

ÉTUDE DU COMMISSAIRE
À LA LANGUE FRANÇAISE

L'exception québécoise

UNE ÉTUDE SUR LA CONSOMMATION
MUSICALE AU QUÉBEC, AU CANADA
ET DANS 24 PAYS EUROPÉENS

13 octobre 2026

Direction

Benoît Dubreuil, commissaire à la langue française

Recherche, analyse et rédaction

Rodolphe Parent, responsable
Vénunyé Claude Kondo Tokpovi

Révision

Jonathan Aubin, réviseur linguistique

Relecture, graphisme et intégration

Secrétariat général et direction des affaires administratives et des communications

Date de parution

13 octobre 2026

Comment citer ce document

Commissaire à la langue française (2026). L'exception québécoise : étude sur la consommation musicale au Québec, au Canada et dans 24 pays européens.

<https://www.commissairelanguefrancaise.quebec/publications/etude/francais-ecoute-musicale/>

Note

Commissaire à la langue française (avec un C majuscule) désigne l'institution, alors que commissaire (avec un c minuscule) est utilisé quand il s'agit de la personne désignée par l'Assemblée nationale du Québec.

Précision

Des outils d'intelligence artificielle ont été utilisés à différentes étapes de la recherche et de la production de la présente étude, notamment pour soutenir la collecte et le traitement de l'information, l'analyse, la rédaction et la révision. Leur utilisation a été encadrée par l'équipe du Commissaire à la langue française, qui assume la responsabilité de l'ensemble des contenus.

Éditeur

Commissaire à la langue française
875, Grande Allée Est, bureau 1 879
Québec (Québec) G1R 4Y8
Site Web : [commissairelanguefrancaise.quebec](https://www.commissairelanguefrancaise.quebec)
Courriel : info@clf.quebec

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2026
ISBN : 978-2-555-05016-7 (version PDF)
© Commissaire à la langue française, 2026

Table des matières

Liste des tableaux.....	1
Liste des figures	2
Sommaire	3
Pistes d'action	4
Introduction	5
Problématique	6
Méthodologie	8
SOURCES DE DONNÉES ET COLLECTE	8
TRAITEMENT DES DONNÉES	9
ANALYSE DES DONNÉES	10
LIMITES DE L'ÉTUDE	11
Constats et résultats	13
Analyse	39
LE POIDS DES ALGORITHMES	39
LES LIMITES DE L'OFFRE	40
LA CONNAISSANCE DE L'ANGLAIS	40
LES RÉSEAUX ET LA DIVERSITÉ CULTURELLE	41
LA SOCIALISATION MUSICALE	41
LES REPRÉSENTATIONS IDENTITAIRES	42
Pistes d'action	44
METTRE EN ŒUVRE LA LOI SUR LA DÉCOUVRABILITÉ DES CONTENUS CULTURELS	44
ADOPTER UNE STRATÉGIE POUR APPUYER LA PRODUCTION DE GRANDS SUCCÈS DANS LE RAP ET LA POP	44
RENFORCER L'INTÉGRATION DU QUÉBEC À LA FRANCOPHONIE INTERNATIONALE	45
FAIRE RÉSONNER LE FRANÇAIS DANS LES ESPACES PUBLICS ET MULTIPLIER LES CROISEMENTS AVEC LES AUTRES PRODUCTIONS CULTURELLES	45
FAIRE DE LA DÉCOUVERTE DE LA MUSIQUE QUÉBÉCOISE ET FRANCOPHONE UN OBJECTIF STRATÉGIQUE DU SYSTÈME D'ÉDUCATION	46
METTRE EN ŒUVRE LA POLITIQUE SUR L'INTÉGRATION À LA NATION QUÉBÉCOISE	47
VALORISER LE RÔLE DE LA FAMILLE ET DES AMIS DANS LA TRANSMISSION CULTURELLE	47
Conclusion	48
Annexe	49

Liste des tableaux

Tableau 1	Taux d'écoute des citoyens connaissant la langue des pays importateurs par pays exportateurs du même marché linguistique
Tableau 2	Écoutes de Charlotte Cardin, de Céline Dion et de Roch Voisine en anglais et en français en Belgique, en France et au Québec
Tableau 3	Données manquantes pour l'ensemble des marchés non anglophones
Tableau 4	Langues considérées comme nationales pour l'ensemble des marchés non anglophones
Tableau 5	Part des écoutes des artistes multilingues et des artistes multilingues chantant au moins en anglais
Tableau 6	Variables utilisées pour l'analyse multivariée selon le pays et le Québec
Tableau 7	Modèles de régression linéaire selon les variables indépendantes et prédiction pour le Québec avec un modèle bêta

Liste des figures

- | | |
|------------------|---|
| Figure 1 | Évolution de la part des écoutes d'artistes américains pour l'ensemble des marchés |
| Figure 2 | Part des écoutes d'artistes nationaux pour l'ensemble des marchés |
| Figure 3 | Évolution de la part des écoutes des artistes nationaux pour l'ensemble des marchés |
| Figure 4 | Part des écoutes d'artistes chantant dans la ou les langues nationales pour l'ensemble des marchés non anglophones |
| Figure 5 | Évolution des écoutes dans les langues nationales pour l'ensemble des marchés non anglophones |
| Figure 6 | Part moyenne des écoutes des artistes nationaux dans chaque segment de la distribution des écoutes pour l'ensemble des marchés non anglophones |
| Figure 7 | Part moyenne des écoutes des artistes chantant dans au moins une langue nationale dans chaque segment de la distribution des écoutes pour les marchés non anglophones |
| Figure 8 | Proportion d'écoutes dans chaque langue pour les 50 000 artistes les plus écoutés au Québec |
| Figure 9 | Pourcentage des écoutes des artistes selon le genre musical pour l'ensemble des marchés |
| Figure 10 | Pourcentage des écoutes des artistes nationaux selon le genre musical pour l'ensemble des marchés |
| Figure 11 | Pourcentage des écoutes dans la langue nationale selon le genre musical pour l'ensemble des marchés non anglophones |
| Figure 12 | Part des écoutes dans la langue nationale pour chacun des catalogues pour l'ensemble des marchés non anglophones |
| Figure 13 | Différence des écoutes des artistes chantant dans les langues nationales entre le catalogue ancien et le catalogue complet pour l'ensemble des marchés |
| Figure 14 | Part des écoutes selon le rang pour l'ensemble des marchés |

Sommaire

Cette étude porte sur la consommation musicale en ligne au Québec, au Canada et dans 24 pays d'Europe. Elle y compare la place des artistes nationaux et des artistes chantant dans une langue nationale. Elle s'appuie sur les données de Luminate Data, qui permettent de comparer les écoutes selon l'origine des artistes, la langue des chansons, les genres musicaux, la position des artistes dans la distribution des écoutes et le caractère récent ou ancien des titres.

Les résultats font ressortir une situation nettement défavorable au français et aux artistes nationaux au Québec. En dehors des pays de langue anglaise, le Québec est la société où l'on écoute le plus les artistes américains. Il figure aussi parmi les marchés où les artistes nationaux sont les moins écoutés et, parmi les marchés non anglophones étudiés, il est celui où la musique dans la langue nationale occupe la plus faible part des écoutes.

Le Québec se distingue également par sa faible intégration à la francophonie européenne. Alors que les artistes français occupent une place importante dans les écoutes des francophones de la Belgique et de la Suisse, leur poids demeure beaucoup plus limité au Québec. Cette situation contraste avec celle observée dans d'autres grandes aires linguistiques, où la musique dans la langue nationale circule plus fortement entre les marchés partageant une même langue.

Les écoutes québécoises se distinguent peu par les genres musicaux privilégiés : comme ailleurs, le rap, le hip-hop et la pop y occupent une place centrale. Toutefois, la part des écoutes dans les langues nationales dans ces genres y est beaucoup plus faible que dans les autres marchés étudiés. Le Québec est aussi le seul marché où les artistes chantant dans une langue nationale sont pratiquement absents du sommet des palmarès.

L'exception québécoise ne peut pas s'expliquer par une seule cause. Elle semble plutôt découler d'un ensemble de facteurs : effets des algorithmes, forte connaissance de l'anglais, diversité culturelle élevée, offre limitée dans certains créneaux, faible intégration historique aux marchés francophones, socialisation musicale peu favorable aux œuvres francophones et représentations négatives entourant la musique et la culture québécoises.

Pour renforcer la place du français en musique, nous devons donc agir simultanément sur différents leviers : amélioration de l'offre dans certains créneaux, encadrement des algorithmes, meilleure intégration du Québec à la francophonie internationale, présence accrue du français dans les espaces publics et à l'école, intégration des Québécois de diverses origines à la culture commune et valorisation de la transmission culturelle dans les familles et les réseaux de pairs.

Pistes d'action

- 1** Mettre en œuvre la loi sur la découvrabilité des contenus culturels
- 2** Adopter une stratégie pour appuyer la production de grands succès dans le rap et la pop
- 3** Renforcer l'intégration du Québec à la francophonie internationale
- 4** Faire résonner le français dans les espaces publics et multiplier les croisements avec les autres productions culturelles
- 5** Faire de la découverte de la musique québécoise et francophone un objectif stratégique du système d'éducation
- 6** Mettre en œuvre la Politique sur l'intégration nationale
- 7** Valoriser le rôle de la famille et des amis dans la transmission culturelle

Introduction

Le Commissaire à la langue française a pour mandat de surveiller l'évolution de la situation linguistique au Québec et d'éclairer les décisions publiques sur les conditions permettant de renforcer le statut du français comme langue commune. Ces dernières années, nous avons soulevé des préoccupations quant à la baisse d'utilisation du français dans les pratiques culturelles, notamment à la suite de l'arrivée des plateformes numériques.

Parmi ces pratiques culturelles, l'écoute musicale occupe une place particulière. Contrairement à d'autres activités culturelles, elle touche la très grande majorité de la population. Elle traverse les générations et accompagne une diversité de contextes : déplacements, loisirs, activités sportives, travail, etc. D'un point de vue social et linguistique, l'écoute musicale joue un rôle clé dans la diffusion des expressions et des références culturelles, tout en étant un vecteur majeur de socialisation. Or, les données disponibles indiquent que la position du français dans l'écoute musicale est précaire. Alors que le français conserve une forte valeur institutionnelle au Québec, sa place dans l'écoute en ligne est beaucoup plus fragile.

Cette étude vise à éclairer la politique culturelle en comblant une lacune dans la recherche. Ces dernières années, plusieurs recherches et rapports se sont intéressés aux effets des algorithmes sur les choix culturels en ligne. Cependant, ces écrits n'ont généralement pas cherché à savoir comment les pratiques d'écoute au Québec se comparaient à celles observées dans les autres sociétés similaires. Or, comme la progression de l'écoute en ligne est un phénomène universel, il est important de savoir comment elle influence les choix musicaux dans les différents marchés nationaux.

Le présent texte vise donc à documenter la place du français dans la consommation musicale en ligne au Québec, en la comparant à celle des langues nationales au Canada et dans 24 pays européens. Il s'appuie sur une analyse quantitative de grande ampleur, fondée sur des données d'écoute musicale de Luminate Data. Elles permettent de comparer les écoutes selon l'origine des artistes, la langue des chansons, les genres musicaux, la position des artistes dans la distribution des écoutes et le caractère plus ou moins récent des titres.

Cette étude s'appuie par ailleurs sur une recension des écrits scientifiques sur les déterminants de l'écoute musicale, publiée en parallèle¹. Cette recension met en évidence le rôle des caractéristiques individuelles, des dynamiques de groupe, des contextes d'écoute, des filtres linguistiques, des dispositifs algorithmiques, de la socialisation musicale et des représentations identitaires dans la formation et la diffusion des goûts musicaux. Nous mobilisons ici ces connaissances pour interpréter nos résultats quantitatifs, cerner les facteurs susceptibles d'expliquer la situation québécoise et dégager des pistes d'action pour renforcer la place du français en musique.

¹ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

Problématique

Ces dernières années, de nouvelles enquêtes ont été réalisées par l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) et l'Office québécois de la langue française (OQLF) sur l'usage du français dans les pratiques culturelles². Ces enquêtes ont révélé la position relativement fragile du français en culture, notamment chez les personnes de moins de 35 ans, où l'anglais s'est installé comme langue dominante dans l'environnement numérique.

Parmi les pratiques culturelles, l'écoute musicale est celle où la domination de l'anglais est la plus évidente. L'intérêt des Québécois pour la musique anglophone n'est pas récent, mais cette domination atteint aujourd'hui une ampleur inédite. Cette situation ne doit pas être prise à la légère, car l'écoute musicale est – de pair avec la consommation de contenus audiovisuels – la pratique culturelle la plus répandue dans la population. Elle joue ainsi un rôle central dans la vitalité de la langue et de la culture.

Depuis plusieurs années, la fragilité du français dans l'environnement numérique alimente les discussions sur les politiques linguistiques et culturelles. Le gouvernement du Québec a lancé plusieurs chantiers dans le but d'adapter sa politique à ce nouvel environnement et d'y renforcer le positionnement des produits québécois et francophones. Ainsi, la *Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique* pourrait, lorsqu'elle sera mise en œuvre, contribuer à la mise en valeur des contenus originaux de langue française. D'autres initiatives, menées par des acteurs de l'industrie ou diverses parties prenantes, cherchent à renforcer la position du français dans l'écoute musicale³.

Malgré ces avancées, notre compréhension des mécanismes expliquant la faiblesse de l'écoute en français demeure lacunaire. Les enquêtes réalisées par l'OQLF ou l'ISQ nous renseignent sur le pourcentage de Québécois qui écoutent le plus souvent de la musique en français, en anglais ou dans d'autres langues. Cependant, elles n'offrent pas un portrait complet de leur écoute réelle. Ainsi, les données sur la langue utilisée « le plus souvent » pourraient masquer un plurilinguisme sous-jacent, dans lequel le français et d'autres langues tireraient leur épingle du jeu.

Par ailleurs, les enquêtes existantes ne nous permettent pas de comparer la situation du Québec à celles d'autres sociétés qui font face à des enjeux semblables. La plateformesation des pratiques culturelles n'est pas propre au Québec. Il est donc légitime de se demander comment les choix linguistiques des Québécois se comparent à ceux des auditeurs d'autres sociétés similaires. Cette analyse est essentielle pour distinguer les effets découlant spécifiquement

² Voir, notamment, Institut de la statistique du Québec (2024). [Enquête québécoise sur la découverte de produits culturels et le numérique : méthodologie de l'enquête](#) ; Institut de la statistique du Québec (2025). [Étude sur la situation des langues parlées au Québec. Langue dans laquelle les chansons sont le plus fréquemment écoutées : fiche-synthèse, résultats 2025](#) ; Office québécois de la langue française (2023). [Langues de consommation des contenus culturels au Québec en 2023](#) ; Institut de la statistique du Québec (2026). [La consommation d'enregistrements musicaux au Québec](#).

³ Voir l'initiative [Montréal, faites du bruit](#).

des algorithmes et des plateformes numériques de ceux relevant de phénomènes démographiques, sociaux ou culturels plus larges.

À l'échelle internationale, plusieurs chercheurs ont étudié la consommation musicale dans une perspective comparée⁴. Cependant, ces études s'intéressent rarement à la dimension linguistique. De plus, elles se limitent généralement à l'analyse des palmarès des artistes ou des chansons les plus écoutées et n'incluent jamais le Québec.

La présente étude vise à combler cette lacune. Elle mobilise une importante base de données pour présenter la première analyse comparée des écoutes musicales en ligne au Québec et dans un grand nombre de sociétés comparables. Notre principale question de recherche est la suivante :

- 1) Comment se comparent la part des artistes nationaux et celle des artistes chantant dans une langue nationale dans les écoutes musicales en ligne au Québec, au Canada et dans différents pays d'Europe ?

Pour approfondir notre compréhension, nous nous demandons :

- 2) Comment cette part varie-t-elle selon la taille du marché national, la taille du marché linguistique, le genre musical, la position des artistes dans la distribution des écoutes et le caractère plus ou moins récent des chansons ?

Pour alimenter la réflexion sur la politique culturelle du gouvernement du Québec, nous tenterons finalement d'établir :

- 3) Quels facteurs peuvent expliquer les écarts observés entre les marchés ?
- 4) Quels mécanismes pourraient contribuer à la situation particulière du Québec ?

⁴ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

Méthodologie

Cette section décrit les sources de données qui ont été utilisées ainsi que le traitement que nous en avons fait. Elle présente ensuite notre méthode d'analyse et ses limites.

Sources de données et collecte

Cette étude se base sur un ensemble de données massives acquis auprès de Luminate Data, une entreprise spécialisée dans la synthèse, le traitement et la revente de données culturelles. Dans le domaine musical, Luminate Data mesure les écoutes réalisées sur les principales plateformes d'écoute en ligne dans un grand nombre de pays⁵.

Contrairement à d'autres agrégateurs, Luminate Data ne se contente pas de regrouper les données publiques portant sur les 50, 100 ou 200 chansons et artistes les plus écoutés. En effet, l'entreprise dispose d'ententes avec les principales plateformes qui lui permettent de produire des données portant sur les 50 000 artistes et 50 000 chansons les plus écoutés dans chaque marché national⁶.

En outre, Luminate Data est le seul agrégateur produisant des données distinctes pour chaque province canadienne, ce qui est nécessaire pour étudier la situation du français au Québec.

