



Parmi les amateurs de culture qui font des dons aux arts et à la culture, la majorité (59 %) des dons vont à des organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans leur communauté.

L'étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques (ARTS) permet de suivre régulièrement l'environnement du secteur des arts et de la culture. L'étude se concentre sur les amateurs de culture qui ont assisté à des événements culturels en salle ou à l'extérieur, ou qui ont fréquenté une galerie d'art ou un musée au cours des trois dernières années.

Cette vague de recherche a permis d'évaluer les opinions des Canadiens sur les dons faits et les intentions de faire des dons à des organismes artistiques et culturels.

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1 045 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, du 27 au 30 octobre 2025, dans le cadre d'une enquête omnibus. La marge d'erreur pour une enquête aléatoire de 1045 Canadiens est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Les tableaux statistiques comprenant le nombre non pondéré et pondéré d'entretiens sont accessibles [ici](#).

L'étude a été commanditée par l'organisme Affaires / Arts et le Centre national des Arts, tous deux partenaires fondateurs ARTS de ce projet.

RÉSULTATS CLÉS

1

LE SOUTIEN DES EMPLOYEURS ENVERS L'ART ET À LA CULTURE EST FAIBLE

Un amateur de culture sur quatre qui travaille ([25%](#)) déclarent que leur employeur soutient les arts. Interrogés sur la manière dont leur employeur soutient les arts et la culture, [12%](#) répondent « en commanditant une expérience ou un événement artistique et culturel », [9%](#) disent « en achetant des billets pour une expérience artistique et culturelle et en les partageant avec les employés » et [8%](#) disent « en faisant un don d'entreprise à des organisations artistiques et culturelles. » Il est à noter que [51%](#) des amateurs de culture déclarent que leur employeur ne soutient pas les arts et [24%](#) sont incertaines.

2

LA PLUPART DES AMATEURS DE CULTURE NE SE SOUVIENNENT PAS AVOIR ÉTÉ SOLlicitÉS POUR FAIRE UN DON AUX ARTS ET À LA CULTURE AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

Conformément à l'année dernière, environ deux amateurs de culture sur trois ([66%](#), [68% en 2024](#)) ne se souviennent pas avoir été sollicités par une organisation artistique ou culturelle pour faire un don au cours de la dernière année. Environ un tiers se souviennent avoir été sollicités ([34%](#), [32% en 2024](#)).

3

AUGMENTATION DE 5 % DU MONTANT MOYEN DES DONS PRÉVUS POUR L'ANNÉE PROCHAINE

Plus d'un amateur de culture sur trois ([35%](#), conforme à [36% en 2023](#)) déclare avoir fait un don à des organisations artistiques et culturelles en 2024. Parmi ceux qui font des dons aux arts et à la culture, le don moyen déclaré en 2024 était de [506 dollars, avec une médiane de 200 dollars](#). Pour 2025, une proportion similaire d'amateurs de culture prévoit de faire des dons ([35%](#), [moyenne de 533 dollars, médiane de 200 dollars](#)), ce qui représente une augmentation de cinq pour cent du don moyen.

4

DONS À L'ART ET À LA CULTURE PAR RAPPORT AUX AUTRES CAUSES

Les amateurs de culture qui déclarent faire des dons affirment que les organisations artistiques et culturelles reçoivent en moyenne [12 \\$](#) sur 100 dollars de leurs dons caritatifs, ce qui est conforme aux vagues précédentes ([11 \\$](#) en octobre 2023; [12 \\$](#) en novembre 2024). En moyenne, [88 \\$](#) sur 100\$ de dons caritatifs sont consacrés à d'autres causes et événements tels que la santé, les services sociaux et communautaires, etc. Parmi les dons consacrés aux arts et à la culture, la majorité est versée à des organisations locales ([59%](#)), tandis que [21%](#) des dons sont versés à des organisations qui œuvrent dans une région plus vaste, comme une province entière, et [15%](#) versés à des organisations artistiques et culturelles nationales à travers le Canada.

Fréquentation prévue au cours des 12 prochains mois pour les amateurs de culture – octobre 2025

4

Événements en salle

Événements à l'extérieur

Musées/galleries

Au moins une fois par mois

[16%]
▲ 2 points

[8%]
▲ 1 point

[8%]
-

Une fois tous les 2 ou 3 mois

[29%]
▼ 2 points

[19%]
▼ 2 points

[19%]
▼ 1 point

Une fois tous les 6 mois ou moins

[49%]
▲ 4 points

[63%]
▲ 1 point

[63%]
▲ 1 point

Incertain(e)

[6%]
▼ 4 points

[10%]
-

[10%]
1 point

* Comparaison faite entre cette vague de données (octobre 2025) et la vague précédente (août 2025).

Affaires/Arts



CENTRE NATIONAL DES ARTS
NATIONAL ARTS CENTRE
Le Canada en scène. Canada is our stage.

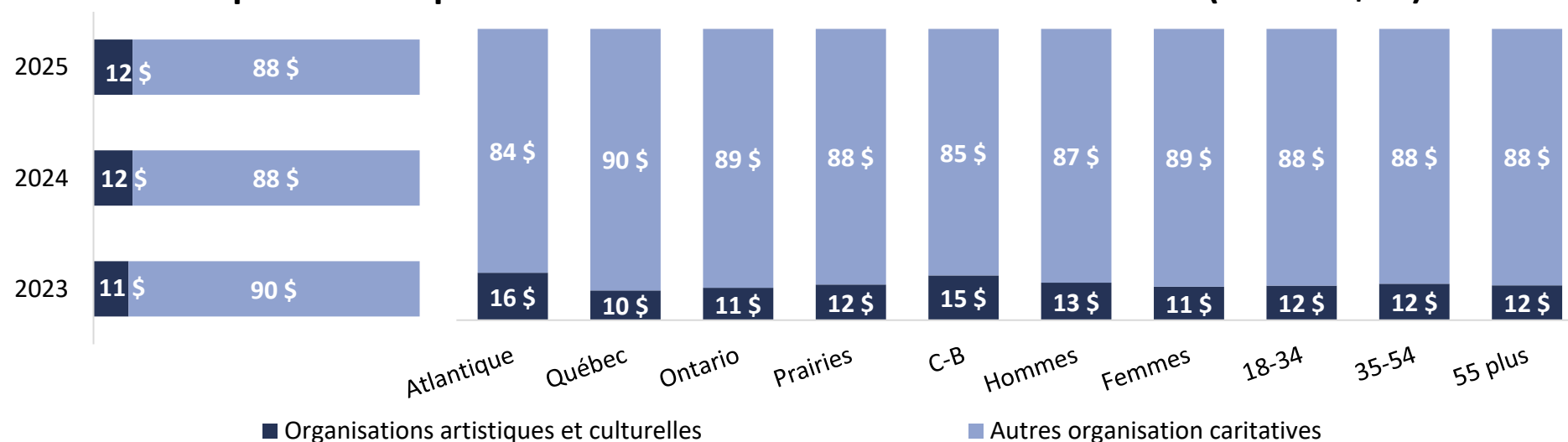
NANOS

Dons aux organisations artistiques et culturelles – Par données démographiques

Dons prévus déclarés pour 2025

	Canada	Atlantique*	Québec	Ontario	Prairies	C-B	Hommes	Femmes	18-34	35-54	55 plus
Dons médians prévus pour 2025**	200 \$		100 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$
Proportion des personnes qui prévoient faire un don en 2025	34,9%	31,8%	27,5%	37,9%	34,3%	40,3%	34,2%	35,6%	23,8%	36,7%	41,5%

Proportion des portefeuilles de dons des amateurs de culture (sur 100 \$**)



La proportion de jeunes amateurs de culture qui prévoient de faire un don a chuté à 24 % comparé à 32 % en 2024.

Les amateurs de culture de la Colombie-Britannique sont plus susceptibles de prévoir faire des dons aux organisations artistiques et culturelles en 2025 et déclarent consacrer une plus grande part de leur budget aux arts et à la culture que ceux du Québec et de l'Ontario.

*Ombré en raison de la petite taille de l'échantillon (n = 26).

**Atlantique (n=41) doit être interprété avec prudence en raison de la petite taille de l'échantillon.

** Médiane calculée sur la base des amateurs de culture qui ont déclaré avoir fait un don, excluant ceux qui ont déclaré 0 \$.

Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Proportion des dons versés à chaque organisation

Parmi les amateurs de culture qui font des dons aux organisations artistiques et culturelles, la majorité soutient les organisations locales qui œuvrent dans leur communauté.

