



La majorité des amateurs de culture sont ouverts ou plutôt ouverts à faire du bénévolat pour des organisations artistiques ou culturelles locales. Les bénévoles sont motivés par le sentiment de redonner à leur communauté.



L'enquête de suivi sur la réponse des arts est un suivi régulier de l'environnement dans le secteur des arts et de la culture.

L'étude se concentre sur les amateurs de culture qui ont assisté à un rassemblement culturel en salle, à un rassemblement culturel en plein air ou à une galerie ou un musée au cours des trois dernières années.

Cette vague de recherche a évalué les opinions des amateurs de culture canadiens sur la fréquence à laquelle ils prévoient assister à des spectacles artistiques et culturels au cours de l'année à venir ainsi que les facteurs de motivation et les modèles de bénévolat pour les organisations artistiques et culturelles.

Nanos a mené un sondage aléatoire hybride téléphonique GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne auprès de 1 081 Canadiens âgés de 18 ans et plus, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, dans le cadre d'un sondage omnibus. La marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,0$ points, 19 fois sur 20.

L'étude a été subventionnée par Affaires/Arts et le Centre national des Arts, les partenaires artistiques fondateurs de ce projet.

Principales conclusions

1

Les amateurs de culture sont plus susceptibles d'être ouverts ou plutôt ouverts à l'idée de faire du bénévolat auprès d'une organisation artistique ou culturelle locale dans leur communauté.

Plus d'un amateur de culture sur deux déclare être ouvert ou plutôt ouvert à faire du bénévolat pour une organisation artistique ou culturelle locale dans sa communauté au cours de la prochaine année (52%), tandis qu'un peu plus du tiers (39%) déclarent être plutôt pas ouverts ou pas ouverts. De plus, les amateurs de culture qui déclarent avoir fait du bénévolat au cours de la dernière année (44%) déclarent que le sentiment de contribuer ou de redonner à leur communauté est le principal avantage qu'ils ont ressenti du bénévolat.

2

Les amateurs de culture sont plus susceptibles de déclarer faire moins de bénévolat maintenant qu'avant la pandémie.

Bien que près de trois amateurs de culture sur cinq déclare faire environ le même montant de bénévolat (58%) cette année qu'avant la pandémie, près d'un sur quatre déclare faire moins ou un plutôt moins de bénévolat (23%), avec un peu moins d'un sur vingt (quatre pour cent) déclarant faire plus ou plutôt plus de bénévolat. Lorsqu'interrogés sur combien de bénévolat ils ont fait au cours de la dernière année, un peu moins d'un sur quatre déclare avoir fait du bénévolat au moins une fois (22%), tandis que les trois quarts ont répondu jamais (75%).

3

Les amateurs de culture préfèrent faire du bénévolat pour des événements ou des projets spéciaux plutôt que pour un engagements régulier

Plus d'un tiers des amateurs de culture déclarent préférer faire du bénévolat pour des événements ou des projets spéciaux (36%) tandis qu'un peu plus d'un sur dix déclarent préférer un engagement régulier où le bénévolat est fait sur une base régulière pendant une période de temps définie (13%). Plus d'un sur dix déclarent préférer faire du bénévolat au conseil d'administration d'un organisme (12%).

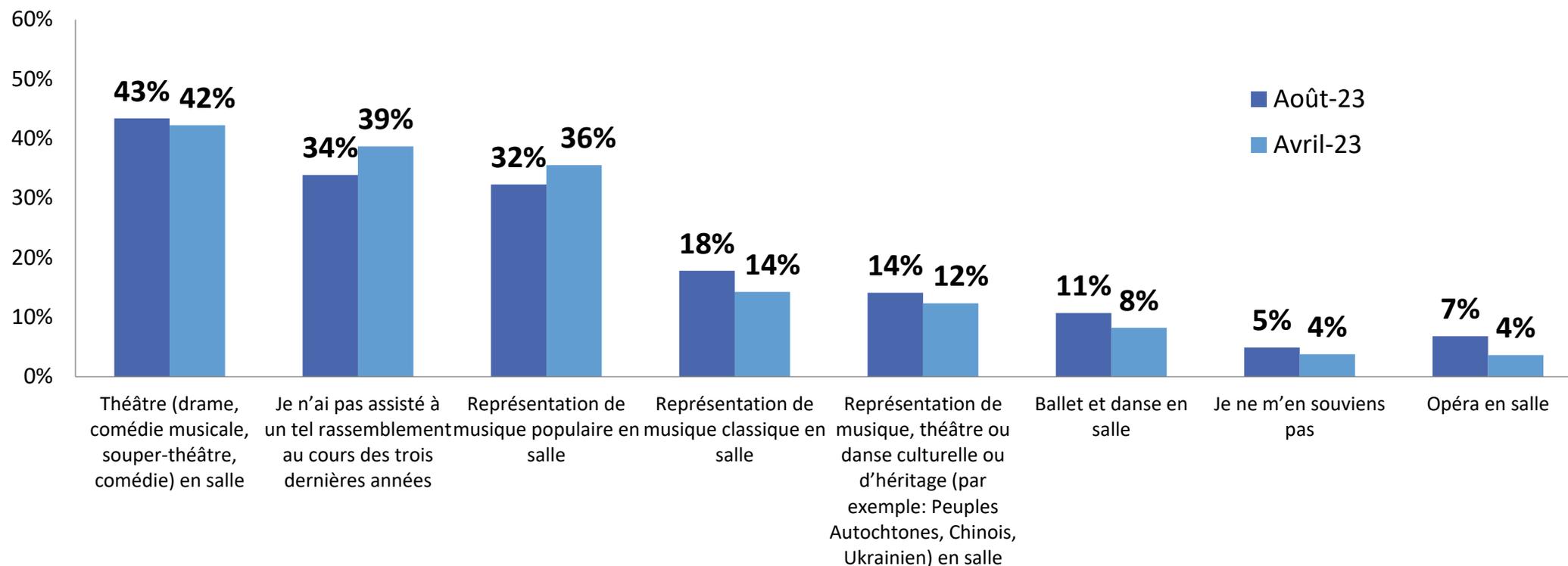
Fréquentation attendue en 2023 pour les amateurs de culture

