

# Recommandations algorithmiques et découverte des contenus francophones sur les plateformes de streaming musical

## Rapport de recherche

Romuald Jamet  
Marianne Lumeau  
François Moreau  
Jean-Samuel Beuscart  
Samuel Coavoux  
Jordana Viotto  
Guillaume Blum  
Jonathan Roberge  
Marlies Hoffman  
Andréanne Rousseau  
Laurianne Deschatelets  
Aly-Tovar Jose Ramadan



Institut national  
de la recherche  
scientifique

## **Rapport de recherche**

### **Recommandations algorithmiques et découverte des contenus francophones sur les plateformes de streaming musical**

Romuald Jamet  
Marianne Lumeau  
François Moreau  
Jean-Samuel Beuscart  
Samuel Coavoux  
Jordana Viotto  
Guillaume Blum  
Jonathan Roberge  
Marlies Hoffman  
Andréanne Rousseau  
Laurianne Deschatelets  
Aly-Tovar Jose Ramadan

Cette recherche a été financé par le ministère de la Culture et des Communications au Québec et le ministère de Culture en France

Institut national de la recherche scientifique  
Centre Urbanisation Culture Société

Avril 2025

## Équipe de recherche

Responsabilité scientifique : Romuald Jamet (INRS) [romuald.jamet@inrs.ca](mailto:romuald.jamet@inrs.ca) et  
Marianne Lumeau (U de Rennes) [marianne.lumeau@univ-rennes1.fr](mailto:marianne.lumeau@univ-rennes1.fr)

Coordination : Romuald Jamet (INRS)  
Marianne Lumeau (U.de Rennes)  
François Moreau (Sorbonne Paris)

Co-chercheur.es. : Jean-Samuel Beuscart (Sciences Po, MediaLab)  
Samuel Coavoux (ENSAE, Crest)  
Jordana Viotto (U. de Edinburgh)  
Guillaume Blum (ETS)  
Jonathan Roberge (INRS)

Assisant.e.s de recherche : Marlies Hoffman (Labex ICCA)  
Andréanne Rousseau (INRS)  
Laurianne Deschatelets (INRS)  
Aly-Tovar Jose Ramadan (Labex ICCA)

## Diffusion :

Institut national de la recherche scientifique  
Centre Urbanisation Culture Société  
385, rue Sherbrooke Est  
Montréal (Québec) H2X 1E3  
Téléphone : (514) 499-4000  
[inrs.ca](http://inrs.ca)

Projet de recherche financé par le ministère de Culture en France et le ministère de la Culture et des Communications au Québec

ISBN 978-2-89575-486-2

Dépôt légal : - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2025

© Les Auteurs



## Table des matières

|                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introduction générale .....                                                                                                             | 3  |
| 1.1. L'appel à projet et la réponse .....                                                                                                  | 3  |
| 1.2. Définitions et champs du projet de recherche .....                                                                                    | 4  |
| 1.3. Contexte et motivations .....                                                                                                         | 6  |
| 1.4. Questions de recherche et principaux résultats .....                                                                                  | 11 |
| 2. Écoute francophone et pratiques de découverte : une étude qualitative .....                                                             | 13 |
| 2.1. Introduction .....                                                                                                                    | 13 |
| 2.2. Méthodologie .....                                                                                                                    | 15 |
| 2.3. Les rapports à la musique francophone .....                                                                                           | 17 |
| 2.3.1. Le goût pour la musique francophone .....                                                                                           | 18 |
| 2.3.2. Les contextes d'écoute et d'usage de la musique francophone .....                                                                   | 24 |
| 2.4. Étude de cas de contextes spécifiques .....                                                                                           | 27 |
| 2.5. Pratiques et contexte de découverte .....                                                                                             | 35 |
| 2.5.1. Une grande diversité des pratiques de découverte .....                                                                              | 35 |
| 2.5.2. Pratiques de découvertes mixtes et numéri-centrées .....                                                                            | 37 |
| 2.5.3. La non-spécificité de la découverte de contenus francophones ....                                                                   | 39 |
| 2.6. Portraits .....                                                                                                                       | 42 |
| 2.6.1. Clodia et la découverte fortuite .....                                                                                              | 42 |
| 2.6.2. Nolan : le découvreur stratégique .....                                                                                             | 43 |
| 2.6.3. Mireille : la découverte en continu .....                                                                                           | 44 |
| 2.6.4. Romane : la découverte ordinaire .....                                                                                              | 44 |
| 2.6.5. Brigitte : la découverte prescrite .....                                                                                            | 45 |
| 2.6.6. Enzo : la découverte tout terrain .....                                                                                             | 46 |
| 2.7. Conclusion .....                                                                                                                      | 48 |
| 2.7.1. La socialisation primaire comme socle de la « primo-découvrabilité » .....                                                          | 48 |
| 2.7.2. L'appropriation limitée des outils de recommandation algorithmique dans la découverte francophone .....                             | 49 |
| 2.7.3. Les « non-pratiques » de découverte de musique francophone ....                                                                     | 50 |
| 3. Algorithmes de recommandation des plateformes de streaming musical et biais géographique et linguistique : une étude quantitative ..... | 53 |
| 3.1. Introduction .....                                                                                                                    | 53 |
| 3.2. Méthode .....                                                                                                                         | 56 |

|                                                        |     |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.1. Design de l'expérience .....                    | 56  |
| 3.2.2. Mesure des biais .....                          | 60  |
| 3.2.3. Les hypothèses .....                            | 62  |
| 3.3. Principaux résultats .....                        | 65  |
| 3.3.1. Les recommandations de contenus locaux.....     | 65  |
| 3.3.2. Les recommandations de contenus non-locaux..... | 76  |
| 3.4. Conclusion et discussion .....                    | 86  |
| 4. Synthèse et recommandations.....                    | 89  |
| 5. Bibliographie .....                                 | 92  |
| 6. Annexes .....                                       | 96  |
| Annexe 1 - Portraits d'enquêtés .....                  | 96  |
| Annexe 2 - Tableaux.....                               | 174 |

# 1. Introduction générale

Par Marianne Lumeau (Univ. Rennes, CREM & Labex ICCA), Romuald Jamet (INRS) et Jordana Viotto (Univ. Edinburgh Business School)

## 1.1. L'appel à projet et la réponse

Lancée en avril 2019 par les Ministères de la culture en France et au Québec, la mission franco-qubécoise sur la découvrabilité des contenus francophones à l'ère numérique a pour but d'identifier les enjeux en matière de visibilité et de rayonnement des artistes, des œuvres et des contenus en langue française. Un rapport conjoint, publié en novembre 2020 et basé sur des entretiens avec plus de 200 experts issus des milieux institutionnels, industriels, économiques et académiques, souligne que la découvrabilité des contenus culturels passe nécessairement par l'intermédiaires des plateformes numériques. Plus précisément, leurs algorithmes de recherche et de recommandations seraient centraux dans la promotion des œuvres culturelles, mais ne seraient pas nécessairement alignés avec les politiques culturelles de protection de la diversité des expressions culturelles adoptées en France et au Québec (Ministères de la culture, 2020).

Ce rapport a conduit à l'élaboration d'une stratégie conjointe entre la France et le Québec, reposant notamment sur un double appel à projets qui vise au développement d'initiatives numériques en faveur de la découvrabilité des contenus (exploitation des métadonnées, solutions technologiques, etc.) et au développement de projets de recherche en lien avec la découvrabilité. Comme indiqué dans l'appel à projet, ce deuxième volet a pour objectif de financer des projets de recherche qui ont pour but de :

- « Mieux comprendre l'évolution de l'environnement conditionnant la découvrabilité ;
- acquérir une meilleure compréhension des processus et des parcours de découverte des contenus ;
- fédérer des groupes de recherche français et québécois autour de la question de la découvrabilité numérique des contenus culturels ».<sup>1</sup>

C'est pour répondre à ces trois dimensions que le projet intitulé « Recommandations algorithmiques et découvrabilité des contenus francophones sur les plateformes musicales » a été déposé. Il est porté par Romuald Jamet (INRS, Québec), Marianne Lumeau (Univ. Rennes, France) et François Moreau (Univ. Sorbonne Paris Nord, France) et composé d'une équipe de chercheurs franco-qubécoise, pluridisciplinaire (économie, sociologie et design) et complémentaire pour appréhender la question de la découvrabilité sur les plateformes de streaming musical (liste des chercheurs p. 3). Certains chercheurs avaient déjà collaboré sur le sujet : après une première rencontre en France en 2018 autour de *l'Actualité de la recherche sur le streaming musical*, les chercheurs avaient très vite orienté leurs réflexions sur la question de la découvrabilité

---

<sup>1</sup> <https://www.culture.gouv.fr/Media/medias-creation-rapide-ne-pas-supprimer/Reglement-de-l-appel-a-projets-decouvrabilite-2022.pdf>

des contenus francophones. Cela avait donné lieu à une deuxième rencontre au Québec en 2019 structurée en deux temps : une journée d'étude sur la découvrabilité et un temps d'échange avec la mission franco-québécoise sur la question (Ministères de la culture, 2020).

Le présent projet vise à étudier la découvrabilité sous l'angle des consommateurs de musique et celui des recommandations produites par les algorithmiques de recommandation. Il vient interroger la singularité de la musique française et québécoise, la manière dont les consommateurs de musique la découvrent et le rôle des plateformes de streaming dans sa mise en visibilité via leur système de recommandations algorithmiques. Ce projet est une continuité de travaux déjà engagés par les différents membres de l'équipe sur ces sujets (Beuscart et al., 2019 ; Beuscart et Coavoux, 2022 ; Lumeau et al., 2024 ; Lumeau et Moreau, 2024 ; Roberge et Jamet, 2019 ; Jamet et Roberge, 2020).

Le projet « Recommandations algorithmiques et découvrabilité des contenus francophones sur les plateformes musicales » a été l'un des projets lauréats de l'appel à projet 2022 des Ministères de la culture en France et au Québec. La suite de ce rapport se concentrera donc sur les marchés de la musique enregistrée français et québécois et la *découvrabilité de la musique francophone*.

## **1.2. Définitions et champs du projet de recherche**

Les biens et services culturels ne sont pas des biens comme les autres. L'une de leurs caractéristiques est d'être des biens d'expérience (Nelson, 1970) et singuliers (Karpik, 2007), c'est-à-dire des biens aux multiples dimensions pour lesquels on ne connaît pas *a priori* la satisfaction que l'on va retirer de leur consommation. Pour réduire cette incertitude, les individus vont collecter de l'information sur les différents biens disponibles sur le marché et ainsi découvrir des biens ou services culturels susceptibles de leur plaire. On distingue traditionnellement différents canaux de découverte : la diffusion sur un média, les critiques (presse, TV, radio), le bouche-à-oreille par lequel des pairs vont recommander des œuvres ou des artistes, ou encore l'attribution de récompenses qui va être un gage de qualité.

Avec le développement des pratiques culturelles en ligne, comme par exemple l'écoute de musique en flux, la notion de découvrabilité semble être devenue centrale. Cette notion de découvrabilité en contexte numérique a été mise en exergue dès 2016 avec l'organisation du Sommet de la découvrabilité par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. L'Observatoire de la culture et de la communication du Québec (2017) définit alors la découvrabilité comme « la capacité d'un contenu culturel de se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le recherche et de se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence ». Cette définition est affinée par la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité (Ministères de la culture, 2020) : « La découvrabilité d'un contenu dans l'environnement numérique se réfère à sa disponibilité en ligne et à sa capacité à être repéré parmi un vaste ensemble d'autres contenus, notamment par une personne qui n'en faisait pas précisément la recherche. » Selon cette définition, pour être découvrable en ligne, un titre de musique doit donc être disponible, accessible et

trouvable sur une plateforme. Il doit également pouvoir être proposé à un internaute sur la plateforme où il est disponible, sans que cet internaute n'en fasse directement la recherche. Sur les plateformes de streaming, cela passe nécessairement par les recommandations, éditorialisées et algorithmiques, des plateformes.

Avec l'avènement d'internet et du commerce en ligne, puis le développement des plateformes de streaming, les barrières géographiques et les contraintes de stockage propres au monde physique ont été levées. Par conséquence, les biens et services culturels sont aujourd'hui très largement disponibles en ligne. Le tableau 1.1 indique, à partir de données de 2006 complétées, que dans un magasin physique traditionnel environ 10 000 albums de musique étaient disponibles, là où les plateformes de streaming musical disposaient d'un catalogue de plus de 50 millions de contenus audios. L'offre à disposition des consommateurs de biens culturels, et notamment ceux qui écoutent de la musique, s'est donc largement multipliée.

Tableau 1.1. Nombre de biens musicaux disponibles par type de distributeurs

|        | Physique                       |                           | Numérique                    |
|--------|--------------------------------|---------------------------|------------------------------|
|        | hors ligne<br>(ex : disquaire) | en ligne<br>(ex : Amazon) | Plateforme<br>(ex : Spotify) |
| Albums | 5000 - 15 000                  | 250 000                   | 2 500 000                    |
| Titres | 60 000 - 180 000               | 3 000 000                 | 50 000 000                   |

Notes : d'après Brynjolfsson et al. (2006). Pour convertir les albums en nombre de titres, et inversement, nous faisons l'hypothèse qu'un album contient en moyenne 12 titres.

Face à ces ensembles de choix pléthoriques, les travaux récents en économie comportementale et expérimentale indiquent que individus souffrent de surcharge de choix (ou *choice overload*), les conduisant à procrastiner leur choix, davantage regretter les choix effectués ou encore choisir des biens qu'ils ont l'habitude de consommer (Le Lec et al., 2022). Pour aider les individus à faire leur choix dans ces immenses catalogues, et ainsi limiter la surcharge de choix, les plateformes de streaming musical proposent de réduire artificiellement l'ensemble de choix des utilisateurs. Pour cela, elles leur offrent la possibilité de se construire des sous-ensembles sous la forme de playlists personnelles. Elles prennent également en charge la réduction de l'ensemble de choix en éditorialisant des offres sur leur page d'accueil, en construisant des playlists sur des thématiques particulières (nouveau, tops des écoutes, genres musicaux, humeurs, etc.) et en offrant des recommandations algorithmiques personnalisées. Selon Daniel Ek, PDG de Spotify, 30% des écoutes sur la plateforme serait issue d'une recommandation algorithmique ou issue des équipes éditoriales de la plateforme<sup>2</sup>.

Avec ces outils de recommandations, les plateformes de streaming peuvent guider les consommateurs dans leur choix et permettre la découverte de bien culturels, venant compléter ou se substituer à des canaux traditionnels (télévision, radio, presse, bouche à oreille). Ces découvertes peuvent porter sur des titres récents, comme sur des titres du fond de catalogue (*back catalog*). Chaque titre joué produira une écoute, voire des réécoutes s'il est apprécié de l'auditeur. Le temps d'écoute des utilisateurs

<sup>2</sup> <https://www.musicbusinessworldwide.com/is-the-power-of-the-streaming-playlist-on-the-wane/>

des plateformes de streaming étant limité, l'écoute de ces découvertes viendrait alors en substitution d'autres contenus.

Dans ce contexte, les craintes des gouvernements et des acteurs de la filière musicale quant à la découvrabilité des contenus francophones porteraient donc plus sur la capacité et la volonté des plateformes mondiales de streaming de mettre en visibilité des contenus locaux « minoritaires » (produits en France ou au Québec ou d'expression française) que sur la disponibilité des œuvres en ligne. C'est ce qui est spécifié dans le rapport de la mission franco-québécoise sur la découvrabilité des contenus francophones en ligne (Ministères de la culture, 2020) : « Il est entendu que la découvrabilité ne dépend pas seulement des caractéristiques propres au contenu, mais aussi de plus en plus des stratégies globales de quelques grands acteurs qui concentrent les usages culturels en ligne. Ces stratégies peuvent notamment se matérialiser dans le fonctionnement de leurs algorithmes de recommandation. » (page 5). La question de la découvrabilité serait donc celle d'une *moindre découvrabilité des contenus musicaux francophones via les outils de recommandation des plateformes de streaming*. Ils seraient alors moins découverts et moins générateurs de revenus pour les marchés français et québécois de la musique enregistrée. Dans ce rapport, nous définirons donc la découvrabilité comme le fait que les contenus musicaux d'expression française ou produits en France ou au Québec soient moins mis en visibilité que d'autres par les plateformes de streaming.

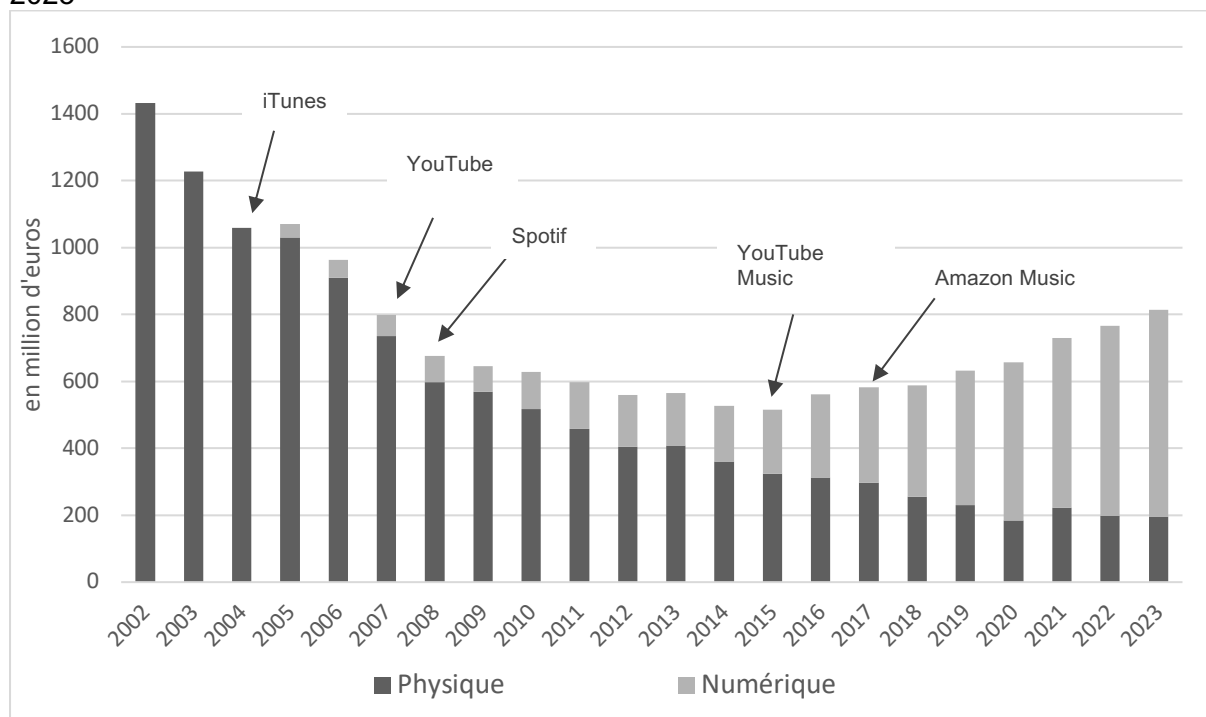
### 1.3. Contexte et motivations

La question de la découvrabilité en ligne est particulièrement importante dans un environnement où les pratiques d'écoute musicale ont largement migré en ligne, notamment sur les plateformes de streaming musical. Ainsi, même si la radio (en ligne et hors ligne) reste le mode d'écoute dominant, 73% des Français qui écoutent de la musique au moins une fois par mois l'ont fait via une plateforme de streaming, contre 45% pour les écoutes de support physiques (CNM, 2023). Par ailleurs, le streaming est désormais la première source de découverte chez les Français et les Québécois de 16 ans et plus, devant la radio (SNEP, 2024 ; OCCQ, 2024).

Quelles conséquences ces pratiques ont-elles pour l'industrie de la musique ? La majorité des revenus de la filière de la musique enregistrée en France est désormais générée par les écoutes en ligne, en particulier les plateformes de streaming par abonnement. Le graphique 1.1, qui décrit l'évolution du chiffre d'affaires de la filière en France, indique que les plateformes numériques légales se sont progressivement développées, permettant d'abord de télécharger des titres ou des albums (principalement sur iTunes), puis de les écouter en flux (YouTube et Deezer en tête). Depuis 2018, les revenus issus des ventes numériques ont dépassé les revenus issus des ventes physiques. En 2023, plus des trois quarts du chiffre d'affaires de la filière de la musique enregistrée ont été réalisés sur des plateformes numériques. Le graphique 1.2 indique que le streaming par abonnement est le mode de distribution numérique qui génère le plus de revenus pour la filière et est caractérisé par une croissance constante sur la période 2018-2023. A contrario, le streaming audio financé par la publicité et le streaming vidéo, malgré des usages massifs, contribuent relativement peu. En 2023, le streaming par abonnement a permis à la filière de la

musique enregistrée de dégager 468,1 millions d'euros, soit 57% de son chiffre d'affaires total (ou 77% du chiffre d'affaires numérique)<sup>3</sup>.

Graphique 1.1. Évolution du chiffre d'affaires de la musique enregistrée en France de 2002 à 2023



Source des données : SNEP (Bilans du marché de la musique enregistrée)

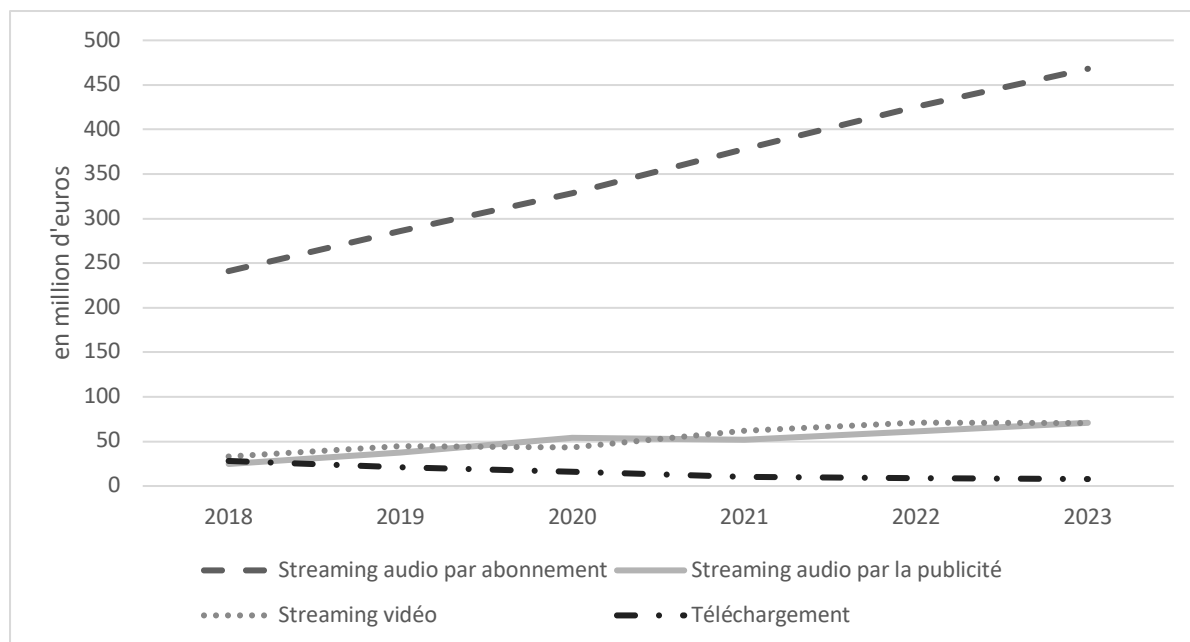
Comme suggéré par le graphique 1.1 indiquant le lancement en France des principales plateformes, le marché du streaming par abonnement est fortement concentré autour de quelques plateformes (Bourreau et Perrot, 2020). En France, ce marché est dominé par Deezer, une plateforme française qui réalise environ la moitié de son chiffre d'affaires sur le territoire national, et deux plateformes également dominantes à l'international : Spotify et AppleMusic. Du fait de parts de marché importantes, ces plateformes disposent d'un pouvoir de marché et leurs actions et stratégies peuvent avoir un impact sur l'industrie de la musique (Aguar et Waldfogel, 2021 ; Aguar et al., 2021 ; Bourreau et Gaudin, 2022 ; Mariuzzo et Ormosi, 2022), notamment en matière de découvrabilité des contenus francophones. Si les recommandations issues d'une

<sup>3</sup> Alors qu'en France le SNEP est une source de données relativement fiable couvrant une bonne part du marché, il est plus difficile d'obtenir des données pour le Québec. Le Québec étant une province du Canada, la majeure partie des plateformes numériques ne produisent pas de données spécifiquement pour cette province. Cependant, depuis 2022, Luminare produit pour l'ADISQ et l'OCCQ un tableau de la consommation sur les plateformes musicales d'écoute (et non vidéo, comme Youtube) au Québec en analysant la provenance des écoutes des 10 000 titres les écoutés sur les différents services de streaming musicaux (ADISQ, 2022).

En ce qui a trait aux données des industries musicales, la SODEC (société de développement des entreprises culturelles) et son volet PADISQ (programme d'aide aux entreprises en musiques et variétés) semblent être les plus fiables pour comprendre les données économiques du secteur musical. Le PADISQ (2021) en effet a accès au bilans financiers des entreprises qu'elle soutient. Les données économiques auxquelles elle a accès ne concernent donc pas les revenus générés par les artistes auto-produits ou auto-édités, qui représentent près de 30% des artistes au Québec.

de ces plateformes dominantes sont défavorables aux contenus d'un certain type, comme par exemple les contenus francophones, cela aura un impact négatif et significatif pour l'amont de cette filière de production.

Graphique 1.2. Évolution du chiffre d'affaires numérique de la musique enregistrée en France de 2018 à 2023



Source des données : SNEP (Bilans du marché de la musique enregistrée)

La France et le Québec se distinguent par la construction et le dynamisme de la production locale. Au Québec, les majors de la musique enregistrée sont historiquement peu présentes et le marché est principalement structuré autour de petites entreprises indépendantes<sup>4</sup>. Seule Musicor, composante de Québecor, peut être assimilée à une « major locale », bien que ce consortium ne couvre plus l'ensemble de la filière musicale (Select Distribution, distributeur historique au Québec, a été fermé en 2021 par Québecor). A contrario, en France, le marché est qualifié d'oligopole à frange concurrentielle car il est dominé par les trois *majors* de la musique enregistrée présentes à l'international (Universal Music Group, Sony Music Entertainment et Warner Music Group) à côté desquelles co-existent des maisons de disques indépendantes. Or, ces *majors* de la musique enregistrée ont, en comparaison des maisons de disque de taille plus modeste, un fort pouvoir de négociation face aux plateformes de streaming. Avec un statut d'éditrices de contenus, ces dernières ne peuvent en effet pas faire sans les gigantesques catalogues de titres des *majors* (Farchy et al., 2016). Par ailleurs, il existe des liens capitalistiques entre ces *majors* et les plateformes de streaming audio (Mariuzzo et Ormosi, 2022). Elles sont par exemple présentes au capital de Spotify (actionnaires minoritaires, avec moins de 4% du capital

<sup>4</sup> Selon l'OCCQ, il y a 615 entreprises dans le secteur musical au Québec (studios: 29%, édition : 21%, production et distribution: 19%, grossiste de distribution physique et numérique : 2%), dont 85% sont des auto-entrepreneurs (entreprises sans salarié).

chacune<sup>5</sup>). De plus, il existe des liens capitalistiques indirects. A titre d'illustration, on peut noter que Tencent est l'un des actionnaires principaux de Spotify (avec 8,4% du capital)<sup>6</sup> et également d'Universal Music Group<sup>7</sup>.

S'agissant du dynamisme des marchés locaux, le chiffre d'affaires de la musique enregistrée est beaucoup plus élevé en France qu'au Québec<sup>8</sup>. Par ailleurs, le SNEP note, pour la France, que « la dynamique et les succès de la production musicale française sont au rendez-vous depuis plus de 10 ans. Il est important de souligner que ces performances formidables dépassent largement nos frontières avec le rayonnement grandissant des artistes francophones dans le monde, quels que soient les répertoires. Avec 17 des 20 meilleures ventes d'albums 2023 et trois quarts du TOP 200, le public plébiscite cette année encore les projets des artistes produits en France – et chantant en français. » (SNEP, 2024). Notons toutefois qu'au-delà des tops, qui représentent une moindre part des ventes qu'à l'ère du CD, les résultats peuvent être plus contrastés (Lumeau et Moreau, 2024) : la part de marché des titres français diminue à mesure que l'on descend le long de la distribution. Cette diminution des parts de marché des titres français se fait au profit des contenus états-uniens, particulièrement des titres états-uniens anciens. Pour le Québec, l'OCCQ indique que les musiques québécoises francophones représentent moins de 5% des écoutes en ligne faites au Québec (83% sont en langue anglaise hors Québec). Aucun des titres locaux n'a fait partie d'un top 50 hebdomadaire des écoutes en ligne, tandis que le top 20 2023 des ventes d'albums physiques<sup>9</sup> était composé de 8 albums produits au Québec (dont 1 en langue anglaise).

Pour la France et le Québec, la question de la découvrabilité s'inscrit également dans un contexte de politiques publiques favorisant la diversité culturelle et la protection des contenus culturels locaux. Dès 1946, à la signature d'un accord de libre-échange entre la France et les Etats-Unis (accord Blum-Byrnes), la France a mis en place des instruments de protection des œuvres cinématographiques françaises. Le concept d'*exception culturelle* sera ensuite introduit dans différents traités internationaux de libre-échange. Il permet de reconnaître aux biens et services culturels une spécificité justifiant d'en faire des exceptions économiques dans le commerce international (Peltier, 2003). Face à l'hégémonie de certaines grandes économies (Etats-Unis en tête), le but est de promouvoir et de protéger les identités et expressions culturelles locales, car la culture nourrit le lien social et est une condition *sine qua non* pour faire société et développer une activité économique (Mairesse et Rochelandet, 2015). Par ailleurs, la diversité culturelle et linguistique peut être valorisée en tant que telle. En pratique, de nombreux territoires, dont la France et le Québec, ont mis en place des politiques publiques culturelles de protection, via notamment des politiques de quotas.

