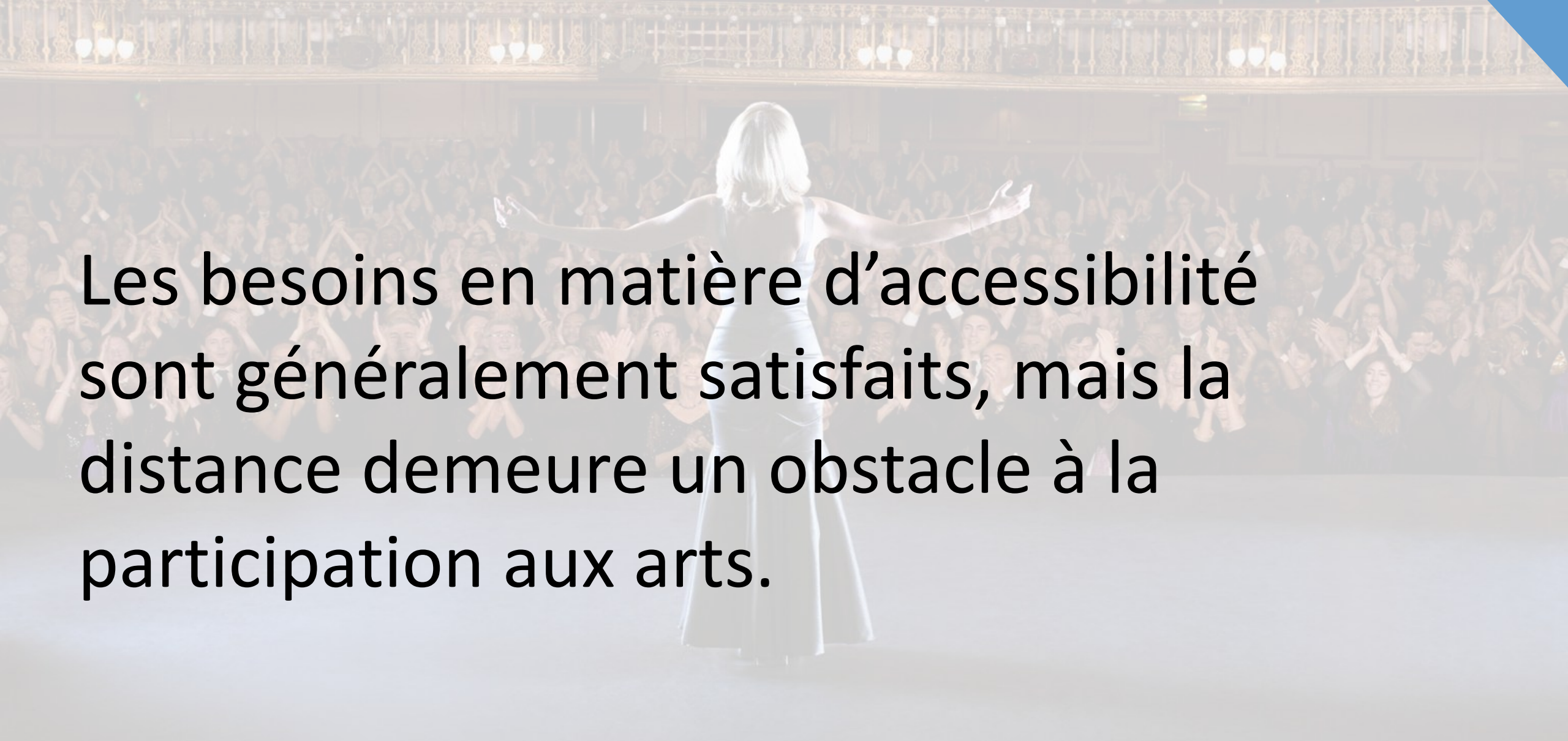




Les besoins en matière d'accessibilité
sont généralement satisfaits, mais la
distance demeure un obstacle à la
participation aux arts.

L'étude de suivi des réactions aux arts (ARTS) permet de suivre 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 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 mesuré l'opinion des Canadiens concernant la fréquentation passée et future, l'accessibilité et les mesures d'adaptation, les annulations, les obstacles et le sentiment d'appartenance.

Dans le cadre d'un sondage omnibus, Nanos a mené, du 28 au 30 juillet 2026, un sondage aléatoire hybride par téléphone et en ligne auprès de 1 104 Canadiens âgés de 18 ans ou plus. L'échantillon à double base comprenait des lignes terrestres et cellulaires partout au Canada.

Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le genre à l'aide des plus récentes données du recensement, et l'échantillon a été stratifié géographiquement afin d'être représentatif du Canada. Les personnes ont été jointes au hasard par composition aléatoire, avec un maximum de cinq rappels. La marge d'erreur du sondage est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

L'étude a été réalisée pour le compte d'Affaires / Arts et du Centre national des Arts, partenaires fondateurs d'ARTS pour ce projet.

Les tableaux complets, comprenant le nombre pondéré et non pondéré d'entrevues, sont accessibles ici. Dans le rapport, les différences statistiquement significatives sont surlignées en jaune.

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



Résultats clés

- **L'accessibilité répond aux besoins de la plupart des amateurs de culture, mais des possibilités d'amélioration subsistent :** Environ un amateur de culture sur cinq déclare avoir des besoins en matière d'accessibilité ou de mesures d'adaptation (12 %) ou assister à des événements avec une personne qui en a (10 %). Deux amateurs de culture sur trois disent que leurs besoins sont satisfaits (66 % accordent une note de 7 à 10 sur 10). Toutefois, près du tiers indiquent que leurs besoins sont quelque peu satisfaits (24 % accordent une note de 4 à 6) ou ne sont pas satisfaits (7 % accordent une note de 0 à 3), ce qui met en évidence des possibilités d'amélioration continue.
- **La distance demeure le principal obstacle à la participation :** Un tiers des amateurs de culture (32 %) affirme qu'un emplacement trop éloigné constitue le principal obstacle à la participation à des événements artistiques et culturels qui les intéressent, ce qui concorde avec les vagues précédentes. Les préoccupations en matière de sécurité (15 %) et le fait de faire la queue (14 %) sont statistiquement à égalité au deuxième rang des obstacles les plus importants.
- **Le sentiment de sécurité est lié à des mesures de sécurité visibles, surtout chez les publics plus jeunes :** Près du quart des amateurs de culture (23 %) affirment que la présence visible de personnel de sécurité et de policiers leur procure un sentiment de sécurité dans un lieu ou lors d'un rassemblement artistique et culturel. L'importance accordée à cette présence est particulièrement marquée chez les amateurs de culture plus jeunes (31 % des 18 à 34 ans), comparativement aux plus âgés (17 % des 55 ans et plus).