Les données obtenues couvrent le Québec, le Canada et 24 pays européens : Allemagne, Autriche, Belgique, Croatie, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Hongrie, Irlande, Islande, Italie, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie, Suède et Suisse. Pour l'ensemble des pays européens et le Canada, les données étaient disponibles à partir de 2019. Pour le Québec, les données n'étaient cependant disponibles qu'à partir de 2022. Nous avons collecté les données jusqu'au 31 décembre 2025.

La comparaison avec l'Europe nous semble la plus pertinente. Le continent européen comprend en effet un ensemble de pays où les pratiques d'écoute en ligne sont fortement implantées, comme au Québec, mais présente également une grande diversité de marchés sur le plan des populations et des langues nationales. Cette diversité est importante pour comprendre les tendances susceptibles d'influencer la présence des langues et des artistes nationaux dans les écoutes en ligne.

À l'inverse, la comparaison avec les pays d'Amérique nous semblait moins pertinente en raison de la domination de l'anglais aux États-Unis, du portugais au Brésil et de l'espagnol dans les pays hispanophones. Il en va de même de la comparaison avec les grands pays asiatiques et africains pour lesquels des données sont disponibles (p. ex. la Corée du Sud, l'Égypte, l'Inde, le Japon ou la Turquie), car la prédominance des langues nationales dans l'écoute musicale y offre

⁵ Luminate Data (consultée en 2026). [Streaming data providers: List of reporting DSPs](#).

⁶ Selon Luminate Data, une chanson est écoutée lorsqu'au moins 30 secondes de lecture ont été enregistrées et que l'écoute satisfait aux critères de validation et de contrôle de qualité appliqués par l'entreprise.

un potentiel de comparaison plus limité avec le Québec. Enfin, une comparaison avec l'Afrique francophone aurait été intéressante, car elle nous aurait permis de mesurer l'intégration des marchés francophones du Nord et du Sud. Or, les données d'écoute pour ces pays ne sont généralement pas disponibles.

Données complémentaires

En plus des données d'écoute, nous avons compilé diverses données publiques afin d'approfondir nos analyses. Les données de sondage sur les langues maternelles et la connaissance de l'anglais proviennent de l'Eurobaromètre⁷ dans le cas des pays européens et du recensement canadien dans le cas du Québec et du Canada⁸. Les données de sondage sur les attitudes face à la protection des langues minoritaires et la préférence pour les sous-titres proviennent aussi de l'Eurobaromètre et n'étaient pas disponibles pour le Québec. Les données sur la population ont été tirées du World Population Prospect⁹, à l'exception du cas du Québec¹⁰.

Traitement des données

Les données d'écoute ont été téléchargées à partir de l'application en ligne de Luminate Data. À l'aide du logiciel R Studio, nous avons intégré plusieurs centaines de tableaux dans deux bases de données, la première portant sur les artistes et la seconde sur les chansons. Nous avons par la suite procédé au nettoyage des données, puis à l'ajout des données manquantes.

Nettoyage des données

Nous avons supprimé de la base de données les écoutes qui ne relevaient pas de la musique, notamment les balados et divers types de bruits (p. ex. bruits blancs, bruits pour s'endormir, bruits de pluie). Dans le cas des balados, nous avons supprimé les artistes classés uniquement comme « podcaster ». Pour ce qui est des bruits, nous avons réalisé une recherche par mots clés, en utilisant notamment les mots « noise », « baby » et « nature ». Nous avons choisi de ne pas supprimer les écoutes associées aux chaînes de type « Brainy » ou « Calmly », car elles sont souvent associées à de la musique instrumentale.

Données manquantes sur les artistes

Les tableaux téléchargés comprenaient une part de données manquantes, notamment pour des variables importantes comme le pays d'origine de l'artiste, sa langue et son genre musical. Pour en réduire le nombre, nous avons relevé les artistes pour qui des données étaient manquantes, parmi ceux qui représentaient plus de 0,1 % des écoutes dans au moins un pays. Nous avons ensuite saisi manuellement les données manquantes, en utilisant les informations disponibles en ligne sur l'artiste.

Par la suite, nous avons relevé les pays pour lesquels les données manquantes représentaient encore 5 % des écoutes. Pour chaque pays, nous avons alors extrait, parmi les artistes

⁷ Union européenne (2024). [Europeans and their languages: Eurobarometer survey](#).

⁸ Statistique Canada (2023). *Profil du recensement*, Recensement de la population de 2021, produit n° 98-316-X2021001 (tableau) au catalogue de Statistique Canada, Ottawa. Diffusé le 15 novembre 2023.

⁹ Nations Unies (2024). [World Population Prospects](#) 2024, données au 1^{er} juillet 2023.

¹⁰ Institut de la statistique du Québec (2025). [Le bilan démographique du Québec en 2024 : un accroissement migratoire qui demeure élevé, un creux historique pour la fécondité](#).

qui avaient des données manquantes, ceux qui avaient le plus d'écoutes, puis nous avons entré manuellement les données. Cette approche nous a permis de faire passer le pourcentage de données manquantes sous la barre des 5 % pour la quasi-totalité des pays et des variables (tableau 3 en annexe). Nous avons jugé que ce seuil représentait un niveau de fiabilité suffisant.

Données sur la langue des chansons

Les données de Luminate Data contiennent des informations sur la langue des artistes, mais pas sur la langue des chansons. Pour combler cette lacune, nous avons téléchargé une base de données de paroles de chansons disponible en ligne (LRCLIB) et, grâce à des outils de détection de langue (*Compact Language Detector* ou CLD), nous avons codé les chansons de la base de données. Cette approche nous a permis d'attribuer un code linguistique à plus de 5 millions de chansons.

Pour les chansons restantes, nous leur avons attribué la langue qui était associée à leur interprète lorsqu'il s'agissait d'une langue unique. Par exemple, si un artiste était classé par Luminate Data comme chantant uniquement en anglais, nous avons attribué le code « anglais » à l'ensemble de ses chansons non codées précédemment (le pourcentage d'artistes chantant dans plusieurs langues dont au moins une langue nationale est dans le tableau 5 en annexe). Dans le cas des collaborations entre plusieurs artistes, nous avons utilisé uniquement la langue du premier artiste nommé. Finalement, dans le cas des artistes associés à plusieurs langues, nous avons réparti les écoutes de façon égale entre les langues (p. ex. les écoutes d'un artiste classé « français-anglais » ont été réparties à 50-50 % entre les deux langues).

Ce travail nous a permis de réduire de façon importante le nombre d'inconnues. Dans le cas du Québec, nous avons constaté que les données manquantes concernaient principalement des chansons instrumentales.

Données sur la ou les langues nationales

Nous avons considéré comme « langue nationale » la ou les langues officielles du territoire analysé, de même que les variétés d'une même langue portant des noms différents (p. ex. le flamand et le néerlandais, le roumain et le moldave). Dans certains cas, nous avons élargi la notion de « langue nationale » à des langues distinctes, mais fortement intercompréhensibles (p. ex. le tchèque et le slovaque, le croate et le serbe), car les locuteurs de ces langues se situent de facto dans un marché linguistique plus grand (tableau 4 en annexe).

Analyse des données

Une fois la base de données nettoyée et enrichie, nous avons réalisé une série d'analyses statistiques à l'aide du logiciel R. Pour chaque pays, nous avons calculé la part des écoutes des artistes nationaux et des artistes chantant dans une langue nationale¹¹, en les croisant avec

¹¹ Pour calculer la part des artistes nationaux, nous n'avons pas tenu compte des données manquantes (p. ex. la part des artistes américains a été calculée sur l'ensemble des artistes dont le pays d'origine est connu). Pour calculer la part des artistes chantant dans une langue nationale, les données manquantes ont été conservées dans les calculs, parce qu'une partie d'entre elles reflète l'écoute de musique instrumentale. Dans un cas comme dans l'autre, l'inclusion ou l'exclusion des données manquantes a peu d'incidences sur les résultats.

diverses variables :

- la taille des marchés nationaux, c'est-à-dire la taille de la population du pays;
- la taille des marchés linguistiques, c'est-à-dire le nombre de locuteurs de la ou des langues nationales;
- les principaux genres musicaux (pop, rap ou hip-hop, rock, dance ou électro);
- la position des artistes dans la distribution des écoutes, c'est-à-dire les artistes les plus écoutés par rapport à ceux se trouvant dans la longue traîne;
- le catalogue, c'est-à-dire les titres récents par rapport aux titres plus anciens.

Pour terminer, malgré le nombre restreint d'observations, nous avons conçu des modèles multivariés pour tenter de repérer les variables les plus fortement associées à l'écoute d'artistes nationaux ou d'artistes chantant dans une langue nationale.

Limites de l'étude

La présente étude offre un portrait inédit de l'écoute des artistes nationaux et de ceux chantant dans une langue nationale. Néanmoins, elle présente certaines limites que nous décrivons dans cette section.

Données manquantes

Malgré nos efforts, certaines données demeurent manquantes. Une vérification qualitative indique qu'une partie des données manquantes s'explique par des caractéristiques inhérentes aux contenus répertoriés, notamment par la présence de musique instrumentale ou de chaînes de diffusion musicale qui ne correspondent pas à un artiste au sens habituel du terme. Ces observations nous incitent à conclure que les données véritablement manquantes ne représentent qu'une faible proportion des écoutes.

Non-exhaustivité des données

Les données utilisées couvrent les 50 000 chansons et les 50 000 artistes les plus écoutés. Il s'agit d'un volume impressionnant, mais qui ne représente pas l'ensemble des écoutes sur un territoire donné.

Dans le cas des 50 000 artistes les plus écoutés, le volume total en 2025 pour les pays sélectionnés représente environ 1 500 milliards d'écoutes. En guise de comparaison, le volume des 50 000 chansons les plus écoutées dans ces pays est d'environ 700 milliards d'écoutes. Ainsi, les analyses basées sur les écoutes d'artistes couvrent un volume plus large que celles basées sur l'écoute des chansons. Pour cette raison, nous privilégions l'analyse par artistes plutôt que par chansons, chaque fois que c'est possible.

Couverture imparfaite du Québec

Les données de Luminate Data couvrent la plupart des grandes plateformes numériques en ligne (p. ex. Apple Music, Spotify, YouTube). Cependant, les sources des écoutes pour le Québec sont limitées à Spotify, à Amazon Music et à Tidal. Cette situation limite la comparabilité

des données. Néanmoins, la présence de Spotify – le plus grand joueur du marché – justifie selon nous l'utilisation des données québécoises.

Fausses écoutes

L'existence de pratiques visant à gonfler artificiellement les volumes d'écoute sur les plateformes numériques fait depuis longtemps l'objet de préoccupations. Il existe en effet des « fermes d'écoute » dont l'objectif est d'augmenter la part des écoutes d'une chanson ou d'un artiste. Ces fermes ont notamment recours à des systèmes automatisés pour augmenter le nombre de diffusions enregistrées. Selon certaines estimations, ces pratiques pourraient représenter de 1 % à 3 % des écoutes sur les plateformes, mais le phénomène demeure difficile à mesurer¹². Pour réduire l'influence des fermes d'écoute, Luminate Data s'assure de ne pas comptabiliser les écoutes en boucle¹³.

Absence d'information sur les auditeurs

Les volumes d'écoute observés ne nous renseignent pas sur le nombre d'auditeurs à l'origine de ces écoutes. Il est ainsi probable que les volumes observés offrent un point de vue biaisé des préférences des auditeurs à l'échelle nationale.

Une première source de biais est que les usagers des plateformes numériques sont plus nombreux parmi les générations plus jeunes. Divers sondages montrent en effet que plus de 50 % des utilisateurs des plateformes ont de 18 à 34 ans¹⁴. Les auditeurs plus âgés continueraient d'écouter de la musique à la radio ou sur des supports physiques.

Une deuxième raison est que les auditeurs plus jeunes ont des pratiques d'écoute plus intensives et moins diversifiées que les auditeurs plus âgés¹⁵. En d'autres mots, ils ont tendance à écouter en boucle les mêmes chansons et les mêmes artistes. Par conséquent, les hauts volumes d'écoute de certains artistes ont tendance à refléter leurs préférences plutôt que celles des auditeurs plus âgés ou celles de l'ensemble d'une population.

Malgré ces limites, l'analyse des données de Luminate Data offre de nombreux avantages, notamment celui de permettre une analyse comparative en profondeur des écoutes réalisées sur différents territoires nationaux.

¹² Centre national de la musique (2023). [Étude manipulation des écoutes en ligne](#).

¹³ Luminate Data (consultée en 2026). [Activity Types: Tracking music consumption methods](#).

¹⁴ Voir notamment Le petit musicien (2024). [Parts de marché Spotify 2026 : analyse statistique de la façon dont Spotify domine toujours l'industrie du streaming musical](#).

¹⁵ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

Constats et résultats

Dans cette section, nous présentons les constats qui répondent à nos questions de recherche et les résultats de nos analyses.

Nous nous intéressons d'abord aux données sur l'écoute des artistes américains, l'écoute des artistes nationaux et l'écoute des artistes chantant dans une langue nationale. Nous examinons par la suite la manière dont les écoutes varient selon la popularité des artistes, leur genre musical et le caractère plus ou moins récent des chansons. Enfin, nous analysons les résultats d'une analyse multivariée sur les résultats obtenus précédemment et certaines caractéristiques des pays étudiés.

Constat 1 : En dehors des pays de langue anglaise, le Québec est la société où l'on écoute le plus les artistes américains

Avant de nous tourner vers l'analyse des écoutes des artistes nationaux, nous avons souhaité mesurer comment la domination de la musique américaine se manifestait dans les différents marchés étudiés. Nous avons donc calculé la part des écoutes des artistes originaires des États-Unis pour chaque pays.

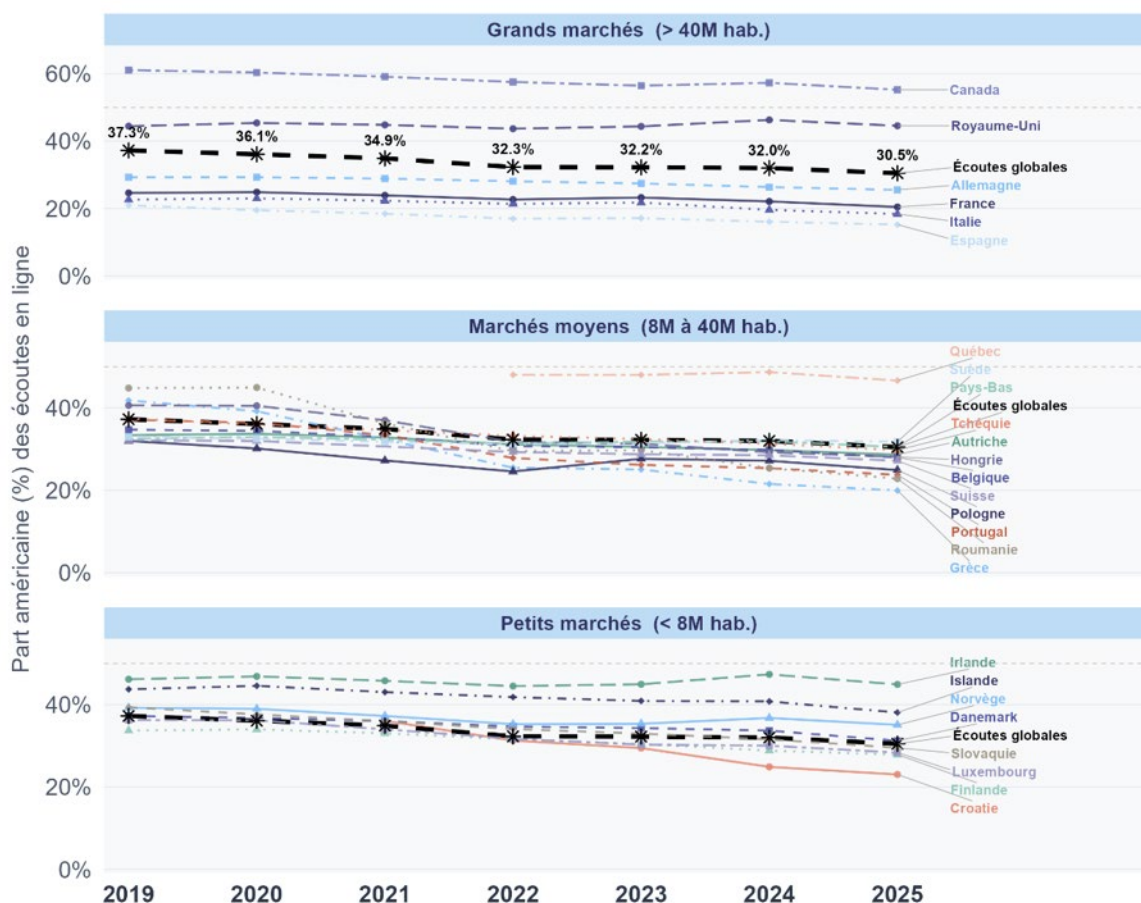
Les résultats indiquent que le Canada présente les proportions les plus élevées, suivi de l'Irlande, du Royaume-Uni et du Québec. Le Québec est ainsi la seule société non anglophone où les artistes américains représentent plus de 40 % des écoutes.

La figure 1 montre qu'à l'échelle de l'ensemble des territoires étudiés, la part des écoutes d'artistes américains a baissé de façon continue de 2019 à 2025, passant de 37,3 % à 30,5 %. Les grands marchés non anglophones se situent tous sous ce pourcentage, entre 18 % (Espagne) et 25 % (Allemagne).

