales pour les auteurs/ scripteurs, par exemple avec Radio-Canada et TVA. Il est à noter que tous les auteurs en humour ne sont pas membres de la SARTEC. Les membres de la SARTEC travaillant en humour ne s'identifient pas tous comme tel.

Tableau 31 – Survol des variables pour les auteurs membres de la SARTEC

Code	Catégories
Identification	Prénom et nom de famille
Fam	Nom de famille (4 lettres)
Prénom	Prénom (1 lettre)
Fonction	adaptateur; adaptation; adaptation en surimpression vocale; adaptation synchrone; auteur; auteur coordonnateur; auteur, conseiller à la scénarisation; coadaptateur; coauteur; collaboration au scénario; collaboration aux dialogues; concepteur; conseiller à la scénarisation; co-scénariste; dialogues; membre associé; membre associé, scénariste; membre stagiaire; membre, stagiaire, scénariste; recherchiste; scénario; scénariste; scénariste, conseiller à la scénarisation; scénariste, membre associé, script-éditeur; scripteur
Secteur	Cinéma (incluant Doublage), Nouveaux médias, Radio, Télévision
Genre	Humour Mais aussi : affaires publiques; animation; corporatif; court et moyen métrage; docufiction; documentaire; dramatique; émission jeunesse; émission magazine; émission magazine jeunesse; film publicitaire; jeu; long métrage; log métrage docu-fiction; long métrage documentaire; multimédia; radio; reportage; série docu-fiction; série documentaire; série dramatique; sitcom; sitcom jeunesse; télé-réalité; téléfilm; téléroman; textes à la minute pr;s; variétés/talk show; vidéo d'art; vidéoclip; web-séries

## AGENTS, GÉRANTS ET PRODUCTEURS

Associés à la carrière d'un humoriste dans l'écosystème de l'industrie de l'humour (Brouard et Paré, 2015) et contribuant à son succès, il y a les agents, les gérants, les producteurs. Ceux-ci se retrouvent dans des maisons de gérance, les agences artistiques, les maisons de production, les agences de spectacle, les agences de promotion et les agences de relations de presse. Certaines organisations jouent plusieurs rôles simultanément. Le tableau 32 présente un survol de la feuille pour les agents, gérants et producteurs.

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».

Selon l'Office québécois de la langue française (2020), l'agent d'artiste se définit comme une «personne qui agit à titre d'intermédiaire et représente les intérêts d'un artiste auprès des producteurs, du public et de la communauté artistique moyennant un pourcentage sur les éventuels bénéfices»; il «veille notamment à négocier les contrats et les cachets ainsi qu'à planifier les événements promotionnels et les relations avec les médias». Parmi les autres titres privilégiés par l'OQLF, il y agent artistique ou imprésario; alors que gérant d'artiste est à déconseiller. Certains maisons de gérance s'annonce toutefois comme telle et l'ADISQ a une catégorie pour les maisons de gérance.

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). 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». Il y a des producteurs pour le cinéma, la télévision, la radio et le multimédia.

Un producteur peut s'adoindre 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». 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).

Une agence de relations de presse est une ou plusieurs personnes qui planifient et bâtiennent 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 32 – Survol des variables pour les agents, gérants et producteurs

Code	Catégories	
Abrév	Abréviation de l'organisation	
Organisation	Nom de l'organisation	
Site web	Nom du site web	
Région	Région administrative	
CodeP	Code postal	
AArt	Agent d'artiste	
Gérant	Gérant d'artiste	
Producteur	PSP = Producteur de spectacle	
PTV	PTV = Producteur télévision	
Dist	Distributeur	
ASp	Agent de spectacles	
Prom	Promoteur	
RP	Relations de presse	
Réseaux sociaux	F=Facebook	
	Tw=Twitter	
	I=Instagram	
	YT=YouTube	
	TT=TikTok	
Membriété	APIH	Membre de l'Association des professionnels de l'industrie de l'humour (Agences de spectacles; Gérants; Producteurs)
	ADISQ	Membre de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (Agence de promotion; Agence de relations de presse; Agence de spectacles; Maison de gérance; Producteurs de spectacles)
	AQAA	Membre de l'Association québécoise des agents d'artistes
	APRAQ	Association professionnelle des représentants d'artistes du Québec

## RÉGIONS QUÉBÉCOISES POUR LES SALLES DE SPECTACLES

Le tableau 33 présente un survol de la feuille pour les régions administratives québécoises pour positionner les salles de spectacle. Les données proviennent de la plus récente édition du Panorama des régions du Québec (Institut de la statistique du Québec, 2021).

Tableau 33 – Code des variables pour les régions administratives du Québec

Code	Catégories			
Code région (3-4 lettres) (3-5 lettres)	Code	Code	No	
No région (1-17)	BSL	BSL	1	Bas-Saint-Laurent
	SAG	SLSJ	2	Saguenay-Lac-Saint-Jean
	CAP	CAPN	3	Capitale-Nationale
	MAU	MAUR	4	Mauricie
	EST	ESTR	5	Estrie
	MTL	MTL	6	Montréal
	OUT	OUT	7	Outaouais
	ABI	ABT	8	Abitibi-Témiscamingue
	COTN	CN	9	Côte-Nord
	NORQ	NDQ	10	Nord-du-Québec
	GAS	GIM	11	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
	CHAU	CHAPP	12	Chaudière-Appalaches
	LAV	LAV	13	Laval
	LAN	LAN	14	Lanaudière
	LAU	LAUR	15	Laurentides
	MONT	MGIE	16	Montérégie
	CENQ	CQC	17	Centre-du-Québec
Plus grande ville				
Population	(2020)			
% population				
Superficie (km2)				
% superficie				

