



Lorsqu'ils voyagent en dehors de la ville pour vivre des expériences artistiques et culturelles, les amateurs de cultures préfèrent les expériences uniques et nouvelles aux expériences traditionnelles et connues.

L'étude de suivi sur la fréquentation d'événements artistiques permet de suivre régulièrement l'environnement du secteur des arts et de la culture.

L'étude se concentre sur les amateurs de culture qui ont assisté à des événements culturels en salle ou à l'extérieur, ou qui ont fréquenté une galerie d'art ou un musée au cours des trois dernières années.

Cette vague de recherche a permis d'évaluer les opinions des amateurs de culture canadiens sur la fréquence à laquelle ils prévoient d'assister à des spectacles artistiques et culturels au cours de l'année à venir, ainsi que sur le tourisme artistique et culturel.

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1 055 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, entre le 5 et le 8 mai 2025, dans le cadre d'une enquête omnibus. La marge d'erreur pour une enquête aléatoire de 1 055 Canadiens est de $\pm 3,0$ pourcentage points, points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

Types d'expériences préférées lors de la participation à des événements et spectacles artistiques et culturels ou de la visite de musées et de galeries

Dans leurs villes

43%

veulent vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

32%

veulent vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire



Vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

Vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire

■ 18 ans à 34 ans ■ 35 ans à 54 ans ■ 55 ans et plus

Hors de leurs villes

44%

veulent vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

29%

veulent vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire



Vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

Vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire

■ 18 ans à 34 ans ■ 35 ans à 54 ans ■ 55 ans et plus

*Les totaux ne correspondent pas à 100 %, car environ un quart des amateurs de culture étaient incertain(e)s.

Les amateurs de culture sont deux fois plus nombreux à déclarer qu'il est plus important pour eux d'assister à des événements et des spectacles artistiques et culturels ou de visiter des musées et des galeries qui incluent ou promeuvent des artistes ou des contenus canadiens que de dire que cela est moins important.

Importance d'assister/de visiter des spectacles/événements et des musées/galeries qui promeuvent le contenu canadien par rapport à l'année dernière

22%

Beaucoup/plutôt plus important

56%

Aussi important

11%

Beaucoup/plutôt moins important

Principales raisons de choisir un événement ou une visite artistique ou culturelle plutôt qu'un autre

49%

Intérêt pour le spectacle/l'artiste
(25% 2^e rang, 13% 3^e rang)

12%

Tête d'affiche/artiste de renom ou spectacle/production à succès (15% 2^e rang, 10% 3^e rang)

11%

Emplacement le plus pratique (23% 2^e rang, 30% 3^e rang)

9%

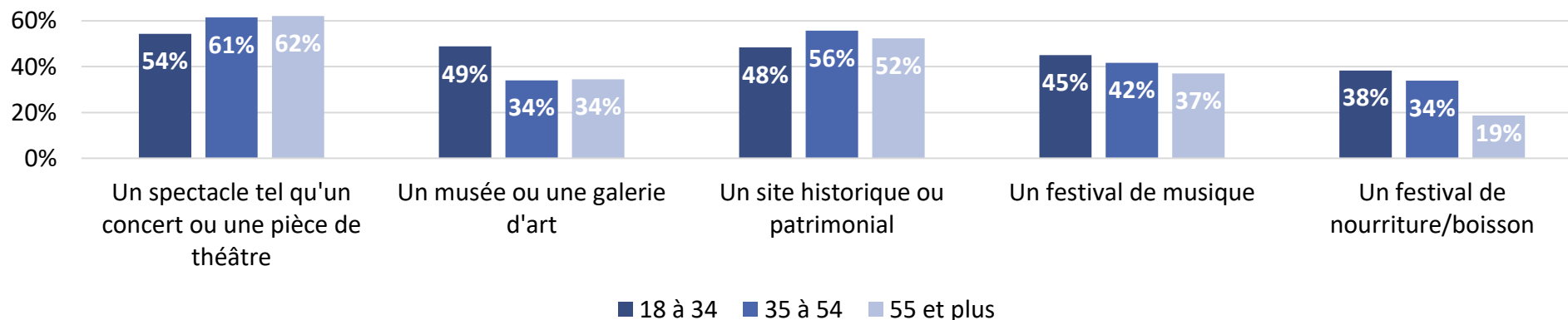
L'artiste/le contenu est canadien (15% 2^e rang, 13% 3^e rang)

Tourisme artistique et culturel - Été 2025

Évolution de la fréquentation ou de la visite de manifestations artistiques et culturelles, de musées ou de galeries par des personnes extérieures à la ville* cet été

	Canada	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.	Hommes	Femmes	18-34	35-54	55 ans et plus
Variation nette	+5,0	-5,1	+2,9	+9,4	+4,1	+1,8	+4,2	+5,8	+8,8	+1,9	+4,8
Plus	13,7%	11,6%	11,7%	18,1%	9,5%	10,8%	12,3%	15,0%	16,0%	10,7%	14,5%
Moins	8,7%	16,6%	8,8%	8,7%	5,4%	9,0%	8,1%	9,2%	7,2%	8,7%	9,7%
À peu près les mêmes	60,4%	58,8%	71,1%	53,5%	66,75	55,7%	63,5%	57,4%	59,7%	61,9%	59,5%
Incertain	17,2%	13,0%	8,5%	19,7%	18,4%	24,5%	16,1%	18,3%	17,0%	18,7%	16,3%

Intérêt pour les voyages à l'extérieur de la ville* pour assister à ou visiter des événements artistiques et culturelles - Premier rang



* Les déplacements en dehors de la ville sont définis comme étant ceux supérieurs à 40 km.



Les jeunes amateurs de culture sont plus intéressés à se déplacer hors de la ville pour assister à un musée ou à une galerie d'art, à un festival de musique et à un festival de nourriture/boisson que les amateurs de culture plus âgés.

Les amateurs de culture plus âgés sont plus enclins à se rendre à l'extérieur de la ville pour assister à des spectacles et visiter des sites historiques ou patrimoniaux.

Fréquence prévue au cours des 12 prochains mois pour les amateurs de culture – Mai 2025

	Événements en salle	Événements à l'extérieur	Musées/galleries
Au moins une fois par mois	[14%] ▼ 3 points	[10%] -	[8%] ▼ 1 point
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	[32%] -	[20%] ▼ 3 points	[19%] -
Une fois tous les 6 mois ou moins	[46%] ▲ 1 point	[61%] -	[62%] ▼ 1 point
Incertain(e)	[9%] ▲ 4 points	[9%] ▲ 3 points	[11%] ▲ 2 points

* Comparaison entre cette vague de données (mai 2025) et la vague précédente (janvier 2025).

Principales conclusions

1

LES AMATEURS DE CULTURE SIGNALENT UNE DIFFÉRENCE NETTE POSITIVE QUANT À L'IMPORTANCE D'ASSISTER OU DE VISITER DES ÉVÉNEMENTS CULTURELS ET ARTISTIQUES, DES MUSÉES ET DES GALERIES QUI COMPRENNENT OU FONT LA PROMOTION D'ARTISTES CANADIENS OU DE LEUR CONTENU

Près d'un quart (22%) disent que maintenant, c'est beaucoup plus important ou plutôt plus important pour eux d'assister à des événements et spectacles artistiques et culturels ou de visiter des musées et galeries qui comprennent ou promeuvent des artistes ou du contenu canadiens. À titre de comparaison, un peu plus d'une personne sur dix qui disent que c'est beaucoup moins important ou plutôt moins important (11%). Plus de cinquante pour cent (56%) disent que c'est aussi important qu'il y a un an.

2

UN PEU MOINS DE CINQ AMATEURS DE CULTURE SUR DIX SONT AU MOINS PLUTÔT ENCLINS À VOYAGER EN DEHORS DE LA VILLE* POUR ASSISTER OU VISITER LES ARTS ET LA CULTURE – LE NOMBRE DE VISITES À L'EXTÉRIEUR DE LA VILLE VA PROBABLEMENT RESTER STABLE.

Un peu moins de la moitié des amateurs de culture disent qu'il est probable (24%) ou plutôt probable (25%) qu'ils se rendent à l'extérieur de la ville* au Canada pour assister à un événement ou spectacles artistique ou culturel, ou visiter un musée ou une galerie. En termes de nombre de visites à l'extérieur de la ville au Canada, trois amateurs de culture sur cinq (60%) prévoient d'assister ou de visiter environ le même nombre d'événements ou spectacles artistiques et culturels ou de musées et de galeries. En outre, plus d'un sur dix disent qu'ils prévoient d'assister à plus (14%). Il convient de noter que près d'un sur cinq des amateurs de culture demeure incertain (17%).