Dans les marchés de taille intermédiaire, cette proportion se situe généralement entre 20 % (Grèce) et près de 30 % (Pays-Bas et Suède). Dans les marchés moins peuplés, la Croatie affiche une part relativement faible (environ 25 %), alors que les pays d'Europe du Nord enregistrent des proportions plus élevées, plus de 30 % pour le Danemark et près de 40 % pour l'Islande.

Figure 1 : Évolution de la part des écoutes d'artistes américains pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2019-2025)



Constat 2 : Le Québec est parmi les sociétés où l'on écoute le moins les artistes nationaux

Dans un deuxième temps, nous avons calculé la part des artistes nationaux dans les écoutes de chaque pays. Comme Luminate Data ne permet pas de cibler de manière spécifique les artistes du Québec, nous avons utilisé deux mesures distinctes. La première consiste à mesurer les écoutes de tous les artistes canadiens, quelle que soit leur langue. La seconde consiste à considérer seulement les artistes canadiens francophones.

Les résultats montrent que le Québec figure parmi les sociétés où la part des artistes nationaux est la plus faible, se situant entre 6 % et 12 % selon la mesure utilisée (figure 2). Cette situation contraste avec celle observée dans les grands marchés (p. ex. France, Italie, Allemagne, Espagne et Royaume-Uni), où la part des artistes nationaux est largement supérieure (de 28 % à 48 %).

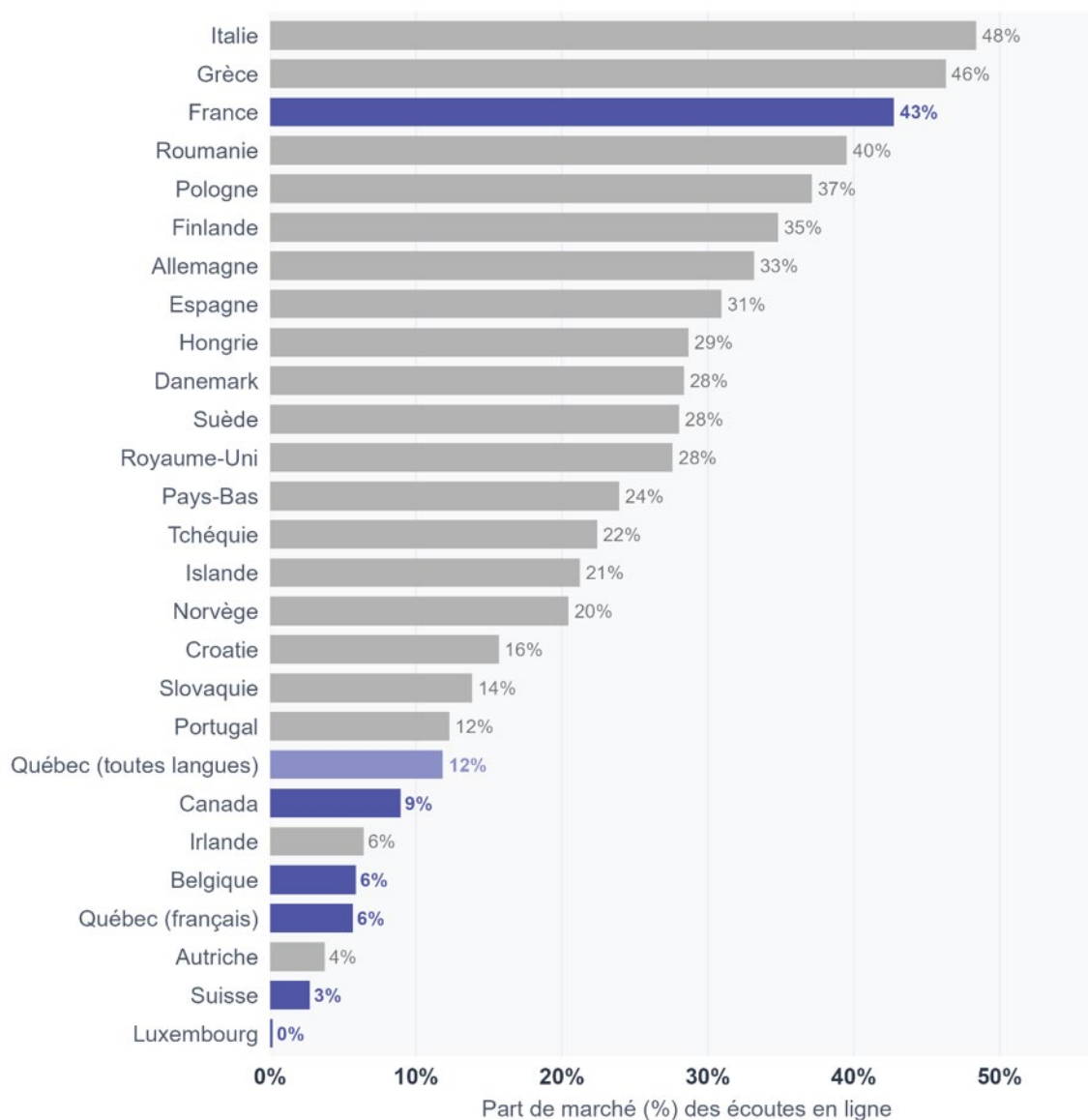
Elle contraste aussi avec celle de plusieurs marchés plus petits. En effet, dans certains pays, l'écoute des artistes nationaux occupe une place très importante, notamment en Grèce, en Roumanie et en Pologne, où les artistes représentent de 37 % à 46 % des écoutes. Dans d'autres, elle occupe une place plus restreinte, mais néanmoins supérieure au Québec.

De son côté, la situation du Québec ressemble à celle d'autres marchés comme l'Autriche, la Belgique, le Portugal et la Suisse, où la part des artistes nationaux se situe entre 3 % et 12 %.

Ces pays ont en commun de s'inscrire dans des marchés linguistiques plus vastes. Ainsi, l'Autriche s'inscrit dans l'espace germanophone, la Belgique dans les espaces francophone et néerlandophone, le Portugal dans l'espace lusophone, tandis que la Suisse participe aux espaces linguistiques francophone, germanophone et italophone.

Figure 2 : Part des écoutes d'artistes nationaux pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2025)



Note : En violet, les pays de la francophonie.

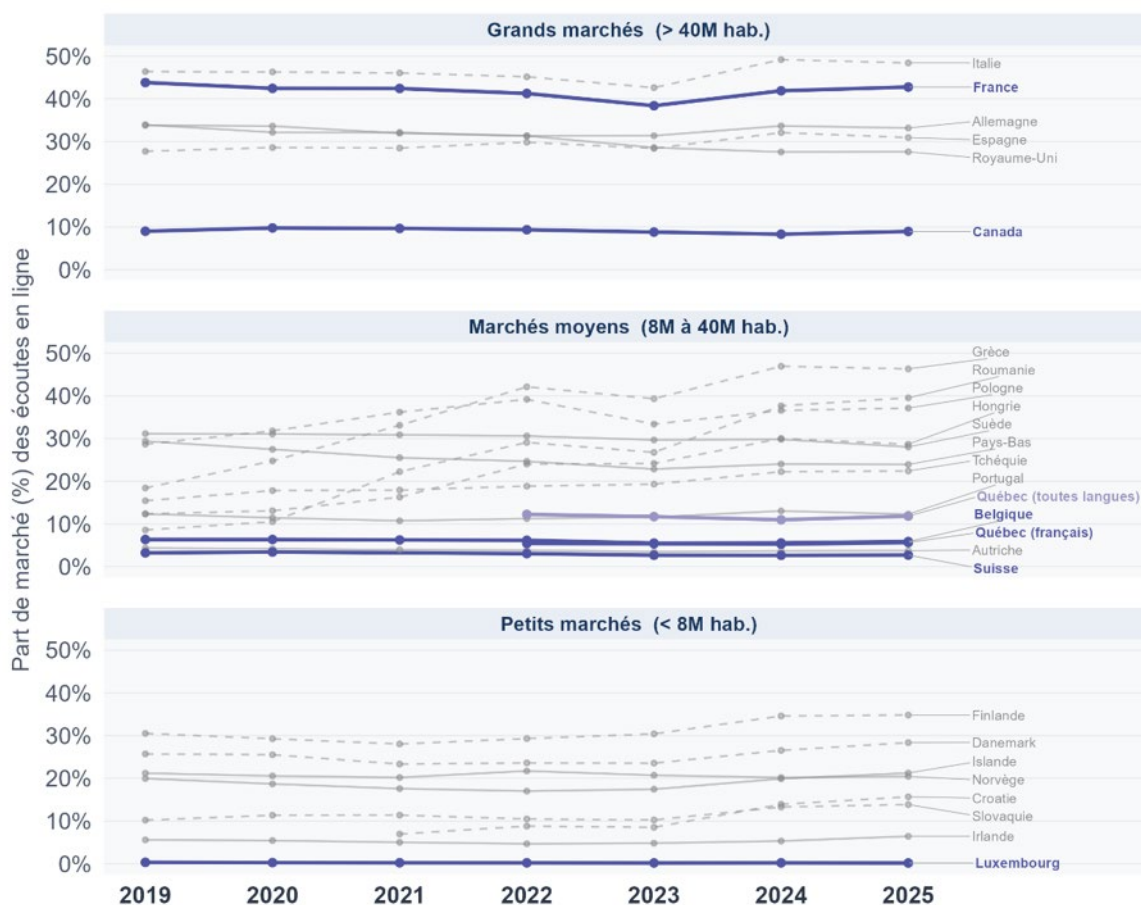
La figure 3 présente l'évolution de la part des écoutes attribuables aux artistes nationaux en Europe et au Québec de 2019 à 2025. Deux tendances principales se dégagent de l'analyse. D'une part, certains marchés affichent une relative stabilité de l'écoute de leurs artistes nationaux au cours de la période étudiée. C'est notamment le cas de la France, de l'Allemagne, de l'Autriche et du Québec, où la part des écoutes consacrée aux artistes locaux a peu changé (lignes pleines dans la figure°3).

D'autre part, plusieurs pays ont enregistré une progression de l'écoute de leurs artistes nationaux au cours des dernières années. C'est notamment le cas de la Grèce, de la Roumanie et de la Pologne (lignes pointillées dans la figure 3), où la part des écoutes attribuables aux artistes locaux a connu une croissance notable.

Plusieurs facteurs pourraient expliquer cette évolution. Par exemple, elle pourrait être liée à l'élargissement de la base d'utilisateurs des plateformes d'écoute en ligne, qui rejoignent progressivement des groupes démographiques plus diversifiés, notamment des auditoires plus âgés. Une autre explication possible réside dans l'évolution de l'offre disponible sur les plateformes, avec une présence accrue du répertoire national au fil du temps. Elle peut également être due à la mise en disponibilité de contenus préexistants ou à l'augmentation de la production nationale récente.

Figure 3 : Évolution de la part des écoutes des artistes nationaux pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2019 à 2025)



Note : En violet, les pays de la francophonie. Le Québec (toutes langues) porte une autre couleur pour faciliter la distinction. Les lignes pointillées sont associées aux pays où les écoutes d'artistes nationaux ont augmenté de plus de 2%.

Constat 3 : Le Québec est la société où la musique dans la langue nationale est la moins écoutée

Pour tenir compte du fait que plusieurs sociétés, dont le Québec, s'inscrivent dans des marchés linguistiques plus grands, nous avons examiné la part des écoutes des artistes qui chantent dans

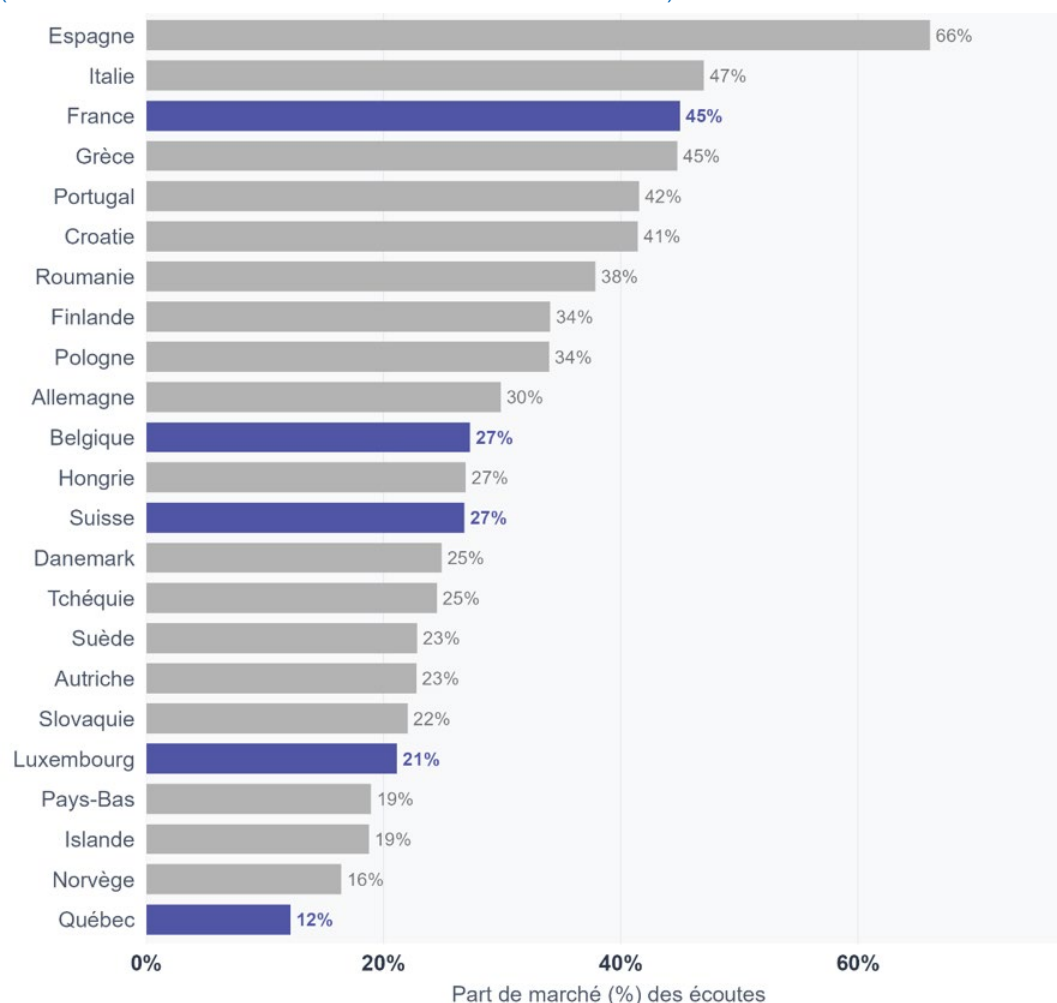
au moins une des langues nationales du marché étudié¹⁶. Nous avons cette fois exclu les marchés anglophones, soit le Canada, l'Irlande et le Royaume-Uni, car l'écrasante majorité des écoutes s'y fait en anglais.

Les résultats montrent que le Québec est le territoire où la part des écoutes dans les langues nationales est la plus faible, avec seulement 12 % des écoutes effectuées en français (figure 4). Les marchés suivants dans le classement sont la Norvège (16 %), l'Islande (19 %) et les Pays-Bas (19 %).

À l'autre extrémité du classement, l'Espagne affiche la plus forte proportion d'écoutes dans la langue nationale, soit 66 %. Dans ce cas, une part importante des écoutes est associée à des artistes venant d'autres marchés hispanophones, comme Porto Rico et la Colombie.

Figure 4 : Part des écoutes d'artistes chantant dans la ou les langues nationales pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025)



Note : En violet, les pays de la francophonie.

¹⁶ Dans les données de Luminate Data, une certaine part des artistes sont classés comme ayant plus d'une langue (annexe 3). Par exemple, plusieurs rappeurs francophones se voient attribué un code « français-anglais », car ils ont fait une collaboration avec un rappeur anglophone. Notre analyse des chansons nous a permis d'établir que la plupart de ces artistes chantaient principalement dans une langue nationale. Pour notre analyse, nous incluons donc les écoutes des artistes utilisant au moins une langue nationale dans la part des écoutes dans les langues nationales.

Nous avons également examiné l'évolution des écoutes dans les langues nationales de 2019 à 2025 (figure 5). Les résultats montrent que la part de ces écoutes a progressé fortement dans plusieurs marchés au cours de la période. En Espagne, elle a augmenté de près de 10 points de pourcentage en six ans. En Grèce, la hausse approche les 30 points, alors qu'en Finlande, la progression est d'environ 8 points. D'autres pays ont connu une forte hausse, comme la Roumanie ou la Croatie.

Dans les autres marchés, les tendances sont généralement stables ou en faible hausse. La principale exception est celle des Pays-Bas, où la part des écoutes en néerlandais a diminué.

Figure 5 : Évolution des écoutes dans les langues nationales pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2019-2025)



Note : En violet, les pays de la francophonie. Les pays en pointillés sont ceux où les écoutes d'artistes chantant dans au moins une langue nationale ont augmenté de plus de 2 %.

Constat 4 : Le Québec est faiblement connecté à la francophonie européenne

Nous avons vu l'importance de tenir compte du marché linguistique dans lequel s'inscrivent les différents pays pour comprendre les dynamiques d'écoute. Ainsi, en Espagne, au Portugal ou en Autriche, la part des écoutes dans la langue nationale est beaucoup plus importante que la part des écoutes des artistes nationaux.

Pour mieux comprendre cette dynamique, nous avons analysé les flux d'écoute entre divers pays partageant une même langue : allemand, néerlandais, français, portugais ainsi que les couples croate-serbe et slovaque-tchèque. Nous avons également considéré l'espace linguistique formé par les langues scandinaves, même si l'intercompréhension entre le danois, le suédois et le norvégien n'est pas complète.

