



Fréquentation des cinémas au Canada en 2024

28 mai 2025



Introduction

ERm Research a été mandaté par la MTAC et Téléfilm Canada pour mener une étude visant à explorer l'état actuel de la fréquentation des salles de cinéma au Canada. Il s'agit de la dernière d'une série d'études sur les cinéphiles Canadiens, dont la première a été réalisée en 2014, puis à nouveau en 2019. Lorsque cela est possible, des comparaisons sont établies avec ces études précédentes, afin de mettre en évidence les principaux changements et évolutions au fil du temps.

La partie en ligne de cette étude a été réalisée du 8 au 20 avril 2025 auprès d'un échantillon de résidents Canadiens âgés de 13 ans et plus, pour un total de 3 458 répondants. De plus, deux groupes de discussion ont été organisés en ligne en mai 2025, avec des cinéphiles âgés de 18 à 59 ans.

Les opinions, constatations, conclusions ou recommandations exprimées dans ce document sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles de Téléfilm Canada ou du gouvernement du Canada. Téléfilm n'est en aucun cas liée par les recommandations qui pourraient figurer dans ce document.



Table des matières

4

SOMMAIRE EXÉCUTIF

8

HABITUDES DE CONSOMMATION

16

LES GRANDS CINÉPHILES

21

L'IMPORTANCE DU CINÉMA

31

MÉTHODOLOGIE

Sommaire exécutif

La fréquentation des cinémas au Canada

Dans l'ensemble, 62 % des Canadiens âgés de 13 ans et plus ont assisté à une séance de cinéma en 2024. Les cinéphiles les plus assidus, c'est-à-dire ceux qui sont allés au cinéma au moins 10 fois (seulement 12 % du marché), contribuent de manière disproportionnée aux recettes-guichets, représentant 49 % des entrées.

Les consommateurs continuent d'aimer passer leurs soirées à regarder des films et la télévision, ce qui constitue un passe-temps national. Bien que les préoccupations liées au coût, au type de contenu diffusé et à l'image de plus en plus positive des offres exclusives de la diffusion en continu empêchent les consommateurs de se rendre plus souvent au cinéma, il existe encore des possibilités d'accroître les recettes-guichets et de susciter l'enthousiasme des cinéphiles grâce à des contenus de qualité.

Les principales qualités qui attirent les cinéphiles dans les salles de cinéma sont les genres spectaculaires comme les films d'action, ainsi que les contenus qui font appel à un sentiment d'appartenance à une communauté, comme les films d'horreur.

L'importance d'aller au cinéma ne tient pas seulement aux films eux-mêmes, mais aussi à la valeur ajoutée que représente le fait de voir un film dans une salle. Les attentes des cinéphiles ont augmenté, et beaucoup apprécient les sièges luxueux, les écrans grands formats et les options de restauration dans les salles. Dans l'ensemble, le cinéma contribue à hauteur de près de 3 milliards de dollars à l'économie canadienne entre les recettes-guichets et les dépenses supplémentaires liées à une sortie au cinéma, et cette tendance devrait s'accroître en 2025.

La consommation des films en nombres

62%

des Canadiens de
13 ans et + vont au
cinéma

85%

des Canadiens de
moins de 35 ans
vont au cinéma

Un peu plus de six Canadiens sur dix vont au cinéma, mais ce nombre grimpe à 85 % chez les adolescents et les adultes âgés de 13 à 34 ans, contre 54 % chez les 35 ans et plus.

12%

des Canadiens
sont de grands
cinéphiles

49%

des billets achetés
par les grands
cinéphiles

Les cinéphiles assidus (qui ont vu au moins 10 films en 2024) représentent une part disproportionnée des recettes-guichets : près de 50 % des billets vendus alors qu'ils forment 12 % de la population.

55%

des amateurs de
films d'action
préfèrent le
cinéma

38%

des amateurs de
films d'horreur
préfèrent les voir
au cinéma

Lorsqu'on leur a demandé quels genres étaient les plus importants à voir au cinéma, les amateurs de films d'action et d'horreur (ainsi que de science-fiction, de thrillers et de superhéros) ont cité ces genres.

Points clés à retenir

1

LE NOMBRE DE BILLETS PAR HABITANT A DIMINUÉ

La consommation par habitant a diminué de 46 %, et la proportion de personnes ayant vu un film au cinéma en 2024 est en baisse, avec 62 % de la population se qualifiant comme cinéphiles. Les jeunes Canadiens sont les plus grands acheteurs.

2

POTENTIEL DE HAUSSE POUR 2025 GRÂCE AUX JEUNES

En moyenne, les cinéphiles ont l'intention d'aller voir plus de films au cinéma qu'en 2024, les intentions les plus fortes provenant des 18-34 ans et des cinéphiles les plus assidus.

3

LA CONSOMMATION DES FILMS EST CONCENTRÉE

Seulement 12 % des Canadiens représentent la moitié des entrées. Une petite partie de la population canadienne représente donc une part encore plus importante des recettes-guichets que les années précédentes.

4

ALLER AU CINÉMA A DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Le cinéma a généré plus de 2 milliards \$ de dépenses supplémentaires, alors que les cinéphiles apprécient les commodités offertes par les salles, l'offre de restauration et de bars, ainsi que d'autres éléments qui rendent leur sortie spéciale.

5

L'ACTION ET L'HORREUR ATTIRENT LES GENS

Les films d'horreur sont plus que jamais considérés comme des expériences à voir en salles, tandis que le genre des superhéros a régressé. Les films d'action restent l'un des principaux attraits des salles.

6

LES LONGUES PÉRIODES DE DIFFUSION IMPORTENT

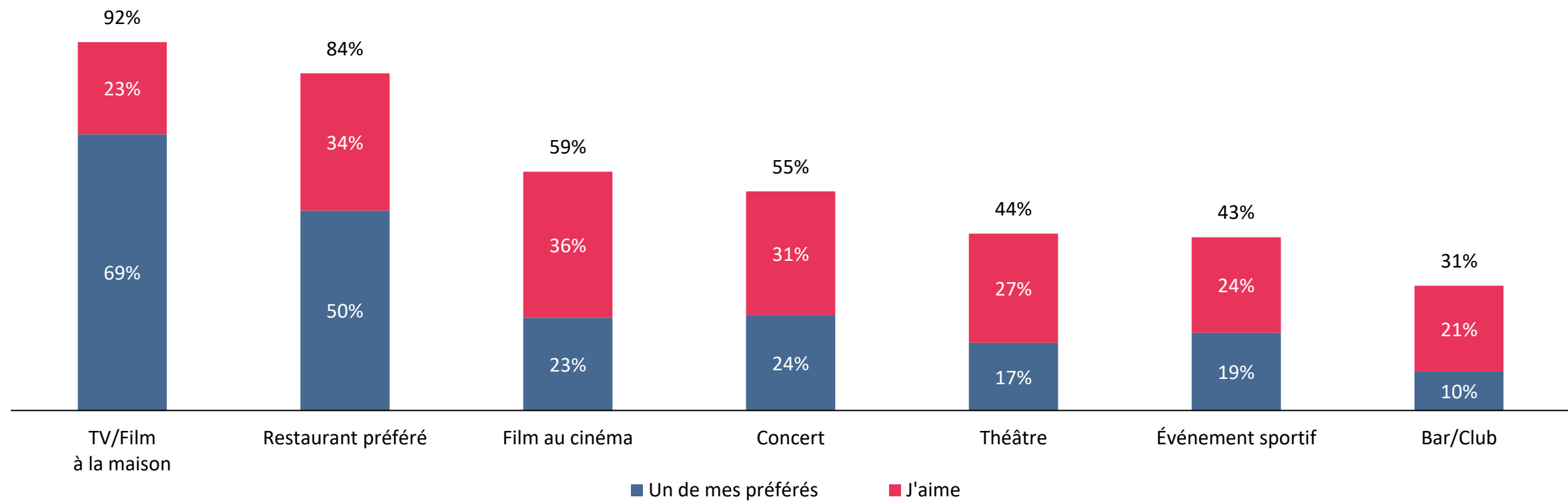
Les cinéphiles veulent une raison d'aller au cinéma car beaucoup considèrent que les films à la maison sont aussi bons, voire meilleurs. Les cinéphiles occasionnels sont les plus sensibles aux fenêtres de diffusion plus longues.

Habitudes de consommation

92 % des consommateurs aiment regarder des films ou la télévision à la maison, même plus que de sortir au restaurant. Bien que ce nombre tombe à 59 % pour les sorties au cinéma, il indique qu'il existe une opportunité de continuer à augmenter les recettes-guichets.

Activités préférées pour passer la soirée

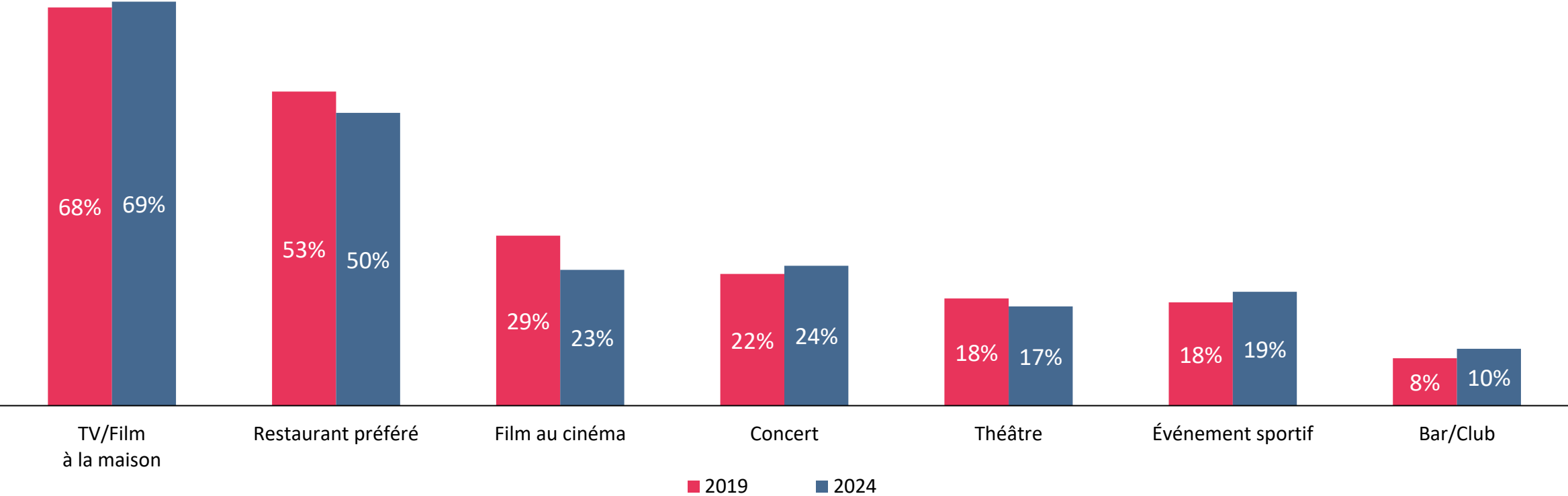
Population générale du Canada âgée de 13 ans et +



Si regarder des films demeure une activité très populaire, aller au cinéma a légèrement perdu de son attrait depuis 2019 en tant que passe-temps favori pour passer la soirée.

