Généreux, mais peu sollicités : deux amateurs de culture canadiens sur trois affirment ne pas avoir été sollicités pour un don par des organisations artistiques et culturelles, alors que le don moyen prévu augmente de 10 %.



MÉTHODOLOGIE

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, les dons, la proportion des dons reçue par les organisations artistiques et culturelles comparativement à d'autres causes, les motivations à donner aux organisations artistiques et culturelles, les raisons de donner à d'autres causes, la propension à donner à une organisation parce qu'elle est canadienne et les types de dons qu'ils souhaitent faire.

Dans le cadre d'un sondage omnibus, Nanos a mené, du 31 octobre au 2 novembre 2026, un sondage aléatoire hybride par téléphone et en ligne à double base (lignes terrestres et cellulaires) auprès de 1 058 Canadiens âgés de 18 ans ou plus. L'échantillon 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 ±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 :

- Tous les Canadiens
- Amateurs de culture seulement

Dans les tableaux, les cellules présentant des différences statistiquement significatives sont surlignées en jaune.

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

Résultats clés

- **La croyance en la cause, le but ou la mission est maintenant le principal motif de don aux organisations artistiques et culturelles :** La croyance en la cause, le but ou la mission d'une organisation artistique ou culturelle est désormais le principal motif de don des amateurs de culture (69 %, contre 47 % en 2025), tandis que l'importance accordée à l'impact qu'elle a sur la communauté locale a augmenté (63 %, contre 55 %). L'importance du contenu canadien comme motif de don a diminué (43 %, contre 53 % en 2025).
- **La proportion d'amateurs de culture qui font des dons aux arts et à la culture est stable; le don moyen devrait augmenter de 10 % au cours de la prochaine année :** Plus d'un amateur de culture sur trois (37 %, comparativement à 35 % en 2024 et à 36 % en 2023) a déclaré avoir fait un don à des organisations artistiques et culturelles en 2025. Parmi ceux qui ont fait un don aux arts et à la culture, le don moyen déclaré en 2025 s'élevait à 645 $, avec une médiane de 200 $. Pour 2026, des proportions semblables prévoient faire un don (35 %, moyenne de 713 $, médiane de 200 $), ce qui représente une hausse d'environ dix pour cent du montant moyen de don prévu.
- **Le souvenir d'avoir été sollicité pour un don demeure faible :** Comme lors des vagues précédentes, environ deux amateurs de culture sur trois (68 %, 66 % en 2025, 68 % en 2024) ne se souviennent pas d'avoir été sollicités par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don au cours de la dernière année. Environ un tiers se souvient d'avoir été sollicité (32 %, 34 % en 2025, 32 % en 2024).

NANOS

Résultats clés – Suite

- **Les organisations artistiques et culturelles locales continuent de recevoir la plus grande part du total des dons :** Parmi les amateurs de culture qui font des dons aux arts et à la culture, la majorité des dons déclarés continuent d'aller à des organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans leur communauté locale (64 %) plutôt qu'à des organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste (19 %) ou à des organisations artistiques et culturelles nationales (12 %). Ces résultats sont cohérents avec ceux de la vague précédente de recherche menée en 2025.
- **Les amateurs de culture ont consacré près du quart de leurs dons aux arts et à la culture à de nouvelles organisations auxquelles ils n'avaient jamais donné auparavant :** Les amateurs de culture qui font des dons déclarent qu'en moyenne, environ le quart (23 %) de leurs dons sont des premiers dons à une organisation à laquelle ils n'avaient pas donné auparavant, tandis que le reste (77 %) va à des organisations artistiques et culturelles auxquelles ils avaient déjà fait des dons.
- **La part du budget de dons qui va aux arts et à la culture est stable par rapport aux vagues précédentes :** Environ 13 $ sur chaque tranche de 100 $ donnée par les amateurs de culture iraient aux arts et à la culture, tandis que les 87 $ restants vont à d'autres types d'organismes de bienfaisance. Ces résultats sont cohérents avec ceux des vagues précédentes de 2023 à 2025 (de 11 $ à 12 $).

NANOS

Dons aux arts et à la culture – Données démographiques

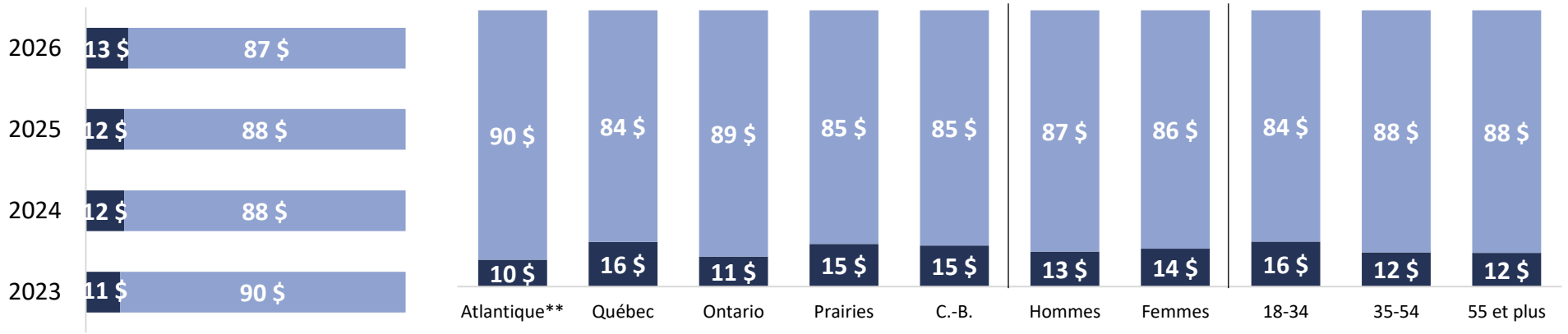


Bien que les amateurs de culture du Québec prévoient donner un montant moindre aux arts et à la culture, une plus grande proportion d'entre eux prévoit faire un don et déclare une plus grande part de son budget de dons consacrée aux arts et à la culture que ceux de l'Ontario ou de la région de l'Atlantique.

Dons prévus déclarés pour 2026

	Canada	Atlantique*	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.	Hommes	Femmes	18-34	35-54	55 et plus
Dons prévus médians pour 2026* **	200 $		150 $	200 $	200 $	200 $	200 $	150 $	100 $	200 $	150 $
Proportion prévoyant faire un don en 2026	34,8 %	32,6 %	41,9 %	32,1 %	34,6 %	31,7 %	32,7 %	36,7 %	27,0 %	32,1 %	42,8 %

Proportion du budget de dons des amateurs de culture (sur 100 $)



*Données ombrées en raison de la petite taille de l'échantillon (n = 25 amateurs de culture de la région de l'Atlantique ; exclut ceux qui n'ont pas fait de don).
**Les données relatives à la région de l'Atlantique (n = 43 amateurs de culture de la région de l'Atlantique) doivent être interprétées avec prudence en raison de la petite taille de l'échantillon.
***Médiane calculée sur la base des amateurs de culture ayant déclaré avoir fait un don ; exclut ceux qui ont indiqué un montant de 0 $.

Business/Arts · National Arts Centre / Centre national des arts · NANOS

Le souvenir des demandes de dons provenant d'organisations artistiques et culturelles est stable depuis 2025

Se souvient d'avoir été sollicité					
	Atlantique (n=78)	Québec (n=173)	Ontario (n=306)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=123)
	22,8 %	**29,1 %**	**33,0 %**	**35,9 %**	**36,9 %**
	Hommes (n=438)	Femmes (n=408)	18 à 34 (n=181)	35 à 54 (n=305)	55 et plus (n=360)
	28,9 %	**35,8 %**	**32,0 %**	**29,0 %**	**35,7 %**
	N'a pas fait de don (n=492)	A donné 100 $ ou moins (n=118)	A donné de 101 $ à 499 $ (n=89)	A donné 500 $ ou plus (n=82)	
	16,3 %	**53,3 %**	**64,7 %**	**72,0 %**	

31 pour cent des amateurs de culture qui font des dons à d'autres types d'organismes, mais pas aux arts et à la culture, disent que c'est parce qu'on ne le leur a pas demandé.