---

<sup>5</sup> Par exemple, Universal Music Group détenait en 2023 3,3% du capital de Spotify.

[https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbaazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual\\_Report\\_2023.pdf](https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbaazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual_Report_2023.pdf)

<sup>6</sup>[https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc\\_financials/2023/ar/26aaaf29-7cd9-4a5d-ab1f-b06277f5f2a5.pdf](https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc_financials/2023/ar/26aaaf29-7cd9-4a5d-ab1f-b06277f5f2a5.pdf)

<sup>7</sup>[https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbaazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual\\_Report\\_2023.pdf](https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbaazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual_Report_2023.pdf)

<sup>8</sup> A titre de comparaison, le chiffre d'affaires est estimé en France à 632 millions d'euros en 2019 (source : SNEP), contre 15 millions de dollars canadiens (Source : SODEC, 2022).

<sup>9</sup> L'ensemble des ventes de supports physique représente moins d'un million d'unités, CD, vinyle et cassettes combinés

Ces derniers reposent sur des obligations minimales en matière de diffusion de contenus culturels d'expression française.

Dans l'industrie musicale, les quotas radiophoniques sont le principal instrument de la protection des contenus locaux. Parmi les canaux permettant la promotion et la découverte de titres musicaux, et notamment de titres nouveaux, la diffusion radio a longtemps été considérée comme le principal moyen. Assurer une part minimale de contenus locaux sur les ondes était alors vu comme le moyen le plus sûr de contribuer au maintien et à l'éclosion d'artistes et de genres musicaux francophones, à leur bonne tenue dans les ventes de musique enregistrée, et, plus globalement, au dynamisme des marchés locaux.

En France, la loi du 30 septembre 1986 stipule que les radios privées doivent diffuser, à des heures d'écoute significatives, un minimum de 40% des œuvres musicales d'expression française, dont la moitié de nouveautés (c'est-à-dire issues de nouveaux artistes et/ou de nouvelles productions). Pour l'ARCOM (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), qui veille au respect de ces dispositions, « une chanson est dite d'expression française si plus de la moitié de sa durée composée de texte comporte des paroles interprétées en français ou dans une langue régionale en usage en France »<sup>10</sup>. Au Québec, le CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) impose depuis 1990 (révisée en 2022) que les radios commerciales francophones diffusent au moins 55% de contenus francophones aux heures de pointes (6h30-18h) et 35% de contenu canadien. Il n'y a aucune exigence de part de nouveauté. L'ADISQ (Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle vivant et de la vidéo) a le mandata du CRTC pour vérifier l'application de ces quotas. Elle notait qu'en 2021 ces quotas n'étaient pas respectés (seulement de 36 à 47% de contenus francophones en fonction du type de radios).

Aujourd'hui, une bonne part de la consommation musicale et également de la découverte a désormais lieu sur les plateformes de streaming musical (confère supra). Ces dernières interviennent donc directement dans la mise en avant des contenus via leurs recommandations, mais ne sont pas soumises à ces politiques de quotas. La question de la découvrabilité serait donc celle de la transposabilité des dispositifs de soutien et de promotion de la diversité culturelle à l'univers sociotechnique du streaming : comment s'assurer que les contenus locaux n'y soient pas désavantagés,

---

<sup>10</sup> Source : <https://www.arcom.fr/nous-connaitre-nos-missions/promouvoir-et-protéger-la-creation/les-quotas-de-chansons-la-radio>

Des dispositions complémentaires sont également spécifiées dans la loi de 1986 pour les radios spécialisées dans la promotion des jeunes talent (obligation de diffusion de 35% de chansons d'expression française et 25% de nouveaux talents) et pour les radios dites « *de patrimoine* » (obligation de diffuser au moins 60% de chansons d'expression française et un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10%, avec, en moyenne, une nouvelle production francophone par heure). Depuis juillet 2016, les radios dites de « découverte musicale » bénéficient également d'un régime dérogatoire (obligation de diffuser au moins 15 % de nouvelles productions francophones ou de nouveaux talents francophones). Pour les radios du service public, l'article 30 du cahier des missions et des charges de Radio France indique que « *Dans ses programmes de variétés pris dans leur ensemble, la société donne une place majoritaire à la chanson d'expression originale française et s'attache à promouvoir les nouveaux talents.* ».

d'autant plus dans le cas de plateformes internationales aux sièges sociaux lointains ? Comment y faire valoir la logique politique de l'exception culturelle ?

## **1.4. Questions de recherche et principaux résultats**

Pour alimenter les réflexions sur les enjeux de découvrabilité des contenus musicaux locaux ou de langue française, nous explorons ici dans quelle mesure les contenus francophones sont susceptibles de faire l'objet d'un traitement spécifique, par les plateformes comme par les utilisateurs. L'analyse porte plus spécifiquement sur deux dimensions complémentaires : l'une analysant les possibles singularités de la découverte de contenus musicaux francophones par les usagers des plateformes de streaming, l'autre étudiant les éventuels biais géographiques et linguistiques produits par les algorithmiques de recommandation des plateformes de streaming. Analyser ces deux dimensions complémentaires permet d'éclairer les acteurs des filières musicales en France et au Québec sur les stratégies adéquates et les décideurs publics quant aux politiques publiques à mettre en œuvre pour continuer à promouvoir les contenus locaux et la diversité des expressions culturelles.

Dans un premier temps, les spécificités de la découverte des musiques francophones par les usagers du streaming sont analysées en France et au Québec. Dans quelle mesure et par quelles modalités les musiques francophones font-elles l'objet de pratiques de découverte, d'exploration, d'attachement distinctes des musiques non francophones (et notamment anglophones) ? Qu'est-ce qui, dans ces éventuelles différences, relève des plateformes, et de leur mise en visibilité de certains contenus, ou des utilisateurs et utilisatrices ? Existe-il des différences entre les Français et les Québécois ? Ce questionnement implique de comprendre les usages du streaming musical et les pratiques de découverte chez les utilisatrices et utilisateurs de plateformes de streaming. Pour cela, une analyse qualitative a été menée. Elle repose sur la tenue de 22 entretiens semi-directifs en France et 17 au Québec, réalisés entre juin 2023 et novembre 2024. Les personnes interrogées sont toutes abonnées à un service de streaming audio, qui est le mode d'écoute générant aujourd'hui le plus de revenus par la filière (confère supra).

L'analyse de ces entretiens révèle que les enquêtés ne considèrent pas que la découverte de musique francophone soit spécifique : ils s'adonnent de manière plus ou moins intense et explicite à la découverte musicale (francophone ou non, selon leurs goûts et la place de la musique francophone), qui se fait aussi bien via des canaux traditionnels (recommandations d'amis, écoute à la radio, à la télévision, dans des lieux publics, etc.) que via les recommandations des plateformes de streaming musical ou encore en suivant des artistes sur les réseaux sociaux numériques. Par ailleurs, les découvertes sur ces plateformes émanent souvent d'une pluralité de sources (playlists éditorialisées, « flow », « découverte de la semaine », « daily mix », « radar des sorties », etc.).

Après avoir montré que les systèmes mis en place par les plateformes de streaming pour permettre l'écoute guidée et la découverte sont des outils parmi d'autres, les recommandations produites par un algorithme de recommandation d'une plateforme internationale de streaming (Spotify) sont analysées. Dans quelle mesure les

préférences des consommateurs de musique en streaming, en termes de production locale et de langue, sont-elles respectées ? Existe-il des différences selon que l'on soit localisé en France, au Québec ou encore dans une grande économie (Etats-Unis) ? Ce questionnement implique de s'intéresser aux éventuels biais géographiques et linguistiques produits par les algorithmes. Si pour une niveau de préférence locale donnée, les consommateurs français ou québécois se voient recommander moins de titres locaux que les consommateurs américains, cela implique que l'algorithme produit des biais en défaveur des contenus locaux des petites économies. Pour tester cela, nous avons réalisé une expérimentation sur l'API de Spotify, basée sur la création de 960 profils fictifs qui varient principalement selon deux caractéristiques : leur localisation (France, Québec, Etats-Unis) et leurs goûts musicaux plus ou moins prononcés pour la musique locale. Après chaque phase de consommation de titres définis selon les caractéristiques de l'utilisateur fictif, les titres recommandés sont enregistrés et analysés en fonction de leur lieu de production et de leur langue.

Les principaux résultats indiquent que l'algorithme de l'API ne produit pas de biais géographique mais des biais linguistiques, même si leur ampleur reste faible. Ainsi, en contrôlant pour les préférences, les titres français et québécois ne sont pas moins recommandés que les titres américains. En revanche, les contenus francophones bénéficient de moins de recommandations que les contenus en anglais. Un autre résultat important est de montrer que réécouter les contenus recommandés conduit à amplifier les biais linguistiques et à créer un biais géographique défavorable aux contenus français et québécois et favorable aux contenus états-uniens.

## 2. Écoute francophone et pratiques de découverte : une étude qualitative

*Par Jean-Samuel Beuscart (Sciences Po, MediaLab) et Romuald Jamet (INRS)*

### 2.1. Introduction

La notion de découvrabilité, dans le contexte du streaming musical, se rapporte aux chances des musiques francophones, issues de « petites économies », d'être justement représentées, découvertes et écoutées dans l'écosystème des plateformes internationales. Elle focalise l'attention sur les modalités de rencontre, dans l'environnement sociotechnique spécifique du streaming, entre des musiques francophones et des utilisatrices et utilisateurs qui peuvent, ou non, être à la recherche de telles musiques qu'ils ne connaissent pas déjà, qu'ils ont oubliées ou auxquelles ils n'ont pas porté attention lors de précédentes expositions. L'inquiétude centrale à l'origine de cette réflexion est que les outils de recommandations, algorithmiques en particulier, seraient susceptibles de sous-représenter les contenus « locaux » au détriment des musiques dominantes, anglo-saxonnes principalement. Elle conduit à s'interroger sur les façons dont le design des plateformes et les stratégies des firmes d'une part, les habitudes des auditrices et des auditeurs d'autre part, rendent ces rencontres plus ou moins possibles et probables.

Les postulats de ce questionnement sont que les plateformes de streaming sont un lieu essentiel d'accès aux nouveautés musicales (de « découvertes ») ; que les outils de recommandation, algorithmiques en particulier, jouent un rôle important dans cet accès à la nouveauté ; et que les contenus francophones sont susceptibles de faire l'objet d'un traitement spécifique par les plateformes comme par les utilisateurs. Ces trois postulats méritent d'être explorés, vérifiés empiriquement et éventuellement nuancés. S'interroger sur la découvrabilité implique de comprendre les usages du streaming musical, de s'arrêter sur ce que signifie la notion de découverte pour les utilisatrices et utilisateurs, et d'observer comment elle se déploie dans les pratiques quotidiennes.

Les travaux existants sur les usages du streaming musical rappellent la place à la fois secondaire et essentielle de la « découverte » musicale : secondaire car elle n'est que rarement l'objectif premier de l'écoute musicale ; essentielle car elle permet le renouvellement, plus ou moins recherché, du plaisir de l'écoute musicale. Les recherches mettent ainsi en avant, à ce jour, plusieurs résultats. D'une part, si le streaming est aujourd'hui, avec les radios musicales, le mode dominant d'accès à la musique (73% de la population française y a recours au cours du mois), les abonnés payants aux plateformes de streaming audio (Deezer, Spotify, Apple Music, etc.) restent minoritaires (16% des auditeurs en France, et environ 12 % au Québec) (CNM 2023 ; SNEP 2024). D'autre part, la recherche de nouveauté musicale n'est pas la modalité principale de l'écoute de musique. La plupart du temps, les auditeurs écoutent « leur musique », c'est-à-dire des artistes et morceaux qu'ils ont déjà écoutés et stockés, ce que les plateformes nomment écoute « organique » (Beuscart et al.,

2019 ; Villermet et al., 2021 ; Mok et al., 2022). Dans l'ensemble, l'usage des algorithmes de recommandation est plutôt associé à un engagement plus fort avec la musique, avec l'intensité et la diversité de l'écoute musicale (Datta et al., 2017 ; Beuscart et al., 2019 ; Roberge et al., 2018 ; Anderson et al., 2020).

Symétriquement, les études à partir de données d'utilisation laissent entendre que les recommandations tiennent plutôt leurs promesses de diversité musicale : les auditrices et auditeurs qui y ont le plus recours ont des consommations musicales plus diversifiées et font plus de découvertes, au moins à court et moyen terme (Datta et al., 2017 ; Beuscart et al., 2019 ; Anderson et al., 2020 ; Mok et al., 2022) ; les enquêtes qualitatives auprès d'utilisateurs intensifs du streaming, souvent jeunes et experts, confirment la capacité de ces auditeurs à explorer des univers musicaux variés, avec ou sans les outils de recommandation des plateformes, et la satisfaction importante qu'ils en retirent (Hagen et Lüders, 2017 ; Hagberg et Kjellberg, 2017 ; Maisonneuve, 2019 ; Poirier et al., 2023). Ce plaisir de l'exploration s'accompagne, selon certains travaux, d'une frustration quant à la possibilité de capitaliser les découvertes, de s'attacher durablement aux artistes et aux morceaux (Hagen, 2015 ; Hanrahan, 2018 ; Lüders et al., 2019). Ces recherches qui traitent de la découverte ne différencient pas les pratiques selon qu'elles portent sur des musiques francophones (ou plus généralement locales) vs. internationales, même si certains travaux sur la consommation agrégée suggèrent des biais en faveur des musiques internationales (Lumeau et al., 2024).

Dans le prolongement de ces travaux, nous nous proposons dans ce premier volet de la recherche d'étudier les pratiques de découverte des musiques francophones et non-francophones, en France et au Québec. La « découverte » n'étant pas nécessairement une activité en soi, cela implique de situer la rencontre avec les musiques nouvelles dans une description plus large de l'écoute musicale, afin de déceler d'une part d'éventuelles spécificités de l'écoute de musiques francophones, de tracer d'autre part le large éventail d'habitudes qui conduit à découvrir de nouvelles musiques. Pour approcher empiriquement ces aspects, nous proposons d'explorer, au moyen d'une enquête qualitative, les questions suivantes :

- Y a-t-il des spécificités observables de l'écoute de musique francophone (en termes de public, de contexte, de mode d'attachement) ?
- Quelles sont les pratiques de découvertes des utilisateurs et utilisatrices de plateformes de streaming audio ? Quels rôles jouent ces plateformes dans ces découvertes ?
- Y a-t-il des spécificités quant aux modalités de découverte des musiques francophones sur ces plateformes ?

## 2.2. Méthodologie

Afin de répondre à ces questions, nous avons réalisé 37 entretiens semi-directifs entre la France et le Québec (juin 2023-novembre 2024). Une première série d'entretiens a été réalisée en France, en lien avec une recherche menée notamment par Jean-Samuel Beuscart et Samuel Coavoux (ANR RECORDS). Dans ce cadre, les chercheurs ont pu prendre contact avec des abonnés du service Deezer. Cet échantillonnage a été complété par l'équipe québécoise qui a réalisé 5 entretiens en France avec des utilisateurs d'autres plateformes de streaming que Deezer et 17 entretiens auprès d'auditeurs québécois. Différents problèmes administratifs au Québec ne nous ont pas permis de réaliser les entretiens en même temps entre la France et le Québec.

La grille d'entretien, commune à l'ensemble des enquêtés, explore les différentes dimensions de l'expérience musicale des utilisateurs de streaming : la socialisation musicale, les goûts pour la musique (dont francophone et non-francophone), les usages et contextes d'usage des plateformes de streaming et les manières dont les auditeurs découvrent, consomment et archivent la musique. Les enquêtrices et enquêteurs ont, au cours de l'entretien, adapté la grille selon les enquêtés, dans la mesure où, comme nous le montrerons, la notion de découverte est subjective et changeante d'un individu à l'autre.

Nous avons constitué notre échantillon en faisant varier l'âge, le sexe, le lieu de résidence (urbain, péri-urbain, rural)<sup>11</sup>, les catégories socio-professionnelles et l'intensité d'écoute (francophone ou non). Le tableau 2.1 présente le profil socio-démographique de l'échantillon et met en lumière de possibles biais quant à la représentativité de l'échantillon (voir tableau A0 en annexe pour le détail de chaque enquêtés). Au sein de l'échantillon, 16 individus s'identifient comme célibataires et 21 en couple ou mariés. En ce qui concerne les plateformes utilisées, on constate une surreprésentation de Deezer et Spotify. En effet, tandis que 17 enquêtés français ont pu être contactés dans le cadre du projet Records (associé à Deezer), la plateforme Spotify possède les plus grandes parts de marché sur le territoire québécois. L'intensité d'écoute est variable au sein de l'échantillon sans toutefois relever de différences majeures entre la France et le Québec sur l'inclination ou l'attachement envers la musique francophone. Cependant, le fait que l'ensemble des enquêtés soient des abonnés payants doit être pris en compte. De plus, de « très grands amateurs » au Québec font partie de l'échantillon. Ces grands amateurs ont des pratiques singulières en termes de recherche et de découverte musicale par rapport au reste de la population. Enfin un dernier biais notable porte sur les CSP d'appartenance (tant en termes de niveau de scolarité complété qu'au niveau des savoirs et pratiques culturelles) qui est plus élevé pour les interviewés québécois, du fait de la méthode de recrutement (recrutement par effet boule de neige<sup>12</sup> au Québec

---

<sup>11</sup> Nous avons, dans la mesure du possible, fait varier le lieu de résidence entre milieux urbains (15), périurbains (16) et ruraux (5). Au Québec, nous avons séparé les 4 participants de la ville de Québec (en particulier, 1 au centre-ville et 3 en banlieue) et 8 de Montréal (7 sur l'île et 1 sur la rive sud de l'île). En effet, l'usage occasionnel ou intensif de la voiture dans la quotidienneté (et de la musique dans ce contexte) impose de les séparer.

<sup>12</sup> Le recrutement par effet boule de neige ou *Snowball Sampling* consiste à recruter un nombre limité de premiers informateurs qui suggéreront d'autres enquêtés potentiels dans leurs propres réseaux

vs. e-mails aux abonnés de Deezer en France). Ainsi, ces différentes limites appellent à une certaine vigilance quant à la représentativité des pratiques de découvertes identifiées sur l'ensemble de la population tant française que québécoise.

Tableau 2.1 : tableau synthétique du profil sociodémographique de l'échantillon

| Composition de l'échantillon   |        |        |       |                               |            |        |       |
|--------------------------------|--------|--------|-------|-------------------------------|------------|--------|-------|
|                                | Québec | France | total |                               | Québec     | France | total |
| Âge                            |        |        |       | Lieu d'habitation             |            |        |       |
| 18-25                          | 3      | 7      | 10    | Urbain                        | Qc:1 Mtl:6 | 8      | 15    |
| 26-35                          | 5      | 6      | 11    | Périurbain                    | 7          | 9      | 16    |
| 36-45                          | 5      | 4      | 9     | Rural                         | 1          | 4      | 5     |
| 46-65                          | 1      | 4      | 5     | N/A                           | 0          | 1      | 1     |
| 66+                            | 1      | 1      | 2     | Total                         | 15         | 22     | 37    |
| Total                          | 15     | 22     | 37    | Plateformes utilisées         |            |        |       |
| Sexe                           |        |        |       | Spotify                       | 11         | 5      | 16    |
| Homme                          | 8      | 10     | 18    | Deezer                        | 0          | 17     | 17    |
| Femme                          | 7      | 12     | 19    | Apple Music                   | 3          | 0      | 3     |
| Total                          | 15     | 22     | 37    | YouTube Music                 | 1          | 0      | 1     |
|                                |        |        |       | Total                         | 15         | 22     | 37    |
| Catégorie socioprofessionnelle |        |        |       | Intensité d'écoute (par jour) |            |        |       |
| CSP -                          | 2      | 5      | 7     | faible (1h et -)              | 2          | 5      | 7     |
| CSP ~                          | 10     | 10     | 20    | moyenne (1-3h)                | 10         | 10     | 20    |
| CSP +                          | 3      | 7      | 10    | forte (+3h)                   | 3          | 7      | 10    |
| Total                          | 15     | 22     | 37    | Total                         | 15         | 22     | 37    |

Afin de ne pas alourdir le présent texte, la majeure partie des citations issues des verbatims seront placées en annexe dans les portraits des interviewés. Par ailleurs, nous utiliserons l'acronyme MFL (Musique Francophone Locale) pour distinguer, le cas échéant, les musiques francophones en général des musiques francophones considérées comme locales. En effet, les musiques belges, suisses ou acadiennes peuvent parfois être considérées comme du patrimoine local par les enquêtés.

---

sociaux correspondant aux critères de sélection de l'étude. Si cette méthode n'est pas dénuée de biais, elle permet cependant d'atteindre une partie de la population qui n'aurait pas répondu par elle-même aux appels à participation

Cette première partie du rapport est organisée de la façon suivante. Une première partie s'attache à décrire les rapports des auditeurs à la musique francophone. Elle analyse les discours des goûts pour la musique francophone, les contextes de son écoute, les dispositions et attentes qui y sont associées, afin d'en déceler les spécificités. Une seconde partie analyse les pratiques de découverte des auditeurs, en situant les outils du streaming dans l'éventail plus large des formes d'explorations déployées par les utilisateurs, et en cherchant les caractéristiques éventuelles associées à la découverte de contenus francophones. La conclusion résume les particularités du régime d'engagement vis-à-vis de la musique francophone et les spécificités (limitées) des attentes et pratiques de sa découverte.

## **2.3. Les rapports à la musique francophone**

La question de la langue des chansons écoutées, si elle au cœur du questionnement sur la découvrabilité, a fait l'objet de relativement peu de travaux, à notre connaissance, de la part des sociologues de la musique (en dehors de Jamet et Roberge, 2020 en ce qui a trait au Québec, co-auteurs de ce rapport). Elle n'est pas non plus au centre des préoccupations explicites des utilisateurs des plateformes de streaming, qui ne mentionnent jamais spontanément cette dimension dans la description de leurs pratiques, avant d'être interrogés spécifiquement sur le sujet.

Ainsi, bien que les données de consommation indiquent une différence incommensurable entre la France et le Québec quant aux taux d'écoute de musique francophone en ligne, il nous a paru nécessaire de mettre en place une stratégie de recherche pour comprendre le rapport à la musique francophone dans un premier lieu, pour ensuite s'intéresser aux contextes dans lesquels les musiques francophones s'insèrent.

En effet, les recherches portant sur les pratiques d'écoute musicale en régime de streaming révèlent que la musique occupe désormais une place centrale dans la vie quotidienne des individus, notamment pour appareiller certains contextes particuliers (transports, domicile, travail, sport, etc.). Les entretiens menés nous permettent de repérer comment la musique francophone se trouve insérée dans les discours, dans la trame de la vie quotidienne : dans quels contextes les auditeurs choisissent-ils ou non de mettre de la musique francophone ? Quel est le rapport des auditeurs à la musique francophone, et comment ces rapports sont-ils mobilisés dans les différents contextes d'écoute ? À travers ces questionnements, c'est la circulation des goûts et des pratiques, entre héritage familial et parcours individuel, que nous souhaitons explorer.

L'objectif de cette partie est double. D'une part, il s'agit de montrer comment la socialisation musicale tisse durablement un lien entre l'auditeur et la musique (francophone). D'autre part, nous chercherons à saisir l'activation ou la mise à distance de ce répertoire dans les différents contextes concrets de l'écoute — des plus intimes aux plus collectifs. Après avoir rappelé l'importance de la construction sociale du goût pour la musique francophone et l'usage qu'en font les enquêtés, la première partie explore la socialisation musicale, afin d'observer comment les cadres familiaux et scolaires agissent sur l'enracinement potentiel d'un « patrimoine musical francophone ». Les parties suivantes présenteront les contextes d'écoute spécifiques — à la maison, en voiture, au travail — et mettront en évidence les motivations et

contraintes qui favorisent ou, au contraire, disqualifient la présence de la chanson francophone dans ces espaces. Nous indiquerons tout au long du texte les similitudes ou différences repérées entre les auditeurs en France et au Québec.

## **2.3.1. Le goût pour la musique francophone**

### **2.3.1.1 Pratiques d'écoute et goût déclaré pour la musique francophone**

En France comme au Québec, les enquêtes quantitatives montrent que les genres associés à la musique francophone (chanson française, variété française) sont ceux qui sont écoutés par la plus grande partie de la population. Pour la France, l'enquête Pratiques Culturelles des Français (PCF) de 2018 montre que 79% des personnes écoutant de la musique ont écouté de la musique française au cours du dernier mois. La pratique est assez uniformément répandue sur l'ensemble de la population, et les variations selon les caractéristiques socio-démographiques sont assez faibles : 81% des ouvriers, 85% des employés, 77% des cadres ; 83% des femmes contre 74% des hommes ; 77% des 25-39 ans, contre 85% des +65 ans. Seuls les moins de 25 ans déclarent significativement moins écouter de la chanson ou variété française, mais l'effet serait sans doute compensé par la prise en compte du rap français. L'enquête du CNM Lab (2023) va dans le même sens : la « chanson/variété française » est de loin le genre déclaré comme le plus écouté, choisi par 67% des répondants comme un des cinq genres les plus écoutés, devant la pop à 50%. Autrement dit, même s'il existe des petites variations au sein de la population, l'essentiel des auditeurs de musiques écoutent de la musique francophone. En revanche, le goût déclaré pour la musique francophone, du moins appréhendé au prisme du genre musical « chanson/variété française », est moins général et plus fortement associé aux propriétés sociales des individus. Dans l'enquête PCF 2018, le genre est déclaré « préféré » par 42% des auditeurs (plusieurs réponses possibles), devant la pop (22%). Il l'est par 33% des cadres contre 46% des ouvriers, par 29% des diplômés de deuxième cycle contre 50% des diplômés de niveau CAP/BEP ; par 59% des plus de 65 ans, contre 31% des 25-39 ans. L'enquête du CNM Lab montre également des disparités importantes selon l'âge et la CSP. Pour résumer, si la musique francophone est le genre le plus apprécié, elle ne fait pas l'objet d'un goût électif généralisé, et est plus appréciée par les individus plus âgés et de classe populaire.

Le Québec ne dispose pas de données et statistiques culturelles aussi fines qu'en France, notamment en ce qui a trait au CSP. Nonobstant, les dernières enquêtes de l'OCCQ (2023, 2024) et les enquêtes de l'ADISQ (2019 et guide MQF) montrent que 61% des québécois écoutent plusieurs fois par semaine de la MFL, bien que l'âge fasse inversement décliner la part de MFL dans la consommation habituelle : tandis que chez les 15-29 ans, 30,6% déclarent ne jamais écouter de MFL, ils ne sont que 12,1% chez les 65 ans et plus. Par ailleurs, la part d'écoute de MFL est plus importante chez les personnes avec un faible niveau de diplomation (21,9% des personnes sans diplôme déclarent écouter plus de 50% de MFL, contre 13,7% des individus titulaires d'un diplôme universitaire).

Autrement dit, en France comme au Québec, (quasi) tout le monde écoute de la musique francophone, mais elle n'est pas au centre des goûts de tout le monde. Les MFL font partie du paysage et de l'histoire de la plupart des individus, mais elles ne

sont présentes dans les goûts, les écoutes actives et les découvertes que d'une partie de la population.

Ces observations statistiques générales se retrouvent dans notre échantillon, qui se différencie selon la place qu'occupent les musiques francophones dans leurs goûts et leur vie musicale du moment. On peut schématiquement les distinguer selon trois profils :

- ceux qui disent écouter principalement de la musique francophone. Pour les auditeurs Français, il s'agit soit de jeunes utilisateurs écoutant surtout du rap français, soit d'auditeurs de tous âges écoutant principalement de la variété française ; pour les Québécois, tous les auditeurs déclarent connaître les classiques de la chanson québécoise et se concentrer sur la scène folk/rock.
- à l'opposé, certains auditeurs, plus rares, soulignent écouter surtout de la musique en anglais ou instrumentale, et manifestent un évitement de la musique francophone. Cela se traduit par des discours sur sa qualité plus faible ou par le rejet des genres qui lui sont associés, variété française et rap français. Il s'agit plutôt, sans que ce soit significatif au vu de la taille de l'échantillon, de personnes diplômées, plutôt plus âgées.
- les auditrices et auditeurs qui déclarent, quand ils sont interrogés sur le sujet, écouter indifféremment les deux. Les discours mettent alors en avant la qualité et la richesse musicale, qui peut être indifféremment francophone ou anglophone (ou autre), dans une variété de genres (pop, rock, rap, etc.). Ces profils, nombreux, sont plus susceptibles de se présenter comme des experts en musique et de déployer des pratiques variées.

### **2.3.1.2. Socialisation primaire à la musique francophone : un cas « d'école »**

Chez tous les enquêtés, dans les récits qu'ils font de leur histoire musicale, l'enfance est un moment d'exposition et d'habitation à la musique francophone, fortement ancrée dans le cadre familial ; ceci s'observe y compris chez les enquêtés ayant grandi dans des familles où la musique francophone n'est pas très écoutée.