59%

Organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans votre communauté

21%

Organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste (c'est-à-dire qui organisent des tournées ou desservent plus d'une communauté ou l'ensemble de la province)

15%

Organisations artistiques et culturelles nationales qui œuvrent dans l'ensemble du Canada

5%

Autre

Principales motivations pour donner aux organisations culturelles ou artistiques

55%

52% en 2024

valorise l'impact
qu'elles ont sur la
communauté
locale

53%

*Choix de réponse
ajouté en 2025

veulent appuyer la
culture canadienne

54%

53% en 2024

veulent appuyer les
artistes, les
créateurs et/ou les
fabricants

49%

42% en 2024

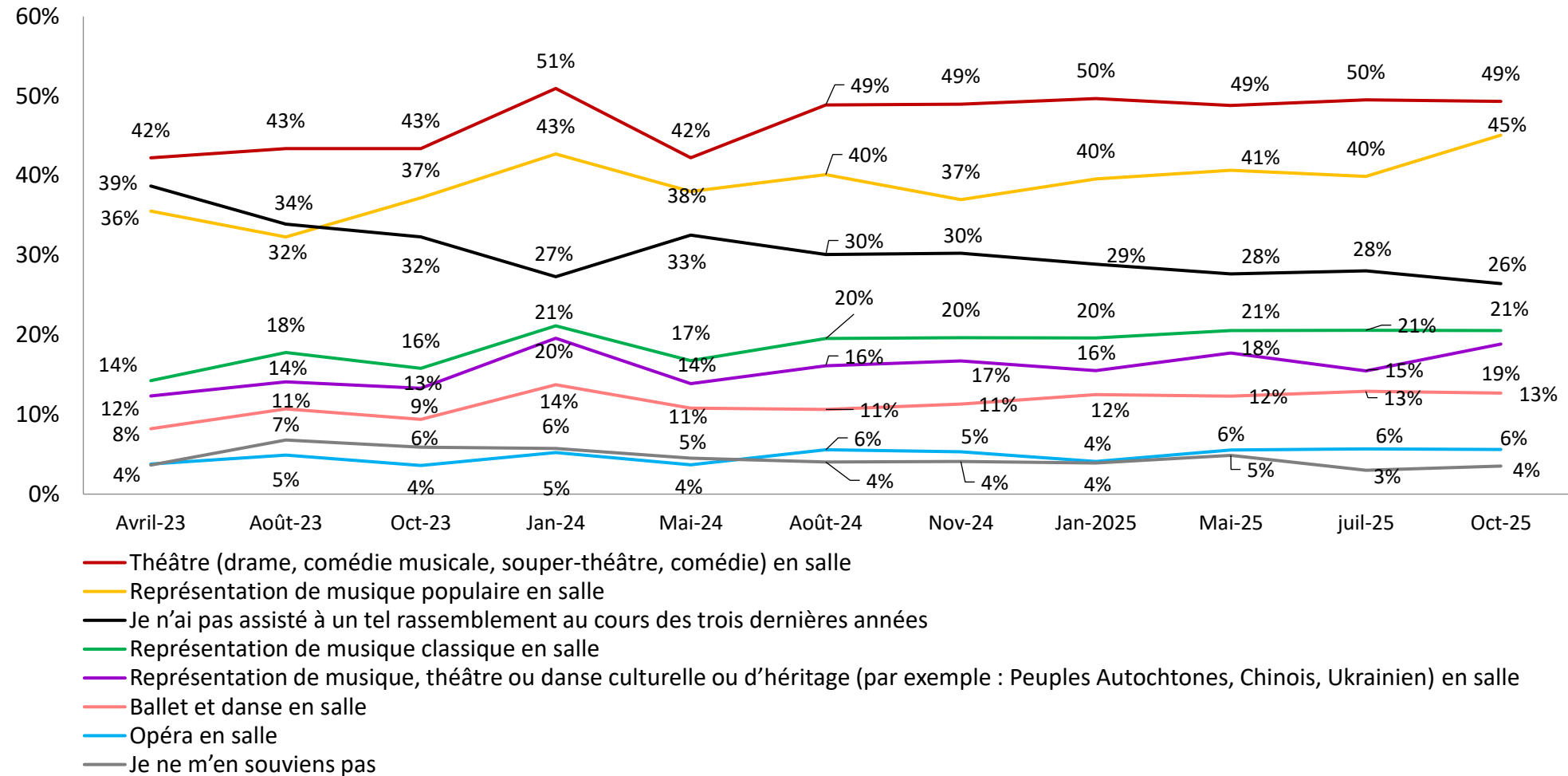
veulent rendre leur
part à la
communauté

A woman with blonde hair, seen from behind, stands on a dark stage with her arms outstretched. She is wearing a blue, sleeveless, floor-length dress. In front of her is a large, dense crowd of people in a theater, many of whom have their hands raised in the air, suggesting a performance or a celebratory event. The theater has ornate balconies and railings. The overall lighting is dim, with the focus on the woman and the audience.

Fréquentation et visites passées et futures des arts et de la culture

Participation à des rassemblements culturels en salle – Tous les Canadiens – Suivi

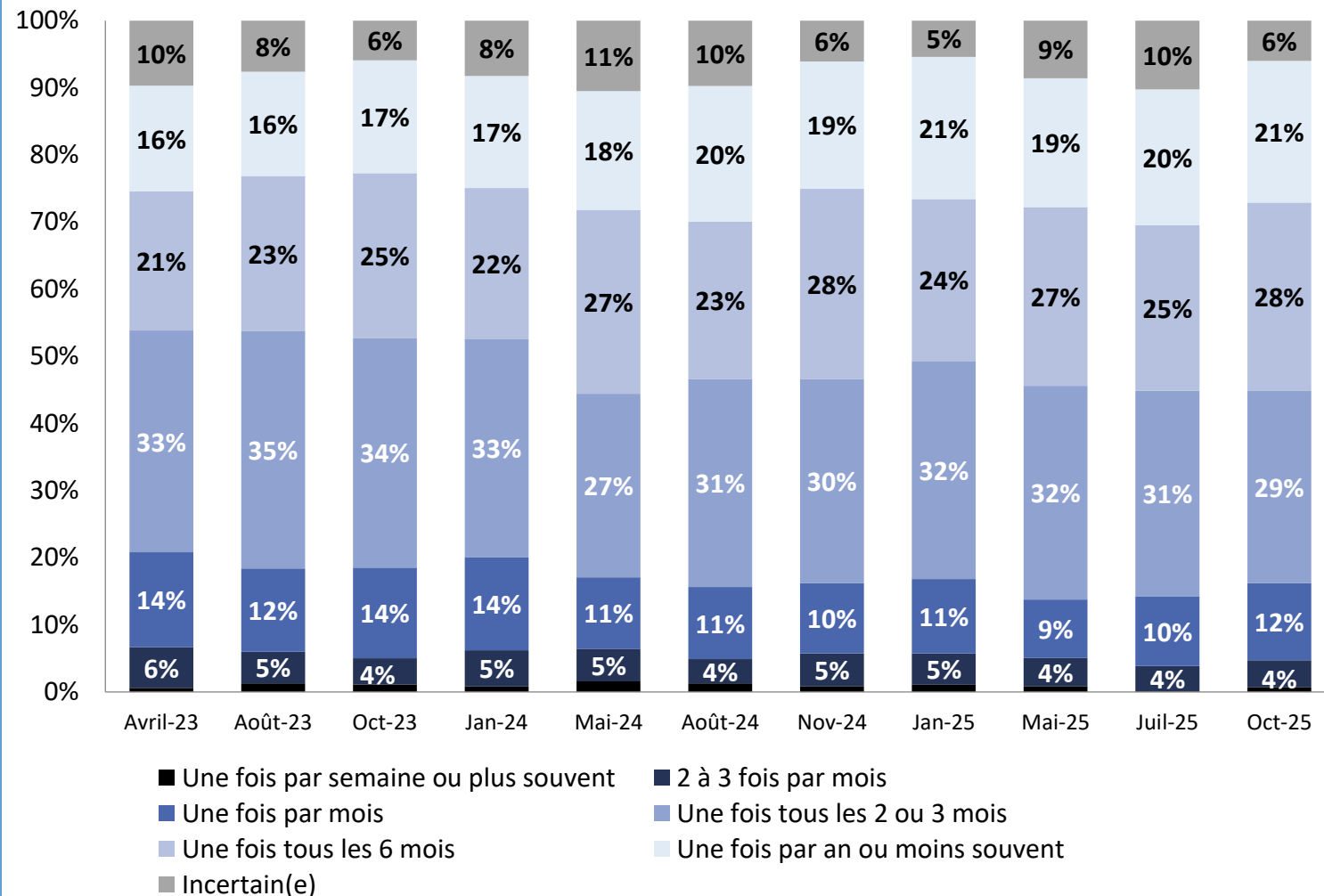
Q – [SUIVI] Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels EN SALLE suivants au cours des 3 dernières années?
[ALÉATOIRE](Sélectionner tout ce qui s'applique)



Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=1 045 Canadiens, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Plus de sept amateurs de culture sur dix (73 %) déclarent avoir l'intention d'assister à au moins deux rassemblements artistiques ou culturelles en salle au cours des 12 prochains mois, ce qui correspond aux vagues réalisées cette année.