	Événements en salle	Événements extérieurs	Musées et galeries d'art
Au moins une fois par mois	[18%]	[15%]	[10%]
Tous les 2 à 3 mois	[35%]	[22%]	[17%]
Un fois tous les 6 mois ou moins	[39%]	[54%]	[62%]

Établissement de **profils**

Participation à des rassemblements culturels en salle – Tous les Canadiens

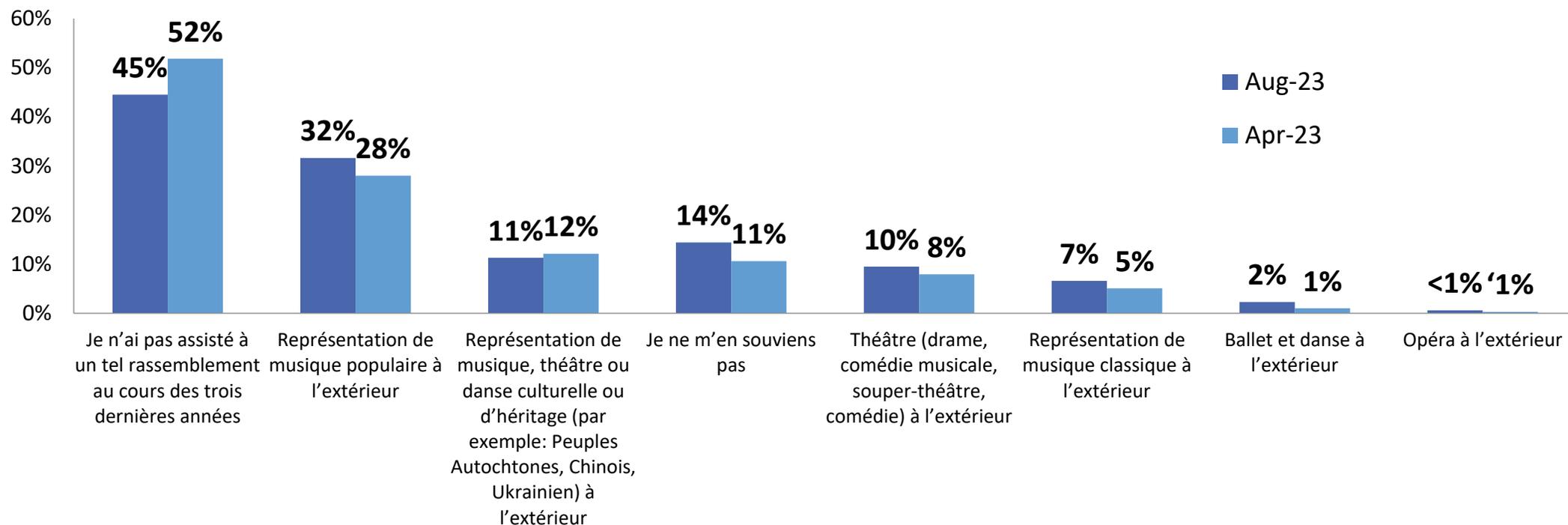
Q – Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels EN SALLE suivants au cours des 3 dernières années?
[AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=1 081, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,0$ points, 19 fois sur 20.

Participation à des rassemblements culturels à l'extérieur – Tous les Canadiens

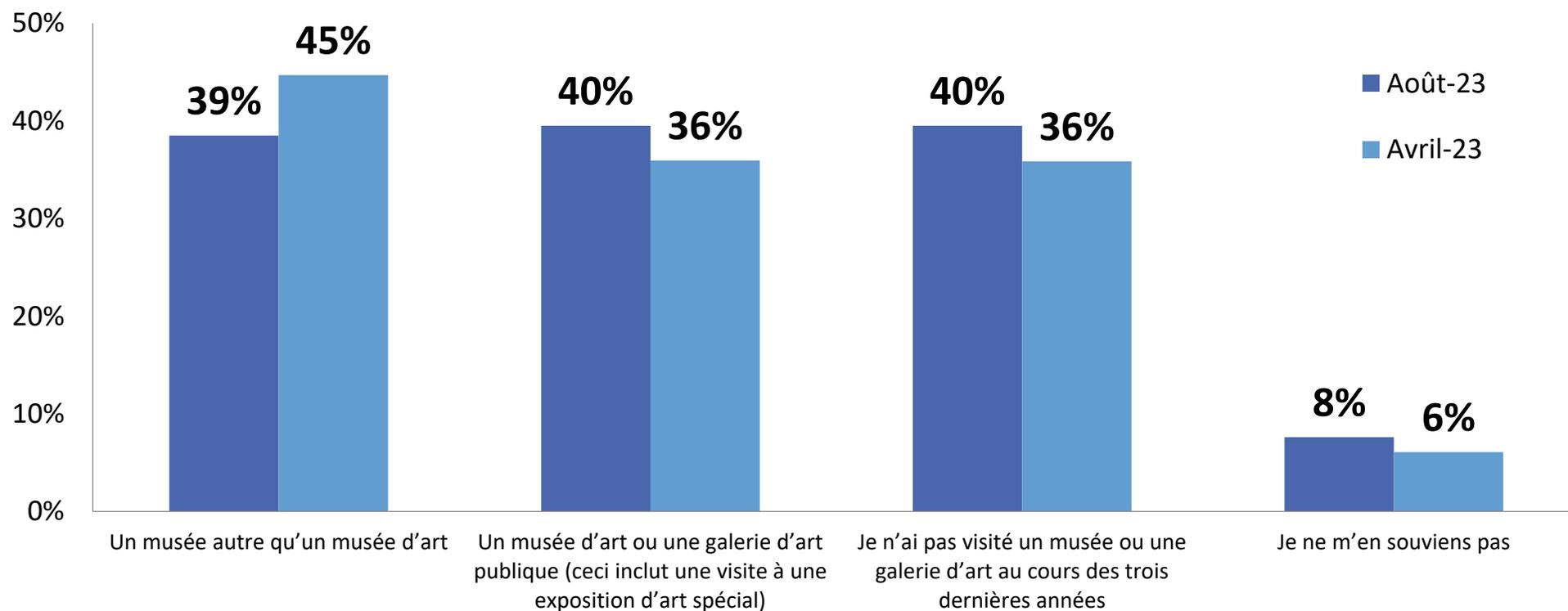
Q – Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR suivants au cours des 3 dernières années?
[AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=1 081, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,0$ points, 19 fois sur 20.

