

Les Canadiens reconnaissent largement
que les arts et la culture rassemblent les
gens et enrichissent la vie citoyenne.

Enquête Nationale | Résumé

Menée par Nanos pour Affaires / Arts et le CNA, mai 2026

Dates du sondage : du 3 au 6 mai 2026

Soumission 2026-3046

Affaires / Arts



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



L'étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques (ARTS) permet de suivre régulièrement l'évolution 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 en plein air, 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 leur fréquentation passée et future, les arts et la culture au Canada et les profils culturels.

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1 003 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, du 3 au 6 mai 2026, dans le cadre d'une enquête omnibus. La marge d'erreur pour une enquête aléatoire de 1 003 Canadiens est de $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Les tableaux statistiques comprenant le nombre non pondéré et pondéré d'entretiens sont accessibles:

- [Par profil des amateurs de culture](#)
- [Par région, âge et genre \(amateurs de culture seulement\)](#)

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

Profils culturels basés sur la fréquentation des arts et de la culture

Les passionnés de culture

Les amateurs de culture qui disent avoir assisté à entre quatre et huit types d'événements artistiques et culturels pendant les trois dernières années.

- **Les arts et la culture jouent un grand rôle dans leur vie sociale :** Assister à différents événements artistiques et culturels est une partie importante de leur vie sociale (81 %).
- **Une forte importance des arts et de la culture canadiens pour la fierté nationale et communautaire :** Neuf personnes sur dix croient que les arts et la culture au Canada jouent un rôle positif auprès des gens qui se sentent fiers du Canada (90 %) et de leur communauté (95 %) et dans la représentation du Canada dans le monde (91 %).
- **Beaucoup de passionnés de culture sont des adeptes fidèles :** Six sur dix (60 %) déclarent suivre des artistes, réalisateurs ou compagnies spécifiques tout au long de leur carrière.

Participants occasionnels

Les amateurs de culture qui disent avoir assisté à entre un et trois types d'événements artistiques et culturels pendant les trois dernières années.

- **Leur fréquentation attendue des événements artistiques et culturels dans un avenir proche est élevée :** Sept sur dix (71 %) s'attendent à assister à au moins un événement artistique ou culturel dans les trois prochains mois.
- **Les participants occasionnels sont sélectifs :** Environ un tiers s'identifient principalement à une forme d'art ou préfèrent s'en tenir à un type d'activité culturelle (35 %).
- **L'importance d'assister à des événements artistiques et culturels canadiens est grande :** Deux répondants sur cinq (19 %) disent qu'il sera plus important pour eux de participer à des événements artistiques et culturels qui mettent en valeur ou font la promotion d'artistes ou de contenu canadiens cette année par rapport à l'an dernier. Six répondants sur dix (61 %) disent que c'est tout aussi important.

Non-participants

Les Canadiens qui n'ont assisté à aucun événement artistique ou culturel pendant les trois dernières années.

- **Le degré d'accord sur l'importance des arts et de la culture canadienne pour la fierté nationale et communautaire est plus faible :** Bien qu'il s'agisse encore d'une opinion majoritaire, les non-participants sont moins susceptibles de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif auprès des personnes qui se sentent fières du Canada (35 %) et de leur communauté (31 %), dans le rassemblement des gens (29 %) et dans la représentation du Canada dans le monde (32 %).
- **Moins susceptibles d'être des adeptes fidèles :** Les non-participants sont moins susceptibles de dire qu'ils suivent certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière (29 %).

RÉSULTATS CLÉS

- **La majorité des Canadiens voient le rôle de la culture canadienne et des arts canadiens comme étant positif sur divers aspects sociaux :** Qu'ils soient amateurs de culture ou non, la majorité des Canadiens estiment que le rôle des arts et de la culture du Canada est positif ou plutôt positif. Cela comprend : leur sentiment de fierté à l'égard du Canada et de leur communauté, le rassemblement des gens, la réduction de l'isolement social et la représentation du Canada dans le monde. Les personnes qui assistent à une plus grande variété d'événements artistiques et culturels ont tendance à avoir des opinions plus positives sur le rôle des arts et de la culture au Canada.
- **L'importance d'assister à des rassemblements artistiques et culturels comportant du contenu canadien est grande cette année :** En ce qui concerne l'importance d'assister à des événements et spectacles artistiques et culturels ou de visiter des musées et galeries qui présentent ou promeuvent des artistes ou du contenu canadien, un répondant sur quatre (24 %) dit que ce sera plus ou un peu plus important et six répondants sur dix (60 %) disent qu'il sera aussi important que l'an dernier.
- **Participer à des événements artistiques et culturels est une partie importante de la vie sociale pour une grande majorité des passionnés de culture :** Quatre passionnés de culture sur cinq (81 %) sont d'accord ou plutôt d'accord avec le fait que participer à différents événements artistiques et culturels constitue une partie importante de leur vie sociale. Près de la moitié (46 %) des participants occasionnels sont d'accord avec cette affirmation.
- **Environ un tiers des amateurs de culture se sentent comme des « étrangers » quand ils participent à certains types d'événements artistiques :** Près d'un tiers des passionnés de culture (31 %) et des participants occasionnels (33 %) conviennent dans une certaine mesure qu'ils se sentent comme des « étrangers » lorsqu'ils assistent à certains types d'événements artistiques. Près de quatre non-participants sur dix (38 %) disent la même chose.