Activités préférées pour passer la soirée

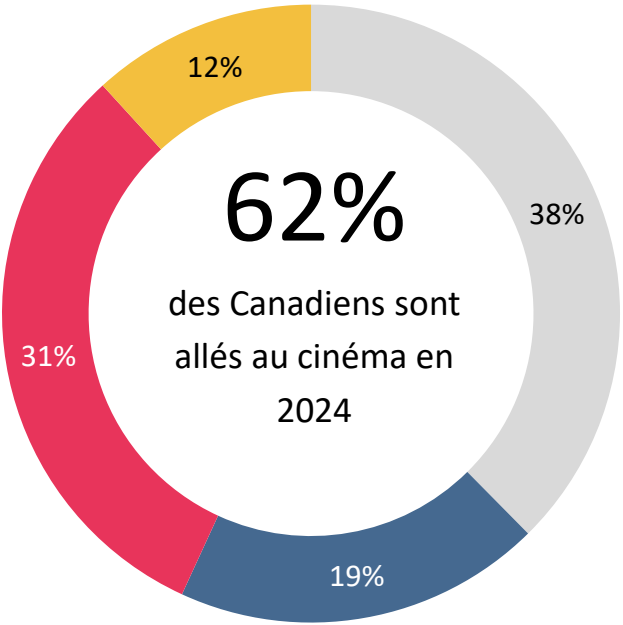
Population générale du Canada âgée de 13 ans et +



En 2024, 62 % des Canadiens âgés de 13 ans et plus ont vu un film au cinéma, ce qui équivaut à 1,6 billet acheté par habitant (âgé de 2 ans et plus). Les cinéphiles les plus assidus représentent 49 % du total des entrées.

Consommation de billets de cinéma en 2024

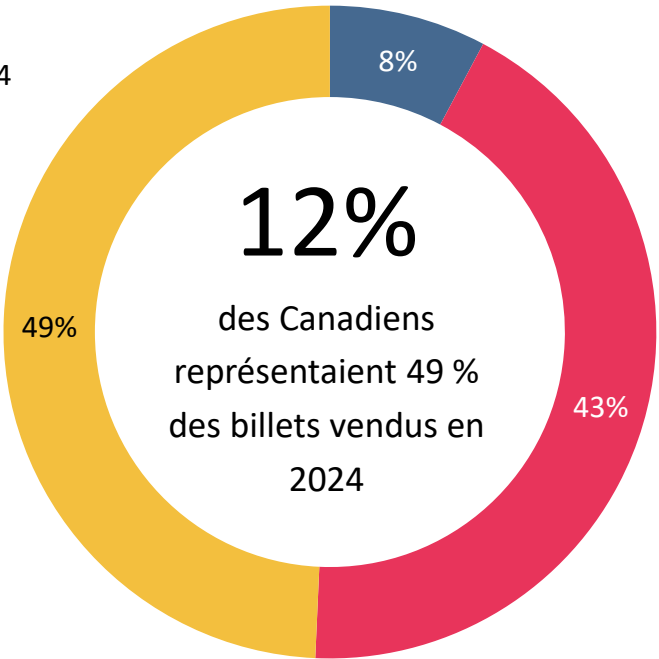
Population générale du Canada âgée de 13 ans et +



Part de fréquentation des salles de cinéma (13 ans et +)

1,6 Moyenne de billets achetés par chaque Canadien (2 ans et +) en 2024

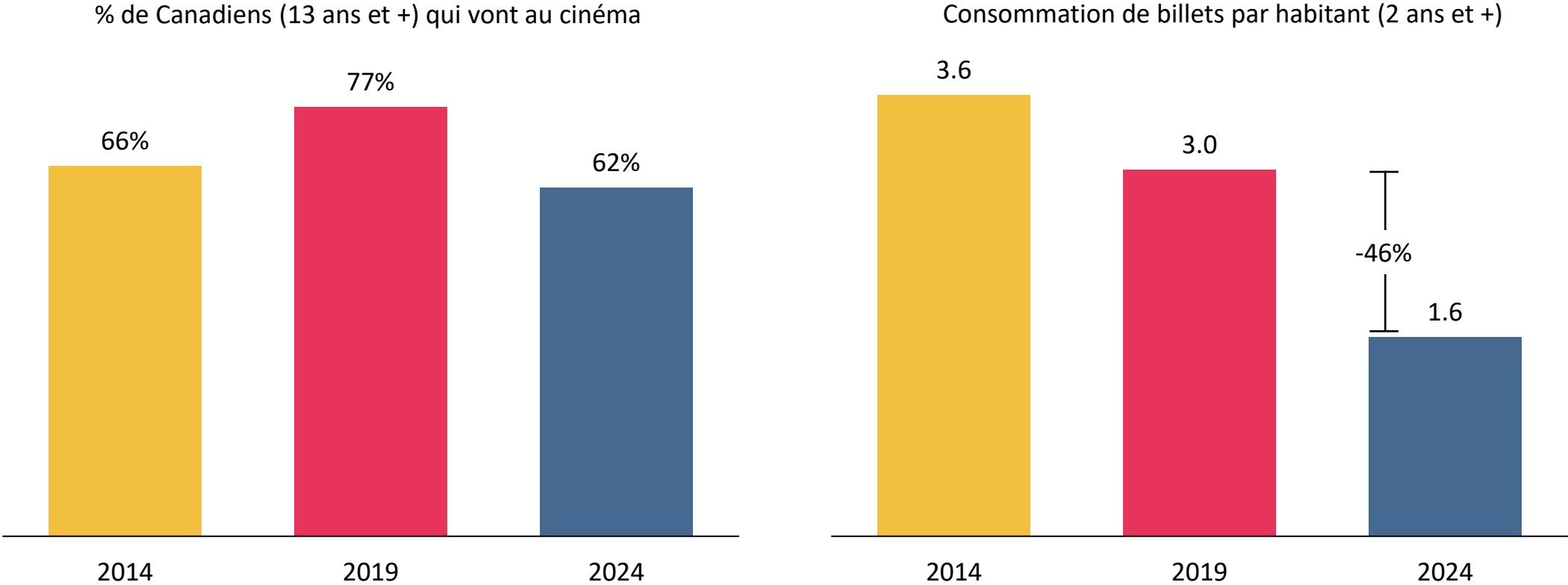
- Fréquence de fréquentation des cinémas
- Nulle
 - Légère (1-2)
 - Modérée (3-9)
 - Forte (10+)



Billets vendus (13 ans et +)

La consommation de billets par habitant est environ la moitié de celle de 2019 et en baisse de deux billets depuis 2014. Cependant, la proportion de cinéphiles canadiens est plus proche de celle de 2014 que de celle de 2019, qui était une année avec une abondance de films attirant un public plus occasionnel.

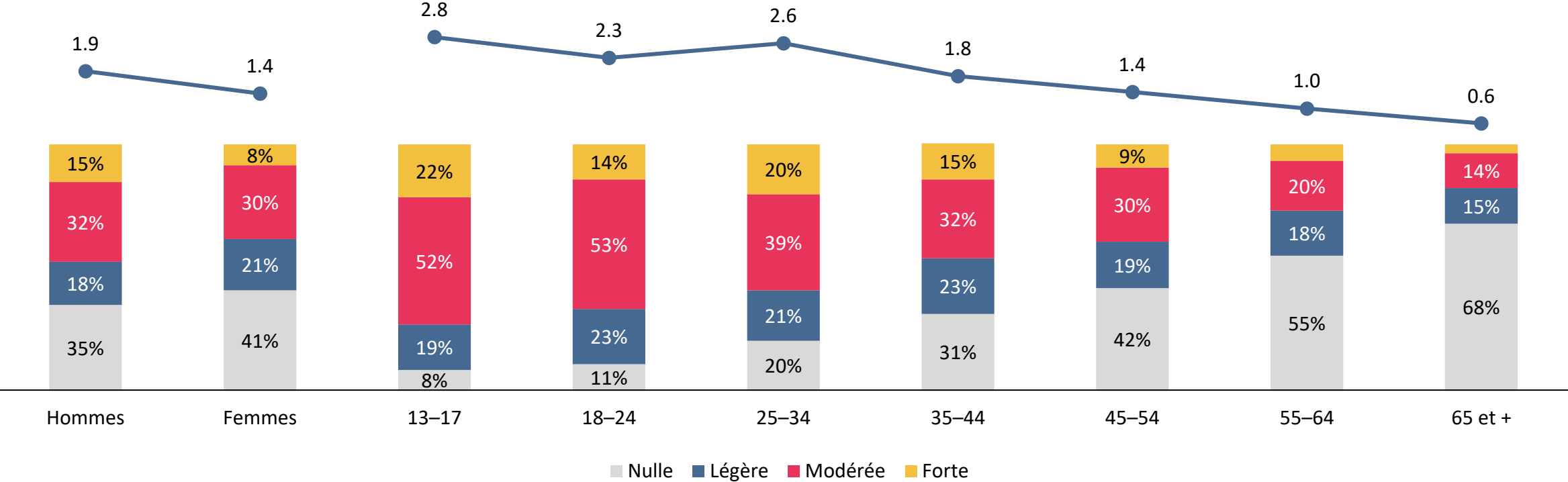
Changements dans les habitudes de fréquentation des cinémas (2014–2024)