Fréquentation de musées ou de galeries d'art – Tous les Canadiens

Q – Avez-vous visité un ou plusieurs des endroits suivants au cours des 3 dernières années? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=1 081, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,0$ points, 19 fois sur 20.

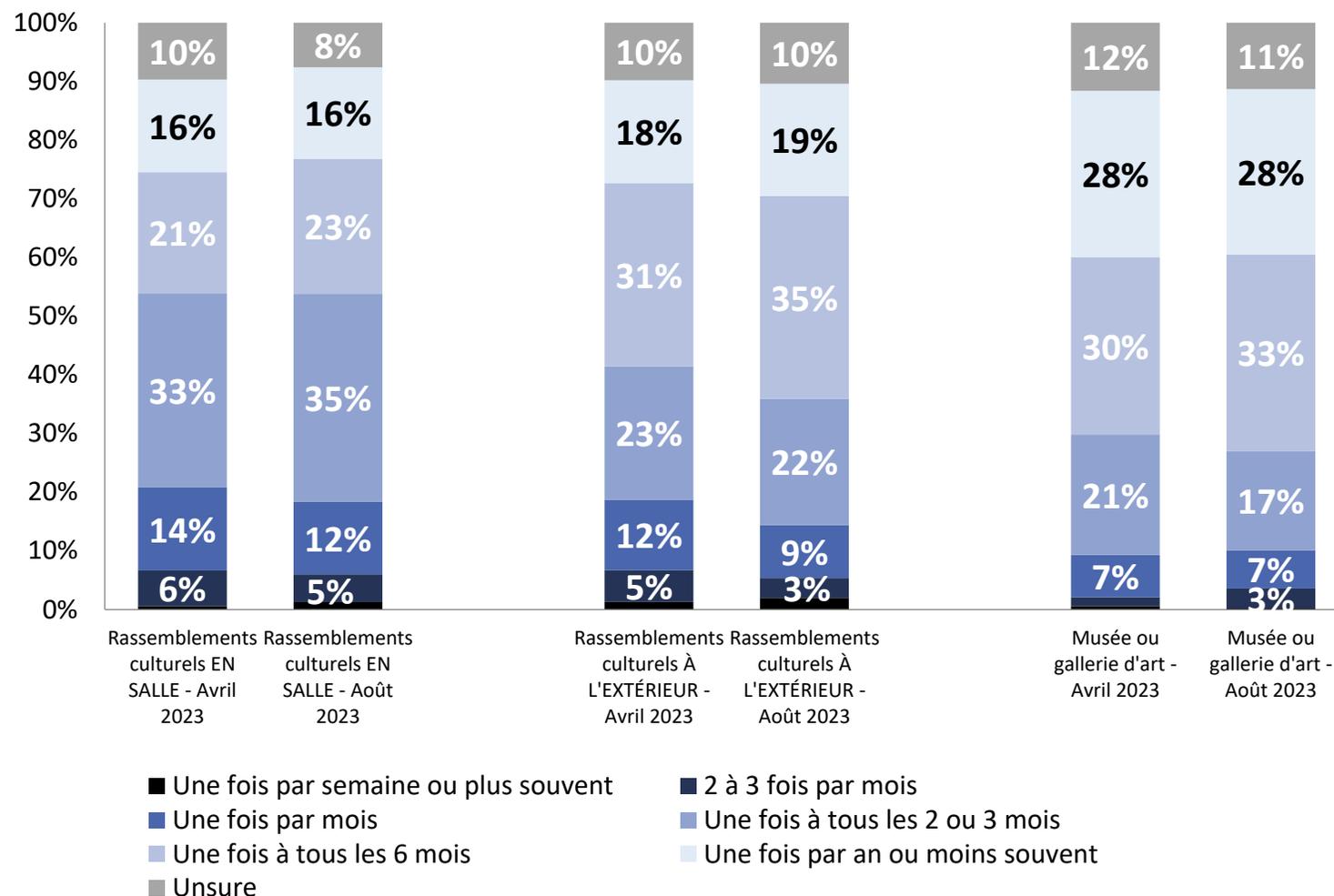
Fréquence de participation

“ Comme lors des vagues précédentes, un peu plus d’un amateur de culture en salle sur trois déclare prévoir assister, au cours de la prochaine année, à un spectacle artistique ou culturel en salle une fois tous les deux à trois mois. Environ une personne sur cinq dit la même chose à propos des spectacles en plein air ou des musées.

”

De façon semblable aux résultats d'avril 2023, un peu plus d'un amateur de culture en salle sur trois déclare prévoir assister à un rassemblement culturel en salle un fois tous les deux à trois mois au cours de la prochaine année. Un cinquième des répondants déclare la même chose pour les rassemblements culturels extérieurs et un peu moins d'un cinquième déclare cette même fréquence attendue de participation pour les musées et les galeries d'art.

Fréquence de participation – Amateurs de culture



*Pondéré en fonction de la proportion réelle de la population

*Les tableaux peuvent ne pas totaliser 100 en raison des arrondis.

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=636 amateurs de culture en salle, n= 459 amateurs de culture présentée à l'extérieur, n=581 amateurs de musées. La marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,9$; 4,6 et 4,1 points, 19 fois sur 20, respectivement.

Q – À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels EN SALLE/EXTÉRIEURS ou visiter un MUSÉE OU UNE GALERIE D'ART au cours des 12 mois prochains?

Fréquence de retour prévue pour les représentations en salle

Q – À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels EN SALLE au cours des 12 mois prochains?