Différences selon le genre

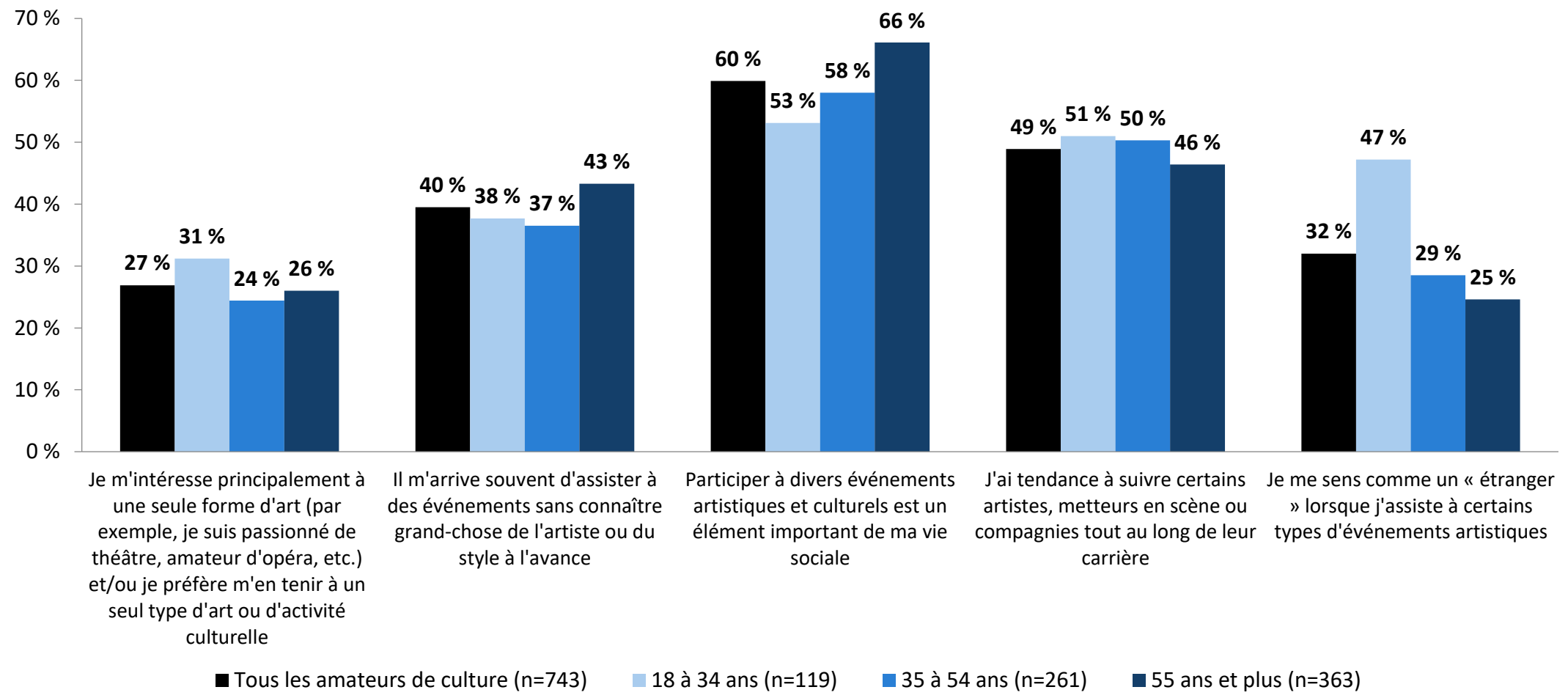
- **L'art et la culture jouent un plus grand rôle dans la vie des femmes** : Les femmes (63 %) sont plus susceptibles que les hommes (56 %) d'être d'accord que participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de leur vie sociale.
- **Les arts et la culture jouent un plus grand rôle dans la fierté canadienne et locale des femmes** : Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de dire que l'art et la culture canadienne jouent un rôle positif dans le sentiment de fierté des gens envers le Canada (56 % contre 43 %) et leur communauté (57 % contre 44 %).
- **Les hommes sont plus sélectifs quant aux événements auxquels ils assistent** : Les hommes (32 %) sont plus susceptibles que les femmes (22 %) de s'intéresser principalement à un seul type d'art ou d'activité culturelle.
- **Ne pas se sentir à sa place est plus fréquent chez les hommes** : Les hommes (35 %) sont un peu plus susceptibles que les femmes (29 %) de se sentir comme des étrangers lorsqu'ils assistent à certains types d'événements artistiques.

Différences selon la région

- **Le contenu canadien est plus important au Canada atlantique** : Les amateurs de culture du Canada atlantique (32 %) sont plus susceptibles que l'ensemble des amateurs de culture (24 %) d'accorder plus d'importance aux artistes ou au contenu canadien lorsqu'ils choisissent d'assister à des événements artistiques et culturels qu'il y a un an.
- **L'art et la culture est un plus grand facteur de fierté communautaire pour les Canadiens de l'Atlantique** : Les amateurs de culture de la région atlantique sont plus susceptibles de dire que l'art et la culture canadienne jouent un rôle positif dans le sentiment de fierté des gens envers leur communauté (70 %; par rapport à 51 % des amateurs de culture dans l'ensemble).
- **Les amateurs de culture de la région atlantique sont plus susceptibles de se sentir comme des étrangers** : Les amateurs de culture de la région atlantique sont plus susceptibles d'être d'accord qu'ils se sentent comme des étrangers quand ils assistent à certains types d'événements artistiques (44 %; par rapport à 32 % des amateurs de culture dans l'ensemble).
- **Les événements artistiques et culturels sont importants pour la vie sociale des Québécois** : Les amateurs de culture au Québec (69 %; par rapport à 60 % des amateurs de culture dans l'ensemble) sont plus susceptibles d'être d'accord que participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de leur vie sociale. Ils sont plus susceptibles (60 % par rapport à 49 % des amateurs de culture dans l'ensemble) de suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière.
- **Les amateurs de culture des Prairies sont plus sélectifs** : Les amateurs de culture des Prairies (33 %; par rapport à 27 % des amateurs de culture dans l'ensemble) sont plus susceptibles de s'intéresser principalement à une seule forme d'art ou de s'en tenir à un seul type d'art ou d'activité culturelle.
- **Les amateurs de culture en Colombie-Britannique sont plus diversifiés dans leur choix artistiques et culturels** : Les amateurs de culture de la Colombie-Britannique sont moins susceptibles de s'intéresser principalement à une seule forme d'art (16 % d'accord; par rapport à 27 % des amateurs de culture dans l'ensemble) ou de suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies (42 %; par rapport à 49 % des amateurs de culture dans l'ensemble).