Pour les principaux couples de pays au sein d'un marché linguistique, nous avons distingué un pays exportateur et un pays importateur. Par exemple, lorsqu'un artiste allemand est écouté en Autriche, l'Allemagne agit comme pays exportateur et l'Autriche comme pays importateur.

Dans le cas des pays officiellement multilingues, soit la Suisse et la Belgique, nous avons pondéré les importations pour tenir compte de la composition linguistique du pays¹⁷. Dans le cas de la Belgique, nous avons considéré la Wallonie et Bruxelles comme des régions principalement francophones (42 %), et la Flandre (58 %) comme une région principalement néerlandophone¹⁸. En Suisse, nous avons utilisé les données sur la langue principale, qui indiquent 23 % de francophones et 61 % de germanophones, puis nous avons appliqué la même méthode¹⁹.

Cette approche est imparfaite parce qu'elle nous amène à présumer que les artistes francophones, néerlandophones ou germanophones ne sont écoutés qu'au sein de leur communauté linguistique respective. Nous considérons néanmoins qu'il s'agit de la meilleure approche disponible pour obtenir une idée de l'ampleur des flux au sein de chaque aire linguistique.

Le tableau 1 montre que certains flux sont particulièrement importants, essentiellement ceux qui vont des grands pays vers les pays plus petits au sein d'une même aire linguistique. Ainsi, au Portugal, 26 % des écoutes proviennent du Brésil. En Suisse alémanique et en Autriche, respectivement 17 % et 19 % des écoutes proviennent d'Allemagne. Des flux non négligeables existent également de la République tchèque à la Slovaquie (9 %), des Pays-Bas à la Flandre (8 %), de la Serbie à la Croatie (4 %), de la Suède à la Norvège (4 %) et de la Slovaquie à la République tchèque (4 %).

Les flux entre les pays francophones sont particulièrement intéressants. En Suisse et en Belgique francophones, la musique française représente une part très importante des écoutes, semblable à celle qu'elle occupe en France, soit 37 % et 40 % respectivement (tableau 1). Au Québec, en revanche, la musique française occupe une place beaucoup plus restreinte, soit 5 %

¹⁷ Les écoutes qui nous intéressent (par exemple les artistes francophones de France écoutés en Belgique) ont été divisées par le nombre d'écoutes par habitant du pays puis par la population étudiée (par exemple le nombre d'habitants francophones en Belgique) pour donner un prorata des écoutes des artistes français par les francophones de Belgique.

¹⁸ Statbel (consultée en 2026). [Structure de la population](#).

¹⁹ Office fédéral de la statistique (consultée en 2026). [Langues](#).

des écoutes. Ce flux n'est pas négligeable. Néanmoins, il fait pâle figure devant celui observé dans la francophonie européenne.

Tableau 1 : Taux d'écoute des citoyens connaissant la langue des pays importateurs par pays exportateurs du même marché linguistique

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2025, en pourcentage)

Aire linguistique	Exportateur	Importateur	Part des écoutes
Allemand	Autriche	Allemagne	1,2
	Autriche	Suisse	0,9 ^P
	Allemagne	Autriche	19,1
	Allemagne	Suisse	17,6 ^P
	Suisse	Autriche	0,4
	Suisse	Allemagne	0,3
Néerlandais	Belgique	Pays-Bas	0,7
	Pays-Bas	Belgique	7,6 ^P
Français	France	Belgique	39,8 ^P
	France	Suisse	36,8 ^P
	France	Québec	5,4
	Belgique	France	2,2
	Suisse	France	0,2
	Québec	France	0,6
Langues scandinaves	Suède	Danemark	1,3
	Suède	Norvège	4,1
	Danemark	Suède	0,6
	Danemark	Norvège	0,5
	Norvège	Suède	1,9
	Norvège	Danemark	0,7
Croate et serbe	Serbie	Croatie	4,3
Portugais	Brésil	Portugal	26,1
Slovaque et tchèque	Tchéquie	Slovaquie	9,1
	Slovaquie	Tchéquie	3,8

P: Pondéré pour tenir compte, en Suisse, de la population de langue principale française et allemande et, en Belgique, de la population de la Flandre et des régions de Wallonie et de Bruxelles.

Pour mieux comprendre la particularité du Québec au sein du marché francophone, nous avons sélectionné trois artistes canadiens dont le répertoire comprend des chansons en français et en

anglais et qui bénéficient d'une diffusion significative dans la francophonie : Céline Dion, Charlotte Cardin et Roch Voisine. Pour chacun d'eux, nous avons analysé les écoutes dans trois territoires distincts, soit la Belgique, la France et le Québec, en 2022 et en 2025.

Nous avons d'abord relevé les 30 chansons les plus écoutées de chaque artiste, dans chacun des territoires, puis nous avons établi manuellement la langue de chacun des titres. Selon l'artiste et le territoire, ces 30 chansons représentent une part importante des écoutes totales : environ 80 % à 90 % dans le cas de Charlotte Cardin, 85 % pour Céline Dion et près de 100 % pour Roch Voisine.

Nous avons ensuite analysé les écoutes de ces artistes selon la langue pour chaque territoire. Les résultats obtenus pour Charlotte Cardin sont particulièrement révélateurs. En 2022, alors que son répertoire était largement dominé par des chansons en anglais, les écoutes étaient majoritairement anglophones au Québec, en France et en Belgique. En 2025, alors que son répertoire était devenu plus francophone, ses écoutes en France et en Belgique avaient basculé majoritairement vers le français. Au Québec, en revanche, les écoutes en anglais demeuraient largement majoritaires.

Les cas de Céline Dion et de Roch Voisine présentent un profil différent parce que leur répertoire comportait déjà en 2022 une part importante de chansons dans les deux langues. Pour ces artistes, les proportions d'écoutes en français et en anglais demeurent relativement stables de 2022 à 2025. La principale exception concerne Roch Voisine au Québec, car la part de ses écoutes en français y a augmenté d'environ 15 points de pourcentage pendant la période.

Malgré cette stabilité, des différences importantes subsistent entre les territoires. Ainsi, les écoutes de Céline Dion au Québec sont majoritairement en anglais. Elles sont relativement équilibrées en Belgique et très majoritairement francophones en France. De son côté, Roch Voisine est peu écouté en anglais en France, alors que ses chansons en anglais représentent environ 16 % de ses écoutes en Belgique et 22 % au Québec.

Tableau 2 : Écoutes de Charlotte Cardin, de Céline Dion et de Roch Voisine en anglais et en français en Belgique, en France et au Québec

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025, en pourcentage)

	Charlotte Cardin		Céline Dion		Roch Voisine	
	Anglais	Français	Anglais	Français	Anglais	Français
2022						
Belgique	88,4	11,6	52,6	47,4	16,1	89,9
France	90,4	9,6	23,3	76,7	2,5	97,5
Québec	85,4	14,6	64,4	35,6	34,6	65,4
2025						
Belgique	29,1	70,9	48,4	51,6	16,8	83,2
France	25,2	74,8	18,5	81,5	2,1	97,9
Québec	67,9	32,1	58,7	41,3	20,0	80,0

En somme, l'examen des données de ces trois artistes au répertoire bilingue renforce l'idée qu'il existe des différences dans les habitudes d'écoute au Québec et dans la francophonie européenne.

Constat 5 : Le Québec est la seule société où les artistes qui chantent dans une langue nationale sont absents du sommet des palmarès

Nous avons souhaité déterminer comment se répartissaient les écoutes des artistes nationaux et de ceux chantant dans une langue nationale selon la position des artistes dans les palmarès. Se trouvent-ils au sommet des artistes les plus écoutés ou plutôt dans la longue traîne ?

Pour répondre à cette question, nous avons regroupé les artistes selon leur position dans la distribution des écoutes (figure 14). Nous avons ainsi distingué :

- les dix premiers artistes, qui représentent environ 5 % des écoutes;
- les artistes classés du 11^e au 100^e rang, environ 15 % des écoutes;
- les artistes classés du 101^e au 1 000^e rang, environ 30 % des écoutes;
- les artistes classés du 1 001^e au 5 000^e rang, environ 25 % des écoutes;
- les artistes classés du 5 001^e au 50 000^e rang, environ 25 % des écoutes.

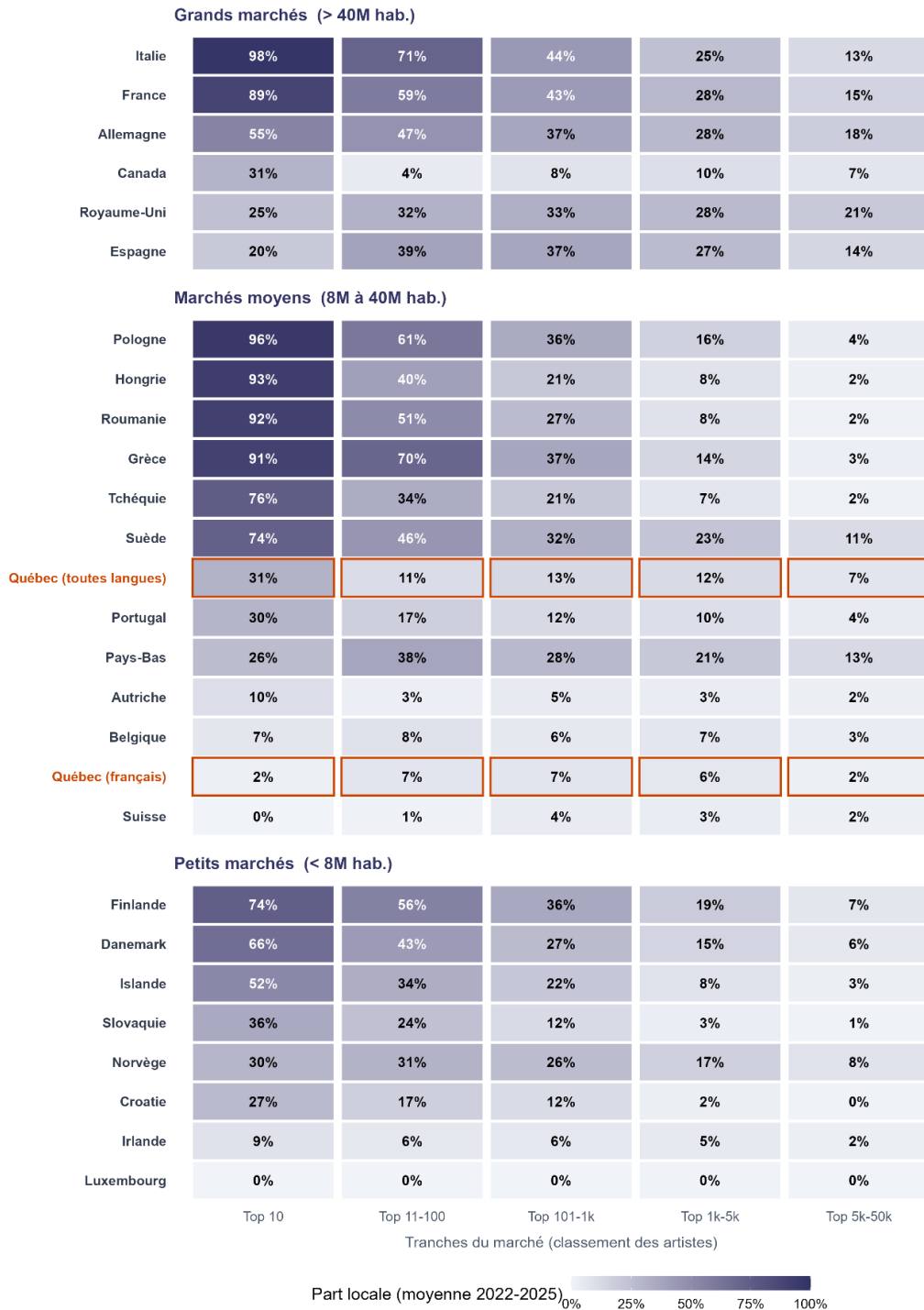
La figure 6 présente la place moyenne occupée par les artistes nationaux dans chaque segment de la distribution des écoutes, de 2022 à 2025. Une tendance ressort clairement : dans l'ensemble des marchés étudiés, la part des écoutes des artistes nationaux tend à diminuer à mesure que l'on progresse vers la longue traîne. Les artistes nationaux occupent systématiquement une place plus importante parmi les titres les plus populaires que parmi les titres moins écoutés.

Une différence notable apparaît toutefois entre les marchés de grande taille et les marchés plus restreints. Dans les grands marchés, les artistes nationaux conservent une présence relativement importante, et ce, même dans les segments les plus éloignés de la longue traîne. À l'inverse, dans les marchés de plus petite taille, la part des artistes nationaux diminue à mesure que l'on s'éloigne des titres les plus écoutés. On peut penser que, dans les grands marchés, l'offre nationale est plus importante, ce qui lui permet d'obtenir une part de marché significative, même parmi les artistes moins écoutés. À l'inverse, l'offre nationale moins abondante dans les petits marchés laisse une plus grande place aux artistes étrangers dans la longue traîne.

Le cas du Québec ressort de nouveau comme exceptionnel, parce qu'aucun artiste canadien chantant en français ne figure parmi les 10 artistes les plus écoutés en 2022, en 2024 et en 2025. Seuls les Cowboys fringants se sont hissés dans les 10 premiers rangs en 2023. Cette absence illustre la faible présence des artistes nationaux au sommet de la consommation musicale québécoise, une situation qui contraste avec celle observée dans les autres marchés étudiés.

Figure 6 : Part moyenne des écoutes des artistes nationaux dans chaque segment de la distribution des écoutes pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2022 :2025, en pourcentage)

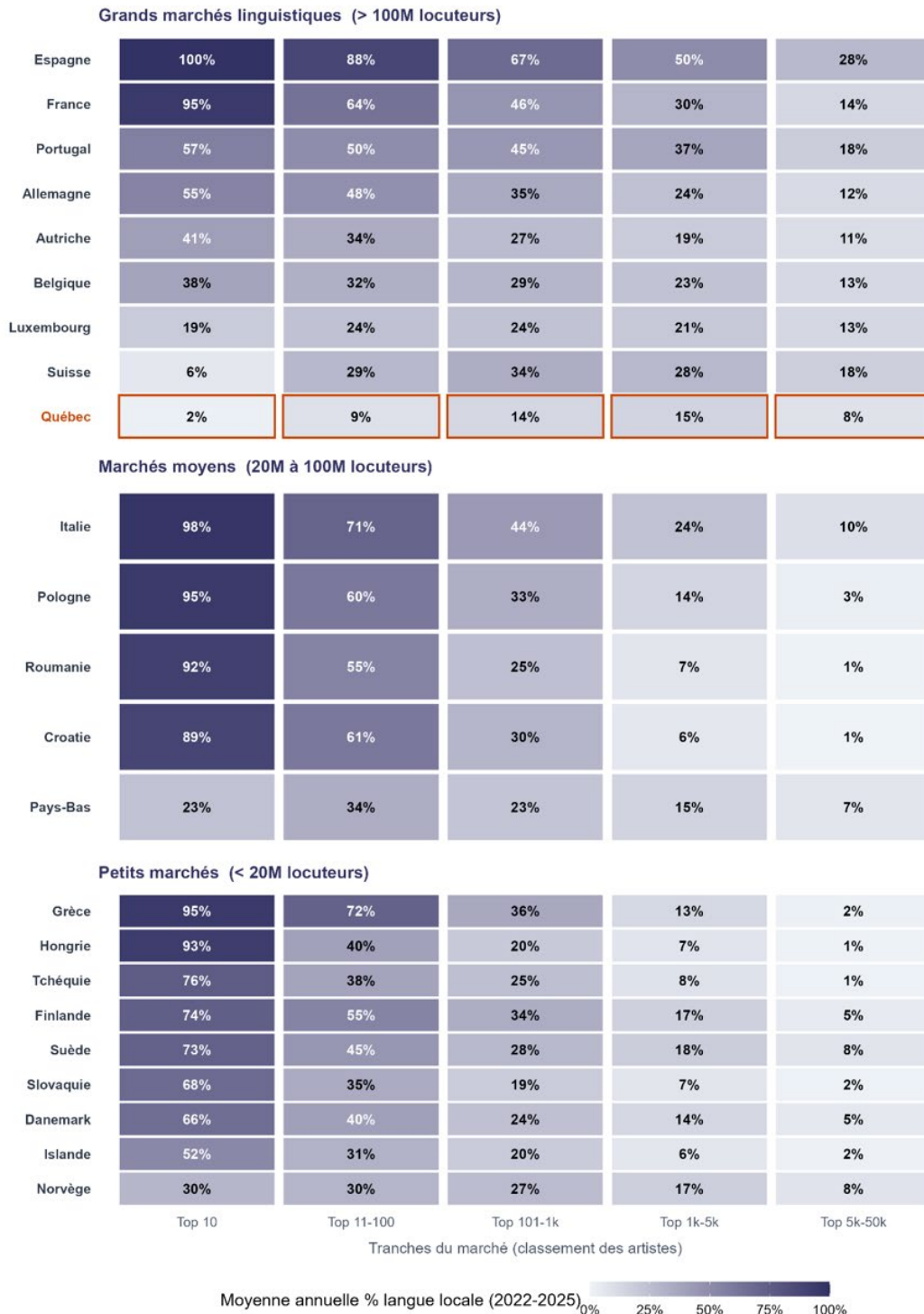


Nous avons également analysé la distribution des écoutes selon la langue des artistes (figure 7). Les résultats montrent que le Québec se distingue de nouveau des autres marchés linguistiques. Dans les segments correspondant aux 10, aux 100 et aux 1 000 titres les plus écoutés, la part du français demeure largement inférieure à celle des langues nationales dans tous les autres marchés.