3

LES SPECTACLES ET LES SITES HISTORIQUES SONT LES PLUS SUSCEPTIBLES D'ATTIRER DES AMATEURS DE CULTURE HORS DE LA VILLE

Les amateurs de culture qui sont susceptibles de voyager sont plus intéressés à se rendre à l'extérieur de la ville* pour assister à un spectacle (60%) ou visiter un lieu historique ou patrimonial (52%). Les amateurs de culture plus jeunes (18-34 ans) sont plus susceptibles que les amateurs de culture plus âgés (55 ans et plus) de se rendre à un festival de nourriture ou de boissons (38% contre 19%) et de visiter un musée ou une galerie d'art (49% contre 34%).

4

LES AMATEURS DE CULTURE PRÉFÈRENT DES EXPÉRIENCES NOUVELLES ET UNIQUES AUX EXPÉRIENCES TRADITIONNELLES CONNUES, TANT EN DEHORS DE LA VILLE QUE DANS LE DOMAINE DES ARTS ET DE LA CULTURE LOCALE

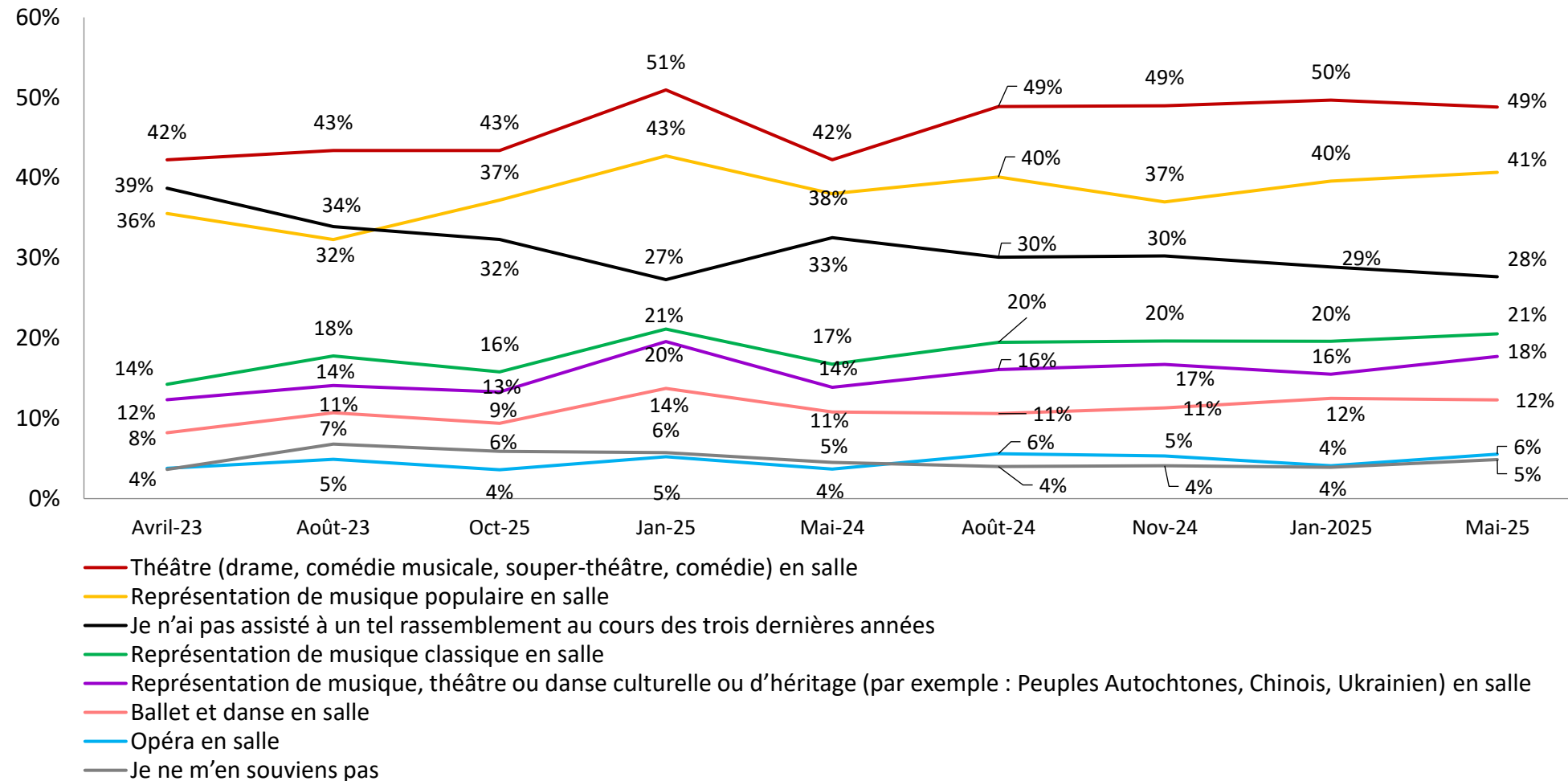
Interrogés sur le type d'expérience qu'ils préfèrent lorsqu'ils assistent à des événements et à des spectacles artistiques et culturels ou visitent des musées et des galeries dans leur ville, plus de quatre personnes sur dix préfèrent vivre une expérience unique, nouvelle, rare et unique (43%) alors qu'environ un sur trois veut une expérience connue, traditionnelle et favorite (32%). La même chose peut être observée lorsqu'on leur demande ce qu'ils préfèrent pour les expériences à l'extérieur de la ville (44% vs. 29%, respectivement).

* Les déplacements en dehors de la ville sont définis comme étant ceux supérieurs à 40 km.

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

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

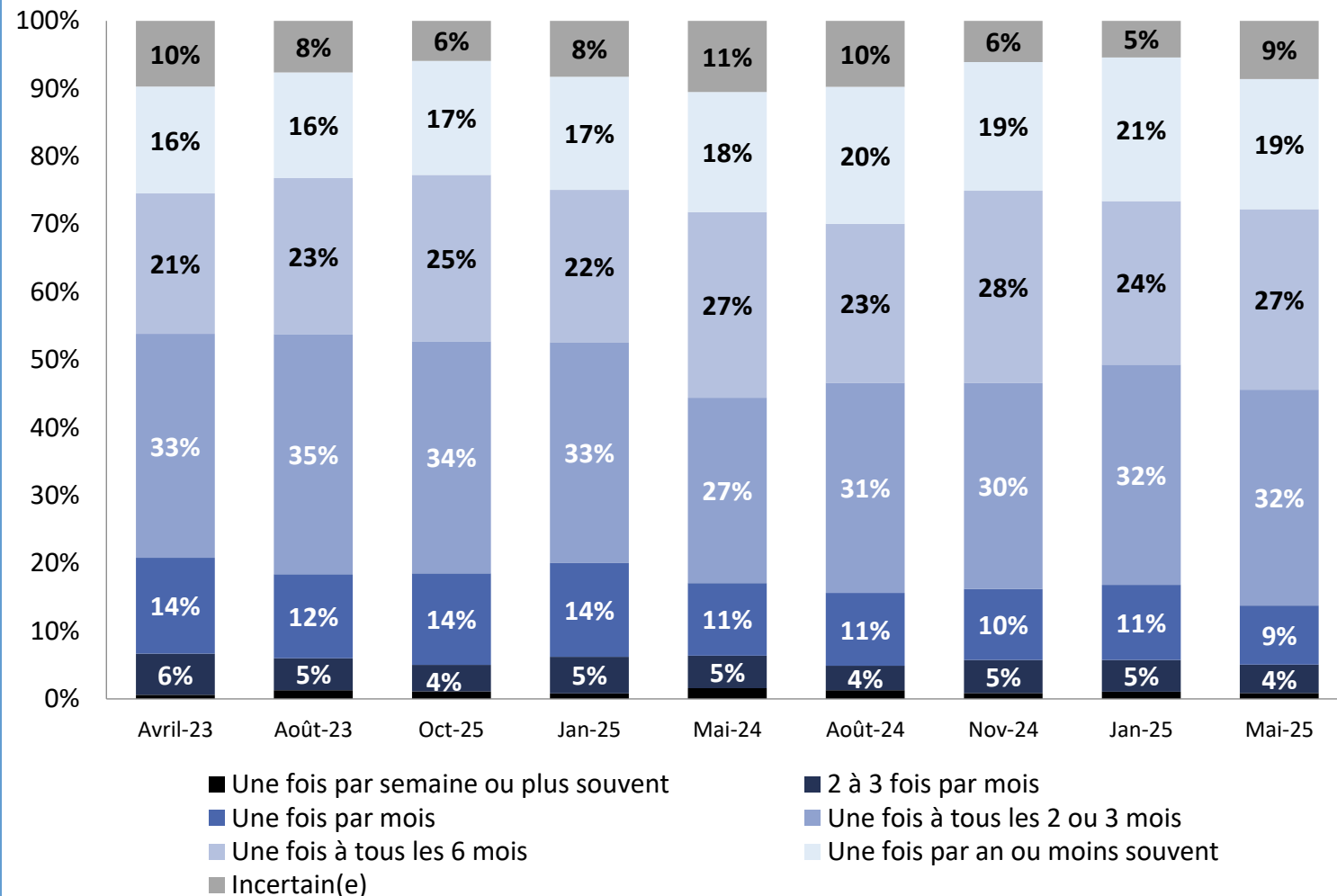
Q – [SUIVI] Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels EN SALLE suivants au cours des 3 dernières années?
[ALÉATOIRE](Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=1055, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Environ 7 amateurs de culture sur 10 déclarent qu'ils prévoient d'assister à des spectacles artistiques ou culturels en salle au moins deux fois au cours de l'année prochaine, ce qui est conforme aux sondages réalisés l'année dernière.