32 %

se souviennent d'avoir été sollicités par une organisation artistique et culturelle pour lui faire un don (34 % en 2025)

68 %

ne se souviennent pas d'avoir été sollicités par une organisation artistique et culturelle pour lui faire un don (66 % en 2025)

Q – Au cours de la dernière année, vous souvenez-vous ou non d'avoir été sollicité(e) par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don ?
Q – Pourquoi donnez-vous de l'argent à d'autres causes, mais pas aux organisations artistiques et culturelles ? (Sélectionner tout ce qui s'applique) [ALÉATOIRE]

Proportion des dons – Types d'organisations

Parmi les amateurs de culture qui font des dons aux arts et à la culture, la majorité de leurs dons continuent d'aller à des organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans leur communauté.

64 %

Organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans votre communauté (59 % en 2025)

19 %

Organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste (21 % en 2025)

12 %

Organisations artistiques et culturelles nationales qui œuvrent dans l'ensemble du Canada (15 % en 2025)

5 %

Autre (5 % en 2025)

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 ? [ALÉATOIRE]

Profils des donateurs

Petits donateurs (don annuel de 100 $ ou moins)

Dons médians
2025 (déclaré) : **100 $**
2026 (prévu) : **100 $**

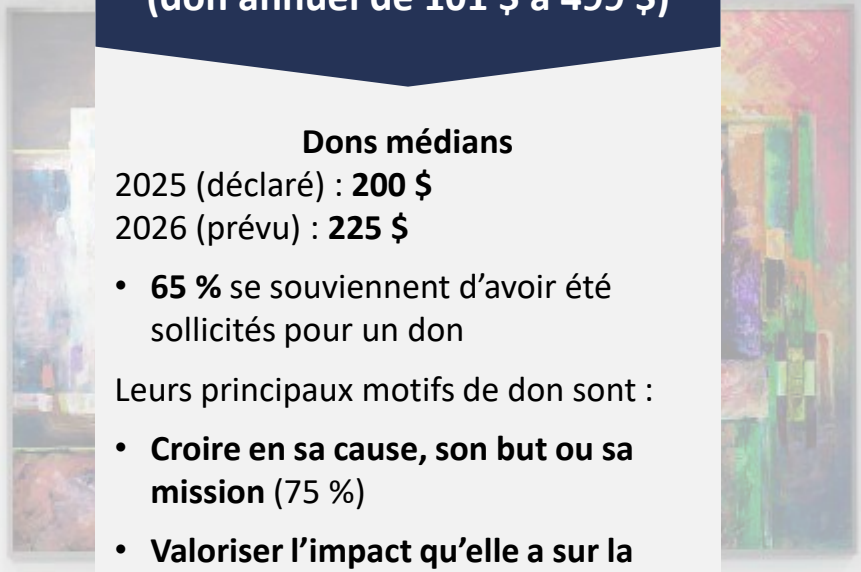
- **53 %** se souviennent d'avoir été sollicités pour un don

Leurs principaux motifs de don sont :

- **Croire en sa cause, son but ou sa mission** (66 %)
- **Valoriser l'impact qu'elle a sur la communauté locale** (62 %)

Le contenu canadien est plus susceptible d'augmenter leurs dons aux arts et à la culture que ceux des donateurs moyens (63 % comparativement à 44 % des donateurs moyens).

Plus susceptibles d'être intéressés à faire un don **supplémentaire lors de l'achat d'un billet** (40 % comparativement à 21 % des grands donateurs).



Donateurs moyens (don annuel de 101 $ à 499 $)

Dons médians
2025 (déclaré) : **200 $**
2026 (prévu) : **225 $**

- **65 %** se souviennent d'avoir été sollicités pour un don

Leurs principaux motifs de don sont :

- **Croire en sa cause, son but ou sa mission** (75 %)
- **Valoriser l'impact qu'elle a sur la communauté locale** (63 %)

Plus susceptibles d'être intéressés **par des paiements automatiques récurrents** (20 % comparativement à deux pour cent des petits donateurs).

Grands donateurs (don annuel de 500 $ ou plus)

Dons médians
2025 (déclaré) : **500 $**
2026 (prévu) : **600 $**

- **72 %** se souviennent d'avoir été sollicités pour un don

Leurs principaux motifs de don sont :

- **Croire en sa cause, son but ou sa mission** (72 %)
- **Valoriser l'impact qu'elle a sur la communauté locale** (65 %)

Plus susceptibles que les donateurs moyens d'être motivés à donner s'ils **tirent des bénéfices personnels de l'organisation** (41 %)

Plus susceptibles d'être intéressés à faire des **dons de fin d'année** (36 % comparativement à 26 % des petits donateurs)

*Les lecteurs doivent noter que, dans le cadre de cette enquête, un participant a déclaré avoir fait un don de 30 000 dollars, ce qui influe sur la moyenne.

Évolution des principales motivations pour donner aux organisations culturelles ou artistiques

69 %

47 % en 2025
52 % en 2024

Je crois à sa cause, son but ou sa mission

63 %

55 % en 2025
52 % en 2024

Je valorise l'impact qu'elle a sur la communauté locale

54 %

49 % en 2025
42 % en 2024

Je rends ma part à la communauté

43 %

53 % en 2025

Je veux appuyer la culture canadienne

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

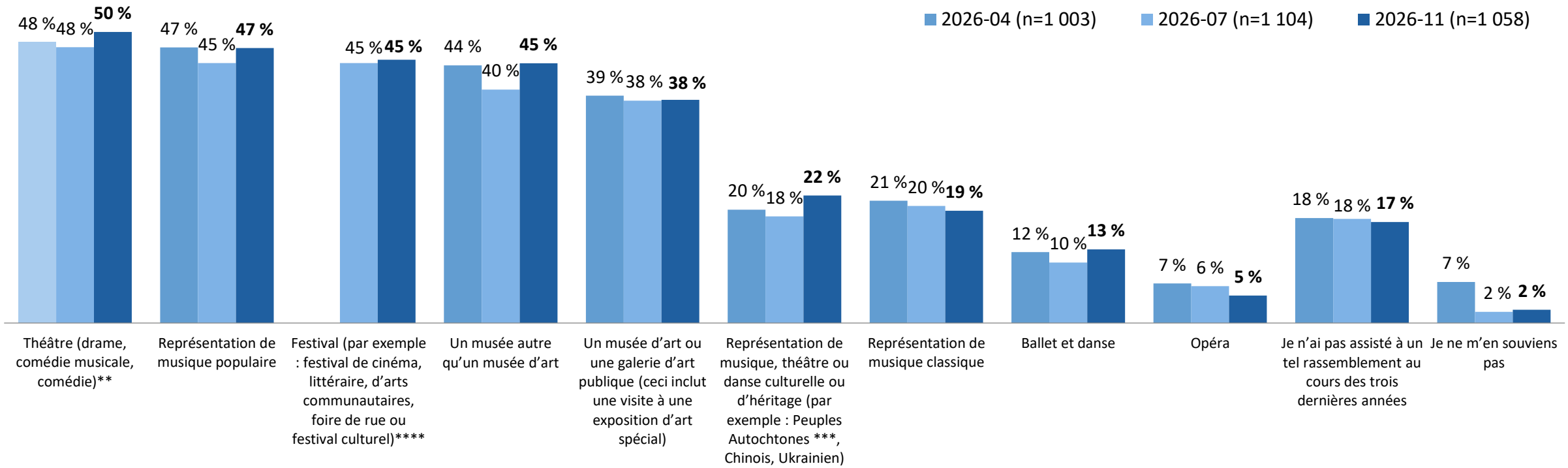


Fréquentation passée et prévue des activités artistiques et culturelles

© NANOS RESEARCH

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) ».
***Texte affiché « Peuples Autochtones » dans la vague d'avril 2026.
**** 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.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=1 058 Canadiens, précis à ±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Fréquentation d'activités artistiques et culturelles au cours des 3 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 2026-11 (n=1 058)	Non-amateurs de culture* (n=212)	Amateurs de culture occasionnels* (n=464)	Amateurs de culture assidus* (n=382)
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	50,1 %	-	41,9 %	86,5 %
Représentation de musique populaire	47,4 %	-	42,4 %	78,5 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	45,4 %	-	34,2 %	82,6 %
Un musée autre qu'un musée d'art	44,8 %	-	33,0 %	82,4 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	38,5 %	-	21,2 %	79,2 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	22,0 %	-	12,3 %	45,0 %
Représentation de musique classique	19,3 %	-	8,7 %	42,1 %
Ballet et danse	12,7 %	-	4,7 %	28,8 %
Opéra	4,7 %	-	2,3 %	10,1 %
Je n'ai pas assisté à un tel rassemblement au cours des trois dernières années	17,4 %	88,5 %	-	-
Je ne m'en souviens pas	2,3 %	11,5 %	-	-