Profils culturels – Par groupes d’âge

Q – Êtes-vous d’accord, plutôt d’accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE]



*Les données présentées dans le graphique représentent la proportion de personnes qui sont en accord (d'accord ou plutôt d'accord) avec chaque énoncé.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis ±3,6 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Participation passée et future des amateurs de culture



	Déclare un engagement au cours des trois dernières années	Devrait s'engager dans les trois prochains mois
Théâtre (drame, comédie musicale, soupers-théâtre, comédie)	64,6 %	42,1 %
Représentation de musique populaire	63,4 %	46,2 %
Un musée autre qu'un musée d'art	59,3 %	32,5 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	52,3 %	31,1 %
Représentation de musique classique	28,1 %	14,5 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage	26,1 %	16,5 %
Ballet et danse	16,3 %	8,8 %
Opéra	9,1 %	4,5 %



Fréquentation et visite passée et future
prévue aux événements artistiques et
culturels

Participation à des rassemblements culturels au cours des trois dernières années

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

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Théâtre (drame, comédie musicale, super-théâtre, comédie)	48,4 %	-	48,9 %	88,0 %
Représentation de musique populaire	47,5 %	-	51,0 %	82,0 %
Un musée autre qu'un musée d'art	44,4 %	-	39,6 %	88,6 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	39,2 %	-	31,0 %	84,1 %
Représentation de musique classique	21,1 %	-	10,6 %	54,2 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	19,5 %	-	12,0 %	47,0 %
Je n'ai pas assisté à un tel rassemblement au cours des trois dernières années	18,1 %	71,9 %	-	-
Ballet et danse	12,2 %	-	7,3 %	29,7 %
Opéra	6,8 %	-	1,9 %	19,8 %
Je ne m'en souviens pas	7,1 %	28,1 %	-	-

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=1003 canadiens, précis $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Participation à des rassemblements culturels au cours des trois dernières années – Amateurs de culture seulement

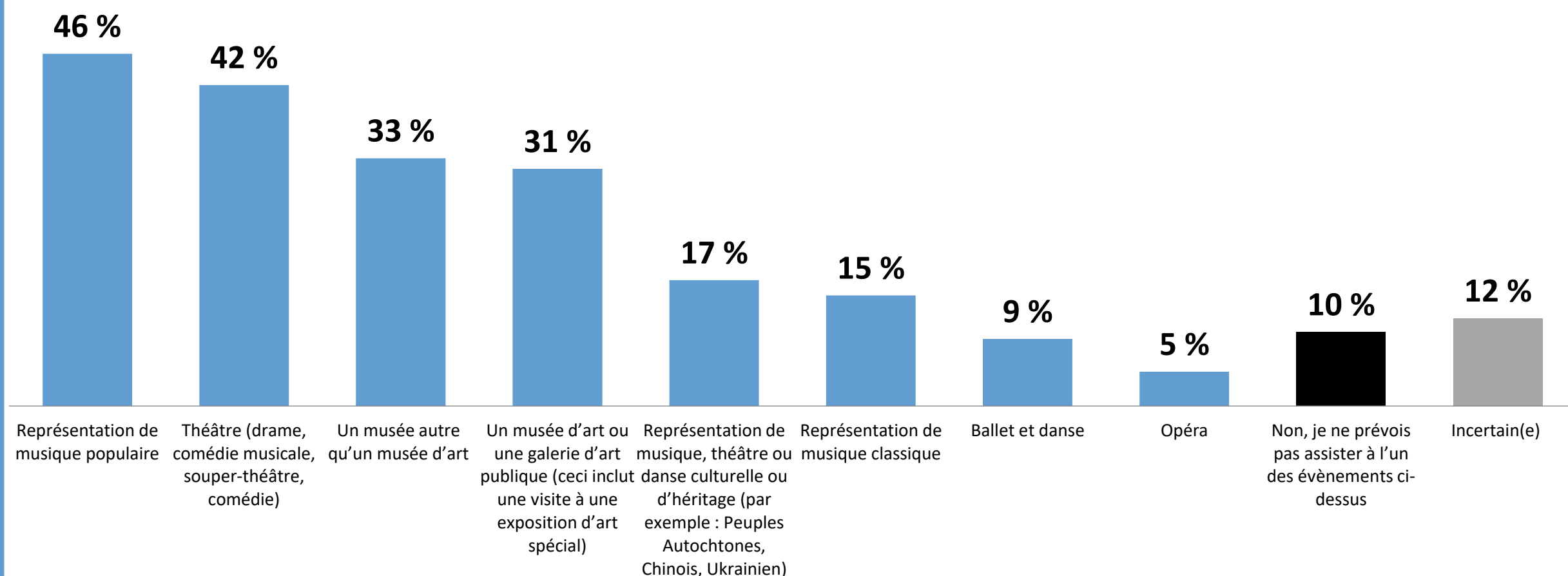
Q – Avez-vous assisté à l'un des rassemblements artistiques ou culturels suivants au cours des 3 dernières années? [ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
Théâtre (drame, comédie musicale, souper-théâtre, comédie)	64,6 %	54,5 %	58,5 %	66,1 %	68,3 %	69,9 %	59,9 %	68,9 %	61,0 %	63,1 %	68,4 %
Représentation de musique populaire	63,4 %	64,5 %	64,6 %	61,3 %	62,0 %	68,1 %	60,8 %	65,8 %	62,4 %	69,7 %	58,9 %
Un musée autre qu'un musée d'art	59,3 %	54,1 %	46,4 %	64,6 %	59,6 %	66,6 %	57,5 %	61,0 %	72,1 %	56,1 %	53,2 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	52,3 %	41,1 %	46,5 %	55,0 %	46,5 %	65,7 %	48,4 %	56,0 %	57,5 %	48,7 %	51,9 %
Représentation de musique classique	28,1 %	30,0 %	28,1 %	27,0 %	21,0 %	38,2 %	26,5 %	29,6 %	31,1 %	24,6 %	29,1 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	26,1 %	26,4 %	19,4 %	22,0 %	30,8 %	39,9 %	22,6 %	29,3 %	25,9 %	27,5 %	25,0 %
Ballet et danse	16,3 %	12,2 %	14,1 %	14,8 %	23,9 %	16,4 %	10,5 %	21,6 %	15,6 %	17,4 %	15,9 %
Opéra	9,1 %	1,3 %	11,2 %	10,4 %	5,0 %	10,9 %	7,8 %	10,3 %	10,0 %	7,5 %	9,8 %

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis $\pm 3,6$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Fréquentation des arts et de la culture prévue dans les trois prochains mois – Amateurs de culture seulement

Q - Prévoyez-vous d'assister à l'un des événements artistiques et culturels suivants au cours des trois prochains mois ? [ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



*Pondéré par la proportion réelle de la population.
 *Les graphiques peuvent ne pas totaliser 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 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis ±3,6 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Fréquentation des arts et de la culture prévue dans les trois prochains mois – Amateurs de culture seulement

Q – Prévoyez-vous d'assister à l'un des événements artistiques et culturels suivants au cours des trois prochains mois ? [ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)