Résultats clés – Suite

- **Les annulations sont largement attribuables à des circonstances indépendantes de la volonté des organisations :** Parmi les amateurs de culture ayant annulé leur participation à un événement artistique ou culturel, la maladie ou le rétablissement médical est la principale raison (30 %), suivie des conditions météorologiques (16 %) et des conflits d'horaire (13 %). Les facteurs sur lesquels les organisations peuvent agir plus directement, comme la sécurité (10 %) et l'accessibilité ou la mobilité (8 %), sont des obstacles secondaires et jouent un rôle moins important dans les décisions d'annulation.
- **Les politiques de récupération des billets représentent une occasion d'améliorer l'expérience du public :** Parmi les amateurs de culture ayant dû annuler leur participation, la moitié ont perdu la valeur de leur billet (26 %) ou l'ont donné à quelqu'un d'autre (25 %). Une personne sur cinq n'a subi aucune perte puisque l'événement était gratuit, et moins d'une sur dix (huit pour cent) a obtenu un remboursement. La valeur moyenne d'un billet annulé étant de 76 \$, les organisations pourraient renforcer la satisfaction et la fidélisation du public grâce à des options plus souples d'échange, de revente ou de remboursement.
- **La participation à des événements artistiques et culturels continue d'avoir un effet positif sur le sentiment d'appartenance au Canada :** Les deux tiers des amateurs de culture indiquent que cette participation a un effet positif (40 %, contre 42 % en 2025) ou plutôt positif (27 %, contre 33 % en 2025) sur leur sentiment d'appartenance au Canada. Les impacts positifs sont le plus souvent associés à la fierté et à l'identité canadiennes ainsi qu'aux occasions de rapprochement communautaire et de convivialité (18 % chacun), ce qui renforce la valeur sociale plus large du secteur.

Fréquentation passée et prévue des activités artistiques et culturelles



	Déclare avoir participé au cours des trois dernières années	Prévoit participer dans les trois prochains mois
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	59,3 %	41,2 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	55,9 %	43,7 %
Représentation de musique populaire	55,9 %	39,1 %
Un musée autre qu'un musée d'art	50,2 %	30,6 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	47,8 %	28,4 %
Représentation de musique classique	25,2 %	15,0 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage	22,9 %	16,8 %
Ballet et danse	13,0 %	5,8 %
Opéra	7,9 %	4,5 %

Annulation récente de la participation à des rassemblements artistiques et culturels

Événements à l'extérieur

Trois principaux types d'événements annulés :

- Festivals (43 %)
- Représentation de musique populaire (17 %)
- Danse culturelle ou patrimoniale (16 %)

Mesures prises après l'annulation :

- Aucune mesure prise car l'événement était gratuit (29 %)
- N'a rien fait et a perdu la valeur du billet (28 %)
- A donné son billet à quelqu'un d'autre (11 %)

Montant de la perte financière :

- Moyenne de 64 dollars
- Médiane de 30 dollars

Événements en salle

Trois principaux types d'événements annulés :

- Théâtre (30 %)
- Représentation de musique populaire (25 %)
- Festival (22 %)

Mesures prises après l'annulation :

- A donné son billet à quelqu'un d'autre (37 %)
- N'a rien fait et a perdu la valeur du billet (24 %)
- Aucune mesure prise car l'événement était gratuit (8 %)

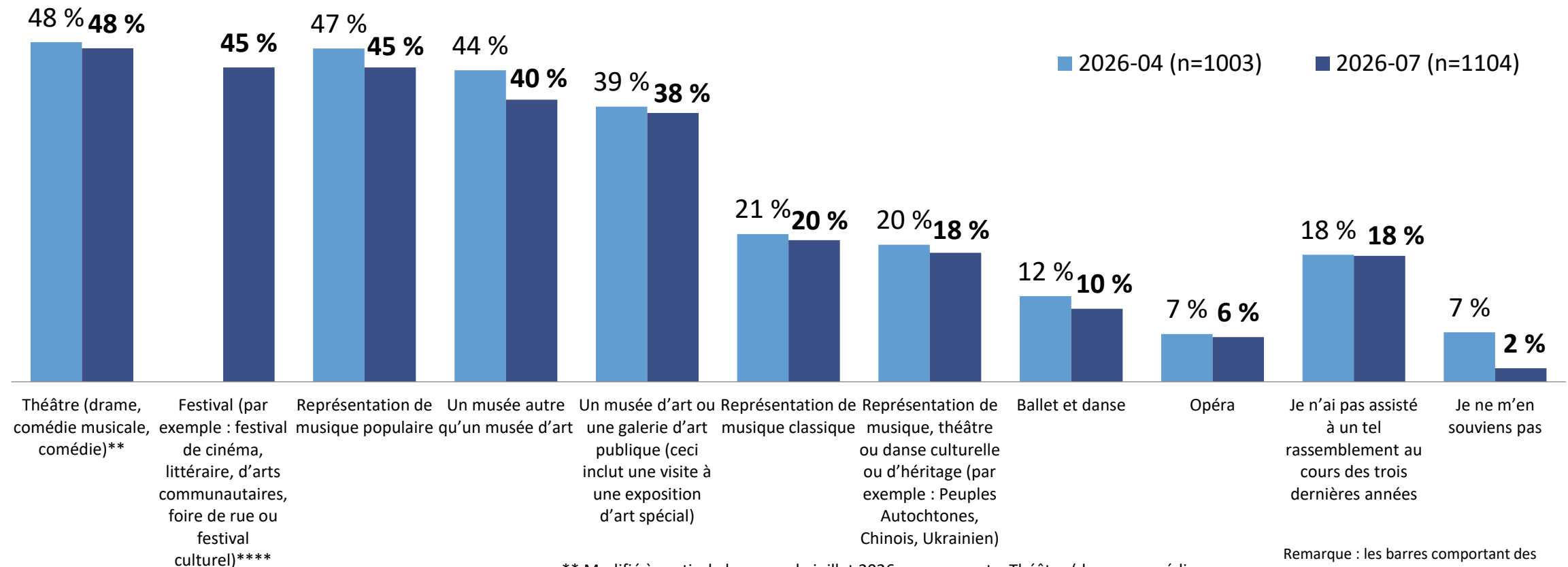
Montant de la perte financière :

- Moyenne de 88 dollars
- Médiane de 75 dollars

**Fréquentation passée et
prévue des activités
artistiques et culturelles**

Fréquentation d'activités artistiques et culturelles au cours des 3 dernières années – Tous les Canadiens – Suivi

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)



*Pondéré selon la proportion réelle de la population.

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

*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

** Modifié à partir de la vague de juillet 2026 : auparavant « Théâtre (drame, comédie musicale, dîner-spectacle, comédie) ».

**** Option de réponse ajoutée dans la vague de juillet 2026.

Remarque : les barres comportant des étiquettes de données identiques peuvent ne pas être parfaitement alignées en raison de l'arrondi. Les étiquettes de données sont arrondies au nombre entier le plus proche.

Participation à des rassemblements artistiques ou 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 2026-07 (n=1104)	Non-participants* (n=229)	Participants occasionnels* (n=527)	Passionnés de culture* (n=348)
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	47,5 %	-	41,0 %	85,7 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	44,8 %	-	38,5 %	81,1 %
Représentation de musique populaire	44,8 %	-	39,6 %	79,4 %
Un musée autre qu'un musée d'art	40,2 %	-	30,4 %	78,8 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	38,3 %	-	25,2 %	80,6 %
Représentation de musique classique	20,2 %	-	10,0 %	47,2 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	18,4 %	-	7,5 %	45,3 %
Je n'ai pas assisté à un tel rassemblement au cours des trois dernières années	17,9 %	90,2 %	-	-
Ballet et danse	10,4 %	-	5,0 %	24,5 %
Opéra	6,4 %	-	1,4 %	17,4 %
Je ne m'en souviens pas	1,9 %	9,8 %	-	-

*Remarque : On entend par « passionnés de culture » les personnes ayant assisté à au moins quatre différents types de rassemblements artistiques et culturels au cours des trois dernières années ; par « participants occasionnels », ceux ayant assisté à entre un et trois différents types de rassemblements artistiques et culturels au cours des trois dernières années ; et par « non-participants », ceux n'ayant assisté à aucun rassemblement artistique ou culturel au cours des trois dernières années.