*Remarque : Les amateurs de culture assidus sont ceux qui ont assisté à quatre types différents de rassemblements artistiques et culturels ou plus au cours des trois dernières années, les amateurs de culture occasionnels sont ceux qui ont assisté à un à trois types différents de rassemblements artistiques et culturels au cours des trois dernières années, et les non-amateurs de culture sont ceux qui n'ont assisté à aucun rassemblement artistique ou culturel au cours des trois dernières années.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=1 058 Canadiens, précis à ±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Fréquentation d'activités artistiques et culturelles au cours des 3 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 2026-11 (n=1 058)	Atlantique (n=102)	Québec (n=216)	Ontario (n=371)	Prairies (n=216)	C.-B. (n=153)	Hommes (n=552)	Femmes (n=506)	18 à 34 (n=213)	35 à 54 (n=371)	55 et plus (n=474)
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	50,1 %	49,1 %	40,4 %	57,8 %	50,2 %	45,4 %	45,4 %	54,7 %	50,7 %	51,2 %	49,0 %
Représentation de musique populaire	47,4 %	42,8 %	54,2 %	44,2 %	42,7 %	53,0 %	48,2 %	46,6 %	51,2 %	49,0 %	43,6 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	45,4 %	41,4 %	40,0 %	48,1 %	45,4 %	48,6 %	41,6 %	49,0 %	55,6 %	47,3 %	37,2 %
Un musée autre qu'un musée d'art	44,8 %	33,9 %	39,7 %	47,5 %	49,9 %	44,2 %	44,2 %	45,3 %	54,5 %	42,6 %	40,1 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	38,5 %	29,7 %	32,5 %	42,7 %	37,8 %	41,3 %	35,1 %	41,6 %	46,9 %	37,1 %	34,1 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	22,0 %	23,2 %	13,5 %	21,6 %	27,7 %	29,2 %	21,2 %	22,7 %	33,5 %	19,3 %	16,5 %
Représentation de musique classique	19,3 %	12,0 %	23,2 %	21,4 %	15,5 %	15,5 %	16,7 %	21,9 %	16,0 %	17,7 %	22,8 %
Ballet et danse	12,7 %	12,2 %	16,3 %	12,6 %	8,9 %	12,1 %	9,0 %	16,3 %	14,1 %	10,3 %	13,7 %
Opéra	4,7 %	-	6,4 %	4,2 %	5,2 %	5,2 %	3,1 %	6,4 %	6,0 %	4,6 %	4,0 %
Je n'ai pas assisté à un tel rassemblement au cours des trois dernières années	17,4 %	19,3 %	19,4 %	15,2 %	19,7 %	16,5 %	18,5 %	16,3 %	14,0 %	15,7 %	20,9 %
Je ne m'en souviens pas	2,3 %	2,6 %	2,3 %	2,1 %	2,5 %	2,2 %	2,1 %	2,4 %	1,3 %	2,3 %	2,9 %

*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

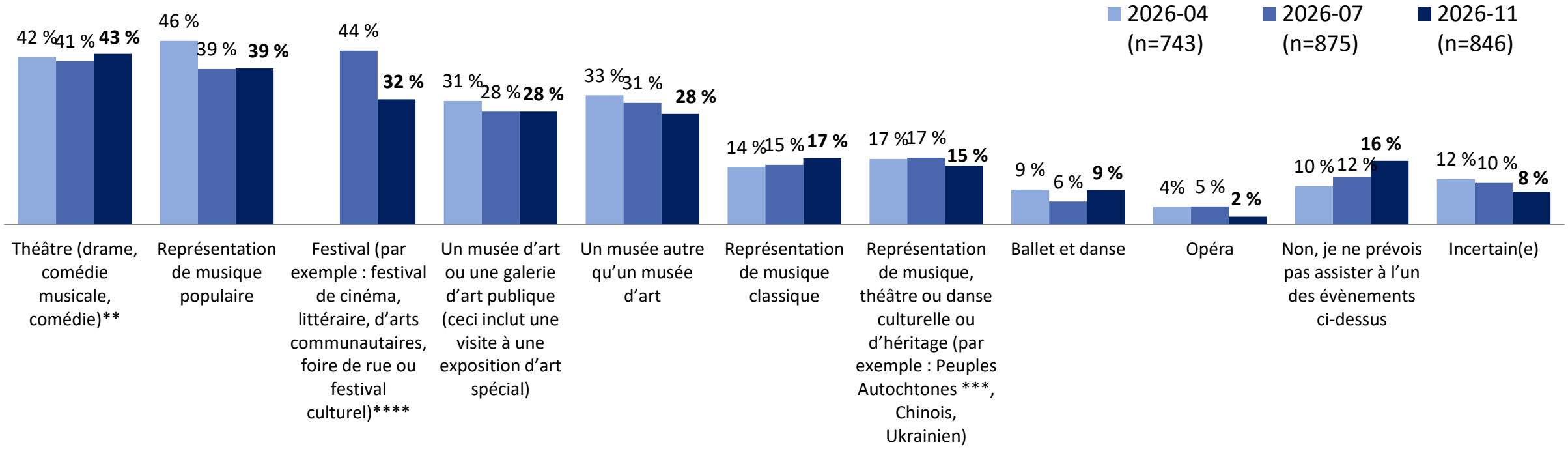
Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=1 058 Canadiens, précis à ±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

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) ».
***Texte affiché « Peuples Autochtones » dans la vague d'avril 2026.
**** 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.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

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 2026-11 (n=846)	Atlantique (n=78)	Québec (n=173)	Ontario (n=306)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=123)	Hommes (n=438)	Femmes (n=408)	18 à 34 (n=181)	35 à 54 (n=305)	55 et plus (n=360)
Théâtre (drame, comédie musicale, comédie)	43,0 %	34,8 %	39,2 %	44,9 %	47,1 %	42,1 %	39,5 %	46,2 %	39,2 %	44,0 %	44,8 %
Représentation de musique populaire	39,3 %	34,6 %	43,0 %	40,1 %	30,9 %	43,5 %	41,3 %	37,5 %	37,6 %	40,7 %	39,4 %
Festival (par exemple : festival de cinéma, littéraire, d'arts communautaires, foire de rue ou festival culturel)	31,5 %	33,0 %	26,1 %	32,8 %	29,8 %	38,0 %	29,4 %	33,5 %	33,6 %	35,3 %	26,9 %
Un musée d'art ou une galerie d'art publique (ceci inclut une visite à une exposition d'art spécial)	28,4 %	19,3 %	31,5 %	28,0 %	26,8 %	30,9 %	22,8 %	33,7 %	29,3 %	30,9 %	25,7 %
Un musée autre qu'un musée d'art	27,9 %	21,1 %	26,8 %	27,8 %	34,8 %	24,4 %	26,2 %	29,4 %	30,4 %	24,7 %	28,6 %
Représentation de musique classique	16,7 %	14,5 %	16,6 %	18,6 %	14,9 %	14,8 %	14,1 %	19,2 %	16,1 %	15,3 %	18,4 %
Représentation de musique, théâtre ou danse culturelle ou d'héritage (par exemple : Peuples Autochtones, Chinois, Ukrainien)	14,8 %	22,0 %	10,0 %	16,0 %	13,0 %	17,8 %	13,6 %	15,9 %	15,3 %	13,6 %	15,4 %
Ballet et danse	8,6 %	17,3 %	8,3 %	8,6 %	6,5 %	7,8 %	5,5 %	11,6 %	12,4 %	7,2 %	7,1 %
Opéra	2,0 %	1,3 %	3,5 %	2,4 %	0,5 %	0,6 %	1,9 %	2,1 %	1,7 %	2,6 %	1,8 %
Non, je ne prévois pas assister à l'un des évènements ci-dessus	16,0 %	15,3 %	17,3 %	15,6 %	13,6 %	18,4 %	17,9 %	14,3 %	18,6 %	15,5 %	14,6 %
Incertain(e)	8,2 %	17,5 %	6,4 %	7,8 %	8,0 %	8,1 %	6,9 %	9,4 %	6,0 %	5,9 %	11,7 %

*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 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS


Canada
100
BANQUE DU CANADA 100
SIR ROBERT L. BORDEN, PRIME MINISTER / PREMIER MINISTRE
THE WEST BLOCK OF PARLIAMENT / L'ÉDIFICE DE L'OUEST DU PARLEMENT
20