## 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>]
- APIH (2021). *Gala Les Olivier Réglementation 2022*, Montréal: Association des professionnels de l'industrie de l'humour (APIH), 5 octobre, 9p.
- Brouard, F., Paré, C. (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.
- Brouard, F., Paré, C. (2017). *Présence des humoristes québécois francophones dans les médias sociaux*, Rapport de recherche SCSE/CSES, Sprott Centre for Social Enterprises / Centre Sprott pour les entreprises sociales (SCSE/CSES), janvier, 21p.
- Brouard, F., Paré, C. (2019). Écosystème de l'industrie de l'humour francophone au Québec, *Revue Organisation et Territoires*, 28(3), 11-22.
- Hollywood Lexicon (2021). Ulmer Scale. [En ligne] [<http://www.hollywoodlexicon.com/ulmerscale>]
- Institut de la statistique du Québec (2021). *Panorama des régions du Québec. Édition 2021*, Québec: Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, novembre, 187p. [En ligne] [<http://statistique.quebec.ca/fr/fichier/panorama-des-regions-du-quebec-edition-2021.pdf>]
- Jeunesse J'écoute (2018). *LGBTQ2S+ : Qu'est-ce que ça veut dire?*, 29 juin. [En ligne] [<http://jeunessejecoute.ca/information/lgbtq2s-ca-veut-dire/>]
- Le sac de chips (2016). Ces vedettes sont des A, B, C ou D?, *Le Journal de Québec*, 28 avril, 2p. [En ligne] [<http://www.journaldequebec.com/2016/04/28/ces-vedettes-sont-des-abc-ou-d-selon-vous>]
- 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)
- Loi sur le droit d'auteur* (L.R.C., 1985, chapitre C-42)
- Marcus, S. (2019). *The Drama of Celebrity*, Princeton: Princeton University Press, 318p.
- Office québécois de la langue française (2020). *Le grand dictionnaire terminologique (GDT)*. [En ligne] [<http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca>]
- Paré, C. Brouard, F. (2018a). *Enquête sur le portrait sociodémographique et l'égalité homme-femme chez les créatrices et créateurs d'humour au Québec – Sommaire 2018-1: Données sociodémographiques*, sommaire de recherche du GRIH et SCSE/CSES, juin, 10p.

- Paré, C. Brouard, F. (2018b). *Enquête sur le portrait sociodémographique et l'égalité homme-femme chez les créatrices et créateurs d'humour au Québec – Sommaire 2018-2: Données sur la perception de l'égalité entre les femmes et les hommes*, sommaire de recherche du GRIH et SCSE/CSES, juin, 10p.
- St-Jean, E., Duhamel, M. (2021). *2020 Situation de l'activité entrepreneuriale québécoise - Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, Trois-Rivières : Institut de recherche sur les PME – Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), 75p. [En ligne] [[http://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1512/O0003682956\\_GEM\\_2020\\_final.pdf](http://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1512/O0003682956_GEM_2020_final.pdf)]
- Statistique Canada (2017a). *Les origines ethniques et culturelles des Canadiens, le portrait d'un riche héritage, Recensement de la population, 2016*. No 98-200-X2016016, 25 octobre, 8p. [En ligne] [<http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/as-sa/98-200-x/2016016/98-200-x2016016-fra.pdf>]
- Statistique Canada (2017b). *Guide de référence sur l'origine ethnique, Recensement de la population, 2016*. No 98-500-X2016008, 25 octobre, 10p. [En ligne] [<http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/ref/guides/008/98-500-x2016008-fra.pdf>]
- Statistique Canada (2017c). *Guide de référence sur les minorités visibles et le groupe de population, Recensement de la population, 2016*. No 98-500-X2016006, 25 octobre, 10p. [En ligne] [<http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/ref/guides/006/98-500-x2016006-fra.pdf>]
- Statistique Canada (2018). *Dictionnaire, Recensement de la population, 2016*. No 98-301-X2016001, 11 octobre, 510p. [En ligne] [<http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/ref/dict/006/98-301-x2016001-fra.pdf>]
- Statistique Canada (2021a). *Sexe à la naissance de la personne*, 1 octobre. [En ligne] [[http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var\\_f.pl?Function=DEC&id=24101](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var_f.pl?Function=DEC&id=24101)]
- Statistique Canada (2021b). *Sexe à la naissance, variante - Usage*. [En ligne] [[http://www23.statcan.gc.ca/imdb/pUtil\\_f.pl?Function=getNote&id=1326701&NT=01](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/pUtil_f.pl?Function=getNote&id=1326701&NT=01)]
- Statistique Canada (2021c). *Genre de la personne*, [En ligne] [[http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var\\_f.pl?Function=DEC1&id=1326692](http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3Var_f.pl?Function=DEC1&id=1326692)]
- Statistique Canada (2021d). *Questionnaire Recensement 2021 Formulaire 2A-L*. [En ligne] [[http://www.statcan.gc.ca/fr/programmes-statistiques/instrument/3901\\_Q2\\_V6](http://www.statcan.gc.ca/fr/programmes-statistiques/instrument/3901_Q2_V6)]