Fréquence de retour prévue – Événements en salle – Amateurs de culture en salle – Suivi



*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.

*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=724 amateurs de culture en salle, précis $\pm 3,7$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

Fréquence de retour prévue – Événements en salle – Amateurs de culture en salle – Données démographiques

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

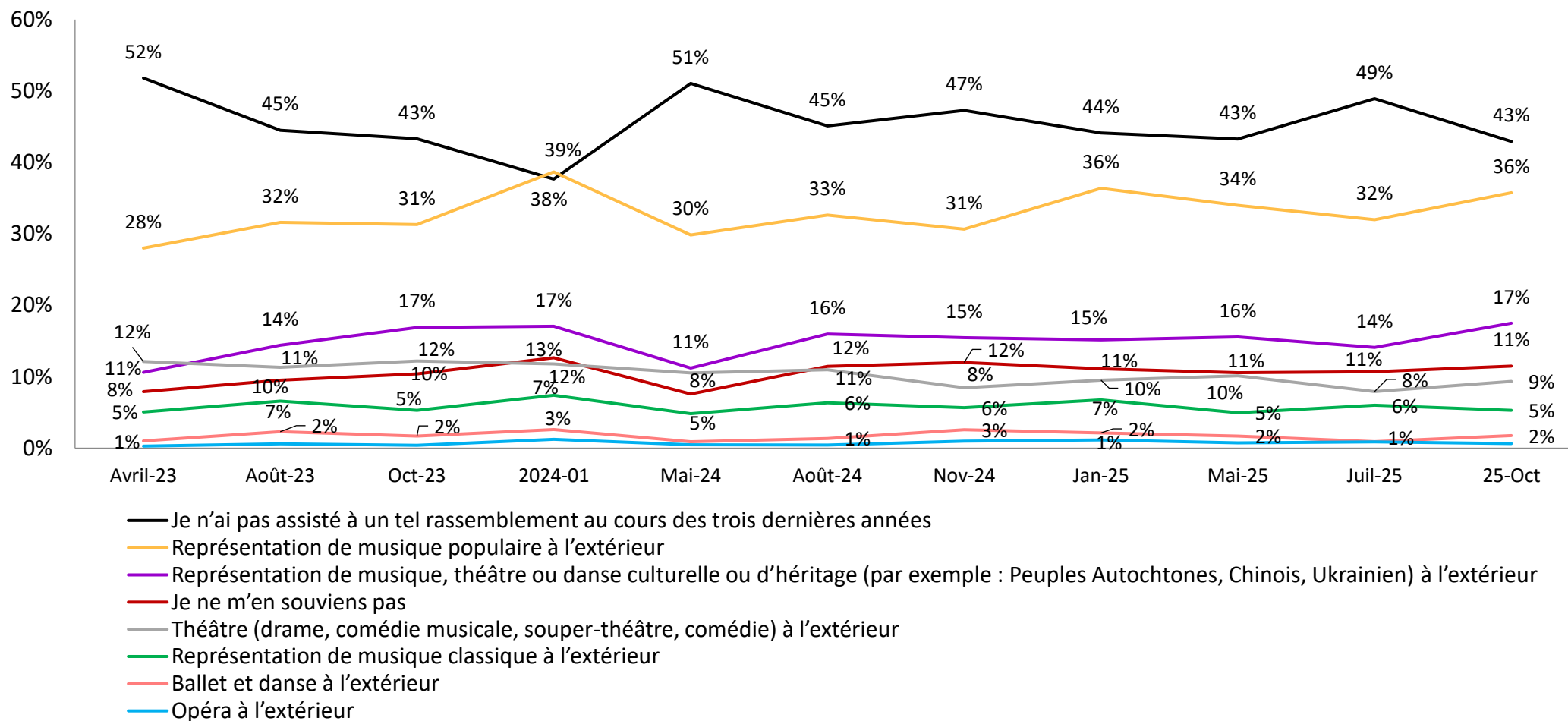
	Amateurs de culture en salle (n=724)	Atlantique (n=65)	Québec (n=171)	Ontario (n=217)	Prairies (n=157)	C-B (n=114)	Hommes (n=366)	Femmes (n=358)	18 à 34 ans (n=150)	35 à 54 ans (n=224)	55 ans et plus (n=350)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,7%	-	1,1%	-	2,0%	0,8%	0,8%	0,7%	1,2%	-	1,0%
2 à 3 fois par mois	4,0%	2,9%	4,1%	3,5%	3,9%	5,6%	3,7%	4,3%	2,7%	5,4%	3,9%
Une fois par mois	11,5%	13,8%	4,2%	14,0%	12,4%	14,5%	13,2%	10,0%	9,8%	9,9%	14,1%
Une fois tous les 2 ou 3 mois	28,6%	20,7%	26,1%	30,7%	27,1%	32,4%	25,9%	31,0%	2,7%	30,7%	28,5%
Une fois tous les 6 mois	28,1%	32,1%	34,9%	27,3%	27,0%	18,8%	30,3%	26,0%	31,9%	27,2%	25,8%
Une fois par an ou moins souvent	21,1%	17,2%	23,6%	18,7%	23,1%	22,6%	21,3%	21,0%	23,3%	21,2%	19,3%
Incertain(e)	6,0%	13,3%	6,1%	5,8%	4,4%	5,3%	4,9%	7,0%	4,5%	5,7%	7,4%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=724 amateurs de culture en salle, précis $\pm$ 3,7 points de pourcentage, 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?

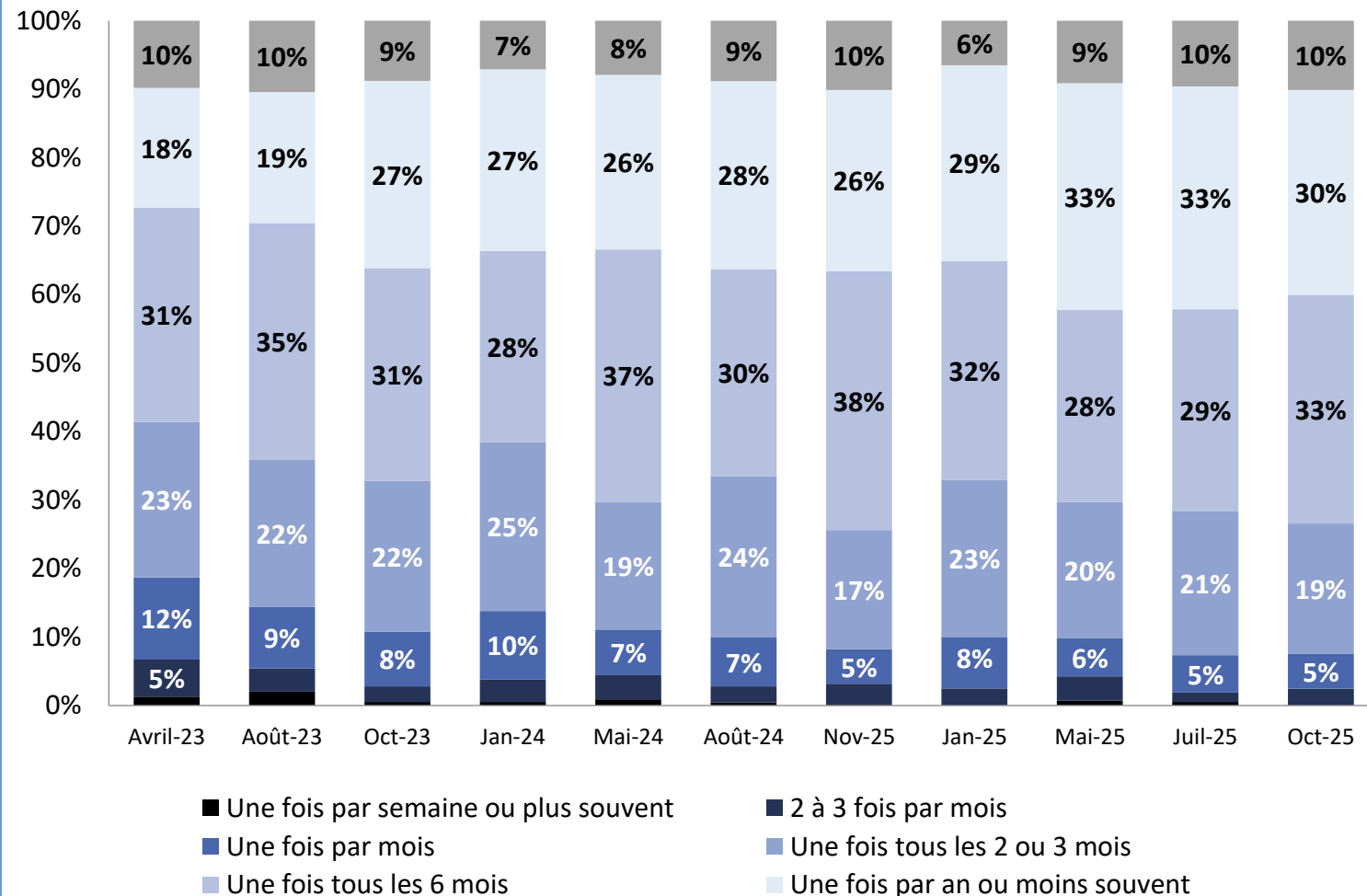
[ALÉATOIRE](Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=1 045 Canadiens, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Six amateurs de culture à l'extérieur sur dix (60 %) déclarent avoir l'intention d'assister à au moins deux rassemblements artistiques ou culturels à l'extérieur au cours de l'année à venir, ce qui est conforme à la tendance observée lors de la vague précédente.

