

Les amateurs de culture de plus en plus optimistes pour la reprise des activités en personne

Étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques – 4^e vague

Menée par Nanos pour Affaires/Arts, publiée en mars 2021
Soumission 2021-1815



Affaires / Arts



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



Étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques

L'étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques prends le pouls du secteur des arts et de la culture régulièrement.

Cette étude est axée sur les amateurs de culture qui ont assisté à un rassemblement culturel intérieur ou extérieur ou qui ont visité une galerie d'art ou un musée dans les 12 mois qui ont précédé la pandémie de COVID-19.

Ce quatrième rapport contient des renseignements sur les sentiments des amateurs de culture au Canada, notamment :

- Quand les amateurs de culture prévoient assister à des spectacles et expositions en personne;
- Quelles précautions sont requises pour que les amateurs de culture se sentent à l'aise de revenir;
- Les méthodes actuelles et futures de consommer du contenu culturel;
- Les aspects importants de la participation aux activités culturelles virtuelles et en personne.

Cette étude a été commanditée par Affaires/Arts et le Centre national des Arts, partenaire financier artistique du projet.

Retour aux événements en personne

Prévoit revenir
immédiatement aux
événements intérieurs

FÉVR.
2021 [30 %]

Prévoit revenir
immédiatement aux
événements extérieurs

[42 %]

Prévoit revenir
immédiatement aux
musées

[34 %]

NOV
2020

[25 %]

[33 %]

[26 %]

On note une augmentation du nombre d'amateurs de culture qui indiquent prévoir revenir immédiatement aux événements culturels une fois la réouverture des entreprises et des organismes, en respectant les directives de santé publique.

Importance des vaccins

Les amateurs de culture qui prévoient un retour immédiat ou ont déjà effectué un retour mentionnent de plus en plus l'importance d'un vaccin comme précaution pour un retour rapide aux prestations et expositions artistiques et culturelles en personne.



31 % des personnes qui fréquentent les musées (20 % en novembre) et qui prévoient un retour immédiat, ou ont déjà effectué un retour, affirment vouloir un vaccin pour se sentir plus à l'aise de fréquenter les musées.

44 % des personnes qui assistent à des événements culturels intérieurs (28 % en novembre) et qui prévoient un retour immédiat ou ont déjà effectué un retour affirment vouloir un vaccin pour se sentir plus à l'aise d'assister à des événements culturels intérieurs.

Consommation de contenu culturel pendant et après la pandémie

	Moyenne pendant la pandémie	Moyenne après la pandémie
En ligne - gratuit	[68 %]	[27 %]
En ligne - payant	[13 %]	[7 %]
En personne - gratuit	[12 %]	[30 %]
En personne - payant	[7 %]	[37 %]

Les amateurs de culture prévoient augmenter le pourcentage de temps moyen passé à consommer du contenu en personne après la pandémie.

* Les chiffres ayant été arrondis, leur somme n'est pas nécessairement égale à 100.

Valeur de la participation aux activités culturelles

Participation virtuelle

- Divertissement/possibilité de tout de même profiter d'un événement > **22 %**
- Accessibilité et commodité > **20 %**
- Éducation/apprendre de nouvelles choses > **7 %**
- Interaction sociale/moyen de rester branché > **7 %**
- **Aucune valeur > 20 %**

Participation en personne

- Interaction sociale /sentiment de communauté > **32 %**
- L'expérience entière/plus engageant > **29 %**
- L'ambiance/l'atmosphère > **11 %**
- Apprendre de nouvelles choses > **3 %**
- **Aucune valeur > 4 %**



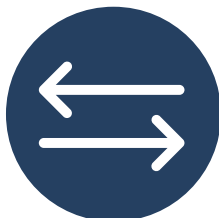
Les amateurs de culture apprécient le divertissement et la possibilité de profiter des événements dans le cadre d'activités virtuelles, ainsi que l'accessibilité et la disponibilité de la programmation

Environ un amateur de culture sur cinq mentionne le divertissement et la possibilité de profiter des événements (22 %) comme étant ce qu'il apprécie le plus en participant à des activités culturelles virtuelles, suivi de l'accessibilité et la disponibilité des activités (20 %).



Les amateurs de culture apprécient les interactions sociales et le sentiment de communauté que procurent les activités culturelles en personne

Les amateurs de culture mentionnent les interactions sociales et le sentiment de communauté (32 %) comme étant ce qu'ils apprécient le plus de la participation en personne aux activités, suivi du plaisir de l'expérience globale et du fait que c'est plus engageant (29 %).



Les amateurs de culture prévoient revenir aux événements en personne une fois la pandémie terminée et qu'il sera sécuritaire de le faire, tout en continuant à consommer du contenu virtuel

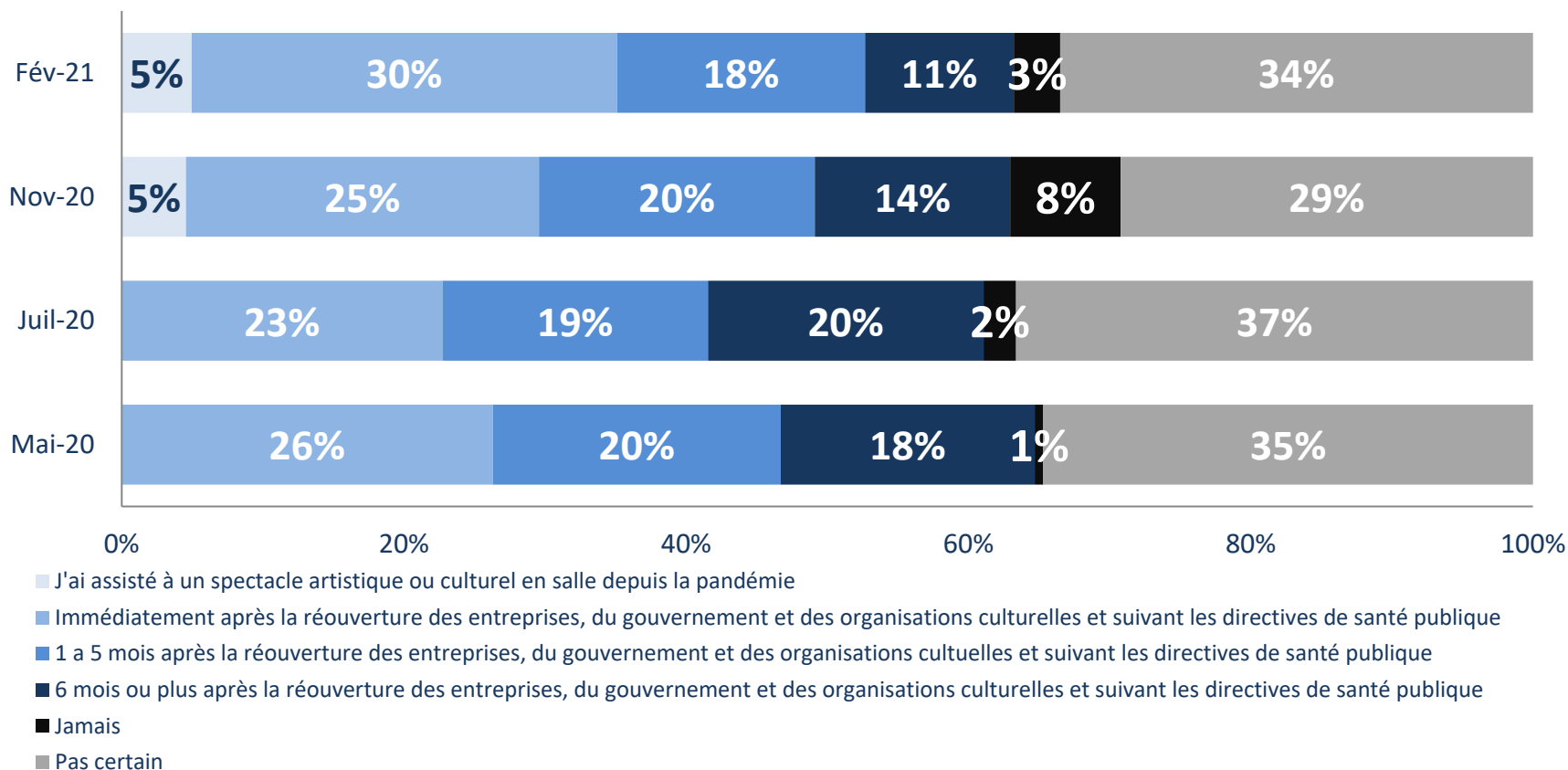
Les amateurs de culture rapportent consommer la majorité du contenu des organismes artistiques et culturels en ligne pendant la pandémie (moyenne de 68 % en ligne et gratuit, 13 % en ligne et payant), et prévoient modifier cette consommation de contenu culturel en personne une fois la pandémie terminée (30 % en personne et gratuit, 37 % en personne et payant), tout en continuant de consacrer environ un quart de leur temps à la consommation de contenu virtuel gratuit (27 %).