Participation à des rassemblements artistiques ou culturels au cours des trois dernières années – Tous les Canadiens

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)

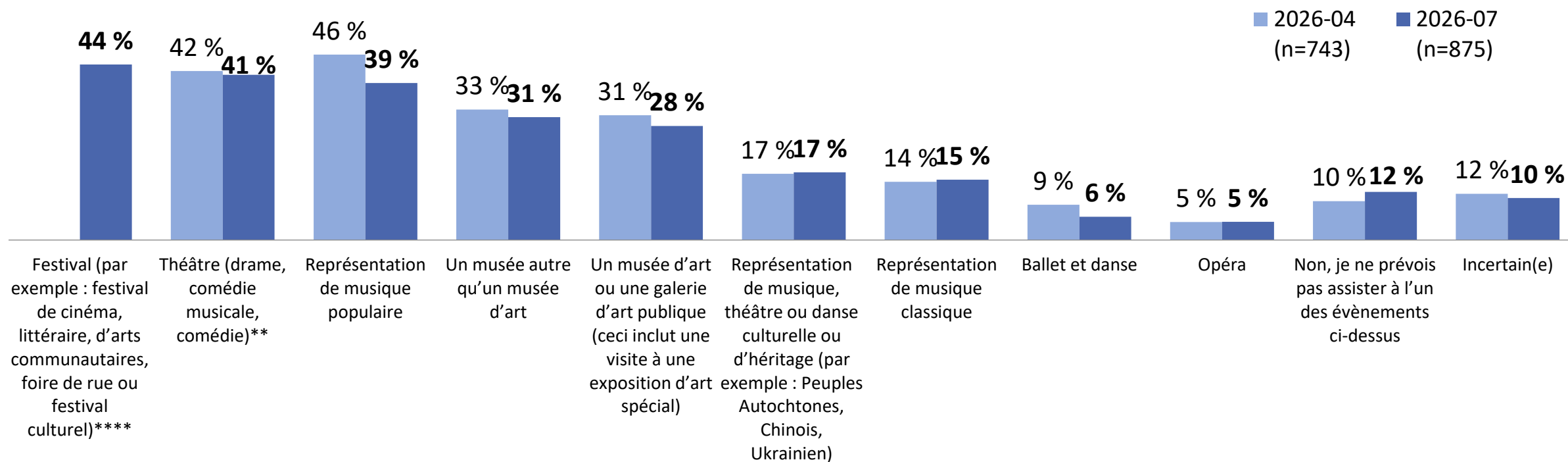
	Canada 2026-07 (n=1104)	Atlantique (n=109)	Québec (n=222)	Ontario (n=388)	Prairies (n=219)	C-B (n=166)	Hommes (n=587)	Femmes (n=517)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=393)	55 ans et plus (n=560)
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	47,5 %	50,4 %	37,3 %	51,6 %	47,3 %	51,7 %	42,5 %	52,3 %	50,1 %	45,8 %	47,1 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	44,8 %	42,8 %	42,9 %	47,2 %	42,7 %	44,6 %	40,2 %	49,2 %	51,8 %	51,5 %	35,0 %
Représentation de musique populaire	44,8 %	42,0 %	45,8 %	44,6 %	43,6 %	46,3 %	42,7 %	46,8 %	52,2 %	47,0 %	38,2 %
Un musée autre qu'un musée d'art	40,2 %	42,7 %	34,4 %	41,4 %	39,5 %	46,3 %	38,6 %	41,7 %	41,0 %	42,3 %	38,1 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	38,3 %	31,2 %	37,6 %	38,6 %	30,6 %	51,7 %	32,5 %	43,8 %	41,9 %	38,7 %	35,7 %
Représentation de musique classique	20,2 %	10,3 %	18,6 %	21,8 %	20,0 %	23,2 %	17,4 %	22,9 %	22,0 %	17,7 %	21,0 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	18,4 %	25,4 %	15,1 %	16,2 %	19,2 %	25,4 %	16,2 %	20,5 %	22,3 %	18,4 %	15,9 %
Ballet et danse	10,4 %	5,1 %	11,8 %	9,5 %	10,6 %	13,2 %	8,1 %	12,6 %	10,9 %	10,9 %	9,7 %
Opéra	6,4 %	3,3 %	6,0 %	7,0 %	6,0 %	7,2 %	5,4 %	7,3 %	7,1 %	6,0 %	6,2 %
Je n'ai pas assisté à un tel rassemblement au cours des trois dernières années	17,9 %	26,3 %	17,4 %	16,1 %	21,3 %	15,8 %	21,8 %	14,2 %	15,5 %	15,8 %	21,2 %
Je ne m'en souviens pas	1,9 %	1,4 %	2,2 %	2,3 %	1,3 %	1,6 %	2,4 %	1,5 %	1,2 %	2,7 %	1,8 %

*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=1 104 Canadiens, précis à ±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Fréquentation prévue d'activités artistiques et culturelles au cours des 3 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 selon la proportion réelle de la population.

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

*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

** Modifié à partir de la vague de juillet 2026 : auparavant « Théâtre (drame, comédie musicale, dîner-spectacle, comédie) ».

**** Option de réponse ajoutée dans la vague de juillet 2026.

Remarque : les barres comportant des étiquettes de données identiques peuvent ne pas être parfaitement alignées en raison de l'arrondi. Les étiquettes de données sont arrondies au nombre entier le plus proche.

Fréquentation prévue d'activités artistiques et culturelles au cours des 3 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 2026-07 (n=875)	Atlantique (n=83)	Québec (n=177)	Ontario (n=310)	Prairies (n=170)	C-B (n=135)	Hommes (n=447)	Femmes (n=428)	18 à 34 ans (n=126)	35 à 54 ans (n=319)	55 ans et plus (n=430)
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	43,7 %	47,6 %	38,8 %	47,5 %	40,6 %	43,3 %	41,8 %	45,4 %	51,6 %	47,2 %	35,3 %
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	41,2 %	43,6 %	32,0 %	47,3 %	41,2 %	37,9 %	35,6 %	45,9 %	38,1 %	39,0 %	45,1 %
Représentation de musique populaire	39,1 %	42,3 %	35,5 %	39,1 %	41,1 %	41,3 %	41,5 %	37,1 %	38,5 %	44,5 %	35,1 %
Un musée autre qu'un musée d'art	30,6 %	37,0 %	26,4 %	33,0 %	30,2 %	28,9 %	29,4 %	31,7 %	35,4 %	31,0 %	26,9 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	28,4 %	23,7 %	25,1 %	33,4 %	23,1 %	28,2 %	24,8 %	31,5 %	30,2 %	25,7 %	29,3 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	16,8 %	19,9 %	13,0 %	16,2 %	17,2 %	23,2 %	13,4 %	19,8 %	19,1 %	17,8 %	14,5 %
Représentation de musique classique	15,0 %	15,8 %	13,3 %	12,9 %	17,1 %	21,0 %	15,2 %	14,9 %	12,1 %	13,2 %	18,6 %
Ballet et danse	5,8 %	5,7 %	3,0 %	6,9 %	6,2 %	7,1 %	3,6 %	7,7 %	7,7 %	5,1 %	5,1 %
Opéra	4,5 %	4,3 %	5,0 %	5,5 %	2,6 %	3,7 %	3,0 %	5,8 %	6,1 %	2,9 %	4,8 %
Non, je ne prévois pas assister à l'un des événements ci-dessus	12,0 %	7,2 %	15,1 %	9,6 %	13,7 %	13,5 %	12,4 %	11,6 %	12,8 %	11,4 %	11,9 %
Incertain(e)	10,5 %	16,4 %	11,3 %	8,9 %	13,3 %	7,7 %	9,6 %	11,2 %	11,4 %	9,2 %	10,8 %