	Amateurs de culture en salle (n=636)	Atlantique (n=61)	Québec (n=135)	Ontario (n=215)	Prairies (n=134)	C.-B. (n=91)	Homme (n=319)	Femme (n=316)	18 à 34 ans (n=109)	35 à 54 ans (n=226)	55 ans et plus (n=301)
Une fois par semaine ou plus souvent	1,3%	1,9%	1,4%	0,8%	0,4%	3,6%	0,5%	2,2%	3,5%	1,0%	0,3%
2 à 3 fois par mois	4,7%	2,5%	2,3%	6,0%	4,2%	6,2%	4,1%	5,2%	4,2%	5,3%	4,4%
Une fois par mois	12,4%	9,9%	10,1%	11,9%	12,7%	18,4%	10,8%	14,0%	11,3%	8,2%	16,7%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	35,4%	38,3%	36,0%	38,6%	30,4%	31,1%	34,3%	36,6%	35,1%	34,8%	36,1%
Une fois à tous les 6 mois	23,0%	16,5%	26,9%	24,2%	22,3%	16,8%	25,0%	20,8%	22,4%	25,0%	21,7%
Une fois par an ou moins souvent	15,6%	23,7%	16,3%	12,6%	18,8%	15,1%	17,7%	13,5%	15,1%	20,6%	11,7%
Incertain(e)	7,6%	7,3%	7,1%	5,9%	11,3%	8,8%	7,6%	7,7%	8,4%	5,2%	9,1%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=636 amateurs de culture en salle, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,9$ points, 19 fois sur 20.

Fréquence de retour prévue pour les représentations à l'extérieur

Q – À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR au cours des 12 mois prochains?

	Amateurs de culture à l'extérieur (n=459)	Atlantique (n=45)	Québec (n=104)	Ontario (n=144)	Prairies (n=92)	C.-B. (n=74)	Homme (n=229)	Femme (n=229)	18 à 34 ans (n=96)	35 à 54 ans (n=161)	55 ans et plus (n=202)
Une fois par semaine ou plus souvent	2,0%	2,5%	1,1%	-	0,6%	9,6%	0,3%	3,6%	5,1%	0,8%	0,4%
2 à 3 fois par mois	3,4%	-	2,3%	2,6%	7,7%	3,4%	3,6%	3,2%	3,0%	4,2%	3,1%
Une fois par mois	9,0%	2,4%	6,4%	11,8%	2,8%	16,2%	5,8%	12,1%	11,1%	7,2%	8,9%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	21,5%	28,3%	20,3%	21,7%	16,3%	26,5%	24,4%	19%	17,3%	20,6%	26,0%
Une fois à tous les 6 mois	34,5%	31,6%	42,6%	32,9%	36,1%	25,1%	39,0%	30,1%	33,4%	37,8%	32,5%
Une fois par an ou moins souvent	19,1%	23,6%	18,2%	18,7%	25,1%	12,7%	18,5%	19,6%	20,4%	21,8%	15,5%
Incertain(e)	10,4%	11,6%	9,1%	12,3%	11,4%	6,5%	8,3 %	12,4%	9,7%	7,6%	13,5%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=459 amateurs de culture présentée à l'extérieur, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 4,6$ points, 19 fois sur 20.

Fréquence de retour prévue pour les visites au musée ou aux galeries d'art

Q – À quelle fréquence prévoyez-vous visiter un musée ou une galerie d'art au cours des 12 mois prochains?

	Amateurs de musées (n=581)	Atlantique (n=60)	Québec (n=110)	Ontario (n=191)	Prairies (n=124)	C.-B. (n=96)	Homme (n=289)	Femme (n=290)	18 à 34 ans (n=113)	35 à 54 ans (n=182)	55 ans et plus (n=286)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,2%	1,8%	-	-	0,5%	-	-	0,4%	-	0,7%	-
2 à 3 fois par mois	3,4%	1,4%	1,6%	2,3%	4,2%	8,3%	3,5%	3,3%	3,2%	2,7%	4,1%
Une fois par mois	6,5%	3,7%	5,3%	10,6%	4,8%	1,8%	4,2%	8,8%	9,2%	2,9%	7,3%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	16,9%	17,8%	14,5%	17,6%	14,6%	20,7%	16,8%	17,1%	19,3%	19,3%	13,5%
Une fois à tous les 6 mois	33,4%	28,5%	32,7%	36%	33,6%	30,1%	34%	32,7%	33,5%	31,7%	34,5%
Une fois par an ou moins souvent	28,2%	36,7%	32,4%	22,7%	30,7%	29,4%	31,1%	25,4%	27,7%	32,0%	25,9%
Incertain(e)	11,3%	10,3%	13,4%	10,8%	11,6%	9,8%	10,4%	12,3%	7,0%	10,7%	14,7%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=581 amateurs de musées, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 4,1$ points, 19 fois sur 20.

Faire du bénévolat pour les arts

“

Un peu moins d'un amateur de culture sur quatre déclare avoir fait du bénévolat auprès d'organisations artistiques ou culturelles au cours de la dernière année. De plus, un amateur de culture sur quatre déclare faire moins ou plutôt moins de bénévolat aujourd'hui qu'avant la pandémie.

”

Facteurs de motivation pour le bénévolat auprès d'organisations artistiques et culturelles

Q – Qu'est-ce qui vous motiverait le plus à faire du bénévolat pour une organisation artistique ou culturelle? [OUVERTE]

Fréquence
(n=703)

	Fréquence (n=703)
Rien ne me motiverait/pas intéressé	20,4%
Correspond à mes intérêts	12,7%
Être flexible en termes de temps/horaire	10,2%
Je partage les valeurs de l'organisation/événement	9,4%
La communauté/autres bénévoles	6,2%
Incertain(e)	6,0%
Entrée gratuite/exclusive à l'événement	5,1%
L'importance/promotion des arts et de la culture	5,0%