Dans les foyers fortement ancrés dans la culture musicale francophone, les parents et grands-parents ont joué un rôle central dans la transmission du répertoire musical, le plus souvent fondé sur un certain « âge d'or » (variable d'une famille à l'autre) de la musique francophone. Cet âge d'or fait le plus souvent référence à la « chanson à texte » et à la figure de l'auteur-compositeur-interprète tels que Georges Brassens ou Félix Leclerc, mais aussi aux « classiques » du rap en France (Diam's, IAM) ou au pop-rock québécois (Jean Leloup, les Cowboys fringants). Cette transmission se manifeste par une écoute (et parfois une pratique de chant) collective durant l'enfance et en famille, via la radio ou les disques écoutés dans un contexte privé (maison, voiture, fêtes familiales, etc.). Dans les milieux familiaux où la musique francophone n'est pas prédominante, il existe aussi une transmission de ces mêmes classiques francophones ; elle passe alors souvent par la fratrie ou la famille élargie (oncle/tante, cousin.e).

Ainsi, quel que soit le goût des enquêtés pour la musique francophone, tous mentionnent des artistes qu'ils considèrent comme classiques (qu'il s'agisse de Léo

Ferré, de Charlebois, de Goldmann ou de NTM) comme faisant partie de leur patrimoine musical, bien qu'ils ne puissent pas toujours expliciter comment cela leur a été légué.

Cette socialisation musicale infantile se retrouve aussi dans le milieu scolaire. Bien que la majeure partie des enquêtés ne déclarent pas que l'institution scolaire ait été active dans ce processus de transmission, la cour de récréation s'occupe du reste, que cela soit en France ou au Québec (Court et Henri-Panabiere, 2012). Ainsi ce partage de goûts (issu des entourages des parents) renforce l'importance de la communauté infantile dans la formation des goûts musicaux.

On peut ainsi affirmer que, quel que soit le niveau d'écoute de la musique francophone dans le milieu familial et quelle que soit la génération des enquêtés, un attachement (Hennion, 2004) se crée à la musique francophone durant l'enfance. Bien que ce sujet ne soit pas central pour notre étude, ce résultat est nécessaire à prendre en compte pour comprendre les pratiques d'écoute et de découverte qui se feront à l'âge adulte. En effet, si tout le monde « connaît la musique », c'est bel et bien durant l'adolescence que se forment les premiers goûts autonomes pour la musique.

**Comparaison Québec/France.** Dans l'échantillon québécois, la socialisation francophone est souvent portée par des parents eux-mêmes amateurs d'artistes emblématiques (Charlebois, Félix Leclerc, etc.). Dans les foyers peu enclins à la chanson locale, les répondants évoquent essentiellement la pop ou le rock anglophone d'époque. En France, on retrouve un schéma similaire avec une référence récurrente à de « vieux vinyles » de Piaf, Brassens ou Ferrat, mais également de grands-parents amateurs de variété des années 1980–1990 (Goldman, Mylène Farmer). Toutefois, certains citent des familles majoritairement tournées vers le rock international, minimisant la présence de musique francophone locale.

### **2.3.1.3. Socialisation musicale secondaire : entre autonomisation et désintrication**

Le passage à l'adolescence constitue un moment d'émancipation musicale. L'envie de se forger une identité musicale distincte de celle des parents incite à explorer davantage au sein de leur communauté amicale ou à s'attacher aux musiques « des plus grands » (frères/sœurs, cousin.e, etc.). On remarque surtout que le passage au collège/secondaire s'est accompagné d'une découverte de nouveaux usages des médias (radio, télévision, YouTube pour les plus jeunes) mais aussi, pour les plus âgés des enquêtés, des premiers achats de contenus musicaux (vinyle, cassette, CD) et échanges de ces mêmes contenus entre amis. La socialisation horizontale entre amis se révèle cruciale et c'est aussi le moment des premières « mixtapes » échangées ou réalisées par/pour des amis. Cette pratique d'échange et de création de mixtape pour autrui restera assez forte chez les grands auditeurs de musique, au Québec comme en France, tandis que la majeure partie des auditeurs moins intensifs disposent, dans leur entourage d'un « prescripteur ».

Parmi les résultats intéressants, on constate que quels que soient le lieu de vie (Québec/France, milieu urbain/périurbain/rural) et la génération des enquêtés, les technologies qui leur étaient contemporaines ont servi à cette même volonté de partage musical communautaire, du vinyle aux playlists sur les plateformes (YouTube

pour les plus jeunes) en passant par les cassettes et CD gravés et les mp3 téléchargés sur les plateformes (notamment illégales). Dans le cadre des médias linéaires, les émissions de radio (Ex : rouge/rtl2) et télévisuelle (Musique Plus/M6) ont pu être centrales pour cette socialisation.

C'est aussi durant cette socialisation secondaire que les goûts se différencient. Or, il n'y a pas de schéma clair dans la continuité ou la rupture avec les musiques francophones durant l'adolescence. Tandis que certains se passionnent pour des musiques francophones de leur génération et que d'autres se tournent vers des musiques anglophones plus ou moins nichées, il semble impossible de faire un lien de causalité avec la socialisation primaire sur ces ruptures et continuités linguistiques. Nonobstant, les musiques francophones restent écoutées même si elles ne sont plus appréciées. Les « hits du moment » ainsi que les autres genres de musiques chantées en français (rap, rock, variété, pop, etc.) sont entendus et connus bien qu'ils ne soient pas écoutés.

**Comparaison :** La différence singulière entre le Québec et la France tient ici tant dans l'attachement à la musique francophone qu'aux attachements à la langue française. La musique locale, au Québec, participe d'un discours étatique et politique promouvant fortement l'attachement identitaire à l'expression en langue française. Or, pour les plus jeunes enquêtés québécois, ce discours semble contre-productif : il est alors évoqué une certaine homogénéité et une qualité moindre pour justifier de se tourner vers d'autres genres musicaux (i.e. non francophones). Inversement, cela n'est pas un sujet en France, où les enquêtés vont parler de goûts développés pour des genres musicaux sans faire référence explicitement à langue comme un moteur ou un frein.

#### 2.3.1.4. Le goût pour la musique francophone à l'âge adulte

Le goût pour les MFL à l'âge adulte n'est pas causalement lié à la socialisation primaire ou secondaire aux musiques francophones, bien que cela puisse influencer le degré de consommation des individus. En effet, les études montrent que l'intensité d'écoute et la diversification des goûts pour la musique est une pratique culturelle qui va croissante jusqu'à l'entrée dans la « vie active » (fin des études, travail, installation en couple, etc.) et la fixation des groupes d'appartenance des individus. La démultiplication des communautés (ou sphères sociales) se traduit par un enrichissement dans le développement des goûts musicaux. Ainsi, dans les récits que les enquêtés font de leur histoire musicale, les goûts pour la musique francophone semblent souvent se fixer au début de l'âge adulte, dans le prolongement ou non des goûts de l'adolescence. À cet égard, trois postures semblent se dégager, dans notre étude, durant cette dernière étape de la construction de l'écoute de musique francophone.

**Les *diggers* :** Cet ensemble de pratiques modélise les individus qui activement à explorer et creuser le sillon de leurs goûts pour la musique francophone. Les plateformes P2P et de streaming (moindrement les médiathèques et disquaires) semblent avoir été un outil de découverte de nouveaux artistes francophones ou d'exploration des catalogues et de genres déjà connus. Ainsi, ce qui fonctionne pour les autres musiques fonctionne aussi bien et de la même manière pour les musiques francophones, bien que des outils locaux soient utilisés. Nonobstant, dans le cadre du Québec, cette exploration semble plus s'articuler sur l'aspect linguistique que sur la nature musicale du genre apprécié.

**Les followers** : Ces pratiques réfèrent aux individus qui écoutent occasionnellement de nouveaux artistes francophones sans effort particulier. Ici une certaine « illusion de sérendipité » est mise de l'avant par les enquêtés, dans la mesure où ce serait au hasard du passage d'un titre pièce à la radio, dans un café ou lors de festivals que la musique francophone serait « rencontrée ». Pour autant, il faudrait mettre en relation cette posture bien plus avec l'intensité d'écoute qu'avec le goût (ou non) pour les musiques francophones. Sans pour autant parler d'omnivorisme, ces personnes sont aussi celles qui ont des goûts musicaux éclectiques et composites.

**Les conservateurs** : Cette dernière catégorie de pratiques englobe les comportements d'individus qui ne cherchent pas activement à développer leurs goûts musicaux pour de nouveaux artistes et se contentent principalement de leurs classiques favoris, francophones ou non. Ainsi, pour ces enquêtés, il y a une cristallisation des goûts pour un certain type de musique francophone et des contenus déjà appropriés. Cela va du désintérêt pour les musiques francophones (au profit des musiques du monde ou de musiques anglophones) au cantonnement de la « bonne » musique francophone à un catalogue fermé, peu importe le style et l'étendu de ce catalogue. Ainsi, à titre d'exemple, Laurence (51, Fr) indique qu'elle écoute des musiques du monde (caraïbe et africaine de l'ouest), et qu'elle se désintéresse totalement que celle-ci soit chantée en français ou non, dans la mesure où son répertoire francophone est déjà fait.

Ces trois postures ne sont pas incompatibles entre elles, mais s'apparentent plutôt à une idéaltypification (Weber, 1995)<sup>13</sup> des pratiques d'écoute et de découverte musicale. Dans ce cadre, on peut retrouver ces postures chez chaque individu selon la musique et les contextes d'écoute. En effet, on pourra, par la suite, repérer, selon les usages de la musique francophone ou les contextes, dans quelle mesure la signification que les individus attribuent à leurs pratiques tendent plus vers l'une de ces postures ou les combinent spécifiquement.

Par ailleurs, ces trois postures permettent de comprendre que le goût pour les musiques francophones n'est que très rarement binaire : aucun des enquêtés n'a déclaré écouter seulement ou aucunement de la musique francophone. C'est bien plus la diversité des musiques écoutées et la manière dont les musiques francophones y sont présentes qui sont pertinentes pour comprendre ce goût ou non pour les musiques francophones.

C'est finalement la question de l'authenticité qui est mise de l'avant par l'ensemble des enquêtés, celle-ci étant mise en balance avec l'aspect potentiellement commercial et *mainstream* des musiques francophones. Tandis que certains vont pointer un manque d'authenticité et d'originalité de la musique francophone actuelle par rapport à un certain « âge d'or » (repéré dans la socialisation primaire) d'autres, tel que Xavier (30, Qc), vont, au contraire, pointer le fait que des genres musicaux exprimés en français sont là un facteur d'authenticité.

---

<sup>13</sup> Le processus d'idéaltypification repose sur une accentuation de certains traits afin de d'explicitement une tendance. Ces « tendances », ou Idealtypen ne se pas des descriptions d'usages ou de pratiques repérées séparément lors d'observation, mais bien une modélisation permettant de saisir l'orientation générale de pratiques complexes. Elles ne sont qu'un outil méthodologique d'explicitation partiel.

Les enquêtés défendent leur autonomie de goût musical mais aussi dans la défense d'une certaine sécurité ontologique (De Nora, 2000), dans la mesure où, lorsque cela a trait à la musique francophone, les enquêtés affirment leurs goûts en propre et personnel (plus que pour les autres musiques) afin de s'assumer en tant que sujet réflexif.

**Comparaison** : une différence entre québécois et français peut ici être rencontrée : à l'exception de deux enquêtés québécois ayant des pratiques d'écoute très intenses et structurées, le reste des québécois semblent avoir un certain malaise à critiquer les musiques francophones québécoises y compris celles qu'ils n'aiment pas, assumant une certaine fibre patriotique de la défense de musique francophone locale (en dehors peut-être de la musique country). Ainsi, bien qu'ils ne l'aiment pas, les enquêtés déclarent l'écouter et la connaître. On ne retrouve pas cette gêne pour les enquêtés français lorsqu'ils déclarent ne pas aimer spécialement les musiques francophones.

### 2.3.1.5. La langue, vecteur cardinal

Tous les répondants sans exception reconnaissent porter une attention accrue aux paroles lorsqu'une chanson est en français, par rapport à l'anglais ou aux autres langues. Ce constat partagé suggère que la langue française incite à une écoute plus attentive des paroles, car son écriture y serait plus touchante, y compris pour les personnes bilingues. Beaucoup de répondants expliquent ce faisant qu'une partie de leur rejet des musiques francophones tient à leur pauvreté poétique et lyrique par rapport aux attentes de qualités qu'ils associent aux « bonnes » musiques en langue française. Ainsi il semble y avoir, dans la majeure partie des cas, une exigence supplémentaire qui est posée aux musiques francophones pour qu'elles soient « bonnes ». Nonobstant, cette attente de qualité textuelle et lyrique dépend aussi fortement des contextes d'écoute comme nous le décrirons plus loin.

Le goût pour cette qualité textuelle fondamentale serait le moteur premier dans les processus de redécouverte partielle ou totale d'un répertoire. Ainsi, tandis que l'adolescence et l'entrée dans l'âge adulte peuvent être sources d'éloignement vis-à-vis des musiques francophones (renvoyant à la posture du *digger*), l'entrée dans la vie active est souvent synonyme, pour les enquêtés, d'une ré-exploration des musiques rencontrées lors de la socialisation primaire. Entre remémoration émotionnelle de ces musiques et actualisation de la compréhension et du sens des paroles, le vecteur linguistique semble de toute première importance, y compris et surtout pour ceux n'écoulant que peu de musique francophone.

C'est ici que le critère d'authenticité devient plus palpable : la majorité des enquêtés, en France comme au Québec, perçoivent la musique francophone « commerciale » ou mainstream comme étant basée sur des formules répétitives, une écriture « trop facile » ou encore des arrangements trop calibrés. Cette perception explique en partie le rejet de certains artistes radiophoniques ayant de larges côtes d'écoute : ce serait au mépris de l'originalité musicale, mais surtout textuelle. Nonobstant et dans de plus rares cas (surtout en France), la qualité textuelle peut être contrebalancée et mise au second plan lorsqu'un artiste propose une direction musicale particulièrement innovante.

**Comparaison** : Dans les deux contextes, la langue française déclenche une écoute plus consciente et analytique des paroles. Chez les Québécois, la récurrence des

termes « texte fort, identitaire, littéraire » souligne une sensibilité particulière aux dimensions textuelles. En France, l'accent est mis davantage sur le style et l'engagement socio-politique, notamment dans le rap et la chanson à texte.

La première partie de cette étude montre la force des attachements qui unissent les enquêtés à la musique francophone, qu'ils aient grandi en France ou au Québec. On retrouve, partout, la prégnance d'une socialisation primaire qui transmet, parfois de manière informelle ou incidente, un répertoire de « classiques », même chez ceux qui ne se revendiquent pas amateurs de musique francophone. La langue française, présente durant l'enfance ou l'adolescence, crée un socle de connaissances partagé connu de tous. Par ailleurs, si l'école en tant qu'institution n'assume qu'un rôle discret dans cette transmission, le groupe de pairs apparaît comme un puissant levier de diffusion et de légitimation des goûts, facilitant la découverte ou la relégation des artistes francophones. Ainsi, avant même de comprendre la façon dont les musiques francophones se réinscrivent dans leurs pratiques quotidiennes, il convenait d'explicitier les conditions dans lesquelles ces musiques ont été « découvertes ». Ainsi il semblerait à ce stade que la découvrabilité des MFL dépendent pour partie de l'exposition contrainte et initiale à des musiques chantées en français afin qu'un répertoire correspondant à l'« âge d'or » de référence, différent selon chaque génération, puisse être constitué et mobilisé par la suite.

La partie suivante, consacrée aux contextes de l'écoute (voiture, travail, domicile), permettra d'éclairer comment cette matrice d'influences et de posture se concrétise ou s'éclipse dans la quotidienneté.

## **2.3.2. Les contextes d'écoute et d'usage de la musique francophone**

Avec l'émergence des plateformes de streaming et la multiplication des dispositifs d'écoute portatifs et interopérables (cellulaire, enceinte Bluetooth, voiture connectée, etc.), désormais la musique accompagne, ornemente et appaie d'autant plus l'ensemble des activités quotidiennes. Dans ce cadre, l'étude des contextes d'écoute des musiques francophones revêt une importance particulière. Étant donnée la potentielle omniprésence de la musique dans la vie quotidienne, ces pratiques d'écoute ne se limitent pas (ou plus) aux seules préférences esthétiques ou aux goûts personnels : elles s'inscrivent dans des contextes précis où les paroles, les émotions et les usages des plateformes numériques s'entremêlent et jouent un rôle précis pour les individus. Ainsi, l'enquête permet de mettre en avant non seulement le goût pour les musiques francophones mais aussi les contextes considérés comme propices pour en écouter ou non.

### **2.3.2.1. Contextes d'écoute de musiques francophones : les émotions au premier plan**

L'écoute de musique francophone est souvent associée à la volonté de maîtriser, déclencher ou amplifier des émotions spécifiques telles que la nostalgie, la mélancolie

ou le besoin de réconfort et de se retrouver en soi-même<sup>14</sup>. La nostalgie est une émotion souvent mobilisée par plusieurs participants lorsqu'ils évoquent des morceaux entendus pendant leur enfance ou leur adolescence. Des artistes tels que Téléphone ou Louise Attaque sont fréquemment cités par les Français comme sources de souvenirs partagés en famille ou entre amis tandis que, du côté québécois, des artistes tels que Harmonium ou Les Cowboys Fringants<sup>15</sup> apporteraient un sentiment de réconfort. Plus largement, au-delà de la nostalgie, les personnes qui écoutent beaucoup de musiques francophones comme anglophones estiment que les premières sont plus propices à ressentir des émotions fines, à cultiver des états d'âme, à accompagner la colère, la tristesse, le deuil, etc. ; elles sont notamment plus souvent associées à des moments difficiles. L'accessibilité plus grande des paroles ferait des musiques francophones de meilleures accompagnatrices des moments très émotionnels.

Ces écoutes semblent se réaliser, d'une part, dans des contextes plutôt calmes, en fin de journée et dans un cadre intime. Ces chansons offrent, selon les enquêtés, une stabilité émotionnelle, renforcée par la familiarité des mélodies et la richesse des paroles qui permettrait l'introspection.

D'autre part, certains regroupements familiaux ou amicaux (fêtes, vacances, voyages) apparaissent comme des contextes pertinents, bien que limités à des morceaux agissant comme des références culturelles partagées intergénérationnelles. Ces musiques se doivent en effet d'être plus consensuelles et relèvent plus de l'ambiance confortable relevée plus haut. Ces écoutes s'inscrivent ainsi dans la posture « conservatrice » repérée plus haut.

D'autres enquêtés citent, *a contrario*, la capacité de la MFL à créer une ambiance festive lors de rassemblements, notamment au Québec. Dans ce contexte, les paroles et leurs significations ne sont pas toujours au centre de l'expérience, mais deviennent un support au partage de cette expérience collective où l'énergie, la convivialité et le sentiment d'appartenance à la communauté culturelle (et parfois politique) québécoise priment. Ici, l'effet d'entraînement (*follower*) peut être important, dans la mesure où la qualité textuelle ne nécessite pas forcément une appréciation esthétique, mais la recherche de la convivialité.

Dans ce cadre, les plateformes de streaming facilitent la construction de playlists adaptées à ces contextes. Les participants mentionnent des playlists, créées par eux-mêmes, dédiées aux trajets en voiture (voir 3.1) ou aux moments de détente à la maison. Les algorithmes de recommandation jouent ici un rôle d'agent moins dans la découverte que de redécouverte et réécoute de morceaux. Paradoxalement, certains participants regrettent dans ce cadre le manque de diversité dans les suggestions proposées par ces plateformes alors même qu'une certaine défiance reste présente quant à la qualité des algorithmes à suggérer de la « bonne » musique francophone. En effet, le paradoxe tient dans le fait que pour la majeure partie des enquêtés, l'intérêt

---

<sup>14</sup> *Cocooning*, *Gemütlichkeit* seraient des termes plus approchants, renvoyant tant à la notion de confort douillet qu'à la « paresse » favorisant une posture de refuge dans la sphère du déjà-connu (pour la musique et tout autre élément de la vie quotidienne).

<sup>15</sup> La récente mort de Karl Tremblay et les différents hommages ayant succédé à son décès est à prendre en considération, dans la mesure où l'enquête québécoise a été réalisée à l'été/automne 2024.

pour les MFL tient dans la réécoute et non la découverte de nouveaux morceaux (dont ils ne connaissent ni la mélodie, ni les paroles *a priori*). On pourrait faire ici l'hypothèse que cette défiance pourrait être levée par une meilleure exploitation du fond de catalogue des musiques québécoises et françaises relevant des « âges d'or » susmentionnés.

Ce faisant, les contextes d'écoute de musique francophone sont marqués par des besoins de régulation émotionnelle personnelle ou collective, que la dimension linguistique renforce. On assiste ainsi à une construction sociale de ce que seraient les musiques francophones, i.e. des musiques dont le lyrisme et la capacité de référence à un vécu commun sont de première importance. Cet ancrage socio-émotionnel distingue en effet les musiques chantées en français « sans intérêts » des musiques francophones aptes à être investies émotionnellement car déjà (re)connues.

### **2.3.2.2. Contextes « non propices » aux musiques francophones : un autre type de régulation socio-émotionnelle recherché**

Malgré son impact significatif sur les émotions et son rôle dans la transmission culturelle, la musique francophone rencontre des limites lorsque les individus la considèrent inadaptée à certains contextes et aux régulations émotionnelles afférentes. Ces moments sont notamment définis par des exigences spécifiques liées à la concentration, à la sociabilité ou aux types de motivation recherchée.

Dans les contextes nécessitant une concentration intense, tels que le travail ou les études, les paroles en français peuvent devenir une source de distraction et détourner l'attention des tâches en cours. Ce phénomène s'expliquerait par la compréhension immédiate des paroles, qui susciterait une analyse involontaire faisant décrocher les individus de leurs activités en cours. Il en est de même pour les « classiques » susmentionnées et les musiques francophones appréciées : cela produirait une confusion émotionnelle entre expérience vécue et expérience recherchée dans ce contexte, à savoir une expérience contrôlée à des fins de productivité. Subséquemment, les auditeurs déclarant apprécier écouter de la musique pour les aider à se concentrer sur leurs tâches préfèrent les musiques qui ne les perturberaient pas, ce qui exclut les MFL. Dans ce cadre, rares sont les enquêtés déclarant ne pas être gênés par les musiques chantées en français.

Dans les soirées festives ou les rassemblements, les paroles des chansons francophones peuvent parfois sembler inadéquates dans la mesure où les paroles seraient trop « absorbantes » ou nécessitant trop d'attention pour assurer la convivialité. Les participants recherchent alors des morceaux où le texte est secondaire et où le rythme prime afin de ne pas avoir, individuellement ou collectivement, à porter une attention trop forte aux paroles. Comme pour les environnements de travail, il s'agirait dans ces contextes de mettre la musique au second plan afin que les individus n'y portent trop d'attention. Dans ce cadre, la saisie immédiate et la compréhension des musiques en français pourrait perturber l'expérience collective en cours.

Ce faisant, les émotions recherchées dans certains contextes ne correspondent pas toujours à celles véhiculées par la musique francophone. Lors d'activités sportives, par

exemple, les auditeurs cherchent à maintenir un haut niveau d'énergie. Les morceaux francophones sont alors souvent associés à des contextes plus introspectifs ou distrayants, et non aux activités sportives.

Dans ces contextes les plateformes de streaming disposent de playlists thématiques, comme « Musique pour se concentrer » ou « Énergie pour le sport », qui incluent rarement des morceaux francophones, reflétant une préférence pour des genres plus « neutres » ou bien axés sur des sonorités, des rythmes ou de tempo. Ces playlists semblent peu utilisées individuellement (selon les enquêtés), mais se retrouvent pour autant diffuser par des entreprises dans ces salles de sport ou dans les cafés pour travailler (au Québec).

Ainsi, un paradoxe semble apparaître : les mêmes musiques francophones pourraient être pertinentes toutes aussi qu'importunes dans des situations similaires ou interchangeables. De fait, ce pseudo-paradoxe se résout dès lors que l'on prend en compte la combinaison des dimensions que sont le contexte d'écoute et la régulation émotionnelle recherchée afférente.

## **2.4. Étude de cas de contextes spécifiques**

### **2.4.1. La voiture comme sphère de l'intime**

La voiture apparaît comme l'un des contextes spatio-temporels majeurs pour l'écoute de musique dans la vie quotidienne ou des moments plus exceptionnels (voyages, vacances).

Plusieurs participants indiquent que dans leur vie, la voiture était l'endroit où leurs parents mettaient la radio généraliste ou des cassettes/CD. Par exemple, Damien (30 ans, Fr) mentionne encore aujourd'hui écouter France Inter ou Jazz Radio sur de courts trajets ; Valérie (57, Fr) explique qu'elle utilise parfois la radio Espace Musique pour découvrir fortuitement des morceaux francophones. D'autres, comme Maxime (22, Fr), préfèrent Skyrock ou Funradio (France).

En parallèle, la lecture de CD demeure présente chez certains, peu importe leur âge, attachés au matériel physique et à l'écoute d'une œuvre « complète », c'est-à-dire un album : Antoine (19, Qc) a un lecteur CD en voiture et y glisse souvent des disques francophones d'Offenbach, Daniel Bélanger, ou encore des compilations Nostalgie. Un certain nombre de répondants (par ex. Sébastien [44, Qc], François [30, Fr]) racontent être passés du CD aux clés USB ou aux disques durs externes, avant de migrer progressivement vers le streaming.

Le streaming apparaît comme la norme la plus répandue parmi les plus jeunes répondants. Romane (24, Fr) utilise Deezer via son téléphone branché en Bluetooth ; Maude (18, Qc), Apple Music ou Spotify, selon les comptes familiaux disponibles. Quelques participants (par ex. Sébastien, 44, Qc) se plaignent que la radio FM ne correspond pas à leurs goûts et préfèrent la personnalisation du streaming en voiture, qu'ils contrôlent via l'écran tactile ou la commande vocale. Ainsi, le niveau d'équipement du véhicule façonne en partie la probabilité de recourir à la musique francophone : ceux qui n'ont pas un système modernisé se contentent de la radio (et

ses quotas francophones, au Québec comme en France) ou de vieux CD (souvent francophones, achetés localement).

La fonction la plus unanimement relevée reste le divertissement : les trajets en voiture agissent comme un espace-temps souvent monotone (trajet domicile-travail, courses, longs voyages), et la musique vient briser cet ennui. Plusieurs enquêtés soulignent que la musique francophone peut jouer un rôle d'entrain quand elle est rythmée (par ex. IAM ou NTM pour Maïté [44, Fr] ou encore Souldia pour Mireille, [29, Qc]).

Romane (24, Fr), Brigitte (66, Fr), Fanny (20, Fr) et d'autres insistent sur le plaisir de chanter en voiture. La langue française facilite la mémorisation et donne envie d'entonner ces chansons dans cet espace intime. Romane déclare par exemple qu'elle met du rap français ou de la variété qu'elle connaît par cœur pour s'amuser à chanter ; Clodia (36, Qc) mentionne qu'elle aime les « classiques des années 90 francophones » pour vocaliser sur tout le trajet. Dans ces cas-là, le confort linguistique (compréhension instantanée et pré-connaissance des paroles) rend la chanson francophone idéale pour chanter, y compris des chansons qui ne font pas partie de leur répertoire actuel de goût musicaux (notamment pour ceux n'ayant pas une pratique quotidienne de la voiture).

Au-delà du chant et de l'enthousiasme, la voiture peut viser la relaxation, surtout sur longs trajets. Quelques enquêtés, comme Maxime (22, Fr) ou Solène (28, Fr), préfèrent alors de la musique « chill », voire francophone « douce » (folk, pop douce) pour baisser le stress routier. On pourrait croire que la musique francophone y serait moins prioritaire, mais certains y trouvent un « confort culturel » (ex. chansons traditionnelles ou balades locales).

Pour plusieurs Québécois, la route vers « le chalet » (souvent synonyme d'une fin de semaine en dehors de la ville) ou le retour en région s'accompagne volontiers de chansons francophones folkloriques ou d'artistes qu'ils associent à la « fierté locale ». Bruno (37, Qc) relate par exemple qu'avant la Saint-Jean, ou quand il se rend en Abitibi, il apprécie mettre des Cowboys Fringants, Paul Piché, Jean Leloup. Nolan (34, Qc) signale faire de même en retournant vers sa famille.

Josée (40, Qc), Clodia (36, Qc) et d'autres décrivent la voiture comme l'endroit propice où l'on fait rejouer les « vieux » albums francophones (Les BB, Les Colocs, Harmonium) connus depuis l'adolescence. Chanter, se rappeler des souvenirs, se projeter dans une ambiance qu'on appréciait jadis.

On note donc ce motif nostalgique et intime très prononcé : la voiture est un cocon où la personne s'autorise un répertoire vieilli, parfois jugé kitsch en public. Plus d'une personne admettent écouter certaines « vieilleries » dans leurs voitures, tout en n'osant pas le faire en soirée entre amis. La compréhension immédiate offre un atout aux chansons en français : on peut chanter ou réagir aux paroles, la route devenant un moment de performance vocale.

Enfin, de nombreux répondants (par ex. Josée [40, Qc], Bruno [37, Qc]) mentionnent que lorsque les enfants sont présents, la musique enfantine ou la pop « familiale » (éventuellement francophone) s'impose. Ainsi, la présence d'enfants encourage parfois la mise en route de musiques francophones « ludiques ». À l'inverse, avec des adolescents, il peut y avoir un rejet du francophone (développement des goûts

personnels), ou la découverte intergénérationnelle, par exemple, de rap francophone (ex. IAM, FouKi).