Les amateurs de culture sont de plus en plus portés à dire qu'ils prévoient un retour aux activités immédiatement une fois que les organismes seront rouverts

Les amateurs de culture sont de plus en plus portés à dire qu'ils prévoient un retour aux activités en personne immédiatement une fois la réouverture des entreprises et des organismes dans le respect des directives de santé publique, qu'il s'agisse d'événements intérieurs (30 %, 25 % en novembre), extérieurs (42 %, 33 % en novembre) ou des musées (34 %, 26 % en novembre).

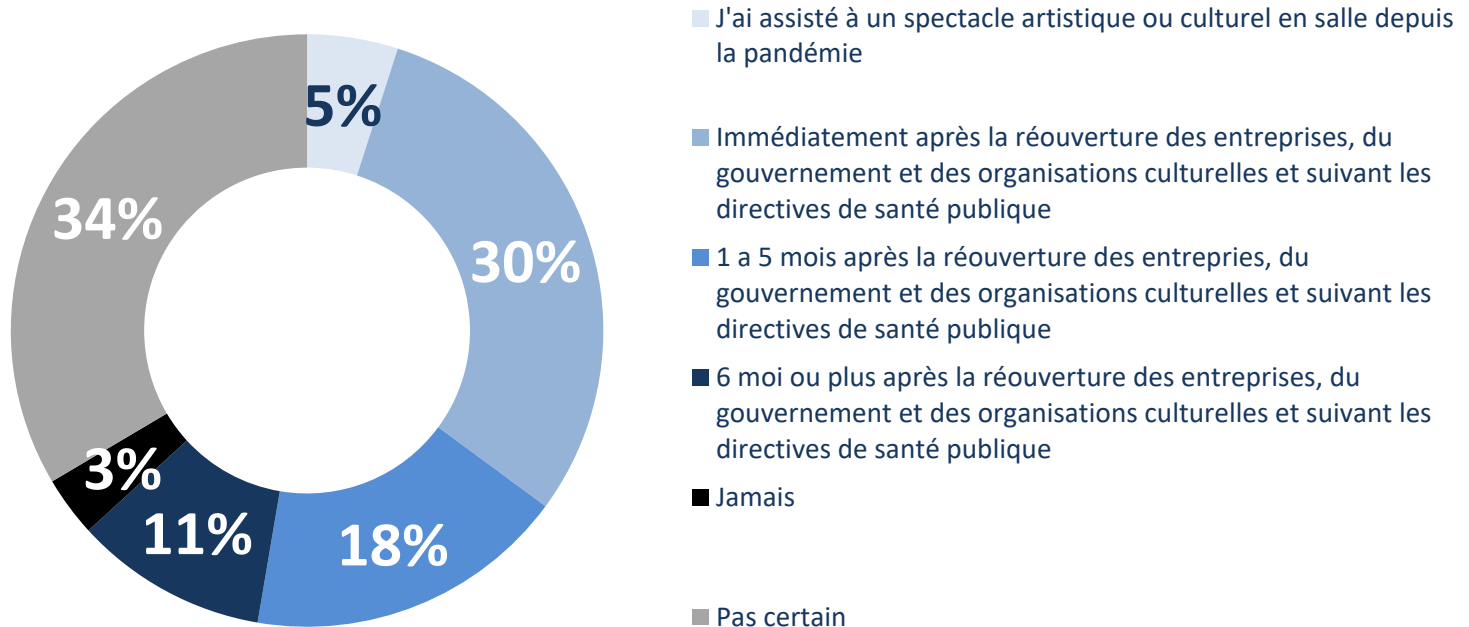
Délais prévus pour que les amateurs de culture assistent à des spectacles artistiques / culturels EN SALLE à nouveau



QUESTION - [SUIVI-MISE À JOUR NOV 2020] Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel en salle?

[QUESTION DES VAGUES EN MAI ET JUILLET 2020] Quand prévoyez-vous assister en personne à un spectacle artistique ou culturel en salle? ____ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Délais prévus pour que les amateurs de culture assistent à des spectacles artistiques / culturels EN SALLE à nouveau



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

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel en salle? ____ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Délais prévus pour que les amateurs de culture assistent à des spectacles artistiques / culturels EN SALLE - Par régions

	Amateur de culture en salle (n = 597)	Atlantique (n = 59)	Québec (n = 85)	Ontario (n = 224)	Prairies (n = 134)	Colombie-Britannique (n = 95)
Ont déjà assisté	5,0 %	8,6 %	10,4 %	2,1 %	6,6 %	3,6 %
Immédiatement	30,2 %	34,0 %	31,7 %	25,3 %	34,0 %	36,3 %
1 à 5 mois	17,6 %	7,2 %	17,7 %	19,9 %	15,3 %	18,6 %
6 mois ou plus	10,5 %	10,3 %	11,8 %	13,4 %	4,5 %	8,7 %
Jamais	3,3 %	4,8 %	2,2 %	4,3 %	3,8 %	-
Incertain(e)	33,5 %	35,1 %	26,3 %	35,0 %	35,8 %	32,8 %

* petite taille de l'échantillon

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand planifiez-vous assister, en personne, à une représentation culturelle ou d'arts EN SALLE? ___mois après la réouverture des commerces, du gouvernement et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Délais prévu des amateurs de culture d'assister à des spectacles artistiques/culturels EN SALLE - Par âge et sexe

	Amateur de culture en salle (n = 597)	Hommes (n = 322)	Femmes (n = 275)	18 à 34 ans (n = 127)	35 à 54 ans (n = 254)	55 ans et plus (n = 216)
Ont déjà assisté	5,0 %	5,2 %	4,7 %	4,2 %	4,2 %	6,2 %
Immédiatement	30,2 %	33,1 %	27,5 %	34,3 %	26,5 %	30,5 %
1 à 5 mois	17,6 %	20,1 %	15,4 %	12,6 %	17,5 %	21,4 %
6 mois ou plus	10,5 %	10,5 %	10,6 %	8,0 %	17,6 %	5,6 %
Jamais	3,3 %	2,9 %	3,7 %	4,7 %	1,9 %	3,6 %
Incertain(e)	33,5 %	28,2 %	38,2 %	36,2 %	32,2 %	32,7 %

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand planifiez-vous assister, en personne, à une représentation culturelle ou d'arts EN SALLE? ____mois après la réouverture des commerces, du gouvernement et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise d'assister à des spectacles artistiques/culturels EN SALLE

Mentions les plus populaires

Les amateurs de culture en salle qui ONT DÉJÀ ASSISTÉ ou prévoient y assister IMMÉDIATEMENT après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

	Février 2021 (n = 185)	Novembre 2020 ** (n = 179)	Juillet 2020 (n = 135)	Mai 2020 (n = 151)
Vaccin	43,8 %	27,8 %	18,6 %	12,0 %
Distanciation sociale / physique (espacement entre les sièges)	25,4 %	36,4 %	34,8 %	31,5 %
Masques	24,2 %	34,9 %	39,6 %	26,7 %
Aucun	14,1 %	5,8 %	7,8 %	16,3 %
Suivre les directives médicales / gouvernementales	13,5 %	11,6 %	11,4 %	14,0 %
Désinfectant pour les mains / lavage des mains	6,5 %	5,5 %	5,8 %	16,4 %
Moins de cas	6,0 %	5,8 %	9,9 %	2,3 %
Protocoles de nettoyage	3,8 %	10,0 %	13,2 %	11,2 %
Aucun cas / éradication de la COVID-19	3,8 %	6,2 %	0,9 %	3,1 %

** Les vagues de novembre et février comprenaient des amateurs de culture qui ont déjà assisté ou prévoient d'y assister immédiatement.