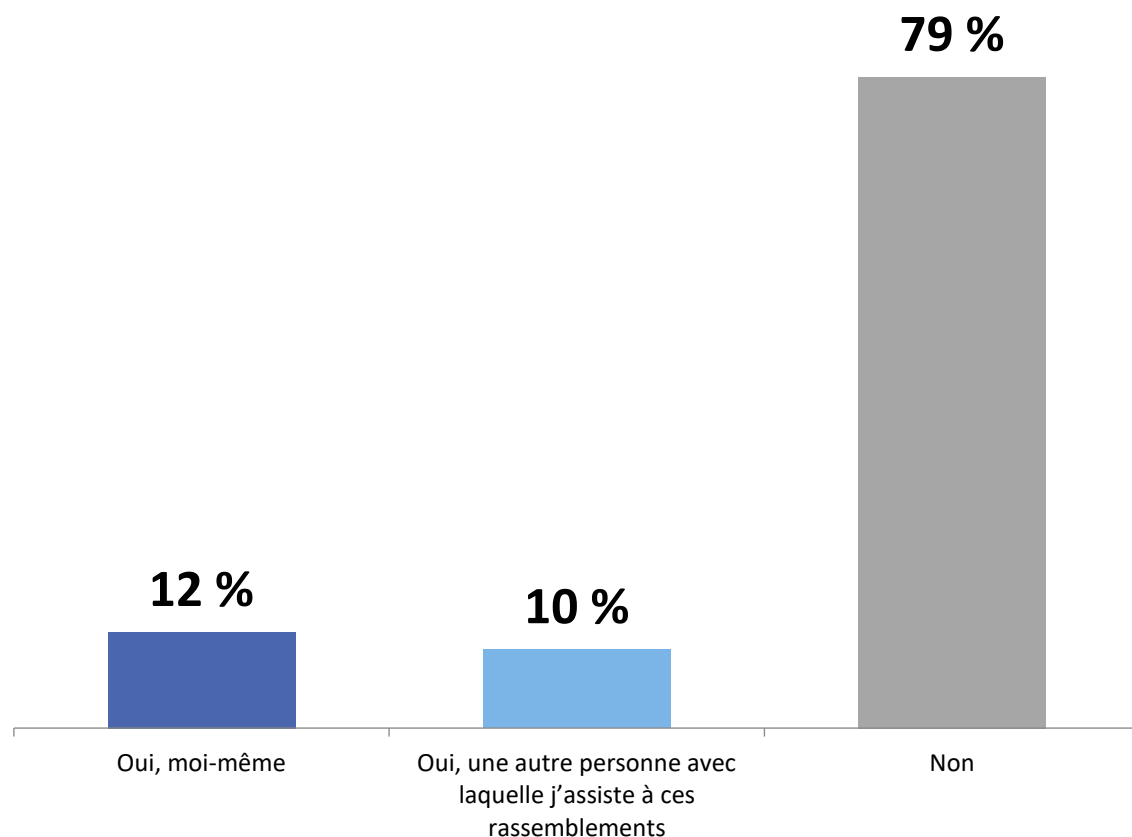
*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

Accessibilité et mesures d'adaptation



Q – [AMATEURS DE CULTURE SEULEMENT] Avez-vous, ou vos proches avec lesquels vous assistez régulièrement à des rassemblements artistiques ou culturels, des besoins en matière d'accessibilité, des besoins adaptés ou des nécessités qui pourraient avoir un impact sur votre participation aux rassemblements artistiques ou culturels ?

[SÉLECTIONNEZ TOUTES LES RÉPONSES QUI S'APPLIQUENT]



*Pondéré selon la proportion réelle de la population.

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

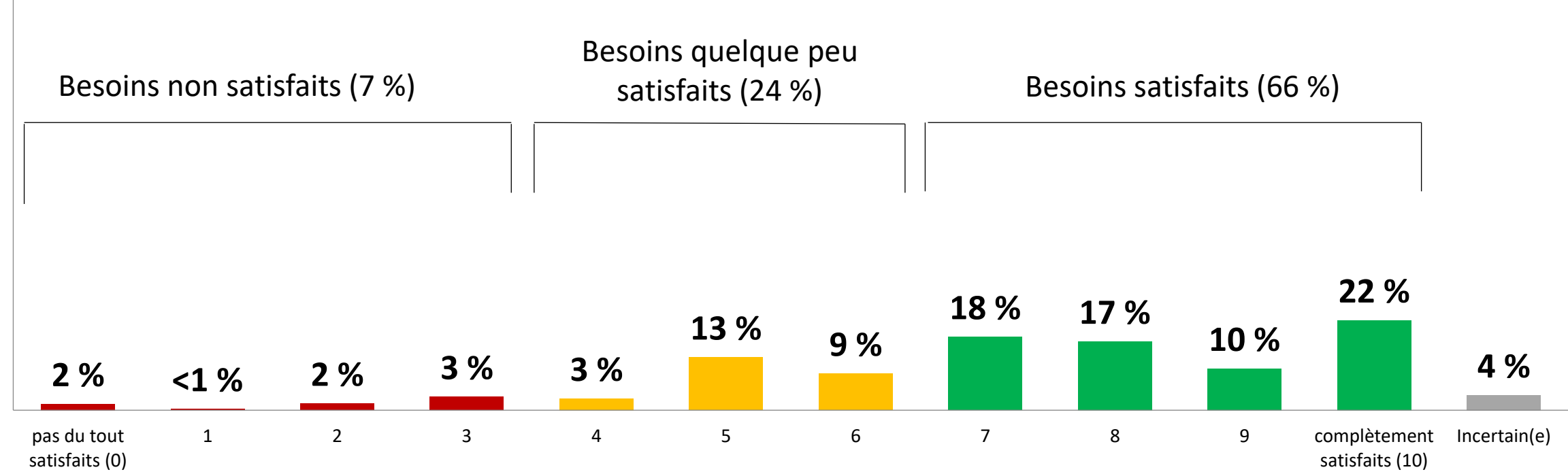
**Sur la base de questions à choix multiples dans lesquelles les personnes interrogées pouvaient sélectionner plusieurs réponses.

Besoins en matière d'accessibilité chez les amateurs de culture

1 amateur de culture sur 5

déclare avoir un besoin en matière d'accessibilité, une mesure d'adaptation ou une exigence qui affecte leur participation aux rassemblements artistiques ou culturels (12 %), ou assister régulièrement à des rassemblements artistiques ou culturels avec une personne qui en a (10 %).