Quand la voiture est partagée, la musique francophone peut être négociée : si tout le monde apprécie un artiste francophone, le groupe s'accorde à le diffuser, unissant l'atmosphère. Sinon, l'anglophone « passe-partout » l'emporte. Solène (28, Fr) et Romane (24, Fr) disent qu'avec leurs amis, elles vont mettre du rap francophone pour « ambiancer » le groupe, sinon elles passent sur de la pop US plus consensuelle. On voit un usage plus « démocratique » où la francophonie n'est sélectionnée que si elle fait consensus.

La plupart des participant·e·s, quand ils se trouvent seuls en voiture, s'autorisent plus librement leurs préférences « inavouables » ou nichées. Clodia (36, Qc) y chante Les BB ou René Simard, Bruno (37, Qc) y met du métal francophone, Maude (18, Qc) écoute du rap français « plus cru ». Les passagers ne sont plus là pour juger. D'autres utilisent la voiture seule pour explorer les suggestions de rap francophone.

Ainsi la contrainte spatio-temporelle de la voiture impliquerait la mobilisation de ressources relevant surtout de la sphère de l'intimité : la transmission auprès des proches (conjoint·s/amis/enfants), le chant « libéré » des contraintes sociales, etc. La voiture se dresse comme un espace-temps mobile et intime, propice à l'écoute de playlists (ou de la radio), et comme un espace-temps multifonctionnel « contrôlé » — divertissement, chant, nostalgie — où la place qu'occupe la francophonie dépend des préférences personnelles, disponibilité technique, contexte social et patrimoine musical. La voiture n'est donc pas seulement un mode de déplacement ou un lieu de transit, mais une extension du domaine de l'intimité (« sa voiture, ses règles musicales »). La voiture articule ainsi deux postures qui pourraient sembler antinomiques, à savoir celles du digger et du conservatisme. Elle permet autant de se concentrer sur des goûts personnels et inavoués pouvant subir la réprobation sociale que sur l'approfondissement d'un artiste ou d'un genre musical, que celui soit découvert ou redécouvert.

## **2.4.2. Le domicile comme espace privé partagé**

Une minorité d'enquêtés, principalement plus âgés (ex. Luc, France, Valérie), déclare utiliser encore la radio FM ou les webradios à domicile pour avoir un fond musical (Stingray, Espace Musique, Chérie FM, etc.). Chez Luc, la musique d'ambiance se fait via le câble « Pop Adulte » ou Stingray, diffusant un mélange d'anglais et de francophone mainstream. D'autres (ex. Brigitte, Romane) laissent parfois la radio en cuisine, ce qui peut amener fortuitement de la chanson francophone sur Rythme FM ou sur des stations locales.

La télévision musicale (ex. MusiquePlus ou M6) est peu mentionnée par les enquêtés dans leurs pratiques actuelles, hormis dans certains souvenirs de l'adolescence. Très peu de répondants (par ex. Hermine [22, Fr], Geneviève [56, Fr]) disent encore mettre des chaînes TV de clips à la maison ; la plupart est passée au streaming.

La musique au domicile, contrairement à d'autres contextes, pourrait bénéficier d'une « vraie » écoute active grâce aux dispositifs sonores adéquats. Ici, la musique francophone se rattache souvent à un usage « culturel » et non seulement distractif :

on savoure un album, on s'intéresse aux textes. Nolan (34, Qc) précise qu'il aime comprendre la poésie de Kio Pelgag, plus intensément qu'il ne le ferait en streaming.

D'autres, comme John (28, Qc) réservent cette écoute « intellectuelle » aux albums rares ou « concept » (rap « à texte », rock prog francophone). On observe ici que la langue est particulièrement valorisée : c'est précisément pour prêter attention aux mots qu'ils mettent un album francophone sur ces dispositifs. De plus, pour les Québécois ayant un fort bagage identitaire (ex. France, Charlene, Bruno), l'acte d'écoute active d'un album local se double d'une fierté ou d'une nostalgie intense.

Le « retour du vinyle » se manifeste chez plusieurs hommes - plus que chez les femmes - notamment Nolan (34, Qc), François (30, Fr), Antoine (19, Qc), Xavier (30, Qc), Damien (30, Fr), John (28, Qc). Tous soulignent la spécificité de l'écoute vinyle : un moment plus posé, plus « noble », souvent réservé à une écoute active et attentive (on s'assoit dans le salon, on lit la pochette). C'est parfois là que la musique francophone de « l'âge d'or » refait surface. John mentionne aimer acheter des vinyles de groupes francophones obscurs (rock progressif des années 1970) qu'il fait jouer lors de soirées à thème. Nolan (34, Qc) « retrouve » parfois un album de Beau Dommage ou d'Harmonium dans un bac de vinyle de seconde main et s'y adonne le week-end. Dans ce cadre, la musique francophone se rattache souvent à un usage nostalgique mais aussi une pratique distinctive : on manipule l'objet, on écoute de manière ritualisée un *album* culte (Harmonium, Offenbach, etc.)

Pour la grande majorité (Romane, Laurence, etc.), le streaming se pose comme l'outil principal d'écoute domiciliaire. Les haut-parleurs Bluetooth portables (mais pas nécessaire des enceintes intelligentes) sont baladés de la cuisine au salon. L'unanimité se fait sur la simplicité d'accéder à toutes les musiques dans tous les espaces.

Les possédant des abonnements familiaux rappellent la nécessité de compromis au sein de la famille ou du couple. D'autres notent, comme Josée (40, Qc) ou Maïté (44, Fr), qu'ils se sont passés d'un plan payant un temps et n'écoutaient que la version gratuite (avec publicités), ce qui pouvait casser l'ambiance.

Le scénario le plus souvent mentionné est la présence continue de musique en trame de fond, surtout lors de la cuisine, du ménage, ou des activités domestiques. Océane (30, Qc), Fanny (20, Fr), Romane (24, Fr), Solène (28, Fr) et bien d'autres décrivent qu'ils lancent systématiquement de la musique sur l'enceinte en cuisinant ou rangeant. Les uns recourent à des playlists « random », d'autres, comme Clodia (36, Qc), préfèrent la playlist « nostalgie des années 90 francophone » pour chanter tout en faisant le ménage.

Dans ce cadre, la musique francophone peut occuper un rôle de « chanson qu'on connaît par cœur, qui motive et qu'on fredonne ». Maude (18, Qc) déclare qu'elle aime mettre du rap français plus énergique pour se dynamiser lors de ses corvées, s'il n'y a pas d'autres occupants. À l'inverse, ceux qui jugent la langue française trop envahissante ou « intellectuellement mobilisatrice » (par ex. Sébastien, John) évitent le francophone pour un usage de « fond » : ils préfèrent l'anglais ou l'instrumental, craignant d'être distraits par le sens des paroles.

Plusieurs participants soulignent que chanter (souvent faiblement, parfois à tue-tête) les aide à mieux vivre les tâches quotidiennes. Laurence (51, Fr), Hermine (22, Fr), Mireille (29, Qc) confient qu'elles entonnent la chanson quand la maison est vide ou au contraire, quand la famille aime l'esprit convivial. Dans ce cas, la compréhension des paroles en français accentue le plaisir d'interprétation.

Le domicile reste un espace de compromis pour de nombreux enquêtés : Damien (30, Fr) note qu'il met du rock francophone pour plaire à sa partenaire qui n'aime pas le métal. Josée (40, Qc), ayant un enfant, concède qu'elle diffuse parfois des comptines en français, alternant avec du pop anglophone pour varier.

Chez certains, comme Bruno (37, Qc), la conjointe n'apprécie pas trop le rap québécois, il l'écoute donc seul au casque. Les goûts divergents imposent un tri : on choisit un style neutre (instrumental, disco, pop US) quand le couple se retrouve, ou alors on bascule vers la francophonie « à texte » seulement en moment solitaire. Ainsi, la langue peut être un objet de négociation de l'espace musical du quotidien, différents dispositifs pouvant être utilisés selon les circonstances et le type de musique voulant être écouté.

Dans certains foyers, les enfants/ados « imposent » leurs goûts musicaux. Valérie (57, Fr) mentionne que si ses ados branchent l'enceinte, elle se retrouve avec du rap US, et la musique francophone est mise à l'écart. D'autres, relatent une influence inverse : un enfant initié à des chansons francophones via l'école maternelle ou la garderie, apportant des refrains qu'on finit par diffuser en famille (Henri Dès en France, Passe-Partout au Québec).

Enfin, depuis l'épidémie de COVID-19 et l'instauration du télétravail, plusieurs enquêtés — Sébastien (44, Qc), François (30, Fr), Florian (30, Fr) — distinguent le bureau à domicile, où l'on travaille devant l'ordinateur, de l'espace commun (salon/cuisine). Au bureau, on cherche souvent de la musique « non intrusive ». Pour eux, les musiques francophones peuvent être trop distrayantes (ils suivent inconsciemment les paroles) tandis que d'autres, au contraire, jugent les musiques instrumentales comme ennuyeuses et préfèrent la pop/rock qu'ils connaissent par cœur (ex. Jean Leloup).

Ce faisant le domicile, contrairement à la voiture, est un contexte spatiotemporel où de nombreux contextes d'écoute coexistent et se superposent : tâches domestiques, lieu de vie partagé et parfois lieu de travail. Des dispositifs mobiles légers (enceintes Bluetooth) et individuels (casque) aux installations jugées plus qualitatives (vinyle), le domicile semble être lieu de la plus grande pluralité et de diversité d'écoute dans la mesure où cette diversité est fonction des activités qui y sont menées. La répartition des espaces (salon, cuisine, bureau) et des activités qui y sont associées influencent très directement la manière dont on écoute la musique. Le domicile reste un lieu de négociation des choix musicaux dépendamment des individus y résidant (conjoint, enfants, colocataires) ou qui y passent (amis, famille, etc.). Enfin, on constate l'importance du streaming (et moindrement du vinyle) tandis que les radios musicales semblent n'y être utilisées que par les enquêtés les plus âgés de l'échantillon.

Ici les 3 postures se retrouvent dépendamment des temps de vie plus ou moins sociaux de la quotidienneté. C'est encore une fois le type de régulation socio-émotionnelle recherchée qui oriente les formes d'écoute.

### 2.4.3. Le lieu de travail, espace de consensus (et d'individuation)

Le travail, qu'il soit effectué à domicile ou au bureau, est un contexte où l'écoute de musique joue un rôle particulièrement important selon la nature des tâches et le contexte social. Pour une majorité, l'écoute de musique en français en contexte de travail est plus délicate car la dimension linguistique - et la saisie des paroles - peut être perçue comme intrusive. D'autres s'accommodent parfaitement de la musique francophone pour se motiver ou s'isoler mentalement.

Nombre d'enquêtés travaillant en entreprise ou en espace partagé déclarent utiliser des écouteurs ou un casque afin de ne pas gêner leurs collègues ou leur environnement familial pour ceux travaillant à domicile. Par exemple, Damien (30, Fr) explique qu'il passe ses journées devant un ordinateur dans un bureau semi-ouvert : la direction tolère la musique, mais via casque seulement. La musique permet alors la création « d'une bulle » (Hanrahan, op. cité) dans laquelle les auditeurs s'isolent afin de se concentrer sur leurs tâches. C'est la nature de ces tâches qui dictent, selon les enquêtés, alors la possibilité d'écouter de la musique francophone : les tâches nécessitant une concentration élevée, comme la rédaction, l'analyse ou la planification sont souvent jugées incompatibles avec les musiques francophones, ces dernières faisant justement « décrocher » la grande majeure partie des auditeurs.

Dans des cas plus rares, la musique est directement diffusée sur des enceintes collectives dans les ateliers et magasins. Dans ce cadre, c'est la destination du lieu qui conduit à l'écoute ou non de musiques francophones : les lieux d'accueil de clientèle font l'objet d'une sélection de la direction pour donner une ambiance, tandis que les ateliers partagés font l'objet d'un pseudo-consensus entre les travailleurs.

La musique au travail reste utilisée pour réguler l'humeur (des travailleurs ou des clients) et maintenir un état émotionnel favorable à la productivité (ou à la consommation). Les auditeurs-travailleurs recherchent alors des morceaux qui stimulent sans être trop engageants émotionnellement. Pour tous les enquêtés, la musique doit être là, mais ne pas déranger ou, mieux, permettre une concentration supérieure.

Enfin, bien que sporadiquement, le lieu de travail, s'il est collectif, peut être un lieu de découvertes musicales sociales plus qu'algorithmiques : les discussions avec les collègues semblent plus appropriées que la découverte via les plateformes, dans la mesure où l'environnement musical est particulièrement contrôlé par les auditeurs à des fins de concentration.

Cette sphère est ainsi celle où le *following* (l'effet d'entraînement) se distingue le plus : On suit les playlists que l'on a déjà produit ou que l'on sait apprécier à des fins de productivité sans nécessairement s'arrêter sur ces composantes, on suit les recommandations des collègues ou bien l'on s'accommode de de l'ambiance musicale propre à son lieu de travail.

## 2.4.4. Conclusion

Ce volet de l'enquête permet de mettre en évidence l'importance de la transmission familiale dans l'appropriation de la musique francophone dès l'enfance. Les entretiens montrent que, même lorsque les parents n'écoutent pas spécifiquement de chanson francophone, les enfants et adolescents y sont tout de même exposés et socialisés grâce à un entourage élargi. Un « âge d'or » de la chanson (à texte ou du rap), aussi bien en France qu'au Québec, se dessine ; il correspond souvent à des artistes emblématiques (Brassens, Leclerc, IAM, Diam's, Leloup, Cowboys Fringants), reconnus comme des souvenirs d'enfance ou une référence commune (générationnelle ou communautaire notamment au Québec).

À l'adolescence survient une socialisation secondaire portant sur le développement de goûts en propre et l'exploration de nouveaux horizons. À ce stade, s'opèrent aussi des ruptures : si certains y découvrent les musiques anglophones, d'autres se dirigent vers des styles francophones plus modernes (rap, chanson engagée). Le caractère spécifique de la langue, parfois valorisé (lyrisme), parfois rejeté (ringardise), y joue un rôle déterminant : si la musique francophone n'a pas la caution de la nouveauté ou du prestige d'un genre étranger, elle peut être provisoirement mise de côté. Au reste, la socialisation par les pairs reste essentielle pour ceux qui, n'ayant pas baigné dans la culture ou la musique francophone à la maison, découvrent malgré tout des artistes locaux grâce à leurs entourages.

À l'âge adulte, les pratiques d'écoute de la musique francophone se stabilisent en trois postures : certains continuent de creuser, via les plateformes - qui apparaissent comme des outils essentiels - le répertoire francophone (« diggers »), d'autres se contentent de se laisser porter par des découvertes aléatoires (les « followers »), tandis qu'une partie demeure attachée à un socle restreint d'artistes (francophones ou non), qu'elle réécoute sans chercher de nouveautés (les « conservateurs »). Dans tous les cas, la langue française n'est pas un simple support esthétique : l'attention aux paroles et aux qualités d'écriture est une pratique en soi. Cette attente de « qualité » peut rendre la chanson francophone plus exigeante à écouter selon les enquêtés, et donc conduire certains à la délaissier pour des genres instrumentaux ou anglophones jugés moins invasifs.

De plus, la pluralité des contextes d'écoute repérés dans les entretiens indique des usages différenciés de la musique : la musique francophone peut être privilégiée en voiture pour chanter, mise de côté au travail par crainte d'être trop distrait, réinvestie au domicile pour retrouver un sentiment de cocon, etc. Au Québec, une sorte de « patriotisme musical » semble valoriser la MFL, même si cela reste ambivalent dans la mesure où les statistiques de consommation ne reflètent pas ce discours. En France, cet enjeu est moins politique et se cristallise plutôt dans l'opposition entre une variété jugée trop commerciale et une musique « à texte » (chanson, rap) perçue comme plus authentique. Malgré ces nuances, tous évoquent que la langue française, plus que l'anglais ou toute autre langue, intensifie les processus émotionnalisés d'écoute. La persistance des répertoires francophones, y compris chez ceux qui ne les écoutent pas régulièrement, témoigne d'une imprégnation durable, formée dès l'enfance et réinvestie partiellement à l'âge adulte. La musique (francophone ou non) apparaît au travers de cette étude de première importance pour contrôler, réguler et gérer ces émotions selon la pluralité des contextes.

Enfin, un contexte « non-propice » à la musique francophone semble avoir disparu par rapport aux dernières enquêtes menées sur les pratiques d'écoute au Québec (Roberge et al., 2018 ; Jamet, 2021), à savoir celui des transports en commun. En effet, dans ces deux enquêtes, les auditeurs indiquent ne pas écouter de musique francophone dans les transports en commun, insistant sur la difficulté de pouvoir se plonger dans les paroles dans ce contexte. Cet élément semble avoir disparu sans que nous puissions conclure quant aux raisons de cette disparition. Deux hypothèses peuvent toutefois être avancées. La première, plutôt techniciste, impliquerait que la qualité des dispositifs d'écoute, et notamment les casques à réduction de bruit, permettrait l'attention requise aux paroles. La seconde hypothèse, plutôt sociologique, serait que la régulation socio-émotionnelle propre aux musiques francophones serait devenue « acceptable » pour les auditeurs dans ce contexte particulier, à savoir un environnement fermé avec une potentielle grande densité de population.

Au final, cette première partie permet d'apporter deux résultats de première importance. En premier lieu, les attachements à la musique francophone sont profondément inscrits dans une construction sociale de la manière d'écouter celle-ci : l'expression en langue française semble devoir correspondre à des qualités de lyrisme qui n'est pas recherchée par ailleurs.

En second lieu, la musique (francophone ou non) est profondément intriquée dans la vie quotidienne tant pour appareiller les différents contextes sociaux et spatio-temporels (De Nora, 2000) que pour fournir une certaine stabilité émotionnelle. Comme suggéré plus haut, les 3 postures (digger, follower, conservateur) correspondent moins à des traits de personnalités qu'à des régimes de pratiques mobilisables selon le contexte et le type de régulation émotionnelle recherchée. À cet égard on constate que les musiques francophones sont mobilisables différemment : que cela soit l'exploration dans un cadre intime dans lequel le chant est « permis » ou bien le cadre de travail, il semble que ce soit autant le goût des enquêtés que les contraintes socio-émotionnelles des contextes d'écoute qui permettent (ou non) l'utilisation de musique francophone. Le statut particulier de la textualité et du lyrisme des musiques francophones, que tous les individus reconnaissent s'exerce donc dans les contextes sociaux et émotionnels précis<sup>16</sup>.

Il s'agit donc, à partir de ces résultats, d'étudier les contextes et la manière dont les individus découvrent la musique sur les plateformes afin d'établir si, comme pour l'écoute, les musiques francophones jouissent ou non d'un statut particulier.

---

<sup>16</sup> Il s'agira de confirmer ou infirmer cette hypothèse en comparant le rapport aux musiques chantées dans la langue locale dans d'autres cultures linguistiques. Il semble en effet que cette corrélation : langue chantée/contexte/régulation émotionnelle ne se rencontrent pas dans les cultures hispanophones ou anglophones- avec la même force. Cette question dépasse de loin le mandat de cette recherche, mais permettrait d'explicitier une partie des résultats obtenus dans cette étude.

## 2.5. Pratiques et contexte de découverte

Dans cette troisième partie, nous nous intéressons aux modalités par lesquelles les abonnés aux services de streaming « découvrent » la musique, c'est-à-dire les contextes et les outils qui les mettent en contact avec des musiques qu'ils ne connaissaient pas. Nous commençons par décrire la pluralité des contextes de découverte, avant de montrer la quasi-absence de spécificité des pratiques de découverte de musique francophone.

### 2.5.1. Une grande diversité des pratiques de découverte

Avant d'analyser les pratiques de découvertes, il convient de rappeler que celles-ci ne constituent pas l'épicentre de l'écoute musicale.

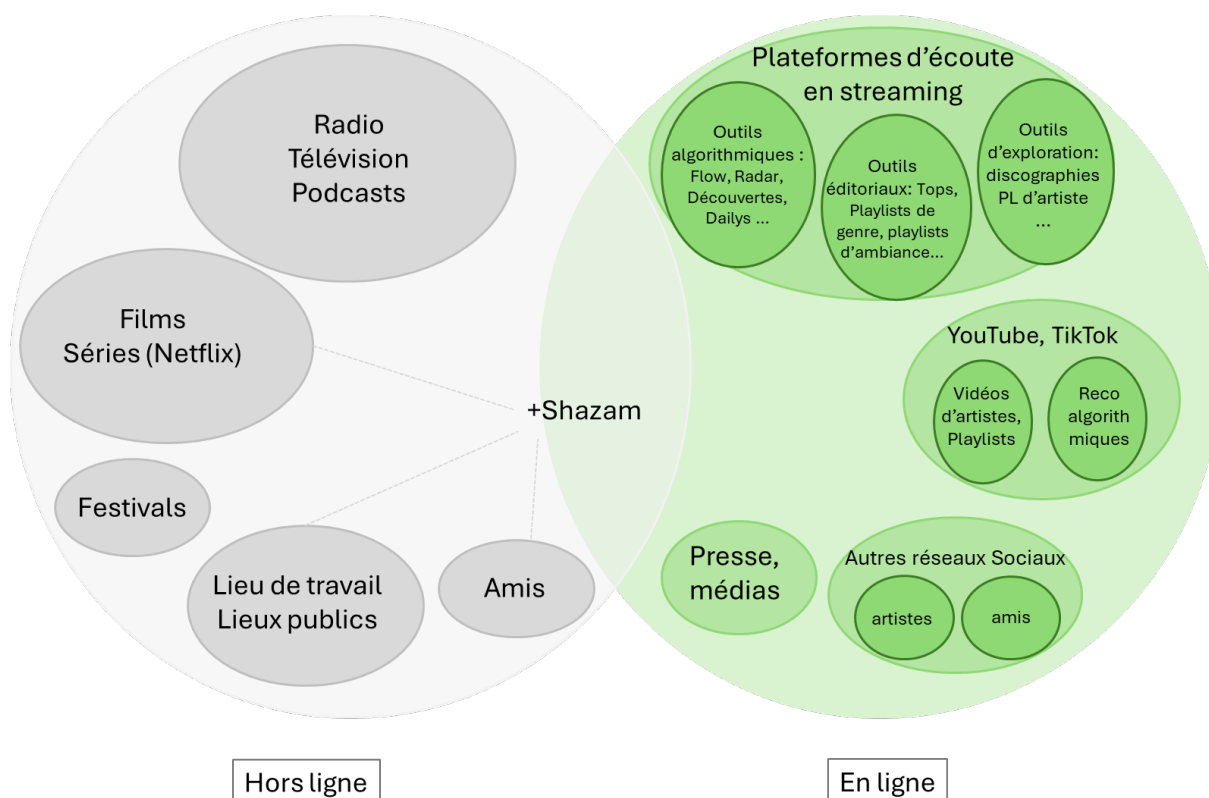
En premier lieu, les travaux sur le streaming montrent que, bien que les plateformes mettent en avant de multiples outils de découverte, la très grande majorité des écoutes relèvent de l'écoute organique, c'est-à-dire des musiques choisies et stockées par les utilisateurs ; autrement dit, en streaming comme dans les systèmes sociotechniques précédents, les auditeurs écoutent avant tout « leur » musique (Beuscart et al., 2019 ; Villermet et al., 2021). Cela ne signifie pas que les recommandations, algorithmiques ou éditoriales, ne jouent pas un rôle important dans les découvertes ; mais elles ne pilotent pas la majorité des écoutes.

En second lieu, le terme de « pratique de découverte » est, en réalité, souvent un peu excessif. Si la découverte est une notion consensuelle, utilisée tant par l'industrie musicale que les pouvoirs publics, et qui fait sens pour les consommateurs, elle ne correspond pas nécessairement toujours à des habitudes fixes et identifiées (Beuscart, 2017). Seuls les auditeurs les plus intensifs décrivent des moments dédiés à la découverte, au cours desquels ils déploient des pratiques et des stratégies spécifiques d'exploration. La plupart d'entre eux découvrent des musiques au cours d'autres activités, en passant ; les découvertes reposent alors sur les contextes médiatiques dans lesquels ils évoluent, et sur les formes d'« attention oblique » portées à la musique écoutée. Plus que des activités de découverte proprement dite, les interviewés développent, plus ou moins consciemment, des environnements musicaux qui les mettent régulièrement en contact avec des musiques nouvelles ou qu'ils identifient comme telles. Dans notre enquête, nous recueillons donc des discours rétrospectifs sur les découvertes, dans lesquels les personnes expliquent – dans la mesure du possible – dans quels contextes et à travers quels canaux d'écoute ils sont entrés en contacts avec de nouveaux morceaux de musique ; et, le cas échéant, quels gestes ils font pour que ce phénomène se produise régulièrement.

Le premier constat de notre enquête, en ligne avec les travaux existants, est celui de la forte diversité des canaux de découverte chez l'ensemble des utilisateurs. Même si, pour les auditeurs que nous avons rencontrés, l'essentiel de l'écoute musicale passe par un site de streaming, c'est moins le cas de la découverte. Le schéma ci-dessous (Figure 2.1) récapitule l'essentiel des outils cités dans les entretiens : outils de la plateforme de streaming, algorithmiques ou non, autres outils en ligne, canaux de

découverte hors-ligne. La plupart des utilisateurs, québécois comme français, combinent une variété de canaux de découverte hors-ligne et en ligne.

Figure 2.1 : les modes de « découverte » mentionnés par les enquêtés



Les utilisateurs français de Deezer sont nombreux à utiliser le « Flow », outil phare de la plateforme qui fournit un flux algorithmique articulant musiques connues et découvertes. L'outil est apprécié, dans l'ensemble, pour sa capacité à proposer des titres nouveaux mais proches des goûts. Certains utilisateurs, moins nombreux, explorent également régulièrement les playlists algorithmiques personnalisées de « découverte » et de « nouveautés ». Au Québec, où Spotify est plus présent, les playlists par genre ou les *Dailymix*, semblent être utilisés régulièrement pour être exposés à des contenus proches des goûts des utilisateurs.

Les outils non-algorithmiques des plateformes sont également très souvent mentionnés. Beaucoup d'auditeurs disent visiter régulièrement ou occasionnellement les playlists de « top » ou de « nouveautés » (Top France, nouveautés France, Top Monde, etc.). Certains ont recours aux playlists d'ambiance ou de genre musical. Beaucoup mentionnent aussi naviguer grâce aux outils d'exploration plus ciblés tels que les « 100% artistes », les discographies d'un artiste, etc.

YouTube est un outil d'exploration complémentaire important, très souvent mentionné. Pour certains, il s'agit d'explorer les univers visuels des artistes, de regarder les vidéos

musicales ; pour d'autres c'est un mode de découverte et d'exploration musicale, dont ils laissent tourner les algorithmes, les playlists d'artistes ou de genre. Dans une moindre mesure, pour les plus jeunes, TikTok joue un rôle similaire de sérendipité. En complément, pour certains, les réseaux sociaux permettent de suivre l'actualité de quelques artistes au cœur des écoutes ; dans ce cas, il s'agit d'un nombre limité d'artistes auxquels on est très attaché. Parfois, les réseaux sociaux permettent de voir ce qu'écoutent les amis, mais l'usage est très minoritaire et peu important dans les pratiques de découverte.

La lecture d'articles et l'écoute de podcasts musicaux sont rares et très liées au capital culturel élevé de certains interviewés. En revanche, la radio et la télévision - bien qu'en diminution - jouent encore un rôle important dans la mise en contact avec les nouveautés ; ils sont cependant moins souvent mentionnés par les usagers plus jeunes. Les films, et plus encore les séries, sont également une source de nouveautés pour beaucoup d'usagers ; la découverte repose sur l'utilisation de Shazam pendant le visionnage, puis sur l'ajout des chansons découvertes sur Deezer (ou Spotify). Shazam est également très souvent mobilisé pour capitaliser des musiques entendues au travail, dans des lieux publics, chez des amis.

Enfin, les pairs jouent un rôle d'alimentation musicale qui diminue fortement avec l'âge. Au collège, au lycée, et dans une moindre mesure durant les études, les pairs constituent une source cruciale d'exploration musicale ; elle se réduit ensuite drastiquement. Les adultes installés mentionnent, pour les plus passionnés d'entre eux, quelques amis avec lesquels ils ont des conversations dédiées à la musique ; mais, pour l'essentiel, ils estiment que les goûts de leur entourage diffèrent des leurs et sont peu à même d'alimenter leurs découvertes.

Cette description permet, dans un premier temps, de situer les enjeux proprement algorithmiques de la découvrabilité. Ils concernent deux types d'outils, les playlists algorithmiques des plateformes de streaming audio, personnalisées ou non, et les algorithmes de recommandation de YouTube et TikTok. Ces outils sont largement utilisés, notamment YouTube, et dans l'ensemble appréciés, mais ils s'inscrivent, pour tous les utilisateurs, dans un écosystème de découverte plus large, pluriel, fait d'une combinaison de canaux en ligne et hors ligne, aux ressorts variés.

## **2.5.2. Pratiques de découvertes mixtes et numériques**

Aucun utilisateur n'est donc attaché à un mode de découverte unique. La question qui se pose alors, du point de vue de la découvrabilité, est celle de la pondération des différents modes de découverte chez les utilisateurs. L'enjeu des algorithmes des plateformes sera d'autant plus important si, même situé dans un éventail de pratiques médiatiques diversifiées, ils occupent une place centrale dans les découvertes. L'enquête permet de préciser ce point, puisque nous avons interrogé les auditeurs sur leurs sources de découvertes, et les avons systématiquement relancés sur l'usage ou non des différentes sources mentionnées le plus fréquemment par l'ensemble des interviewés (que cela soit des sources connues, utilisées ou ayant été utilisées).