QUESTION - [INCLUT SEULEMENT CEUX QUI ONT ASSISTÉ À UNE ACTIVITÉ EN SALLE] Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise d'assister à une représentation culturelle ou d'arts EN SALLE? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

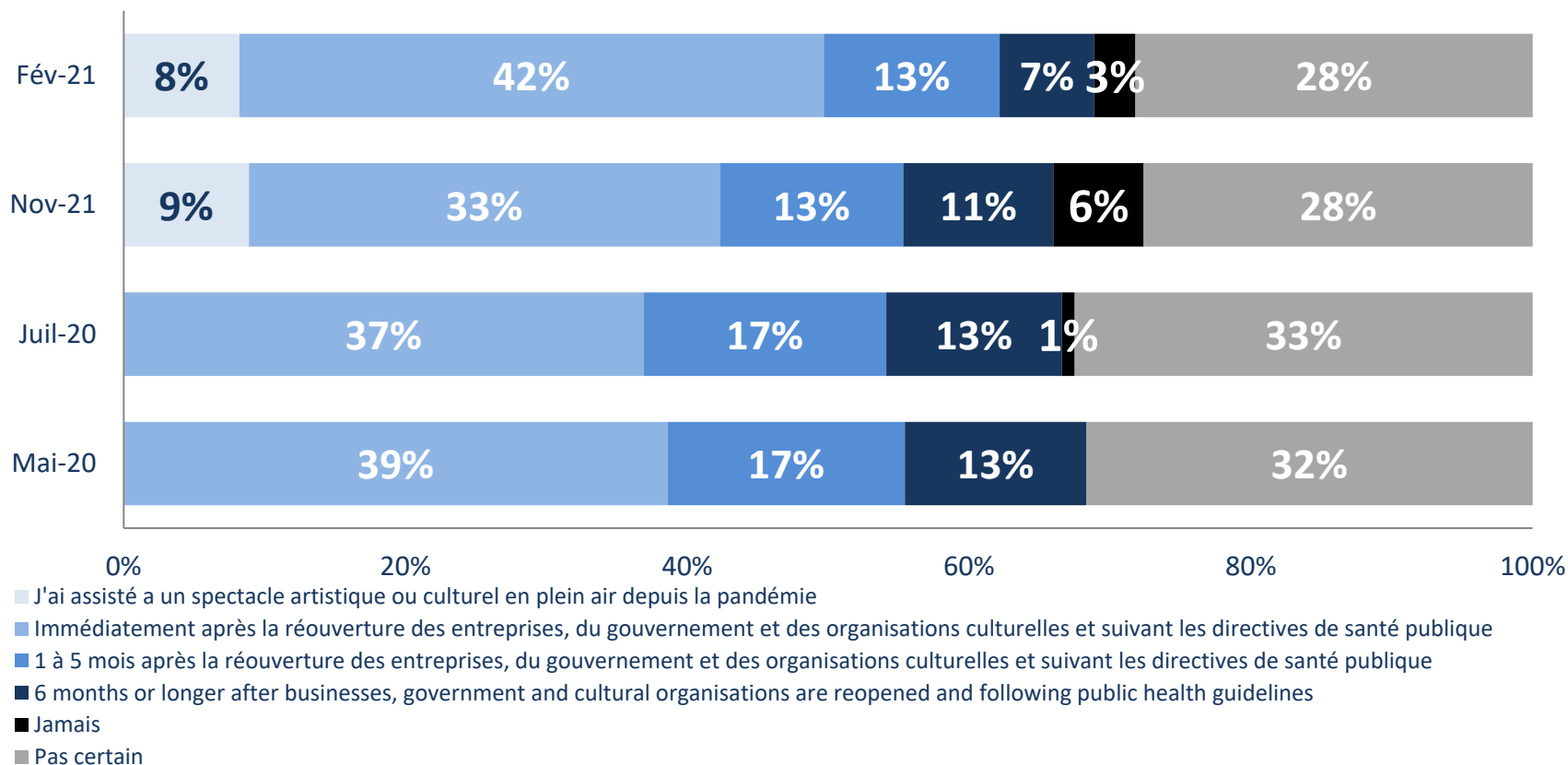
Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise d'assister à des spectacles artistiques/culturels EN SALLE

Mentions les plus populaires	Les amateurs de culture en salle qui prévoient de participer 1 à 5 MOIS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique				Les amateurs de cultureelles en salle qui prévoient de participer 6 MOIS OU PLUS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique				Les amateurs de cultureelles en salle qui sont incertain(e)s			
	Fév 2021 (n = 99)	Nov 2020 (n = 114)	Juillet 2020 (n = 115)	Mai 2020 (n = 121)	Fév 2021 (n = 63)	Nov 2020 (n = 89)	Juillet 2020 (n = 119)	Mai 2020 (n = 110)	Fév 2021 (n = 161)	Nov 2020 (n = 168)	Juillet 2020 (n = 224)	Mai 2020 (n = 217)
Vaccin	59,6 %	46,1 %	27,5 %	22,7 %	56,1 %	59,8 %	52,3 %	44,2 %	51,9 %	45,3 %	40,1 %	37,0 %
Masques	24,2 %	27,4 %	43,0 %	29,4 %	32,0 %	16,5 %	28,8 %	24,0 %	21,8 %	12,0 %	26,2 %	13,3 %
Distanciation sociale / physique (espacement entre les sièges)	22,6 %	31,0 %	35,5 %	42,2 %	20,6 %	11,1 %	28,5 %	31,9 %	19,6 %	18,2 %	24,8 %	26,6 %
Aucun cas / éradication de la COVID-19	8,2 %	13,6 %	9,7 %	2,2 %	14,1 %	22,0 %	16,3 %	10,4 %	9,9 %	17,3 %	8,1 %	9,9 %
Suivre les directives médicales / gouvernementales	5,3 %	7,6 %	6,5 %	7,9 %	1,3 %	3,7 %	2,6 %	2,0 %	11,6 %	7,7 %	4,5 %	7,9 %
Protocoles de nettoyage	4,8 %	3,9 %	12,0 %	14,4 %	8,4 %	5,8 %	5,4 %	8,5 %	3,6 %	3,7 %	8,1 %	10,0 %
Désinfectant pour les mains / lavage des mains	1,7 %	4,8 %	5,2 %	17,5 %	4,8 %	0,9 %	3,5 %	7,4 %	3,8 %	5,5 %	3,1 %	3,8 %
Incertain(e)	-	1,1 %	5,1 %	-	-	0,7 %	1,7 %	1,2 %	1,3 %	3,8 %	4,7 %	2,5 %

* Basé sur plusieurs mentions.

QUESTION - [INCLUT SEULEMENT CEUX QUI ONT ASSISTÉ À UNE ACTIVITÉ EN SALLE] Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise d'assister à une représentation culturelle ou d'arts EN SALLE? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

Délais prévus pour que les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur assistent à des spectacles artistiques / culturels À L'EXTÉRIEUR à nouveau

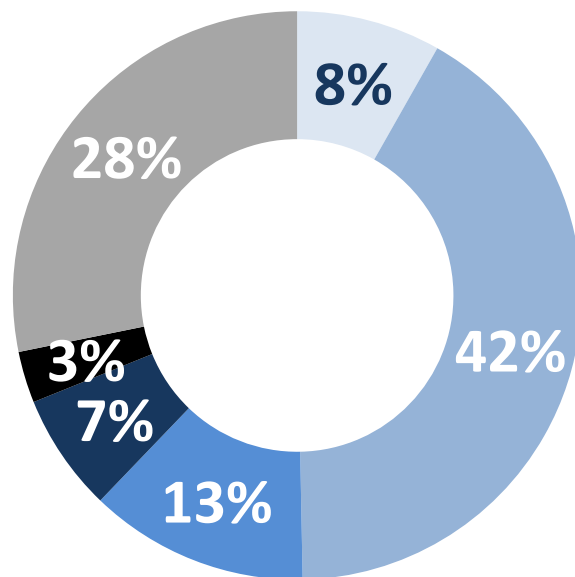


QUESTION - [SUIVI-MISE À JOUR NOV 2020] Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel À L'EXTÉRIEUR?