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



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

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

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=715 amateurs de culture en salle, précis $\pm 3,7$ points de pourcentage, 19 fois sur 20,

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

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

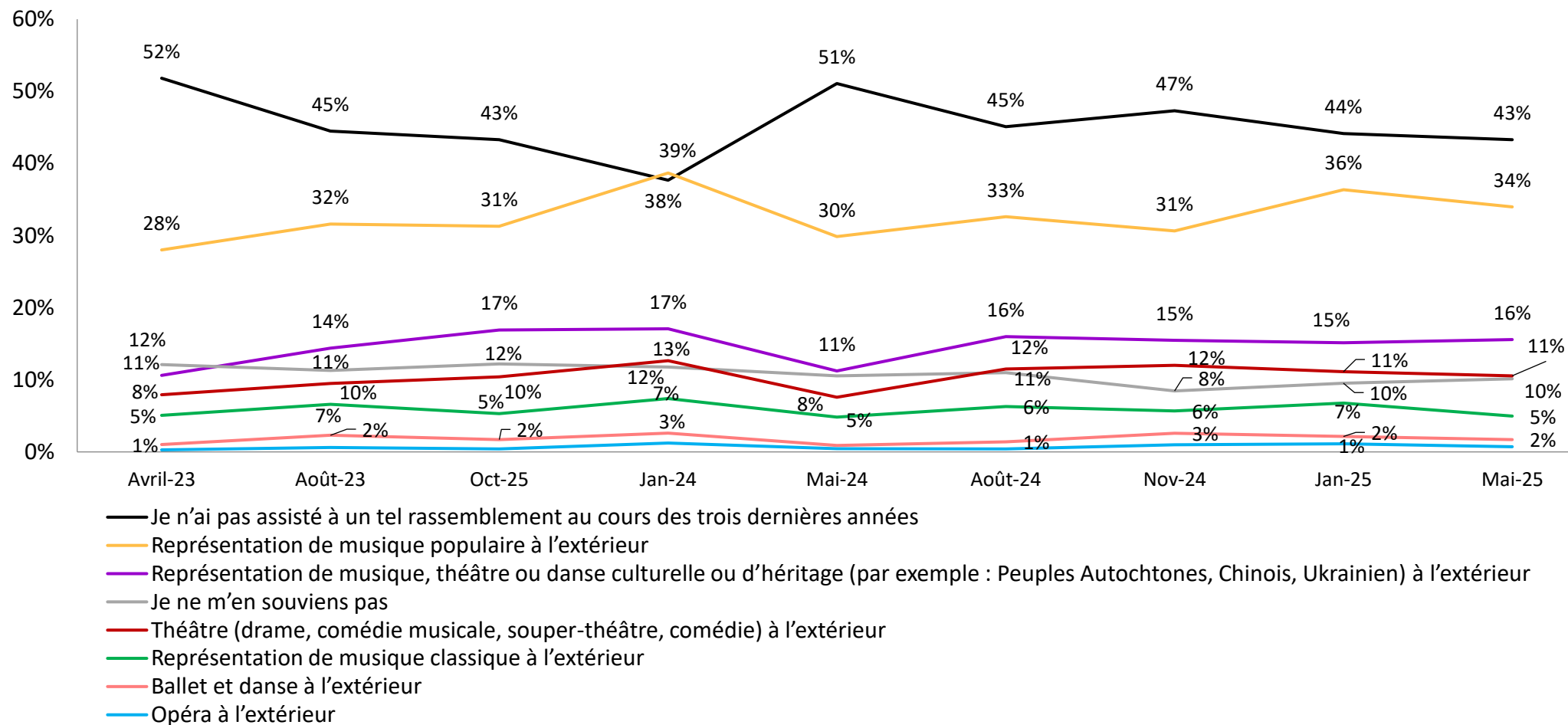
Q - À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels EN SALLE au cours des 12 mois prochains?

	Amateurs de culture en salle (n=715)	Atlantique (n=65)	Québec (n=142)	Ontario (n=247)	Prairies (n=158)	C,-B, (n=103)	Hommes (n=355)	Femmes (n=360)	18 à 34 ans (n=117)	35 à 54 ans (n=318)	55 ans et plus (n=280)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,8%	1,3%	1,8%	0,5%	0,3%	0,7%	0,8%	0,9%	-	1,1%	1,2%
2 à 3 fois par mois	4,2%	3,0%	0,6%	5,1%	5,1%	6,8%	3,7%	4,75	3,0%	3,5%	5,7%
Une fois par mois	8,7%	3,0%	11,2%	7,6%	9,1%	10,2%	8,7%	8,7%	6,5%	11,0%	8,3%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	31,8%	25,,1%	32,8%	33,5%	26,0%	35,8%	31,5%	32,1%	31,6%	27,8%	35,2%
Une fois à tous les 6 mois	26,6%	37,8%	29,0%	28,6%	21,4%	19,0%	28,8%	24,8%	31,2%	30,0%	20,8%
Une fois par an ou moins souvent	19,2%	21,2%	20,3%	14,7%	28,4%	17,5%	18,7%	19,5%	22,5%	19,2%	16,9%
Incertain(e)	8,6%	8,6%	4,3%	10,0%	9,7%	10,0%	7,7%	9,4%	5,3%	7,3%	11,8%

Source : : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=715 amateurs de culture en salle, précis $\pm 3,7$ points de pourcentage, 19 fois sur 20,

Participation à des rassemblements culturels à l'extérieur – Tous les Canadiens

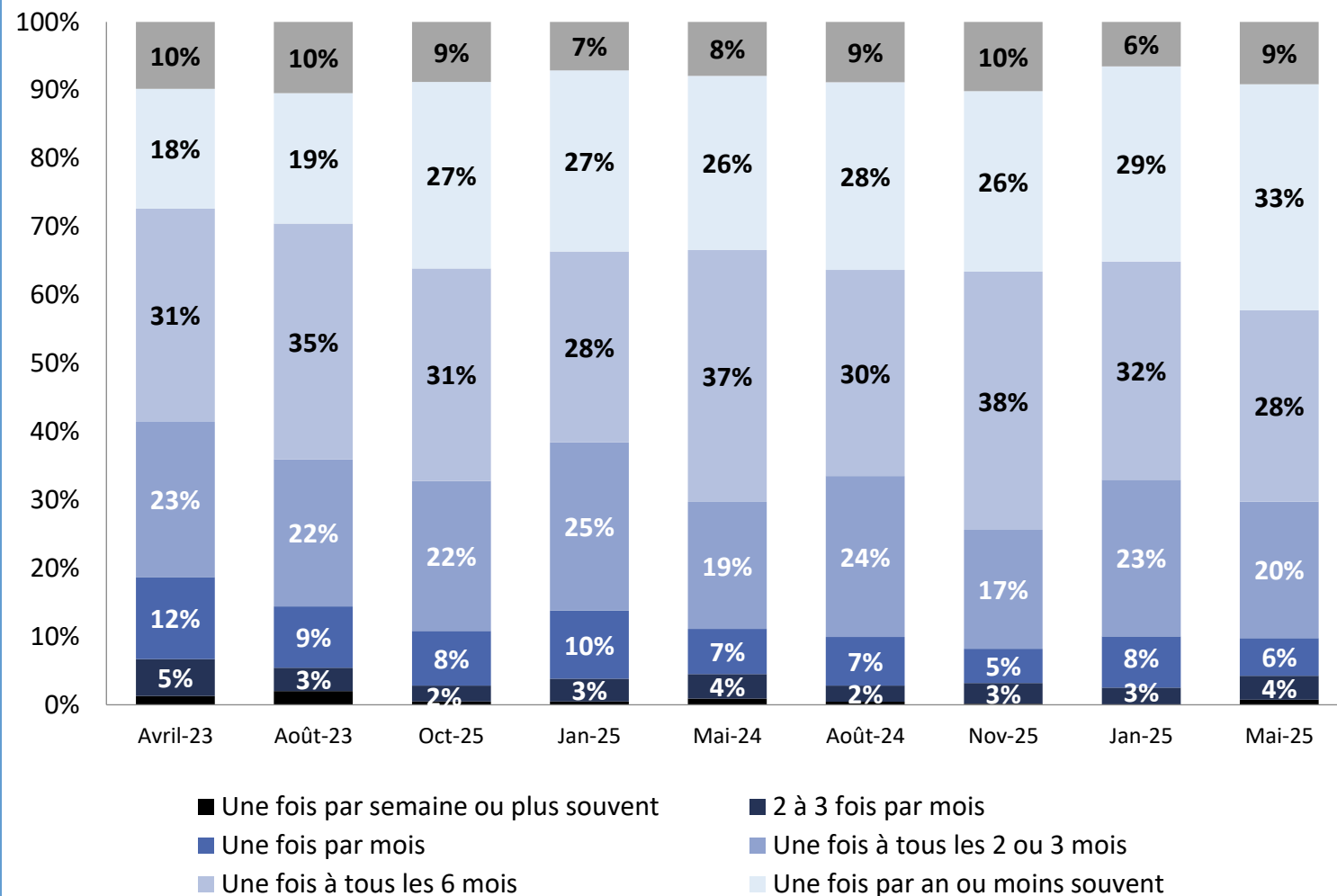
Q – Avez-vous assisté à l'un des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR suivants au cours des 3 dernières années?
[ALÉATOIRE](Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=1 055 Canadiens, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20,