Q – [AMATEURS DE CULTURE SEULEMENT] [SI A DES BESOINS EN MATIÈRE D'ACCESSIBILITÉ OU ACCOMPAGNE D'UNE PERSONNE QUI EN A] En pensant au dernier rassemblement artistique ou culturel auquel vous avez assisté, veuillez évaluer dans quelle mesure vos besoins en matière d'accessibilité ou de besoins adaptés ont été satisfaits sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « pas du tout satisfaits » et 10 correspond à « complètement satisfaits ».



Deux amateurs de culture sur trois ayant des besoins d'accessibilité ou d'adaptation indiquent que leurs besoins ont été satisfaits lors du dernier rassemblement artistique ou culturel auquel ils ont assisté. Un amateur sur quatre mentionne que ses besoins n'ont été que quelque peu satisfaits.

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

Sentiment de sécurité dans les lieux et rassemblements artistiques et culturels

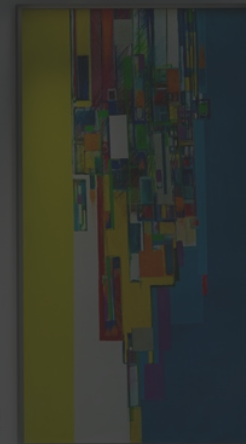
Q – [AMATEURS DE CULTURE SEULEMENT] Qu'est-ce qui vous donne un sentiment de sécurité dans un lieu dédié aux arts et à la culture ou lors d'un rassemblement ? [OUVERT]

Principales mentions

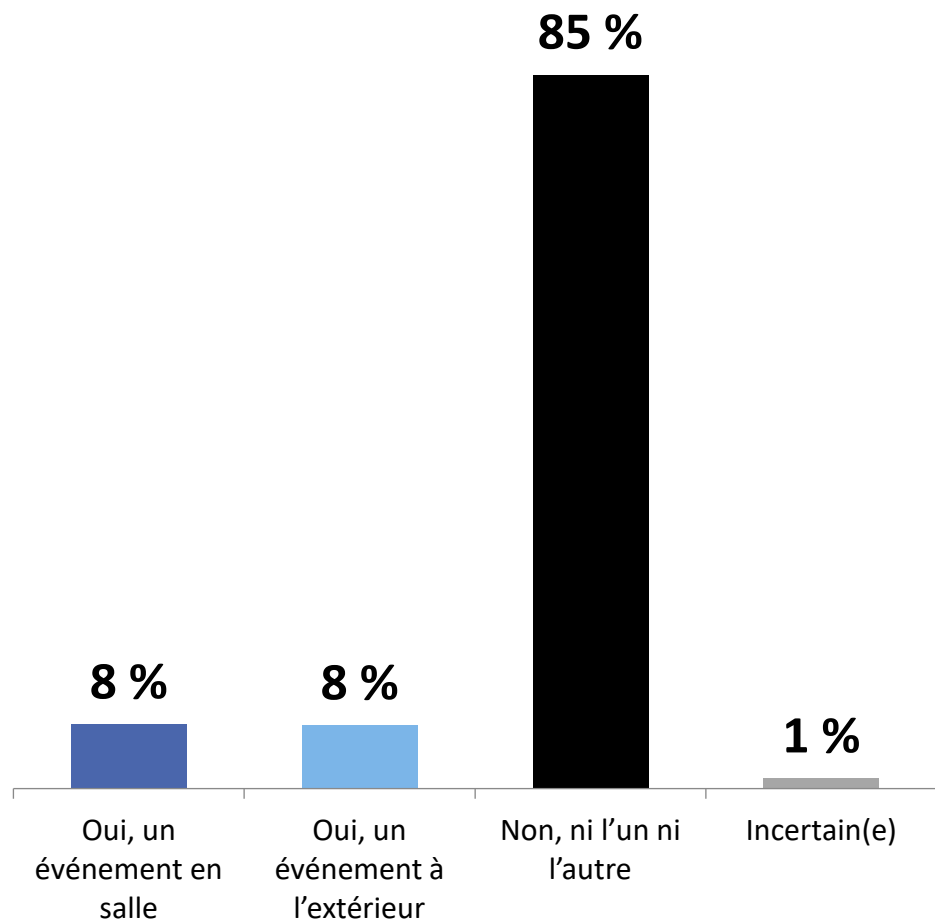
	Amateurs de culture 2026-07 (n=691)	Atlantique (n=70)	Québec (n=135)	Ontario (n=241)	Prairies (n=135)	C-B (n=110)	Hommes (n=340)	Femmes (n=351)	18 à 34 ans (n=99)	35 à 54 ans (n=242)	55 ans et plus (n=350)
Présence visible de personnel de sécurité et de policiers	23,2 %	20,9 %	27,9 %	23,8 %	17,5 %	21,7 %	23,4 %	22,9 %	30,9 %	24,1 %	17,2 %
La sécurité n'est pas une préoccupation	16,3 %	20,5 %	8,8 %	23,3 %	10,9 %	13,4 %	16,4 %	16,2 %	12,9 %	18,2 %	17,2 %
Confiance envers le Canada et la communauté locale	7,6 %	5,6 %	8,7 %	8,0 %	5,7 %	7,8 %	7,7 %	7,5 %	3,8 %	7,7 %	10,1 %
Bonne gestion des foules et organisation de l'événement	7,4 %	3,7 %	8,4 %	6,7 %	6,1 %	10,6 %	6,6 %	8,1 %	11,3 %	7,2 %	5,0 %
Emplacement et aménagement physique sécuritaires	6,5 %	6,6 %	4,2 %	7,1 %	9,4 %	5,2 %	7,2 %	6,0 %	7,3 %	4,4 %	7,7 %
Faible densité de foule et espace personnel	6,2 %	2,7 %	11,6 %	4,6 %	3,0 %	7,5 %	5,0 %	7,2 %	4,9 %	5,0 %	8,1 %
Présence positive et familière favorisant le confort	4,8 %	1,4 %	3,8 %	4,5 %	7,8 %	5,3 %	5,5 %	4,3 %	4,2 %	3,5 %	6,2 %
Contrôle à l'entrée et accès contrôlé	4,0 %	2,5 %	5,8 %	1,4 %	4,8 %	7,5 %	3,8 %	4,1 %	4,2 %	4,9 %	3,1 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=691 amateurs de culture, précis à ±3,8 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Annulation de la participation



Q – [AMATEURS DE CULTURE SEULEMENT] Au cours des 12 derniers mois, avez-vous annulé ou manqué un rassemblement artistique ou culturel, en salle ou à l'extérieur, auquel vous aviez prévu participer ?



*Pondéré selon la proportion réelle de la population.

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

Annulation de rassemblements artistiques et culturels

> Les trois principaux types de rassemblements dont les amateurs de culture ont annulé leur participation

32 % Festival (festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)

22 % Représentation de musique populaire

18 % Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)

Les raisons pour lesquelles les amateurs de culture ont annulé leur participation prévue à des rassemblements artistiques et culturels sont principalement liées à des problèmes médicaux (30 %), à la météo (16 %) et à des conflits d'horaire (13 %), plutôt qu'à des facteurs sur lesquels les organismes artistiques et culturels ont un contrôle plus direct, tels que les préoccupations en matière de sûreté et de sécurité ou les obstacles liés à l'accessibilité et à la mobilité.