[QUESTION EN MAI ET JUILLET 2020 WAVES] Quand prévoyez-vous assister en personne à un spectacle artistique ou culturel À L'EXTÉRIEUR? ____ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 février au 4 mars 2021, n=385 Canadiens qui ont assisté à un spectacle artistique ou culturel à l'extérieur au cours des 12 mois précédant COVID-19, précis plus ou moins 5,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Délais prévus pour que les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur assistent à des spectacles artistiques / culturels À L'EXTÉRIEUR à nouveau



- J'ai assisté à un spectacle artistique ou culturel en plein air depuis la pandémie
- Immédiatement après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles suivant les directives de santé publique
- 1 à 5 mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique
- 6 mois ou plus après la réouverture des organisations culturelle et suivant les directives de santé publique
- Jamais
- Pas certain

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

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel À L'EXTÉRIEUR?

_____ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Délais prévus pour que les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur assistent à des spectacles artistiques / culturels À L'EXTÉRIEUR à nouveau - Par région

	Les amateurs de culture en plein air (n = 385)	Atlantique (n = 33)	Québec (n = 64)	Ontario (n = 141)	Prairies (n = 79)	Colombie-Britannique (n = 68)
Ont déjà assisté	8,2 %	14,1 %	4,7 %	4,0 %	17,4 %	10,9 %
Immédiatement	41,5 %	42,1 %	36,4 %	37,1 %	42,5 %	58,5 %
1 à 5 mois	12,5 %	6,9 %	18,1 %	12,9 %	10,1 %	9,9 %
6 mois ou plus	6,7 %	-	7,5 %	10,0 %	2,5 %	4,0 %
Jamais	2,9 %	-	5,7 %	3,4 %	2,5 %	-
Incertain(e)	28,2 %	36,9 %	27,5 %	32,6 %	25,0 %	16,8 %

* petite taille de l'échantillon

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel À L'EXTÉRIEUR?

_____ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Délais prévu des amateurs de culture d'assister à des spectacles artistiques/culturels À L'EXTÉRIEUR - Par âge et sexe

	Les amateurs de culture en plein air (n = 385)	Hommes (n = 192)	Femmes (n = 193)	18 à 34 ans (n = 80)	35 à 54 ans (n = 175)	55 ans et plus (n = 130)
Ont déjà assisté	8,2 %	7,5 %	8,7 %	6,8 %	8,9 %	8,6 %
Immédiatement	41,5 %	47,9 %	36,8 %	46,7 %	37,7 %	41,3 %
1 à 5 mois	12,5 %	14,5 %	11,0 %	8,0 %	12,7 %	15,9 %
6 mois ou plus	6,7 %	7,8 %	5,9 %	3,9 %	11,5 %	3,7 %
Jamais	2,9 %	3,6 %	2,4 %	5,7 %	1,7 %	2,0 %
Incertain(e)	28,2 %	18,7 %	35,1 %	28,9 %	27,4 %	28,4 %

QUESTION - Avez-vous assisté ou quand prévoyez-vous assister, en personne, à un spectacle artistique ou culturel À L'EXTÉRIEUR?

___ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise d'assister à des spectacles artistiques/culturels À L'EXTÉRIEUR

Les amateurs de culture à l'extérieur qui ONT DÉJÀ ASSISTÉ OU prévoient y assister IMMÉDIATEMENT après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Mentions les plus populaires	Février 2021 ** (n = 164)	Novembre 2020 ** (n = 140)	Juillet 2020 (n = 140)	Mai 2020 (n = 140)
Distanciation sociale / physique	36,6 %	41,1 %	55,0 %	46,5 %
Vaccin	28,8 %	22,8 %	6,3 %	4,5 %
Masques	21,6 %	37,7 %	37,6 %	25,1 %
Aucun	18,0 %	5,3 %	10,4 %	12,0 %
Suivre les directives médicales / gouvernementales	16,1 %	11,1 %	7,8 %	7,1 %
Petits événements / petite capacité	4,5 %	9,7 %	3,4 %	9,7 %
Moins de cas	3,3 %	5,4 %	5,5 %	0,5 %
Désinfectant / lavage des mains	1,8 %	11,2 %	8,7 %	22,2 %
Incertain(e)	0,5 %	-	2,4 %	0,5 %

** Les vagues de novembre et février comprenaient des amateurs de culture qui ont déjà assisté ou prévoient d'y assister immédiatement.

QUESTION - [INCLUT SEULEMENT CEUX QUI ONT ASSISTÉ À UNE ACTIVITÉ À L'EXTÉRIEUR] Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise d'assister à une représentation culturelle ou d'arts À L'EXTÉRIEUR? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise d'assister à des spectacles artistiques/culturels À L'EXTÉRIEUR

Les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur qui prévoient de participer 1 À 5 MOIS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur qui prévoient de participer 6 MOIS OU PLUS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Les spectateurs de représentations culturelles à l'extérieur qui sont incertain(e)s

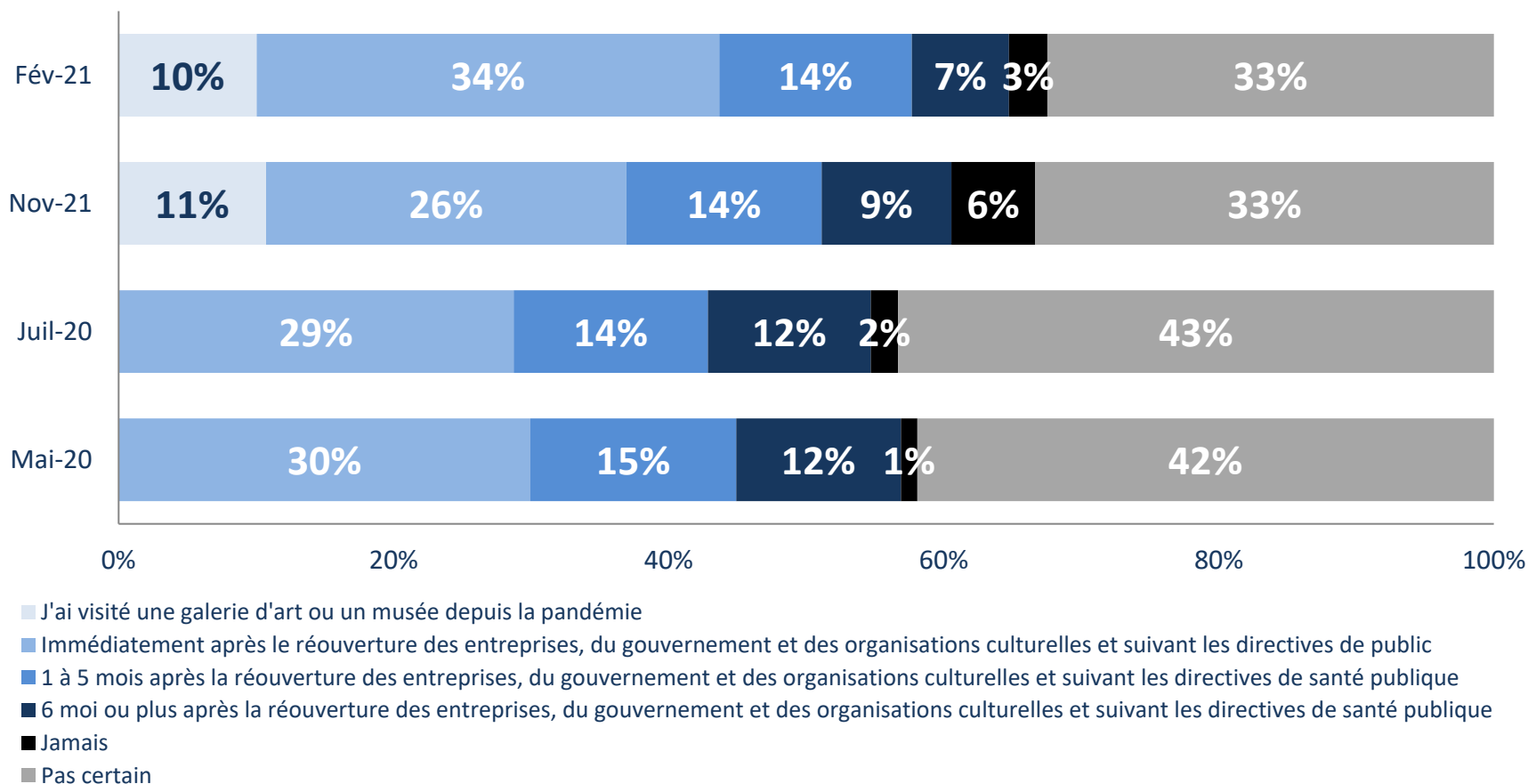
Mentions les plus populaires	Fév 2021 (n = 43)*	Nov 2020 (n = 49)*	Juillet 2020 (n = 70)*	Mai 2020 (n = 72)*	Fév 2021 (n = 22)*	Nov 2020 (n = 38)*	Juillet 2020 (n = 46)*	Mai 2020 (n = 49)*	Fév 2021 (n = 79)	Nov 2020 (n = 88)*	Juillet 2020 (n = 123)	Mai 2020 (n = 123)
Vaccin	48,2 %	44,0 %	15,0 %	15,9 %		60,5 %	33,9 %	38,5 %	42,2 %	42,1 %	22,6 %	27,4 %
Distanciation sociale / physique	31,7 %	35,5 %	57,8 %	53,0 %		25,9 %	39,3 %	36,8 %	34,6 %	24,3 %	50,3 %	29,9 %
Masques	20,9 %	32,8 %	44,4 %	23,1 %		7,1 %	22,8 %	25,8 %	21,7 %	19,7 %	34,7 %	13,2 %
Aucun cas / éradication de la COVID-19	10,2 %	12,5 %	7,7 %	2,2 %		12,1 %	14,8 %	13,4 %	7,1 %	10,7 %	8,3 %	9,0 %
Moins de cas	9,6 %	7,1 %	4,4 %	8,9 %		5,6 %	9,3 %	1,5 %	9,3 %	8,7 %	1,5 %	7,7 %
Suivre les directives médicales / gouvernementales	5,5 %	7,6 %	7,4 %	5,8 %		5,4 %	5,5 %	2,5 %	8,3 %	10,4 %	6,2 %	9,6 %
Désinfectant / lavage des mains	-	2,5 %	10,6 %	12,1 %		-	2,0 %	-	-	1,4 %	7,6 %	7,8 %
Petits événements / petite capacité	-	2,0 %	8,1 %	11,4 %		2,0 %	5,5 %	5,7 %	12,8 %	9,9 %	10,8 %	7,2 %