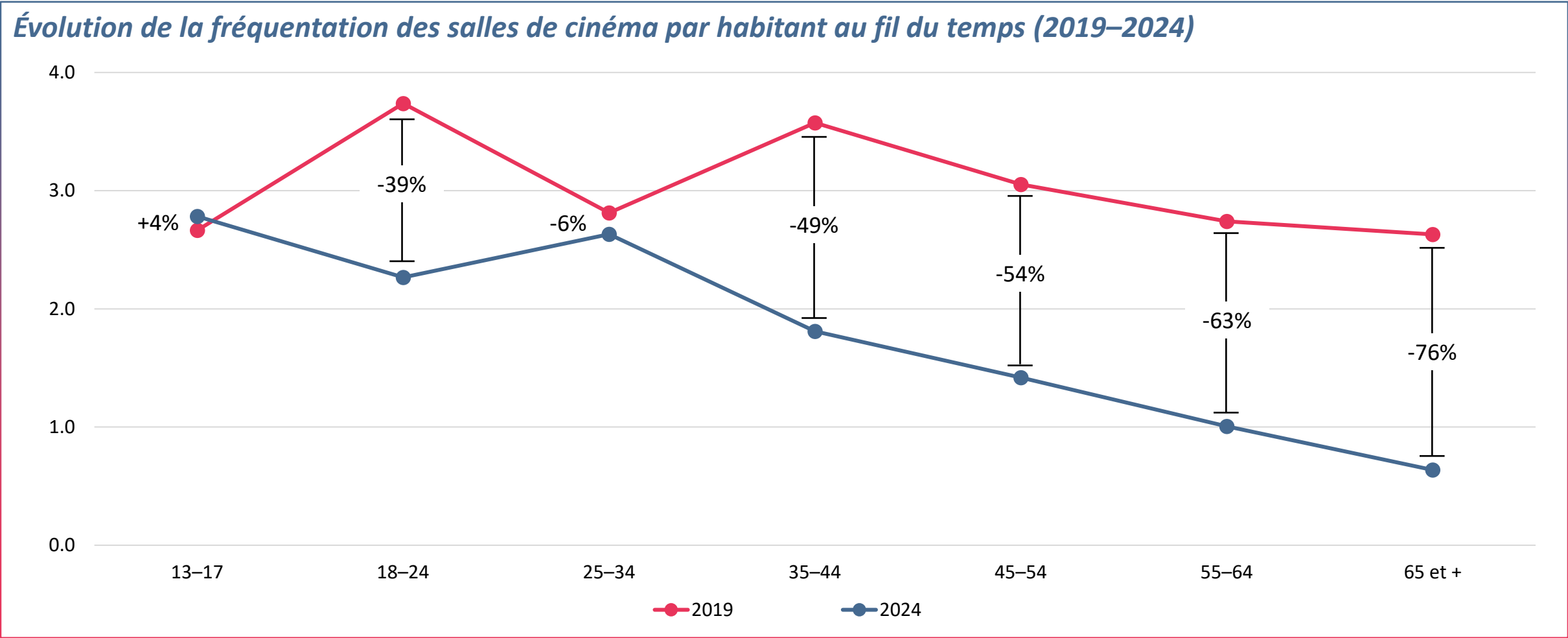
Les hommes et les moins de 35 ans sont les plus grands consommateurs de cinéma, avec une fréquentation par habitant près de deux fois supérieure à celle des cohortes plus âgées. Les adolescents sont particulièrement actifs, avec une fréquentation de 2,8 par habitant, et seulement 8 % d'entre eux ne fréquentant pas les salles en 2024.

Consommation de films au cinéma par habitant (2024)

Population générale du Canada âgée de 13 ans et +



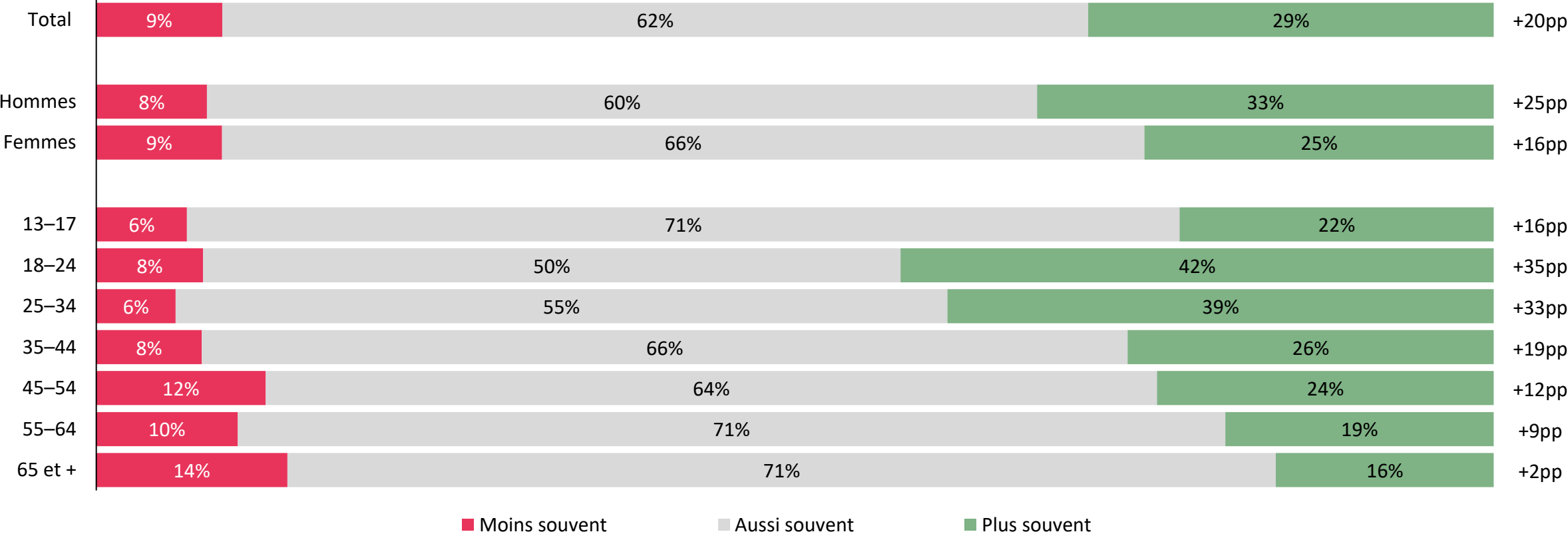
Comparativement à 2019, la consommation chez les adolescents a augmenté de 4 % et la fréquentation chez les 25 à 34 ans est stable. Les baisses les plus marquées ont été observées chez les 35 ans et plus, qui voient environ deux films de moins par personne qu'en 2019.



En phase avec les résultats supérieurs enregistrés jusqu'à présent en 2025 par rapport à 2024, les cinéphiles prévoient d'aller plus souvent au cinéma, les 18–34 ans et les hommes étant ceux qui contribuent le plus à cette augmentation. Toutes les tranches d'âge ont l'intention d'aller plus souvent au cinéma en 2025, à l'exception des 55 ans et plus.

Prévisions de fréquentation des salles de cinéma en 2025

Cinéphiles de 13 ans et +

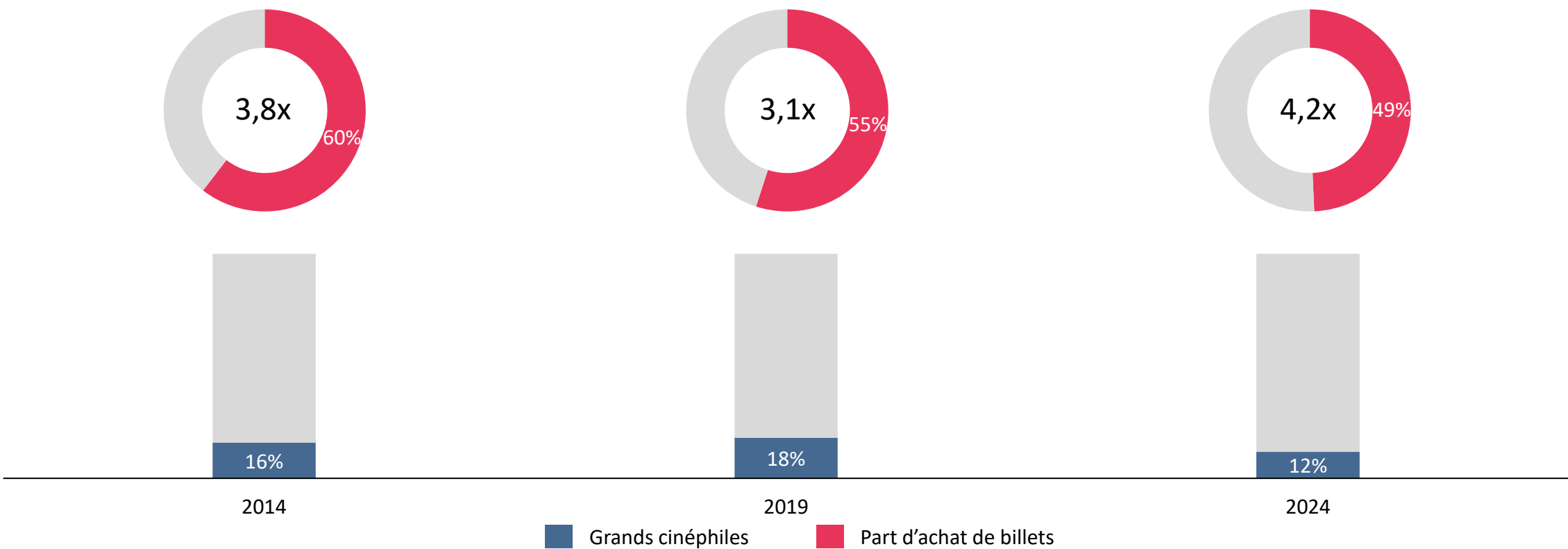


Les grands cinéphiles

Bien qu'ils ne représentent que 12 % du marché, ceux qui voient plus de 10 films par an représentent 49 % des ventes de billets, soit un indice supérieur de 4,2x. Ce chiffre dépasse celui des années précédentes, où les grands cinéphiles contribuaient moins largement aux recettes-guichets.