Environ six amateurs de culture sur dix (58%) disent qu'ils prévoient d'assister à des spectacles artistiques ou culturels à l'extérieur au moins deux fois au cours de l'année prochaine, soit une décroissance marginale par rapport à la vague précédente qui a vu que plus de six amateurs de culture sur dix qui prévoyaient d'y assister au moins deux fois par an (64 %).

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



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

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

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=484 amateurs de culture à l'extérieur, précis $\pm 4,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

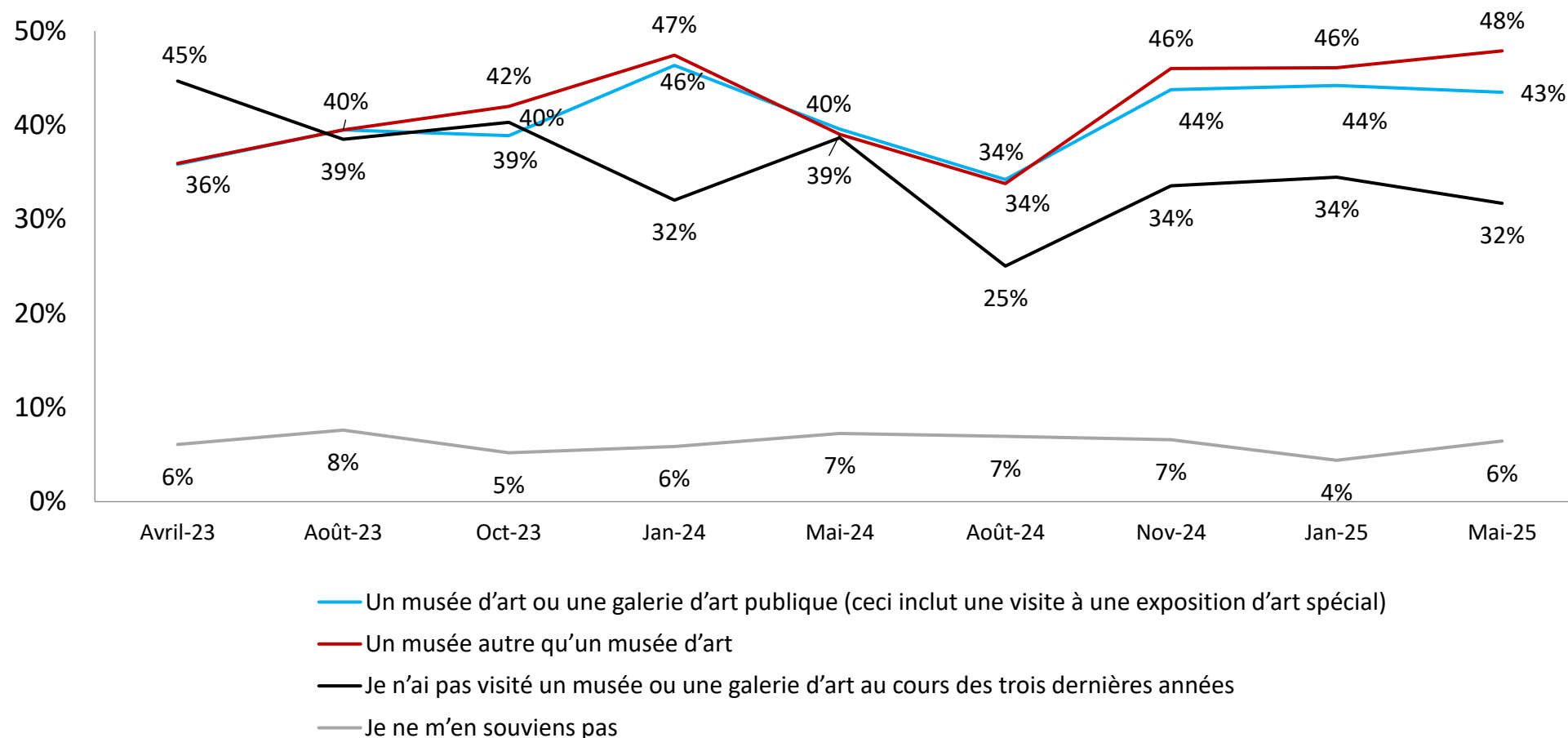
Q – À quelle fréquence prévoyez-vous assister à des rassemblements culturels À L'EXTÉRIEUR au cours des 12 mois prochains?

	Les amateurs de culture à l'extérieur (n=484)	Atlantique (n=48)	Québec (n=106)	Ontario (n=162)	Prairies (n=94)	C.-B. (n=74)	Hommes (n=251)	Femmes (n=233)	18 à 34 ans (n=95)	35 à 54 ans (n=219)	55 ans et plus (n=170)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,7%	-	0,8%	1,2%	0,5%	-	0,8%	0,7%	-	1,9%	0,3%
2 à 3 fois par mois	3,5%	2,8%	4,6%	3,3%	2,3%	4,1%	4,2%	2,9%	2,2%	1,9%	6,3%
Une fois par mois	5,5%	2,8%	4,8%	5,9%	6,6%	5,8%	4,4%	6,6%	6,3%	7,9%	2,6%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	20,0%	9,0%	16,7%	23,4%	16,4%	24,8%	20,0%	19,9%	19,8%	21,9%	18,2%
Une fois à tous les 6 mois	28,0%	30,9%	27,1%	28,5%	21,5%	34,2%	30,8%	25,5%	26,9%	29,6%	27,6%
Une fois par an ou moins souvent	33,1%	48,2%	38,3%	29,7%	39,1%	20,7%	30,5%	35,5%	38,0%	27,5%	34,0%
Incertain(e)	9,1%	6,3%	7,6%	8,1%	13,6%	10,4%	9,3%	8,9%	6,9%	9,2%	11,1%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=484 amateurs de culture à l'extérieur, précis $\pm$ 4,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Visites des galeries et des musées – Tous les Canadiens