Raison de l'annulation d'une participation prévue

Q – [SI A ANNULÉ] En pensant à la dernière fois où vous avez annulé ou où vous ne vous êtes pas rendu(e) à un rassemblement artistique ou culturel auquel vous aviez prévu participer, pourquoi l'avez-vous annulé ou pourquoi n'y êtes-vous pas allé(e) ? [OUVERT]

PRINCIPALES MENTIONS

	Amateurs de culture 2026-07 (n=112)
Maladie ou rétablissement médical	30,4 %
Mauvaises conditions météorologiques ou environnementales	16,1 %
Conflit d'horaire	12,6 %
Préoccupations en matière de sûreté ou de sécurité	9,8 %
Obstacles liés à l'accessibilité ou à la mobilité	7,9 %
Voyage ou absence	4,7 %
Obligations familiales ou personnelles	4,2 %
Coût élevé ou difficultés de stationnement	3,0 %
Inconfort lié à la foule ou à la proximité	2,9 %
Désapprobation des organisateurs ou des artistes	2,7 %
Autre	5,6 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=112 amateurs de culture ayant récemment annulé leur participation, précis à $\pm 9,4$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Mesure prise après l'annulation de la participation

Q – [SI A ANNULÉ] En pensant à la dernière fois où vous avez annulé ou manqué un rassemblement artistique ou culturel auquel vous aviez prévu participer, laquelle des mesures suivantes avez-vous prise ? [ALÉATOIRE] (Sélectionnez une réponse)

PRINCIPALES MENTIONS

Les amateurs de culture qui ont dû annuler leur participation déclarent le plus souvent avoir perdu la valeur de leur billet (26 %) ou l'avoir donné à quelqu'un d'autre (25 %). Moins d'un sur dix a obtenu un remboursement (huit pour cent). Ceux qui ont annulé leur participation à un événement à l'extérieur étaient moins enclins à donner leur billet à quelqu'un d'autre et plus enclins à ne rien faire car l'événement était gratuit.

	Amateurs de culture 2026-07 (n=125)	Participation annulée à un événement à l'extérieur (n=63)	Participation annulée à un événement en salle (n=73)
Perdu la valeur de mon billet (rien fait)	26,0 %	27,8 %	24,3 %
Donné mon billet à quelqu'un d'autre	25,1 %	11,0 %	36,6 %
Pas besoin d'agir puisque l'événement était gratuit	19,7 %	28,7 %	8,5 %
Obtenu un remboursement	7,9 %	10,1 %	5,7 %
Échangé mon billet contre une autre date	4,8 %	5,0 %	5,6 %
Assisté à un autre événement artistique ou culturel à la place	4,1 %	3,3 %	5,9 %
Participé en ligne ou virtuellement à la place	1,5 %	1,1 %	1,7 %
Reçu un crédit pour un événement futur	1,3 %	-	2,5 %
Autre	7,8 %	11,9 %	6,1 %
Incertain(e)	1,8 %	1,1 %	3,3 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=125 amateurs de culture ayant récemment annulé leur participation, précis à ±8,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

En moyenne, les amateurs de culture ayant annulé leur participation à un événement artistique ou culturel ont déclaré avoir payé 76 \$ pour l'entrée. Environ un quart d'entre eux ont indiqué n'avoir rien payé pour l'entrée (celle-ci était gratuite). Ceux qui ont annulé leur participation à un événement en intérieur ont déclaré avoir payé en moyenne un prix d'entrée plus élevé (moyenne de 88 \$, médiane de 75 \$) que ceux qui ont annulé leur participation à un événement en extérieur (moyenne de 64 \$, médiane de 30 \$).

Montant initialement payé pour l'entrée au rassemblement artistique et culturel annulé

Q – [SI A ANNULÉ] En pensant à la dernière fois où vous avez annulé ou manqué un rassemblement artistique ou culturel auquel vous aviez initialement prévu participer, quel était le montant que vous aviez initialement payé pour l'entrée (taxes comprises), le cas échéant ? Veuillez inscrire « 0 » si l'événement était gratuit.

PRINCIPALES MENTIONS

	Amateurs de culture 2026-07 (n=125)	Participation annulée à un événement à l'extérieur (n=63)	Participation annulée à un événement en salle (n=73)
Moyenne	76 dollars	64 dollars	88 dollars
Médiane	50 dollars	30 dollars	75 dollars
0 dollars - Gratuit	23,8 %	35,4 %	9,5 %
1 à 25 dollars	5,6 %	4,9 %	7,2 %
26 à 50 dollars	13,3 %	8,9 %	19,4 %
51 à 75 dollars	8,1 %	7,8 %	7,4 %
76 à 100 dollars	13,1 %	12,6 %	15,0 %
Plus de 100 dollars	20,7 %	15,7 %	23,9 %
Incertain(e)	15,5 %	14,8 %	17,5 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=125 amateurs de culture ayant récemment annulé leur participation, précis à ±8,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Obstacles à la participation – Suivi

Q – Veuillez classer les obstacles potentiels suivants à la participation d'événements artistiques et culturels qui vous empêcheraient probablement d'assister à un événement qui vous intéresse et que vous pouvez vous permettre, où 1 est le plus susceptible de vous empêcher d'y assister et 2 le deuxième le plus susceptible :
[ALÉATOIRE]

L'emplacement demeure l'obstacle le plus important à la participation des amateurs de culture, ce qui concorde avec les deux vagues précédentes. Les préoccupations en matière de sécurité (15 %) et le fait de faire la queue (13 %) sont statistiquement à égalité au deuxième rang.

*Les réponses « Manque de services de garde d'enfants » et « Ne pas pouvoir amener mon/mes enfant(s) » ont été regroupées en une seule option de réponse pour la vague 2026.

***Options de réponse ajoutées lors de la vague 2026.

P R I N C I P A L E S M E N T I O N S	Rang 1			Rang 2			
		2026-07 (n=862)	2024-08 (n=811)	2024-01 (n=891)	2026-07 (n=555)	2024-08 (n=512)	2024-01 (n=521)
	L'emplacement est trop loin	32,0 %	35,2 %	33,1 %	26,6 %	25,4 %	24,2 %
	***Préoccupations en matière de sécurité	15,2 %	-	-	14,4 %	-	-
	Faire la queue	13,5 %	21,1 %	12,2 %	24,4 %	22,4 %	19,8 %
	Ne pas savoir si je vais apprécier	5,9 %	11,2 %	12,0 %	13,5 %	17,7 %	21,1 %
	***Obstacles à l'accessibilité	4,2 %	-	-	4,3 %	-	-
	Ne pas savoir combien de temps cela va durer et/ou s'il y aura des pauses	2,5 %	2,1 %	2,0 %	5,3 %	8,7 %	7,2 %
	*Ne pas pouvoir amener mon/mes enfant(s)/Manque de services de garde d'enfants	1,4 %	4,4 %	7,2 %	1,3 %	3,5 %	8,9 %
	Ne pas comprendre l'étiquette et les règles	0,7 %	1,1 %	1,0 %	2,7 %	2,1 %	3,1 %
	Devoir éteindre mon téléphone	0,7 %	0,2 %	0,3 %	2,4 %	0,7 %	0,2 %
	Aucune des réponses ci-dessus	18,9 %	11,9 %	20,0 %	1,6 %	-	5,5 %
Incertain(e)	2,4 %	1,8 %	1,7 %	-	-	-	