Achat de billets par les grands cinéphiles (2014–2024)

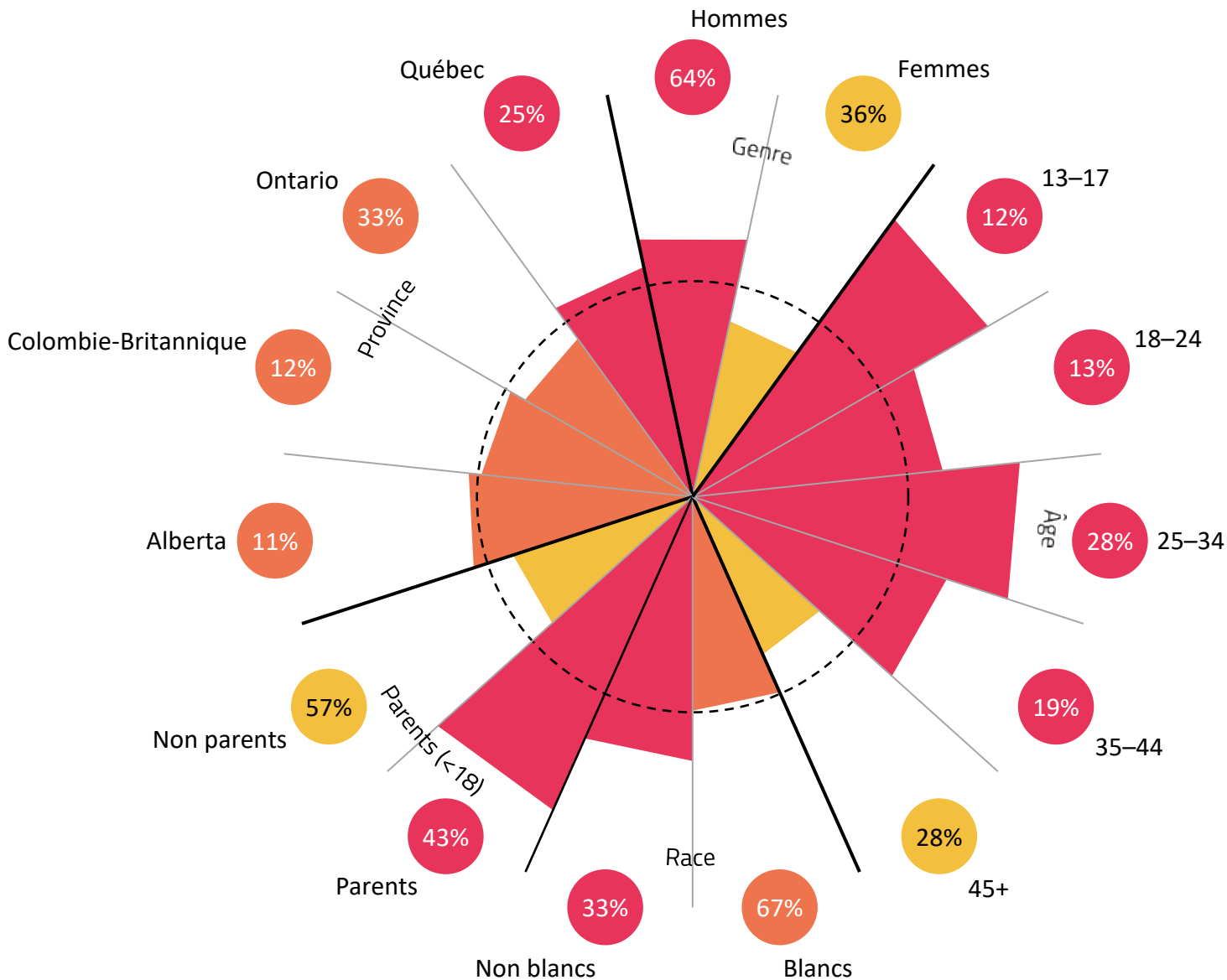
Cinéphiles de 13 ans et +



Caractéristiques démographiques des grands cinéphiles

À des niveaux supérieurs à la moyenne de la population globale, près des deux tiers des grands cinéphiles sont des hommes. Ils ont également tendance à être plus jeunes, 12 % d'entre eux étant âgés de 13 à 17 ans et 28 % de 25 à 34 ans. Bien que majoritairement blancs, ils sont plus diversifiés que la population globale. Les résidents du Québec sont également surreprésentés parmi les grands cinéphiles, tout comme ceux de l'Alberta, dans une moindre mesure.

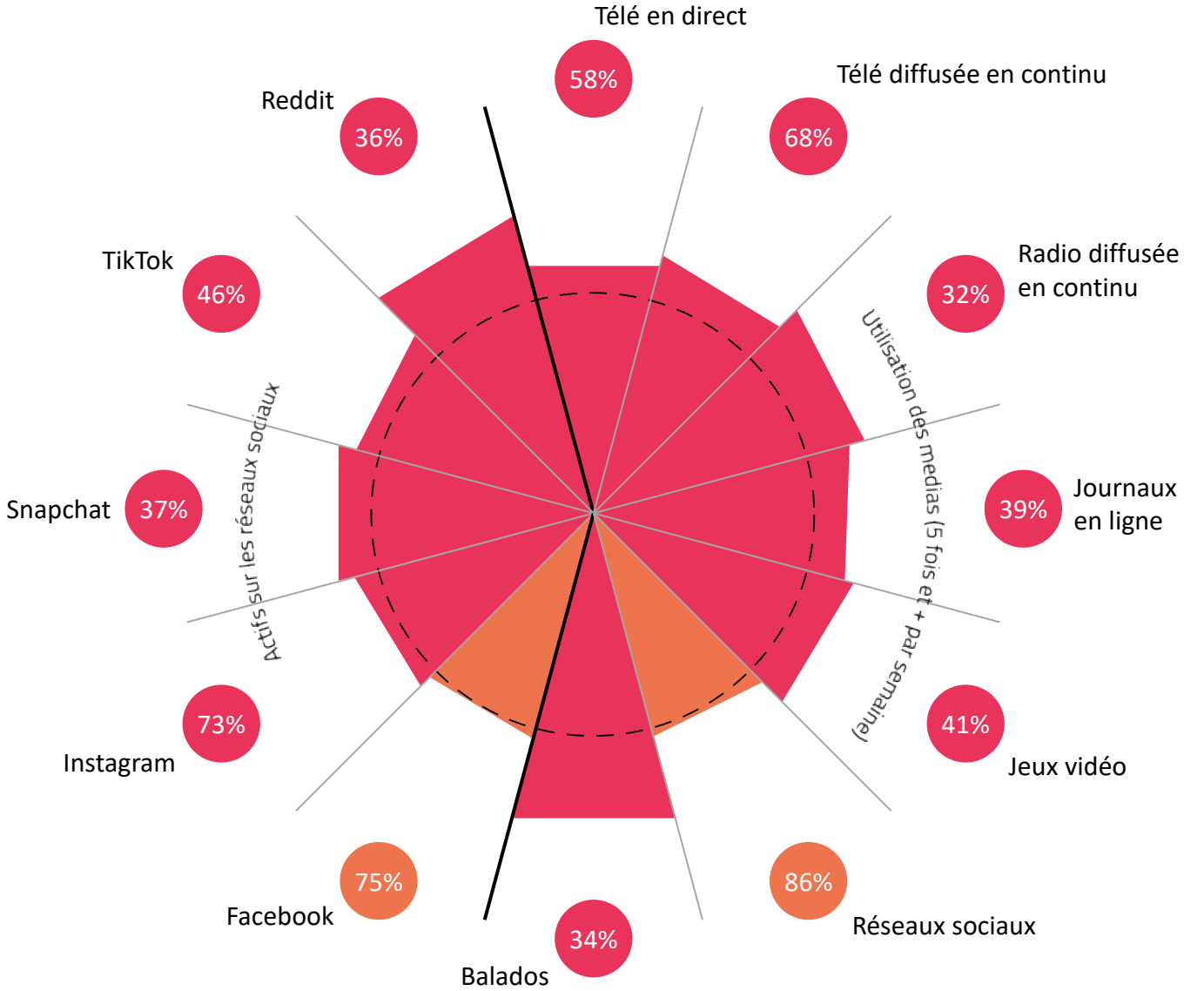
En phase avec la popularité des films familiaux, les grands cinéphiles sont surreprésentés parmi les parents d'enfants de moins de 18 ans, ce qui souligne la valeur d'emmener sa famille au cinéma.



Utilisation des médias et activité sur les réseaux sociaux

Les grands cinéphiles sont plus susceptibles de consommer davantage de médias, mais ils sont surtout plus enclins que l'ensemble des cinéphiles à écouter régulièrement des balados, à regarder la télévision ou à écouter la radio en diffusion en continu, ou encore à jouer à des jeux vidéo.

Si l'on examine plus précisément les réseaux sociaux, Facebook et Instagram sont les plus utilisés, mais leur utilisation est soit inférieure, soit équivalente à celle des autres cinéphiles en général. Ils sont nettement surreprésentés sur Reddit et Snapchat.