De ce point de vue, l'enquête montre une continuité entre deux profils : d'un côté des utilisateurs numériques, dont les découvertes viennent essentiellement des

plateformes numériques, et de l'autre des profils mixtes, dont les nouveautés proviennent de sources hors-ligne autant qu'en ligne.

Pour une partie des utilisateurs, les découvertes passent principalement par la combinaison d'une plateforme de streaming, Deezer ou Spotify, et de YouTube (éventuellement TikTok). Ils mentionnent les plateformes de streaming audio et vidéo comme les lieux de toutes leurs explorations et recommandations musicales. C'est le cas par exemple de Solène, (28, Fr), qui dit découvrir de la musique principalement sur YouTube et en explorant Deezer ; ou d'Hermine, (22, Fr), dont les découvertes sont issues de TikTok et de la navigation dans les playlists de nouveautés de Deezer ; ou encore de Damien (30, FR), qui explique que, selon les périodes, ses découvertes viennent plutôt de YouTube ou plutôt de Deezer. Cette combinaison des deux formes de streaming est centrale pour une partie des interviewés, en général plutôt jeunes (30 ans ou moins), même si on observe des exceptions : Brigitte, (66, Fr), estime que toutes ses découvertes viennent de Deezer.

Au niveau québécois, Charlene (24, Qc), utilisatrice de Spotify, est constamment à la recherche de nouveautés pour agrémenter ses listes de lecture existantes et s'appuie largement sur les radios Spotify basées sur des artistes et des chansons « coup de cœur » afin de découvrir de nouveaux contenus.

Notons que, si elle est centrée sur les plateformes numériques, la découverte décrite par des usages reste plurielle, elle n'est pas dépendante d'un seul outil algorithmique. Sur YouTube, ils explorent des univers d'artistes et suivent des recommandations, tout autant qu'ils laissent tourner l'algorithme ; sur Deezer, ils accueillent les découvertes du « flow », mais explorent aussi des contenus partiellement ou intégralement éditorialisés tels que les tops, les playlists d'ambiance, les « sorties radar », les discographies d'artistes, etc. Ainsi Eloïse (28, Fr), qui écoute beaucoup de rap français, explique qu'elle suit les « featuring » des artistes qu'elle aime pour en découvrir de nouveaux, de proche en proche ; elle utilise aussi la fonctionnalité de Deezer « fresh list de », consistant à fournir une playlist de morceaux d'artistes proches d'un artiste aimé. Maxime (22, Fr) lance le « flow » de Deezer quand il est lassé de ses propres playlists, puis parcourt les playlists éditoriales de rap, ainsi que celles fabriquées par d'autres utilisateurs ; Solène (28, Fr) dit « creuser » sur Deezer, quand elle en a le temps, pour découvrir qui sont vraiment les artistes apparus dans son « flow ». Charlene (24, Qc), qui utilise aujourd'hui surtout l'outil « radio liée à [tel artiste ou chanson] » pour faire de nouvelles découvertes a pendant longtemps utilisé également les « Daily mix » sur Spotify et les recommandations de YouTube, mais qui aujourd'hui, ne la satisfait plus.

Pour les autres utilisateurs, plus nombreux dans notre échantillon, les découvertes proviennent d'une variété de sources numériques et non-numériques. Outre les outils de la plateforme de streaming, presque toujours mentionnés, les auditeurs s'appuient sur une combinaison de médias, de réseaux sociaux et d'outils numériques. Geneviève (56, Fr)) explique ainsi délaisser, en ce moment, les recommandations de Deezer car elle a l'impression de « tourner en rond » ; elle explore en revanche les discographies des artistes qui l'intéressent, navigue sur YouTube, sur SoundCloud, et regarde les émissions musicales d'Arte. Romain (22, Fr) dit s'appuyer sur le « flow », les pages d'artistes sur Deezer, Shazam en toutes situations, des amis et des artistes qu'il suit sur les réseaux sociaux. Sylvain (36, Fr) mobilise le « flow » de Deezer, y

explore les discographies d'artistes, passe du temps sur YouTube à chercher des artistes, écoute des radios musicales, utilise souvent Shazam pour les titres entendus à la radio ou dans des lieux publics, suit de artistes sur les réseaux sociaux, parcourt la presse musicale en ligne. Sébastien (44, Qc) découvre de nouveaux artistes essentiellement via ses médias sociaux et ses propres recherches, mais va aussi largement se reposer sur l'outil « radar des sorties » de Spotify afin de se tenir à jour des nouvelles sorties de ses artistes préférés. Ainsi, les découvertes qu'il fait via la plateforme sont quasi-systématiquement issus d'artistes qu'il a découvert hors plateforme.

Pour résumer, les habitudes de découvertes sont plurielles. Nous n'observons pas, dans l'échantillon, d'utilisateurs dont les nouveautés dépendraient entièrement des algorithmes des plateformes de streaming ; tout comme nous n'avons pas rencontré, parmi les abonnés à ces services que nous avons interviewés, d'auditeurs qui les ignoreraient totalement. Pour une partie d'entre eux, plutôt plus jeunes, les outils de recommandation algorithmique s'inscrivent dans une pluralité de pratiques d'explorations numériques, sur la plateforme (discographies, variété des playlists, etc.) et sur d'autres, YouTube en particulier, parfois TikTok. Pour les autres, ces outils numériques sont complétés par des médias traditionnels (radios, films et séries surtout) et des contextes sociaux (amicaux, travail) qui permettent d'enrichir les découvertes.

### **2.5.3. La non-spécificité de la découverte de contenus francophones**

Les éléments recueillis montrent que la découverte de musiques et d'artistes francophones ne dépend pas uniquement de recherche active, mais aussi de situations fortuites : expositions médiatiques, recommandations amicales, algorithmes, etc. Cette analyse vise donc à dégager les principaux contextes dans lesquels s'opèrent les découvertes de musique francophone en lien avec les logiques de prescription et les usages des différentes intermédiations qui favorisent l'émergence de nouveaux titres ou de nouveaux artistes aux oreilles des participants.

La radio, acteur historique de la découvrabilité musicale, constitue encore un canal de découverte musicale pour quelques enquêtés. En France, des stations comme RTL2 ou NRJ ponctuent, de par les quotas imposés, la journée de titres francophones – surtout de la variété ou du rap grand public. Au Québec, on retrouve des stations comme Rythme FM, Rouge FM ou des antennes publiques (Radio-Canada/Espace Musique) qui proposent des contenus francophones locaux et internationaux. Nonobstant, la majeure partie des enquêtés mentionne que la radio propose souvent les mêmes rotations, ce qui limite la découverte de nouvelles musiques francophones émergentes.

La radio demeure un vecteur passif et limité (en termes de quantité) de découvertes qui garde une certaine importance pour les enquêtés, bien que son influence semble baisser : les enquêtés lui reconnaissent l'aspect prescriptif qu'elle a pu avoir, mais semblent en faire, dorénavant, moins usage pour y écouter de la musique que pour les émissions parlées. Les artistes plus undergrounds ou alternatifs francophones y restent faiblement représentés, à moins d'écouter des stations ou des créneaux spécialisés.

Si les plateformes de streaming constituent dorénavant le canal principal de découverte musicale, les découvertes de musiques francophones via leurs différents dispositifs de recommandation sont jugées limitées ou redondantes par de nombreux enquêtés. Par exemple, Laurent (40, Qc) et Bruno (37, Qc) se plaignent du fait que « l'algorithme » (ce qu'ils se représentent comme tel) ne propose presque jamais de francophone, ou bien des titres mainstream qu'ils connaissent déjà, qu'ils ne recherchent pas ou qu'ils ne veulent pas écouter. D'autres, comme Éloïse (28, Fr) ou Mireille (29, Qc), admettent que la plateforme leur suggère parfois de nouveaux noms francophones, mais souvent limités à de la pop « commerciale » tandis que leur intérêt se porte plutôt vers des artistes alternatifs. Ainsi, bien que les enquêtés soient exposés à des contenus francophones, ils ne les apparentent pas nécessairement à une découverte (n'écoutant pas assez longtemps la suggestion et ne la réécoutant pas de manière organique).

Au Québec, quelques enquêtés notent l'existence de playlists éditoriales comme « Café Montréal », « Palmarès ADISQ » qui mettent de l'avant les nouveautés MFL, bien qu'ils en fassent un usage aussi limité que les autres playlists éditorialisées. Cette ambivalence souligne que, s'ils utilisent beaucoup les plateformes de streaming, la plupart utilisent les outils de ces plateformes (flow, playlist, etc.) sans faire la distinction francophone /anglophone, mais plutôt pour se nourrir de temps à autre de nouveautés (peu importe la langue). Il ne semble donc pas y avoir de différence ou de contextes spécifiques pour découvrir la musique francophone par rapport aux autres musiques.

Le vecteur de découverte pour la musique francophone semble alors avant tout inscrit dans un contexte mixte (et non uniquement) numérique. Les recommandations interpersonnelles ou les prescriptions humaines via les médias traditionnels ou les réseaux sociaux numériques semblent importantes, mais pas plus que pour les autres types de musique. Les plateformes de streaming audio deviennent alors pertinentes pour explorer ces prescriptions et les outils proposés (playlist de l'artiste, artistes similaires, etc) deviennent alors pertinents pour celles et ceux voulant « creuser ». Quelques répondants ayant des pratiques de découverte particulièrement structurées (par ex. Nolan, John) évoquent des blogs, la presse spécialisée en ligne ou des influenceurs pour la découverte musicale. Ce faisant, ils utilisent une presse et des sites spécialisés dans les musiques francophones (ADISQ, Canal Auditif) qu'ils intègrent dans leurs routines de découvertes.

En somme, bien qu'il existe des outils généralistes (comme spécifiques) de découverte de la MFL, il ne semble pas exister de contextes de découverte spécifiquement francophone chez les enquêtés : la musique francophone semble, selon eux, se découvrir comme les autres musiques. Bien que le streaming demeure le mode principal d'écoute, peu de participants affirment y découvrir « involontairement » de nouveaux artistes francophones via les outils de recommandations automatiques. La « vraie » découverte de MFL reposerait davantage sur des expositions médiatiques et la sociabilité, les plateformes de streaming audio permettant un approfondissement des pratiques d'exploration par la suite. Ce constat illustre la pluralité des canaux et des médiations qui font qu'un titre, francophone ou non, est découvrable par les auditeurs. Au-delà de la question du goût, c'est la dynamique même de l'offre culturelle, et la manière dont elle circule par de multiples canaux qui se révèle décisive pour la découverte de la musique francophone. On remarquera ici cependant une spécificité québécoise : les découvertes y sont présentées comme plus mécaniques

et forcées, les auditeurs « se devant » de connaître et apprécier un minimum la scène locale.

Ainsi, les résultats de l'enquête semblent pointer vers un paradoxe : alors que la musique francophone semble bénéficier d'une oreille particulière (pour son lyrisme) et de contextes spécifiques d'écoute, les enquêtés n'associent pas nécessairement ces contextes à des contextes de découverte. Bien que la majorité des enquêtés ne perçoivent pas (ou plus) l'offre et les recommandations offertes sur les plateformes de streaming audio comme des freins à leurs pratiques d'écoute de musique francophone, il n'en reste pas moins que ces outils, devenus centraux dans leurs pratiques d'écoute quotidiennes, ne semblent pas être plébiscités (ou reconnus comme tels) pour découvrir de la musique francophone. Bien qu'il existe dans notre échantillon des pratiques de découvertes de contenus spécifiquement francophones, celles-ci se cantonnent à des outils confidentiels et s'intègrent à un ensemble de pratique de découvertes (également non francophones) chez les initiés et grands amateurs de musique. Ainsi, si l'on peut distinguer des contextes plus propices pour écouter de la musique francophone, on ne peut, suite à cette enquête, établir des contextes ou des pratiques numériques spécifiques à la découverte de musiques francophones.

## 2.6. Portraits

Afin d'illustrer la manière dont la découverte se manifeste chez les différents participants, nous présenterons ici six portraits-types de pratiques de découverte<sup>17</sup>.

### 2.6.1. Clodia et la découverte fortuite

Clodia est une montréalaise de 36 ans, mariée et appartenant à la classe moyenne. Celle-ci utilise son compte Spotify lors de ses déplacements en transport en commun – ce qui lui arrive 2 à 3 fois par semaine. Elle écoute également de la musique lors de certaines activités à la maison (puzzle, lecture, cuisine), mais plutôt via Stingray (service de radio satellitaire avec une offre numérique) sur la télévision (les postes de musique classique ou encore la chaîne Hot country), afin d'avoir une musique de fond, ou encore sur vinyles lorsqu'elle souhaite mettre un album précis lors d'un dîner ou en soirée. La musique francophone pour elle est essentiellement liée à des émotions, à un attachement particulier pour certains artistes précis (Jean Leloup, Dumas, Klô Pelgag, les BB – notamment) :

« Comme mettons tout ce qui est Cowboys Fringants pour moi c'est vraiment toute notre adolescence, parce qu'on allait voir tous les shows, mais vraiment tous les shows. Dumas, pour moi, c'est comme février 2004, on écoutait le Cours des jours constamment. Tu sais, y a vraiment des moments que j'ai associé à certaines choses. Comme Ariane Moffatt, son album Aquanaute, c'était ma rupture avec mon chum du secondaire. »

Ainsi, Clodia a plutôt tendance à associer la musique francophone à des contenus connus, réconfortants, ce qui s'inscrit *a priori* à l'opposée d'une logique de découverte et d'exploration de nouveauté. Pour Clodia, la découverte musicale francophone apparaît comme étant le fruit d'un hasard répété, et ce, à travers une exposition ponctuelle à des contenus par différentes sources présentes dans son environnement (pairs, télévision, radio, etc.). Celle-ci donne l'exemple d'une pièce qui va passer à la radio lors d'un déplacement en auto pour ensuite être entendue en faisant des courses et qui, à force d'une exposition répétée, vient à gagner son attention.

À l'inverse, ses découvertes musicales anglophones vont plutôt provenir de sources plus précises qui la mènent plus consciemment à de nouveaux contenus. Par exemple, il lui arrive de découvrir certains artistes en visionnant des émissions qu'elle affectionne tels que The Voice ou encore par des chaînes musicales sur Stingray. De plus, bien qu'elle déclare ne pas utiliser d'outils de recommandation précis sur Spotify – elle n'utilise la plateforme que depuis 1 an et n'a encore exploré les fonctionnalités de recommandation - elle souligne avoir déjà fait des découvertes musicales anglophones avec la fonctionnalité de lecture en continu, suite à l'écoute d'une de ses playlists ou d'un album particulier, ce qui n'est pas le cas avec des contenus en français. Dans ce contexte, la plateforme de streaming audio à laquelle elle est

---

<sup>17</sup> Les portraits de tous les auditeurs rencontrés se retrouvent en Annexe.

abonnée se présente surtout comme un outil d'exploration des découvertes francophones faites en dehors de Spotify, et non un outil de découverte en lui-même.

## 2.6.2. Nolan : le découvreur stratégique

Nolan, célibataire de 34 ans, vit à Montréal et a grandi dans la région du Bas-St-Laurent. Il s'agit d'un très grand amateur de musique (voir Lizé, 2010 par ex.) – en particulier de musique francophone – dont la consommation musicale se concentre surtout sur la plateforme Spotify et de manière plus marginale sur Bandcamp. Introduit à la musique par son frère, Nolan a développé une grande curiosité pour la musique dès l'adolescence. Il s'agit d'un auditeur très réflexif dans sa pratique d'écoute et pour qui la découverte musicale fait l'objet de stratégies réfléchies, définies et intentionnelles.

En effet, il a lui-même mis en place un système lui permettant d'être alimenté en nouvelles propositions musicales en s'abonnant à de nombreuses pages d'artistes et de médias locaux sur Facebook et surtout Instagram, à des infolettres de certains magasins de disques ainsi qu'à des radios indépendantes locales. Ces différentes sources l'amènent à structurer quotidiennement une playlist personnelle « à écouter » sur Spotify qu'il passe en revue chaque samedi matin durant une heure. Cette liste est constamment alimentée de nouveaux contenus, qu'il met au rebut ou ventile dans ses playlists d'écoute habituelles. Pour lui, Spotify permet certaines découvertes à travers les mix quotidiens ou la liste « Découverte de la semaine », mais le tout reste assez marginal dans l'ensemble de ses pratiques de découverte, et ce, surtout en termes de contenus francophones puisque les algorithmes des différentes plateformes ne le surprennent que très rarement avec quelque chose de foncièrement nouveau. Cependant, il fait une distinction claire entre Spotify et d'autres plateformes tels que Bandcamp et Instagram, qui pour lui, sont beaucoup plus significatives dans ses pratiques de découvertes musicales francophones.

Enfin, ce participant se démarque par la logique d'auto-discipline très présente dans ses pratiques de consommation. Ce dernier utilise une plateforme d'agrégation connectée à son compte Spotify et Bandcamp et qui lui permet de retracer avec précision tout ce qu'il écoute et quand. Il aime mesurer son écoute, ce qui lui permet d'avoir un contrôle sur ce qu'il estime devoir écouter. Ainsi, il entretient un rapport normatif en lien avec la musique qui l'amène à une plus grande écoute de contenus francophones, notamment. Concrètement, il s'impose l'écoute de certains styles ou contenus afin de volontairement contourner ses propres biais et éviter de tomber dans une consommation automatique de contenus plus évidents ou faciles d'accès. Par exemple, il peut s'imposer l'écoute d'un artiste qu'il n'aime pas *à priori* afin d'en saisir la complexité. Il indique également s'imposer parfois des objectifs d'écoute afin d'assurer une plus grande parité dans les contenus consommés, par exemple en se mettant un quota d'écoute sur un groupe qu'il considère trop écouter, ou encore en décidant d'écouter plus d'artistes femmes en raison de leur manque de représentation dans l'industrie. Dans ce contexte, un effort est également mis en place pour valoriser les contenus francophones, contenus auxquels il associe une grande valeur symbolique et identitaire.

### **2.6.3. Mireille : la découverte en continu**

Mireille, une participante dans la fin de vingtaine vivant dans la ville de Québec, est une grande consommatrice de musique de tous genres, et ce, autant en langue française et anglaise. Utilisatrice de Spotify depuis plusieurs années, elle mobilise également les plateformes Bandcamp, YouTube et Soundcloud pour consommer des contenus plus nichés, non disponibles sur Spotify.

La musique fait partie intégrante de sa vie : elle en écoute constamment, en parle avec ses amis – dont plusieurs sont auditeurs amateurs et/ou musiciens – et va régulièrement à des concerts. Pour elle, la musique a pour fonction de se connecter à ses émotions tout en servant également à créer une ambiance en adéquation avec ses activités du quotidien. La musique francophone est traitée de la même manière qu'un contenu anglophone : la langue n'est pas une variable discriminante de son appréciation d'une pièce ou d'un artiste. Un facteur important toutefois est plutôt la proximité physique avec certains artistes de sa communauté qui l'amène à développer un engagement plus important envers ceux-ci.

Au niveau de la découverte musicale, son profil est un hybride entre Clodia qui compte surtout sur le hasard et son environnement pour faire de nouvelles découvertes et Nolan qui met en place des stratégies précises. En effet, Mireille va parfois faire des recherches spécifiques afin de trouver un contenu approprié à son sentiment du moment, notamment à travers des groupes dédiés à des sous-genres musicaux précis sur Reddit, tout en étant constamment alimentée par des recommandations aléatoires issues de son environnement. D'ailleurs, le fait d'être entourée de plusieurs amis musiciens issus de la scène locale l'amène à être assez au fait des nouveaux groupes ou des sorties québécoises.

Contrairement aux deux autres profils de découverte décrits précédemment, Mireille porte attention aux recommandations faites par la plateforme de streaming audio à laquelle elle est abonnée, et ce, qu'elles soient en français ou en anglais. Elle a par exemple longtemps regardé la liste « Découvertes de la semaine », qu'elle a délaissée plus récemment, et jette un coup d'œil régulièrement aux nouvelles sorties francophones qui apparaissent sur son interface d'accueil. Elle estime d'ailleurs que cette fonctionnalité contribue également à sa connaissance des nouveautés concernant la scène locale. Toutefois, elle mentionne que puisqu'elle a par elle-même développé une bonne connaissance de l'écosystème musical à travers les années, elle a l'impression que les algorithmes et même les autres sources de découverte (amis, médias sociaux) ont moins d'influence sur ce qu'elle décide d'écouter au quotidien. En conclusion, Mireille a un profil de découverte qui se caractérise par une alimentation constante, mais non systématique et stratégique, de contenus – francophones et anglophones.

### **2.6.4. Romane : la découverte ordinaire**

Romane a 24 ans, vit en couple à Marseille ; elle est diplômée d'un master en droit, sa mère est diplômée en psychologie, son père est infirmier. Ses goûts musicaux mélangent musique francophone et anglophone : ils sont centrés sur le rap, qu'elle a découvert au collège ; elle écoute beaucoup de rap français (Orelsan, Lomepal, Giorgio) et un peu de rap américain. Elle écoute aussi du rock qu'elle qualifie de

« classique » (Nirvana, Radiohead, Oasis), et des artistes de chanson française dont elle apprécie certains titres (Gaëtan Roussel, France Gall, De Palmas, Angèle).

Abonnée à Deezer, Romane écoute de la musique dans de nombreux contextes : en marchant, dans les transports en commun, sous la douche, en faisant la cuisine ou le ménage, à la salle de sport, et en voiture. Durant les activités qui ne lui permettent pas d'être concentrée sur la musique (ménage, douche), elle écoute les chansons « qu'elle connaît le mieux », qui ne lui demandent pas de se concentrer sur la musique. En revanche, elle profite de ses trajets en voiture pour de l'écoute attentive, de nouveaux morceaux de rap français en particulier, dont elle cherche à comprendre les paroles, les références, etc. C'est aussi un moment où elle peut chanter sur les morceaux francophones qu'elle connaît bien.

La plupart du temps, Romane écoute sa playlist de morceaux favoris. Elle utilise aussi les playlists éditoriales par genre et par période musicale du type « 2000 Rock » ou « Best of Rap 2021 » ; elle explore très souvent les playlists des sorties du vendredi, pour mettre en favoris les titres qui lui plaisent. Il lui arrive d'essayer les recommandations « pour vous » ou le « flow », mais elle trouve le résultat souvent décevant. Lorsqu'elle a du temps, elle visionne des vidéos musicales sur YouTube, et suit les recommandations disponibles sur la bannière latérale du site ; elle les trouve mieux faites, et plus pertinentes, que celles de Deezer. En dehors de ces deux plateformes, Romane estime que certaines de ces découvertes musicales (francophones en particulier) viennent de ses parents, ainsi que de la radio qu'elle écoute beaucoup. Elle représente ainsi un profil de découverte moyen et peu algorithmique : intéressée par les nouveautés sans les placer au centre de son écoute musicale, elle se repose sur des médiations assez classiques (les tops, les best-of de périodes, les clips vidéos), principalement via des plateformes numériques (Deezer, YouTube), mais aussi par des canaux plus traditionnels comme la radio ou les discussions avec ses parents.

### **2.6.5. Brigitte : la découverte prescrite**

Brigitte a 66 ans et vit dans la commune de Quimper (« Quimper campagne »). Elle est mariée, a 2 enfants de 29 et 39 ans. Retraitée, elle a travaillé comme assistante en laboratoire, avec un diplôme bac +2. Brigitte résume ainsi son histoire musicale : en pensionnat de ses 11 à 18 ans, elle a très peu accès à la musique. Ses souvenirs de premières écoutes sont les musiques qui passaient à la TV (les Beatles notamment) lorsqu'elle rentrait chez ses parents. A 16 ans, elle rejoint un cercle celtique où elle découvre la musique et la danse celtiques. Entre la vingtaine et la trentaine, elle écoute beaucoup de musique irlandaise mais aussi de la musique française comme François Béranger, Georges Brassens, Pierre Perret et Barbara. Entre 30 et 40 ans, elle écoute plutôt la radio française (beaucoup France Inter).

Aujourd'hui, Brigitte écoute principalement du jazz manouche, de la musique bretonne et du rock. Elle écoute surtout la musique avec ses écouteurs : au sport, en mettant une playlist « mood énergique » ; lorsqu'elle brode (la musique l'aide à ne pas être déconcentrée par des bruits extérieurs) ; dans son jardin. Sinon, certains après-midis, elle écoute de la musique avec son mari, dans le salon sur une petite enceinte Bluetooth. Pour elle, la question de la musique francophone ou non est assez peu présente : certains groupes celtiques chantent en français (Tri Yann), certains groupes de rock qu'elle écoute avec son mari également (Rita Mitsouko, Bashung), mais ce

n'est pas un critère différenciant dans ses pratiques. Elle dit en revanche ne pas aimer la variété française comme Michel Sardou et « toute cette génération de chanteurs franchouillards ».

Pour choisir les musiques qu'elle écoute, Brigitte apprécie beaucoup le Flow. « Si Deezer décide que j'écoute une heure de musique bretonne, j'aurai une heure de musique bretonne. Si c'est une heure de musique classique, j'écouterai une heure de musique classique. Je laisse un peu Deezer décider. S'il y a un truc qui me plaît pas du tout, je passe. Mais je ne change pas le thème ». Elle utilise aussi les « moods », notamment « énergique » pour le sport et sa liste des favoris dont les titres likés proviennent du « flow » ou d'albums divers. Hors Deezer, il lui arrive d'explorer sur YouTube l'univers d'un artiste dont elle a entendu parler, même si elle est gênée par les publicités. Elle écoute souvent, dans sa voiture, une radio locale qui lui fait découvrir des morceaux, et partage beaucoup de musique avec son mari. Notons que, pour elle, ces découvertes sont assez peu francophones ; en dehors de quelques chanteurs qu'elle suit (Benjamin Biolay), elle estime que l'essentiel des artistes francophones qu'elle écoute aujourd'hui, seule ou avec son mari, sont issus de ses découvertes de jeunesse. Brigitte présente ainsi un profil de découverte hybride, fortement alimenté par le « flow », mais aussi par la radio et par son mari, pour qui la musique francophone occupe une place secondaire et peu problématique.

## **2.6.6. Enzo : la découverte tout terrain**

Enzo a 35 ans ; « fils d'immigré italien », chauffeur routier, il est marié, a une fille de 6 ans et vit dans une petite ville proche d'Angers. La musique joue un rôle important dans sa vie, il dit écouter « de tout, vraiment de tout » ; il joue de la guitare depuis 20 ans et compose depuis peu. Par son métier, il écoute entre 7 et 9 heures de musique par jour, d'après son estimation. Dans le camion, il lance principalement le « flow » sur la plateforme de streaming à laquelle il est abonné, « 80% du temps » ; sinon, il choisit une playlist pour découvrir un artiste, parfois un « daily » pour changer du « flow » avant d'y revenir. En revanche, il rejette les playlists éditoriales, qu'il estime trop grand public, destinées aux non-spécialistes, fournissant les mêmes titres que les radios commerciales ou les tops YouTube. Le soir et le week-end, en plus de Deezer, il écoute des vinyles, dont il possède une petite collection (150 environ).

Enzo écoute autant de la musique française qu'anglophone, mais aussi de la musique latine. Enfant, il a grandi en écoutant la musique de son père, soit « du rap français et Renaud », musique pour laquelle il a gardé un goût prononcé. Adolescent dans les années 2000, il a écouté beaucoup de rock US ; puis, avec l'indépendance, il a élargi son univers musical à toutes sortes de styles, grâce au téléchargement (illégal) notamment. Aujourd'hui, il écoute des genres très variés, depuis le « hard rock finlandais » jusqu'aux musiques « tibétaines », même s'il avoue que son centre de gravité musical est le punk, français notamment. De ce point de vue, le « flow » fonctionne bien selon lui : il propose des phases de musiques françaises, puis des phases de musiques en anglais, d'environ une heure d'après ses estimations, et donc l'alimente bien dans les deux langues. Il estime qu'écouter la musique française est plus propice à cultiver ses émotions : « c'est mieux quand j'ai des moments où j'ai plus envie de ressentir des émotions fortes », « quand je suis dans une ambiance plus mélancolique » ; par rapport aux musiques anglophones ou latines, dont il comprend en gros les paroles, les musiques francophones sont plus propices à l'engagement

avec le texte. De même, s'il écoute du rap français comme du rap US, il dit avoir tendance à favoriser les artistes français, pour les soutenir, les encourager, aussi parce qu'il est plus facile de se sentir proche d'eux.

En termes de découvertes, beaucoup de nouvelles musiques viennent du « flow » ; entendues dans le camion, elles sont « likées » et alimentent une playlist de favoris d'environ 1 500 titres. Ces découvertes sont aussi bien françaises qu'anglaises. Enzo échange aussi souvent avec ses amis disquaires, qu'il visite régulièrement à Angers, et quelques autres amis grands amateurs de musique, même s'ils sont un peu trop focalisés sur le rap. Sa femme lui rappelle qu'il découvre aussi des musiques dans les séries Netflix, via Shazam. Autrement dit, Enzo présente un profil d'auditeur expert, très engagé dans la musique, qui combine de façon consciente une grande diversité de modes de découvertes ; sur les plateformes, il choisit entre les outils qui le satisfont (Flow, Daily) et évite les autres (playlists éditoriales). Également intéressé par les musiques francophones et dans d'autres langues, il estime être aussi bien alimenté dans les unes que dans les autres, et n'estime pas que certains modes de découvertes sont plus ou moins propices aux musiques francophones.