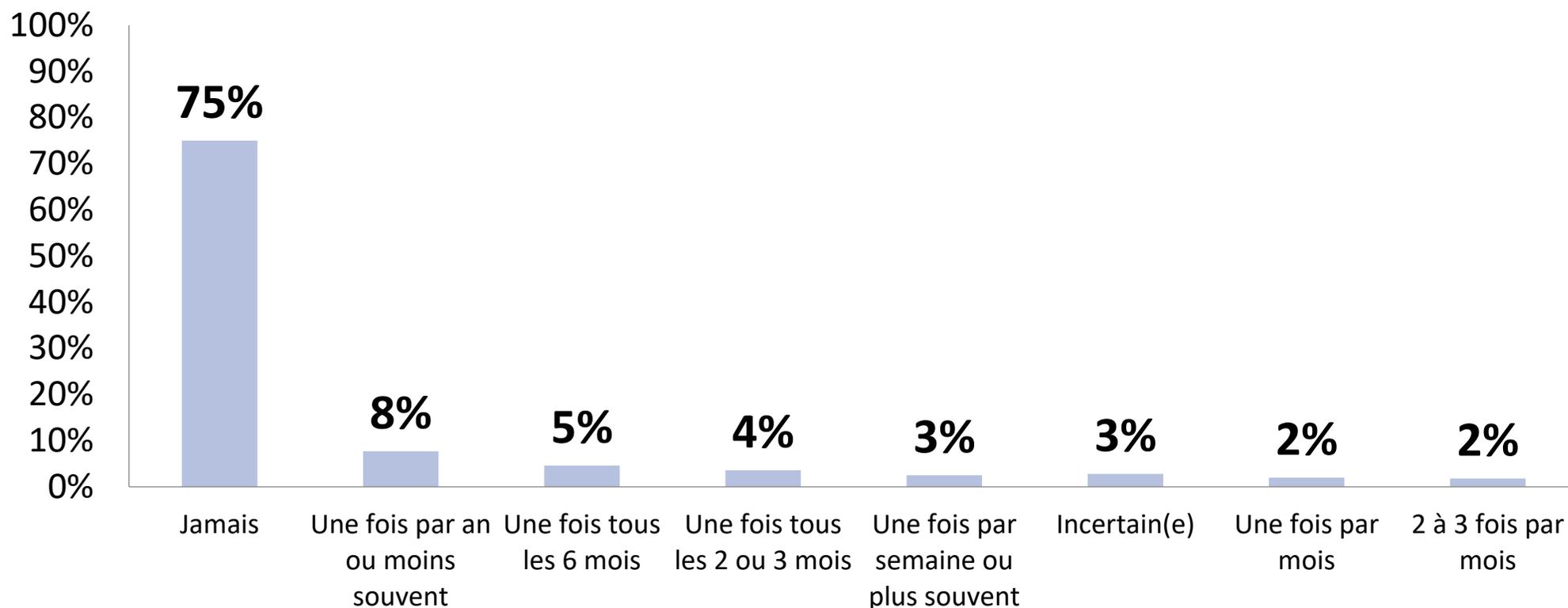
RÉPONSES
FRÉQUENTES

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=703 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,7$ points, 19 fois sur 20.



Temps consacré au bénévolat auprès d'organisations artistiques et culturelles au cours de la dernière année

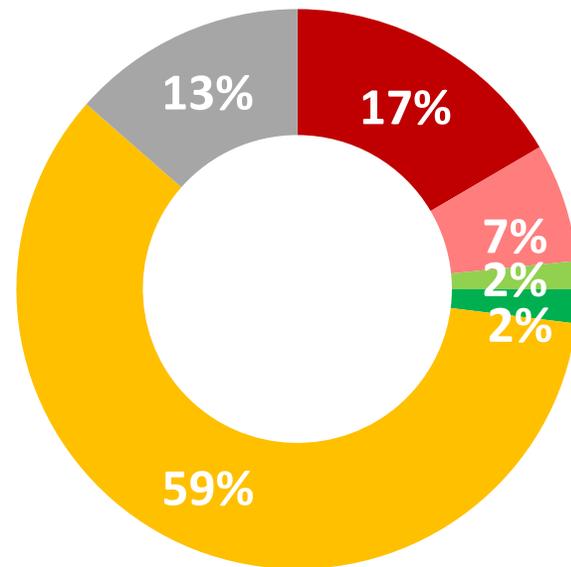
Q – Au cours de la dernière année, combien de fois avez-vous fait du bénévolat pour des organisations artistiques ou culturelles telles que des musées, des festivals de musique, des théâtres et des galeries d'art?



Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=807 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,5$ points, 19 fois sur 20.

Effets de la pandémie sur la fréquence de bénévolat dans le milieu artistique et culturel

Q – Par rapport à avant la pandémie, faites-vous moins, plutôt moins, plutôt plus, plus ou environ le même montant de bénévolat pour des organisations artistiques et culturelles cette année?



■ Moins
■ Plutôt moins
■ Plutôt plus
■ Plus
■ Environ le même montant
■ Incertain(e)

*Pondéré en fonction de la proportion réelle de la population
 *Les tableaux peuvent ne pas totaliser 100 en raison des arrondis.

Moins/Plutôt moins	Atlantique (n=84)	Québec (n=168)	Ontario (n=280)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=124)
		21,6%	16,5%	26,7%	23,1%
	Homme (n=420)	Femme (n=400)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=281)	55 ans et plus (n=392)
		16,3%	30,5%	26,4%	19,1%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=822 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.

Avantages les plus intéressants d'être bénévole pour des organisations artistiques et culturelles

Q – Veuillez classer les deux principaux avantages du bénévolat pour un organisme artistique ou culturel au cours de la dernière année, où 1 est le plus important et 2 le deuxième plus important. [SI A FAIT DU BÉNÉVOLAT DANS LA DERNIÈRE ANNÉE]