* petite taille de l'échantillon

QUESTION - [INCLUT SEULEMENT CEUX QUI ONT ASSISTÉ À UNE ACTIVITÉ À L'EXTÉRIEUR] Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise d'assister à une représentation culturelle ou d'arts À L'EXTÉRIEUR? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 février au 4 mars 2021, n=315 Canadiens qui ont assisté à un spectacle artistique ou culturel à l'extérieur au cours des 12 mois précédant COVID-19, précis plus ou moins 5,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

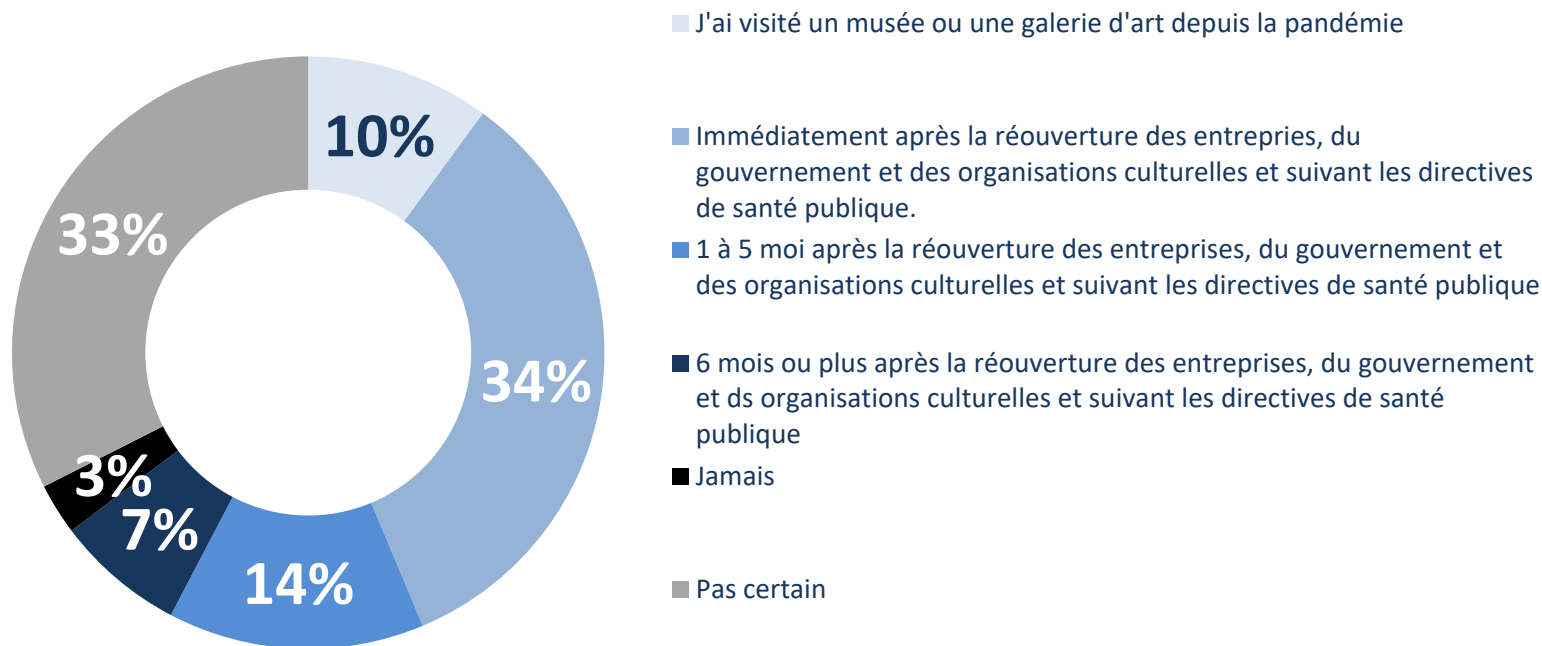
Délai prévu des amateurs culturels pour visiter des galeries d'art et des musées



QUESTION - [SUIVI-MISE À JOUR NOV 2020] Avez-vous visité ou quand prévoyez-vous visiter, en personne, une galerie d'art ou un musée?

[QUESTION EN MAI et JUILLET 2020] - Quand planifiez-vous visiter, en personne, une galerie d'art ou un musée ? ____ mois après la réouverture des commerces, du gouvernement et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Délai prévu des amateurs culturels pour visiter des galeries d'art et des musées



- J'ai visité un musée ou une galerie d'art depuis la pandémie
- Immédiatement après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique.
- 1 à 5 moi après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique
- 6 mois ou plus après la réouverture des entreprises, du gouvernement et ds organisations culturelles et suivant les directives de santé publique
- Jamais
- Pas certain

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

QUESTION - Avez-vous ou quand planifiez-vous visiter, en personne, une galerie d'art ou un musée? ___ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Délai prévu des amateurs de culture pour visiter des galeries d'art et des musées - Par régions

	Amateurs de musées (n = 512)	Atlantique (n = 46)	Québec (n = 76)	Ontario (n = 185)	Prairies (n = 11)	Colombie-Britannique (n = 94)
Ont déjà assisté	10,0 %	12,2 %	13,0 %	6,9 %	6,8 %	18,8 %
Immédiatement	33,6 %	33,4 %	39,6 %	28,2 %	35,6 %	40,1 %
1 à 5 mois	14,0 %	9,8 %	11,7 %	18,3 %	12,1 %	8,5 %
6 mois ou plus	7,1 %	5,5 %	9,9 %	6,7 %	6,5 %	6,4 %
Jamais	2,8 %	6,7 %	2,5 %	2,0 %	3,7 %	2,7 %
Incertain(e)	32,5 %	32,5 %	23,4 %	38,0 %	35,3 %	23,6 %

* petite taille de l'échantillon

QUESTION - Avez-vous ou quand planifiez-vous visiter, en personne, une galerie d'art ou un musée? ___ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 28 février au 4 mars 2021, n=512 Canadiens qui ont visité un musée au cours des 12 mois précédant COVID-19, précis plus ou moins 4,4 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Délai prévu des amateurs de culture pour visiter des galeries d'art et des musées - Par âge et sexe