## 2.7. Conclusion

Ce volet qualitatif de la recherche avait pour objectif d'examiner la manière dont se construit l'écoute et la découverte de la musique francophone. À partir de 37 entrevues (22 en France, 15 au Québec) avec un échantillon varié d'abonnés payant (Principalement Deezer pour la France et Spotify pour le Québec), les analyses se sont concentrées sur : d'une part, sur la façon dont ces auditeurs s'approprient (ou non) la musique en langue française dans une pluralité de contextes (voiture, domicile, travail notamment) ; d'autre part, sur les mécanismes de découverte (ou de redécouverte) d'artistes francophones, que ces auditeurs soient nourris par de recommandations algorithmiques, par leurs proches, ou par d'autres canaux de prescription. Il convient de récapituler les enseignements majeurs sous l'angle des processus et contexte de découvertes, en soulignant notamment trois axes : l'importance de la socialisation musicale, l'ambivalence des plateformes de streaming dans la découverte des scènes francophones, et les appropriations différenciées selon l'âge et le contexte national (France/Québec).

### 2.7.1. La socialisation primaire comme socle de la « primo-découvrabilité »

Tout d'abord, nos analyses confirment la place centrale de la socialisation primaire dans l'exposition à la musique francophone. Même dans des foyers qui n'écoutent pas régulièrement des chansons en français, les enquêtés rapportent une fréquentation plus ou moins marquante de « classiques » locaux généralement liés à « un âge d'or » jugé plus authentique de la chanson à texte ou du rap. Cette transmission par la fratrie ou la parenté élargie (grands-parents, oncles, cousins), constitue un « répertoire de base » sur lequel les individus pourront développer, se raccrocher mais aussi s'éloigner. On peut parler en cela de découvrabilité, dans la mesure où ce contenu est exposé à des personnes (ici les enfants) ne l'ayant pas spécifiquement recherché.

De fait, même ceux qui, à l'adolescence, se sont tournés vers des scènes non-francophones, reviennent parfois à ces références francophones à l'âge adulte, évoquant alors la « redécouverte » d'artistes ou de morceaux « oubliés ». Les enquêtés ne partent jamais « de zéro » en matière de musique francophone : ils connaissent déjà une fraction du catalogue patrimonial. Dans la perspective de la découvrabilité, cela veut dire que nombre de titres et d'artistes francophones se trouvent déjà plus ou moins disponibles dans leur horizon d'écoute, ce qui facilite ou rend possible, à un moment de leur trajectoire, un retour d'intérêt (souvent sous l'angle de la nostalgie ou de l'hommage). Nonobstant, l'adolescence reste le moment de l'autonomisation des goûts, et il ne se dégage pas de notre enquête de corrélations entre l'enfance et l'adolescence quant aux rapports aux musiques francophones. Les groupes de pairs, les modes musicales et les médias (variant selon les époques) restent les facteurs déterminants.

On comprend mieux que la conquête d'un public « entièrement nouveau » (migrants francophones ou allophones, canadiens anglophones) demeure un cas marginal : rares sont les individus qui n'auraient aucun souvenir ou attachement, même partiel, à un répertoire local. Cette imprégnation initiale, opérée bien avant l'usage des plateformes, affecte les conditions ultérieures de découverte ou de réappropriation.

C'est là un phénomène clé : à la fois levier (familiarité, curiosité) et frein (les auditeurs estiment « déjà connaître » la chanson locale), dans la mesure où l'envie et la recherche de nouveauté (du point de vue de l'enquêté et non des sorties de nouveaux titres) ne se porte pas spécifiquement sur les musiques francophones.

## **2.7.2. L'appropriation limitée des outils de recommandation algorithmique dans la découverte francophone**

La question de l'impact des algorithmes et des plateformes sur la découvrabilité francophone émerge de manière récurrente. Les enquêtés sont toutes et tous des utilisateurs abonnés de plateformes de streaming audio (Deezer, Spotify, Apple Music), qui structurent leur écoute quotidienne. Pourtant, la découverte de musiques francophones via ces outils (playlists personnalisées, algorithmes de « radios associées », suggestions d'artistes similaires) reste perçue comme anecdotique pour une majorité d'interviewés, dans la mesure où ces découvertes se mêlent aux autres découvertes (radios, amis, etc. mais aussi musique dans d'autres langues). Plusieurs explications se dégagent :

Le poids des goûts « linguistiques » des auditeurs : la majeure partie des enquêtés ont des pratiques d'écoutes diversifiées en termes linguistique. Pour ceux qui écoutent des répertoires anglo-saxons, les outils algorithmiques des plateformes semblent leur envoyer des recommandations anglophones jugées pertinentes, ne valorisant ni plus ni moins les scènes francophones. Or, il y aurait souvent « plus à découvrir » dans les répertoires non-francophones.

Un top francophone trop « mainstream » : quand la plateforme propose de la musique francophone, il s'agit généralement d'artistes perçus comme trop commerciaux ou « grand public », ce qui ne correspond pas forcément aux goûts de ceux qui aimeraient découvrir des sonorités plus alternatives ou anciennes (par exemple le rock progressif québécois ou la chanson d'auteur en France). Les amateurs de folk, de rock indépendant, de rap expérimental francophone insistent sur le fait qu'ils doivent plutôt fouiller par eux-mêmes et sur d'autres outils numériques (Bandcamp, Soundcloud, etc).

Des pratiques d'exploration non-systématiques : même si certains usagers se servent des playlists « découverte » ou « flow » (Deezer) ou « Découverte de la semaine » (Spotify), cela se fait rarement avec une stratégie de découverte explicite. Quelques enquêtés parmi les plus dotés de capital musical utilisent surtout Bandcamp ou des blogs pour explorer afin de « dénicher » des nouveautés ou des titres à faible audience.

En conséquence, les découvertes francophones via la plateforme se font plutôt au travers des « explorations » à la suite de recommandations externes aux plateformes. Les algorithmes de recommandations ne sont pas perçus comme médiocres en général, mais peuvent être « limités » pour recommander la « bonne MFL » au bon moment. Même la fonction « Artistes similaires » renvoie souvent vers des artistes déjà connus ou trop proches de la sphère mainstream non-nécessairement recherchés par les enquêtés.

Cela ne signifie pas pour autant que les plateformes soient néfastes à la musique francophone : nombre d'enquêtés indiquent qu'ils exploitent ces services pour approfondir un artiste ou un répertoire qu'ils ont découvert autrement. Les plateformes sont alors un outil essentiel pour accéder rapidement à la discographie francophone, repérer les collaborations, rassembler les albums dans une playlist personnelle. L'avantage pour les enquêtés n'est donc pas la découverte initiale, mais plutôt l'approfondissement de la relation à un artiste ou à des titres francophones (apprendre les paroles, écouter un album complet).

Subséquentement, la « découvrabilité » de la musique francophone dépendrait en partie d'un écosystème complexe de canaux hétérogènes, à la fois médiatiques, sociaux (numériques ou non), et de plateformes multiples. Les plateformes de streaming audio apparaissent pour les enquêtés abonnés à l'une d'entre elles comme LE support de leurs pratiques quotidiennes qu'ils peuvent maîtriser et adapter aux contextes particuliers qui jalonnent leur vie : elles facilitent l'accès à la discographie mais ne constituent pas un moteur principal d'initiation aux musiques francophones.

### **2.7.3. Les « non-pratiques » de découverte de musique francophone**

Nos entretiens suggèrent des variations notables entre sous-groupes d'auditeurs. L'âge et l'intensité d'écoute restent des variables importantes pour comprendre les pratiques de découvertes. Les plus jeunes (18-25 ans) expriment généralement davantage de curiosité (*digger*), se disant prêts à explorer via YouTube/TikTok, mais aussi être plus ouverts à plus de musique. Les recommandations algorithmiques y sont beaucoup plus intégrées (flow, découverte de la semaine) pour glaner des titres. En revanche, chez les plus âgés (35 et plus), la découverte se fait plutôt via des intermédiations non-algorithmiques. Les « diggers » intensifs (tous âges confondus) s'appuient souvent sur des sources plus spécialisées (Bandcamp, Soundcloud, forums) plus que sur la recommandation automatique. D'autre part, on constate quelques différences notables entre les enquêtés français et québécois. Les Québécois reconnaissent une certaine pression sociale et infrapolitique (Scott, 2006) : « il faut soutenir la scène d'ici, on se doit de connaître un minimum... », mais se plaignent souvent de la sur-représentation de quelques artistes mainstream jugés trop formatés, au détriment d'une scène plus indépendante. De plus, l'attachement à la langue française semble se concentrer sur les productions locales plus qu'internationales, malgré une socialisation musicale primaire faisant la part belle aux grands classiques francophones européens. Il semble difficile de distinguer le discours infrapolitique relatif au « fait québécois » des pratiques d'écoute et de découverte de musique francophone.

La France dispose d'une offre musicale plus vaste et diversifiée, rendant parfois plus difficile la visibilité des nouveaux talents francophones. Ainsi, si le lyrisme des musiques françaises (plus que francophones) est reconnu et est un facteur important d'appropriation, cet élément n'est pas jugé contradictoire avec l'écoute de musiques dans d'autres langues.

Plusieurs constats transversaux sont à mettre en avant en ce qui a trait aux pratiques d'écoute de musiques francophones au Québec et en France :

- Dans les deux cas, le lyrisme et la saisie « quasi-instantanée » de la langue française sont des éléments jugés par les enquêtés comme primordiaux : tandis que les musiques de « faible qualité » d'écriture peuvent rapidement faire l'objet d'un rejet, le lyrisme « de qualité » associé aux musiques francophones serait un frein à l'écoute dans les contextes où la musique appaierait une activité nécessitant une certaine concentration sur l'activité elle-même.
- La « non-découvrabilité » de la musique francophone ne relève ni de l'ignorance ni du désintérêt pour les musiques francophones. Au contraire, tous les enquêtés possèdent déjà un socle de références francophones, si bien que l'enjeu se situe plus dans la réactivation ou l'extension de ce répertoire. Découvrir un artiste francophone s'apparenterait moins à un « choc radical » qu'à la mise en résonance avec une familiarité latente. La langue française, selon les individus, constitue soit un atout (facilité de compréhension, émotion), soit un frein (perturbation cognitive, sentiment d'ennui) selon les contextes d'écoute et la régulation émotionnelle qui y est recherchée.
- Corollairement, les musiques non-francophones sont consommées et appréciées par l'ensemble des enquêtés. Quel que soit l'âge des enquêtés, les musiques francophones et non-francophones semblent avoir toujours co-existées (sauf peut-être dans la prime enfance) dans leurs pratiques d'écoute. Si les plateformes de streaming permettent, potentiellement, d'être exposés à des contenus plus diversifiés (tant en termes de style que de langue chantée), les enquêtés ne déclarent pas y écouter moins de contenus francophones qu'avant à l'accès à ces services. Il n'y aurait donc pas, selon eux, un biais négatif en défaveur de leurs goûts pour les musiques francophones.
- Les plateformes de streaming sont devenues centrales dans l'écoute quotidienne et s'inscrivent dans une chaîne complexe facilitant la recherche de contenus et leur (ré)-écoute plus que leur découverte. Elles offrent un accès direct indispensable aux discographies et aux catalogues. Ces plateformes s'inscrivent dans une chaîne d'intermédiation et ne sont pas (ou plus, dans le cas du Québec) perçues comme des freins à l'écoute de musique francophone.

En conclusion, nos résultats suggèrent que la découvrabilité de la musique francophone n'est pas tant conditionnée par les performances algorithmiques des plateformes que par la volonté et le besoin de découverte des utilisateurs.

Les plateformes de streaming, pour la plupart des usagers, demeurent avant tout un canal d'écoute plutôt qu'un moteur de découverte : les dispositifs algorithmiques tendraient selon les enquêtés à reproduire 1) les orientations majoritaires du marché et 2) les orientations majoritaires des goûts des auditeurs (voir portraits de chaque enquêté en annexe). Or, selon l'âge et l'intensité d'écoute des enquêtés, les orientations du « marché musical global » peut être perçu de manière positive et participer de l'écoute, notamment dans des contextes sociaux marqués par la convivialité ou dans les espaces publics. Tandis que certains apprécient la mise en contact avec ces nouveautés, les plus réticents à ces « orientations trop globalisantes » semblent avoir un assez bon niveau de littératie numérique pour ne pas y être exposés sur les plateformes.

L'étude montre enfin que les enquêtés portent très souvent une attention particulière à la langue française ce qui peut dissuader certains auditeurs à écouter les musiques francophones dans des contextes qui, justement, réclament leur attention (travail, sport, etc.). Cette attention pour la langue est variable selon les contextes d'écoute et le type de régulation émotionnelle recherchée par les enquêtés. Or, ce que les plateformes ont modifié pour les utilisateurs réside dans le plus grand contrôle et l'autonomie de leur écoute dans des contextes précis. D'où cette tension repérée : la musique francophone fait l'objet d'un attachement symbolique fort (tout le monde ou presque en détient des traces), mais sa capacité à se « faire découvrir » demeure faible dans la mesure où ses critères d'appréciation seraient plus élevés. Ce serait donc le manque de diversité de contextes jugés propices pour l'apprécier qui seraient un frein à son écoute et sa découvrabilité. Cette conjecture fait écho aux travaux qui soulignent que les plateformes favorisent la musique d'ambiance (lean-back) utilisée comme support à d'autres activités plutôt que les écoutes organiques attentives (Pelly, 2025 ; Hesmondhalgh, 2022). Une telle tendance serait néfaste à l'écoute de musique francophone (trop exigeante en termes d'attention), on donc pénaliserait de facto les découvertes francophones.

### 3. Algorithmes de recommandation des plateformes de streaming musical et biais géographique et linguistique : une étude quantitative

*Par Jose Ali-Tovar (Labex ICCA), Samuel Coavoux (ENSAE, Crest), Marianne Lumeau (Univ. Rennes, CREM & Labex ICCA), François Moreau (Univ. Sorbonne Paris Nord, ACT & Labex ICCA) et Jordana Viotto (Univ. Edinburgh Business School)*

#### 3.1. Introduction

Sur les plateformes d'écoute en flux, une part significative des consommations est désormais générée par les systèmes de guidage d'écoute : les playlists, notamment éditées par les plateformes de streaming et les labels, et les recommandations algorithmiques personnalisées construites par les plateformes. Comme l'ont montré Aguiar et Waldfogel (2021), un titre présent dans une des playlists les plus suivies sur Spotify a une probabilité plus élevée de rencontrer le succès qu'un titre qui ne bénéficie pas d'une telle recommandation.

Dès lors, des inquiétudes ont émergé chez les professionnels et certains gouvernements de petites économies, dont la France et le Québec, quant à la découvrabilité des contenus locaux via ces outils de guidage. Plus particulièrement, la crainte porte sur le fait que les playlists et les algorithmes de recommandations mettent peu (voire pas) en avant les titres des petites économies. Les titres locaux des petites économies seraient alors moins découverts et produiraient moins de revenus pour les filières, car, contrairement aux ventes de supports physiques ou en téléchargement, chaque écoute et chaque réécoute produisent des revenus sur les plateformes de streaming, y compris lorsque ces écoutes se font via des systèmes de guidage. Ces effets seraient exacerbés dans un marché du streaming dominé par quelques plateformes : si une de ces plateformes introduit effectivement un désavantage à l'encontre des contenus locaux d'une petite économie, l'impact sur la filière sera particulièrement élevé.

Plusieurs raisons peuvent expliquer que les systèmes de recommandations des plateformes de streaming recommandent peu les contenus locaux des petites économies. D'abord, les consommateurs pourraient ne pas (ou faiblement) écouter les titres musicaux des petites économies. Dans ce cas, les algorithmes cherchant à satisfaire les utilisateurs ne vont donc pas (ou faiblement) leur recommander de tels titres. La deuxième explication pourrait être que l'algorithme de recommandations est mal calibré et ne parviendrait pas à saisir ou interpréter les préférences des utilisateurs en matière de contenus locaux. Dès lors, les recommandations ne correspondraient pas aux préférences des utilisateurs. Par exemple, un consommateur français qui préfère et consomme organiquement de la musique française pourrait recevoir peu de recommandation française et beaucoup de recommandations d'autres pays. La troisième explication reposerait sur le fait que les algorithmes de recommandations sont biaisés en défaveur des contenus des petites économies. Un biais apparaît dès

lors que l'algorithme traite systématiquement un groupe de contenus différemment d'un autre, alors que la consommation initiale de contenu est similaire dans les deux groupes. Par exemple, si l'algorithme recommande systématiquement peu de chansons françaises aux consommateurs français malgré leur préférence pour la musique locale, tout en recommandant avec précision de la musique locale aux consommateurs américains, cela reflète un biais en défaveur du contenu provenant d'une petite économie comme la France et en faveur d'une économie plus importante comme les États-Unis.

Dans ce contexte, l'objet de cette étude est de documenter si les systèmes de guidage introduits par les plateformes de streaming désavantagent effectivement les contenus des petites économies. Plus précisément, nous étudions dans quelle mesure les algorithmes de recommandation des plateformes de streaming musical produisent des biais géographiques et linguistiques à l'encontre des contenus locaux des petites économies (France et Québec), en comparaison des contenus locaux d'une grande économie (Etats-Unis). On peut parler de biais algorithmique dès lors que des groupes de contenus sont traités différemment, sans que cette différence de traitement ne puisse s'expliquer par les préférences des utilisateurs en termes d'origine des titres musicaux. Ainsi, il existera un biais géographique en défaveur des contenus locaux des petites économies si, pour une consommation similaire de contenus locaux, les consommateurs français (québécois) se font recommander moins de contenus produits en France (Québec) que les consommateurs américains ne se font recommander de contenus produits aux Etats-Unis. De même, il existera un biais linguistique si les contenus musicaux francophones sont moins bien traités dans les recommandations algorithmiques que les contenus anglophones pour des consommateurs avec des préférences locales semblables.

Pour tester s'il existe des biais géographiques et linguistiques en défaveur des contenus locaux des petites économies, nous avons mis en place une expérience consistant à auditer l'algorithme de recommandation de l'API de Spotify, l'une des plateformes de streaming dominante en France, au Québec et aux Etats-Unis. L'expérience repose sur la création de comptes d'utilisateurs fictifs consommant des contenus locaux en France, au Québec et aux Etats-Unis. Contrairement à de vrais utilisateurs (et donc à l'analyse de données réelles), nous pouvons contrôler leur préférence pour les contenus locaux, ainsi que leur consommation. Après chaque phase de consommation, les recommandations algorithmiques produites pour chaque type d'utilisateurs fictifs sont enregistrées et analysées en fonction du lieu de production et de la langue des titres recommandés.

Les principaux résultats de l'expérience indiquent qu'il n'existe pas de biais géographiques systématiques en défaveur des contenus locaux des petites économies. Ainsi, les titres produits en français ou au Québec ne sont pas moins recommandés que les titres produits aux Etats-Unis. Nous observons même le contraire : les titres produits aux Etats-Unis sont moins bien traités que les titres produits en France ou au Québec. Toutefois, cette différence de traitement en défaveur des contenus américains s'inverse chez les utilisateurs fictifs réécoutant les titres recommandés, suggérant que la consommation des recommandations introduit un biais en défaveur des contenus locaux des petites économies. S'agissant des biais linguistiques, les résultats indiquent qu'il existe un biais algorithmique en défaveur des contenus francophones en comparaison des contenus anglophones, mais que ces

biais sont de faible ampleur. Ils sont toutefois amplifiés lorsque les consommateurs fictifs localisés en France préfèrent les titres musicaux récents et lorsque les utilisateurs fictifs localisés en France et au Québec consomment les titres recommandés.

Ces résultats s'inscrivent dans la lignée des travaux académiques étudiant si les systèmes de guidage des plateformes de streaming introduisent des biais en défaveur des contenus locaux, définis selon le lieu de production des titres. Aguiar et Waldfogel (2021) ont ainsi montré que les playlists les plus suivies sur Spotify introduisent un biais en faveur des contenus américains (à l'exception de New Music Friday, qui est une playlist construite par les équipes éditoriales de la plateforme dans chaque pays). De même, Lumeau et al. (2024) ont montré, à partir des consommations d'abonnés français à une plateforme de streaming, que les contenus français anciens (sortis il y a plus de 10 ans) sont moins recommandés que les contenus américains du même vintage par les algorithmes de recommandations mais pas par les playlists. Contrairement à ces travaux, notre méthodologie basée sur une expérience permet de contrôler pour les préférences initiales des consommateurs. Par ailleurs, les résultats obtenus dans le cadre de notre expérience font la distinction entre biais géographiques et biais linguistiques, alors que les études précédentes ne s'intéressent qu'aux biais géographiques.

Nos résultats viennent également compléter les résultats d'une littérature académique croissante sur les biais introduits par les systèmes de guidage, comme par exemple les biais en faveur des contenus populaires, selon la taille de la maison de disque (major versus indépendant) ou encore selon le genre de l'artiste (voir par exemple Abdollahpouri et al., 2019 ; Aguiar et al., 2021 ; Hesmondhalgh et al., 2023).

La suite de ce chapitre est organisée de la manière suivante : la prochaine section décrit l'expérience et les hypothèses testées ; la section 3 présente les principaux résultats et la section 4 les discute.

## 3.2. Méthode

### 3.2.1. Design de l'expérience

Pour mesurer si les algorithmiques de recommandation produisent des biais géographiques et linguistiques en défaveur des titres des petites économies, nous avons réalisé une expérience contrôlée consistant à auditer un algorithme de recommandations d'une plateforme de streaming. En se basant sur la littérature en sciences informatiques des sock puppets (Asplund et al., 2020 ; Bandy, 2021 ; Eriksson et Johansson, 2017), elle repose sur la consommation de titres musicaux par de faux usagers, localisés en France, au Québec ou aux Etats-Unis, ayant des goûts plus ou moins prononcés pour les titres locaux. Après une phase de consommation de titres musicaux correspondant aux préférences de chaque utilisateur fictif, les recommandations algorithmiques sont enregistrées et sont ensuite analysées en fonction de leur origine géographique et linguistique.

Pour pouvoir réaliser l'expérience dans une grande (Etats-Unis) et de petites économies (France et Québec), nous avons choisi la plateforme de streaming dominante au niveau mondial : Spotify. L'expérience n'a pas eu lieu directement sur la plateforme, mais sur son API, en utilisant la méthode Get Recommendations. Cela permet de ne pas réellement consommer de titres musicaux. Éthiquement, il aurait été problématique de contribuer à la rémunération de certains ayants droit en consommant leurs titres au détriment des autres. Par ailleurs, comme l'expérience repose sur l'automatisation des consommations, ce choix méthodologique limite le risque d'être détecté comme compte automatique par la plateforme de streaming. En effet, ces plateformes mettent en place des systèmes de détection des faux comptes dont le but est de gonfler les revenus pour un titre ou un artiste donné. Enfin, méthodologiquement, cela permet de fixer les paramètres de l'expérimentation plus rapidement : tous les appels à l'API ont eu lieu à heure fixe, à la même heure locale dans les trois régions analysées, et tous les comptes d'une région donnée ont lancé leur requête dans une fenêtre de 15 minutes environ. Consommer réellement les titres aurait été beaucoup plus complexe.

Même si les recommandations produites dans le cadre d'une utilisation via l'API ne sont pas celles véritablement produites et écoutées sur le service de streaming dans le cadre d'un parcours de consommation traditionnel, la probabilité que l'algorithme utilisé par l'API soit proche, voire similaire, à l'un de ceux déployés sur la plateforme Spotify semble élevée. Vu les coûts de développement, il est en effet peu probable que Spotify ait investi dans un système de recommandations algorithmique distinct sur son API, sans en faire une exploitation commerciale sur sa plateforme.

La fonction Get Recommendations de l'API de Spotify interagit avec le service de streaming de la plateforme. Une API permet à des acteurs tierces de développer des applications utilisant les données d'un service, ici Spotify. Lorsqu'elles accèdent aux données personnelles associées à un compte utilisateur, ces applications doivent être autorisées par l'utilisateur en question. Il est ensuite possible de réaliser via l'API la plupart des actions disponibles sur le service : recherche, lecture et création de playlist, lecture de morceau, mise en favori, et recherche de recommandations. Dans notre expérience, nous créons une application pour chaque compte utilisateur et exploitons cette dernière option.

La méthode Get Recommendations prend comme argument nécessaire une « seed », c'est-à-dire les identifiants d'items à partir desquels chercher d'autres items similaires. Il peut s'agir d'artistes, de genres, ou de pistes (chansons). L'utilisateur peut en indiquer entre un et cinq. Dans cette étude, nous utilisons les pistes. Il est également possible de se limiter à recommander des chansons disponibles sur un marché national particulier, ce que nous faisons pour nos comptes québécois (correspondant au marché canadien), états-uniens, et français ; de définir un nombre d'items recommandés – nous employons la valeur par défaut, fixée à 20 ; et enfin de mettre des contraintes sur les qualités acoustiques des pistes recommandés – ce que nous n'utilisons pas.

Dans le cadre de l'expérimentation, neuf cent soixante profils d'utilisateurs fictifs ont été créés par des assistants de recherche. Chaque jour pendant cinq semaines (du 8 octobre au 12 novembre 2024), chaque consommateur fictif introduisait cinq titres différents en entrée et les vingt titres recommandés étaient enregistrés. Par souci de simplification, nous ferons référence par la suite à la phase de consommation pour décrire le fait d'introduire cinq titres en entrée dans l'API et à la phase de recommandation pour décrire les vingt titres recommandés par l'API.

Ces neuf cent soixante utilisateurs fictifs sont divisés en trois groupes de taille identique qui se distinguent selon leur localisation. Trois localisations présentant des caractéristiques distinctes ont été retenues : la France, le Québec et les Etats-Unis. Les Etats-Unis sont une grande économie, dans le sens où leur marché intérieur (et extérieur) est de taille importante. Par ailleurs, ce pays est caractérisé par une production locale dynamique. La France est une petite économie où la production locale est également dynamique. Enfin, le Québec est une petite économie où la production locale est faible.

Pour créer les profils des utilisateurs fictifs, chacun s'est vu créer une adresse e-mail. Pour plus de réalisme, ces adresses e-mails étaient composées de l'un des noms de famille les plus répandus dans chaque localisation, précédé d'une première lettre pouvant faire penser à celle d'un prénom, tirée au sort selon la distribution des premières lettres des prénoms les plus répandus dans chacun des pays dans les années 1980. A partir de leur adresse e-mail, chaque utilisateur fictif s'est vu créer un compte Spotify, activer l'API et y a indiqué sa localisation (ex : France pour un utilisateur fictif localisé en France). Ce travail a été réalisé manuellement. Chaque fois que nous interagissions à partir d'un compte, pour sa création comme pour demander des recommandations, nous avons utilisé un service de proxy pour que l'action provienne d'une adresse IP localisée à Lyon pour les utilisateurs fictifs français, Québec pour les utilisateurs fictifs québécois et Chicago pour les utilisateurs fictifs américains. Toutes ces précautions visaient à s'assurer que la plateforme « perçoive » des utilisateurs réels. En outre, nous n'avons pas d'information précises sur ce qui est réellement utilisé par les algorithmes de recommandation. Il est possible que l'adresse IP soit employée, soit pour inférer la nationalité d'un usager, soit pour ajuster les recommandations selon qu'une personne soit localisée chez elle ou en voyage, etc. Nous contrôlons ces potentiels effets grâce à l'adresse IP.

Outre leur localisation, les utilisateurs fictifs se distinguent également selon leur niveau de préférence pour les titres locaux, défini comme des titres produits dans le pays (États-Unis, Canada, France) et chantés dans la langue locale dominante (anglais aux

États-Unis, français au Québec et en France). Quatre profils différents ont été construits :

- Préférence locale totale, correspondant au fait qu'un utilisateur fictif ayant ce profil consomme 100% de titres locaux à chaque phase de consommation et 0% de titres non locaux.
- Préférence locale dominante, correspondant au fait qu'un utilisateur fictif ayant ce profil consomme 60% de titres locaux à chaque phase de consommation et 40% de titres non locaux.
- Préférence locale non dominante, correspondant au fait qu'un utilisateur fictif ayant ce profil consomme 40% de titres locaux à chaque phase de consommation et 60% de titres non locaux.
- Préférence locale nulle, correspondant au fait qu'un utilisateur fictif ayant ce profil consomme 0% de titres locaux à chaque phase de consommation et 100% de titres non locaux.

Le tableau 3.1 décrit la répartition des titres consommés par localisation selon le niveau de préférence locale des utilisateurs. Par exemple, un utilisateur français ayant une préférence totale pour les titres locaux consommera cinq titres produits en France en langue française, alors qu'un utilisateur français ayant une préférence dominante pour les titres locaux consommera trois titres produits en France en langue française et deux titres produits aux Etats-Unis en langue anglaise. A chaque phase de consommation, les titres consommés étaient tirés au sort, en respectant le critère de langue et de lieu de production, dans des listes de titres préalablement construites sur la base des listes de titres ayant rencontré du succès. Cela permet de contrôler la popularité des titres d'entrée. Par exemple, pour la France et les Etats-Unis, les listes se basent sur des listes des 200 titres ayant eu le plus de succès .

Ce design permet de comparer entre régions la part des contenus locaux recommandés en contrôlant pour le niveau des préférences locales, ainsi que la part des contenus non locaux recommandés en contrôlant pour le niveau des préférences locales. On peut ainsi comparer, pour un même niveau de préférence locale (ex : préférence locale totale), la part des contenus en langue française recommandés aux consommateurs français à la part des contenus en langue anglaise recommandés aux consommateurs américains. Si la part des contenus en langue anglaise recommandés aux consommateurs américains est plus élevée que la part des contenus en français recommandés aux consommateurs français, alors on peut en déduire l'existence d'un biais linguistique en défaveur des contenus locaux des petites économies. En symétrie, si, pour un même niveau de préférence pour les contenus non locaux, on observe que les Américains se voient recommander moins de contenus en français que les Français ne se voient recommandés de titres en anglais, alors on peut en déduire qu'il existe un biais linguistique en défaveur des contenus locaux des petites économies. Le même raisonnement peut être appliqué pour déterminer s'il existe un biais géographique.