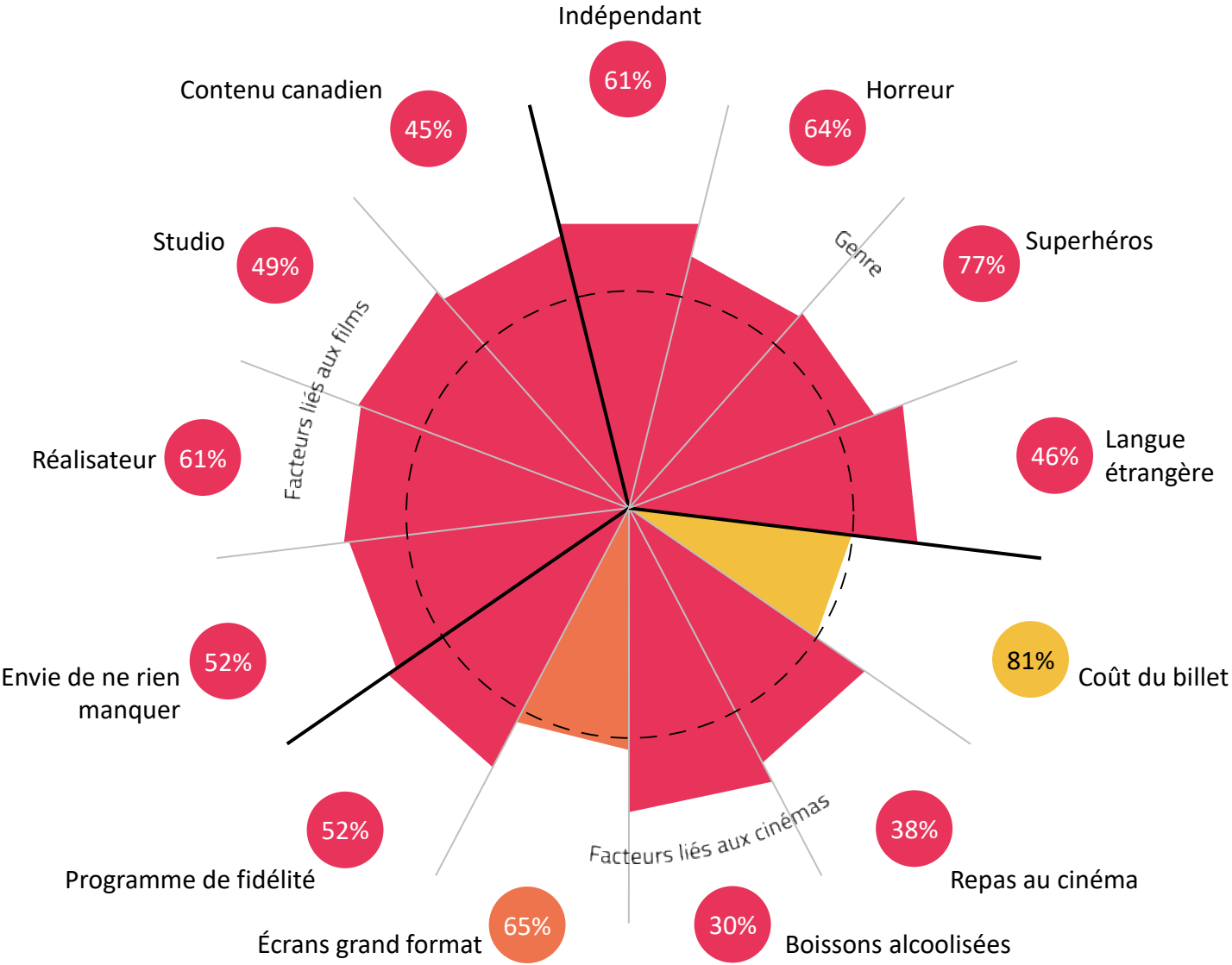


Pourcentage des personnes qui utilisent chaque média au moins 5 fois par semaine ou qui sont actives sur chaque réseau social. Les segments représentent l'indice par rapport à l'ensemble des cinéphiles (13 ans et plus) (cercle en pointillés = indice 1). Grands cinéphiles de 13 ans et + (2024)

Facteurs liés aux films et au cinéma

Les grands cinéphiles sont surreprésentés parmi les amateurs de tous les genres, les superhéros et l'horreur arrivant en tête. Cependant, c'est leur affinité pour les films indépendants et étrangers qui leur offre un large choix de films à regarder.

Les écrans grand format sont tout aussi importants que pour les cinéphiles en général. Les programmes de fidélité, les repas servis dans les salles et les boissons alcoolisées sont tous surreprésentés.



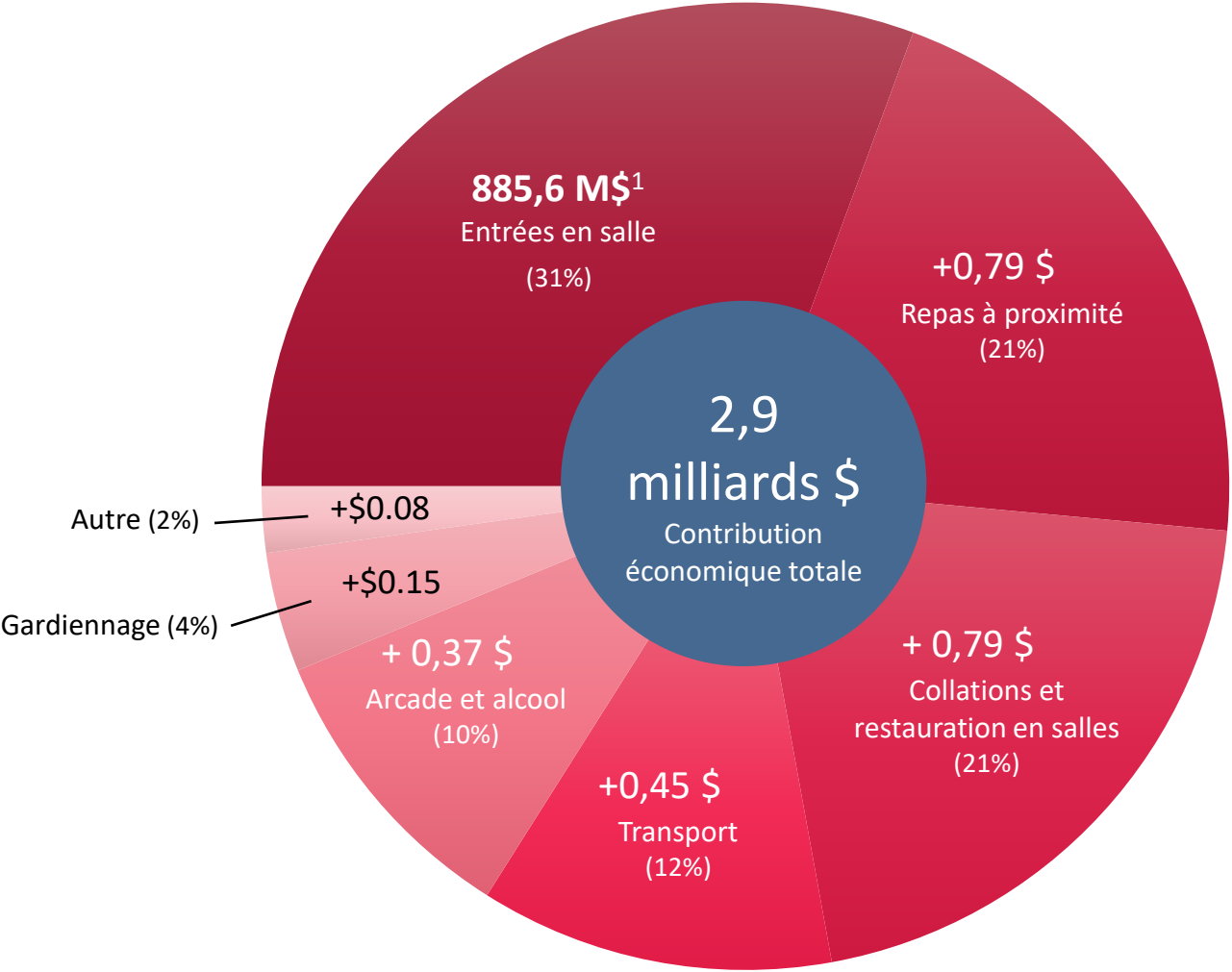
Pourcentage des personnes qui apprécient chaque genre ou considèrent chaque facteur important dans le choix d'un film ou d'un cinéma. Les segments représentent l'indice par rapport à l'ensemble des cinéphiles (13 ans et plus) (cercle en pointillés = indice 1). Grands cinéphiles de 13 ans et + (2024)

L'importance du cinéma

Impact des cinémas sur les dépenses de consommation

Les recettes-guichets canadiennes de 885,6 millions \$ en 2024 (Comscore) ne représentent qu'une partie de l'empreinte économique totale du cinéma. Pour chaque dollar dépensé pour un billet de cinéma, les spectateurs déclarent dépenser en moyenne 79 cents pour un repas dans un restaurant à proximité et 79 cents pour des collations (y compris les articles achetés et apportés).

D'autres catégories contribuent à hauteur de 1,05 \$ supplémentaire par dollar dépensé en billets, un total estimé à 2,9 milliards \$ de dépenses de consommation l'année dernière, pour plus de trois fois le total des recettes-guichets.

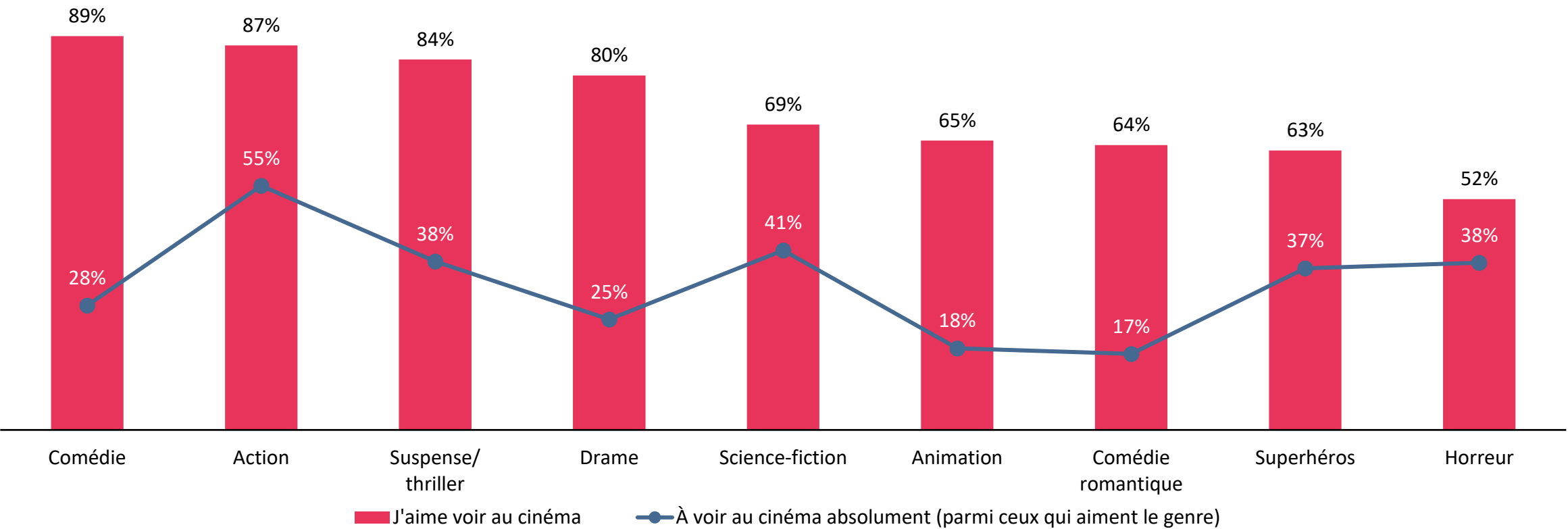


Chaque segment représente les dépenses supplémentaires par billet (\$) chez les 13 ans et plus. La taille du segment est proportionnelle à l'impact total (%).
¹Le total des recettes-guichets pour 2024, fourni par Comscore, reflète l'ensemble de la population et ne se limite pas aux personnes âgées de 13 ans et plus.