	Les amateurs de culture qui visitent les musées et galeries (n = 512)	Hommes (n = 278)	Femmes (n = 234)	18 à 34 ans (n = 112)	35 à 54 ans (n = 200)	55 ans et plus (n = 200)
Ont déjà assisté	10,0 %	6,9 %	12,8 %	10,5 %	10,4 %	9,4 %
Immédiatement	33,6 %	35,6 %	31,9 %	36,6 %	29,0 %	35,4 %
1 à 5 mois	14,0 %	15,2 %	12,9 %	10,5 %	11,7 %	18,5 %
6 mois ou plus	7,1 %	8,2 %	6,1 %	2,9 %	11,0 %	6,8 %
Jamais	2,8 %	4,1 %	1,7 %	3,1 %	1,8 %	3,4 %
Incertain(e)	32,5 %	30,0 %	34,6 %	36,5 %	36,0 %	26,5 %

QUESTION - Avez-vous ou quand planifiez-vous visiter, en personne, une galerie d'art ou un musée? ___ mois après la réouverture des entreprises, du gouvernement et des organisations culturelles et suivant les directives de santé publique

Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise dans les musées ou galeries d'art

Mentions les plus populaires

Les amateurs de culture de galeries et de musées qui ONT DÉJÀ ASSISTÉ/prévoient d'assisté IMMÉDIATEMENT après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

	Février 2021 ** (n = 169)	Novembre 2020 ** (n = 143)	Juillet 2020 (n = 125)	Mai 2020 (n = 127)
Masques	31,5 %	45,9 %	53,9 %	23,5 %
Vaccin	31,1 %	20,2 %	8,1 %	4,5 %
Distanciation sociale / physique	29,1 %	43,1 %	42,3 %	45,4 %
Plus petite capacité / événements	17,5 %	22,4 %	13,6 %	10,3 %
Directives médicales / gouvernementales	13,9 %	13,2 %	7,0 %	9,5 %
Aucun	9,9 %	3,9 %	11,6 %	14,5 %
Désinfectant pour les mains / lavage des mains	3,7 %	9,1 %	11,1 %	15,2 %
Une bonne ventilation	3,3 %	7,3 %	4,4 %	5,2 %
Protocoles de nettoyage	1,6 %	5,3 %	9,6 %	8,7 %

** Les vagues de novembre et février comprenaient des amateurs de culture qui ont déjà assisté ou prévoient d'y assister immédiatement.

QUESTION - [INDIQUANT UNIQUEMENT CEUX QUI PLANIFIENT VISITER DES MUSÉES OU DES GALERIES D'ART]
 Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise de visiter une galerie d'art ou un musée? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

Précautions nécessaires pour se sentir à l'aise dans les musées ou galeries d'art

Mentions les plus populaires

Les amateurs de culture de galeries et de musées qui prévoient attendre 1 À 5 MOIS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Les amateurs de culture de galeries et de musées qui prévoient attendre au MINIMUM 6 MOIS après la réouverture des commerces et des organisations culturelles et en conformité avec les normes en matière de santé publique

Les amateurs de culture des galeries et des musées qui sont incertain(e)s

	Fév 2021 (n = 63)*	Nov 2020 (n = 53)*	Juillet 2020 (n = 69)*	Mai 2020 (n = 61)*	Fév 2021 (n = 37)*	Nov 2020 (n = 41)*	Juillet 2020 (n = 51)*	Mai 2020 (n = 53)*	Fév 2021 (n = 119)	Nov 2020 (n = 129)	Juillet 2020 (n = 180)	Mai 2020 (n = 181)
Vaccin	48,9 %	34,6 %	15,1 %	8,8 %	48,5 %	61,9 %	29,4 %	50,9 %	45,0 %	43,8 %	31,5 %	20,7 %
Distanciation sociale / physique	25,9 %	34,0 %	41,7 %	53,2 %	14,3 %	16,0 %	36,1 %	33,0 %	22,0 %	22,6 %	36,3 %	36,5 %
Masques	24,6 %	37,0 %	55,4 %	36,8 %	17,5 %	18,6 %	28,8 %	24,5 %	21,9 %	21,6 %	32,5 %	19,2 %
Plus petite capacité / événements	10,7 %	19,4 %	25,5 %	8,6 %	17,2 %	10,3 %	8,9 %	2,8 %	10,9 %	11,8 %	9,4 %	6,2 %
Aucun cas	5,9 %	12,9 %	2,8 %	8,7 %	9,3 %	16,6 %	18,3 %	6,0 %	6,3 %	9,1 %	6,7 %	8,0 %
Une bonne ventilation	5,6 %	5,0 %	0,9 %	11,3 %	4,1 %	3,8 %	3,2 %	3,1 %	5,4 %	2,2 %	4,8 %	1,1 %
Directives médicales / gouvernementales	1,9 %	11,1 %	7,2 %	7,4 %	5,5 %	8,8 %	1,7 %	6,0 %	5,0 %	5,3 %	5,6 %	6,9 %
Désinfectant pour les mains / lavage des mains	1,5 %	9,1 %	7,6 %	9,6 %	5,3 %	5,0 %	4,6 %	4,9 %	4,8 %	7,1 %	4,0 %	6,4 %

* petite taille de l'échantillon

QUESTION - [INDIQUANT UNIQUEMENT CEUX QUI PLANIFIENT VISITER DES MUSÉES OU DES GALERIES D'ART]

Quelles sont les précautions nécessaires qui doivent être mises en place pour que vous soyez à l'aise de visiter une galerie d'art ou un musée? [QUESTION OUVERTE] * Basé sur un maximum de trois mentions

Consommer du contenu artistique et culturel pendant la pandémie

Pendant la pandémie	En personne - gratuit	En personne - Payant	En ligne - gratuit	En ligne - Payant
Moyenne	12,1 %	6,6 %	68,0 %	13,3 %

Après la pandémie	En personne - gratuit	En personne - Payant	En ligne - gratuit	En ligne - Payant
Moyenne	29,6 %	36,7 %	26,6 %	7,1 %

QUESTION - En pensant à tout le temps que vous avez passé durant la pandémie à consommer du contenu d'une organisation d'arts ou culturelle, quel est le pourcentage de temps que vous avez passé à consommer du contenu en personne comparé à en ligne?

Une fois que la pandémie est terminée et qu'il est sécuritaire d'assister à des événements, quel est le pourcentage de temps que vous prévoyez consacrer à la consommation de contenu directement d'une organisation d'arts ou culturelle en personne comparé à en ligne?

Valeur des activités virtuelles

	Les amateurs de culture (n = 624)
La possibilité de continuer à profiter d'un événement / le divertissement	21,5 %
Rien / Je ne participe pas aux activités en ligne / Je ne les apprécie pas	19,9 %
Accessible / pratique (peut mettre en pause les performances et / ou regarder depuis la maison)	19,9 %
Éducatif / apprendre de nouvelles choses	7,4 %
Interaction sociale / un moyen de rester connecté	6,5 %
Plus de variété / d'options	5,4 %
L'événement peut provenir de n'importe où dans le monde / découvrir différentes cultures	5,4 %
Appuyer les artistes	3,1 %
Qualité vidéo / sonore	2,9 %
Sécurité face à la pandémie	2,6 %
Prix gratuits / bas	1,3 %
Autre	3,3 %
Incertain(e)	0,9 %

QUESTION - Que valorisez-vous le plus, le cas échéant, dans la participation à une activité culturelle en ligne?
[QUESTION OUVERTE]