Tableau 3.1 – Titres locaux consommés selon la région de l'utilisateur et ses préférences

| Préférence Titres locaux                                               | France                                                                          | Québec                                                                           | Etats-Unis                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Totale</i> :<br>pref. locale = 1<br>pref. non locale = 0            | 5 titres français en langue française<br>0 titre américain en langue anglaise   | 5 titres canadiens en langue française<br>0 titre américain en langue anglaise   | 5 titres américains en langue anglaise<br>0 titre français en langue française  |
| <i>Dominante</i> :<br>pref. locale = 0,6<br>pref. non locale = 0,4     | 3 titres français en langue française<br>2 titres américains en langue anglaise | 3 titres canadiens en langue française<br>2 titres américains en langue anglaise | 3 titres américains en langue anglaise<br>2 titres français en langue française |
| <i>Non dominante</i> :<br>pref. locale = 0,4<br>pref. non locale = 0,6 | 2 titres français en langue française<br>3 titres américains en langue anglaise | 2 titres canadiens en langue française<br>3 titres américains en langue anglaise | 2 titres américains en langue anglaise<br>3 titres français en langue française |
| <i>Nulle</i> :<br>pref. locale = 0<br>pref. non locale = 1             | 0 titre français en langue française<br>5 titres américains en langue anglaise  | 0 titre canadien en langue française<br>5 titres américains en langue anglaise   | 0 titre américain en langue anglaise<br>5 titres français en langue française   |

Au-delà de leur localisation et de leur préférence pour les contenus locaux, les utilisateurs variaient selon deux autres caractéristiques pouvant avoir un impact sur les recommandations : le fait de préférer les titres récents ou non (Lumeau et al., 2024) et le fait d'interagir avec l'algorithme en réécoutant des titres recommandés ou non.

La moitié des utilisateurs fictifs a été définie comme ayant une préférence pour les titres récents. Pour eux, les titres consommés étaient tirés au sort dans des listes de titres ayant rencontré du succès récemment (en 2024). A contrario, l'autre moitié de l'échantillon a été défini comme ayant une préférence pour les titres anciens. Les titres consommés pour ces utilisateurs étaient tirés au sort dans des listes de titres ayant rencontré du succès en 2012, 2014 et 2016.

S'agissant du fait de réécouter les recommandations, les neuf cent soixante utilisateurs fictifs ont, là encore, été divisé en deux groupes de taille égale : un groupe qui ne consommait pas les titres recommandés par l'API et un groupe les consommant. Pour le premier groupe d'utilisateurs fictifs, les titres consommés chaque jour étaient tirés au sort dans les listes de tops selon leur localisation, leur préférence pour les titres locaux et celle pour les titres anciens. Pour le second groupe, les titres consommés étaient sélectionnés de la même manière les sept premiers jours, mais à partir du huitième jour, les titres consommés étaient tirés au sort dans la liste des vingt titres recommandés la veille, indépendamment du lieu de production, de leur langue ou du fait qu'ils soient récents ou non (autrement dit indépendamment du profil initial de l'utilisateur fictif). Supposer que les individus tendent à suivre les recommandations indépendamment de leurs préférences est conforme à l'effet de salience largement mis en évidence sur les plateformes en ligne (Lee et Hosanagar, 2021). Adomavicius et al. (2018) ont même montré que les individus suivaient les recommandations musicales mêmes lorsque celles-ci sont biaisées pour ne pas correspondre à leurs préférences.

Au final, chaque utilisateur fictif est caractérisé par une région d'origine (parmi trois), une préférence pour les titres locaux (parmi quatre), une préférence pour les titres

récents ou anciens et une préférence pour écouter des titres recommandés ou non. En croisant ces quatre dimensions, on obtient quarante-huit profils différents. Pour chacun de ces profils, vingt utilisateurs fictifs ont été assignés afin de tenir compte de l'hétérogénéité non contrôlée dans l'expérience (par exemple en termes de genre musical).

### 3.2.2. Mesure des biais

Pour étudier s'il existe des biais en défaveur des contenus locaux des petites économies, nous allons comparer la part des contenus locaux recommandés aux consommateurs fictifs localisés dans les différentes économies. Pour chaque économie, cette variable est calculée de la manière suivante :

Part des contenus locaux recommandés dans l'économie  $x$  = Nombre de titres locaux recommandés / Nombre total de titres recommandés.

Lorsque cette variable est calculée au niveau d'un compte un jour donné, le nombre total de titres recommandés est de 20 (valeur par défaut dans l'API).

Comme indiqué dans le tableau 3.2, les contenus locaux ont été identifiés selon trois dimensions : le lieu de production, la langue et le croisement des deux.

Pour identifier le lieu de production des contenus locaux, nous nous sommes référés à l'ISRC de chaque titre recommandé. L'ISRC (International Standard Recording Code) est un identifiant unique attribué par la fédération internationale de l'industrie phonographique à chaque enregistrement musical dans le monde. Il est composé de douze caractères alphanumériques dont deux caractères permettant d'identifier le pays où l'œuvre a été enregistrée<sup>18</sup>.

Déterminer la langue principale d'un titre est une opération difficile en l'absence de base de données exhaustive. L'API publique de Spotify ne donne pas accès à cette information, qui est pourtant disponible sur le service. La base Musicbrainz, en accès libre, contient cette information mais de manière non exhaustive. Pour les titres manquants, nous avons utilisé un assistant GPT via l'API d'openAI. Nous envoyons des instructions détaillées à un modèle GPT pour identifier la langue de chansons caractérisées par leur ISRC, leur titre et leur(s) interprète(s). Il a été montré que les performances de tels modèles de langage sur des tâches d'annotation simple sont proches, et parfois supérieures, à celles d'humains (Gilardi et al., 2023). Cependant, pour vérifier la qualité de l'annotation, nous avons fait annoter par deux humains experts, parmi les co-auteurs de l'article, un sous-ensemble de 500 titres, dont 200 présents dans la base de données musicbrainz. Ensuite, nous avons demandé à GPT d'annoter ces chansons. Nous avons ensuite comparé les langues attribuées par les humains à celles attribuées par GPT, et celles attribuées par musicbrainz, c'est-à-dire par une constellation d'humains experts anonymes, à celles attribuées par GPT. Les taux d'accord sont très hauts. Le score F1, généralement utilisée en apprentissage machine pour mesurer la qualité d'une prédiction, est de 0,95 sur les chansons en anglais et en français (qualité exceptionnelle) et de 0,85 sur les chansons dans

---

<sup>18</sup> Respectivement FR, et plus marginalement FX et PF, pour la France, US, et plus marginalement QM, QT et QZ, pour les États-Unis, CA et marginalement CB pour le Canada.

d'autres langues (très bonne qualité). Un faible nombre de titres sont codés dans deux langues ; dans ce cas, nous retenons la langue dominante, celle qui apparaît le premier aux annotateurs.

Le croisement entre la langue et le lieu de production d'un titre permet de tenir compte de la spécificité de la musique québécoise. Ainsi, en croisant le lieu de production (Canada) et la langue (française), on peut identifier les œuvres québécoises.

Tableau 3.2 – Description des variables

| Nom de la variable                         | Description                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Part des contenus locaux recommandés       |                                                                                                                                                      |
| - Selon le lieu de production              | Rapport entre le nombre de titres recommandés produits dans l'économie $x$ et le nombre total de titres recommandés.                                 |
| - Selon la langue                          | Rapport entre le nombre de titres recommandés dans la langue dominante de $x$ et le nombre total de titres recommandés.                              |
| - Selon le lieu de production et la langue | Rapport entre le nombre de titres recommandés produits dans l'économie $x$ dans la langue dominante de $x$ et le nombre total de titres recommandés. |
| Part des contenus non locaux recommandés   |                                                                                                                                                      |
| - Selon le lieu de production              | Rapport entre le nombre de titres recommandés produits dans l'économie $y$ et le nombre total de titres recommandés.                                 |
| - Selon la langue                          | Rapport entre le nombre de titres recommandés dans la langue dominante de $y$ et le nombre total de titres recommandés.                              |
| - Selon le lieu de production et la langue | Rapport entre le nombre de titres recommandés produits dans l'économie $y$ dans la langue dominante de $y$ et le nombre total de titres recommandés. |

En symétrie de la part des contenus locaux recommandés, nous avons calculé la part des contenus non locaux recommandés. Comme indiqué dans la sous-section précédente (confère Tableau 3.1), les contenus non locaux ne correspondent pas ici à l'ensemble des contenus non locaux (c'est-à-dire tous les autres contenus que ceux qui sont produits dans l'économie  $x$  en question et/ou dans une autre langue que celle de l'économie  $x$  en question) mais correspondent aux contenus non locaux consommés en amont : les contenus produits aux États-Unis et/ou en langue anglaise pour les utilisateurs fictifs français et québécois et les contenus produits en France et/ou en langue française pour les Américains. Ainsi, la part des contenus non locaux se calcule de la manière suivante :

Part des contenus non locaux recommandés = Nombre de titres non locaux de l'économie  $y$  recommandés / Nombre total de titres recommandés.

Là encore, les contenus non locaux sont définis selon trois dimensions : le lieu de production, la langue et le croisement des deux (confère Tableau 2). Le processus d'identification des lieux de production et des langues est identique à celui décrit précédemment.

### 3.2.3. Les hypothèses

L'hypothèse centrale testée ici est que l'algorithme de recommandation de l'API de Spotify produit un biais géographique (en fonction du lieu de production) et/ou un biais linguistique (en fonction de la langue dominante dans le territoire). Comme indiqué dans l'introduction, on peut parler d'un biais algorithmique en (dé)faveur d'un certain type de contenus dès lors que, en contrôlant pour la consommation initiale, l'algorithme recommande (moins) davantage ce type de contenus qu'un autre. La littérature académique existante suggérant que les systèmes de guidage mis en place par les plateformes de streaming favoriseraient les contenus américains et défavoriseraient les contenus locaux (Aguiar et al., 2021 ; Lumeau et al., 2024), on suppose que, pour un niveau de consommation donnée de contenus locaux, l'algorithme de recommandation de l'API de Spotify produit des biais géographiques en faveur des contenus locaux américains pour les utilisateurs résidants aux Etats-Unis et en défaveur des contenus locaux français ou québécois pour les consommateurs résidant respectivement en France et au Québec. De même, cet algorithme recommanderait davantage de titres anglophones aux utilisateurs américains que de titres francophones aux utilisateurs français ou québécois, produisant ainsi un biais linguistique.

*Hypothèse 1 - Biais géographiques et linguistiques en faveur des contenus des grandes économies et en défaveur des contenus des petites économies :*

- *Pour un niveau donné de consommation de titres locaux, la part des contenus produits aux Etats-Unis recommandés aux utilisateurs américains est plus élevée que la part des contenus produits en France recommandés aux utilisateurs français.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres locaux, la part des contenus en langue anglaise recommandés aux utilisateurs américains est plus élevée que la part des contenus en langue française recommandés aux utilisateurs français.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres locaux, la part des contenus produits aux Etats-Unis recommandés aux utilisateurs américains est plus élevée que la part des contenus produits au Canada recommandés aux utilisateurs québécois.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres locaux, la part des contenus en langue anglaise recommandés aux utilisateurs américains est plus élevée que la part des contenus en langue française recommandés aux utilisateurs québécois.*

En symétrie de cette hypothèse mesurant les biais au travers de la part des contenus locaux recommandés, on peut aussi les mesurer à travers la part des contenus non recommandés. C'est l'hypothèse 1 bis :

*Hypothèse 1bis - Biais géographiques et linguistiques en faveur des contenus des grandes économies et en défaveur des contenus des petites économies :*

- *Pour un niveau donné de consommation de titres non locaux, la part des contenus produits aux Etats-Unis recommandés aux utilisateurs français est plus élevée que la part des contenus produits en France recommandés aux utilisateurs américains.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres non locaux, la part des contenus en langue anglaise recommandés aux utilisateurs français est plus élevée que la part des contenus en langue française recommandés aux utilisateurs américains.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres non locaux, la part des contenus produits aux Etats-Unis recommandés aux utilisateurs québécois est plus élevée que la part des contenus produits au Québec recommandés aux utilisateurs américains.*
- *Pour un niveau donné de consommation de titres non locaux, la part des contenus en langue anglaise recommandés aux utilisateurs québécois est plus élevée que la part des contenus en langue française recommandés aux utilisateurs américains.*

Alors que les hypothèses 1 et 1bis portent sur la comparaison des recommandations algorithmiques dans une grande économie et deux petites économies, l'hypothèse 2 a pour but de comparer le traitement algorithmique des titres des deux petites économies. Dans la mesure où la France a une production locale plus dynamique que le Québec, le nombre de titres produits en France disponibles sur les plateformes de streaming est donc en théorie plus élevé, ce qui implique que le nombre de titres français pouvant être recommandés est plus élevé que le nombre de titres québécois. Dès lors, on suppose que le biais géographique défavorable aux petites économies sera plus fort pour les contenus québécois que pour les contenus produits en France. En revanche, il ne devrait pas y avoir de différence entre ces deux économies concernant le biais linguistique car l'ensemble de titres francophones devraient être similaire dans les deux économies.

*Hypothèse 2 - Biais géographique en défaveur des contenus locaux plus élevé au Québec qu'en France :*

- *Pour un niveau donné de consommation de titres locaux, la part des contenus produits en France recommandés aux utilisateurs français est plus élevée que la part des contenus produits au Québec recommandés aux utilisateurs québécois.*

Les hypothèses suivantes portent sur les variables de l'expérience pouvant amplifier ou diminuer les biais géographiques et linguistiques. S'agissant de la troisième hypothèse, elle porte sur l'effet du niveau des préférences locales. On peut supposer que plus les préférences locales sont fortes, et donc le niveau de consommation de titres produits localement et/ou chantés en langue locale, et plus les recommandations algorithmiques en contenus ayant les mêmes caractéristiques seront importantes. Cela repose sur le fait que l'algorithme peut plus clairement identifier les préférences des utilisateurs en matière de langue ou de lieu de production.

*Hypothèse 3 – Biais géographiques et linguistiques en faveur des grandes économies et en défaveur des contenus des petites économies amplifiés par le niveau de préférence pour les contenus locaux :*

- *Biais géographique et linguistique en défaveur des contenus locaux en France et au Québec d'autant plus élevés que les individus ont une faible préférence pour les contenus locaux.*
- *Biais géographique et linguistique en faveur des contenus locaux aux Etats-Unis d'autant plus élevés que les individus ont une forte préférence pour les contenus locaux.*

La quatrième hypothèse porte sur l'effet de la préférence pour la musique ancienne ou récente. Lumeau et al. (2024) indiquent que les titres américains anciens sont plus recommandés que les titres français anciens à des utilisateurs français d'une plateforme de streaming. Dès lors, on suppose que les biais géographiques et linguistiques en défaveur des contenus locaux des petites économies seront d'autant plus forts que les consommateurs ont une préférence pour les titres anciens : ceux qui consomment des titres anciens se verront recommandés une part moins importante de titres locaux que ceux qui consomment des titres récents. A contrario, les utilisateurs américains avec de fortes préférences, et donc une forte consommation, de titres anciens se verront davantage recommandés de titres locaux que ceux ayant une préférence pour les titres récents.

*Hypothèse 4 – Biais géographiques et linguistiques en faveur des grandes économies et en défaveur des contenus des petites économies amplifiés par la préférence pour les contenus anciens :*

- *Biais géographique et linguistique en défaveur des contenus locaux en France et au Québec d'autant plus élevé que les individus ont une préférence pour les contenus anciens.*
- *Biais géographique et linguistique en faveur des contenus locaux aux Etats-Unis d'autant plus élevé que les individus ont une préférence pour les contenus anciens.*

Enfin, la cinquième hypothèse porte sur l'effet de consommer les titres recommandés. Pour rappel, les utilisateurs fictifs réécoutant les recommandations vont consommer des titres recommandés la veille à partir du huitième jour de l'expérience. Dès lors qu'il existe des biais en défaveur des titres locaux des petites économies, la part des contenus locaux recommandés devrait donc mécaniquement se réduire au-delà du septième jour pour les utilisateurs consommant les recommandations et diminuer progressivement au cours du temps. De même, dès lors qu'il existe des biais en faveur des titres locaux de la grande économie, la part des contenus locaux recommandés devrait mécaniquement et de manière continue croître au-delà du septième jour pour les utilisateurs consommant les recommandations.

*Hypothèse 5 – Biais géographiques et linguistiques en faveur des grandes économies et en défaveur des contenus des petites économies amplifiés par la consommation des titres recommandés :*

- *Biais géographique et linguistique en défaveur des contenus locaux en France et au Québec d'autant plus élevés que les individus réécoutent les contenus recommandés.*
- *Biais géographique et linguistique en faveur des contenus locaux aux États-Unis d'autant plus élevés que les individus réécoutent les contenus recommandés.*

### 3.3. Principaux résultats

Dans cette section, l'analyse des recommandations porte d'abord sur les titres locaux (3.1), puis sur les titres non locaux (3.2). Pour faciliter la lecture des résultats, nous nous appuyons dans le corps du texte uniquement sur des statistiques descriptives, des comparaisons de moyenne. Le design de l'expérimentation, qui a permis de contrôler la quasi-totalité des biais possibles, permet en effet de ne pas avoir à recourir à une analyse statistique plus sophistiquée. Cependant, dans la mesure où l'expérimentation n'est pas déterministe – deux appels successifs à l'API de recommandation, avec les mêmes paramètres, renvoient des recommandations différentes – nous avons également ajouté en annexe, pour chaque hypothèse, une série de modèles économétriques. Les conclusions de ces modèles sont systématiquement similaires à celles de la statistique descriptive.

#### 3.3.1. Les recommandations de contenus locaux

Dans cette sous-section, l'analyse porte sur la part des contenus locaux recommandés, définis successivement en fonction du lieu de production, de la langue et du croisement des deux. À chaque fois, elle correspond au rapport entre le nombre de titres locaux recommandés et le nombre total de titres recommandés (20). Dans un premier temps, l'analyse des recommandations de titres locaux porte sur les contenus locaux sans la réécoute (3.1.1), avant d'introduire l'effet de la réécoute (3.1.2).

##### 3.3.1.1. Recommandations non réécoutées

Nous commençons l'analyse en considérant le lieu de production pour caractériser les contenus locaux. La première hypothèse stipule qu'il existerait un biais géographique en faveur des grandes économies et au détriment des plus petites, c'est-à-dire que les préférences en termes de contenus locaux de consommateurs de petites économies seraient moins bien respectées que celles des consommateurs des grandes économies. Les contenus états-uniens devraient donc bénéficier de ce biais géographique, et les contenus français et canadiens en pâtir.

Les résultats présentés dans le graphique 3.1 (cf. également Tableau A.1 en annexe) indiquent que, lorsque les recommandations ne sont pas réécoutées et donc que chaque jour les titres écoutés sont conformes aux préférences initiales pour les contenus locaux, cette hypothèse – pour sa partie biais géographique – n'est pas validée. Tout d'abord, tous les pays présentent un profil semblable. Plus le niveau de préférence pour les contenus locaux est élevée, plus la part de contenus locaux recommandés est élevée. Par ailleurs, la part des contenus locaux recommandés aux consommateurs reste proche de leur préférence initiale. Pour les consommateurs ayant une préférence exclusive pour les contenus locaux (Pref. locale = 1), c'est en France que cette préférence est la mieux respectée, et aux États-Unis qu'elle l'est le

moins. Ainsi, en moyenne, un consommateur français n'écoulant que de la musique française se voit recommander 86,7% de contenus français. Pour un consommateur québécois, les recommandations sont à 80,8% canadiennes mais pour un consommateur états-uniens seuls 76,4% des contenus recommandés ont été produits aux États-Unis. On retrouve la même hiérarchie entre les trois pays quel que soit le niveau de préférence locale, sauf lorsque la préférence locale est nulle. Dans ce dernier cas, les consommateurs américains se voient recommander plus de titres locaux que les consommateurs français ou québécois. Au final, il ne semble donc pas exister de biais systématique en défaveur des contenus des petites économies ou en faveur des contenus des grandes économies.

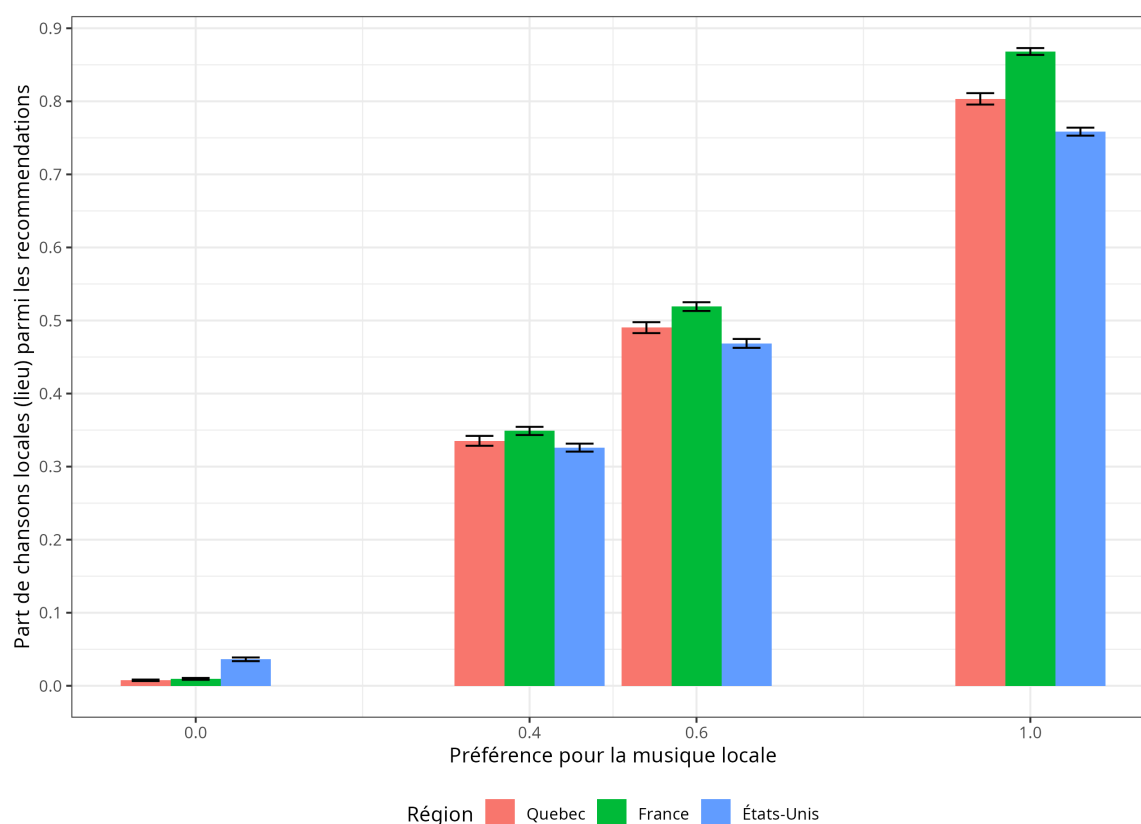
Considérer la langue des chansons plutôt que le pays de production conduit à des conclusions un peu différentes. La comparaison des graphiques 3.1 et 3.2 (cf. également le Tableau A.2 en Annexe) indique qu'au Québec et aux États-Unis, la part des contenus recommandés en langue locale dominante est plus importante que la part des contenus produits sur le territoire. En France cette différence est bien moindre. En moyenne, un utilisateur fictif basé en France ne consommant que de la musique en langue française se voit recommander 89,8% de contenus en français (contre 86,7% selon le lieu de production). Pour un utilisateur québécois, les recommandations sont à 93% en français (contre 80,8% selon le lieu de production) et les recommandations pour un consommateur américain sont à 93% en langue anglaise (contre 76,4% selon le lieu de production). Une fois encore cette hiérarchie est respectée quelle que soit l'intensité des préférences pour les contenus locaux, avec des taux légèrement plus élevés pour les utilisateurs américains que québécois au-delà d'une préférence locale totale (pref. locale < 1). Ces résultats suggèrent que, conformément à la première hypothèse, il existerait un biais linguistique en faveur des titres locaux des États-Unis et en défaveur des titres locaux en France et au Québec, même si les différences sont de faible ampleur.

Le graphique 3.3 (cf. également Tableau A.3 en annexe) permet de croiser les critères du lieu de production et de la langue et donc de tenir compte de la spécificité québécoise. Ce croisement permet en effet d'identifier dans quelle mesure la musique recommandée aux québécois est a priori québécoise, c'est-à-dire en langue française et produite au Canada. Le graphique 3.3 indique, à l'instar des résultats obtenus avec une analyse par lieu de production, que c'est aux États-Unis que les préférences locales sont le moins bien respectées. Par exemple, seules 70,3% des recommandations des utilisateurs fictifs ayant des préférences exclusives pour les contenus américains en langue anglaise sont relatives à ce type de contenus. En France, 80,5% des recommandations proposées aux consommateurs ayant une préférence exclusive pour des contenus français en français sont produits en France et en langue française. Même au Québec, les préférences sont mieux respectées qu'aux États-Unis : 76,5% des contenus recommandés sont produits au Canada en langue française (et donc a priori québécois). Encore une fois, la même logique et la même hiérarchie sont observées quel que soit le niveau de préférence pour les contenus locaux.

Ainsi, notre première hypothèse stipulait l'existence de biais en faveur des grandes économies et en défaveur des petites économies. On observe des résultats différents en fonction du critère de localisme retenu. Lorsque l'on retient la langue, il existe bien un biais géographique en défaveur des contenus locaux en France et au Québec, et à

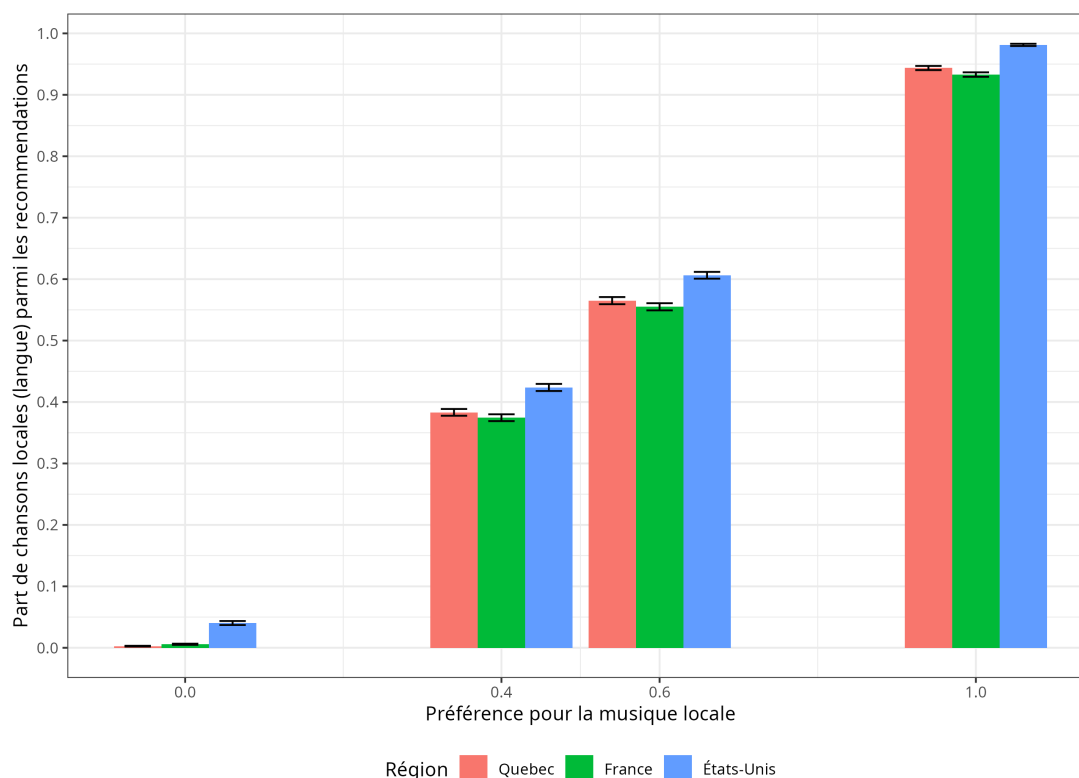
l'inverse un biais en faveur des contenus locaux aux États-Unis. L'hypothèse 1 – pour la dimension biais linguistique – est donc plutôt validée, même si les différences sont relativement faibles en niveau. En revanche, si on considère le lieu de production, ou le croisement lieu de production et langue, les contenus états-uniens ne sont pas favorisés par l'algorithme. Le biais semble donc être lié à la langue plutôt qu'à la nationalité des contenus. Le tableau A10 en annexe montre que ces résultats sont confirmés par l'analyse économétrique. Plus précisément, les régressions (1), (4) et (7) montrent que, selon le critère du lieu de production et du croisement lieu de production/nationalité, les contenus états-uniens sont significativement défavorisés par rapport aux contenus français, mais que c'est l'inverse si l'on retient le critère de la langue.