La plupart des amateurs d'action considèrent ce genre comme à voir absolument au cinéma, loin devant les autres genres. Bien que l'horreur soit un genre qui divise davantage (seuls 52 % l'apprécient), 38 % de ses fans affirment qu'il est à voir au cinéma, se classant ainsi dans une deuxième catégorie en compagnie de la science-fiction, des thrillers et des films de superhéros.

Perceptions des genres cinématographiques

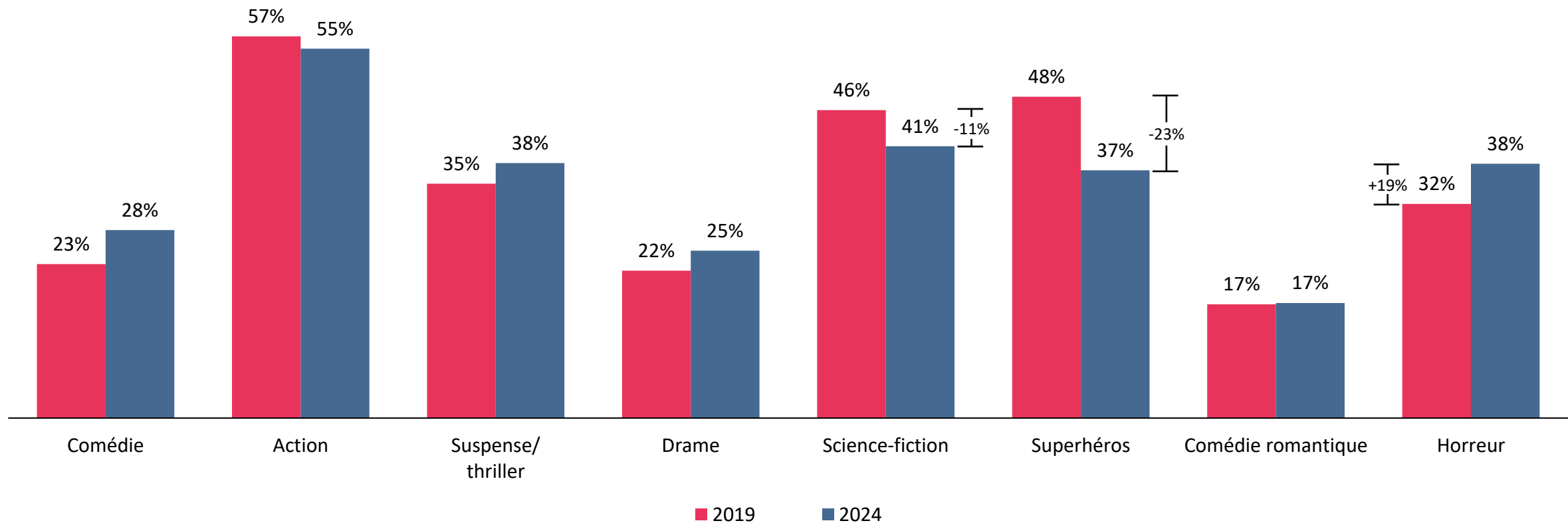
Cinéphiles de 13 ans et +



Les films de superhéros et de science-fiction ont perdu une partie de leur attrait au cinéma au cours des cinq dernières années, tandis que les films d'horreur ont gagné en importance.

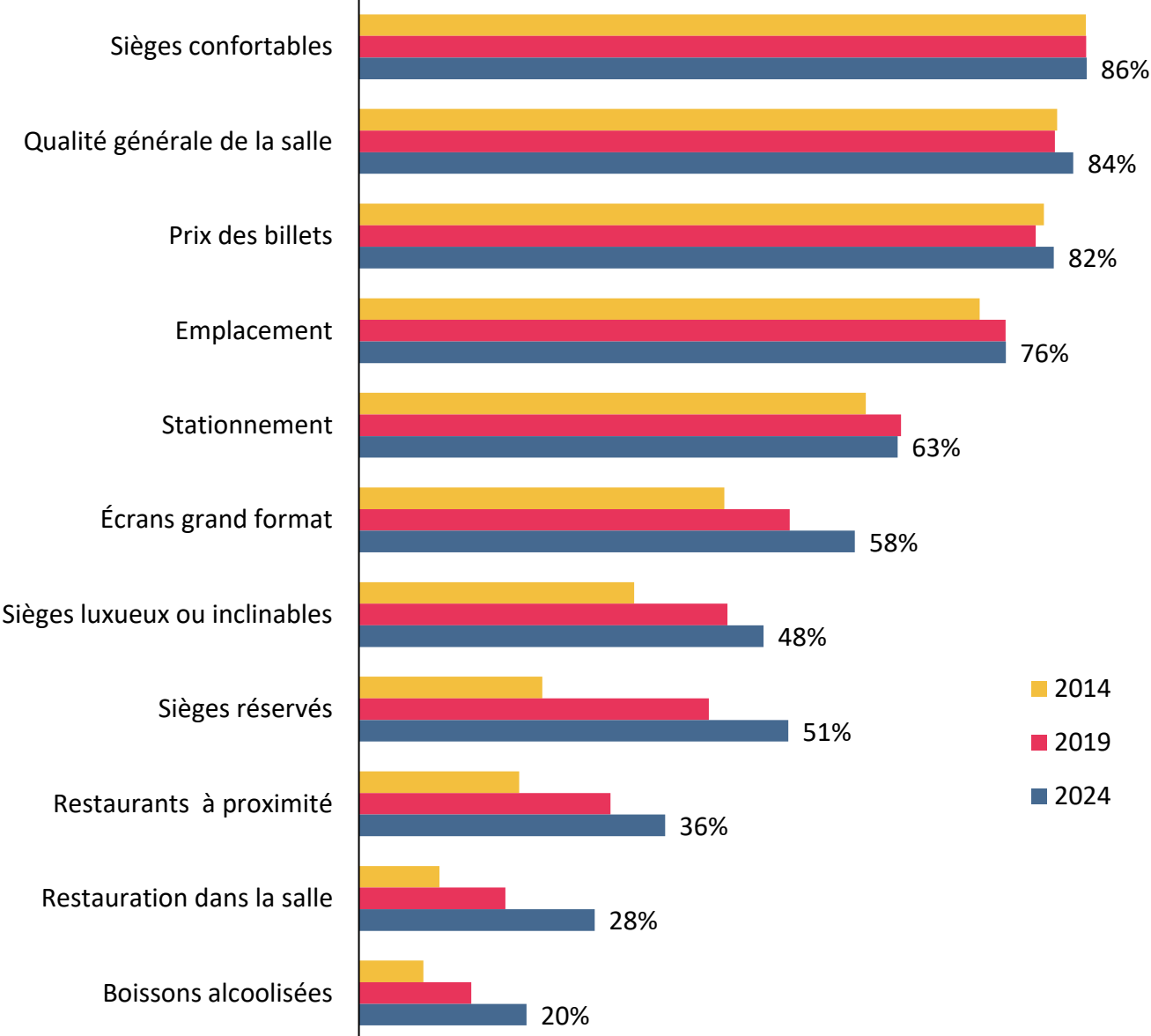
Genres principalement à voir au cinéma (parmi ceux qui les apprécient)

Cinéphiles de 13 ans et +



L'importance des commodités offertes par les cinémas dans la prise de décision

Les cinéphiles apprécient de plus en plus la disponibilité d'écrans grand format, de fauteuils inclinables, de places réservées et d'options de restauration pratiques (dans le cinéma ou à proximité).



Q. Vous trouverez ci-dessous une liste de facteurs liés au cinéma que certaines personnes disent considérer lorsqu'elles choisissent d'aller voir un film dans un cinéma en particulier. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun de ces facteurs influence votre décision.

L'importance des caractéristiques d'un film dans la prise de décision

Depuis 2019, le bouche-à-oreille, l'engouement autour des prix et la peur de manquer quelque chose ont pris de l'importance, les cinéphiles s'appuyant de plus en plus sur ces critères pour déterminer quels films méritent d'être vus au cinéma. Les effets visuels et les séquences d'action spectaculaires, ainsi que la réputation de certains réalisateurs et distributeurs, ont également gagné en influence.

		2024	2019	Changement
Engouement	Bonnes critiques	67%	67%	-0.04
	On m'a dit que c'était à voir	60%	57%	+2.86
	Prix	40%	35%	+5.14
	Peur de manquer quelque chose	39%	32%	+6.73
	Sélection dans les festivals	26%	21%	+4.89
Prémisse	Genre	75%	73%	+1.81
	Suites	61%	61%	-0.56
	Propriété intellectuelle connue	53%	n/a	n/a
	Histoire et culture canadiennes	34%	n/a	n/a
Visuels	À voir sur grand écran	75%	76%	-0.19
	Effets visuels	63%	58%	+4.75
	Scènes d'action	58%	53%	+4.93
Talent	Acteurs et actrices	67%	66%	+0.14
	Réalisateur ou réalisatrice	44%	37%	+7.53
	Studio de distribution	35%	24%	+11.74
Classements	Classement des films (Général, 13+, 16+, etc.)	36%	n/a	n/a
	Avertissement de contenu spécifique	34%	n/a	n/a

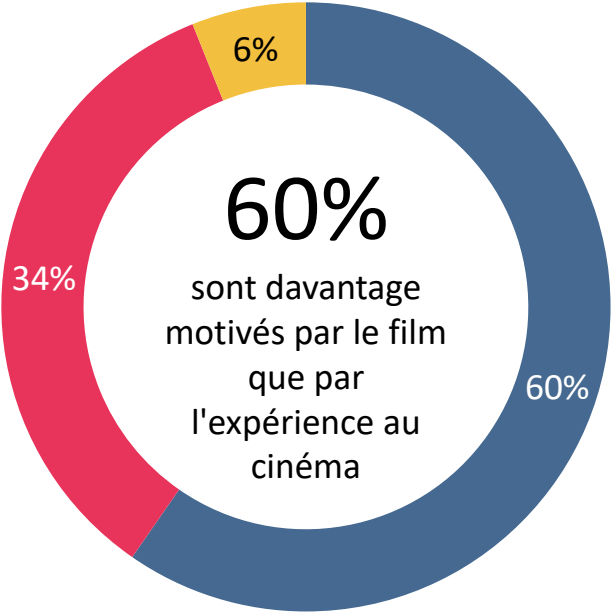
Q. Vous trouverez ci-dessous une liste de facteurs liés au cinéma que certaines personnes disent considérer lorsqu'elles choisissent d'aller voir un film dans un cinéma en particulier. Veuillez indiquer dans quelle mesure chacun de ces facteurs influence votre décision..