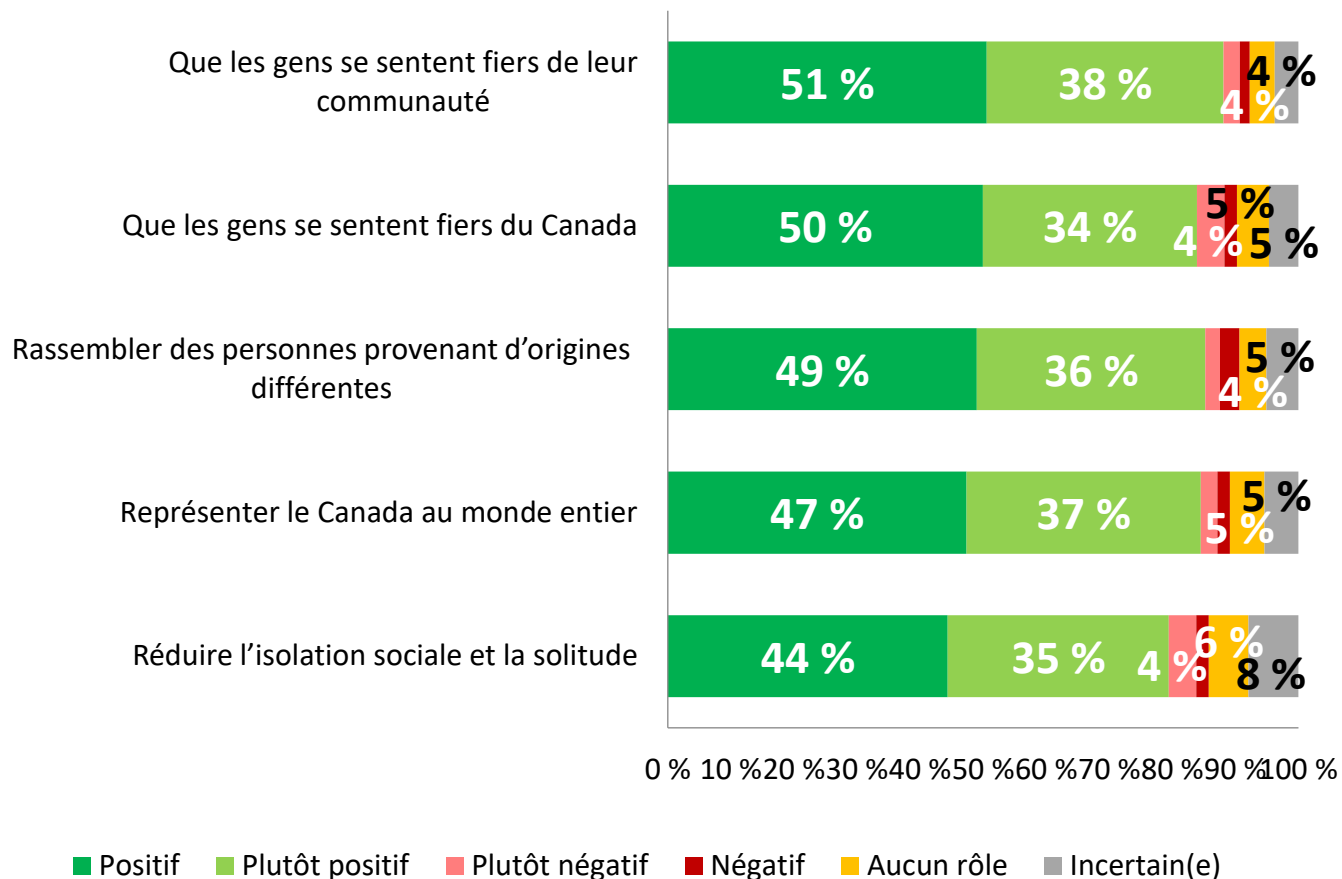
	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
Représentation de musique populaire	46,2 %	56,8 %	50,7 %	42,5 %	47,4 %	42,8 %	48,0 %	44,5 %	45,0 %	49,0 %	44,7 %
Théâtre (drame, comédie musicale, souper-théâtre, comédie)	42,1 %	31,4 %	40,3 %	44,5 %	47,6 %	37,6 %	41,3 %	42,9 %	31,7 %	41,3 %	50,0 %
Un musée autre qu'un musée d'art	32,5 %	37,6 %	24,7 %	36,1 %	38,9 %	25,6 %	34,4 %	30,8 %	42,7 %	27,8 %	29,5 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	31,1 %	16,8 %	28,6 %	35,2 %	33,8 %	28,0 %	28,6 %	33,4 %	34,0 %	29,2 %	30,7 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	16,5 %	15,6 %	14,3 %	12,5 %	23,5 %	22,0 %	14,9 %	18,0 %	9,1 %	18,7 %	19,8 %
Représentation de musique classique	14,5 %	12,6 %	18,8 %	12,3 %	12,0 %	17,2 %	14,9 %	14,1 %	9,6 %	14,1 %	18,1 %
Non, je ne prévois pas assister à l'un des événements ci-dessus	9,7 %	10,3 %	3,2 %	10,0 %	12,1 %	15,0 %	7,7 %	11,5 %	11,8 %	10,8 %	7,3 %
Ballet et danse	8,8 %	6,9 %	7,7 %	7,5 %	14,4 %	8,2 %	5,5 %	11,9 %	6,3 %	9,6 %	10,0 %
Opéra	4,5 %	-	6,4 %	4,7 %	5,0 %	2,6 %	3,2 %	5,7 %	1,9 %	4,4 %	6,3 %
Incertain(e)	11,5 %	13,5 %	16,4 %	6,4 %	9,1 %	18,8 %	11,0 %	12,1 %	9,6 %	12,2 %	12,3 %

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis $\pm 3,6$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

The background of the slide is a close-up photograph of two paintbrushes with wooden handles and silver ferrules, resting on a surface covered in vibrant, abstract paint splatters. The colors include shades of pink, purple, blue, yellow, and red. The overall image has a dark, semi-transparent overlay. In the top right and bottom right corners, there are light blue geometric shapes: a triangle in the top right and a rectangle in the bottom right.

Contenu artistique et culturel canadien

Q - Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE]



L'impact des arts et de la culture canadienne sur les amateurs de culture

9 sur 10

amateurs de culture

croient que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif ou plutôt positif dans le sentiment de fierté des gens envers leur communauté et le Canada.

*Pondéré par la proportion réelle de la population.