Valeur des activités en personne

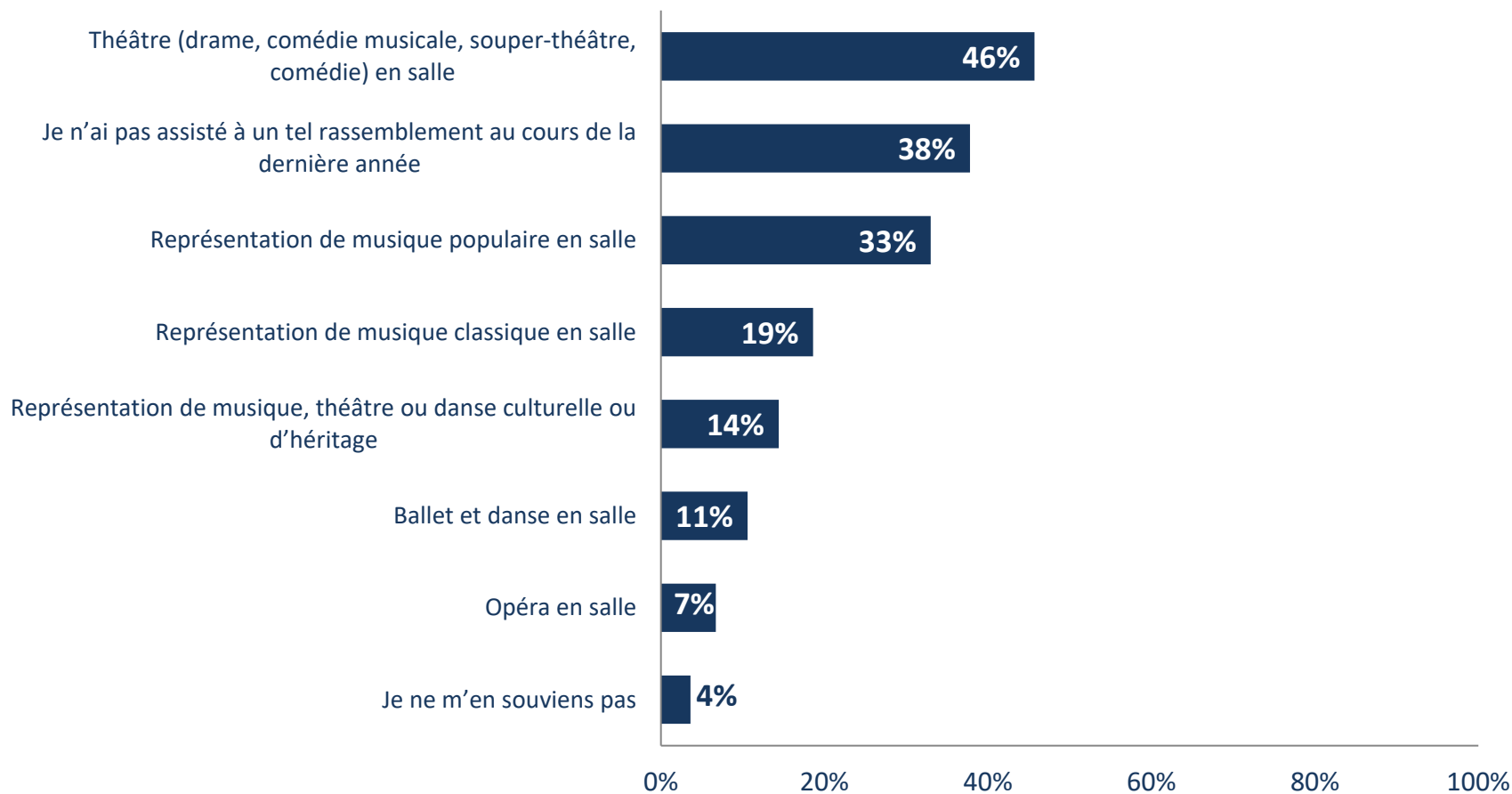
	Les amateurs de culture (n = 641)
Interaction sociale / sens de la communauté	31,6 %
L'expérience / c'est plus intéressant	29,0 %
Ambiance / atmosphère	11,2 %
Rien / Je ne participe pas aux activités en personne / Je ne les apprécie pas	3,9 %
Apprendre de nouvelles choses	3,3 %
Le divertissement	3,0%
Vivre différentes cultures	2,3 %
Musique en direct	2,1 %
Faire partie d'une foule / réaction de la foule	1,8 %
La qualité des performances	1,8 %
Sortir de la maison	1,4 %
Appuyer les artistes	1,3 %
Autre	6,7 %
Incertain(e)	0,7 %

QUESTION - Que valorisez-vous le plus, le cas échéant, dans la participation à une activité culturelle en personne?
[QUESTION OUVERTE]

Les diapositives suivantes présentent les questions de sélection utilisées pour classer les répondants comme amateurs de culture:

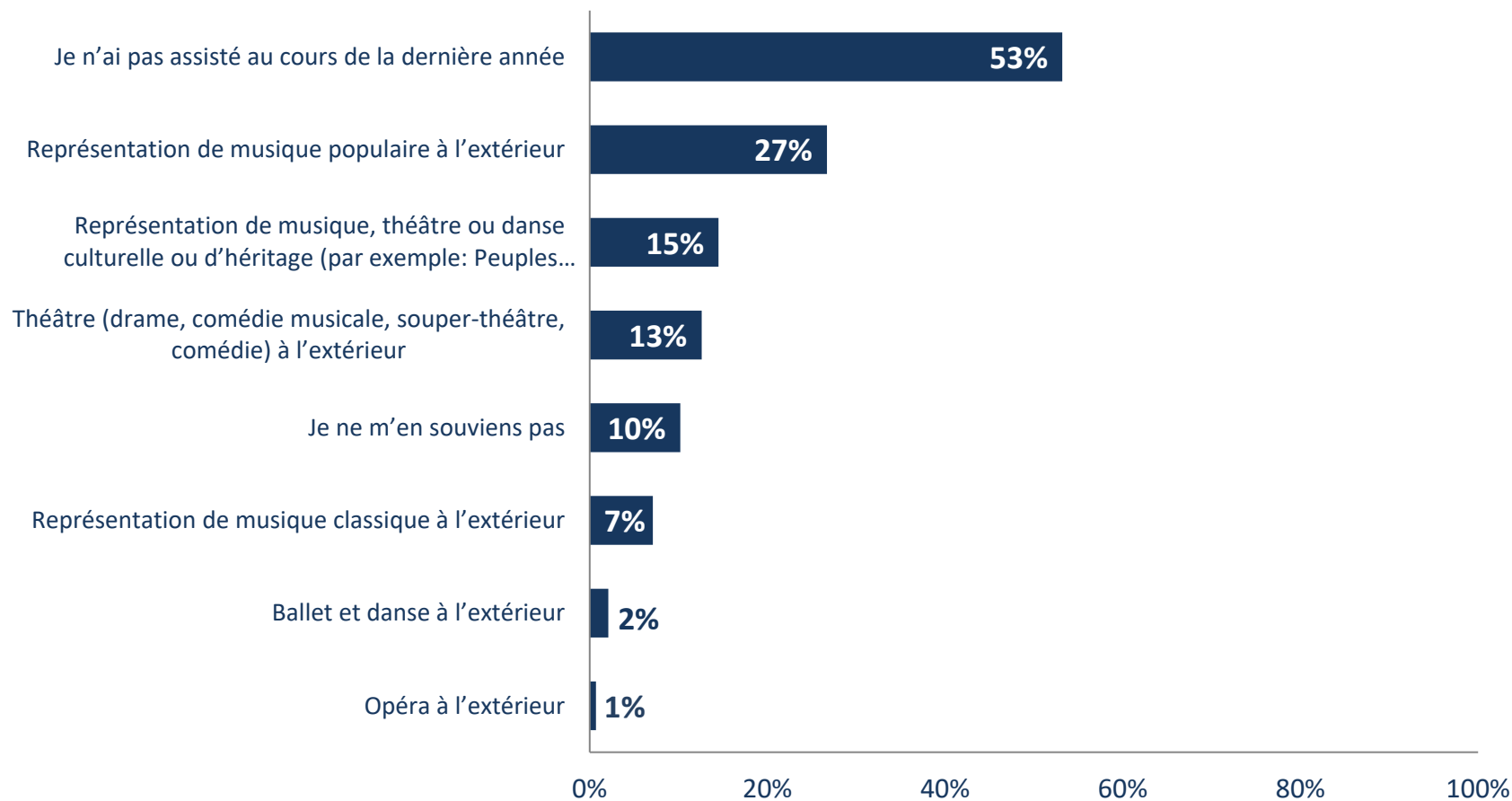
- Un amateur de culture en salle est un répondant qui a déclaré avoir assisté à au moins une activité en salle au cours des 12 mois avant Covid.
- Un amateur de culture en plein air est un répondant qui a déclaré avoir assisté à au moins une activité culturelle en plein air au cours des 12 mois avant Covid.
- Un amateur de musées est un répondant qui a déclaré avoir visité au moins un musée au cours des 12 mois avant Covid.