Fréquence de retour prévue – Événements à l'extérieur – Amateurs de culture à l'extérieur – Suivi



*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.

*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

*Les étiquettes de données inférieures à 5 % ont été supprimées pour plus de clarté.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=487 amateurs de culture en salle, précis $\pm 4,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

Fréquence de retour prévue – Événements à l'extérieur – Amateurs de culture à l'extérieur – Données démographiques

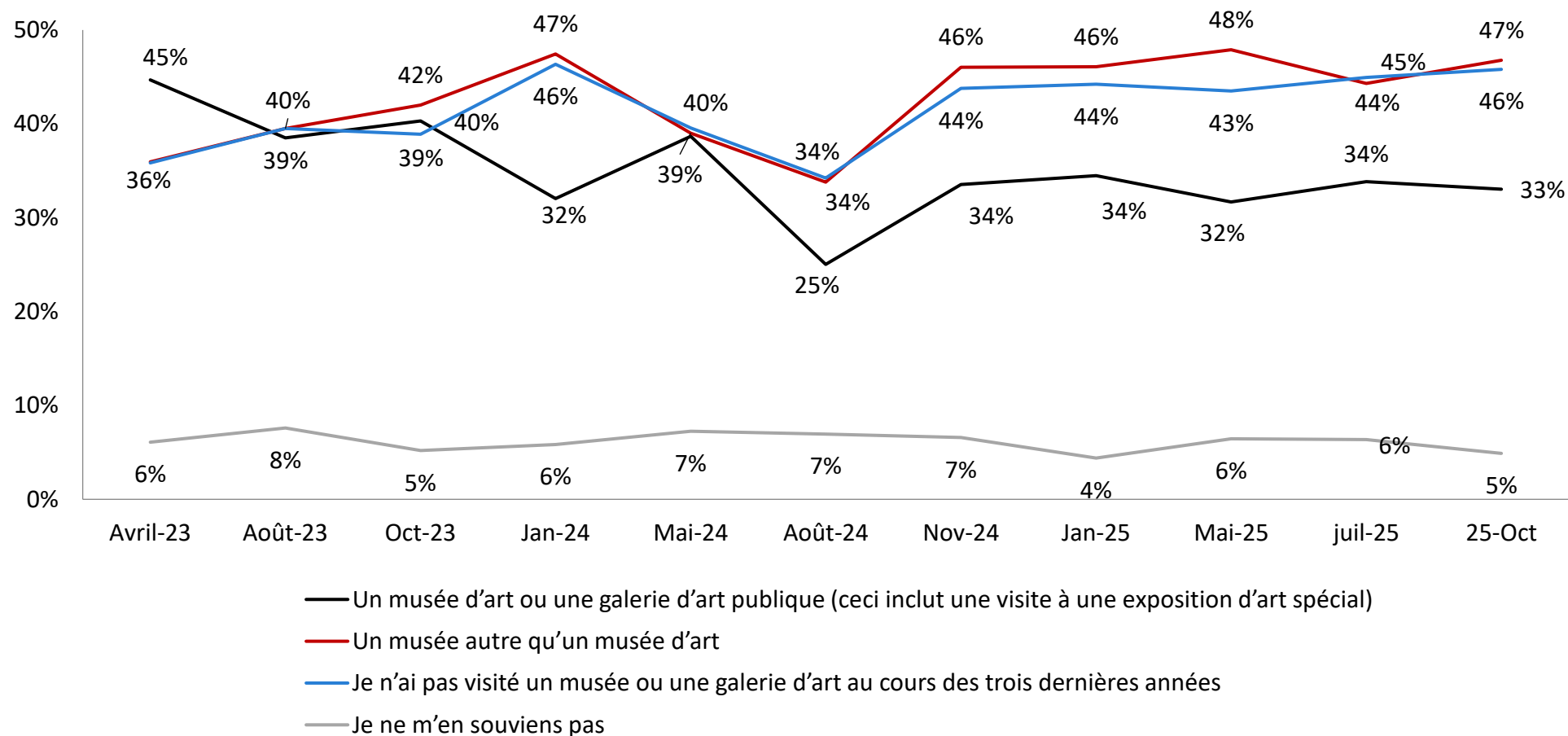
Q – À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR au cours des 12 mois prochains?

Les amateurs de culture à l'extérieur (n=487)		Atlantique (n=43)	Québec (n=104)	Ontario (n=154)	Prairies (n=107)	C-B (n=79)	Hommes (n=249)	Femmes (n=238)	18 à 34 ans (n=103)	35 à 54 ans (n=152)	55 ans et plus (n=232)
2 à 3 fois par mois	2,4%	-	1,8%	1,5%	5,3%	3,0%	3,4%	1,5%	1,7%	2,6%	2,9%
Une fois par mois	5,1%	7,5%	3,9%	5,5%	3,6%	6,3%	3,5%	6,5%	3,5%	4,9%	6,6%
Une fois tous les 2 ou 3 mois	19,1%	12,0%	20,2%	18,9%	15,3%	25,2%	19,5%	18,6%	18,3%	19,6%	19,2%
Une fois tous les 6 mois	33,4%	32,6%	34,2%	35,9%	35,2%	24,2%	34,8%	32,0%	29,8%	35,6%	34,5%
Une fois par an ou moins souvent	29,9%	32,0%	31,9%	27,3%	30,8%	32,3%	30,7%	29,2%	37,4%	26,6%	26,6%
Incertain(e)	10,1%	15,9%	7,9%	10,9%	9,8%	9,1%	8,0%	12,1%	9,4%	10,7%	10,2%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=487 amateurs de culture à l'extérieur, précis ± 4,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Visites des galeries d'art/des musées – Tous les Canadiens