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

**Les étiquettes de données inférieures à 4 % ont été supprimées par souci de clarté.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis ±3,6 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur le sentiment de fierté envers le Canada

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Que les gens se sentent fiers du Canada**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Positif	46,1 %	34,8 %	44,6 %	58,0 %
Plutôt positif	36,0 %	42,1 %	35,6 %	31,5 %
Plutôt négatif	4,0 %	2,6 %	5,8 %	2,3 %
Négatif	2,2 %	2,7 %	3,3 %	-
Aucun rôle	5,6 %	7,3 %	5,6 %	4,1 %
Incertain(e)	6,1 %	10,4 %	5,1 %	4,1 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles que les non-participants de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif sur le sentiment de fierté à l'égard du Canada.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur le sentiment de fierté envers le Canada – Amateurs de culture seulement

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Que les gens se sentent fiers du Canada**

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
Positif	49,9 %	61,2 %	43,3 %	55,2 %	43,8 %	48,9 %	43,1 %	56,2 %	46,8 %	48,9 %	53,0 %
Plutôt positif	33,9 %	27,2 %	39,2 %	29,6 %	35,8 %	37,8 %	36,7 %	31,4 %	34,0 %	33,3 %	34,4 %
Plutôt négatif	4,4 %	7,5 %	4,0 %	5,9 %	3,5 %	0,9 %	6,9 %	2,1 %	8,4 %	2,8 %	2,9 %
Négatif	2,0 %	-	1,1 %	2,1 %	4,1 %	1,3 %	2,3 %	1,7 %	3,8 %	1,5 %	1,1 %
Aucun rôle	5,0 %	1,9 %	7,6 %	4,7 %	4,4 %	4,4 %	6,5 %	3,7 %	2,8 %	7,5 %	4,5 %
Incertain(e)	4,7 %	2,3 %	4,8 %	2,5 %	8,5 %	6,7 %	4,4 %	5,0 %	4,2 %	6,0 %	4,0 %

Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif sur le sentiment de fierté à l'égard du Canada.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur le sentiment de fierté des gens envers leurs communautés

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Que les gens se sentent fiers de leur communauté**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Positif	45,7 %	31,1 %	44,0 %	60,3 %
Plutôt positif	39,2 %	44,3 %	39,5 %	34,6 %
Plutôt négatif	2,2 %	1,0 %	3,7 %	1,0 %
Négatif	2,1 %	3,5 %	2,6 %	-
Aucun rôle	4,8 %	7,5 %	5,6 %	1,5 %
Incertain(e)	6,0 %	12,6 %	4,6 %	2,5 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles que les non-participants de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif sur le sentiment de fierté à l'égard de leur communauté.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur le sentiment de fierté des gens envers leurs communautés – Amateurs de culture seulement

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Que les gens se sentent fiers de leur communauté**

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
Positif	50,5 %	69,8 %	42,6 %	53,3 %	44,9 %	53,2 %	43,8 %	56,8 %	52,7 %	48,8 %	50,5 %
Plutôt positif	37,5 %	27,2 %	44,1 %	34,5 %	41,6 %	35,5 %	39,9 %	35,4 %	33,6 %	37,8 %	40,1 %
Plutôt négatif	2,6 %	1,7 %	3,2 %	2,9 %	2,7 %	1,5 %	4,8 %	0,6 %	4,1 %	1,6 %	2,5 %
Négatif	1,6 %	-	1,3 %	2,6 %	0,3 %	1,7 %	1,8 %	1,4 %	2,9 %	1,8 %	0,5 %
Aucun rôle	3,9 %	-	3,4 %	4,5 %	4,2 %	4,8 %	5,9 %	2,2 %	3,2 %	5,2 %	3,4 %
Incertain(e)	3,8 %	1,3 %	5,3 %	2,3 %	6,3 %	3,4 %	3,8 %	3,7 %	3,4 %	4,9 %	3,0 %

Les femmes sont plus susceptibles que les hommes de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif sur le sentiment de fierté à l'égard de leur communauté.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur le rassemblement des gens

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Rassembler des personnes provenant d'origines différentes**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Positif	44,1 %	29,3 %	43,6 %	57,1 %
Plutôt positif	39,0 %	47,1 %	37,5 %	34,3 %
Plutôt négatif	2,5 %	2,9 %	2,6 %	1,9 %
Négatif	3,3 %	3,9 %	4,4 %	1,0 %
Aucun rôle	4,5 %	5,1 %	5,4 %	2,6 %
Incertain(e)	6,8 %	11,8 %	6,4 %	3,1 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles que les non-participants de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif dans le rassemblement des personnes provenant d'origines différentes.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur la réduction de l'isolement social

Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] **Réduire l'isolement sociale et la solitude**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Positif	39,3 %	24,1 %	37,3 %	55,0 %
Plutôt positif	37,1 %	43,1 %	35,7 %	34,1 %
Plutôt négatif	4,0 %	2,9 %	5,9 %	2,0 %
Négatif	2,5 %	4,1 %	3,3 %	-
Aucun rôle	7,3 %	10,3 %	7,5 %	4,5 %
Incertain(e)	9,8 %	15,5 %	10,3 %	4,3 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles que les non-participants de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif sur la réduction de l'isolement social et de la solitude, bien que la majorité des Canadiens voient toujours un rôle positif ou plutôt positif des arts et de la culture canadiens dans la réduction de l'isolement social et la solitude.

L'impact des arts et de la culture canadienne sur la représentation du Canada au monde entier