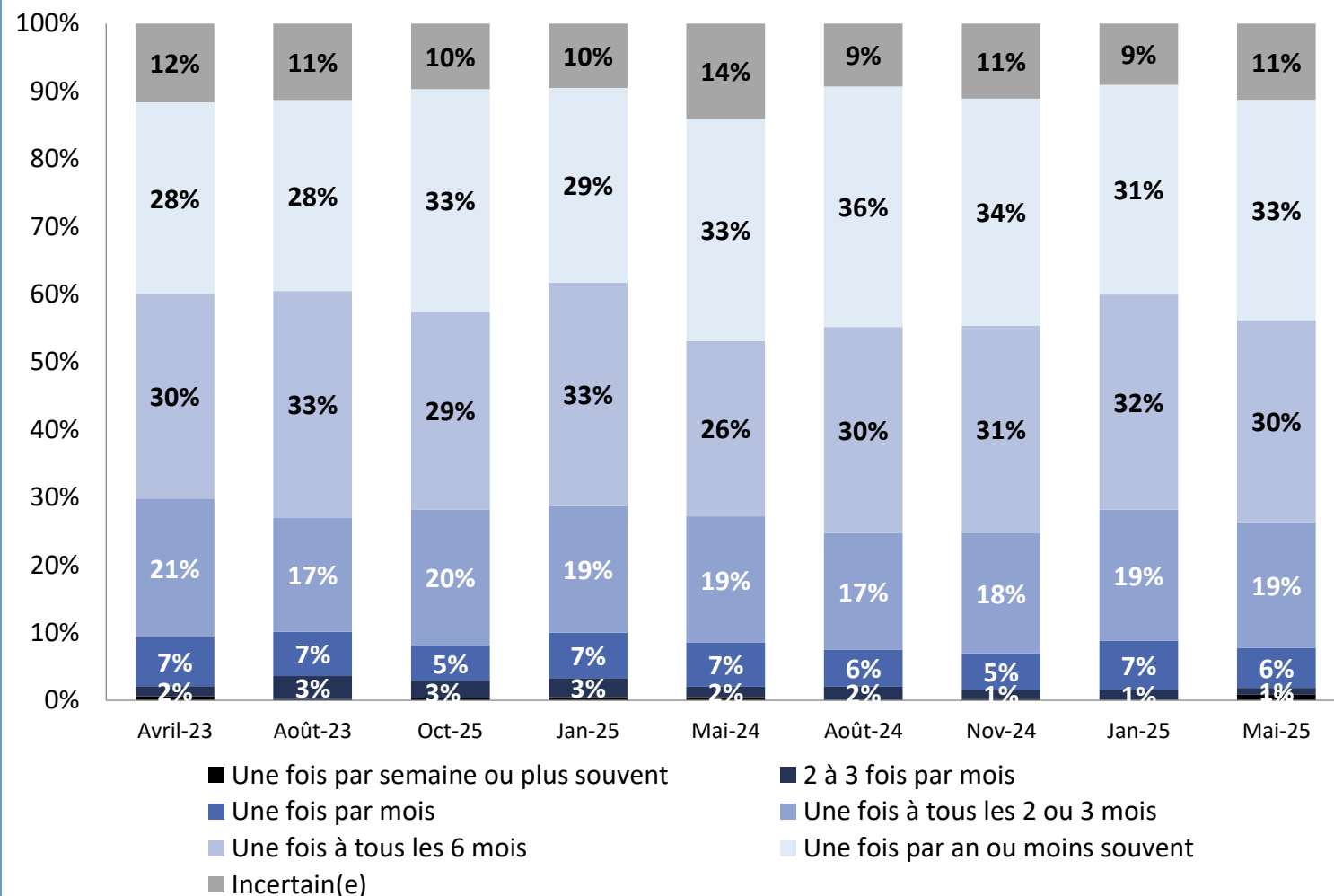
Q – Avez-vous visité un ou plusieurs des endroits suivants au cours des 3 dernières années? [AFFICHER DE MANIÈRE ALÉATOIRE] (Sélectionner tout ce qui s'applique)



Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=1055, précis $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Près de six amateurs de musées sur dix (56%) déclarent qu'ils prévoient de visiter une galerie ou un musée une fois à tous les 6 mois, ce qui est conforme aux vagues précédentes.

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



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

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

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=640 amateurs de musées et galeries, précis $\pm 3,9$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

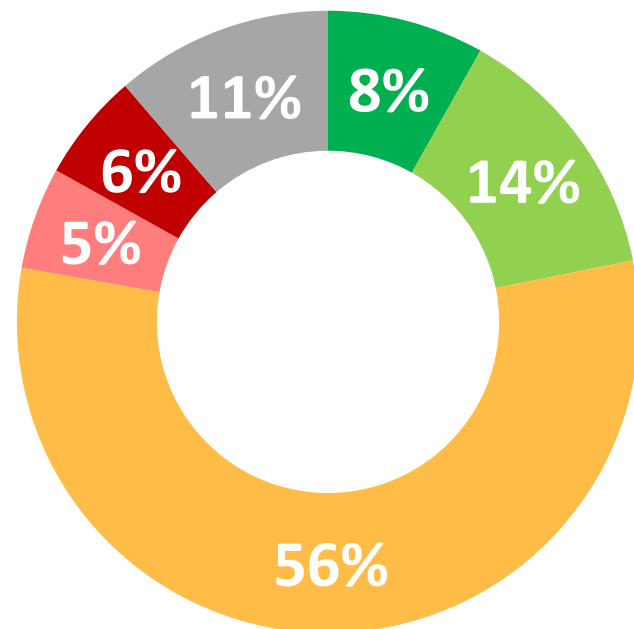
Q – À quelle fréquence prévoyez-vous visiter un MUSÉE OU UNE GALERIE D'ART au cours des 12 mois prochains?

	Les amateurs de musées/ galeries (n=640)	Atlantique (n=59)	Québec (n=119)	Ontario (n=234)	Prairies (n=129)	C.-B. (n=99)	Hommes (n=325)	Femmes (n=315)	18 à 34 ans (n=121)	35 à 54 ans (n=270)	55 ans et plus (n=249)
Une fois par semaine ou plus souvent	0,8%	2,3%	1,7%	0,9%	-	-	1,0%	0,7%	0,8%	0,7%	0,9%
2 à 3 fois par mois	1,0%	-	1,0%	1,1%	1,3%	0,9%	0,9%	1,2%	1,2%	0,8%	1,0%
Une fois par mois	5,9%	3,4%	6,3%	6,7%	5,9%	4,1%	5,4%	6,4%	5,6%	5,9%	6,1%
Une fois à tous les 2 ou 3 mois	18,6%	16,7%	17,6%	19,3%	16,8%	20,7%	15,8%	21,0%	13,9%	18,6%	22,1%
Une fois à tous les 6 mois	29,9%	34,8%	26,4%	29,9%	29,5%	33,0%	31,1%	28,7%	32,4%	27,6%	29,7%
Une fois par an ou moins souvent	32,6%	31,4%	40,0%	31,4%	31,9%	26,8%	34,3%	31,0%	36,3%	33,5%	29,0%
Incertain(e)	11,2%	11,5%	7,1%	10,7%	14,6%	14,5%	11,5%	11,0%	9,7%	12,9%	11,1%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai 2025, n=640 amateurs de musées et galeries, précis ± 3,9 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

A man and a woman are standing in an art gallery, looking at two abstract paintings on the wall. The man is on the left, wearing a striped shirt, and the woman is on the right, wearing a beige blazer. They are both wearing earbuds and appear to be listening to something. The background is a dark grey wall with two framed abstract paintings. The painting on the left features black and red shapes on a white background. The painting on the right features a large red shape and smaller black and red shapes on a white background. The text "Contenu et tourisme des arts et de la culture au Canada" is overlaid on the image in white and blue.

Contenu et tourisme des arts et de la culture au Canada



- Beaucoup plus important qu'il y a un an
- Plutôt plus important qu'il y a un an
- Aussi important qu'il y a un an
- Plutôt moins important qu'il y a un an
- Beaucoup moins important qu'il y a un an
- Incertain(e)

