

## ***Profil des activités culturelles et des visites du patrimoine au Nouveau-Brunswick***

Le 2 octobre 2007

*Profils provinciaux des activités culturelles et des visites du patrimoine en 2005*, un nouveau rapport de la série *Regards statistiques sur les arts* de Hill Stratégies Recherche, donne un aperçu du nombre et du pourcentage de résidents du Nouveau-Brunswick de 15 ans et plus en 2005 qui ont :

- assisté à un spectacle;
- visité une galerie d'art ou un musée;
- visité un site historique ou un autre organisme du patrimoine;
- lu un journal, une revue ou un livre;
- visionné un film en salle ou à la maison; ou
- écouté de la musique enregistrée.

Lorsque des données comparables sont disponibles, le rapport présente également les tendances des activités culturelles et des visites du patrimoine entre 1992 et 2005. Les données sont tirées des enquêtes sociales générales de 1992 et 2005 de Statistique Canada, des enquêtes téléphoniques approfondies auprès d'environ 550 résidents du Nouveau-Brunswick de 15 ans ou plus. Les statistiques présentées dans ce résumé sont des estimations fiables basées sur cet échantillon représentatif de la population du Nouveau-Brunswick.

### ***La lecture, la musique et les films sont les activités les plus fréquentes***

En 2005, les activités culturelles et les visites du patrimoine les plus recherchées au Nouveau-Brunswick étaient :

- la lecture de journaux (89 % de la population de 15 ans et plus);
- l'écoute de la musique sur disque compact, cassette, disque audio DVD, disque, etc. (82 %);
- le visionnement de vidéos (louées ou achetées, format VHS ou DVD) (77 %);
- la lecture de revues (76 %);
- la lecture d'un livre (60 %); et
- le visionnement d'un film en salle ou dans un ciné-parc (55 %).

## *La plupart des activités ont intéressé environ le même pourcentage de résidents du Nouveau-Brunswick en 2005 qu'en 1992*

La plupart des activités culturelles et des sites du patrimoine ont attiré un pourcentage semblable de gens du Nouveau-Brunswick en 2005 qu'en 1992.

Les activités qui ont intéressé un pourcentage plus élevé de gens en 2005 qu'en 1992 comprennent les spectacles de musique populaire, les spectacles en langue ancestrale (comme les danses autochtones, les opéras en chinois ou les danses ukrainiennes), les visites à des galeries d'art publiques et le visionnement de films en salle.

Aucune activité n'a attiré un pourcentage significativement plus petit de gens du Nouveau-Brunswick en 2005 qu'en 1992.

Compte tenu de la croissance de la population entre 1992 et 2005, il y a eu augmentation du nombre absolu de résidents du Nouveau-Brunswick pour **toutes** les activités culturelles et visites du patrimoine.

### *Rapport complet*

Le rapport complet comprend beaucoup plus d'informations ainsi que des tableaux détaillés sur les activités culturelles et les visites du patrimoine par les résidents du Nouveau-Brunswick en 1992 et 2005. Le rapport complet, financé par le Conseil des Arts du Canada, Patrimoine Canada et le Conseil des arts de l'Ontario, est disponible gratuitement dans le site Internet de Hill Stratégies Recherche (<http://www.hillstrategies.com>) ainsi que dans les sites des organismes subventionnaires.

### *Remarques sur la méthodologie*

Les individus sont comptés seulement une fois par activité, peu importe le nombre de fois qu'ils aient participé à l'activité. Il est également important de noter que les données incluent la participation à des activités à l'extérieur de la province et excluent la participation de visiteurs d'autres provinces ou de l'étranger. Autrement dit, les données provinciales sur les visites de musées correspondent au nombre de personnes qui ont visité au moins un musée (n'importe où) au cours de l'année de l'enquête et non pas au nombre de visites totales faites à des musées de la province.

### *Entrevues*

Pour des entrevues avec les médias, veuillez communiquer avec Kelly Hill, président de Hill Stratégies Recherche au 905-528-8891, par courriel à [kelly@hillstrategies.com](mailto:kelly@hillstrategies.com) ou au site web de Hill Stratégies Recherche ([www.hillstrategies.com](http://www.hillstrategies.com)).