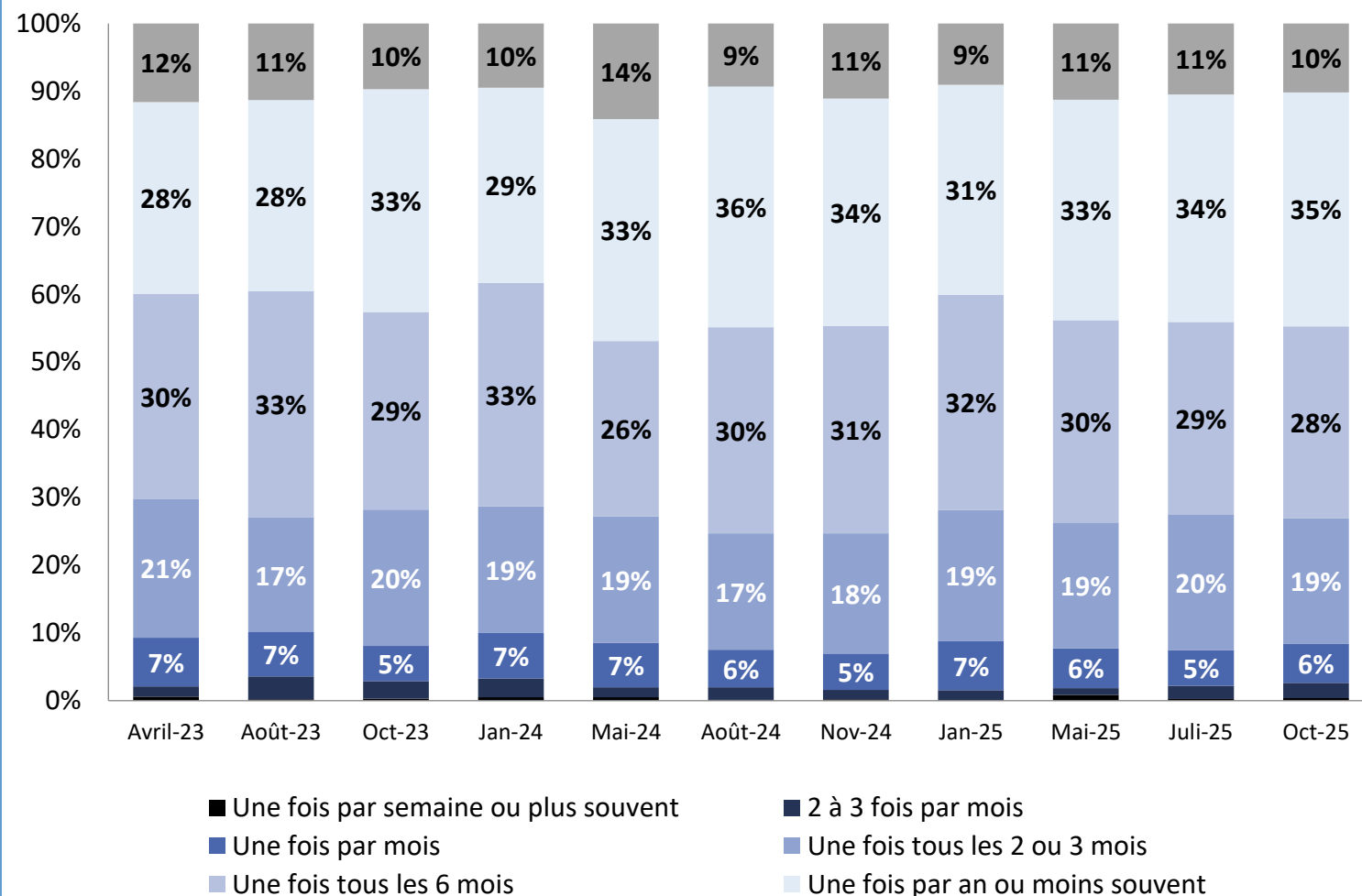
Q – Avez-vous visité un ou plusieurs des endroits suivants au cours des 3 dernières années? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=1 045 Canadiens, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Plus de la moitié (55 %) des amateurs de galerie d'art/musée prévoient de se rendre dans une galerie d'art ou un musée au moins une fois tous les six mois, ce qui est conforme à la vague précédente.

Fréquence des visites planifiées – Amateurs de galerie d'art/musée - Suivi



*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.

*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

*Les étiquettes de données inférieures à 5 % ont été supprimées pour plus de clarté.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=643 amateurs de galerie d'art/musée, précis $\pm 3,9$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Fréquence de retour prévue pour les galeries et les musées – Amateurs de musées - Données démographiques

Q – À quelle fréquence prévoyez-vous visiter un MUSÉE OU UNE GALERIE D'ART au cours des 12 mois prochains?

	Les amateurs de musées/ galeries (n=643)	Atlantique (n=67)	Québec (n=130)	Ontario (n=201)	Prairies (n=135)	C-B (n=110)	Hommes (n=316)	Femmes (n=327)	18 à 34 ans (n=130)	35 à 54 ans (n=195)	55 ans et plus (n=318)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,4%	-	0,9%	-	-	1,2%	-	0,7%	1,3%	-	-
2 à 3 fois par mois	2,3%	-	4,7%	1,5%	1,3%	3,2%	1,7%	2,8%	1,9%	2,2%	2,6%
Une fois par mois	5,8%	8,4%	3,8%	6,1%	3,8%	8,7%	6,0%	5,6%	5,3%	4,6%	7,0%
Une fois tous les 2 ou 3 mois	18,5%	13,7%	17,3%	22,5%	12,2%	19,4%	14,7%	21,9%	16,6%	18,4%	20,0%
Une fois tous les 6 mois	28,3%	30,6%	30,0%	23,7%	33,8%	30,6%	29,4%	27,4%	21,5%	31,2%	31,2%
Une fois par an ou moins souvent	34,6%	28,2%	35,3%	34,8%	38,5%	31,4%	40,3%	29,5%	45,1%	33,9%	27,4%
Incertain(e)	10,2%	19,1%	8,1%	11,4%	10,4%	5,6%	7,9%	12,2%	8,5%	9,7%	11,7%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=643 amateurs de galerie d'art/musée, précis $\pm$ 3,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.



Dons

Dons versés en 2024 à des organisations artistiques et culturelles

Q – En 2024, combien avez-vous donné à des organisations artistiques / culturelles, le cas échéant? _____\$

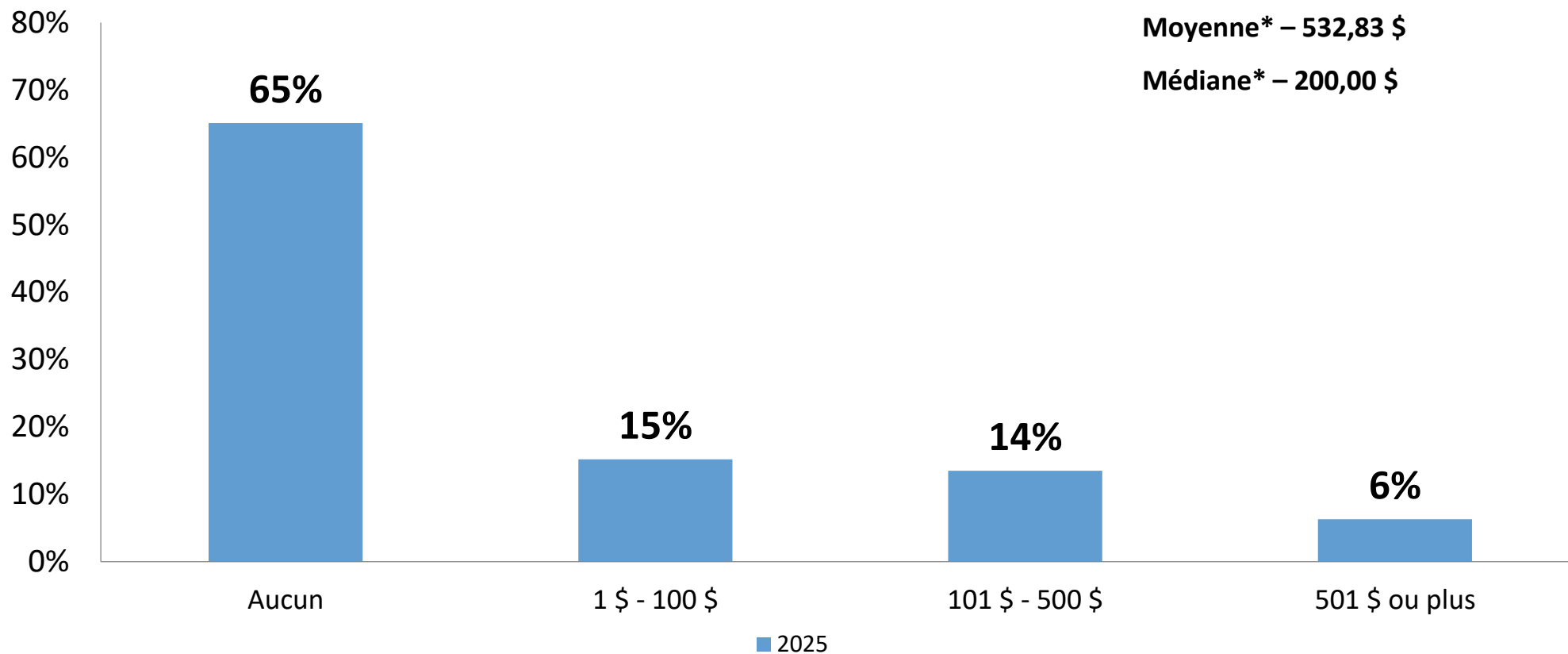
		Dons déclarés pour l'année 2024 (n=820)	Dons déclarés pour l'année 2023 (n=815)	Dons déclarés pour l'année 2022 (n=771)
PRINCIPALES RÉPONSES	Moyenne*	506,36 \$	363,40 \$	315,00 \$
	Médiane*	200,0 \$	120,00 \$	100,00 \$
	0 \$	64,8%	64,4%	69,1%
	100 \$	8,9%	9,8%	8,3%
	200 \$	5,0%	4,5%	3,0%
	50 \$	4,7%	3,8%	4,5%
	500 \$	2,8%	3,0%	3,0%

*Moyenne et médiane calculées à partir de l'échantillon des personnes ayant déclaré avoir fait un don, à l'exclusion de celles ayant déclaré 0 \$.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=820 amateurs de culture, précis ± 3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Dons prévus en 2025 à des organisations artistiques/ culturelles