Dons

© NANOS RESEARCH



Dons versés en 2025 à des organisations artistiques et culturelles

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

Dons déclarés pour l'année…

RÉPONSES PRINCIPALES

	2025 (n=781)	2024 (n=820)	2023 (n=815)	2022 (n=771)
Moyenne*	**645,16 $**	**506,36 $**	**363,40 $**	**315,00 $**
Médiane*	**200,00 $**	**200,00 $**	**120,00 $**	**100,00 $**
0 $	63,5 %	64,8 %	64,4 %	69,1 %
100 $	8,7 %	8,9 %	9,8 %	8,3 %
500 $	5,6 %	2,8 %	3,0 %	3,0 %
200 $	3,6 %	5,0 %	4,5 %	3,0 %
50 $	2,8 %	4,7 %	3,8 %	4,5 %

*Moyenne et médiane calculées selon l'échantillon des personnes qui déclarent faire un don; exclut celles ayant répondu 0 $.
*Les lecteurs doivent noter que, dans cette vague de recherche, un répondant a déclaré avoir donné 30 000 $, ce qui influe sur la moyenne.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=781 amateurs de culture, précis à ±3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

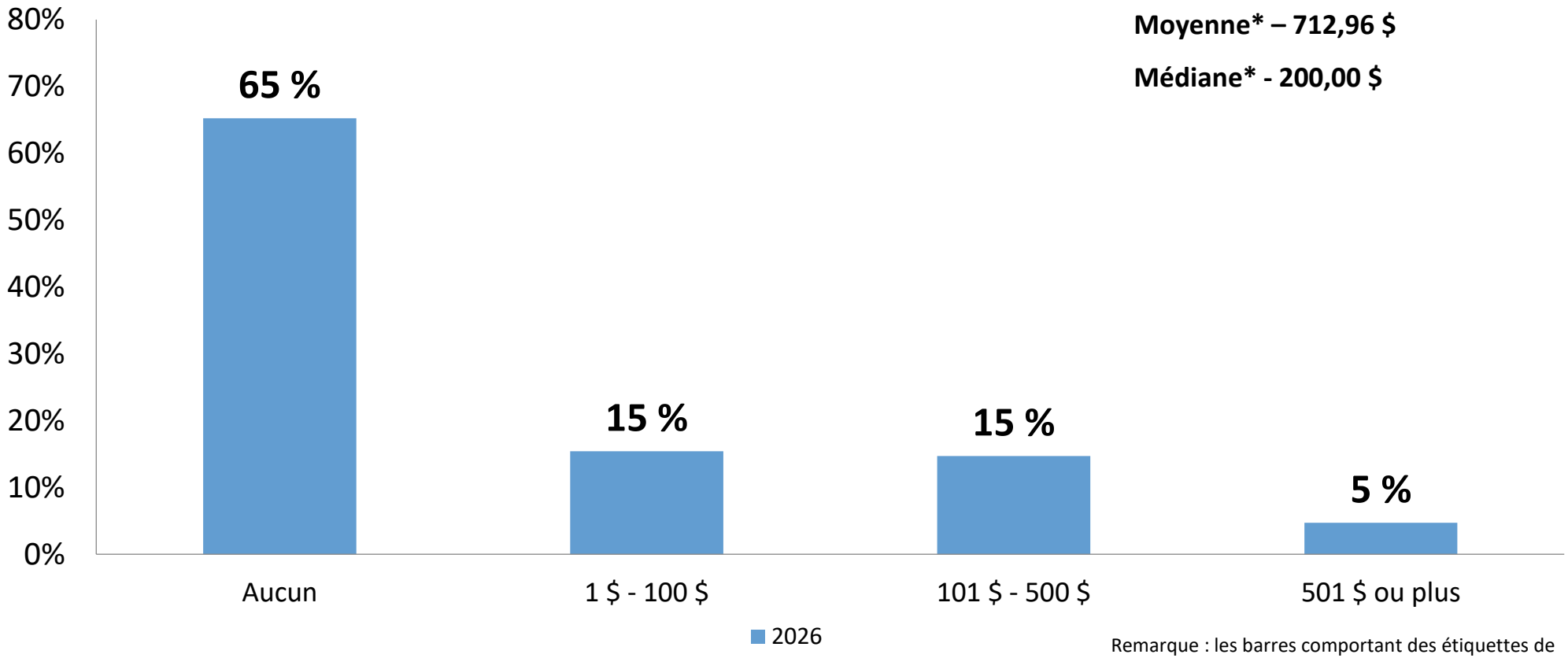
Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Dons prévus en 2026 à des organisations artistiques et culturelles



Q – En 2026, combien envisagez-vous donner à des organisations artistiques / culturelles, le cas échéant? _____ $



Moyenne* – 712,96 $

Médiane* - 200,00 $

*Moyenne et médiane calculées selon l'échantillon des personnes qui déclarent faire un don; exclut celles ayant répondu 0 $.

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.

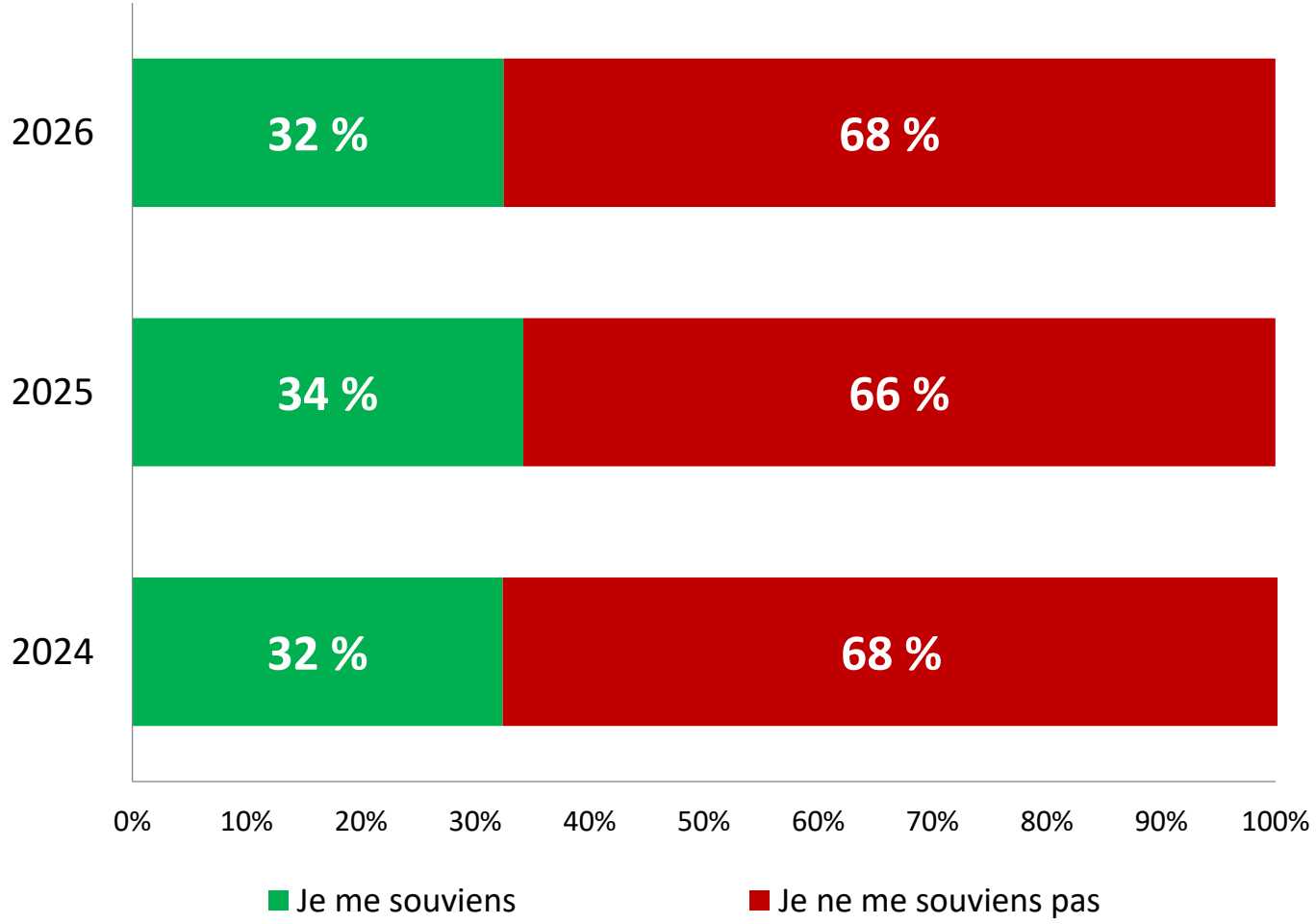
Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=775 amateurs de culture, précis à ±3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

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

Environ un amateur de culture sur trois (32 %) dit se souvenir d'avoir été sollicité par une organisation artistique ou culturelle pour faire un don, tandis que plus de deux sur trois (68 %) disent ne pas s'en souvenir. Ces résultats demeurent cohérents avec ceux des vagues précédentes.