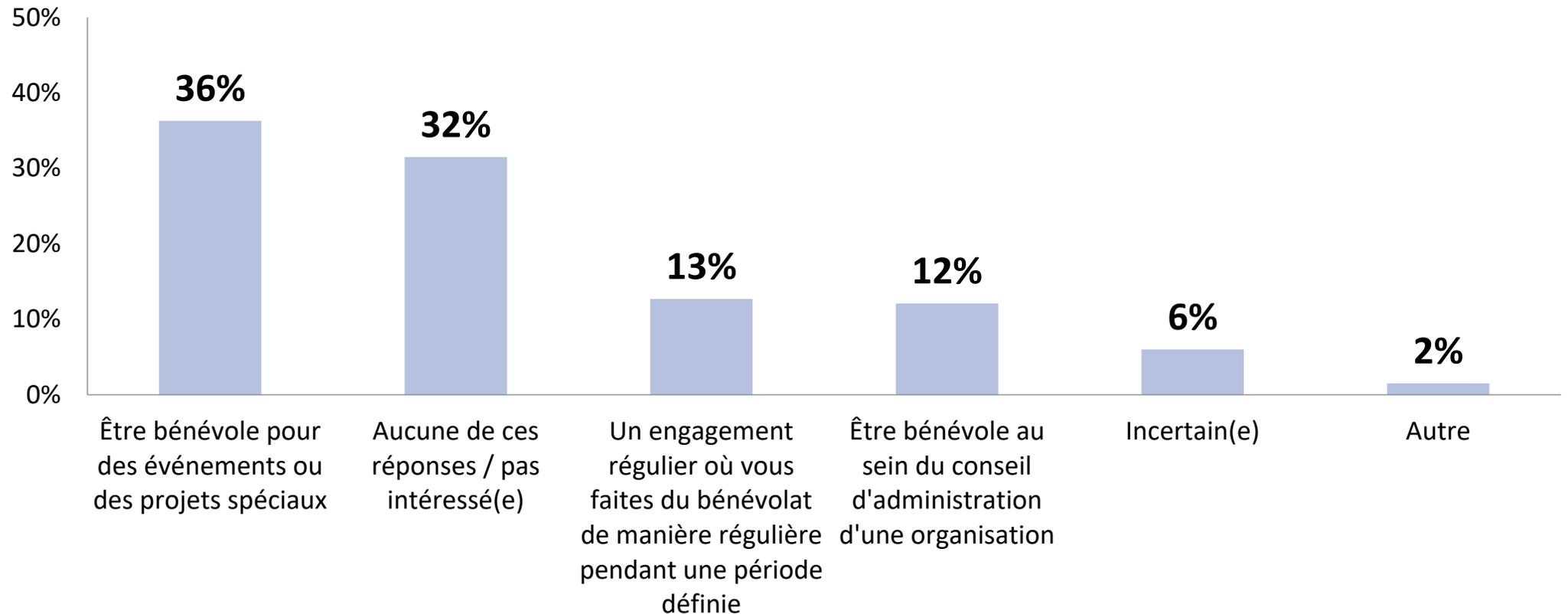
RÉPONSES
FRÉQUENTES

	Classement 1 (n=175)	Classement 2 (n=164)
Contribuer et redonner à ma communauté	44,4%	24,1%
Appliquer et partager mes connaissances et mes compétences	16,1%	17,8%
Apprendre quelque chose de nouveau	8,9%	13,4%
Rencontrer de nouvelles personnes	7,4%	17,8%
Quelque chose à faire pendant mon temps libre	7,2%	4,7%
Socialiser avec des amis	6,8%	12,3%
Entrée gratuite ou billets pour des événements artistiques	4,5%	7,1%
Compléter les heures de bénévolat requises pour l'école, l'université ou un autre programme	2,4%	1,0%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=175 amateurs de culture ayant fait du bénévolat au cours de la dernière année, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 7,4$ points, 19 fois sur 20.

Meilleure approche pour faire du bénévolat pour des organisations artistiques et culturelles

Q – Quelle serait votre approche préférée si vous faisiez du bénévolat pour des organisations artistiques et culturelles?



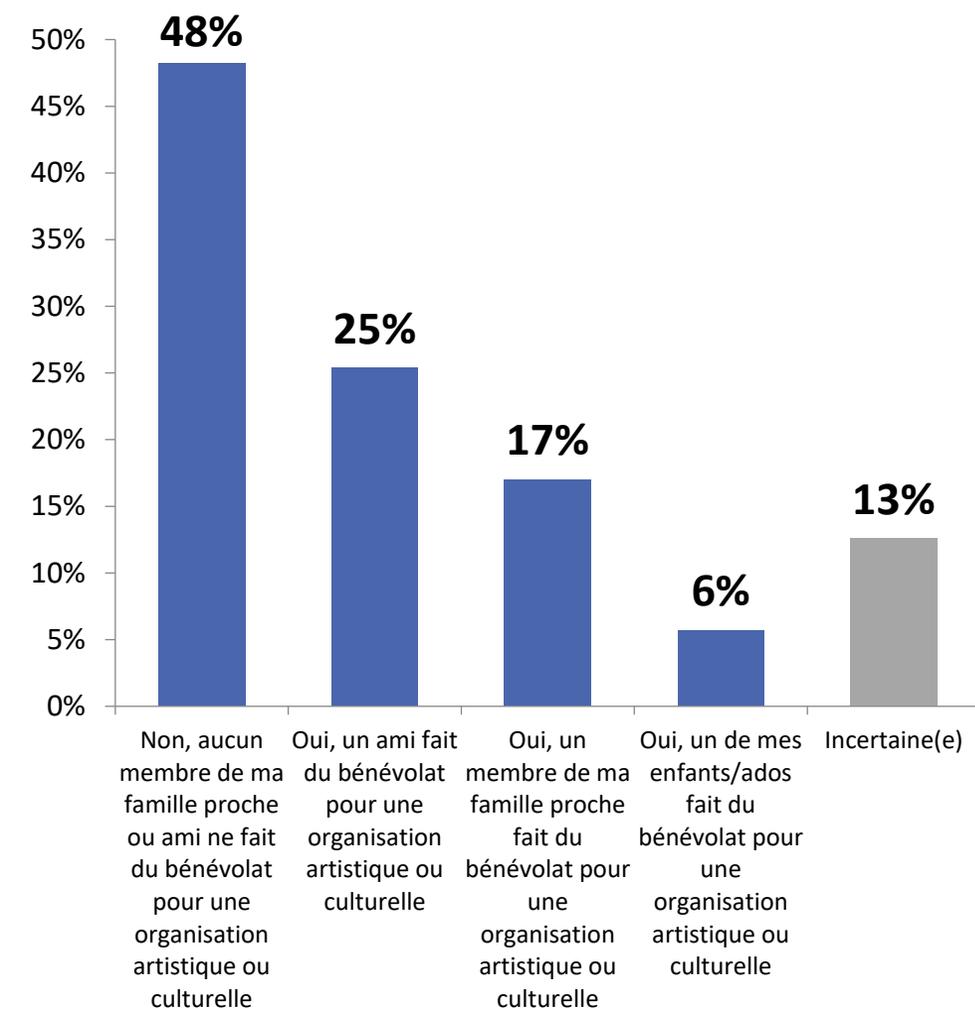
Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=821 amateurs de culture ayant fait du bénévolat, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.