(% représente les deux réponses les plus fréquentes sur une échelle de cinq points (5 = très important, 1 = pas important du tout ; n/a : question non posée en 2019)

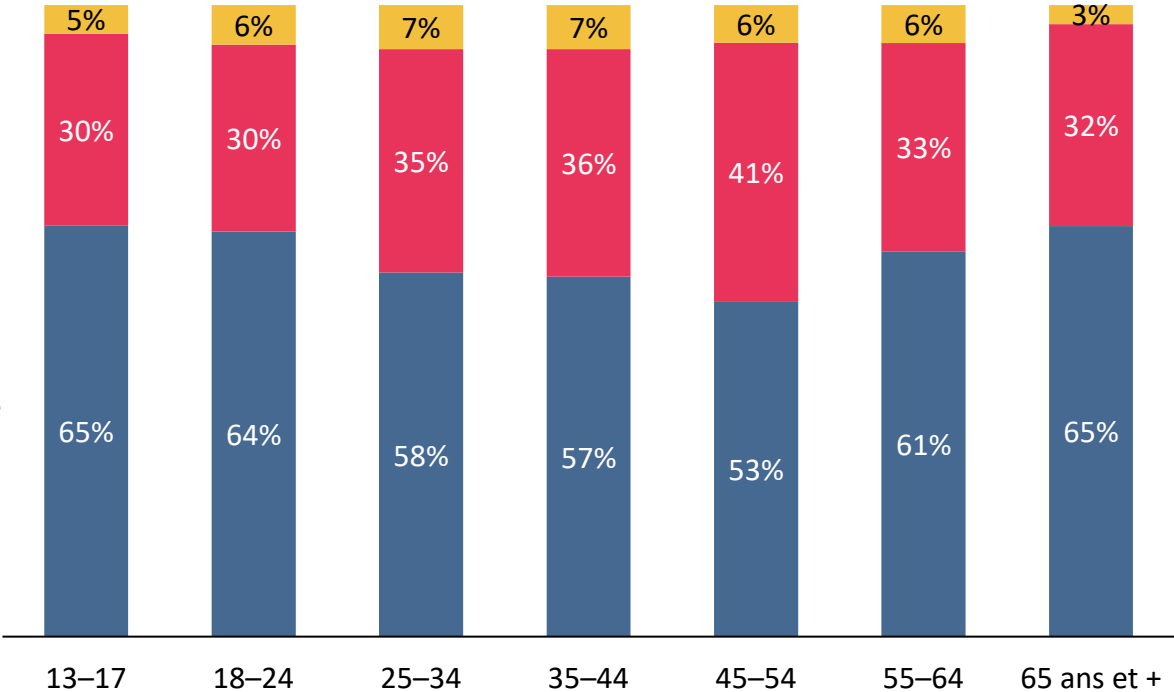
Le film lui-même est le principal facteur qui incite les spectateurs à se rendre au cinéma, en particulier pour les plus jeunes et les plus âgés. Les 25–54 ans sont plus susceptibles que les autres groupes de considérer plutôt les facteurs liés au cinéma, tels que le confort des salles.

Importance de l'expérience au cinéma

Cinéphiles de 13 ans et +



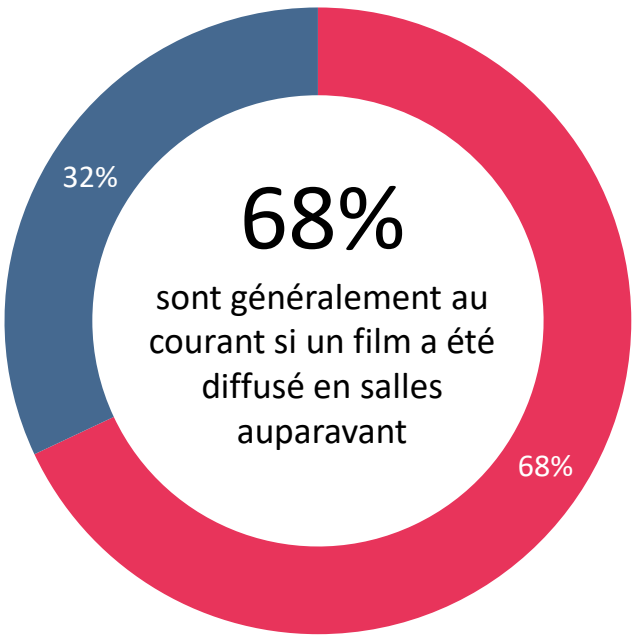
- Motivés par le film
- Importance égale
- Motivés par l'expérience au cinéma



Depuis 2019, la perception de la qualité relative des films projetés en salle par rapport aux films en diffusion en continu a diminué, ce qui suggère que les cinéphiles ne considèrent plus automatiquement que les films projetés en salle sont meilleurs, comme c'était le cas auparavant.

Diffusion en continu vs. présentés en salles

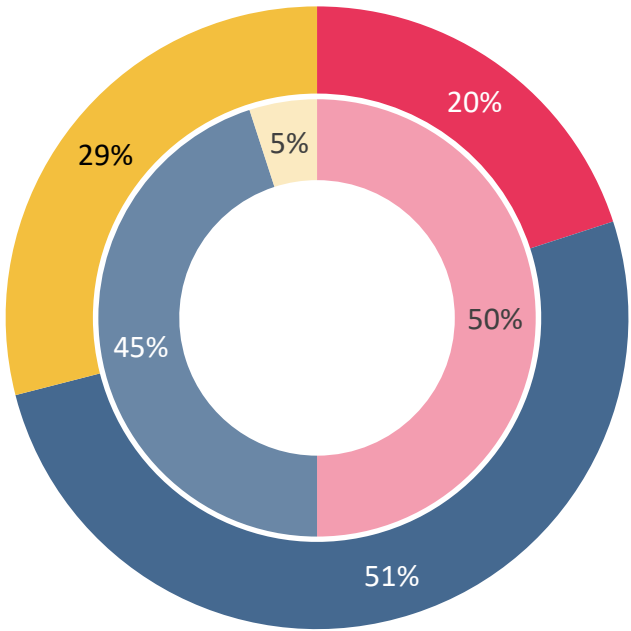
Cinéphiles de 13 ans et +



Au courant Pas au courant

-30pp

La perception selon laquelle les titres diffusés directement en continu sont de moins bonne qualité a diminué



Pire Égaux Meilleurs

Données 2019 en plus pâle

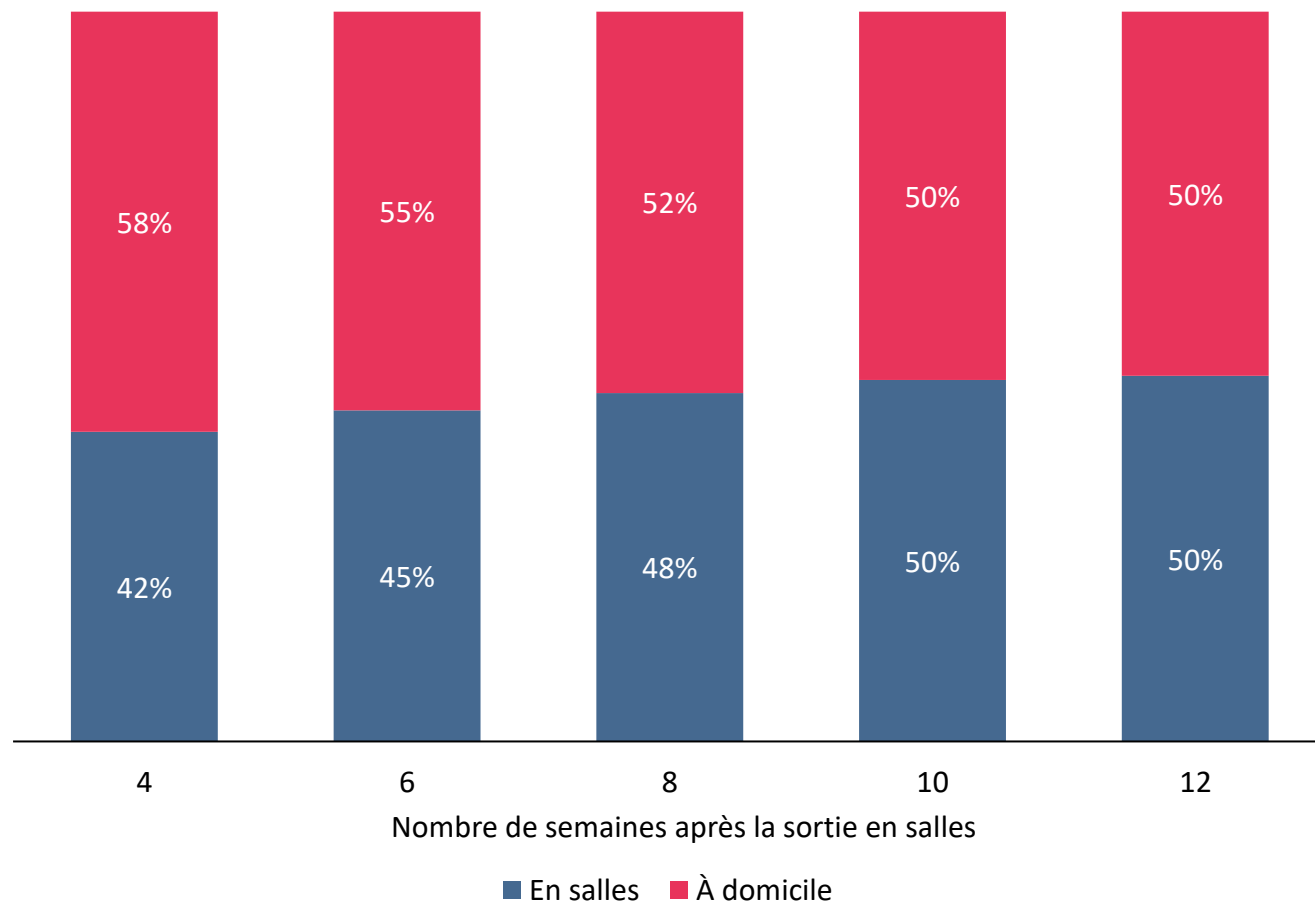
Fenêtre de diffusion en salles

(cinéphiles modérés)

Dans un environnement contrôlé (en supposant un intérêt de 100 % et une notoriété de 100 % pour un film), les cinéphiles modérés ne sont pas particulièrement motivés par des fenêtres de présentation en salles exclusives plus longues.