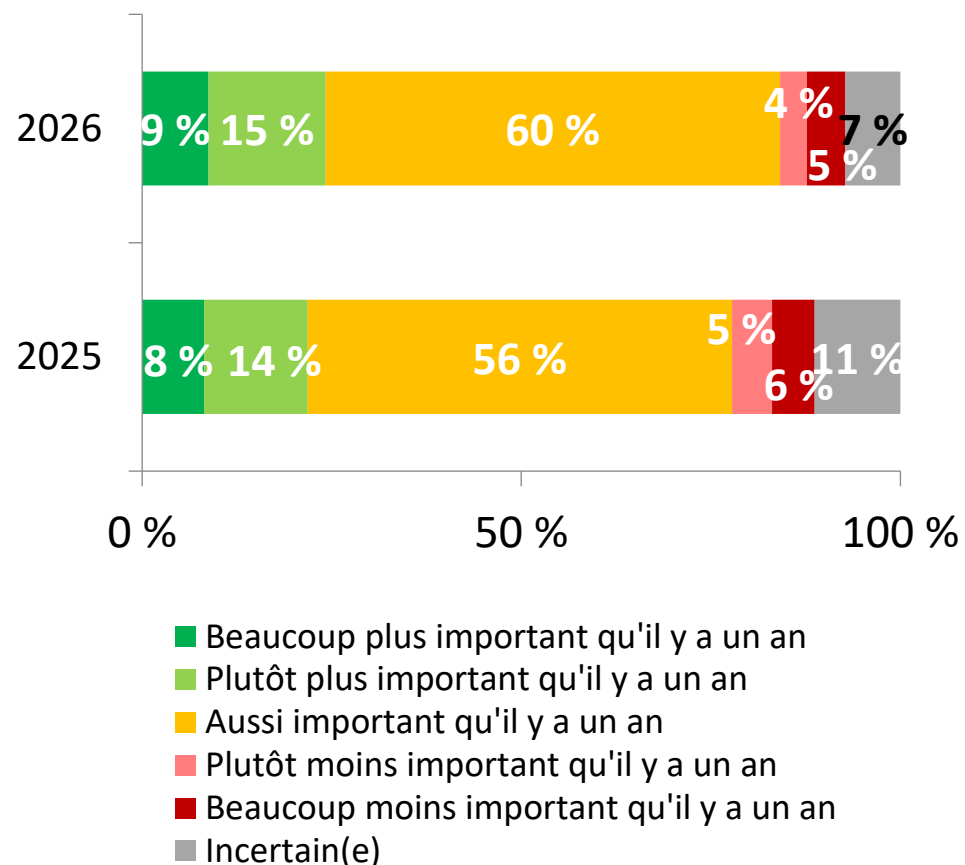
Q – Diriez-vous que la culture canadienne et les arts canadiens jouent un rôle positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun rôle dans ce qui suit: [ALÉATOIRE] Représenter le Canada au monde entier

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Positif	43,5 %	31,9 %	41,2 %	56,6 %
Plutôt positif	39,4 %	46,1 %	38,9 %	34,6 %
Plutôt négatif	2,8 %	3,2 %	3,3 %	1,6 %
Négatif	2,1 %	2,5 %	3,3 %	-
Aucun rôle	5,5 %	5,4 %	6,8 %	3,5 %
Incertain(e)	6,8 %	10,9 %	6,6 %	3,6 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles que les non-participants de croire que les arts et la culture canadiens jouent un rôle positif dans la représentation du Canada dans le monde entier, même si la majorité des Canadiens voient toujours un rôle positif ou plutôt positif des arts et de la culture canadiens dans la représentation du Canada dans le monde.

Q – Par rapport à l'année passée, à quel point serait-il important ou pas important pour vous d'assister à des événements artistiques et culturels et à des spectacles ou de visiter des musées et des galeries qui incluent ou promeuvent des artistes ou des contenus canadiens ?

Changement du niveau d'importance de participer à des événements artistiques et culturels - Suivi



Niveau d'importance	Régions					Sexe					Âge									
	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
Beaucoup plus important / Plutôt plus important	31,8 %	26,2 %	23,6 %	26,7 %	16,6 %	21,9 %	26,3 %	21,1 %	23,6 %	26,8 %	48,5 %	64,8 %	58,6 %	51,2 %	71,2 %	60,3 %	59,5 %	57,3 %	58,8 %	62,6 %
Aussi important	48,5 %	64,8 %	58,6 %	51,2 %	71,2 %	60,3 %	59,5 %	57,3 %	58,8 %	62,6 %	31,8 %	26,2 %	23,6 %	26,7 %	16,6 %	21,9 %	26,3 %	21,1 %	23,6 %	26,8 %

*Pondéré par la proportion réelle de la population.
 *Les graphiques peuvent ne pas totaliser 100 en raison de l'arrondissement.

Changement du niveau d'importance de participer à des événements artistiques et culturels

Q – Par rapport à l'année passée, à quel point serait-il important ou pas important pour vous d'assister à des événements artistiques et culturels et à des spectacles ou de visiter des musées et des galeries qui incluent ou promeuvent des artistes ou des contenus canadiens ?

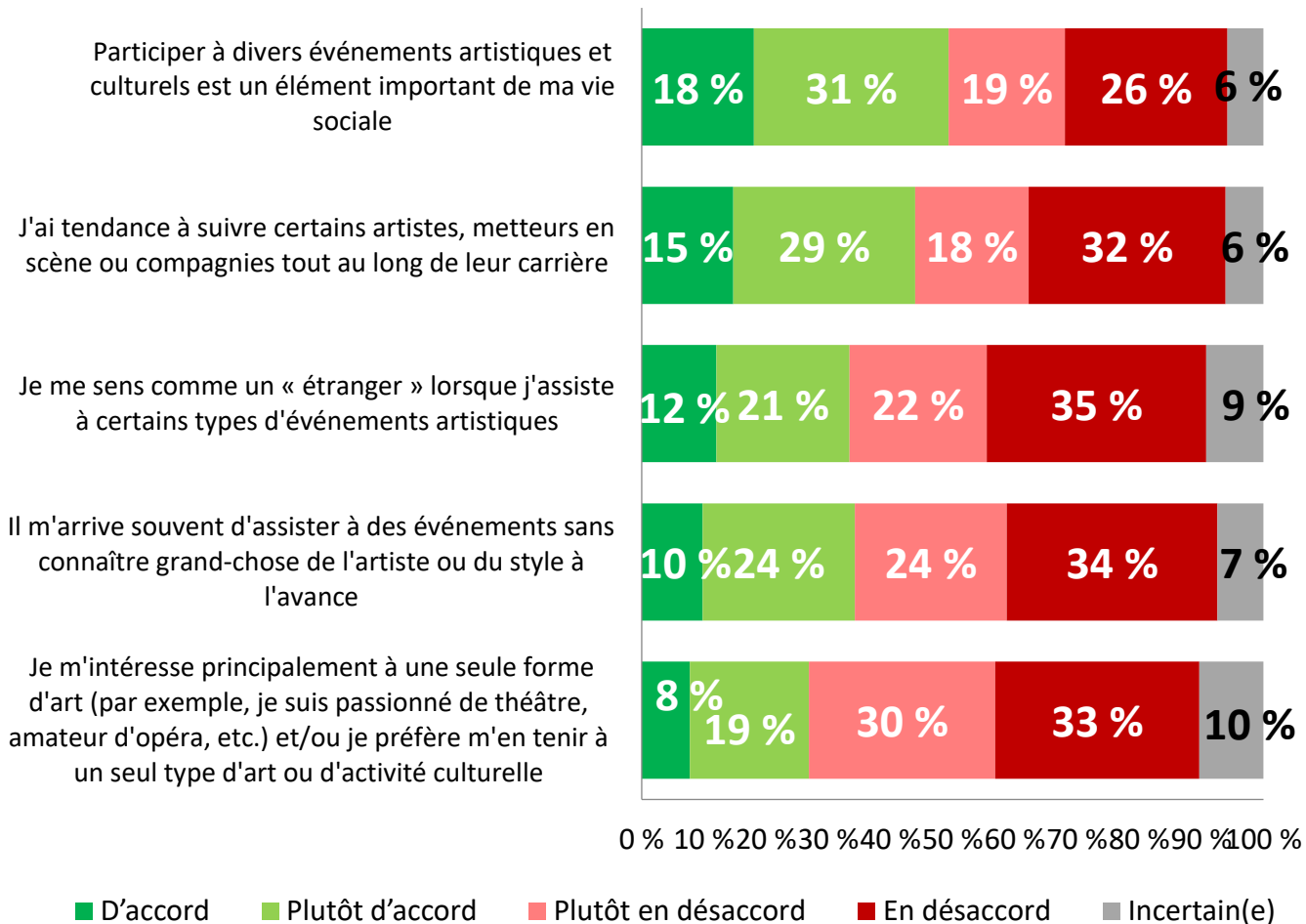
	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
Beaucoup plus important qu'il y a un an	7,3 %	3,0 %	6,2 %	12,6 %
Plutôt plus important qu'il y a un an	14,4 %	11,4 %	12,4 %	20,0 %
Aussi important qu'il y a un an	55,2 %	41,0 %	61,3 %	57,8 %
Plutôt moins important qu'il y a un an	4,5 %	7,2 %	3,9 %	3,0 %
Beaucoup moins important qu'il y a un an	6,4 %	10,4 %	6,3 %	3,3 %
Incertain(e)	12,2 %	27,1 %	9,9 %	3,4 %