Obstacles à la participation – Données démographiques

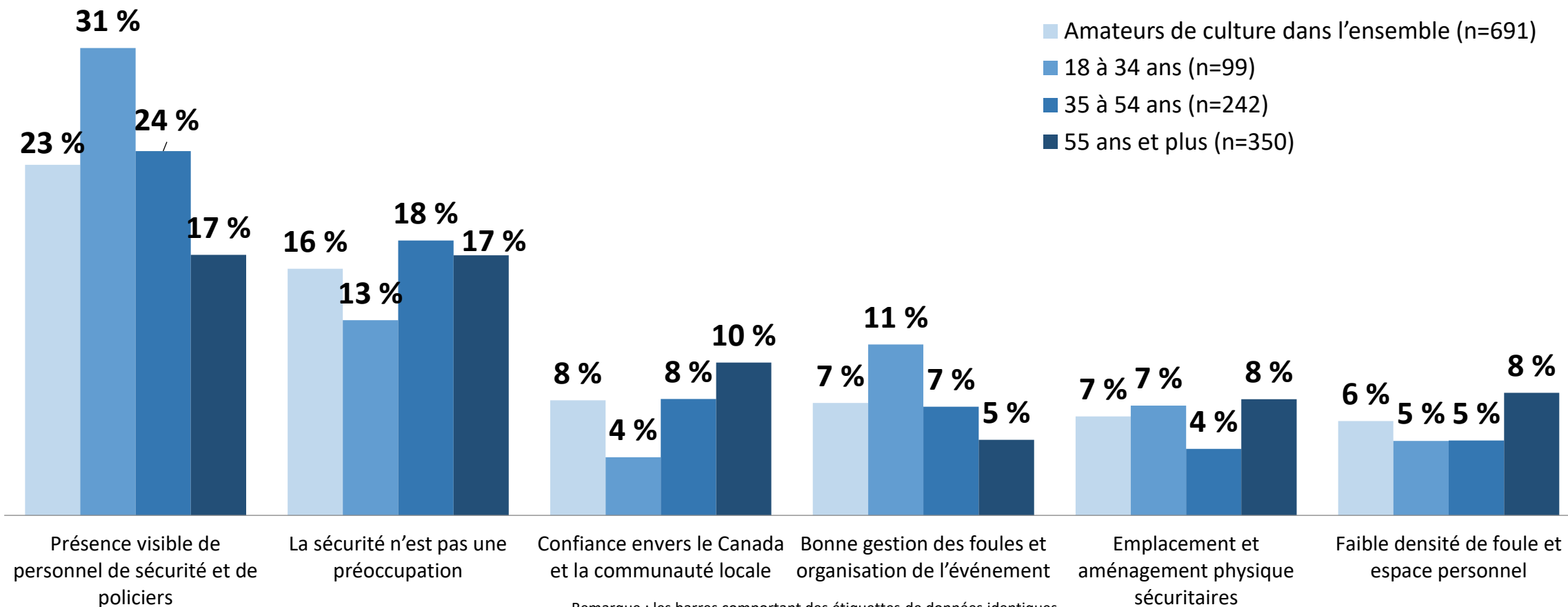
Q – Veuillez classer les obstacles potentiels suivants à la participation d'événements artistiques et culturels qui vous empêcheraient probablement d'assister à un événement qui vous intéresse et que vous pouvez vous permettre, où 1 est le plus susceptible de vous empêcher d'y assister et 2 le deuxième le plus susceptible : [ALÉATOIRE]

PREMIER CHOIX											
	Amateurs de culture 2026-07 (n=862)	Atlantique (n=83)	Québec (n=174)	Ontario (n=304)	Prairies (n=168)	C-B (n=133)	Hommes (n=439)	Femmes (n=423)	18 à 34 ans (n=124)	35 à 54 ans (n=313)	55 ans et plus (n=425)
L'emplacement est trop loin	32,0 %	26,6 %	28,1 %	37,1 %	33,5 %	24,7 %	31,0 %	32,9 %	37,0 %	31,6 %	28,9 %
Préoccupations en matière de sécurité	15,2 %	19,6 %	11,1 %	15,8 %	16,5 %	16,5 %	11,6 %	18,2 %	17,2 %	14,6 %	14,2 %
Faire la queue	13,5 %	11,6 %	15,1 %	12,9 %	10,7 %	16,4 %	16,4 %	11,0 %	12,2 %	13,0 %	14,7 %
Ne pas savoir si je vais apprécier	5,9 %	12,3 %	6,0 %	3,6 %	8,4 %	6,7 %	9,0 %	3,3 %	7,8 %	4,8 %	5,5 %
Obstacles à l'accessibilité	4,2 %	4,0 %	5,7 %	3,6 %	3,8 %	3,6 %	3,4 %	4,8 %	2,2 %	3,5 %	6,1 %
Ne pas savoir combien de temps cela va durer et/ou s'il y aura des pauses	2,5 %	5,5 %	3,6 %	1,0 %	2,4 %	3,6 %	4,0 %	1,3 %	2,4 %	2,8 %	2,4 %
Ne pas pouvoir amener mon/mes enfant(s)/Manque de services de garde d'enfants	1,4 %	-	3,7 %	1,0 %	0,9 %	-	0,4 %	2,2 %	3,8 %	0,3 %	0,6 %
Ne pas comprendre l'étiquette et les règles	0,7 %	-	1,1 %	1,0 %	-	-	0,2 %	1,0 %	1,1 %	0,3 %	0,6 %
Devoir éteindre mon téléphone	0,7 %	-	0,6 %	0,8 %	1,4 %	-	0,6 %	0,7 %	-	1,9 %	0,2 %
Aucune des réponses ci-dessus	18,9 %	16,4 %	20,3 %	16,7 %	17,9 %	25,0 %	18,9 %	18,9 %	12,8 %	21,9 %	20,7 %
Incertain(e)	2,4 %	1,9 %	1,1 %	3,7 %	2,2 %	1,7 %	2,5 %	2,4 %	1,1 %	2,3 %	3,5 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026 n=862 amateurs de culture, précis à $\pm 3,4$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Facteurs contribuant au sentiment de sécurité dans les lieux et lors des événements artistiques et culturels – Réponses les plus fréquentes

Q – [AMATEURS DE CULTURE SEULEMENT] Qu'est-ce qui vous donne un sentiment de sécurité dans un lieu dédié aux arts et à la culture ou lors d'un rassemblement ? [OUVERT]