Meilleure approche pour faire du bénévolat pour des organisations artistiques et culturelles

Q – Quelle serait votre approche préférée si vous faisiez du bénévolat pour des organisations artistiques et culturelles?

Être bénévole pour des événements ou des projets spéciaux				
Atlantique (n=84)	Québec (n=168)	Ontario (n=279)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=124)
38,4%	36,3%	33,9%	40,0%	37,4%
Homme (n=419)	Femme (n=400)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=280)	55 ans et plus (n=392)
33,5%	39,3%	37,9%	35,5%	35,9%
Un engagement régulier où vous faites du bénévolat de manière régulière pendant une période définie				
Atlantique (n=84)	Québec (n=168)	Ontario (n=279)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=124)
10,0%	5,7%	14,2%	13,3%	19,6%
Homme (n=419)	Femme (n=400)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=280)	55 ans et plus (n=392)
7,9%	17,4%	14,9%	14,0%	10,1%

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=821 amateurs de culture ayant fait du bénévolat, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.



*Pondéré en fonction de la proportion réelle de la population

*Les tableaux peuvent ne pas totaliser 100 en raison des arrondis.

Relation avec les bénévoles d'organisations artistiques et culturelles

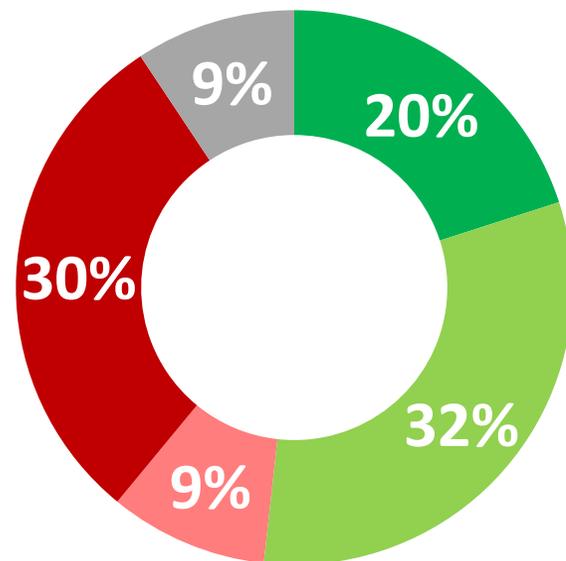
	Atlantique (n=84)	Québec (n=168)	Ontario (n=280)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=124)
Oui, des amis ou des membres de ma famille font du bénévolat	39,9%	35,5%	47,1%	57,5%	62,7%
	42,3%	54,1%	43,3%	42,3%	56,3%
Non, aucun ami ou membre de ma famille fait du bénévolat	55,5%	62,6%	45,6%	41,0%	38,7%
	51,5%	44,9%	49,5%	51,5%	44,7%
	Homme (n=420)	Femme (n=400)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=281)	55 ans et plus (n=392)
	42,3%	54,1%	43,3%	42,3%	56,3%
	Homme (n=420)	Femme (n=400)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=281)	55 ans et plus (n=392)
	51,5%	44,9%	49,5%	51,5%	44,7%

Q – Est-ce que parmi les membres de votre famille ou vos amis, certains font du bénévolat pour des organisations artistiques ou culturelles? (Sélectionnez tout ce qui s'applique)

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=822 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.

Réponse aux opportunités potentielles de bénévolat pour les organisations artistiques et culturelles locales au cours de la prochaine année

Q - Êtes-vous ouvert(e), plutôt ouvert(e), plutôt pas ouvert(e) ou pas ouvert(e) à l'idée de faire du bénévolat pour une organisation artistique ou culturelle locale dans votre communauté au cours des 12 prochains mois?



- Ouvert(e)
- Plutôt ouvert(e)
- Plutôt pas ouvert(e)
- Pas ouvert(e)
- Unsure

*Pondéré en fonction de la proportion réelle de la population

*Les tableaux peuvent ne pas totaliser 100 en raison des arrondis..

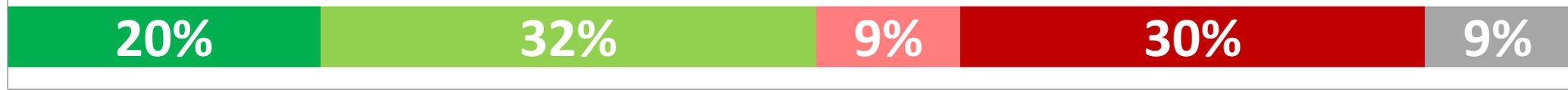
Plus de **1 sur 2** amateur de culture

déclare être ouvert ou plutôt ouvert à faire du bénévolat pour une organisation artistique ou culturelle locale présente dans leur communauté au cours de la prochaine année.

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=822 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.

Réponse aux opportunités potentielles de bénévolat pour les organisations artistiques et culturelles locales au cours de la prochaine année – Données démographiques

Q – Êtes-vous ouvert(e), plutôt ouvert(e), plutôt pas ouvert(e) ou pas ouvert(e) à l'idée de faire du bénévolat pour une organisation artistique ou culturelle locale dans votre communauté au cours des 12 prochains mois?



■ Ouvert

■ Plutôt ouvert

■ Plutôt pas ouvert

■ Pas ouvert

■ Incertain(e)

*Weighted to the true population proportion.

*Charts may not add up to 100 due to rounding.

Ouvert/Plutôt ouvert	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
	(n=84)	(n=168)	(n=280)	(n=166)	(n=124)
	55,5%	46,6%	48,8%	55,7%	61,0%
	Hommes	Femmes	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
(n=420)	(n=400)	(n=149)	(n=281)	(n=392)	
49,5%	54,2%	53,0%	53,7%	49,3%	

Pas ouvert/Plutôt pas ouvert	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
	(n=84)	(n=168)	(n=280)	(n=166)	(n=124)
	41,3%	44,1%	40,2%	33,4%	33,2%
	Hommes	Femmes	18 à 34 ans	35 à 54 ans	55 ans et plus
(n=420)	(n=400)	(n=149)	(n=281)	(n=392)	
40,5%	37,1%	38,5%	36,3%	41,4%	

Source: Nanos Research, sondage hybride aléatoire par téléphone GANT à double cadre (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne, entre le 30 juillet et le 2 août 2023, n=822 amateurs de culture, la marge d'erreur de ce sondage est de $\pm 3,4$ points, 19 fois sur 20.