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=1003 canadiens, précis ±3,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Profils culturels



Q - Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE]



Profils culturels

1 sur 2

amateurs de culture

sont d'accord ou plutôt d'accord que participer à différents événements artistiques et culturels est une partie importante de leur vie sociale.

*Pondéré par la proportion réelle de la population.

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

**Les étiquettes de données inférieures à 4 % ont été supprimées par souci de clarté.

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 3 au 6 mai 2026, n=743 amateurs de culture, précis ±3,6 points de pourcentage, 19 fois sur 20,

Intérêt pour une seule forme d'art ou activité culturelle

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] **Je m'intéresse principalement à une seule forme d'art (par exemple, je suis passionné de théâtre, amateur d'opéra, etc.) et/ou je préfère m'en tenir à un seul type d'art ou d'activité culturelle**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
D'accord	7,8 %	7,6 %	11,7 %	2,0 %
Plutôt d'accord	19,1 %	19,2 %	23,7 %	12,3 %
Plutôt en désaccord	30,0 %	12,8 %	32,2 %	41,1 %
En désaccord	32,8 %	35,1 %	24,1 %	43,8 %
Incertain(e)	10,3 %	25,3 %	8,3 %	0,8 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles, à un certain degré, d'être en désaccord avec le fait qu'ils se concentrent principalement sur une seule forme d'art ou qu'ils préfèrent s'en tenir à un seul type d'art ou d'activité culturelle par rapport aux participants occasionnels ou aux non-participants.

Intérêt pour une seule forme d'art ou activité culturelle – Amateurs de culture seulement

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants?
[ALÉATOIRE] Je m'intéresse principalement à une seule forme d'art (par exemple, je suis passionné de théâtre, amateur d'opéra, etc.) et/ou je préfère m'en tenir à un seul type d'art ou d'activité culturelle

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
D'accord	7,8 %	11,8 %	7,9 %	9,5 %	6,6 %	3,3 %	10,5 %	5,3 %	8,3 %	7,5 %	7,7 %
Plutôt d'accord	19,1 %	11,2 %	18,5 %	20,0 %	26,5 %	12,6 %	21,4 %	17,0 %	22,9 %	16,9 %	18,3 %
Plutôt en désaccord	35,8 %	38,1 %	41,0 %	36,8 %	29,9 %	31,6 %	32,1 %	39,1 %	36,5 %	34,0 %	36,8 %
En désaccord	32,0 %	28,3 %	31,1 %	27,8 %	31,5 %	45,8 %	29,9 %	34,0 %	22,6 %	37,9 %	33,5 %
Incertain(e)	5,3 %	10,4 %	1,5 %	5,9 %	5,5 %	6,7 %	6,1 %	4,6 %	9,8 %	3,6 %	3,7 %

Les amateurs de culture de la Colombie-Britannique sont plus susceptibles d'être en désaccord avec le fait qu'ils se concentrent sur une seule forme d'art ou activité culturelle.

Assister à des événements sans connaître grand-chose de l'artiste ou du style à l'avance

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] Il m'arrive souvent d'assister à des événements sans connaître grand-chose de l'artiste ou du style à l'avance

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
D'accord	9,8 %	3,9 %	9,7 %	15,0 %
Plutôt d'accord	24,5 %	14,7 %	21,1 %	37,7 %
Plutôt en désaccord	24,5 %	11,0 %	28,2 %	30,2 %
En désaccord	33,8 %	51,4 %	35,8 %	16,3 %
Incertain(e)	7,4 %	19,0 %	5,2 %	1,0 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles d'être plutôt d'accord qu'ils assistent à des événements sans connaître grand-chose de l'artiste ou du style à l'avance comparé aux non-participants.

L'importance des événements artistiques et culturels dans la vie sociale

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] **Participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de ma vie sociale**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
D'accord	18,0 %	3,8 %	14,0 %	35,9 %
Plutôt d'accord	31,3 %	14,2 %	31,8 %	44,9 %
Plutôt en désaccord	18,7 %	15,9 %	25,5 %	11,0 %
En désaccord	26,1 %	52,1 %	25,0 %	6,0 %
Incertain(e)	5,8 %	14,0 %	3,6 %	2,2 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles d'être d'accord, dans une certaine mesure, que participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de leur vie sociale.