Q – En 2025, combien envisagez-vous donner à des organisations artistiques / culturelles, le cas échéant? _____\$



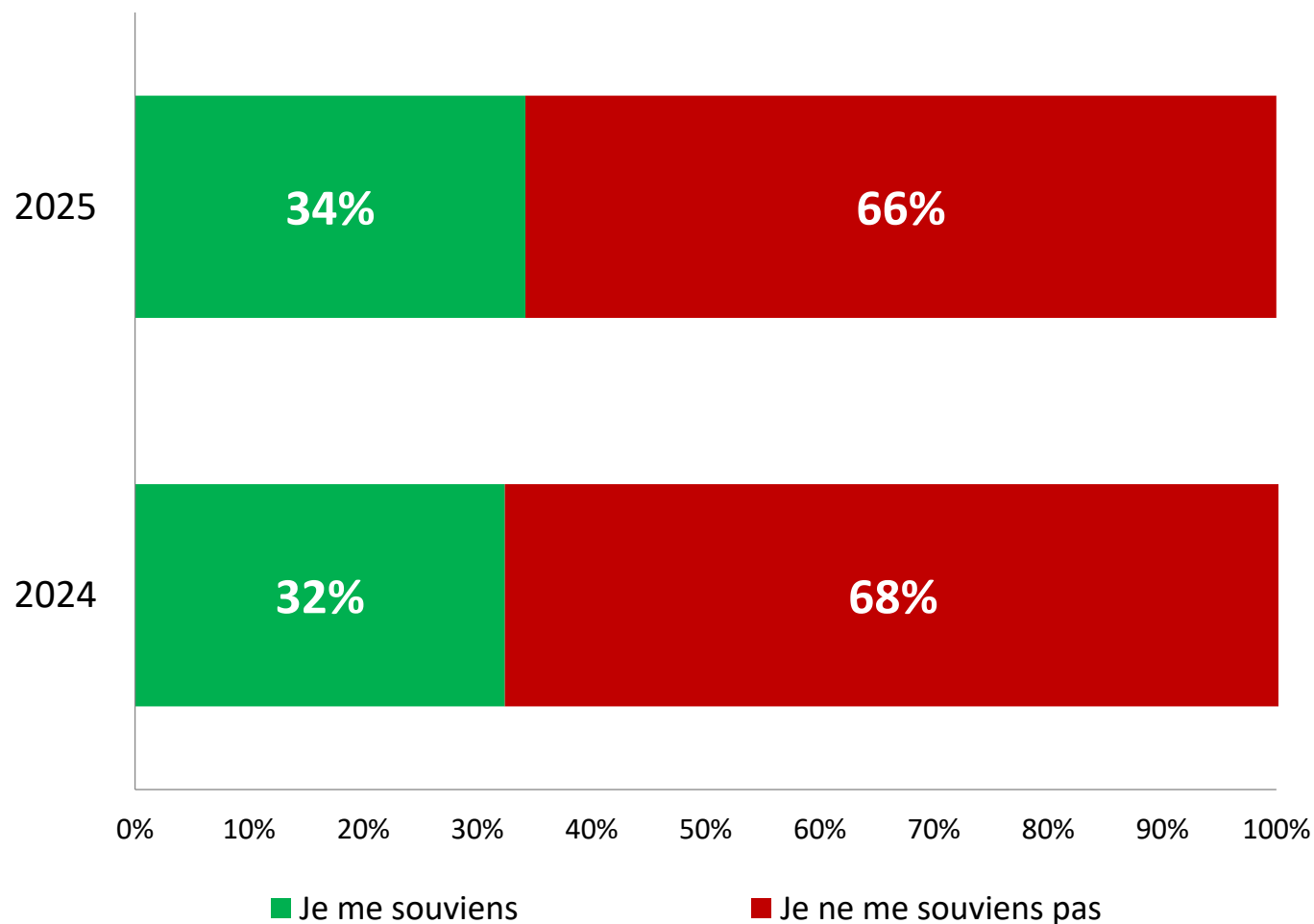
*Moyenne et médiane calculées à partir de l'échantillon des personnes ayant déclaré avoir fait un don, à l'exclusion de celles ayant déclaré 0 \$.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=815 amateurs de culture, précis $\pm$ 3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Un peu plus d'un amateur de culture sur trois (34 %) se souvient avoir été sollicité par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don, tandis que plus de trois sur cinq (66 %) déclarent ne pas s'en souvenir. Ce résultat reste conforme à celui de la vague précédente de 2024 (32 %).

Q – Au cours de la dernière année, vous souvenez-vous ou non d'avoir été sollicité par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don ?

Sollicitations de dons de la part des organisations artistiques et culturelles – Suivi



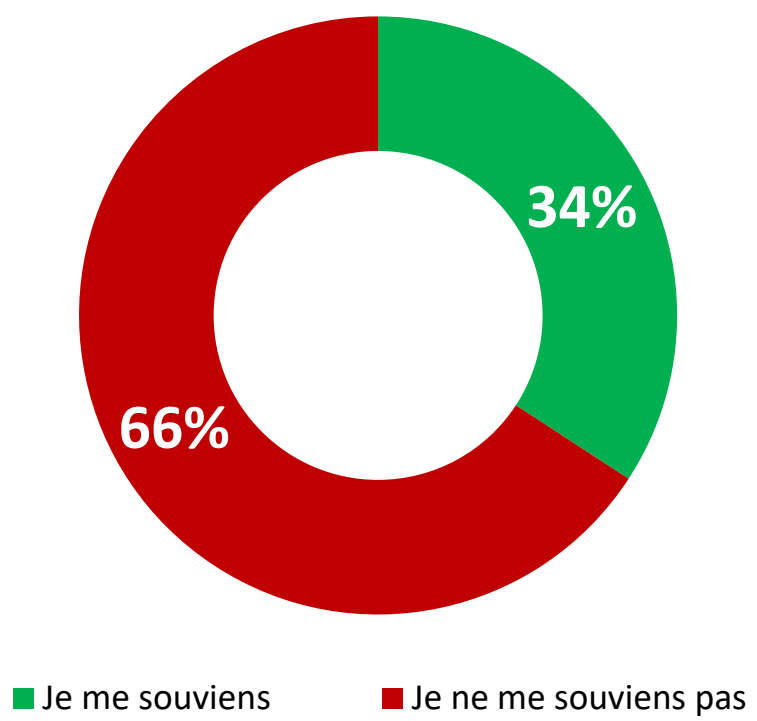
*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.

*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=870 amateurs de culture, précis $\pm 3,3$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Sollicitations de dons de la part des organisations artistiques et culturelles

Q – Au cours de la dernière année, vous souvenez-vous ou non d’avoir été sollicité par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don ?