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

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

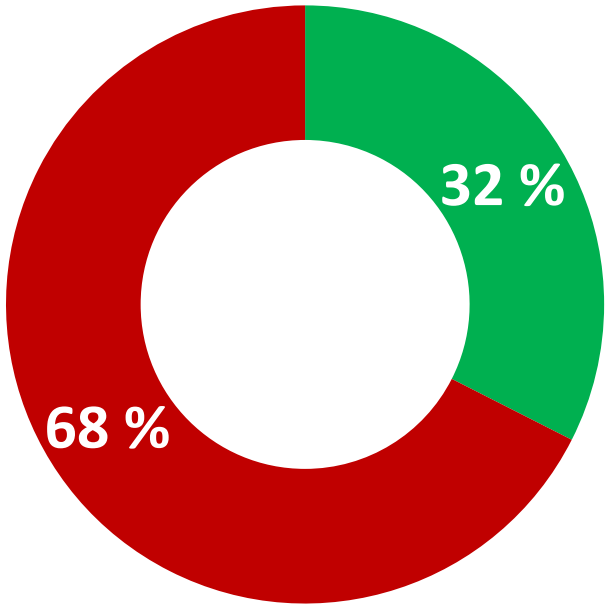
Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts
NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS
NANOS

© NANOS RESEARCH

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(e) par une organisation artistique ou culturelle pour lui faire un don ?



Je me souviens

Atlantique (n=78)	Québec (n=173)	Ontario (n=306)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=123)
22,8 %	**29,1 %**	**33,0 %**	**35,9 %**	**36,9 %**

Hommes (n=438)	Femmes (n=408)	18 à 34 (n=181)	35 à 54 (n=305)	55 et plus (n=360)
28,9 %	**35,8 %**	**32,0 %**	**29,0 %**	**35,7 %**

Je ne me souviens pas

Atlantique (n=78)	Québec (n=173)	Ontario (n=306)	Prairies (n=166)	C.-B. (n=123)
77,2 %	**70,9 %**	**67,0 %**	**64,1 %**	**63,1 %**

Hommes (n=438)	Femmes (n=408)	18 à 34 (n=181)	35 à 54 (n=305)	55 et plus (n=360)
71,1 %	**64,2 %**	**68,0 %**	**71,0 %**	**64,3 %**

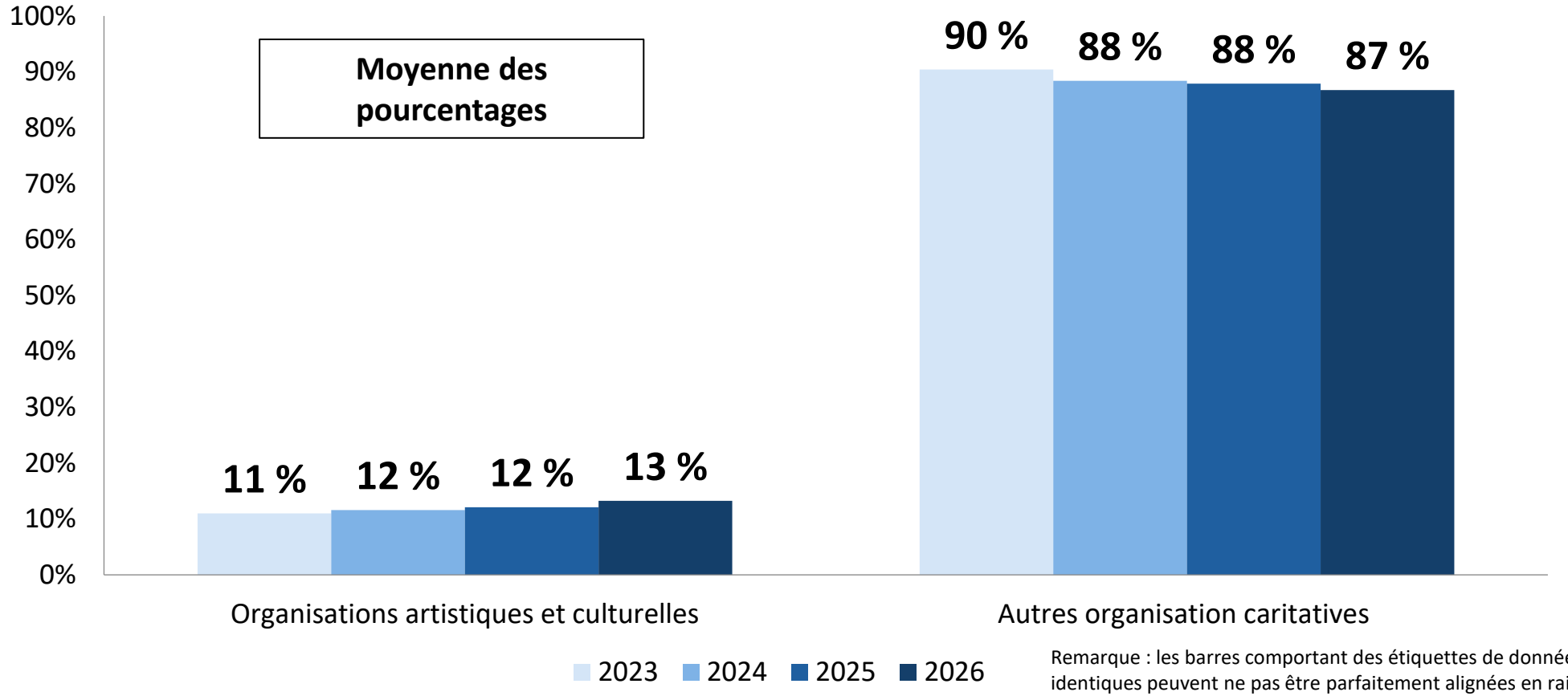
*Pondéré selon la proportion réelle de la population.
*Les graphiques peuvent ne pas totaliser 100 en raison de l'arrondissement.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts · National Arts Centre / Centre national des arts · NANOS

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.) ?



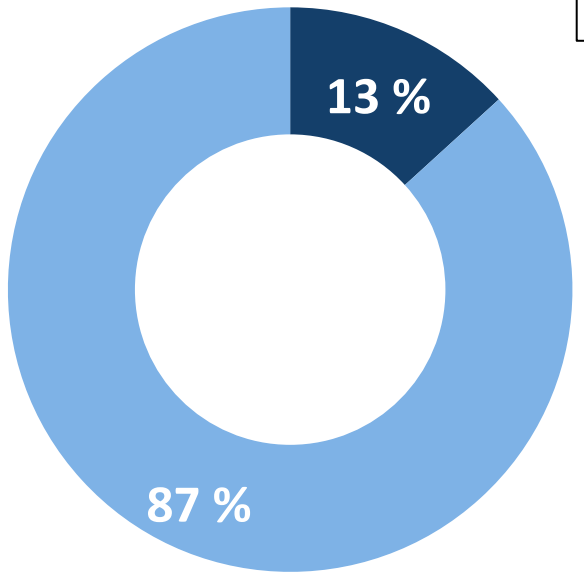
Remarque : les barres comportant des étiquettes de données identiques peuvent ne pas être parfaitement alignées en raison de l'arrondi. Les étiquettes de données sont arrondies au nombre entier le plus proche.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=590 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis à ±4,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

© NANOS RESEARCH

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=43)	Québec (n=116)	Ontario (n=240)	Prairies (n=115)	C.-B. (n=76)
	9,7 %	**16,2 %**	**10,9 %**	**15,4 %**	**14,8 %**
	Hommes (n=273)	Femmes (n=317)	18 à 34 (n=143)	35 à 54 (n=191)	55 et plus (n=257)
	12,6 %	**13,7 %**	**16,3 %**	**12,4 %**	**12,2 %**