Prolonger une fenêtre exclusive de quatre à huit semaines n'augmente les recettes-guichets potentielles que de 7 % (6 pp). Une augmentation de quatre à douze semaines entraîne une augmentation de 13 % (8 pp).

Veuillez noter que ces données sont fournies à titre indicatif uniquement et ne tiennent pas compte des conditions réelles du marché, telles que la concurrence, les coûts et le bouche-à-oreille.



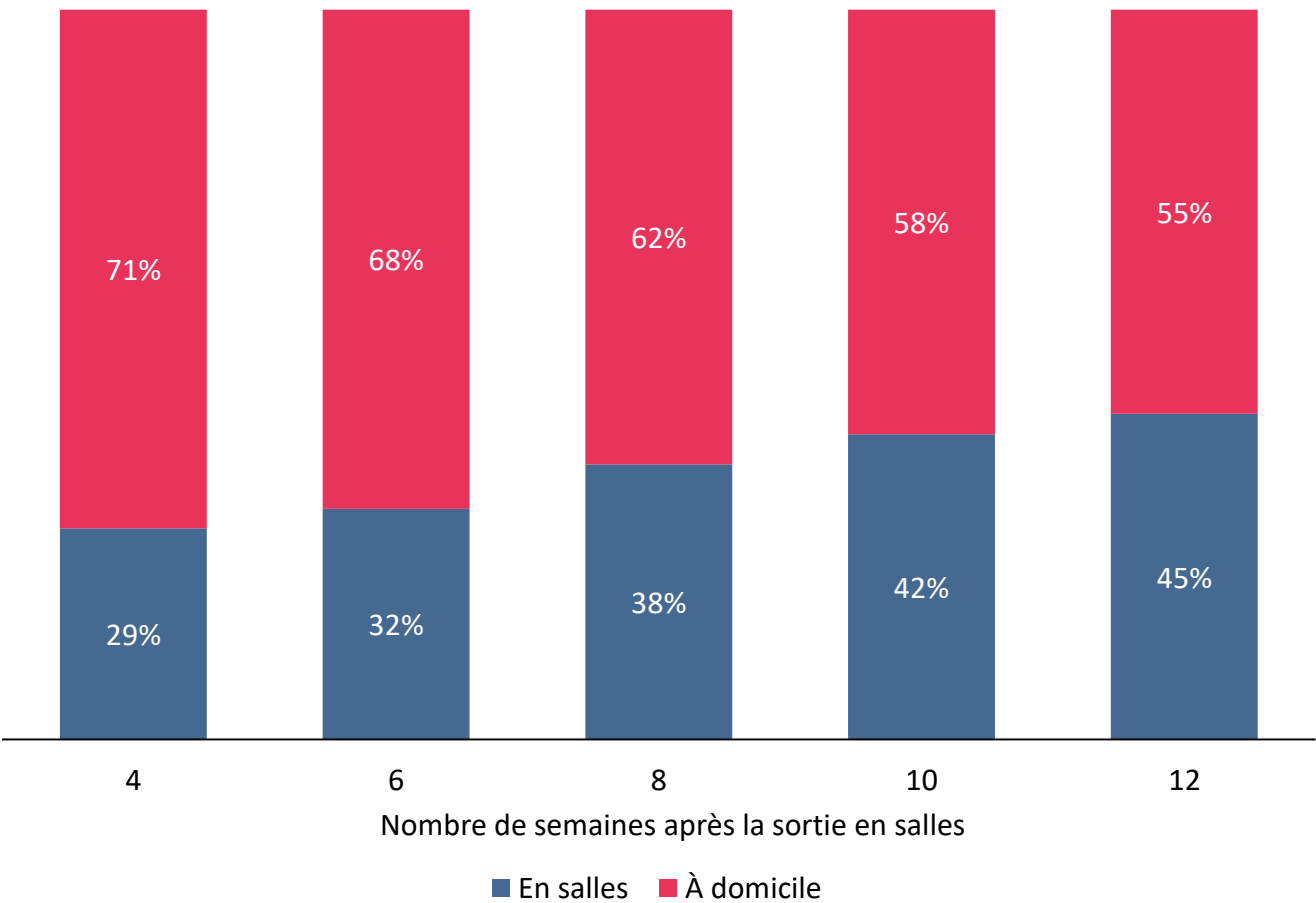
Fenêtre de diffusion en salles

(cinéphiles légers)

Dans le même contexte (en supposant un intérêt et une notoriété de 100 %), les cinéphiles légers indiquent que des fenêtres de présentation en salles exclusives plus longues pourraient les inciter à se rendre davantage au cinéma.

Le fait de prolonger cette fenêtre exclusive de quatre à huit semaines augmente le potentiel de recettes de 30 % (9 pp). Une augmentation de quatre à douze semaines entraîne une augmentation de 54 % (16 pp).

Veuillez noter que ces données sont fournies à titre indicatif uniquement et ne tiennent pas compte des conditions réelles du marché, telles que la concurrence, les coûts et le bouche-à-oreille.



Méthodologie

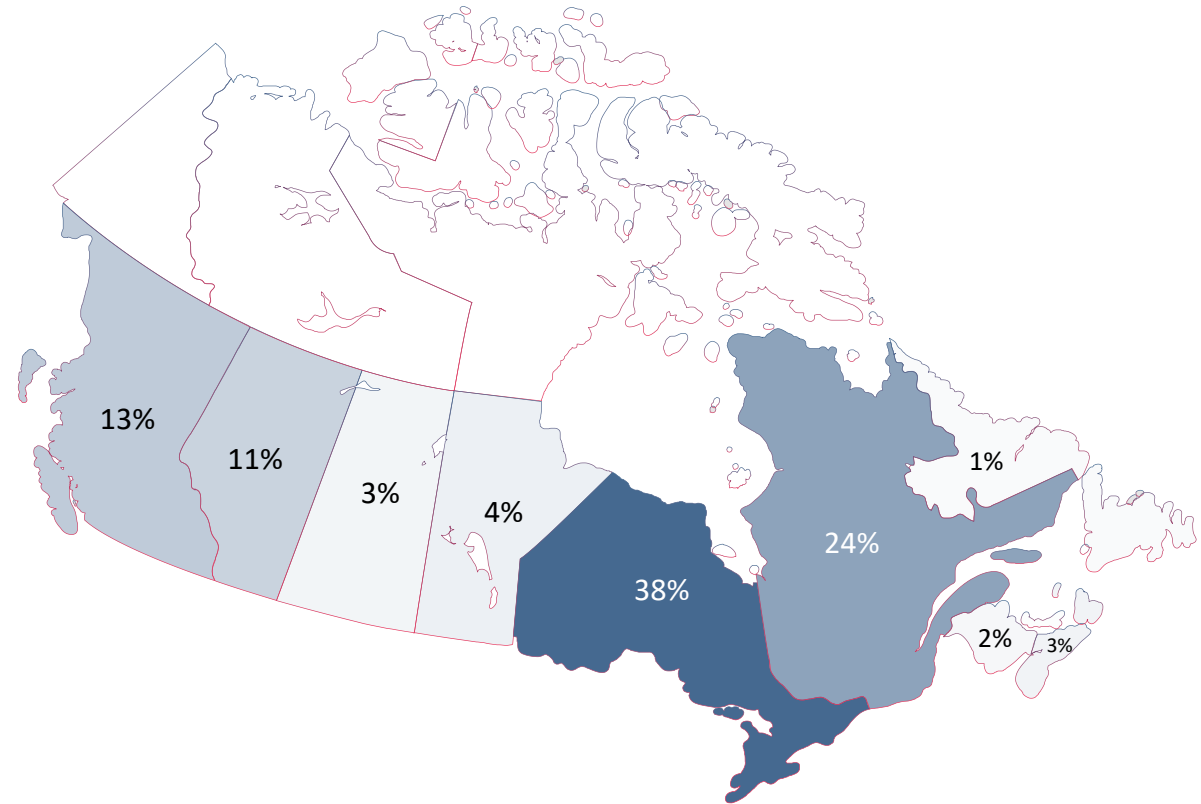
Méthodologie

Étude quantitative en ligne

- Mise à jour des études de 2014 et 2019
- Représentatif sur le plan démographique et géographique
- Réalisée en français et en anglais du 8 au 20 avril 2025
- 3 458 répondants

Groupes de discussion

- Deux groupes de cinéphiles présentant différents niveaux d'intérêt
- L'un âgé de moins de 35 ans, l'autre de plus de 35 ans
- Réalisée le 6 mai 2025



Marge d'erreur

	Échantillon	ME ¹
Population canadienne de 13 ans et +	3 458	+/-1,7
Cinéphiles	2 158	+/-2,1
Hommes	1 115	+/-2,9
Femmes	1 024	+/-3,1
13–17	210	+/-6,8
18–24	337	+/-5,3
25–34	445	+/-4,6
35–44	372	+/-5,1
45–54	348	+/-5,3
55–64	243	+/-6,3
65 ans et +	203	+/-6,9
Cinéphiles légers (1–2 films vus en 2024)	666	+/-3,8
Cinéphiles modérés (3–9 films vus en 2024)	1 084	+/-3,0
Grands cinéphiles (10+ films vus in 2024)	407	+/-4,9

1. La marge d'erreur maximale (en points de pourcentage) pour chaque segment à un interval de confiance de 95 %, assumant une distribution égale des données.

Pondération et ajustement

Les répondants ont été considérés comme des cinéphiles s'ils ont déclaré avoir assisté à au moins une séance de cinéma en salle en 2024. Les données ont été pondérées afin de garantir que la population globale participant à l'enquête soit similaire, sur le plan démographique, à la population globale du Canada. L'enquête a recueilli des données sur la fréquentation des salles de cinéma en 2024 à l'aide de la question suivante : « De mémoire, combien de films avez-vous vu au cinéma au cours des douze mois de l'année 2024? ». Étant donné que les fréquences de fréquentation/d'utilisation déclarées par les répondants sont généralement surestimées, une constante d'ajustement a été calculée et appliquée (à l'échantillon total ainsi qu'à chaque segment de cinéphiles) afin de correspondre aux recettes-guichets de 2024.

Crédits photos

- Page 1 / *The King Tide* / VVS / 2024
- Page 1 / *Nos Belles-sœurs* / TVA Films / 2024
- Page 1 / *Bonjour Tristesse* / Elevation / 2024
- Page 1 / *Sharp Corner* / Elevation / 2024