Dans la longue traîne, soit les titres situés du 1 001^e au 50 000^e rang, la part du français se rapproche de celle des langues nationales dans les petits marchés européens. Elle est cependant inférieure à celle des langues nationales dans les grands marchés linguistiques, auquel le Québec appartient pourtant.

Figure 7 : Part moyenne des écoutes des artistes chantant dans au moins une langue nationale dans chaque segment de la distribution des écoutes pour les marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2022 :2025, en pourcentage)



Constat 6 : En dehors de l'anglais et du français, seul l'espagnol représente une part significative des écoutes au Québec

La société québécoise est marquée par un plurilinguisme important. Nous avons donc souhaité savoir si d'autres langues que le français et l'anglais réussissaient à tirer leur épingle du jeu dans les écoutes en ligne. Pour cela, nous avons utilisé la langue des chansons associée aux artistes plutôt que celle des artistes rapportée par Luminate Data, de façon à tenir compte des artistes utilisant plusieurs langues dans leur répertoire²⁰.

La figure 8 présente la répartition des écoutes selon la langue, en ne retenant que les langues représentant plus de 1 % des écoutes. Avec 77,5 % des écoutes, l'anglais est de très loin la langue dominante de l'écoute au Québec, malgré un léger recul de 2022 à 2025. Le français occupe le deuxième rang, en légère augmentation, mais avec un volume d'écoute sept fois inférieur à celui de l'anglais (11,4 %). L'espagnol arrive troisième, à 5,7 %, porté notamment par des artistes comme Bad Bunny. Le coréen, en raison de la popularité de la K-pop, représente environ 1 % du total. L'ensemble des autres langues se partage les 4,4 % d'écoutes restantes.

En somme, il existe bien un certain plurilinguisme en musique au Québec : la somme des langues tierces atteint 11,1 %, soit un pourcentage comparable à celui des écoutes en français. Ce pluralisme est cependant dû à quelques grands succès pop (p. ex. K-pop et musique latino), dans un contexte de forte domination de la musique anglophone, principalement américaine.

²⁰ Voir la section méthodologique.

Figure 8 : Proportion d'écoutes dans chaque langue pour les 50 000 artistes les plus écoutés au Québec

(Source : Luminata Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2022 et 2025, en pourcentage)



Constat 7 : Le Québec ne se distingue pas des autres sociétés pour ce qui est des genres musicaux écoutés

Selon la recherche, la consommation musicale est fortement influencée par les genres musicaux²¹. Pour voir si ce facteur interagit avec la langue des écoutes et la provenance des artistes, nous avons distingué quatre catégories : la pop, le rock (qui inclut notamment le punk et le métal), le rap et le hip-hop ainsi que la musique dance et électronique²². Comme un même artiste peut être associé à plusieurs genres, les proportions présentées ne sont pas mutuellement exclusives et leur somme peut donc dépasser 100 %. Notre objectif est de déterminer si le Québec présente un profil d'écoute distinct de celui observé dans les marchés européens.

La figure 9 présente la répartition des écoutes par genre pour l'ensemble des pays étudiés. Nous constatons que le rap et le hip-hop sont les genres les plus populaires dans la plupart des marchés étudiés. La pop arrive généralement au deuxième rang, suivi du rock, puis de la musique dance et électronique.

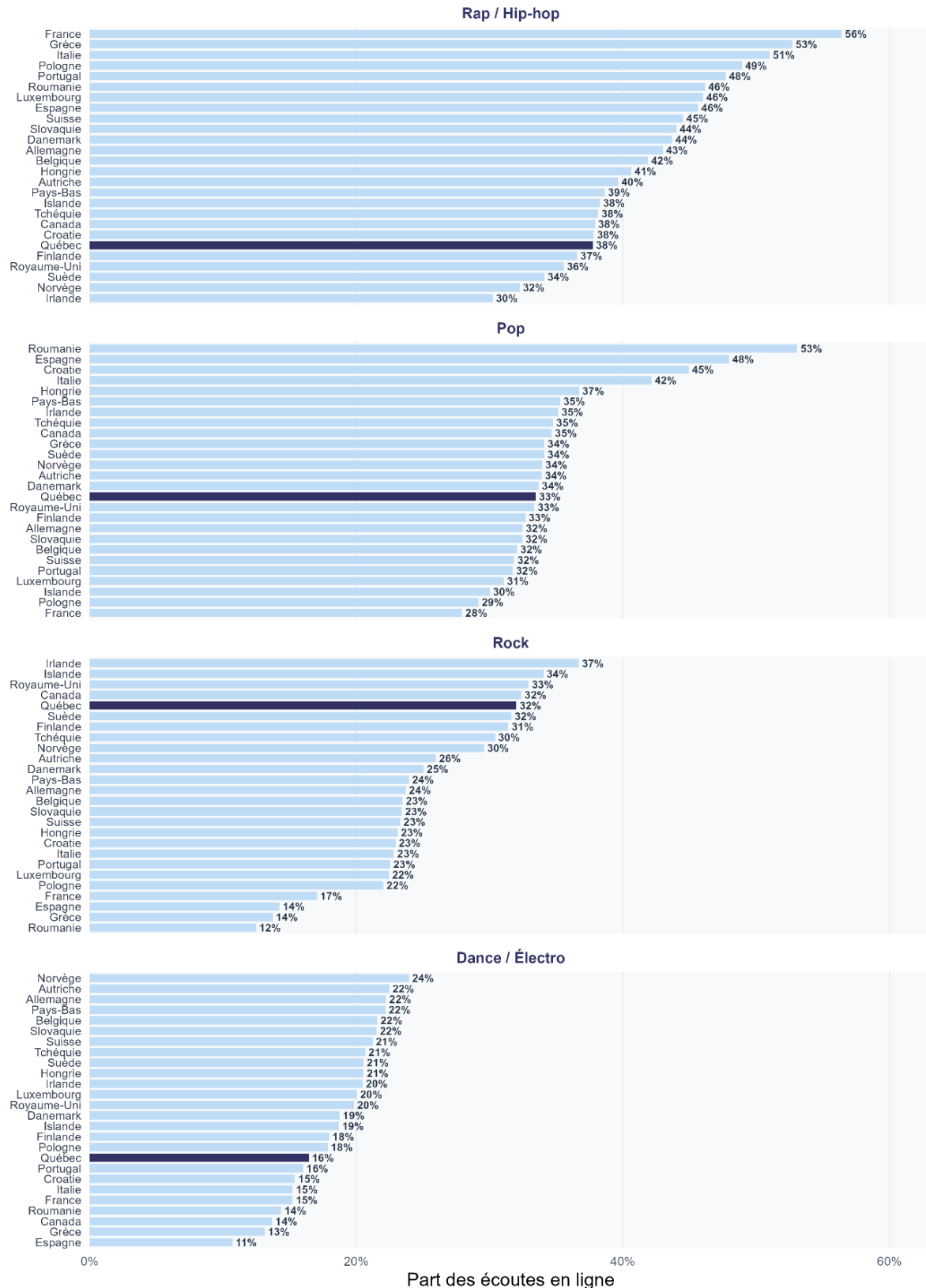
Pour ce qui est du Québec, il se distingue par une présence légèrement moins importante du rap et du hip-hop, qui y demeurent néanmoins les genres les plus écoutés. Par ailleurs, le rock y occupe une place plus importante qu'ailleurs, alors que les genres dance et électronique y sont un peu moins populaires.

²¹ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

²² D'autres genres musicaux existent dans les données (p. ex. le classique ou le jazz), mais le pourcentage qu'ils représentent est marginal.

Figure 9 : Pourcentage des écoutes des artistes selon le genre musical pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025, en pourcentage)



Constat 8 : Le rap, le hip-hop et la pop sont les genres les plus écoutés en français au Québec, mais leur part des écoutes dans la langue nationale est plus faible qu'ailleurs

Nous avons ensuite cherché à déterminer comment l'écoute des artistes nationaux et des artistes chantant dans une langue nationale variait selon les genres musicaux.

Pour ce qui est de la part des écoutes des artistes nationaux (figure 10), un premier constat s'impose : le rap et le hip-hop sont les genres dans lesquels les artistes nationaux occupent la place la plus importante. Cette observation est cohérente avec l'idée selon laquelle le rap et le hip-hop sont des genres fortement associés à l'authenticité et à des références propres au contexte local.

La pop est généralement le deuxième genre dans lequel les artistes nationaux sont les mieux représentés, à l'exception de certains pays où la musique dance et électro jouit d'une grande popularité (p. ex. Allemagne, Norvège, Royaume-Uni).

Pour ce qui est du Québec, il se situe au bas de la distribution, et ce, pour tous les genres musicaux. Il côtoie de nouveau les pays comme l'Autriche, la Suisse, la Belgique ou le Luxembourg, qui appartiennent également à de grands marchés linguistiques.

Figure 10 : Pourcentage des écoutes des artistes nationaux selon le genre musical pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025, en pourcentage)



La domination du rap et du hip-hop est encore plus marquée lorsque l'on examine les écoutes réalisées dans les langues nationales (figure 11). Dans la plupart des territoires étudiés, la part des écoutes dans les langues nationales se situe entre 40 % et 60 % pour le rap et le hip-hop. Dans le cas de la France et de l'Espagne, elles atteignent même des proportions de 70 % à 80 %.

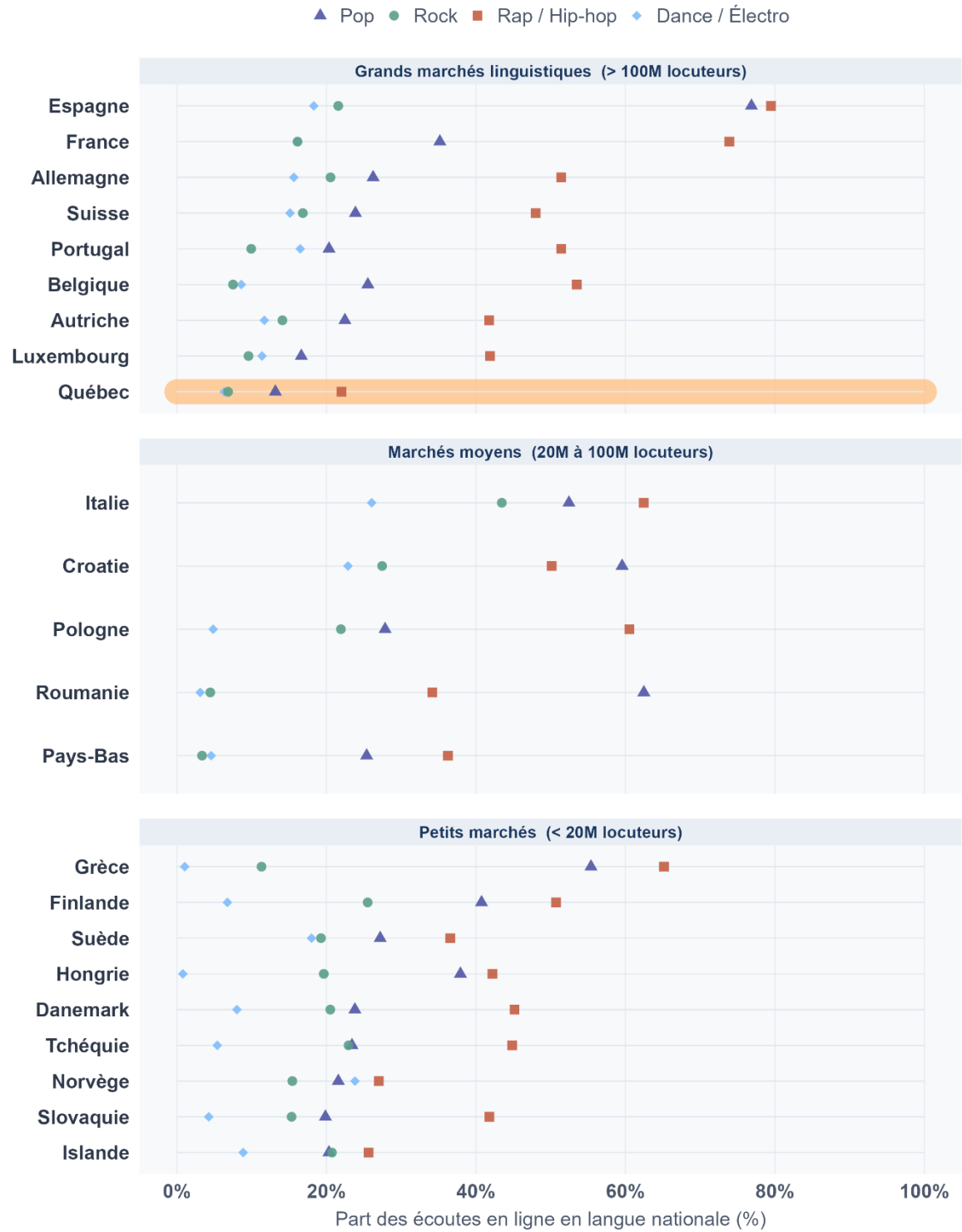
La pop occupe généralement le deuxième rang, avec une part des écoutes dans la langue nationale se situant entre 20 % et 40 % dans la plupart des pays. La pop représente cependant une part beaucoup plus importante dans certains pays, atteignant même le premier rang dans certains marchés, comme la Roumanie et la Croatie, où environ 60 % de la pop est écoutée dans la langue nationale.

Pour ce qui est de l'écoute du rock et de la musique électronique, les langues nationales y occupent une place beaucoup plus restreinte, dépassant rarement les 20 %. Nous notons cependant qu'il s'agit également des genres les moins écoutés dans les pays étudiés.

De nouveau, le cas du Québec se démarque par la faiblesse des écoutes dans la langue nationale. Pour les genres clés du rap, du hip-hop et de la pop, il se situe même en dernière position, derrière de petits marchés comme l'Islande, la Norvège et la Slovaquie.

Figure 11 : Pourcentage des écoutes dans la langue nationale selon le genre musical pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025, en pourcentage)



Constat 9 : Le Québec est la seule société où la part des écoutes dans la langue nationale n'est pas plus grande parmi les nouveautés

Nous avons cherché à savoir si les écoutes dans la langue nationale étaient plus nombreuses parmi les titres plus récents que parmi les titres plus anciens. Pour cela, nous ne pouvions pas utiliser les données sur les 50 000 artistes les plus populaires, car elles ne nous renseignent pas sur l'année de commercialisation de leurs chansons.

Cependant, Luminate Data offre la possibilité de télécharger divers catalogues, regroupés selon l'année de commercialisation des chansons :

- le catalogue récent, soit les chansons commercialisées depuis moins de 18 mois ;
- le catalogue intermédiaire, depuis plus de 18 mois et moins de 60 mois ;
- le catalogue ancien, depuis plus de 60 mois ;
- le catalogue complet, soit toutes les chansons dans la base de données.

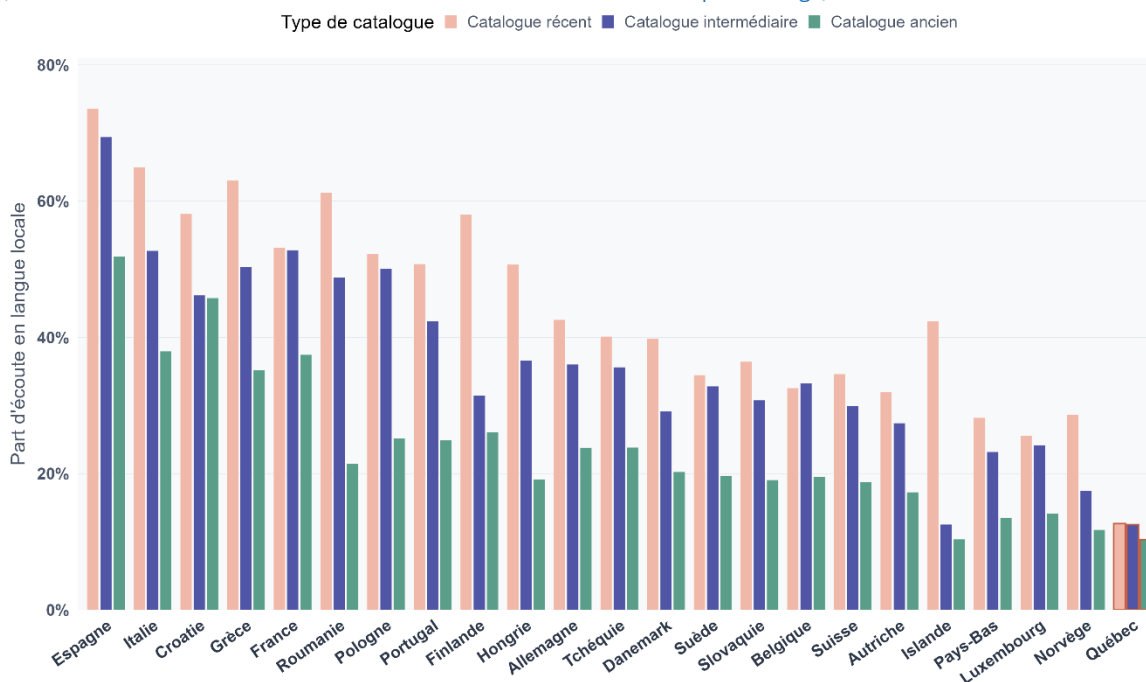
Chaque catalogue comprend les 50 000 chansons les plus écoutées de sa catégorie. Comme le catalogue récent de 2025 comprenait une proportion importante de titres dont nous n'avons pas pu établir la langue (jusqu'à 15 %), nous avons comparé les écoutes dans la langue nationale des catalogues de l'année 2024.