L'importance des événements artistiques et culturels dans la vie sociale – Amateurs de culture seulement

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] **Participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de ma vie sociale**

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
D'accord	22,8 %	13,3 %	30,9 %	24,3 %	19,4 %	15,8 %	19,5 %	25,8 %	23,9 %	23,4 %	21,6 %
Plutôt d'accord	37,1 %	32,8 %	38,3 %	32,5 %	40,4 %	44,4 %	36,5 %	37,5 %	29,2 %	34,7 %	44,4 %
Plutôt en désaccord	19,7 %	23,4 %	16,9 %	22,3 %	19,1 %	16,0 %	21,0 %	18,5 %	21,7 %	20,9 %	17,2 %
En désaccord	17,4 %	26,9 %	13,9 %	16,4 %	18,8 %	18,8 %	20,4 %	14,6 %	23,7 %	18,0 %	12,6 %
Incertain(e)	3,1 %	3,6 %	-	4,4 %	2,3 %	5,0 %	2,6 %	3,6 %	1,4 %	3,1 %	4,2 %

Les amateurs de culture plus âgés sont plus susceptibles d'être d'accord avec le fait que participer à divers événements artistiques et culturels est un élément important de leur vie sociale.

Suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] J'ai tendance à suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
D'accord	14,7 %	9,5 %	15,3 %	18,1 %
Plutôt d'accord	29,3 %	19,7 %	26,3 %	41,7 %
Plutôt en désaccord	18,3 %	10,5 %	22,0 %	19,2 %
En désaccord	31,7 %	47,8 %	30,4 %	20,1 %
Incertain(e)	6,1 %	12,6 %	6,0 %	0,8 %

Les passionnés de culture sont plus susceptibles d'être plutôt d'accord qu'ils suivent certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière par rapport aux participants occasionnels ou aux non-participants.

Suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] J'ai tendance à suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
D'accord	16,5 %	20,3 %	18,1 %	19,2 %	10,0 %	13,1 %	15,1 %	17,7 %	21,9 %	15,9 %	13,2 %
Plutôt d'accord	32,5 %	28,4 %	41,4 %	27,5 %	36,8 %	28,9 %	32,3 %	32,6 %	29,2 %	34,4 %	33,1 %
Plutôt en désaccord	20,9 %	19,3 %	23,0 %	21,2 %	22,8 %	15,5 %	23,0 %	18,9 %	19,2 %	19,3 %	23,3 %
En désaccord	26,3 %	28,4 %	15,5 %	26,9 %	26,6 %	38,7 %	24,7 %	27,8 %	25,9 %	25,1 %	27,5 %
Incertain(e)	3,9 %	3,6 %	2,1 %	5,1 %	3,8 %	3,9 %	4,9 %	3,0 %	3,9 %	5,3 %	2,8 %

Les amateurs de culture du Québec sont plus susceptibles que ceux de la Colombie-Britannique de suivre certains artistes, metteurs en scène ou compagnies tout au long de leur carrière.

Se sentir comme un étranger en assistant à des événements artistiques

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] **Je me sens comme un « étranger » lorsque j'assiste à certains types d'événements artistiques**

	Canada 2026-05 (n=1003)	Non-participants (n=260)	Participants occasionnels (n=461)	Les passionnés de culture (n=282)
D'accord	12,0 %	16,7 %	14,0 %	5,1 %
Plutôt d'accord	21,4 %	20,8 %	18,9 %	25,7 %
Plutôt en désaccord	22,1 %	15,2 %	25,8 %	22,3 %
En désaccord	35,3 %	24,9 %	35,7 %	43,5 %
Incertain(e)	9,2 %	22,4 %	5,7 %	3,4 %

Les non-participants sont plus susceptibles de se sentir comme des étrangers lorsqu'ils assistent à certains types d'événements artistiques ou d'être incertain(e)s de l'énoncé par rapport aux amateurs de culture.

Se sentir comme un étranger en assistant à des événements artistiques – Amateurs de culture seulement

Q – Êtes-vous d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou en désaccord avec les énoncés suivants? [ALÉATOIRE] Je me sens comme un « étranger » lorsque j'assiste à certains types d'événements artistiques

	Amateurs de culture 2026-05 (n=743)	Atlantique (n=73)	Québec (n=154)	Ontario (n=230)	Prairies (n=159)	C-B (n=127)	Hommes (n=375)	Femmes (n=368)	18 à 34 ans (n=119)	35 à 54 ans (n=261)	55 ans et plus (n=363)
D'accord	10,4 %	4,9 %	9,1 %	13,5 %	8,5 %	9,5 %	11,4 %	9,5 %	17,4 %	9,1 %	6,8 %
Plutôt d'accord	21,6 %	38,8 %	18,9 %	16,9 %	25,8 %	24,6 %	23,8 %	19,6 %	29,8 %	19,5 %	17,8 %
Plutôt en désaccord	24,4 %	22,7 %	27,0 %	23,9 %	27,7 %	18,9 %	27,7 %	21,4 %	24,1 %	27,0 %	22,4 %
En désaccord	38,8 %	30,8 %	43,5 %	39,2 %	33,2 %	41,1 %	31,3 %	45,7 %	26,3 %	39,2 %	47,0 %
Incertain(e)	4,8 %	2,8 %	1,5 %	6,6 %	4,9 %	5,9 %	5,8 %	3,8 %	2,4 %	5,3 %	5,9 %

Les amateurs de culture de la région atlantique, les hommes, et les jeunes amateurs de culture sont plus susceptibles d'être d'accord qu'ils se sentent comme des étrangers lorsqu'ils assistent à des événements artistiques et culturels.

Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires / Arts et le Centre national des Arts
Population et taille de l'échantillon final	1 003 individus sélectionnés au hasard.
Source de l'échantillon	Panneau de probabilité Nanos
Type d'échantillon	Probabilité
Marge d'erreur	±3,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.
Mode d'enquête	Enquête omnibus hybride téléphonique GANT (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne
Méthode d'échantillonnage	L'échantillon comprenait des lignes terrestres et cellulaires GANT (génération aléatoire de numéro de téléphone) à travers le Canada.
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.
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
Nombre d'appels	Maximum de cinq rappels aux personnes recrutées.
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.
Dates de l'enquête	3 au 6 mai 2026
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/

Élément	Description
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.
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.
Données démographiques exclues	Individus de moins de 18 ans; les individus sans ligne terrestre ou cellulaire et les individus sans accès à Internet ne pouvaient pas participer.
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.
Taux de réponse estimé	Onze pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
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.
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, boycott des produits américains, OTAN, gestion de l'offre, coût de la vie, députés changeant de parti politique, relations, logement et soins de santé.
Langage des questions	Les questions du rapport précédent sont rédigées exactement comme elles ont été posées aux individus.
Fournisseur de recherche / collecte de données	Nanos Research
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 .
Tableaux de données	<ul style="list-style-type: none"> • Par profil des amateurs de culture • Par région, âge et genre (amateurs de culture seulement)



nanos dimap analytika



EthicStratēgies

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

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

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