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

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

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

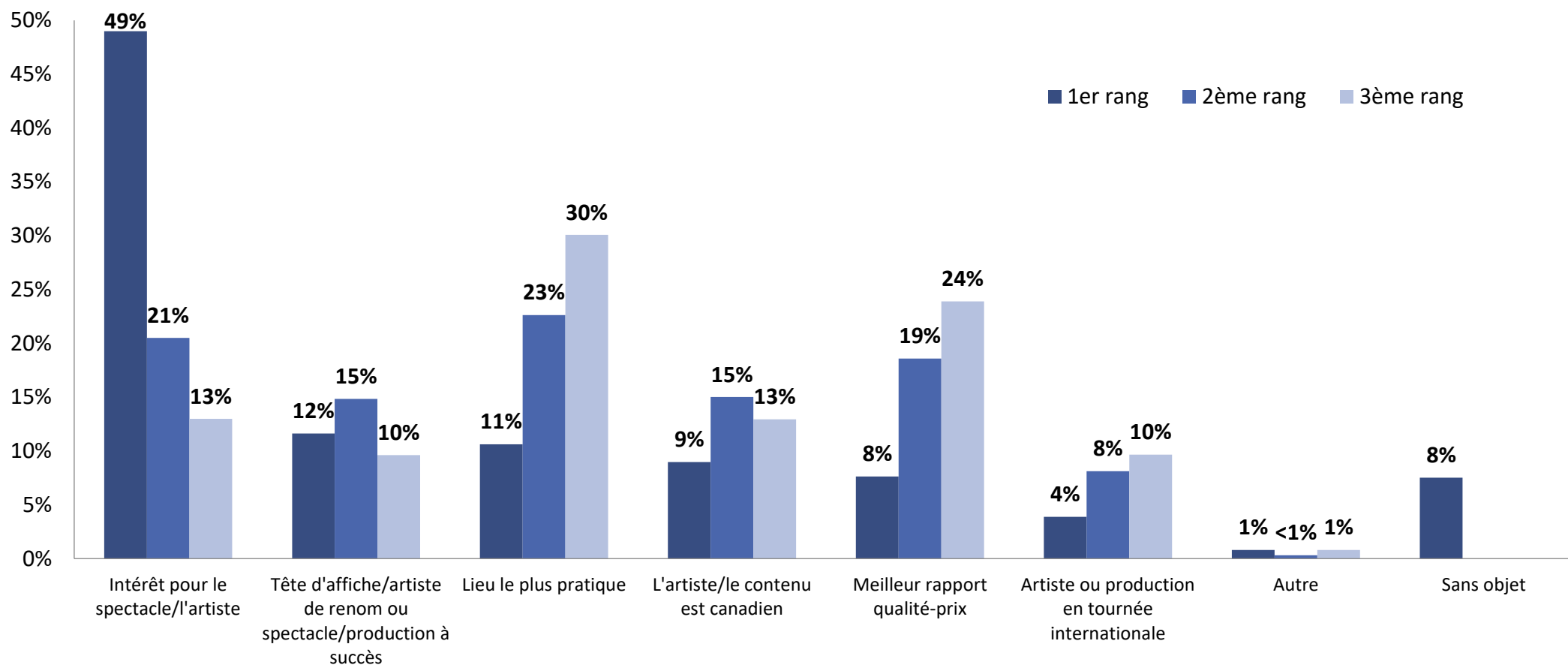
Changement dans le niveau d'importance d'assister à des événements d'art et de culture

Beaucoup plus important/Plutôt plus important	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	20,7%	20,1%	25,9%	19,5%	16,5%
Beaucoup moins important/Plutôt moins important	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
	22,3%	21,4%	20,7%	22,5%	22,1%
Beaucoup moins important/Plutôt moins important	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	11,5%	8,1%	11,8%	10,8%	12,6%
Beaucoup moins important/Plutôt moins important	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
	12,8%	9,2%	10,1%	11,8%	10,8%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précisions $\pm 3,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Raisons principales influençant les événements culturels et spectacles auxquels vous prévoyez assister cet été

Q – En ce qui concerne les événements artistiques et culturels, les spectacles, les musées et les galeries d'art auxquels vous prévoyez assister ou visiter cet été, quelles sont les trois principales raisons pour lesquelles vous en choisirez un plutôt qu'un autre ? Veuillez les classer par ordre d'importance, 1 étant la plus importante, 2 la deuxième et 3 la troisième. [ALÉATOIRE]



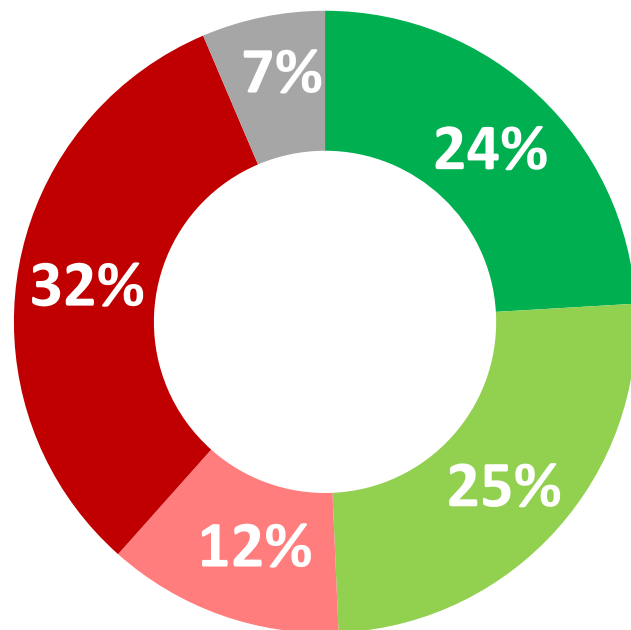
Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=848 amateurs de cultures, précis $\pm 3,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Principales raisons qui influencent le choix des événements culturels et des spectacles auxquels vous assisterez cet été - Données démographiques

Q – En ce qui concerne les événements artistiques et culturels, les spectacles, les musées et les galeries d'art auxquels vous prévoyez assister ou visiter cet été, quelles sont les trois principales raisons pour lesquelles vous en choisirez un plutôt qu'un autre ? Veuillez les classer par ordre d'importance, 1 étant la plus importante, 2 la deuxième et 3 la troisième. [ALÉATOIRE]

		Mai-25 (n=848)	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=294)	Prairies (n=172)	C.-B. (n=126)	Hommes (n=430)	Femmes (n=418)	18 à 34 ans (n=149)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=328)
Premier Rang	Intérêt pour le spectacle/l'artiste	49,0%	49,3%	53,7%	52,2%	41,5%	41,5%	48,0%	49,8%	44,3%	52,7%	49,3%
	Tête d'affiche/artiste de renom ou spectacle/production à succès	11,6%	7,3%	12,7%	10,3%	12,6%	14,4%	12,1%	11,2%	16,7%	11,3%	8,3%
	Lieu le plus pratique	10,6%	18,5%	7,1%	9,8%	11,8%	13,5%	11,1%	10,2%	12,1%	8,65	11,2%
	L'artiste/le contenu est canadien	9,0%	3,3%	10,2%	7,6%	11,2%	10,7%	7,1%	10,7%	7,5%	7,8%	11,0%
	Meilleur rapport qualité-prix	7,6%	10,8%	7,0%	7,6%	7,6%	7,3%	9,2%	6,2%	9,1%	8,6%	5,8%
	Artiste ou production en tournée internationale	3,9%	3,9%	4,1%	3,7%	5,5%	2,1%	4,3%	3,5%	4,3%	3,4%	4,0%
	Autre	0,8%	-	1,1%	0,6%	1,1%	0,7%	0,6%	0,9%	-	0,5%	1,5%
	Sans objet	7,5%	7,0%	4,1%	8,2%	8,7%	9,8%	7,5%	7,5%	5,9%	7,2%	9,0%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=848 amateurs de cultures, précis ± 3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.



■ Probable
■ Plutôt probable
■ Plutôt pas probable
■ Pas probable
■ Incertain(e)

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

Probabilité de voyager hors de sa ville au Canada pour assister à un événement artistique ou culturel

Probable/Plutôt probable	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	42,4%	53,0%	50,4%	46,9%	46,5%
	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
	48,4%	50,1%	49,5%	49,6%	49,0%
Pas probable/Plutôt pas probable	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	48,9%	40,3%	41,8%	49,2%	49,5%
	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
	46,5%	42,3%	45,5%	42,1%	45,2%

Q - Cet été, est-il probable, plutôt probable, plutôt pas probable ou pas probable que vous vous déplaciez à l'extérieur de la ville (plus de 40 km) au Canada pour assister à une manifestation ou à un spectacle artistique ou culturel, ou pour visiter un musée ou une galerie d'art?