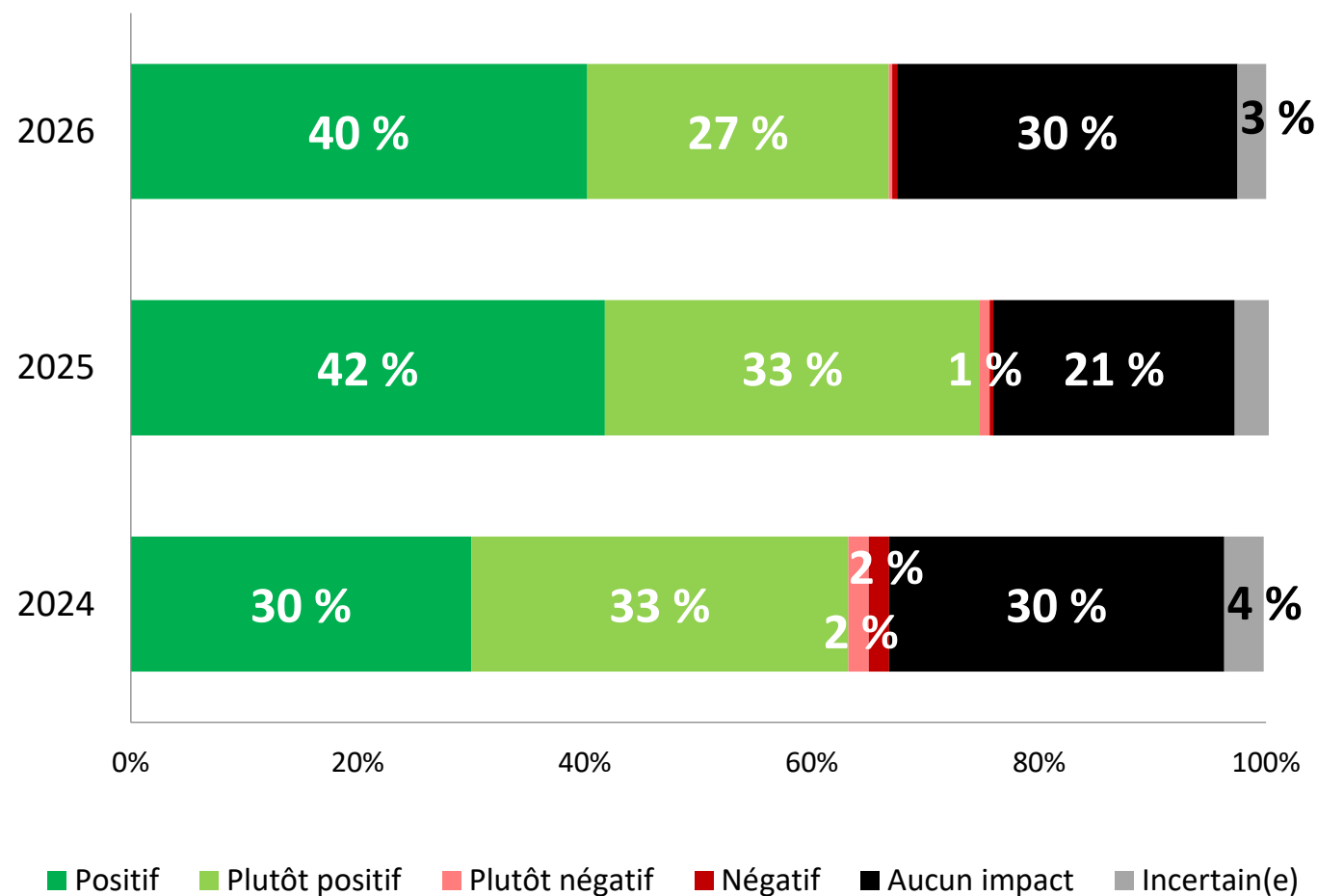


*Pondéré selon la proportion réelle de la population.

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

Remarque : les barres comportant des étiquettes de données identiques peuvent ne pas être parfaitement alignées en raison de l'arrondi. Les étiquettes de données sont arrondies au nombre entier le plus proche.

Q - Est-ce que la participation à des événements artistiques et culturels a un impact positif, plutôt positif, plutôt négatif, négatif ou aucun impact sur votre sentiment d'appartenance au Canada ?



*Pondéré selon la proportion réelle de la population.

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

Impact des événements artistiques et culturels sur le sentiment d'appartenance au Canada – Suivi

2 amateurs de culture sur 3

affirment que les événements artistiques et culturels ont un impact positif ou plutôt positif sur leur sentiment d'appartenance au Canada. Trois sur dix déclarent que ces événements n'ont aucun impact sur leur sentiment d'appartenance, ce qui représente une augmentation par rapport à la vague de 2025, mais demeure comparable au niveau de référence de 2024. Les opinions positives sont principalement motivées par un sentiment de fierté et d'identité canadienne (18 %) ainsi que par le rapprochement communautaire et la convivialité (18 %). Ceux qui déclarent que les événements artistiques et culturels canadiens n'ont aucun impact sur leur sentiment d'appartenance affirment qu'il n'y a aucun lien entre les deux (35 %) et qu'ils se sentent déjà Canadiens sans ces événements (16 %).

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 au 30 juillet 2026, n=874 amateurs de culture, précis à $\pm 3,3$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Raisons de l'impact sur le sentiment d'appartenance au Canada – Principales réponses

Q – Pourquoi avez-vous cette opinion ? [OUVERT]

	Amateurs de culture 2026-07 (n=611)	Positif/Plutôt positif (n=421)	Négatif/Plutôt négatif (n=5)*	Aucun impact (n=172)	Incertain(e) (n=13)*
Fierté et identité canadiennes	13,4 %	17,7 %		4,4 %	
Rapprochement communautaire et convivialité	12,2 %	17,7 %		-	
Aucun lien avec le sentiment d'appartenance	11,3 %	1,8 %		34,6 %	
Plaisir personnel et bien-être	10,1 %	13,0 %		4,2 %	
Apprentissage et appréciation du multiculturalisme	9,2 %	13,4 %		-	
Apprentissage et croissance personnelle	5,4 %	7,9 %		-	
Sentiment d'être déjà Canadien sans les événements	5,3 %	0,8 %		16,4 %	
Arts et culture comme partie fondamentale de la vie et de la nation	5,0 %	7,1 %		0,5 %	
Culture au-delà des frontières nationales	5,0 %	2,0 %		11,5 %	

*Données masquées en raison de la faible taille de l'échantillon.

Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires / Arts et le Centre national des Arts
Population et taille de l'échantillon final	1 104 individus sélectionnés au hasard.
Source de l'échantillon	Panneau de probabilité Nanos
Type d'échantillon	Probabilité
Marge d'erreur	±3,0 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 numéros 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 et 17 h 30 et entre 18 h 30 et 21 h 30, heure locale du répondant.
Dates de l'enquête	Du 28 au 30 juillet 2026.
Langue de l'enquête	L'enquête a été menée en anglais et en français.
Normes	Nanos Research est membre du Conseil de recherche et d'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	Treize pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
Ordre des questions	L'ordre des questions dans le rapport précédent correspond à celui dans lequel elles figuraient dans le questionnaire original.
Contenu des questions	Les sujets abordés dans l'omnibus avant le contenu de l'enquête étaient les suivants : les opinions sur les questions politiques, les opinions sur les questions économiques, les opinions sur les relations entre le Canada et les États-Unis, notamment en matière d'alcool et de commerce, les opinions sur les négociations de l'ACEUM, les opinions sur les dirigeants potentiels du Parti conservateur, les opinions sur la pêche au Canada, les opinions sur l'énergie et les opinions sur le secteur laitier et la gestion de l'offre.
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	Par région, âge et genre



nanos dimap analytika



EthicStratégies

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 des secteurs privé et public et comprend des études de marché, la gestion de la 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 offre 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 en savoir plus sur l'entreprise, veuillez visiter le

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