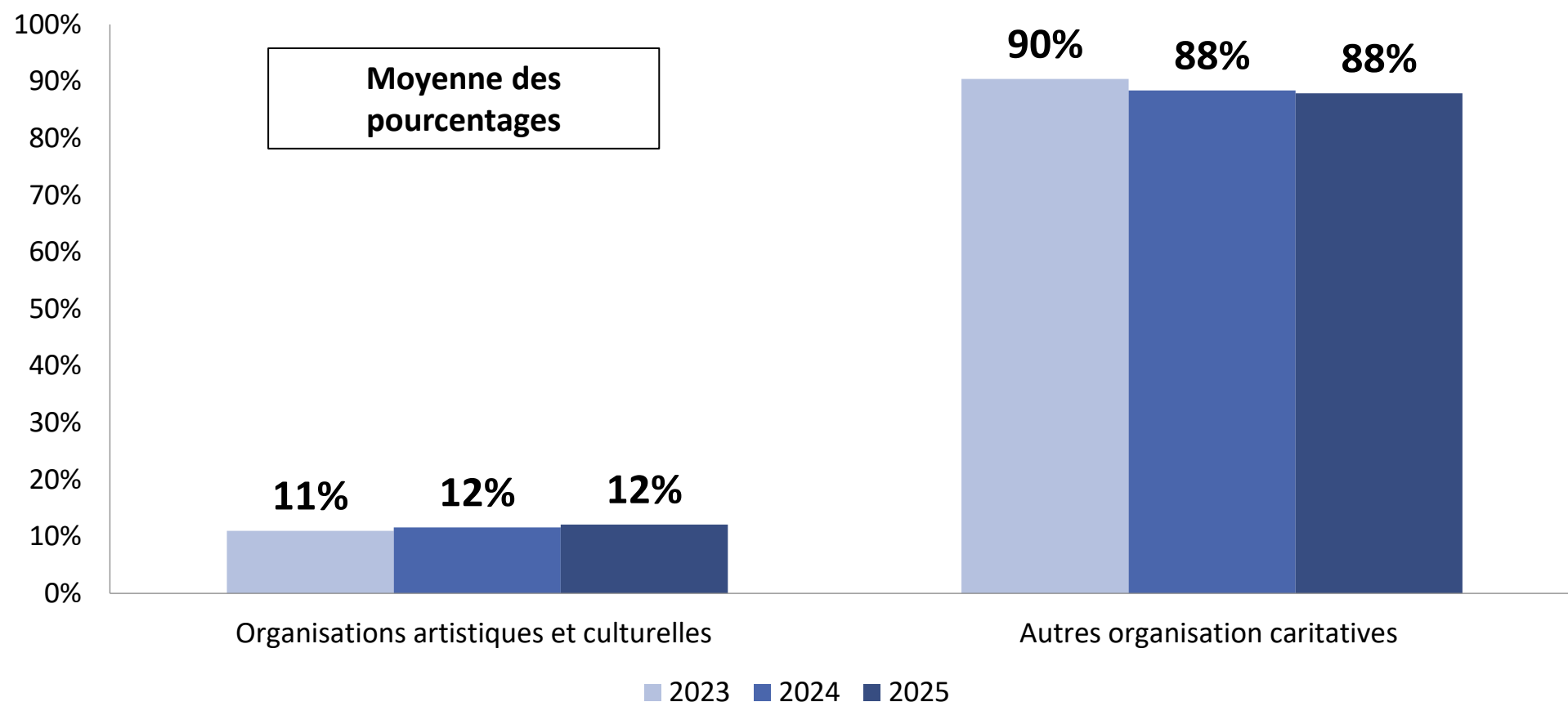


Je me souviens	Atlantique (n=84)	Québec (n=205)	Ontario (n=264)	Prairies (n=178)	C-B (n=139)
	35,9%	27,8%	35,2%	36,8%	37,8%
Je ne me souviens pas	Hommes (n=452)	Femmes (n=418)	18 à 34 ans (n=171)	35 à 54 ans (n=267)	55 ans et plus (n=432)
	35,1%	33,3%	29,5%	34,9%	37,0%
Je ne me souviens pas	Atlantique (n=84)	Québec (n=205)	Ontario (n=264)	Prairies (n=178)	C-B (n=139)
	64,1%	72,2%	64,8%	63,2%	62,2%
Je ne me souviens pas	Hommes (n=452)	Femmes (n=418)	18 à 34 ans (n=171)	35 à 54 ans (n=267)	55 ans et plus (n=432)
	64,9%	66,7%	70,5%	65,1%	63,0%

*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.
*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Répartition annuelle des dons caritatifs - Suivi

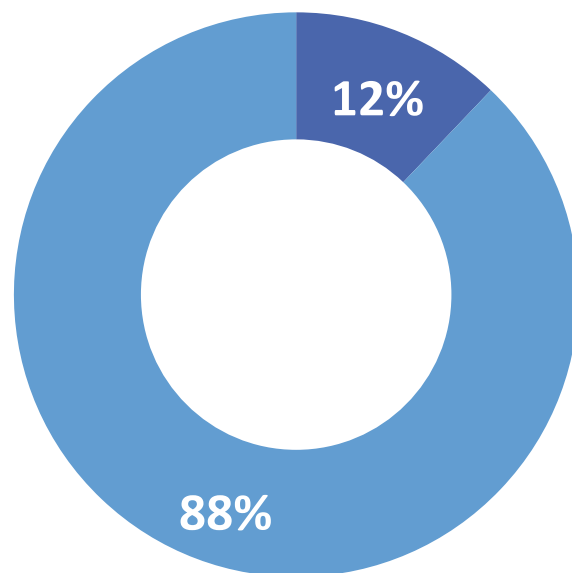
Q – Quel est le pourcentage de vos dons annuels aux organisations artistiques et culturelles par rapport à d'autres causes (santé, services sociaux et communautaires, sports, environnement, alimentation, affaires internationales, etc.) ?



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=635 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis $\pm 3,9$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Répartition annuelle des dons caritatifs – Données démographiques

Q – Quel est le pourcentage de vos dons annuels aux organisations artistiques et culturelles par rapport à d'autres causes (santé, services sociaux et communautaires, sports, environnement, alimentation, affaires internationales, etc.) ?



■ Organisations artistiques et culturelles

■ Autres organisation caritatives

Moyenne des pourcentages

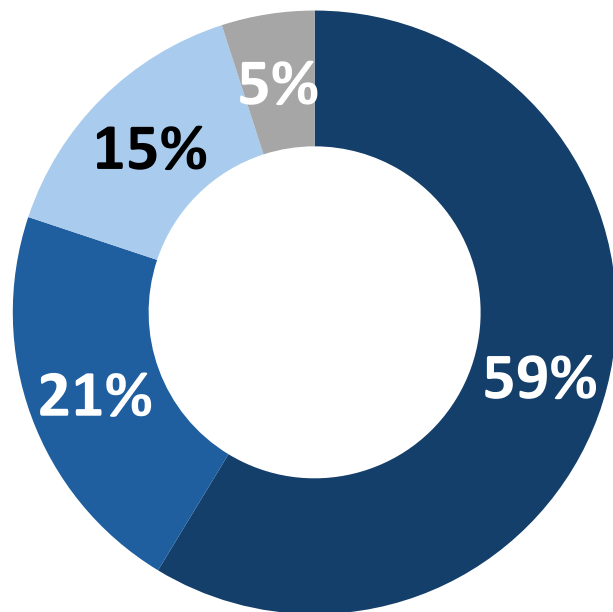
Moyenne versée aux arts et à la culture

	Atlantique (n=41)	Québec (n=134)	Ontario (n=251)	Prairies (n=110)	C-B (n=99)
	16,3%	10,2%	11,1%	12,3%	15,3%
	Hommes (n=298)	Femmes (n=337)	18 à 34 ans (n=148)	35 à 54 ans (n=205)	55 ans et plus (n=281)
	12,9%	11,5%	11,9%	12,5%	12,0%

*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.

*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=635 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis $\pm 3,9$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.



- Organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans votre communauté
- Organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste (c'est-à-dire qui organisent des tournées ou desservent plus d'une communauté ou l'ensemble de la province)
- Organisations artistiques et culturelles nationales qui œuvrent dans l'ensemble du Canada
- Autre

*Pondéré par rapport à la véritable proportion de la population.
*Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.

Q – En pensant à l'ensemble des dons que vous avez faits à des organisations artistiques et culturelles au cours des 12 derniers mois, quelle proportion a été versée à chacun des types d'organisations suivants ? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE]

Don aux différents types d'organisations artistiques et culturelles

Organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans votre communauté	Atlantique (n=21)	Québec (n=42)	Ontario (n=116)	Prairies (n=49)	C-B (n=47)
	63,3%	46,4%	56,4%	69,1%	62,6%
	Hommes (n=130)	Femmes (n=145)	18 à 34 ans (n=54)	35 à 54 ans (n=90)	55 ans et plus (n=131)
Organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste	59,9%	57,6%	63,2%	59,5%	56,3%
	Atlantique (n=21)	Québec (n=42)	Ontario (n=116)	Prairies (n=49)	C-B (n=47)
	21,0%	36,4%	17,6%	16,6%	22,8%
	Hommes (n=130)	Femmes (n=145)	18 à 34 ans (n=54)	35 à 54 ans (n=90)	55 ans et plus (n=131)
	20,6%	22,2%	18,2%	22,1%	22,3%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=275 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis ± 6,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Motivations pour faire un don à une organisation culturelle

Q – Qu'est-ce qui vous motive à faire un don à une organisation culturelle ou artistique ?
(Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent) [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE]

RÉPONSES PRINCIPALES

	2025-11 (n=306)*	2024-11 (n=275)*
Je valorise l'impact qu'elle a sur la communauté locale	55,3%	51,9%
Je veux appuyer les artistes, les créateurs et/ ou les fabricants	53,9%	53,0%
Je veux appuyer la culture canadienne***	52,7%	S/O
Je rends ma part à la communauté	48,8%	42,3%
Je crois à sa cause, son but ou sa mission	47,0%	52,5%
Je suis conscient(e) que l'organisation culturelle a besoin de mon soutien financier pour exister**	41,5%	41,6%
J'admire l'organisation	33,2%	37,0%
Je sens que je tire des bénéfices personnels de l'organisation	32,7%	32,9%
Je trouve son contenu convaincant	30,5%	23,2%
Je valorise l'impact qu'elle a sur le monde	29,0%	33,3%