La figure 12 montre que, dans l'ensemble des pays étudiés, les écoutes dans la langue nationale sont plus importantes dans le catalogue récent que dans le reste du répertoire. Pour ce qui est du catalogue intermédiaire, il contient une part des écoutes dans la langue nationale généralement inférieure à celle des nouveautés, mais supérieure à celle des titres plus anciens.

De nouveau, le Québec fait figure d'exception. Certes, la part des écoutes dans la langue nationale est plus élevée dans les catalogues récent et intermédiaire que dans le catalogue ancien. Cependant, les écarts observés sont beaucoup plus modestes que ceux constatés ailleurs.

Figure 12 : Part des écoutes dans la langue nationale pour chacun des catalogues pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminata Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2024 en pourcentage)

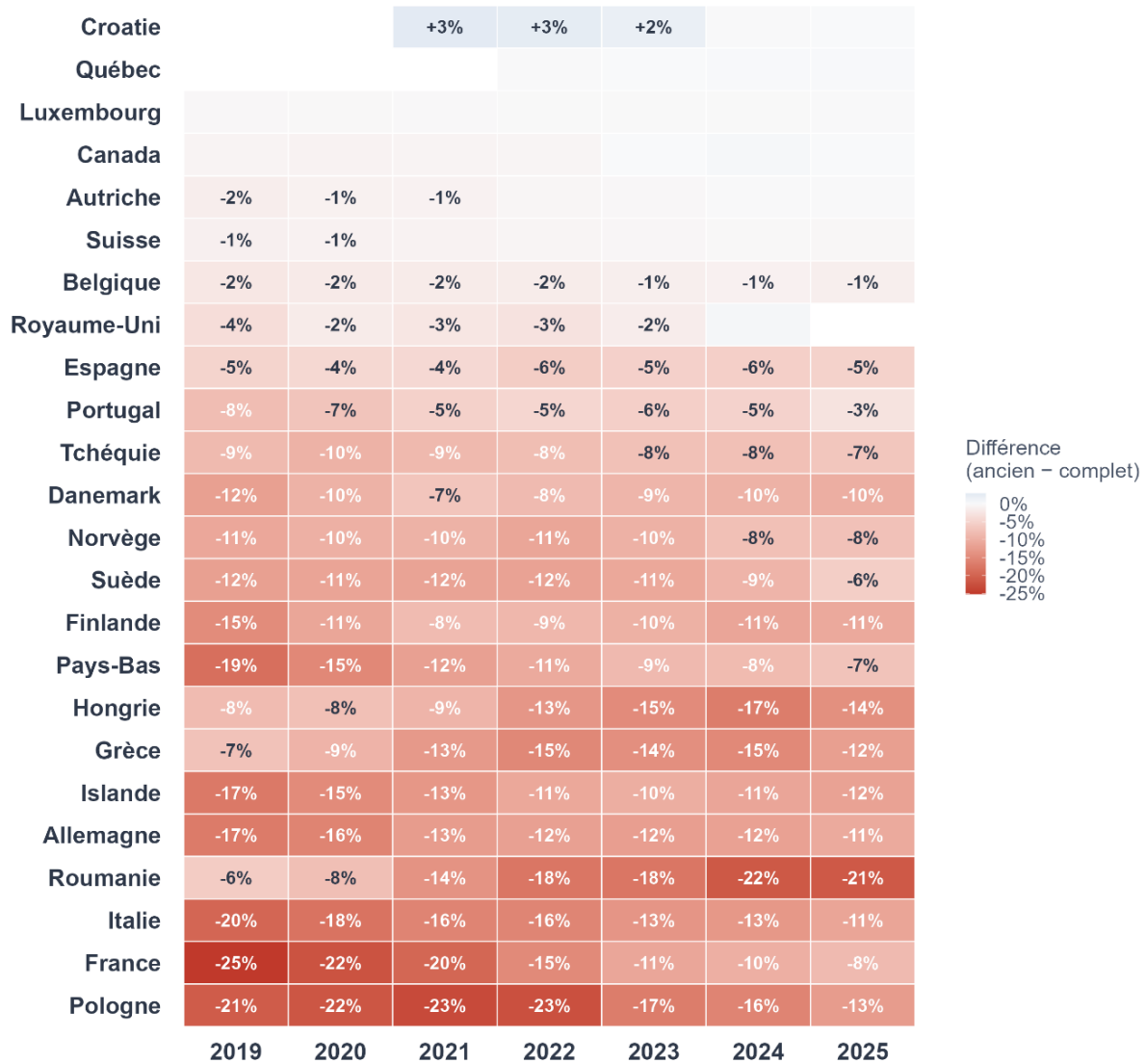


Comme la langue des paroles des chansons récentes est généralement plus difficile à établir que celles des chansons plus anciennes (par la disponibilité des paroles en ligne), ce qui peut biaiser ces premiers résultats, nous avons utilisé une deuxième approche pour contre-vérifier les résultats et les améliorer. Nous avons choisi de mesurer la part des chansons d'artistes nationaux parmi les 50 000 chansons du catalogue complet et les 50 000 chansons du catalogue ancien.

La figure 13 compare ces deux proportions pour les différents pays étudiés. Ainsi, de 2019 à 2025, les écoutes d'artistes nationaux sont presque toujours plus nombreuses dans le catalogue complet que dans le catalogue ancien. Dans de nombreux pays, l'écart dépasse les 10 points de pourcentage. Ce résultat suppose que les écoutes d'artistes nationaux sont en général beaucoup plus nombreuses parmi les titres plus récents que parmi les titres plus anciens. Parmi les pays non anglophones, quelques exceptions ressortent, soit le Québec, la Croatie et les pays situés à la périphérie des aires linguistiques francophones et germanophones (Autriche, Belgique, Luxembourg et Suisse).

Figure 13 : Différence des écoutes des artistes chantant dans les langues nationales entre le catalogue ancien et le catalogue complet pour l'ensemble des marchés

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2019-2025 en pourcentage)



Constat 10 : La connaissance de l'anglais et la taille de la population expliquent le mieux les écarts entre pays, mais le cas du Québec demeure exceptionnel

Les constats présentés jusqu'ici reposent sur une analyse descriptive des données d'écoutes. Pour trouver des explications potentielles des écarts observés entre les pays, nous avons réalisé des régressions multivariées.

Pour nos modèles, nous avons retenu quatre variables dépendantes²³ :

- la part d'écoute du rap et du hip-hop dans la langue nationale;
- la part d'écoute d'artistes des États-Unis;
- la part d'écoute d'artistes nationaux;
- la part d'écoute d'artistes chantant dans au moins une langue nationale.

Nous avons ensuite vérifié la force de l'association entre ces variables et un ensemble de variables pour lesquelles des données étaient disponibles dans l'enquête de l'Eurobaromètre *Europeans and their languages*²⁴. Cette enquête, publiée en 2024, couvre tous les pays européens compris dans notre échantillon, à l'exception de la Suisse et de la Norvège. Nous avons ainsi inclus des variables indépendantes sur le pourcentage de la population de chaque pays qui²⁵ :

- a une langue nationale comme langue maternelle;
- peut soutenir une conversation en anglais;
- préfère utiliser des sous-titres plutôt que le doublage pour écouter des contenus étrangers;
- se dit totalement en accord avec la protection des langues minoritaires et régionales.

En puisant dans d'autres sources, nous avons également pu ajouter des variables indépendantes sur :

- la taille de la population du pays²⁶;
- le nombre de locuteurs de la langue nationale dans le monde²⁷;
- la proportion de personnes nées à l'étranger²⁸.

Cette approche nous a permis de construire un échantillon de 19 pays pour lesquels des données comparables étaient disponibles (tableau 6 en annexe).

²³ Respectivement « RAP_Langue », « États-Unis », « National » et « Langue Nationale » à l'annexe 5.

²⁴ Union européenne (2024). [Europeans and their languages: Eurobarometer survey](#).

²⁵ Respectivement « Maternel », « Anglais », « Sous-titre », « Minorité », « Population », « PopulationLangue » et « Étranger » à l'annexe 5.

²⁶ Nations Unies (2024). [World Population Prospects 2024](#).

²⁷ Données obtenues avec un abonnement à Ethnologue.

²⁸ Eurostat (2024). [EU population diversity by citizenship and country of birth](#).

Limites

Nos modèles présentent d'importantes limites. La première est la taille de l'échantillon, qui réduit la robustesse des résultats. La deuxième est que les données pour le Québec ne proviennent pas des mêmes sources que celles pour les pays européens. Cette hétérogénéité peut introduire des biais de comparabilité entre le Québec et les pays européens. Un troisième enjeu est que les utilisateurs des plateformes d'écoute en ligne ne sont pas forcément représentatifs des populations des différents pays. Ainsi, les données recueillies par des enquêtes ou par des recensements ne portent pas nécessairement sur les mêmes populations.

Néanmoins, l'approche par régression nous permet, même avec un échantillon limité, de vérifier la force de certaines associations et d'appuyer certaines pistes d'interprétation.

Résultats

Dans cette sous-section, nous présentons les résultats pour les différentes variables examinées²⁹. Nous commençons par deux variables qui nous renseignent sur les compétences linguistiques de la population : la capacité à soutenir une conversation en anglais et la préférence pour l'utilisation de sous-titres plutôt que du doublage pour écouter des contenus étrangers. Théoriquement, ces deux variables pourraient être liées de façon négative à l'écoute dans les langues nationales.

Comme cela était attendu, la part de la population d'un pays pouvant soutenir une conversation en anglais influence de façon négative les écoutes dans la langue nationale (-0,4) et de façon positive les écoutes d'artistes américains (0,2). Ces effets, statistiquement significatifs, demeurent cependant modérés.

Pour ce qui est de la préférence pour l'utilisation des sous-titres plutôt que du doublage, les coefficients sont beaucoup plus faibles. D'un point de vue statistique, une seule association est faiblement significative (seuil de 10 %), soit avec les écoutes dans la langue nationale, et elle ne va pas dans le sens attendu (0,2).

Nous nous tournons ensuite vers deux indicateurs qui nous renseignent sur la diversité ethnoculturelle des pays, soit la proportion de personnes nées à l'étranger et la proportion de la population ayant une langue nationale comme langue maternelle. Ces deux variables pourraient influencer de manière négative les contenus nationaux, dont la diffusion se heurterait à des barrières linguistiques et culturelles.

Nous constatons que la proportion de personnes nées à l'étranger est effectivement liée de manière négative à l'écoute d'artistes nationaux : plus un pays compte de personnes nées à l'étranger, moins les artistes nationaux occupent une place centrale dans les écoutes. Par son ampleur, cet effet est l'un des plus importants de notre régression (-0,6). Cependant, il n'est que faiblement significatif d'un point de vue statistique (seuil de 10 %).

²⁹ L'effet présenté correspond à l'augmentation (ou à la diminution) en pourcentage de la variable dépendante lorsque la variable indépendante augmente (ou baisse) de 1 %. Un effet de 1 signifie qu'une augmentation de 1 % de la variable indépendante correspond à une augmentation de 1 % de la variable dépendante.

Pour sa part, la proportion de la population ayant une langue nationale comme langue maternelle présente des coefficients relativement élevés pour trois variables dépendantes : l'écoute d'artistes nationaux (0,4), l'écoute dans la langue nationale (0,5) et l'écoute du rap dans la langue nationale (0,6). Cependant, ces relations ne sont jamais significatives d'un point de vue statistique.

Ces résultats paradoxaux (coefficients élevés, mais résultats non significatifs) s'expliquent à la fois par la faible taille de l'échantillon et par de fortes variations d'un pays à l'autre. Ainsi, s'il existe un lien entre la diversité ethnoculturelle et l'écoute dans la langue nationale, il est nécessairement modulé par d'autres facteurs qui ne sont pas captés par notre modèle.

Nous avons ensuite examiné deux variables qui nous renseignent sur la taille du marché national ou linguistique : soit la taille de la population du pays et le nombre total de locuteurs de sa langue nationale dans le monde. D'un point de vue théorique, nous pouvons prédire que les marchés plus grands disposent d'une offre musicale plus ample, ce qui se traduit par une présence accrue dans les écoutes.

Comme attendu, la taille de la population d'un pays est liée de manière significative à trois des quatre variables dépendantes. Ainsi, plus un pays est peuplé, plus l'écoute d'artistes américains y diminue (-0,1) et plus y augmente l'écoute d'artistes nationaux (0,4) et l'écoute d'artistes chantant dans les langues nationales (0,1). Comme nous pouvons le voir, ces effets demeurent néanmoins modestes ou modérés.

Pour sa part, le nombre total de locuteurs de la langue nationale dans le monde n'est lié de façon significative qu'à l'écoute dans la langue nationale. L'effet est par ailleurs très faible.

La dernière variable analysée est la part de la population se disant totalement en accord avec la protection des langues minoritaires et régionales. Nous y voyons un indicateur des attitudes plus ou moins favorables à la diversité linguistique au sein du pays.

Nous constatons que cette variable est liée de manière significative à quasiment toutes les variables dépendantes, selon des seuils plus ou moins significatifs et des effets plus ou moins forts : les écoutes dans les langues nationales (0,4), les écoutes d'artistes nationaux (0,5) et les écoutes d'artistes américains (-0,1).

Le cas du Québec

Malgré les limites liées aux données disponibles, nous avons également ajouté le Québec dans le modèle en utilisant les cinq variables indépendantes à notre disposition. Cette approche nous a permis d'estimer où se situerait le Québec s'il se comportait comme les pays européens étudiés à l'aide d'un modèle bêta. Ce modèle estime la proportion attendue – ici, le pourcentage associé à chaque variable – en fonction de plusieurs caractéristiques, tout en respectant automatiquement les limites naturelles de 0 % et de 100 %. Il compare ensuite la valeur observée au Québec à cette estimation et calcule une marge d'incertitude pour déterminer si le résultat québécois est statistiquement compatible avec ceux attendus (tableau 7 en annexe).

Dans le cas de l'écoute d'artistes américains, le Québec se situe largement au-dessus de la prédiction. Pour ce qui est de l'écoute du rap dans la langue nationale, il se situe nettement en dessous, comme pour les écoutes dans la langue nationale en général. Ces trois résultats nous incitent à penser que le modèle ne permet pas d'expliquer pleinement la spécificité québécoise.

Analyse

Dans cette section, nous revenons sur les constats de la section précédente et tentons de cerner les explications les plus plausibles de l'exception québécoise. Pour y arriver, nous nous appuyons sur la recension des écrits scientifiques publiée en parallèle de cette étude³⁰. Nous mobilisons également nos recherches antérieures sur l'utilisation du français dans les pratiques culturelles³¹.

Le poids des algorithmes

Notre compréhension du fonctionnement des algorithmes et de leurs effets sur l'écoute en ligne demeure très partielle³². Les algorithmes peuvent aider certains contenus à se démarquer par la manière dont ils en favorisent la visibilité ou la recommandation.

Plus particulièrement, les algorithmes peuvent accroître la diffusion des contenus plus populaires, en les recommandant davantage et en favorisant leur partage. Ils peuvent aussi enfermer les utilisateurs dans un style ou un type de contenu qu'ils apprécient et qui est déjà populaire auprès d'une masse importante d'auditeurs. Si la musique québécoise part d'une position de faiblesse, l'algorithme peut ainsi contribuer à la marginaliser davantage. Par ailleurs, si l'écoute en français est concentrée dans une petite partie de la population, et qu'une part importante de la population n'en écoute pas du tout, l'algorithme traitera le contenu francophone comme un produit de niche. Il en sera ainsi, car le catalogue québécois francophone aura peu de liens algorithmiques avec les autres catalogues³³.

Cependant, à partir du moment où l'utilisateur manifeste une préférence pour les contenus québécois ou francophones, par exemple en interagissant avec eux, les plateformes lui en recommandent activement³⁴. Cette réalité ne nous permet pas d'exclure l'existence de biais algorithmiques défavorables au français, mais elle nous oblige à nuancer la vision selon laquelle ces biais seraient les principaux responsables de la domination de l'anglais dans l'écoute musicale au Québec.

Par ailleurs, il est difficile de voir comment les biais algorithmiques peuvent expliquer les écarts que nous avons observés entre le Québec et les pays européens. Après tout, les algorithmes sont les mêmes en Finlande, en Grèce ou en Hongrie, où les contenus dans la langue nationale occupent pourtant une place beaucoup plus importante dans l'écoute musicale.

³⁰ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

³¹ Commissaire à la langue française (2024). Le français comme langue commune; Commissaire à la langue française (2025). Intégration à la nation québécoise, de la rencontre à l'adhésion.

³² Commissaire à la langue française (2026). Cadre d'analyse musical.

³³ Music Tomorrow (2026). [Algorithmic Discoverability and Cultural Fairness on Music Streaming Platforms: A Case Study](#).

³⁴ Jamet *et al.* (2025). Recommandations algorithmiques et découverte des contenus francophones sur les plateformes de streaming musical, INRS.

Certes, la possibilité demeure que le Québec soit traité différemment des autres marchés étudiés, par le fait qu'il n'est pas un pays indépendant, mais bien une province canadienne. Pour l'instant, nous ne sommes pas en mesure de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse.