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précis $\pm 3,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Événements artistiques ou culturels pour lesquels vous pourriez voyager pour y assister

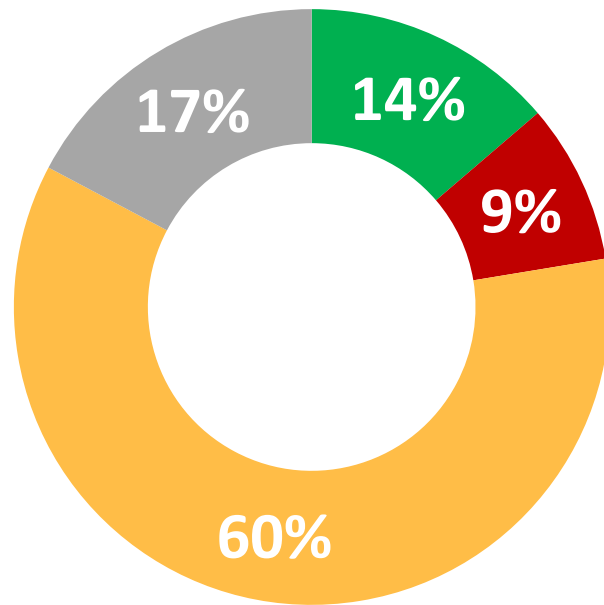
Q – [SI PROBABLE/PLUTÔT PROBABLE] Pour lesquels des événements suivants souhaitez-vous vous rendre à l'extérieur de votre ville (plus de 40 km) afin d'y assister ou de les visiter? [ALÉATOIRE](Sélectionner tout ce qui s'applique)

	Mai 2025 (n=418)	Atlantique (n=32)	Québec (n=95)	Ontario (n=151)	Prairies (n=81)	C.-B. (n=59)	Hommes (n=210)	Femmes (n=208)	18 à 34 ans (n=76)	35 à 54 ans (n=182)	55 ans et plus (n=160)
RÉPONSES POPULAIRES											
Un spectacle tel qu'un concert ou une pièce de théâtre	59,7%	60,4%	64,1%	59,3%	57,4%	55,6%	56,3%	62,8%	54,4%	61,5%	62,1%
Un site historique ou patrimonial	52,3%	60,9%	43,6%	52,4%	57,4%	57,8%	50,9%	53,5%	48,4%	55,7%	52,3%
Un festival de musique	40,8%	38,4%	44,6%	38,4%	34,8%	49,5%	43,5%	38,5%	45,1%	41,6%	37,1%
Un musée ou une galerie d'art	38,4%	29,4%	29,7%	44,8%	36,4%	40,7%	35,9%	40,6%	48,8%	34,0%	34,4%
Un festival de nourriture/boisson	29,2%	36,6%	24,8%	30,1%	28,9%	31,6%	35,3%	23,8%	38,4%	33,9%	18,7%

Source : Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=418 amateurs de cultures pour qui il est probable ou plutôt probable qu'ils se rendent à l'extérieur de la ville pour assister/visiter, précis ± 4,8 points de pourcentage, 19 fois sur 20

Fréquence de visites d'événements artistiques et culturels pour cet été

Q – Par rapport à l'été dernier, prévoyez-vous d'assister ou de visiter plus, moins ou à peu près le même nombre d'événements ou de spectacles artistiques ou culturels ou de musées et de galeries à l'extérieur de votre ville (plus de 40 km) au Canada cet été?



■ Plus ■ Moins ■ À peu près le même nombre ■ Incertain(e)

3 Canadiens sur 5

prévoient d'assister ou de visiter environ le même nombre d'événements artistiques et culturels ou de spectacles ou de musées et galeries en dehors de leur ville.

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

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

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précis $\pm 3,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Fréquence de visites d'événements artistiques et culturels pour cet été – Données démographiques

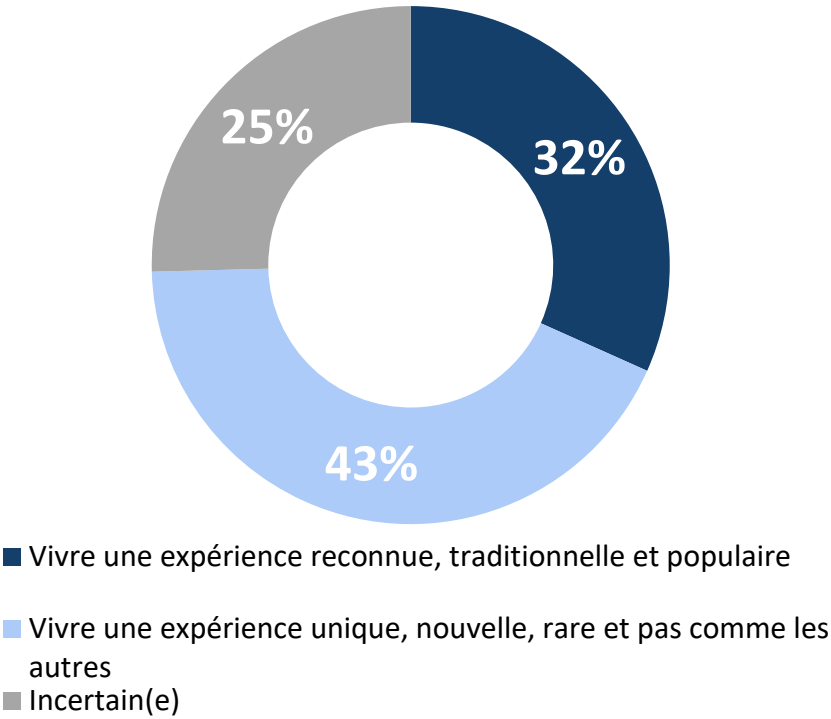
Q – Par rapport à l'été dernier, prévoyez-vous d'assister ou de visiter plus, moins ou à peu près le même nombre d'événements ou de spectacles artistiques ou culturels ou de musées et de galeries à l'extérieur de votre ville (plus de 40 km) au Canada cet été?

		Mai-25 (n=848)	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=295)	Prairies (n=173)	C.-B. (n=124)	Hommes (n=432)	Femmes (n=416)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=370)	55 ans et plus (n=327)
	Plus	13,7%	11,6%	11,7%	18,1%	9,5%	10,8%	12,3%	15,0%	16,0%	10,7%	14,5%
	Moins	8,7%	16,6%	8,8%	8,7%	5,4%	9,0%	8,1%	9,2%	7,2%	8,7%	9,7%
	À peu près le même nombre	60,4%	58,8%	71,1%	53,5%	66,7%	55,7%	63,5%	57,4%	59,7%	61,9%	59,5%
	Incertain(e)	17,2%	13,0%	8,5%	19,7%	18,4%	24,5%	16,1%	18,3%	17,0%	18,7%	16,3%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précis $\pm 3,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Type d'art ou expérience culturel préférées dans votre ville

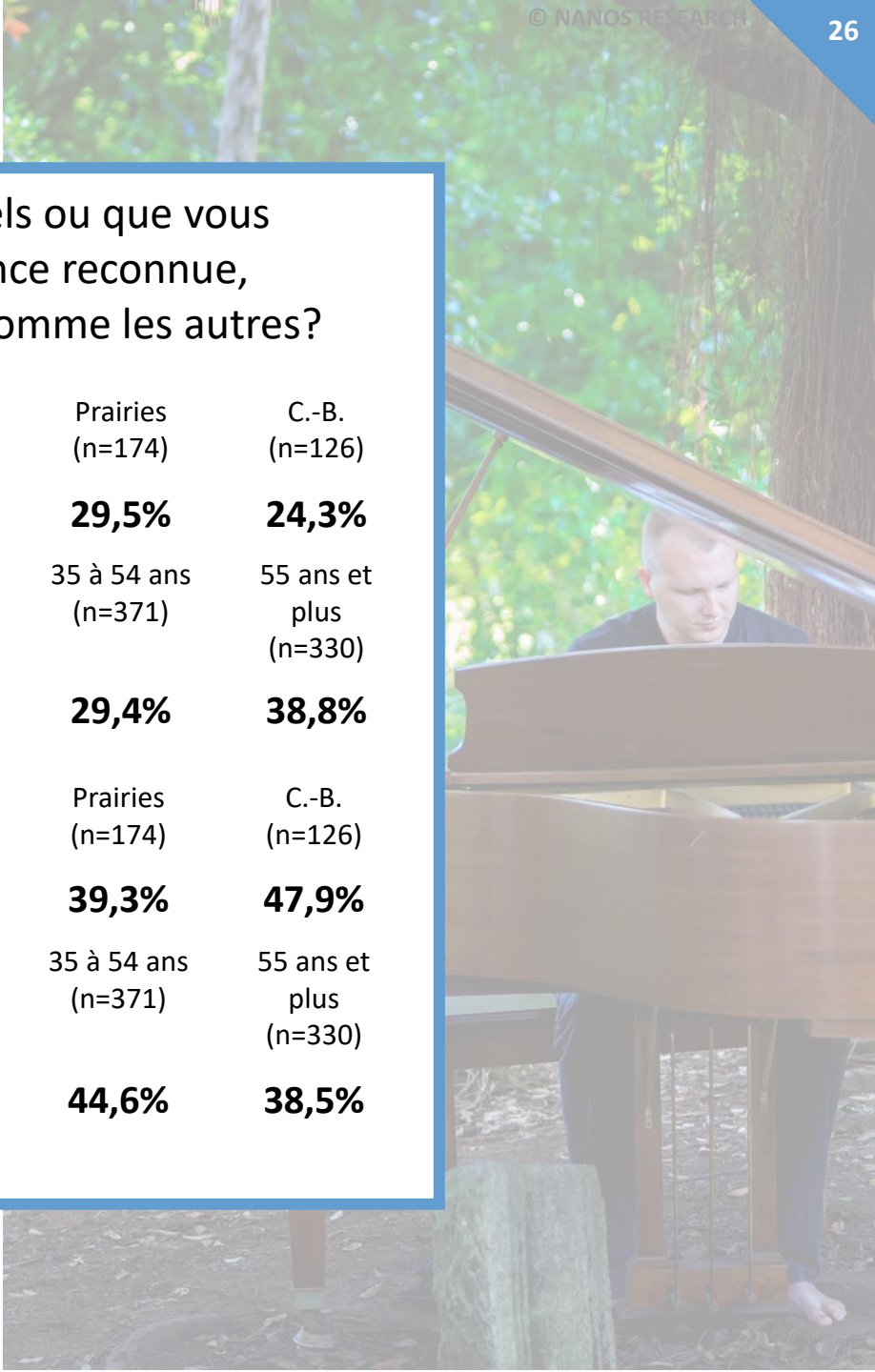
Q – Lorsque vous assistez à des événements et des spectacles artistiques et culturels ou que vous visitez des musées et des galeries dans votre ville, préférez-vous vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire OU vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres?