Participation à des rassemblements culturels EN SALLE - Avant COVID-19



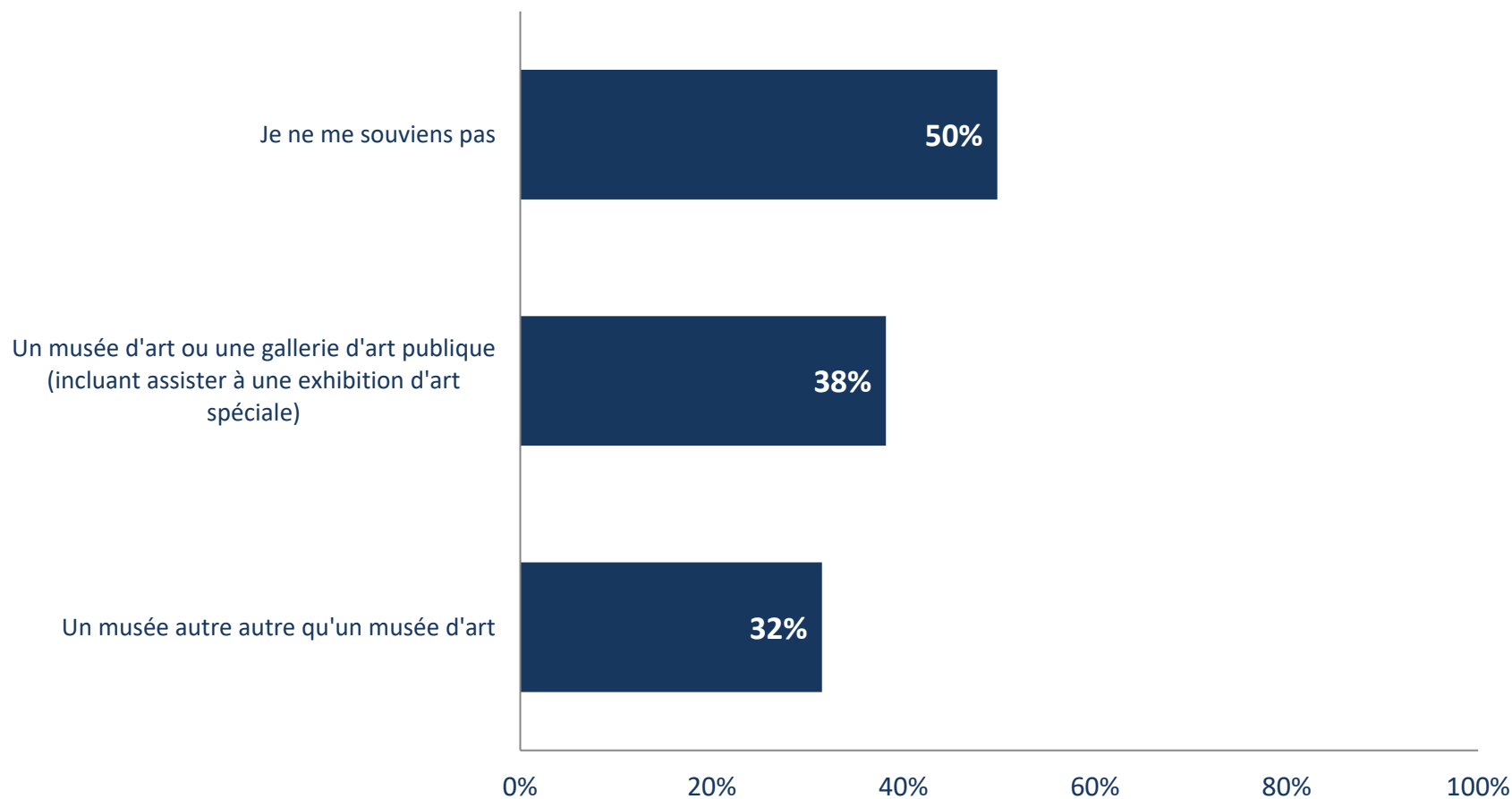
QUESTION - Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels EN SALLE suivants au cours des 12 mois avant la pandémie de COVID-19? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)

Participation à des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR avant COVID-19



QUESTION - Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR suivants au cours des douze mois avant la pandémie de Covid-19? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)

Fréquentation de galeries d'art et de musées avant la pandémie de COVID-19



QUESTION - Avez-vous visité un ou plusieurs des endroits suivants au cours des douze mois avant la pandémie de Covid-19? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1016 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, entre le 28 février et le 4 mars, 2021 dans le cadre d'une enquête omnibus. Les résultats de ce rapport concernent les spectateurs culturels qui ont assisté à des spectacles culturels intérieurs ou extérieurs ou à des galeries d'arts et musées au cours des 12 mois précédant la pandémie de COVID-19. Les valeurs n individuelles des sous-groupes sont reportées sur leurs diapositives respectives.

Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population. Veuillez noter que pour les questions relatives aux précautions, les trois premières mentions de répondants ont été utilisées pour l'analyse.

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

La marge d'erreur de cette enquête est de $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1096 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, entre le 26 novembre et le 29 novembre, 2020 dans le cadre d'une enquête omnibus. Les résultats de ce rapport concernent les spectateurs culturels qui ont assisté à des spectacles culturels intérieurs ou extérieurs ou à des galeries d'arts et musées au cours des 12 mois précédant la pandémie de COVID-19. Les valeurs n individuelles des sous-groupes sont reportées sur leurs diapositives respectives.

Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population. Veuillez noter que pour les questions relatives aux précautions, les trois premières mentions de répondants ont été utilisées pour l'analyse.

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

La marge d'erreur de cette enquête est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1094 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, entre le 26 et le 30 juillet 2020 dans le cadre d'une enquête omnibus. Les résultats de ce rapport concernent les spectateurs culturels qui ont assisté à des spectacles culturels intérieurs ou extérieurs ou à des galeries d'arts et musées au cours des 12 mois précédant la pandémie de COVID-19. Les valeurs n individuelles des sous-groupes sont reportées sur leurs diapositives respectives. Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population. Veuillez noter que pour les questions relatives aux précautions, les trois premières mentions de répondants ont été utilisées pour l'analyse.

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

La marge d'erreur de cette enquête est de $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1001 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, entre le 17 mai et le 19 mai, 2020 dans le cadre d'une enquête omnibus. Les résultats de ce rapport concernent les spectateurs culturels qui ont assisté à des spectacles culturels intérieurs ou extérieurs ou à des galeries d'arts et musées au cours des 12 mois précédant la pandémie de COVID-19. Les valeurs n individuelles des sous-groupes sont reportées sur leurs diapositives respectives. Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population. Veuillez noter que pour les questions relatives aux précautions, les trois premières mentions de répondants ont été utilisées pour l'analyse.

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

La marge d'erreur de cette enquête est de $\pm 3,1$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

NOTE TECHNIQUE

Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires / Arts et le Centre national des Arts, partenaire fondateur des arts
Population et taille de l'échantillon final	1016 individus sélectionnés au hasard.
Source de l'échantillon	Panneau 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'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 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	28 février au 4 mars 2021
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 (2016) 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 l'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 (2016) 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	Quatorze pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
Ordre des questions	L'ordre des questions dans les tabulations précédent reflète l'ordre dans lequel elles étaient dans le questionnaire d'origine.
Contenu des questions	Les sujets de l'omnibus avant le contenu de l'enquête comprenaient: les points de vue sur les questions politiques, les points de vue sur les questions économiques, les points de vue sur la Chine et les points de vue sur le vaccin Covid-19.
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.



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

nanos dimap analytika



Cette coentreprise internationale entre [dimap](http://www.dimap.com) et [Nanos](http://www.nanos.co) 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 micro-ciblage 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

NANOS RUTHERFORD McKAY & Co.

NRM est une compagnie affiliée de Nanos Research et de RutherfordMcKay Associates. Nos services offerts reposent sur des décennies d'expérience professionnelle et sur des recherches approfondies. Elles incluent l'acceptation et l'engagement du public, des audits de communication et un développement narratif. www.nrmpublicaffairs.com

TABLEAUX