Les limites de l'offre

Avec neuf millions d'habitants, le Québec demeure un marché relativement modeste. Ainsi, son offre nationale ne peut pas se comparer à celle de grands pays comme l'Espagne, l'Italie ou l'Allemagne. Cependant, il ne faut pas oublier que le Québec s'inscrit dans un grand marché linguistique, celui de la francophonie. En principe, ce marché est suffisamment grand pour saturer l'offre dans l'ensemble des créneaux. Pour cette raison, nous devrions nous attendre à une meilleure performance du contenu en français dans toute la distribution d'écoutes.

Par ailleurs, même si nous considérons le Québec comme un marché distinct, la distribution des écoutes y demeure difficile à expliquer. En effet, la plupart des petits marchés comptent un grand nombre d'écoutes dans la langue nationale au sommet des palmarès et en présentent peu dans la longue traîne. De même, les langues nationales y font mieux parmi les nouveautés que parmi les titres plus anciens.

Or, au Québec, contrairement aux petits marchés européens, on compte peu d'artistes nationaux parmi les 1 000 artistes les plus écoutés, et la musique en français ne s'y démarque pas parmi les nouveautés. Cette situation est unique. Elle nous amène à nous demander si le Québec dispose de mécanismes efficaces pour la mise en marché des nouveautés, particulièrement dans les créneaux porteurs comme le rap et la pop.

La connaissance de l'anglais

Les données descriptives montrent que, dans les pays où la connaissance de l'anglais est très élevée (p. ex. Danemark, Finlande, Pays-Bas, Suède), l'écoute dans la langue nationale est généralement plus faible qu'ailleurs. L'analyse multivariée que nous avons effectuée, de même que la recension des écrits scientifiques, confirme cette association selon laquelle la connaissance d'une langue facilite l'appréciation de la musique dans cette langue.

La faible présence du français dans l'écoute musicale au Québec pourrait-elle s'expliquer par la connaissance élevée de l'anglais parmi les Québécois? Les données de Statistique Canada établissent à 52 % la proportion de Québécois capables de soutenir une conversation en anglais. Cette proportion est largement inférieure à celle observée en Europe du Nord (de 82 % à 95 % selon le pays). Toutefois, les données canadiennes et européennes ne sont pas recueillies à l'aide des mêmes méthodes. Il n'est donc pas exclu que les données de Statistique Canada sous-estiment les compétences en anglais des Québécois comparées aux compétences des Européens. D'ailleurs, l'Enquête sur la situation des langues parlées au Québec indique que 73 % des Québécois affirment pouvoir soutenir une conversation « simple » en anglais³⁵, soit un pourcentage beaucoup plus élevé que celui du recensement, qui parle de pouvoir « soutenir une conversation ».

³⁵ Institut de la statistique du Québec (2026). [Les principaux traits linguistiques de la population québécoise en 2025 : étude sur la situation des langues parlées au Québec](#).

Par ailleurs, contrairement aux pays d'Europe du Nord, le Québec accueille une importante population d'expression anglaise : 10 % de la population québécoise a l'anglais comme langue maternelle et 13 % a l'anglais comme première langue officielle parlée. Nous savons que cette population anglophone utilise peu le français dans ses pratiques culturelles³⁶.

La présence d'une minorité anglophone et d'un haut niveau de bilinguisme français-anglais pourrait donc expliquer en partie la spécificité québécoise. Néanmoins, cette explication demeure nécessairement partielle. En effet, le Québec, contrairement aux pays d'Europe du Nord, appartient à un grand marché linguistique, ce qui devrait y renforcer la place du français. Or, la part des écoutes dans la langue nationale y demeure largement inférieure à celle observée dans ces pays, particulièrement au sommet de la distribution des écoutes.

Les réseaux et la diversité culturelle

La recension des écrits a révélé que les réseaux sociaux jouaient un rôle central dans la diffusion des contenus culturels³⁷. Même à l'ère numérique, les échanges entre pairs – parents, amis et collègues – continuent d'être la source de la découverte de nouveaux artistes et de la construction des goûts musicaux.

En modifiant les pratiques d'écoute, les plateformes ont entraîné des répercussions sur les dynamiques de recommandation entre pairs. Toutefois, il est difficile de voir en quoi ce phénomène pourrait expliquer les écarts observés entre le Québec et les pays européens, où l'utilisation des plateformes est également très répandue.

Un autre phénomène touchant la structure des réseaux est l'immigration. En effet, les nouveaux arrivants peuvent mettre du temps à s'insérer dans les réseaux composés de natifs et, par conséquent, être peu exposés aux contenus nationaux qui y circulent. Dans le cas du Québec, la recherche qualitative nous laisse penser que ce facteur explique en partie l'utilisation plus faible du français en culture par les personnes issues de l'immigration, dont le nombre est important parmi les plus jeunes générations³⁸.

Nos analyses multivariées indiquent cependant qu'en Europe, la proportion de personnes nées à l'étranger n'est pas de toute évidence corrélée aux écoutes dans la langue nationale. Il n'est pas exclu que, dans le cas du Québec, la présence d'une communauté anglophone, à laquelle s'intègre historiquement une part importante des personnes issues de l'immigration, affecte plus qu'ailleurs à l'écoute dans la langue nationale. Cette hypothèse reste cependant à vérifier.

La socialisation musicale

La recension des écrits a mis en lumière l'importance de la socialisation musicale dans la construction des préférences et des habitudes d'écoute. Ainsi, une faible exposition à certains styles musicaux ou à certaines sonorités pendant la période de construction des goûts peut empêcher l'oreille de s'y habituer et les rendre moins attrayants.

³⁶ Commissaire à la langue française (2025). Intégration à la nation québécoise, de la rencontre à l'adhésion.

³⁷ Commissaire à la langue française (2026). Déterminants de la consommation musicale : recension des écrits et cadre d'analyse.

³⁸ Commissaire à la langue française (2025). Les représentations linguistiques et identitaires des jeunes issus de l'immigration.

Il est plausible que plusieurs Québécois ont été peu ou pas exposés à la musique québécoise et francophone pendant leur enfance ou au début de leur âge adulte. Pour cette raison, les styles et les sonorités associés à ces contenus – voire la simple présence de paroles en français – pourraient leur paraître moins familiers et moins attrayants.

Ce mécanisme pourrait expliquer la faible connexion entre le Québec et la francophonie européenne. Par exemple, pendant plusieurs décennies, le marché musical québécois a fonctionné de façon relativement séparée du marché français, alors que les marchés belge et suisse francophones y étaient fortement intégrés. La faible présence de la musique française au Québec pourrait être un héritage de cette réalité historique, dont les effets se feraient sentir encore aujourd'hui, malgré l'effondrement des barrières géographiques découlant de l'arrivée des plateformes numériques. Dans un genre comme le rap, où l'authenticité est une valeur centrale, elle pourrait aussi s'expliquer par l'écart entre les variétés de français parlé au Québec et en Europe.

La faible intégration du Québec à la francophonie demeure néanmoins surprenante lorsqu'on la compare au cas de l'hispanophonie et de la lusophonie. En effet, l'Espagne et le Portugal sont massivement exposés à la musique venant d'Amérique latine, malgré la distance géographique entre les deux marchés et les différences entre les variétés linguistiques. Une étude comparée de ces différents espaces linguistiques, notamment de la structure de leur industrie avant l'arrivée des plateformes, serait nécessaire pour mieux comprendre la faible intégration du Québec à la francophonie musicale.

Les représentations identitaires

La recension des écrits a montré que la musique n'est pas seulement appréciée pour ses qualités intrinsèques, mais aussi pour les valeurs et les symboles auxquels elle est associée. Selon la théorie du « badge identitaire », la musique agit comme un marqueur d'appartenance. Cette valeur identitaire peut accroître le pouvoir d'attraction d'un style musical, ou encore en faire un repoussoir, selon que l'on souhaite ou non y être associé.

Historiquement, la musique francophone québécoise s'est vu attribuer une forte valeur identitaire. Elle a souvent été perçue comme un genre musical à part entière, associé à certains chansonniers populaires³⁹. Ainsi, il est commun d'entendre des gens affirmer qu'ils aiment (ou qu'ils n'aiment pas) la « musique québécoise », comme s'il s'agissait d'un style musical particulier, alors que les artistes québécois produisent une vaste diversité de contenus dans tous les styles musicaux.

Cette essentialisation de la musique québécoise pourrait contribuer à sa diffusion dans certains réseaux et dans certains contextes, tout en nuisant à sa diffusion dans d'autres. Par exemple, la charge identitaire associée à la musique québécoise pourrait servir de repoussoir pour ceux qui ne s'identifient pas au Québec ou au nationalisme québécois, ou encore pour ceux qui n'ont pas d'intérêt pour le style dominant auquel elle est associée.

³⁹ Grenier, Line (2002). « "Je me souviens"... en chansons : articulations de la citoyenneté culturelle et de l'identitaire dans le champ musical au Québec », *Sociologie et sociétés*, vol. 29, n° 2, p. 31-47. <https://doi.org/10.7202/001312ar>; Commissaire à la langue française (2026). Cadre d'analyse musical.

Par ailleurs, il est possible que l'écoute de musique en français n'ait jamais atteint, dans certains segments de la population, le seuil critique qui en aurait fait un choix « normal ». Ainsi, dans plusieurs milieux, le fait d'écouter de la musique en français continue d'être symboliquement marqué, alors que le fait d'écouter de la musique en anglais est perçu comme un choix socialement neutre. Un exemple de ce phénomène est l'utilisation de l'expression « rap Québ », qu'on utilise par opposition au rap tout court (compris comme anglophone). La popularité de cette expression indique que le rap produit en français au Québec demeure un produit culturel symboliquement marqué, alors que le rap anglophone s'impose comme le produit de référence, socialement neutre. Autrement, on parlerait de « rap » pour désigner celui produit en français au Québec, mais de « rap américain » pour faire référence à celui produit en anglais au sud de la frontière. En France, par exemple, le rap français est simplement qualifié de « rap ».

Il ne fait pas de doute que les représentations identitaires entourant la musique québécoise ont une incidence sur l'écoute en français. Ces représentations peuvent favoriser sa diffusion auprès de ceux ayant une vision positive de l'identité québécoise, mais freiner son adoption chez ceux qui y voient un produit niché auquel ils ne s'identifient pas. Toutefois, il demeure difficile de comprendre comment ces représentations identitaires ont pris racine et comment elles peuvent, à elles seules, expliquer la situation particulière du Québec par rapport à d'autres petits marchés.

Pistes d'action

Aucune des explications proposées précédemment, prise individuellement, ne rend compte de l'exception québécoise. Toutefois, chacune est relativement plausible et, prises conjointement, elles nous donnent une idée du chemin à suivre pour renforcer la place du français en musique.

Dans cette section, nous nous tournons vers les pistes d'action susceptibles de renforcer le statut du français en musique. Plusieurs de ces pistes viennent compléter des recommandations que nous avons formulées dans de précédents rapports. Nous nous y référons le cas échéant.

RÉSUMÉ DE L'ENJEU

Le Québec est un marché relativement petit et historiquement peu intégré au reste de la francophonie. Une forte connaissance de l'anglais, des habitudes d'écoute héritées des générations précédentes et une grande diversité culturelle rendent le Québec plus perméable à la musique américaine et anglophone. Sa production nationale, bien que relativement riche, est souvent associée à des représentations identitaires et symboliques qui contribuent à en faire un produit de niche plutôt qu'un produit symboliquement neutre qui s'adresse à tout le monde. Les algorithmes, sans être à l'origine des préférences des Québécois pour les contenus anglophones, peuvent contribuer à les renforcer et à maintenir le statut de niche des contenus québécois et francophones.

Mettre en œuvre la loi sur la découvrabilité des contenus culturels

En décembre 2025, l'Assemblée nationale a adopté la *Loi sur la découvrabilité des contenus culturels francophones dans l'environnement numérique*. La mise en œuvre de cette loi exigera des efforts importants de la part du ministère de la Culture et des Communications (MCC), qui doit maintenant préparer un cadre réglementaire et, le cas échéant, négocier des ententes particulières avec les plateformes d'écoute en ligne.

La faiblesse des contenus francophones sur ces plateformes n'est pas seulement ni d'abord liée au fonctionnement des algorithmes. Néanmoins, il est plausible que ceux-ci amplifient des tendances qui leur sont défavorables et les empêchent de se diffuser plus largement. En imposant aux plateformes des exigences de mise en valeur et de recommandation des contenus originaux francophones, le gouvernement peut s'assurer, au minimum, que les algorithmes ne nuisent pas à leur diffusion.

Adopter une stratégie pour appuyer la production de grands succès dans le rap et la pop

En musique, le Québec ne souffre pas d'une offre insuffisante, particulièrement si l'on considère qu'il s'inscrit dans un vaste marché francophone. Néanmoins, l'absence de titres québécois et francophones au sommet des palmarès est une anomalie difficile à expliquer. En effet, en Europe, les langues et les artistes nationaux se démarquent parmi les titres les plus écoutés, notamment dans le rap, le hip-hop et la pop.

Le MCC, de pair avec l'industrie musicale, devrait s'assurer que nos mécanismes de mise en marché favorisent la production de grands succès dans ces genres musicaux, notamment en raison de leur importance dans l'écoute intensive des adolescents et des jeunes adultes. Une stratégie spécifique serait nécessaire pour soutenir la diffusion des nouveautés et accompagner de jeunes artistes dans leur professionnalisation, augmentant ainsi la probabilité que des titres nationaux atteignent le sommet des palmarès.

Renforcer l'intégration du Québec à la francophonie internationale

La faible intégration du Québec au marché francophone international demeure difficile à expliquer, du moins lorsqu'on la compare à la situation observée dans les autres grandes aires linguistiques. Cette faiblesse va dans les deux sens. D'une part, les titres francophones européens n'arrivent jamais au sommet des écoutes du Québec, alors qu'ils dominent en France et occupent une place importante en Belgique et en Suisse. D'autre part, les titres québécois n'atteignent jamais le sommet des palmarès francophones européens, une situation qui contraste avec celle de la Belgique, d'où sont originaires plusieurs artistes francophones au succès retentissant (p. ex. Angèle, Damso, Hamza et Stromae).

L'explication la plus plausible est que cette faible intégration découle de la socialisation musicale distincte des Québécois à une époque où les marchés étaient dominés par des industries séparées. Pour résoudre le problème, deux avenues sont possibles. D'une part, il faut accroître l'exposition des Québécois à la musique francophone d'ailleurs, et ce, dès le plus jeune âge (voir les pistes d'action 4 à 7). D'autre part, il faut renforcer les collaborations existantes entre les artistes et les acteurs de l'industrie du Québec et ceux des autres pays francophones. Ces collaborations sont déjà nombreuses (p. ex. tournées, festivals, réseaux sociaux). Néanmoins, les responsables francophones des deux côtés de l'Atlantique devraient en faire une priorité.

Faire résonner le français dans les espaces publics et multiplier les croisements avec les autres productions culturelles

Plusieurs personnes sont peu exposées à la musique québécoise et francophone dans leur vie personnelle et dans leur vie numérique. Pour leur permettre de la découvrir, il est essentiel qu'elle résonne lors des événements publics ainsi que dans les espaces publics. Pour cela, il est nécessaire de mobiliser les municipalités, les organismes publics, les entreprises ainsi que les organismes du domaine du loisir et de la culture.

Des initiatives ont récemment émergé dans ce sens. Par exemple, la Ville de Drummondville a mobilisé son milieu afin de favoriser la diffusion de musique en français dans les arénas et d'autres lieux publics⁴⁰. De même, dans son *Plan d'action pour la langue française 2026-2030*, la Ville de Montréal s'engage à diffuser de la musique en français dans ses installations sportives⁴¹. Plus largement, l'initiative « Montréal, faites du bruit » mobilise un grand nombre d'acteurs en faveur de la musique québécoise et francophone, ce qui inclut des actions concrètes pour en accroître la présence dans les lieux publics (p. ex. commerces, parcs, places publiques, maisons de la culture, etc.).

⁴⁰ Ville de Drummondville (2024). [Drummondville innove et se positionne comme actrice de changement en faveur de l'inclusion](#).

⁴¹ Ville de Montréal (2026). [Plan d'action pour la langue française 2026-2030](#).

Le ministère de la Langue française doit travailler à généraliser ces initiatives à l'échelle du Québec, en mobilisant les municipalités et les autres acteurs locaux. Cette mobilisation devrait s'inscrire dans une planification régionale dans laquelle les gouvernements locaux joueraient un rôle central⁴². Toutefois, même en l'absence de leadership gouvernemental, rien n'empêche les municipalités, les entreprises ou le milieu associatif de se mobiliser, en prenant exemple sur les initiatives existantes.

Par ailleurs, le milieu culturel doit être mobilisé pour multiplier les croisements entre la musique et les autres domaines de la culture : cinéma, danse, théâtre, musées, festivals, etc. La création de ponts entre la musique et ces différents domaines est nécessaire pour normaliser l'écoute musicale en français.

Faire de la découverte de la musique québécoise et francophone un objectif stratégique du système d'éducation

Dans un rapport précédent⁴³, nous avons insisté sur l'importance pour le gouvernement de faire de la découverte des contenus culturels québécois et francophones un objectif stratégique du réseau de l'éducation. Non seulement nous maintenons cette recommandation, mais nous considérons qu'une attention particulière doit être accordée à la musique québécoise et francophone.