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

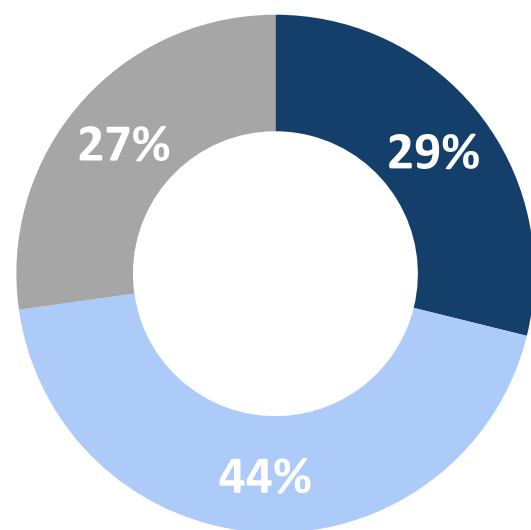
Vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	44,6%	38,6%	29,4%	29,5%	24,3%
	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
Vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres	Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
	26,0%	44,6%	44,3%	39,3%	47,9%
	Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
	43,4%	42,4%	47,1%	44,6%	38,5%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précis ± 3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.



Type d'art ou expérience culturel préférées hors de votre ville

Q – Lorsque vous assistez à des événements et des spectacles artistiques et culturels ou que vous visitez des musées et des galeries en dehors de votre ville (à plus de 40 km), préférez-vous vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire OU vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres?



■ Vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire

■ Vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

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

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

Vivre une expérience reconnue, traditionnelle et populaire

Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
34,3%	34,3%	27,6%	26,2%	24,7%
Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
30,8%	27,1%	23,3%	29,9%	32,0%

Vivre une expérience unique, nouvelle, rare et pas comme les autres

Atlantique (n=79)	Québec (n=177)	Ontario (n=296)	Prairies (n=174)	C.-B. (n=126)
39,2%	47,5%	44,6%	39,2%	44,1%
Hommes (n=433)	Femmes (n=419)	18 à 34 ans (n=151)	35 à 54 ans (n=371)	55 ans et plus (n=330)
41,9%	45,8%	50,4%	42,5%	40,4%

Source: Nanos Research, sondage hybride téléphonique par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales et en ligne, du 5 au 8 Mai, 2025, n=852 amateurs de cultures, précis $\pm$ 3,5 points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Nanos a mené une enquête téléphonique et en ligne par génération aléatoire de numéros de téléphone (GANT) à bases duales auprès de 1055 Canadiens, âgés de 18 ans ou plus, du 5 au 8 mai, 2025, dans le cadre d'une enquête omnibus. Les participants ont été recrutés au hasard par téléphone en utilisant des agents en direct et ont été administré une enquête en ligne. Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif de la population.

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

La marge d'erreur pour une enquête aléatoire de 1055 Canadiens est de $\pm 3,0$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

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

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

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



Élément	Description	Élément	Description
Commanditaire de la recherche	Affaires / Arts et le Centre national des Arts	Pondération des données	Les résultats ont été pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement (2021) et l'échantillon est géographiquement stratifié pour assurer une répartition dans toutes les régions du Canada. Voir les tableaux pour la divulgation complète de la pondération.
Population et taille de l'échantillon final	1055 individus sélectionnés au hasard.	Sélection	La sélection a permis de s'assurer que les répondants potentiels ne travaillaient pas dans le secteur des études de marché, dans le secteur de la publicité, dans les médias ou dans un parti politique avant d'administrer le sondage pour garantir l'intégrité des données.
Source de l'échantillon	Panneau de probabilité Nanos	Données démographiques exclues	Individus de moins de 18 ans; les individus sans ligne terrestre ou cellulaire et les individus sans accès à l'Internet ne pouvaient pas participer.
Type d'échantillon	Probabilité	Stratification	Les résultats ont été vérifiés statistiquement et pondérés selon l'âge et le sexe à l'aide des dernières informations du recensement (2021) et l'échantillon est géographiquement stratifié pour être représentatif du Canada. De plus petites régions comme le Canada Atlantique ont été légèrement suréchantillonnées pour permettre un échantillon régional minimum.
Marge d'erreur	± 3,0 points de pourcentage, 19 fois sur 20.	Taux de réponse estimé	Onze pour cent, conformément aux normes de l'industrie.
Mode d'enquête	Enquête omnibus hybride téléphonique GANT (lignes terrestres et cellulaires) et en ligne	Ordre des questions	L'ordre des questions dans le rapport précédent est regroupé par thème. Veuillez vous référer aux tableaux en annexe pour les questions dans l'ordre du questionnaire original.
Méthode d'échantillonnage	L'échantillon comprenait des lignes terrestres et cellulaires GANT (génération aléatoire de numéro de téléphone) à travers le Canada.	Contenu des questions	Les sujets abordés dans l'omnibus avant le contenu de l'enquête étaient les suivants : opinions sur les questions politiques, opinions sur les questions économiques, circulation, finances personnelles, immigration, chaînes d'approvisionnement, croissance économique, environnement et énergie.
Données démographiques (capturées)	Canada Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, Colombie-Britannique; Hommes et Femmes; 18 ans et plus. Un code postal à six chiffres a été utilisé pour valider la géographie.	Langage des questions	Les questions du rapport précédent sont rédigées exactement comme elles ont été posées aux individus.
Travail sur le terrain / Validation	Les personnes ont été recrutées à l'aide d'entretiens en direct avec supervision en direct pour valider le travail, les questions de recherche ont été administrées en ligne	Fournisseur de recherche / collecte de données	Nanos Research
Nombre d'appels	Maximum de cinq rappels aux personnes recrutées.	Contact	Contactez Nanos Research pour plus d'informations ou pour toute préoccupation ou question. http://www.nanos.co Téléphone: (613) 234-4666 poste 237 Courriel: info@nanosresearch.com.
Heure des appels	Les personnes ont été appelées entre 12 h 00 et 17 h 30 et entre 18 h 30 et 21 h 30, heure locale du répondant.	Tableaux de données	Par région, âge et genre
Dates de l'enquête	5 au 8 mai, 2025.		
Langue de l'enquête	L'enquête a été menée en anglais et en français.		
Normes	Nanos Research est membre du Conseil de Recherche de l'intelligence marketing canadien (CRIC) et confirme que cette recherche est entièrement conforme à toutes les normes du CRIC, y compris les normes de recherche sur l'opinion publique du CRIC et les exigences de divulgation. https://canadianresearchinsightscouncil.ca/standards/		



nanos dimap analytika



EthicStratégies

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

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

Ethic Strategies a été créée par les partenaires fondateurs de [PAA Advisory](#) et de [Nanos Research Corporation](#), tous deux leaders reconnus en matière de recherche, de plaidoyer et de conseil. Ethic fournit des conseils stratégiques, des conseils et des stratégies de communication sur mesure aux organisations confrontées à de graves problèmes. www.ethicstrategies.com

À PROPOS DE
NANOS

Des questions?



Nanos Research

(613) 234-4666, poste 237

ea@nanosresearch.com

Pour plus d'informations sur l'entreprise, veuillez visiter

www.nanos.co



NANOS EST VOTRE PARTENAIRE DE RECHERCHE À HAUTS ENJEUX .

Fournissant des solutions de classe mondiale depuis 1987, nous sommes le leader en matière d'analyse et de visualisation de données à grande vitesse.

Marché | Consommateur | Réputation | Politique | Aperçu

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

www.nanos.co