*Basé sur des mentions multiples

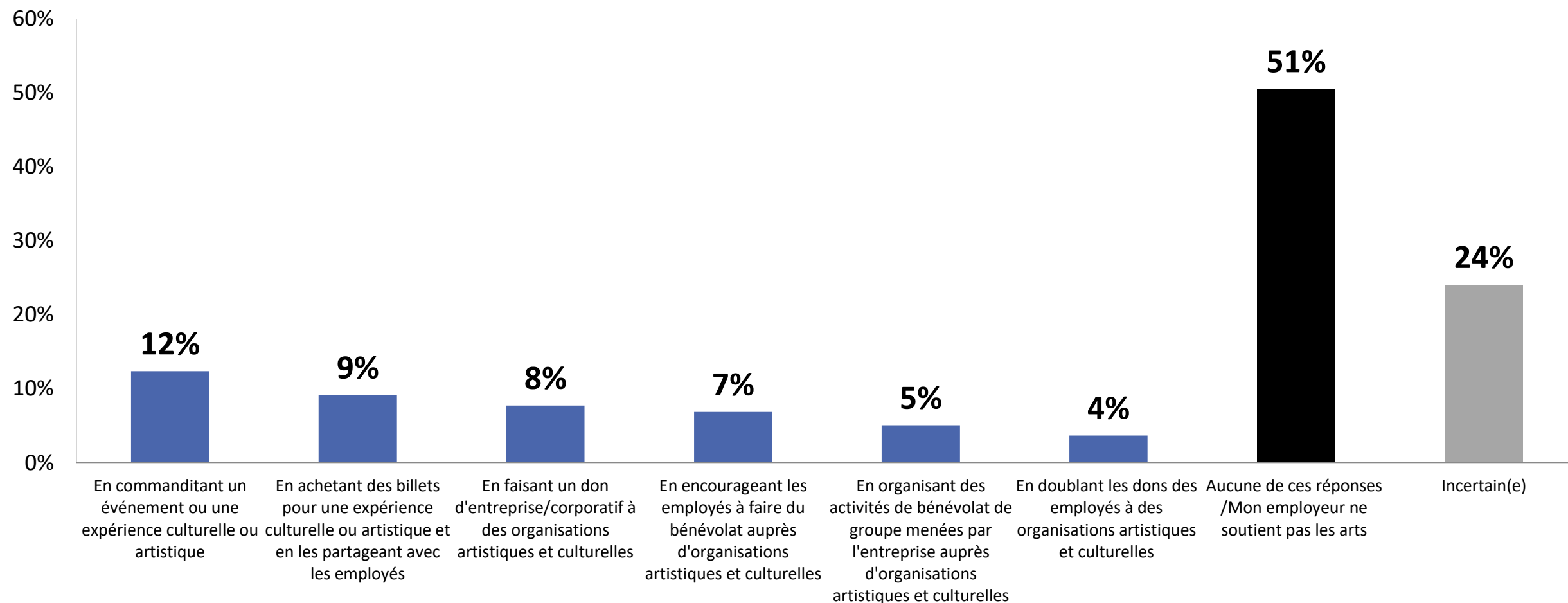
**Choix de réponse 2024 incluait seulement "Je suis conscient(e) qu'elles ont besoin de mon soutien financier pour exister".

*** Choix de réponse ajouté en 2025

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=306 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis $\pm 5,7$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Employeurs soutenant les arts et la culture - Réponses principales

Q – Votre employeur soutient-il les arts et la culture de l'une des manières suivantes ? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=570 amateurs de culture ayant un emploi, précis $\pm 4,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Employeurs soutenant les arts et la culture - Données démographiques

Q – Votre employeur soutient-il les arts et la culture de l'une des manières suivantes ? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)

		2025-10 (n=570)	Atlantique (n=54)	Québec (n=143)	Ontario (n=172)	Prairies (n=123)	C-B (n=78)	Hommes (n=303)	Femmes (n=267)	18 à 34 ans (n=157)	35 à 54 ans (n=188)	55 ans et plus (n=225)
RÉPONSES PRINCIPALES	En commanditant un événement ou une expérience culturelle ou artistique	12,4%	16,6%	13,2%	10,1%	10,2%	18,9%	13,1%	11,7%	16,2%	11,8%	7,9%
	En achetant des billets pour une expérience culturelle ou artistique et en les partageant avec les employés	9,1%	5,5%	8,4%	7,8%	11,8%	12,4%	11,3%	7,0%	10,2%	10,0%	6,9%
	En faisant un don d'entreprise/corporatif à des organisations artistiques et culturelles	7,7%	9,7%	6,0%	8,1%	6,2%	10,7%	9,7%	5,8%	10,4%	7,8%	4,1%
	En encourageant les employés à faire du bénévolat auprès d'organisations artistiques et culturelles	6,9%	9,1%	5,1%	7,5%	6,4%	7,6%	8,6%	5,1%	8,0%	7,6%	4,6%
	En organisant des activités de bénévolat de groupe menées par l'entreprise auprès d'organisations artistiques et culturelles	5,0%	7,9%	4,7%	3,1%	6,0%	8,8%	4,6%	5,4%	6,6%	6,2%	1,9%
	En doublant les dons des employés à des organisations artistiques et culturelles	3,7%	3,8%	2,2%	3,5%	4,3%	5,8%	4,6%	2,7%	6,1%	3,1%	1,1%
	Aucune de ces réponses /Mon employeur ne soutient pas les arts	50,5%	50,0%	56,8%	47,5%	55,9%	41,0%	49,2%	51,8%	43,0%	53,8%	57,0%
	Incertain(e)	24,0%	27,9%	20,1%	28,6	20,7%	20,4%	22,4%	25,6%	24,6%	20,2%	27,2%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 27 au 30 octobre 2025, n=570 amateurs de culture ayant un emploi, précis ± 4,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1 045 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, du 27 au 30 octobre 2025, dans le cadre d'une enquête omnibus. Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête 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.

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

La marge d'erreur pour une enquête aléatoire de 1 045 Canadiens est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Les tableaux statistiques comprenant le nombre non pondéré et pondéré d'entrevues sont accessibles [ici](#).

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

Remarque: Les graphiques peuvent ne pas correspondre à 100 en raison de l'arrondissement.



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	1 045 individus sélectionnés 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 et les individus sans accès à l'Internet 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 pourcentage points, 19 times out of 20.	Taux de réponse estimé	Douze pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
Mode d'enquête	Enquête omnibus hybride téléphonique GANT (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne	Ordre des questions	L'ordre des questions dans le rapport précédent est regroupé par thème. Veuillez vous référer aux tableaux en annexe pour les questions dans l'ordre du questionnaire original.
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 avant le contenu de l'enquête étaient les suivants : opinions sur questions politiques, points de vue sur les questions économiques, opinions sur les tarifs douaniers, le budget fédéral, l'accessibilité des produits alimentaires, le déficit annuel de fonctionnement, l'innovation et le risque d'échec, la pêche au Canada, les ambitions climatiques, l'accessibilité énergétique et les priorités actuelles.
Données démographiques (capturées)	Canada Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Colombie-Britannique; 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	Les personnes ont été recrutées à l'aide d'entrevues en direct avec supervision en direct pour valider le travail, les questions de recherche ont été administrées en ligne	Fournisseur de recherche / collecte de données	Nanos Research
Nombre d'appels	Maximum de cinq rappels aux personnes recrutées.	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 12 h 00 et 17 h 30 et entre 18 h 30 et 21 h 30, heure locale du répondant.	Tableaux de données	Par région, âge et genre
Dates de l'enquête	27 au 30 octobre 2025		
Langue de l'enquête	L'enquête 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/		



En tant que l'une des plus importantes firmes d'études de marché et d'opinion publique en Amérique du Nord, nous mettons l'information stratégique dans les mains des décideurs d'affaires. La majeure partie de notre travail concerne les organisations du secteur privé et public et comprend des études de marché, la gestion de réputation et l'optimisation de la collecte de données. Nanos Research offre une pratique de recherche quantitative et qualitative à service complet, intégrée verticalement, ce qui permet d'atteindre les normes les plus strictes et le plus grand contrôle lors du processus de recherche. www.nanos.co

nanos dimap analytika



Cette coentreprise internationale entre dimap et Nanos réunit des experts en recherche et en données de premier plan de l'Amérique du Nord et de l'Europe afin de fournir des renseignements exceptionnels aux clients. L'équipe offre des services de renseignements fondés sur des données allant du microciblage démographique et d'opinion, la transformation de l'identification du sentiment des consommateurs en décisions et l'analyse de données et le profilage pour guider la persuasion des consommateurs. www.nanosdimap.com

EthicStratégies

Ethic Strategies a été créée par les partenaires fondateurs de PAA Advisory et de Nanos Research Corporation, tous deux leaders reconnus en matière de recherche, de plaidoyer et de 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 À HAUTS ENJEUX.

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 | Aperçu

Pour plus d'informations sur la façon dont nous pouvons vous aider, veuillez nous rendre visite à:

www.nanos.co