Plusieurs initiatives existent déjà. L'Adisq met à la disposition des écoles des trousseaux pédagogiques autour d'œuvres populaires d'artistes québécois et francophones. Le Festif à l'école organise quant à lui des tournées d'artistes, alors que Culture pour tous mène l'ambitieux projet « Une chanson à l'école ». Pour ce qui est du parascolaire, les propositions ne manquent pas. On peut penser à Secondaire en spectacle ou au projet Les Mélomanes, portés par l'ACLAM, de même qu'aux activités du Réseau chorale des écoles québécoises ou aux radios étudiantes. Certains centres de services scolaires, comme celui des Portages-de-l'Outaouais, se sont engagés à ce que la musique en français représente au moins 30 % de la musique jouée lors des activités organisées par les écoles.

Malgré ces initiatives, la promotion de la musique québécoise et francophone à l'école demeure partielle et faiblement institutionnalisée. Pourtant, notre recension des écrits est claire : l'enfance et l'adolescence sont des périodes cruciales dans la socialisation musicale et la construction des goûts. Une exposition importante à la musique québécoise et francophone au préscolaire et au primaire pose les bases d'une écoute tout au long de la vie. Pour ce qui est des élèves du secondaire, ils représentent l'un des principaux moteurs de la consommation musicale. Il est essentiel de les mettre en contact – autant dans un contexte scolaire que parascolaire – avec des contenus francophones qu'ils sont susceptibles d'aimer, c'est-à-dire d'abord et avant tout avec les grands succès du rap, du hip-hop et de la pop du Québec et d'ailleurs dans la francophonie.

⁴² Nous avons plaidé en faveur d'une planification régionale dans les rapports *Le français comme langue commune* (2024, op. cit.) et *Intégration à la nation québécoise* (2025, op. cit.).

⁴³ Commissaire à la langue française (2024). *Le français comme langue commune*.

Mettre en œuvre la politique sur l'intégration à la nation québécoise

Les réseaux de pairs jouent un rôle essentiel dans la diffusion des contenus culturels. Au-delà de nos goûts personnels et de nos pratiques numériques, nous sommes largement influencés par les recommandations de nos amis, de nos parents et de nos collègues. Dans une société très diversifiée comme le Québec, la capacité de la musique québécoise et francophone à se diffuser par-delà les frontières linguistiques et culturelles dépend nécessairement de la densité des relations interpersonnelles entre les groupes.

Or, plusieurs raisons nous permettent d'affirmer que ces relations ne sont pas aussi nombreuses qu'on pourrait le souhaiter, ce qui alimente notamment une frontière symbolique entre les personnes issues de l'immigration et les francophones qui ne le sont pas⁴⁴. Cette frontière s'accompagne d'une perception selon laquelle la culture québécoise appartient aux « Quebs », qui formeraient un groupe ethnoculturel duquel les personnes issues de l'immigration seraient exclues.

Cette tendance nuit nécessairement à la diffusion des contenus québécois et francophones. Pour la contrer, il ne suffit pas d'encourager la connaissance du français. Il faut une politique d'immigration et d'intégration qui favorise la création de liens interpersonnels plus nombreux et diversifiés entre les Québécois de différentes origines. Nous avons expliqué ailleurs la forme que pourrait prendre une telle politique ainsi que ses conditions de succès⁴⁵. La politique sur l'intégration nationale, rendue publique par le gouvernement en juin 2026, établit un cadre favorable à l'action gouvernementale⁴⁶. La manière dont elle sera mise en œuvre déterminera cependant son efficacité.

Valoriser le rôle de la famille et des amis dans la transmission culturelle

Pendant longtemps, la transmission culturelle était vue comme allant de soi au sein de plusieurs familles québécoises. La présence d'une importante population unilingue francophone et d'un écosystème médiatique protégé du marché anglophone agissait comme un rempart. La croissance rapide de la connaissance de l'anglais et l'arrivée des plateformes numériques ont fait tomber ces obstacles traditionnels.

Au-delà des initiatives qui peuvent être mises en œuvre par le gouvernement, l'industrie musicale ou d'autres acteurs, il faut rappeler aux Québécois l'influence qu'ils peuvent exercer sur la vitalité de leur culture. L'écoute de musique en famille – ou encore le partage de recommandations avec les amis et les collègues – demeure parmi les outils les plus puissants pour assurer la vitalité de la culture québécoise et la diffusion des contenus francophones.

Bien sûr, le gouvernement ne doit pas se décharger de ses responsabilités et simplement en appeler aux responsabilités individuelles. Par ses communications publiques, il peut aider les Québécois à prendre conscience de l'importance de leur rôle dans la transmission de la culture québécoise et francophone.

⁴⁴ Commissaire à la langue française (2025). *Intégration à la nation québécoise, de la rencontre à l'adhésion*.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ Gouvernement du Québec (2026). [Politique sur l'intégration nationale](#).

Conclusion

Dans l'univers de l'écoute musicale en ligne, le Québec se distingue nettement des autres sociétés non anglophones étudiées par la faiblesse de la place qu'y occupent les artistes nationaux et ceux chantant dans la langue nationale. Alors que, dans plusieurs marchés comparables, ces artistes maintiennent une présence substantielle dans les écoutes, le Québec apparaît comme l'une des sociétés les plus fortement exposées à la musique anglophone, et plus particulièrement américaine.

Au terme de notre analyse, nous concluons que l'exception québécoise ne découle pas d'une cause unique, mais bien d'un ensemble de facteurs qui se renforcent mutuellement : les effets des algorithmes, la forte connaissance de l'anglais, la grande diversité culturelle et linguistique du Québec, sa faible intégration à la francophonie musicale internationale, l'offre insuffisante et la mise en marché des nouveautés dans certains créneaux, de même que divers mécanismes de socialisation et de transmission culturelle.

Pour mettre fin à l'exception québécoise, les gouvernements et l'industrie devront agir sur plusieurs leviers à la fois. La mise en œuvre de la loi sur la découvrabilité des contenus culturels constitue un levier essentiel, mais elle doit être accompagnée d'efforts visant à renforcer l'offre et la mise en marché des titres francophones (notamment dans les segments porteurs comme le rap et la pop), à mieux intégrer le Québec à la francophonie musicale internationale, et à normaliser la présence de la musique québécoise et francophone dans les écoles, les espaces publics, les familles et les réseaux de pairs.

Pour les amateurs de musique québécoise et francophone, la comparaison avec les différents pays européens peut sembler démoralisante. Mais il ne faut pas se laisser abattre. L'exemple de la Belgique francophone ou de pays comme la Finlande et le Portugal nous indiquent qu'il n'existe pas de fatalité. Même à l'heure de la mondialisation et du numérique, les musiques nationales parviennent à trouver leur public. Le Québec n'est pas sans talent ni sans ressource. Si nous posons les bases d'une mobilisation durable du gouvernement, de l'industrie et du public, nous pouvons faire du français la langue commune de la musique.

Annexe

Tableau 3 : Données manquantes pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2019-2025, en pourcentage)

Pays	Écoutes sans le pays d'origine de l'artiste	Écoutes sans la langue de l'artiste	Écoutes sans le genre de l'artiste
Allemagne	3	3	3
Autriche	3	3	3
Belgique	2	3	2
Croatie	6	5	4
Danemark	3	3	3
Espagne	2	2	2
Finlande	3	3	3
France	2	2	2
Grèce	4	4	4
Hongrie	4	4	4
Islande	3	4	3
Italie	2	2	2
Luxembourg	3	3	3
Norvège	3	3	3
Pays-Bas	2	3	2
Pologne	4	5	4
Portugal	2	2	2
Québec	4	4	3
Roumanie	5	6	5
Royaume-Uni	2	3	2
Slovaquie	3	4	3
Suède	3	4	3
Suisse	3	3	3
Tchéquie	3	4	3

Note: 2021 – 2025 pour la Croatie et 2022 – 2025 pour le Québec.

Tableau 4 : Données manquantes pour l'ensemble des marchés non anglophones

(Source : Luminata Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF)

Pays	Langues
Allemagne	Allemand
Autriche	Allemand
Belgique	Français, flamand, néerlandais, frison, allemand
Canada	Anglais, français
Croatie	Croate, serbe, bosniaque
Danemark	Danois
Espagne	Espagnol, catalan, basque
Finlande	Finlandais, suédois
France	Français
Grèce	Grec
Hongrie	Hongrois
Islande	Islandais
Italie	Italien
Luxembourg	Français, allemand, luxembourgeois
Norvège	Norvégien
Pays-Bas	Néerlandais, flamand, frison
Pologne	Polonais
Portugal	Portugais
Québec	Français
Roumanie	Roumain, moldave
Royaume-Uni	Anglais
Slovaquie	Tchèque, slovaque
Suède	Suédois
Suisse	Allemand, français, italien, romanche
Tchéquie	Tchèque, slovaque

Tableau 5 : Part des écoutes des artistes multilingues et des artistes multilingues chantant au moins en anglais⁴⁷

(Source : Luminata Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2019-2025, en pourcentage)

Pays	Part des écoutes des artistes multilingues dans les écoutes d'artistes chantant dans la langue nationale	Part des écoutes des artistes multilingues utilisant au moins l'anglais dans les écoutes d'artistes multilingues
Allemagne	21	80
Autriche	22	78
Belgique	48	86
Croatie	5	90
Danemark	12	98
Espagne	16	86
Finlande	12	92
France	57	86
Hongrie	8	100
Islande	19	100
Italie	14	78
Luxembourg	48	86
Norvège	22	92
Pays-Bas	21	87
Pologne	11	94
Portugal	14	76
Québec	49	91
Roumanie	14	96
Slovaquie	4	81
Suède	21	95
Suisse	36	88
Tchéquie	8	79

Note : 2021 – 2025 pour la Croatie et 2022 – 2025 pour le Québec.

⁴⁷ Dans ce tableau, un artiste multilingue est défini comme un artiste qui utilise au moins une des langues nationales du pays et au moins une langue qui n'est pas une langue nationale du pays.

Figure 4 : Part des écoutes selon le rang pour l'ensemble des marchés
(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF, 2025)

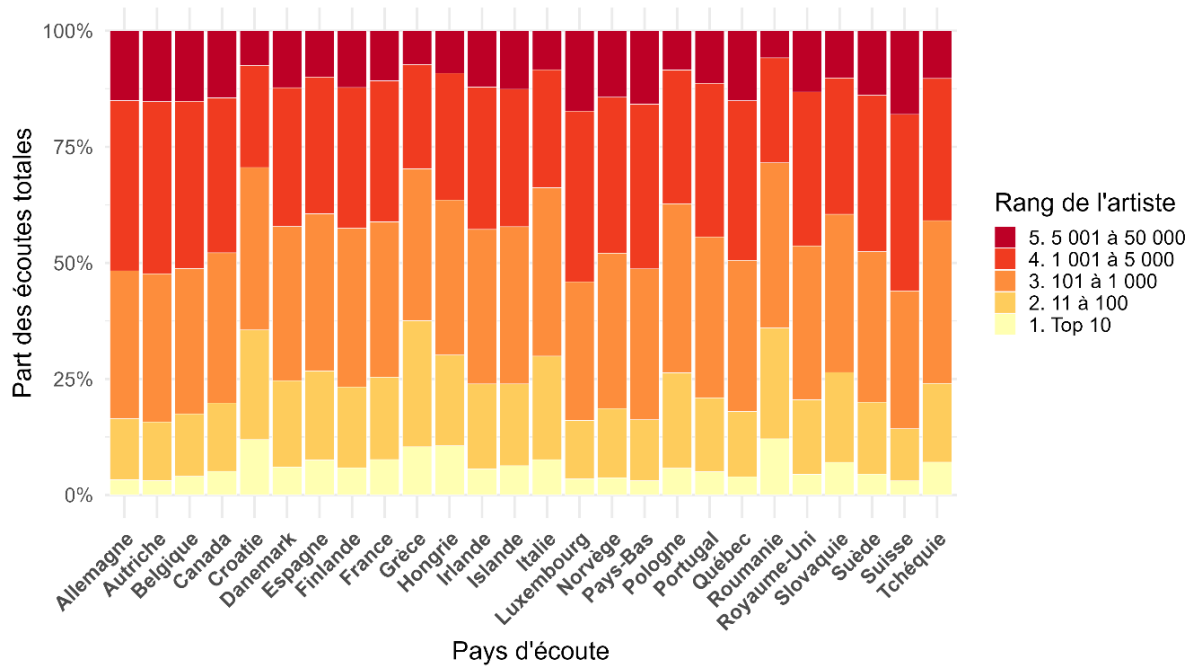


Tableau 6 : Variables utilisées pour l'analyse multivariée selon le pays et le Québec

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2024)

	Variables dépendantes (%)				Variables indépendantes						
	RAP Langue	États-Unis	National	Langue nationale	Population (M)	Population Langue (M)	Étranger (%)	Maternel (%)	Anglais (%)	Sous- titre (%)	Minorité (%)
Allemagne	52,3	26,4	33,7	31,4	84,5	133,4	20,5	88	66	34	44
Autriche	43,1	29,8	3,7	23,8	9,1	133,4	22,5	84	59	36	40
Belgique	51,5	29,8	5,6	25,6	11,7	164,0	20,2	86	61	70	33
Croatie	51,2	24,9	13,9	41,1	3,9	6,0	14,1	89	45	80	42
Danemark	41,9	33,7	26,5	23,9	5,9	5,8	14,4	92	90	90	49
Espagne	79,8	16,1	32,1	66,3	47,9	561,3	19,3	90	39	40	57
Finlande	50,3	28,8	34,6	35,1	5,6	5,6	10,0	97	82	95	39
France	73,3	22,1	41,9	44,9	66,4	333,5	14,0	89	42	47	42
Grèce	68,2	21,5	46,9	48,1	10,2	13,2	11,0	94	52	83	55
Hongrie	43,7	29,2	30,0	29,6	9,7	12,8	7,3	97	31	45	30
Italie	66,2	19,6	49,2	48,9	59,5	65,6	11,8	92	34	53	35
Luxembourg	40,4	30,0	0,2	21,3	0,7	307,0	51,5	72	71	73	56
Pays-Bas	36,6	31,9	24,0	19,1	18,0	25,4	16,8	93	95	93	40
Pologne	61,0	27,2	36,6	35,6	38,8	45,5	2,6	94	31	53	36
Portugal	52,8	25,4	13,0	42,7	10,4	269,4	14,0	97	42	85	32
Québec	20,2	48,7	11,0	11,9	9,1	333,5	14,6	75	52	–	–
Roumanie	34,0	25,4	37,7	38,2	19,1	23,2	3,6	89	27	68	33
Slovaquie	39,1	31,6	13,3	21,5	5,5	6,7	4,0	85	40	38	34
Suède	39,7	32,2	29,8	25,7	10,6	11,5	20,8	93	91	95	71
Tchéquie	44,2	31,3	22,2	25,2	10,8	12,2	10,0	93	43	39	31

Note : Les données des variables dépendantes viennent de notre analyse avec Luminate Data, les données de population du *World Population Prospect* ou de l'Institut de la statistique du Québec (pour le Québec), le pourcentage de personnes nées en sol étranger de l'Eurostat 2024, et les données restantes de l'Eurobaromètre 2024. Les données du Québec proviennent de Statistique Canada et ne sont pas complètes, car le Québec n'est pas dans l'Eurobaromètre.

Tableau 7 : Modèles de régression linéaire selon les variables indépendantes et prédiction pour le Québec avec un modèle bêta

(Source : Luminate Data. Tous droits réservés. Traitement du CLF. 2024)

Variable	Type de consommation musicale			
	Langue nationale	Artiste national	Rap Langue nationale	Écoute américaine
Modèle multivarié				
Proportion de personnes pouvant soutenir une conversation en anglais	-0,4**(-0,6 ; -0,2)	-0,1 (-0,4 ; 0,1)	-0,2 (-0,6 ; 0,1)	0,2***(-0,1 ; 0,3)
Proportion de personnes nées à l'étranger	-0,2 (-0,9 ; 0,5)	-0,6†(-1,4 ; 0,1)	-0,1 (-1,1 ; 1)	-0,1 (-0,4 ; 0,1)
Proportion de personnes dont la langue maternelle est celle du pays	0,5 (-0,5 ; 1,5)	0,4 (-0,9 ; 1,8)	0,6 (-0,9 ; 2,1)	-0,2 (-0,6 ; 0,3)
Taille de la population parlant la ou les langues nationales dans le monde	0,0*(0 ; 0,1)		0,0 (0,0 ; 0,1)	
Taille de la population du pays	0,1†(0 ; 0,3)	0,4**(-0,1 ; 0,6)	0,2 (-0,1 ; 0,5)	-0,1**(-0,2 ; 0,0)
Proportion de personnes se disant totalement en accord avec la protection des langues minoritaires et régionales	0,4*(0 ; 0,8)	0,5†(0,0 ; 1)	0,3 (-0,2 ; 0,9)	-0,1†(-0,3 ; 0,0)
Proportion de personnes qui préfèrent des sous-titres au doublage pour écouter des contenus étrangers	0,2†(0 ; 0,5)	0,2 (-0,1 ; 0,5)	0,1 (-0,3 ; 0,4)	-0,1 (-0,2 ; 0,0)
Intercept*	34,1***(-30,8 ; 37,4)	25,5***(-21,2 ; 29,8)	50,9***(-46 ; 55,7)	27,4***(-25,9 ; 28,8)
Modèle bêta				
Valeur réelle pour le Québec	11,0 %	11,9 %	20,2 %	48,7 %
Prédiction du modèle bêta pour le Québec	28,5 (20,2 ; 38,6)	5,2 (2,1 ; 12,0)	47,7 (36,9 ; 58,6)	28,8 (24,5 ; 33,5)

Note : Il s'agit des intercepts centrés, étant donné que les indicateurs sont censés être positifs (en pourcentage).