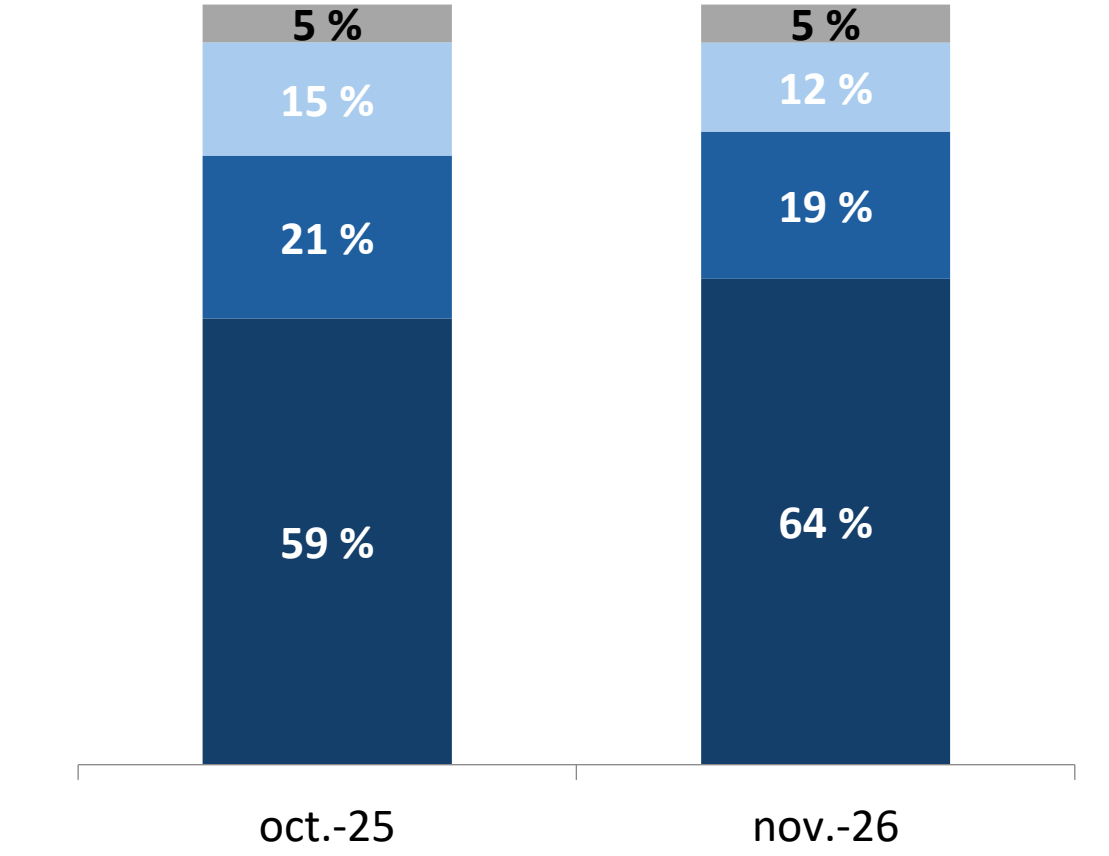
*Pondéré selon la proportion réelle de la population.
*Les graphiques peuvent ne pas totaliser 100 en raison de l'arrondissement.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=590 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis à ±4,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Dons aux différents types d'organisations artistiques et culturelles



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

Organisations artistiques et culturelles locales qui œuvrent dans leur communauté

Atlantique (n=17)*	Québec (n=55)	Ontario (n=106)	Prairies (n=46)	C.-B. (n=36)
	56,7 %	56,3 %	71,2 %	82,8 %

Hommes (n=114)	Femmes (n=147)	18 à 34 (n=63)	35 à 54 (n=74)	55 et plus (n=124)
61,3 %	65,9 %	58,9 %	68,3 %	63,8 %

Organisations artistiques et culturelles qui œuvrent dans une région plus vaste

Atlantique (n=17)*	Québec (n=55)	Ontario (n=106)	Prairies (n=46)	C.-B. (n=36)
	27,6 %	20,3 %	15,9 %	10,4 %

Hommes (n=114)	Femmes (n=147)	18 à 34 (n=63)	35 à 54 (n=74)	55 et plus (n=124)
20,1 %	18,8 %	25,1 %	14,7 %	19,3 %

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 ? [ALÉATOIRE]

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=261 amateurs de culture qui déclarent faire des dons aux arts et à la culture, précis à ±6,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts
NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS
NANOS

© NANOS RESEARCH

Premier don par rapport aux dons répétés aux organisations artistiques et culturelles

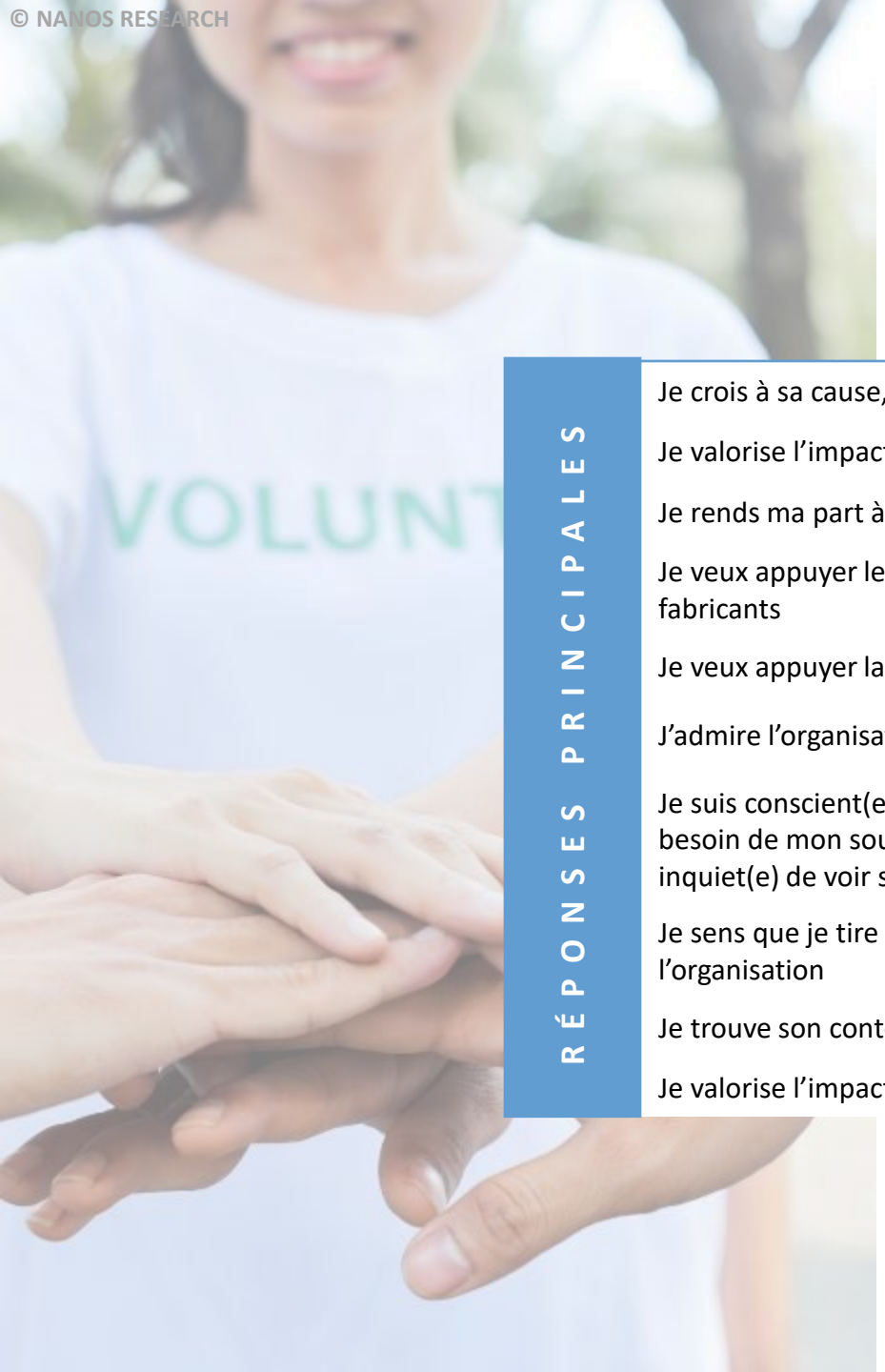
Q – Si vous considérez le montant total de vos dons versés à des organisations artistiques et culturelles au cours des 12 derniers mois, quelle proportion a été versée à chacun des types d'organisations suivants? [ALÉATOIRE]