Nanos a mené un sondage mixte téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1 081 Canadiens âgés de 18 ans ou plus, entre le 30 juillet et le 2 août 2023 dans le cadre d'un sondage omnibus. Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré un sondage en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population canadienne.

Les participants ont été appelées au hasard en utilisant une composition aléatoire avec un maximum de cinq rappels.

La marge d'erreur pour un sondage aléatoire auprès de 1 081 Canadiens est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

La recherche a été commandée par Affaires/Arts et le Centre national des Arts et menée par Nanos Research.

Remarque : Les graphiques peuvent ne pas totaliser 100 en raison des arrondis.



Élément	Description	Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires/Arts et le Centre national des arts	Pondération des données	Les résultats ont été pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement (2021) et l'échantillon est géographiquement stratifié pour assurer une répartition dans toutes les régions du Canada. Voir les tableaux pour la divulgation complète de la pondération.
Population et taille de l'échantillon final	1,081 Individus choisis au hasard.	Sélection	La sélection a permis de s'assurer que les répondants potentiels ne travaillaient pas dans le secteur des études de marché, dans le secteur de la publicité, dans les médias ou dans un parti politique avant d'administrer le sondage pour garantir l'intégrité des données.
Source de l'échantillon	Panneau de probabilité Nanos	Données démographiques exclues	Individus de moins de 18 ans; les individus sans ligne terrestre ou cellulaire ne pouvaient pas participer.
Type d'échantillon	Probabilité	Stratification	Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement (2021) et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif du Canada. De plus petites régions comme le Canada Atlantique ont été légèrement suréchantillonnées pour permettre un échantillon régional minimum.
Marge d'erreur	±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.	Taux de réponse estimé	10 pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
Mode d'enquête	Enquête hybride téléphonique GANT (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne	Ordre des questions	L'ordre des questions dans le rapport précédent reflète l'ordre dans lequel elles étaient dans le questionnaire d'origine.
Méthode d'échantillonnage	L'échantillon comprenait des lignes terrestres et cellulaires GANT (génération aléatoire de numéro de téléphone) à travers le Canada.	Contenu des questions	Les sujets abordés dans l'omnibus, en amont du contenu de l'enquête, étaient les suivants : opinions sur les questions politiques, opinions sur les questions économiques, opinions sur le changement climatique, les incendies de forêt, le récent remaniement ministériel du gouvernement libéral, l'immigration, les impressions sur les grandes entreprises et les PDG, les voyages internationaux, les soins de santé et l'énergie.
Données démographiques (capturées)	Canada Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Colombie-Britannique, Territoires; Hommes et Femmes; 18 ans et plus. Un code postal à six chiffres a été utilisé pour valider la géographie.	Langage des questions	Les questions du rapport précédent sont rédigées exactement comme elles ont été posées aux individus.
Travail sur le terrain / Validation	Entretiens en direct ITAO avec supervision en direct pour valider le travail.	Fournisseur de recherche / collecte de données	Nanos Research
Nombre d'appels	Maximum de cinq rappels.	Contact	Contactez Nanos Research pour plus d'informations ou pour toute préoccupation ou question. http://www.nanos.co Téléphone:(613) 234-4666 poste 237 Courriel: info@nanosresearch.com.
Heure des appels	Les personnes ont été appelées entre midi et 17h et 18h30 et 21h30, heure locale du répondant.		
Dates de l'enquête	30 juillet au 2 août, 2023.		
Langue de l'enquête	Le sondage a été menée en anglais et en français.		
Normes	Nanos Research est membre du Conseil de Recherche de l'intelligence marketing canadien (CRIC) et confirme que cette recherche est entièrement conforme à toutes les normes du CRIC, y compris les normes de recherche sur l'opinion publique du CRIC et les exigences de divulgation. https://canadianresearchinsightscouncil.ca/standards/		



nanos dimap analytika



EthicStratēgies

En tant que l'une des principales sociétés d'études de marché et d'opinion publique en Amérique du Nord, nous mettons l'intelligence stratégique entre les mains des décideurs. La majorité de notre travail s'adresse aux organisations du secteur privé et du secteur public et va des études de marché à la gestion de la réputation en passant par l'exploitation de l'intelligence des données. Nanos Research propose une pratique de recherche quantitative et qualitative à service complet verticalement intégrée pour atteindre les normes les plus élevées et le plus grand contrôle sur le processus de recherche. www.nanos.co

Cette coentreprise internationale entre dimap et Nanos rassemble les meilleurs experts en recherche et en données d'Amérique du Nord et d'Europe pour fournir aux clients une intelligence de données exceptionnelle. L'équipe propose des services d'intelligence de données allant du micro-ciblage démographique et sentimental ; identification des sentiments des consommateurs et conversion des décisions ; et l'analyse des données et le profilage pour convaincre les consommateurs.. www.nanosdimap.com

Ethic Strategies a été créée par les partenaires fondateurs de [PAA Advisory](#) et de [Nanos Research Corporation](#), tous deux des leaders reconnus dans les domaines de la recherche, du plaidoyer et du conseil. Ethic fournit des conseils stratégiques, des conseils et des stratégies de communication sur mesure aux organisations confrontées à de graves problèmes. www.ethicstrategies.com

Des questions?



Nanos Research

(613) 234-4666, poste 237

ea@nanosresearch.com

Pour plus d'informations sur l'entreprise, veuillez visiter

www.nanos.co





NANOS EST VOTRE PARTENAIRE DE RECHERCHE .

Fournissant des solutions de classe mondiale depuis 1987, nous sommes le leader en matière d'analyse et de visualisation de données à grande vitesse.

Marché | Consommateur | Réputation | Politique | Perception

Pour plus d'informations sur nos services, veuillez nous rendre visite à :

www.nanos.co