	Dons déclarés pour l'année…	
2026-11 (n=269)	**Premier don à une organisation à laquelle vous n'aviez jamais fait de don auparavant**	**Organisations artistiques et culturelles auxquelles vous aviez déjà fait des dons**
Moyenne*	**22,53 $**	**77,47 $**
Médiane*	**0,0 $**	**100,00 $**
0 $	59,7 %	11,9 %
10 $ à 25 $	13,2 %	2,8 %
30 $ à 40 $	1,6 %	1,3 %
50 $	9,4 %	9,4 %
60 $ à 90 $	4,1 %	14,8 %
100 $	11,9 %	59,7 %

*Moyenne et médiane calculées selon l'échantillon des personnes qui déclarent faire un don; exclut celles ayant répondu 0 $.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=269 amateurs de culture qui déclarent faire des dons aux arts et à la culture, précis à ±6,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

© NANOS RESEARCH



Motivations pour faire un don à une organisation artistique et 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) [ALÉATOIRE]

RÉPONSES PRINCIPALES

	2026-11 (n=285)*	2025-11 (n=306)*	2024-11 (n=275)*
Je crois à sa cause, son but ou sa mission	**68,9 %**	**47,0 %**	**52,5 %**
Je valorise l'impact qu'elle a sur la communauté locale	**63,3 %**	**55,3 %**	**51,9 %**
Je rends ma part à la communauté	**53,7 %**	**48,8 %**	**42,3 %**
Je veux appuyer les artistes, les créateurs et/ou les fabricants	**53,3 %**	**53,9 %**	**53,0 %**
Je veux appuyer la culture canadienne***	**43,4 %**	**52,7 %**	**N/A**
J'admire l'organisation	**39,3 %**	**33,2 %**	**37,0 %**
Je suis conscient(e) que l'organisation culturelle a besoin de mon soutien financier pour exister/je suis inquiet(e) de voir son financement diminuer**	**37,0 %**	**41,5 %**	**41,6 %**
Je sens que je tire des bénéfices personnels de l'organisation	**31,7 %**	**32,7 %**	**32,9 %**
Je trouve son contenu captivant	**26,5 %**	**30,5 %**	**23,2 %**
Je valorise l'impact qu'elle a sur le monde	**19,1 %**	**29,0 %**	**33,3 %**

*Fondé sur plusieurs mentions.
**Dans la vague de 2024, l'option de réponse comprenait seulement « Je suis conscient(e) que l'organisation culturelle a besoin de mon soutien financier pour exister ».
***Option de réponse ajoutée en 2025

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=285 amateurs de culture qui déclarent faire des dons aux arts et à la culture, précis à ±6,1 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts · National Arts Centre / Centre national des arts · NANOS

© NANOS RESEARCH



Raisons de faire un don à des organisations autres que les organisations artistiques et culturelles

Q – [SI 0 POUR LES ORGANISATIONS ARTISTIQUES ET CULTURELLES] Pourquoi donnez-vous de l'argent à d'autres causes, mais pas aux organisations artistiques et culturelles ? (Sélectionner tout ce qui s'applique) [ALÉATOIRE]

RÉPONSES PRINCIPALES	Fréquence 2026-11 (n=413)	2023-10 (n=365)
On ne m'a pas demandé de le faire	31,0 %	23,4 %
Les taxes que je paie soutiennent déjà les organisations artistiques et culturelles	27,7 %	32,4 %
Je donne à une cause seulement (pas aux arts et à la culture)	21,2 %	19,2 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas d'importance personnelle pour moi	20,5 %	33,3 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas le même impact sur la communauté ou le monde	15,9 %	21,6 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas besoin de financement	1,9 %	5,7 %
Autre	22,0 %	1,3 %

*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 31 octobre au 2 novembre 2026, n=413 amateurs de culture qui ne déclarent pas faire de dons à des organisations culturelles, précis à ±4,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Raisons de faire un don à des organisations autres que les organisations artistiques et culturelles – Données démographiques

Q – [SI 0 POUR LES ORGANISATIONS ARTISTIQUES ET CULTURELLES] Pourquoi donnez-vous de l'argent à d'autres causes, mais pas aux organisations artistiques et culturelles ? (Sélectionner tout ce qui s'applique) [ALÉATOIRE]

	2026-11 (n=413)	Atlantique (n=41)	Québec (n=71)	Ontario (n=152)	Prairies (n=87)	C.-B. (n=62)	Hommes (n=217)	Femmes (n=196)	18 à 34 (n=79)	35 à 54 (n=155)	55 et plus (n=179)
On ne m'a pas demandé de le faire	31,0 %	40,9 %	39,4 %	34,1 %	16,9 %	24,6 %	33,5 %	28,5 %	34,7 %	26,7 %	32,5 %
Les taxes que je paie soutiennent déjà les organisations artistiques et culturelles	27,7 %	26,1 %	26,2 %	22,4 %	40,3 %	29,0 %	33,6 %	21,8 %	24,7 %	29,4 %	28,1 %
Je donne à une cause seulement (pas aux arts et à la culture)	21,2 %	18,2 %	39,4 %	19,1 %	14,0 %	14,0 %	21,0 %	21,5 %	19,6 %	19,4 %	23,9 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas d'importance personnelle pour moi	20,5 %	35,8 %	8,5 %	19,4 %	29,0 %	20,7 %	22,2 %	18,8 %	16,0 %	22,3 %	21,8 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas le même impact sur la communauté ou le monde	15,9 %	19,2 %	12,9 %	14,0 %	25,2 %	11,7 %	19,7 %	12,1 %	20,0 %	12,8 %	16,1 %
Les organisations artistiques et culturelles n'ont pas besoin de financement	1,9 %	-	2,2 %	2,0 %	0,9 %	3,4 %	1,8 %	2,0 %	-	1,8 %	3,2 %
Autre	22,0 %	10,5 %	11,6 %	25,1 %	26,4 %	27,3 %	18,6 %	25,4 %	26,1 %	25,5 %	16,4 %

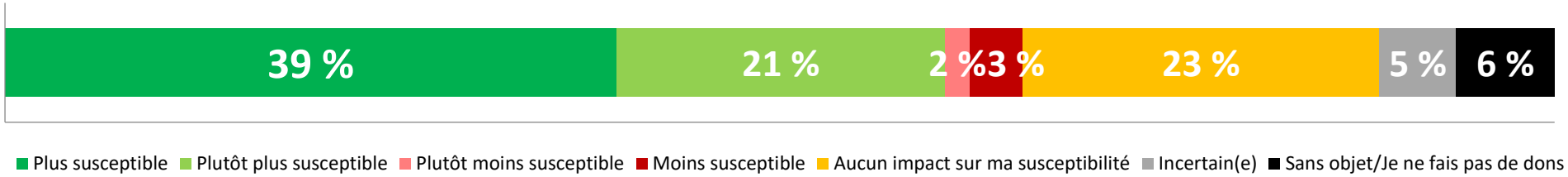
*Tableaux à fréquences multiples fondés sur plusieurs réponses.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=413 amateurs de culture qui ne déclarent pas faire de dons à des organisations culturelles, précis à ±4,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

© NANOS RESEARCH

Probabilité de faire un don à une organisation artistique ou culturelle parce qu'elle est canadienne et/ou produit du contenu canadien

Q – Êtes-vous plus susceptible, plutôt plus susceptible, plutôt moins susceptible ou moins susceptible de faire un don à une organisation artistique ou culturelle parce qu'elle est canadienne et/ou produit du contenu canadien, ou cela n'a-t-il aucun impact sur votre susceptibilité à faire un don?



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

3 amateurs de culture sur 5

affirment être plus susceptibles ou plutôt plus susceptibles de faire un don à une organisation artistique ou culturelle parce qu'elle est canadienne et/ou produit du contenu canadien. Par ailleurs, cinq pour cent se disent moins susceptibles de le faire, à un degré ou à un autre. Un peu moins d'un sur quatre affirme que cela n'aura aucun impact sur sa propension à donner.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=698 amateurs de culture, précis à ±3,7 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

© NANOS RESEARCH

Probabilité de faire un don à une organisation artistique ou culturelle parce qu'elle est canadienne et/ou produit du contenu canadien – Selon les données démographiques

Q – Êtes-vous plus susceptible, plutôt plus susceptible, plutôt moins susceptible ou moins susceptible de faire un don à une organisation artistique ou culturelle parce qu'elle est canadienne et/ou produit du contenu canadien, ou cela n'a-t-il aucun impact sur votre susceptibilité à faire un don?

	2026-11 (n=698)	Atlantique (n=68)	Québec (n=119)	Ontario (n=259)	Prairies (n=150)	C.-B. (n=102)	Hommes (n=355)	Femmes (n=343)	18-34 (n=131)	35-54 (n=245)	55 et plus (n=322)
Plus susceptible	39,5 %	34,7 %	41,5 %	39,2 %	38,5 %	40,8 %	33,4 %	44,9 %	32,4 %	36,0 %	46,2 %
Plutôt plus susceptible	21,2 %	25,8 %	16,8 %	23,4 %	20,1 %	20,3 %	23,3 %	19,3 %	27,0 %	20,7 %	18,2 %
Plutôt moins susceptible	1,6 %	1,1 %	2,8 %	1,5 %	1,9 %	0,0 %	2,6 %	0,7 %	3,4 %	0,3 %	1,4 %
Moins susceptible	3,4 %	4,1 %	6,2 %	2,4 %	2,0 %	4,1 %	2,3 %	4,4 %	1,5 %	4,7 %	3,6 %
Aucun impact sur ma susceptibilité	23,0 %	20,5 %	23,8 %	21,0 %	28,0 %	22,4 %	23,3 %	22,8 %	23,7 %	28,1 %	18,8 %
Incertain(e)	4,9 %	3,6 %	2,6 %	7,1 %	5,0 %	2,7 %	7,8 %	2,4 %	5,9 %	5,8 %	3,7 %
Sans objet/Je ne fais pas de dons	6,4 %	10,1 %	6,4 %	5,4 %	4,5 %	9,7 %	7,4 %	5,5 %	6,1 %	4,4 %	8,0 %

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=698 amateurs de culture, précis à ±3,7 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

© NANOS RESEARCH

Facteurs favorisant l'augmentation des dons aux organisations artistiques et culturelles

Q – Laquelle des propositions suivantes est la plus susceptible d'augmenter le montant de vos dons aux organisations artistiques et culturelles ? Veuillez classer les propositions suivantes, 1 étant la plus susceptible d'augmenter le montant de vos dons aux organisations artistiques et culturelles et 2 la deuxiè [ALÉATOIRE][JUSQU'À 2 RANGS]

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

RÉPONSES PRINCIPALES	2026-11 (n=846)	N'a pas fait de don (n=492)	A donné 100 $ ou moins (n=118)	A donné de 101 $ à 499 $ (n=89)	A donné 500 $ ou plus (n=82)
Si j'étais conscient(e) d'un besoin immédiat ou d'une crise affectant l'organisation artistique ou culturelle	23,1 %	19,5 %	24,9 %	35,4 %	31,5 %
Si je comprenais comment le don sera utilisé	22,6 %	22,6 %	26,7 %	25,2 %	16,7 %
Si j'étais plus familier(ère) avec les organisations culturelles et artistiques et leurs activités	17,8 %	15,2 %	25,8 %	16,0 %	24,8 %
Rien/Je donne déjà autant que je peux	11,5 %	14,2 %	3,7 %	4,6 %	9,7 %
Si j'entendais une histoire ou un exemple de quelqu'un qui a bénéficié de l'organisation culturelle ou artistique	10,1 %	10,5 %	11,4 %	11,0 %	10,6 %
Si on me demandait de faire des dons plus fréquemment	1,5 %	1,9 %	-	1,3 %	-
Si j'avais la possibilité de m'inscrire à un programme de dons automatiques d'un montant fixe prélevé chaque mois sur mon compte bancaire	0,9 %	-	1,6 %	2,4 %	2,0 %
Autre	8,1 %	11,0 %	4,8 %	1,6 %	2,3 %
Incertain(e)	4,3 %	5,1 %	1,0 %	2,6 %	2,2 %

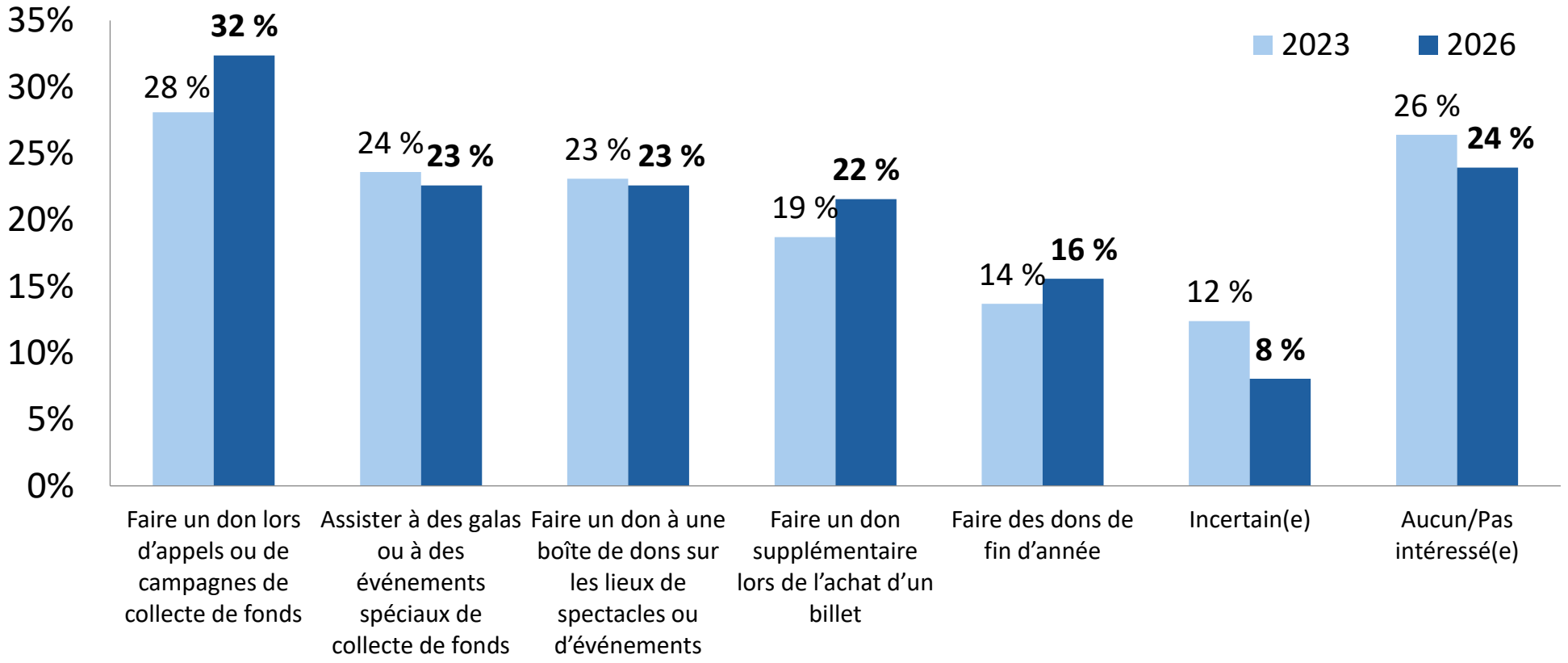
Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

© NANOS RESEARCH

Types de dons que les amateurs de culture souhaitent faire

Q – Parmi les types de dons suivants, quels sont ceux que vous souhaiteriez faire à des organisations artistiques et culturelles ? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent) [ALÉATOIRE]



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.

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 31 octobre au 2 novembre 2026, n=846 amateurs de culture qui déclarent faire des dons, précis à ±3,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Business/Arts NATIONAL ARTS CENTRE CENTRE NATIONAL DES ARTS NANOS

Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires / Arts et le Centre national des Arts
Population et taille de l'échantillon final	1 058 individus sélectionnés au hasard.
Source de l'échantillon	Nanos Insights Lab
Type d'échantillon	Probabilité
Marge d'erreur	±3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.
Mode d'enquête	Enquête omnibus hybride téléphonique GANT à double base (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) partout au 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'entretiens 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 recrutées 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 31 octobre au 2 novembre 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 genre 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, afin de garantir l'intégrité des données.
Données démographiques exclues	Les 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	Selon l'âge et le genre 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 afin de permettre un échantillon régional minimum.
Taux de réponse estimé	Douze 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 enjeux politiques, les opinions sur les enjeux économiques, les tarifs douaniers, les dépenses des Fêtes, l'immigration, les dépenses pour les activités des enfants, la preuve de citoyenneté pour voter, le Sénat, la nomination des juges des cours supérieures, l'accès des immigrants aux programmes financés par les provinces, les revenus de la taxe sur l'essence, le RPC, l'appui à un « impôt sur la fortune » proposé, l'ambition climatique, l'abordabilité de l'énergie et la prise de décision pour la réduction des émissions.
Libellé 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	Tous les Canadiens Amateurs de culture seulement

À PROPOS DE NANOS

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, à l'analyse de données et au 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 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

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