Graphique 3.1 – Part de titres locaux recommandés selon le lieu de production



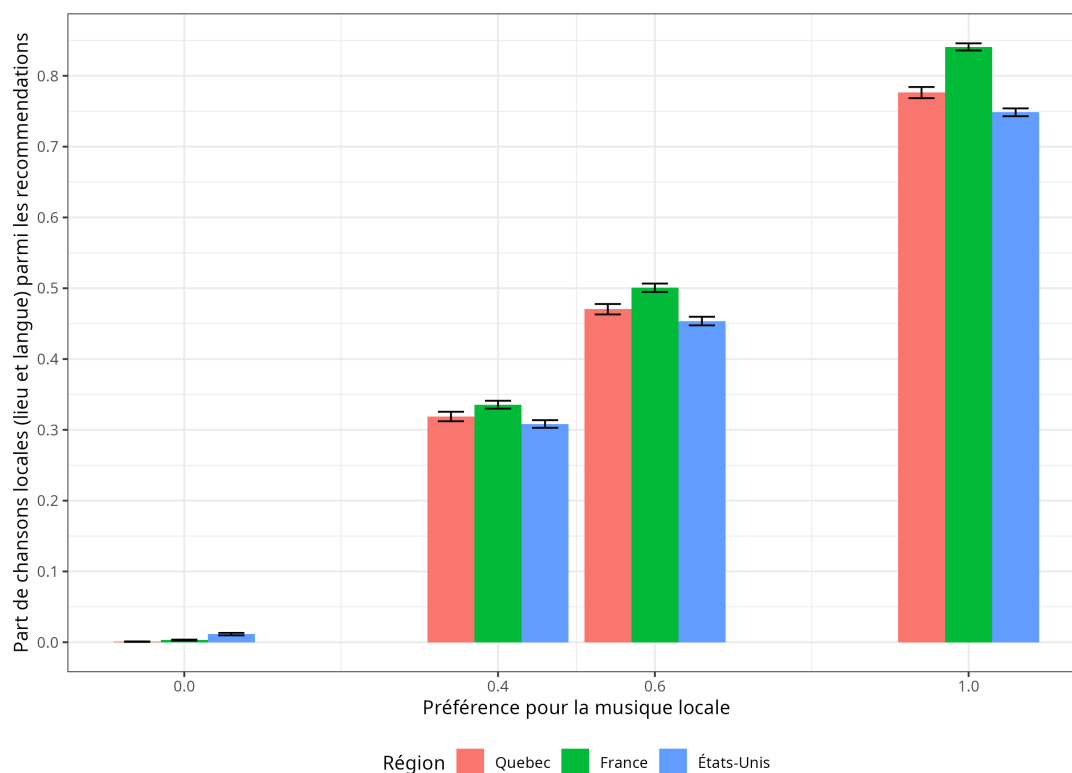
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.2 – Part de titres locaux recommandés selon la langue dominante



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.3 – Part de titres locaux recommandés selon la langue et le lieu de production



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Selon notre seconde hypothèse, les biais en défaveur des contenus locaux seraient plus élevés dans les régions où la production est faible, autrement dit au Québec qu'en France. Cette hypothèse ne trouve pas d'appui empirique solide dans nos résultats quand on considère le lieu de production comme critère de localisme, et est infirmée si on retient la langue. Lorsque l'on retient le croisement lieu de production-langue, qui est le plus pertinent pour le cas québécois, la part des contenus locaux dans les recommandations apparaît toujours légèrement plus élevée en France qu'au Québec, et ce quel que soit le niveau de préférence pour les contenus locaux, mais elle reste, dans tous les cas, plus élevée au Québec qu'aux États-Unis. Il est donc difficile de conclure que dans un pays à plus faible production locale, le système de recommandations rencontre plus de difficultés à satisfaire les préférences des consommateurs pour des contenus locaux. Ces résultats sont confirmés par l'analyse économétrique (cf. tableau A10 en annexe). Lorsque le critère pour définir les contenus locaux est le lieu de production ou le croisement lieu de production/langue, les régressions (1), (4) et (7) montrent que la part des contenus locaux recommandés est significativement plus faible au Québec qu'en France, mais que c'est l'inverse lorsque le critère est la langue.

Selon notre troisième hypothèse, on devrait observer une amplification des biais selon le niveau de préférences locales des individus. Les biais en défaveur des contenus locaux en France et au Québec seraient d'autant plus élevés que les individus ont une faible préférence pour les contenus locaux. À l'inverse, les biais en faveur des contenus locaux aux États-Unis seraient d'autant plus élevés que les individus ont une forte préférence pour les contenus locaux. Nos résultats ne semblent pas valider cette hypothèse. Nous avons calculé pour chaque pays le ratio suivant : (part de contenu local recommandé – part de contenu local initial) / part de contenu local initial. Si l'hypothèse 3 est vérifiée, ce ratio devrait être de moins en moins négatif lorsque le niveau de préférence pour les contenus locaux augmente. Or, on observe le contraire : lorsque l'on retient le lieu de production comme critère de localisme, ce rapport est respectivement de -17%, -20% et -24% pour les objectifs de 40%, 60% et 100% pour les États-Unis ; en France et au Québec, les séries sont respectivement de {-12%, -12%, -13%} et {-17%, -17%, -19%}. Considérer la langue plutôt que le lieu de production ne change pas le constat.<sup>19</sup> Une fois encore, ces résultats sont confirmés par l'analyse économétrique. On n'observe pas un biais plus fort quand les préférences pour les contenus locaux sont faibles lorsque l'on raisonne au niveau global (régressions (1), (4) et (7) dans le tableau A10) ou pays par pays (régressions (2), (5) et (8) dans le tableau A10).

Selon notre quatrième hypothèse, les biais en défaveur du contenu local devraient être plus élevés chez les Français et Québécois qui consomment du contenu ancien que chez ceux qui consomment du contenu récent. De même, les biais en faveur du contenu local seraient plus élevés pour les Américains qui consomment du contenu ancien par rapport à ceux consommation du contenu récent. Les graphique 3.4, 3.5 et 3.6 ne valident pas cette hypothèse. Quels que soient le niveau de préférences pour les contenus locaux et le critère de localisme considéré (lieu de production, langue ou lieu de production et langue), il n'y a pas de différences notables de recommandation selon que les utilisateurs fictifs localisés aux États-Unis et au Québec préfèrent le

---

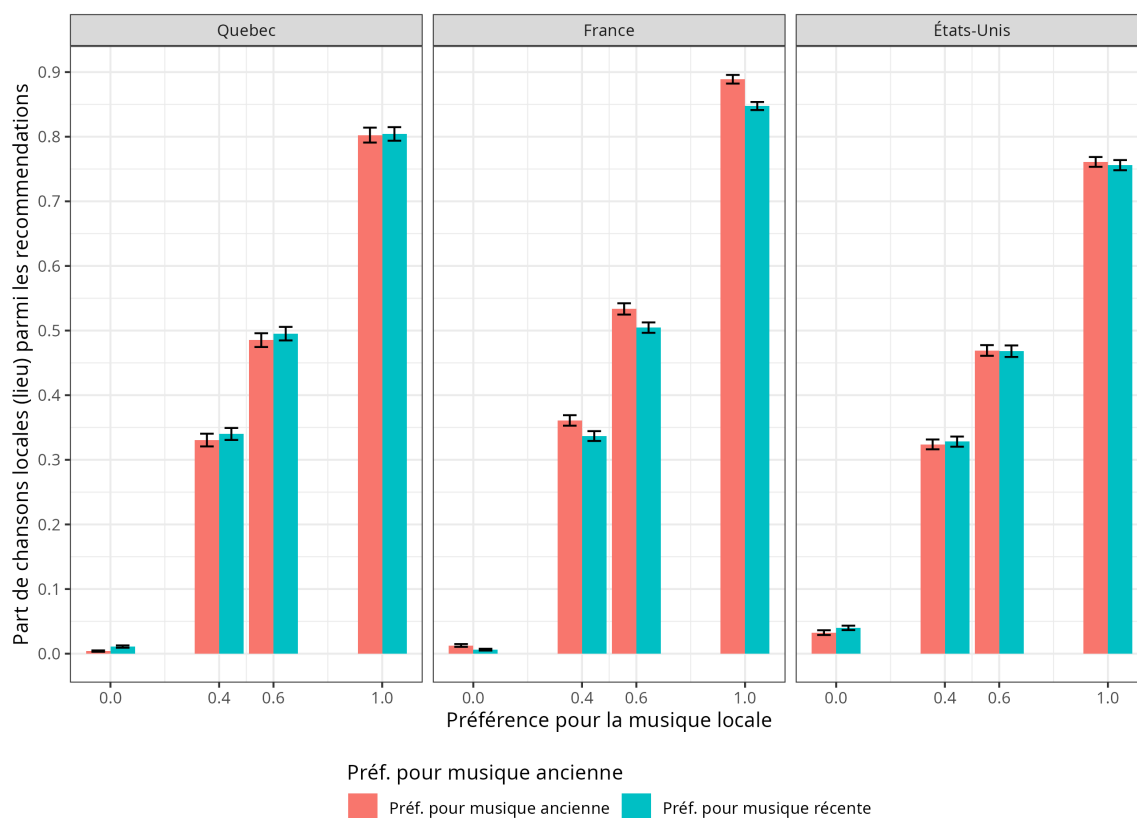
<sup>19</sup> Les séries respectives pour les États-Unis, la France et le Québec sont alors : {0%, -5%, -7%}, {-10%, -12%, -10%}, {-7%, -8%, -7%}.

contenu récent ou ancien. En France, la part des contenus locaux recommandés est toujours plus élevée pour les contenus anciens que pour les contenus récents. Lorsque les critères de localisme sont le lieu de production et le croisement lieu de production et langue, même si les utilisateurs fictifs français qui ont une préférence pour les titres récents reçoivent moins de recommandations locales, la part des recommandations locales reste plus élevée que pour les consommateurs américains ayant les mêmes préférences. En revanche, lorsque le critère de localisme est la langue, le biais linguistique en défaveur des contenus locaux s'amplifie pour les utilisateurs français ayant des préférences pour les titres récents : ils reçoivent moins de recommandations de contenus en langue française que les utilisateurs américains avec les mêmes préférences pour la musique récente ne reçoivent de contenus en langue anglaise. Ces résultats sont confirmés par l'analyse économétrique (régressions (3), (6) et (9) dans le tableau A10). Pour la France, quel que soit le critère retenu pour définir le localisme, les utilisateurs consommant du contenu ancien se voient recommander plus de contenu local que ceux qui consomment du contenu récent. Pour les États-Unis et le Québec, la différence est non significative ou de faible ampleur <sup>20</sup>.

---

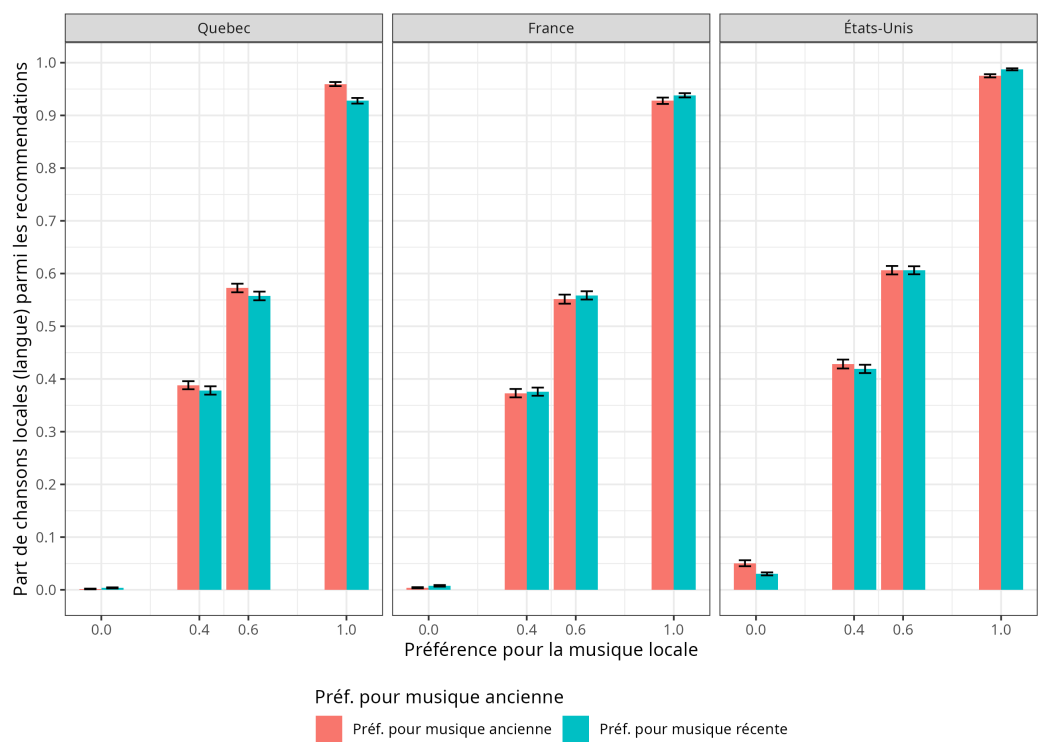
<sup>20</sup> Dans les régressions (3), (6) et (9) du tableau A10, on interprète pour la France le coefficient de la variable *Musique Récente* et pour le Québec et les États-Unis la somme des coefficients *Musique Récente* et *Musique Récente x Région*.

Graphique 3.4 – Part de titres locaux recommandés selon le lieu de production en fonction de la préférence pour la musique récente



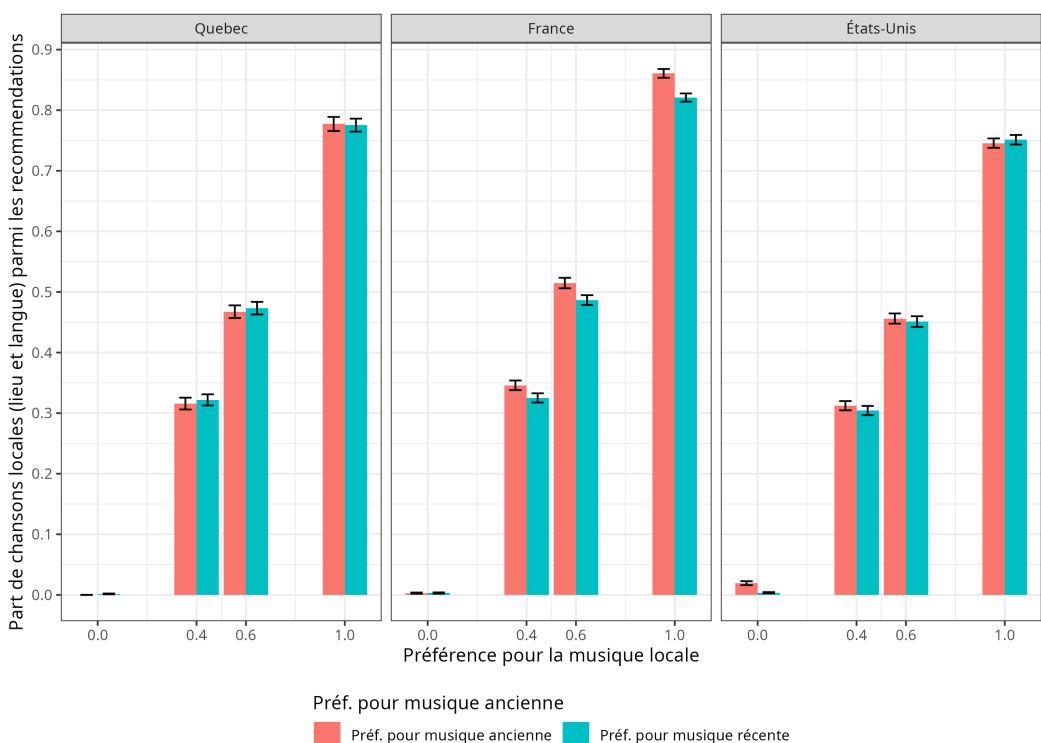
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.5 – Part de titres locaux recommandés selon la langue en fonction de la préférence pour la musique récente



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.6 – Part de titres locaux recommandés selon la langue et le lieu de production en fonction de la préférence pour la musique récente



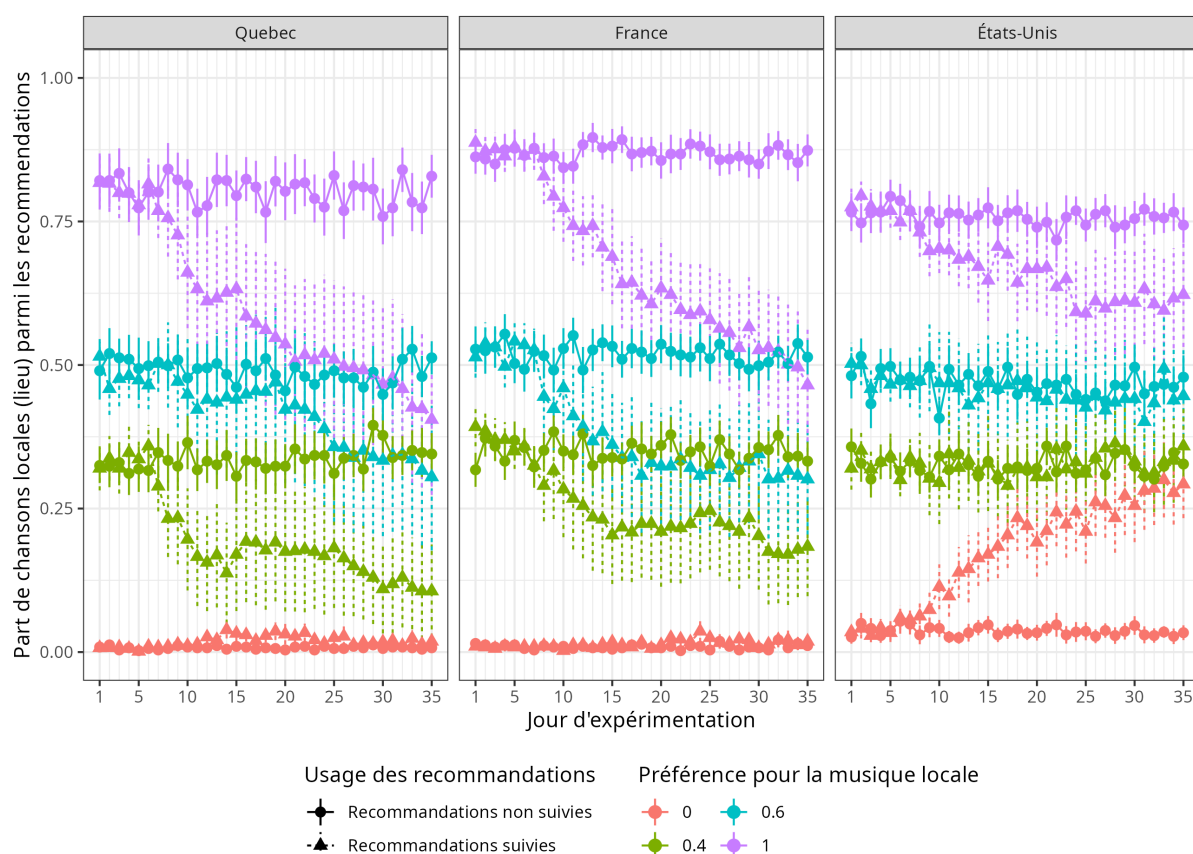
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

En résumé, il ne semble pas que les contenus produits aux Etats-Unis soient favorisés par l'algorithme de recommandation de l'API de Spotify. Ils sont même moins recommandés aux utilisateurs américains que les contenus produits en France aux Français et au Québec aux Québécois. En revanche, les contenus en langue anglaise sont légèrement favorisés par rapport aux contenus en langue française, validant l'hypothèse d'un biais linguistique. Il ne semble pas non plus que l'intensité de la production locale joue un grand rôle, pas plus que le niveau de préférences pour les contenus locaux. Enfin, aucune différence très significative n'apparaît entre contenus récents et anciens, sauf pour la France où, contrairement à ce qui était postulé, les algorithmes semblent mieux respecter les préférences des consommateurs pour les contenus anciens que récents.

### 3.3.1.2. Recommandations réécoutées

Quel est l'impact de la réécoute des recommandations ? Selon la cinquième hypothèse, écouter les recommandations produites la veille devrait conduire à progressivement amplifier les biais existants. Les graphiques 3.7 à 3.9 décrivent l'évolution des parts de contenus locaux selon que les recommandations sont réécoutées ou non (cf. également les tableaux A4 à A6).

Graphique 3.7 – Évolution de la part de contenu local recommandé selon le lieu de production en fonction du suivi des recommandations

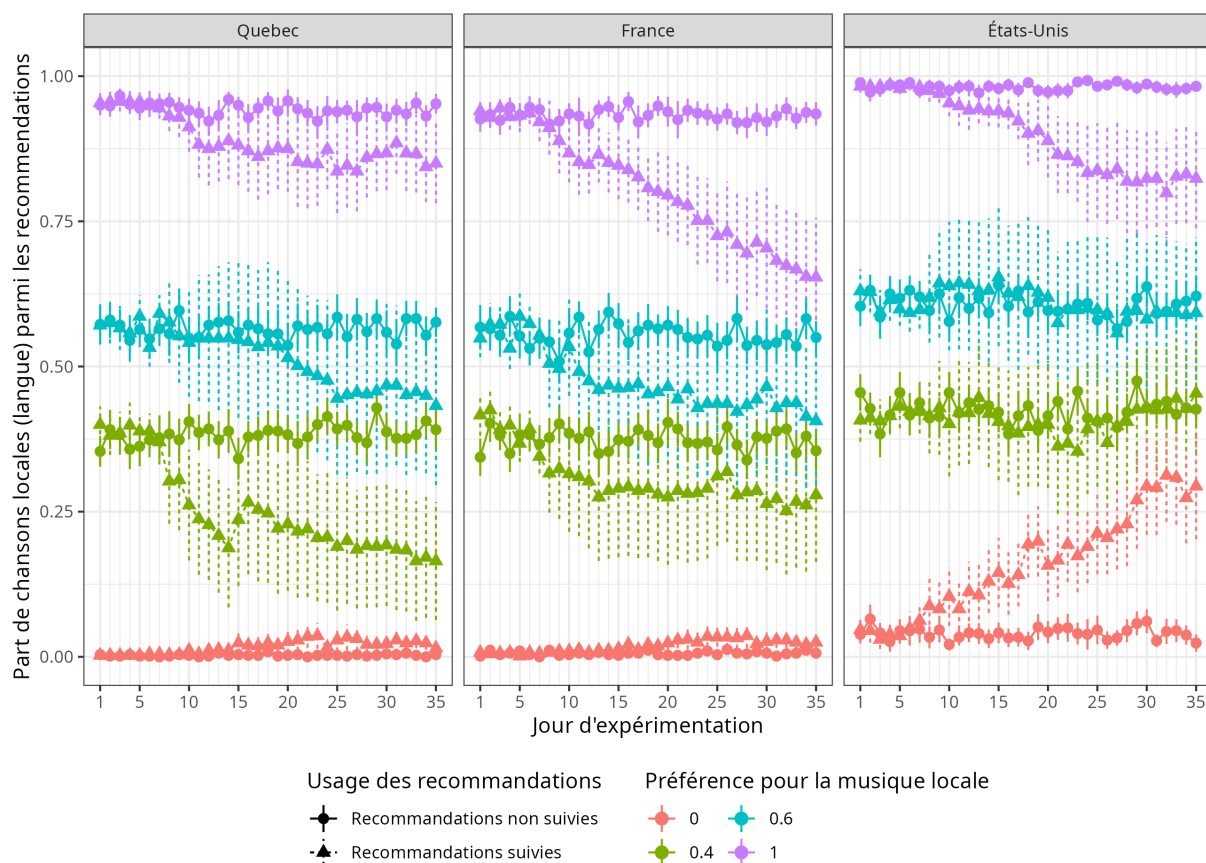


Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

Lorsque le critère de localisme est le lieu de production (graphique 3.7), des différences semblent apparaître entre petites et grandes économies. Dans les petites

économies, réécouter les recommandations conduit progressivement à une baisse de la part de contenu local dans les recommandations, et ce d'autant plus que les préférences initiales pour les contenus locaux sont fortes (en violet sur le graphique 3.7). Ainsi, en France, les individus fictifs qui consomment initialement uniquement du contenu local mais qui réécoutent les recommandations à partir du huitième jour de l'expérimentation, voient la part de contenu local tomber à moins de 50% en fin de période (jour 35). La baisse est encore plus massive au Québec. Pour les consommateurs américains consommant initialement uniquement des contenus produits aux États-Unis, on observe également un déclin, mais beaucoup moins marqué que pour les petites économies. En revanche, pour les consommateurs américains consommant initialement 60% et 40% de contenus locaux, il ne semble pas exister de différences selon qu'ils consomment ou non les titres recommandés, alors que des différences apparaissent pour les consommateurs français et québécois ayant les mêmes préférences pour les contenus locaux.

Graphique 3.8 – Évolution de la part de contenu local recommandé selon la langue en fonction du suivi des recommandations



Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

La plus forte différence entre les petites économies et la grande apparaît pour les utilisateurs ne consommant initialement aucun contenu local : la réécoute des recommandations ne change rien au Québec et en France, alors qu'aux États-Unis la part des contenus locaux augmente significativement. De plus en plus de contenus américains sont proposés aux consommateurs situés aux États-Unis qui n'en

écoutaient pourtant aucun au début de l'expérience, atteignant près de 30% à la fin de l'expérience (jour 35).

Graphique 3.9 – Évolution de la part de contenu local recommandé selon le lieu de production et la langue en fonction du suivi des recommandations



Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

Qu'en est-il lorsque le critère de localisme est la langue ? Le graphique 3.8 indique que pour les petites économies, la chute des recommandations de titres locaux lorsque les recommandations sont réécoutées est moins marquée quand on considère la langue et non plus le lieu de production. Ce résultat suggère que les contenus francophones non-nationaux viendraient suppléer les contenus nationaux. C'est particulièrement notable au Québec. Pour les individus ayant initialement une préférence exclusive pour les contenus en français, la part des contenus en langue française est d'environ 80% en fin de période lorsque les recommandations sont réécoutées, contre 37% de part de titres canadiens recommandés (Graphique 3.7). Même si la chute des recommandations est de plus faible ampleur lorsqu'on considère la langue, elle reste en moyenne plus élevée dans les petites économies qu'aux États-Unis. Par ailleurs, on observe toujours que les consommateurs américains n'écoutant aucun contenu en langue anglaise au début de l'expérience se voient recommander significativement plus de contenus de cette langue à mesure du déroulement de l'expérience, ce qui n'est pas le cas des consommateurs français ou québécois ayant les mêmes caractéristiques.

Lorsque l'on prend le croisement lieu de production et langue comme critère de localisme (cf. graphique 3.9), les différences entre les petites économies et les États-

Unis semblent se réduire en comparaison d'une analyse selon le lieu de production. Toutefois, à la fin de l'expérience, la part des contenus recommandés, produits localement dans la langue dominante, reste plus élevée pour les consommateurs fictifs américains réécoutant les recommandations que pour les Français ou les Québécois ayant le même comportement.

L'analyse économétrique confirme cette analyse. Le tableau A.11 en annexe montre, sans distinguer les effets par niveau de préférence pour les contenus locaux, que l'effet de la réécoute des recommandations est toujours négatif pour les contenus locaux au Québec et en France, avec toutefois un effet moitié moins important lorsque le critère retenu est celui de la langue. À l'inverse, pour les États-Unis, la satisfaction des préférences pour les contenus locaux n'apparaît globalement pas beaucoup moins forte lorsque les recommandations sont suivies par les individus, en comparaison d'une situation où elles ne le sont pas. Lorsque le critère de la langue est retenu, la satisfaction des préférences locales est même plus élevée avec la réécoute des recommandations que sans<sup>21</sup>. Le tableau A12 en annexe montre quant à lui que la satisfaction des préférences locales est de moins en moins réalisée à mesure que les jours passent en France et au Québec alors, qu'à l'inverse, elle est relativement stable aux États-Unis<sup>22</sup>.

Au final, l'hypothèse 5 est validée. Alors qu'il n'existait pas de biais géographique dans la consommation des titres recommandés, les titres produits dans les petites économies sont moins recommandés dans ces pays que ceux produits aux États-Unis et recommandés aux consommateurs américains lorsque les titres recommandés sont réécoutés. Par ailleurs, le biais linguistique en défaveur des titres francophones et en faveur des titres anglophones observé sans la réécoute est amplifié lorsque les titres recommandés sont réécoutés. La situation paraît particulièrement contrastée lors de la réécoute des recommandations entre un individu qui n'écoute pas de musique locale aux États-Unis et qui se verra proposer progressivement de plus en plus de contenus locaux dans les recommandations et une personne n'écouter pas de la musique française en France (ou québécoise au Québec) qui ne s'en verra pas proposer par la suite.

### 3.3.2. Les recommandations de contenus non-locaux

Si les premiers résultats indiquent que, sans réécoute des recommandations, il n'existe pas de biais géographique à l'encontre des titres locaux des petites économies et un biais linguistique de faible ampleur, on peut se demander comment les titres de la grande économie sont traités par les algorithmes dans les petites économies et les titres d'une petite économie dans une grande. Le design permet d'analyser la part des contenus américains et/ou en langue anglaise recommandés en France et au Québec

---

<sup>21</sup> Dans les régressions (1), (2) et (3) du tableau A11, on interprète pour la France le coefficient de la variable *Suit les reco.* et pour le Québec et les États-Unis la somme des coefficients des variables *Suit les reco.* et *Suit les reco. x Région*.

<sup>22</sup> Dans les régressions (2), (4) et (6) du tableau A12, on interprète pour la France le coefficient de la variable *Jour* et pour le Québec et les États-Unis la somme des coefficients des variables *Jour* et *Jour x Région*. La non-significativité du coefficient de la variable *Jour x QC* signifie que pour le Québec l'effet n'est pas significativement différent de l'effet pour la France.

selon le niveau de préférence initiale pour ce type de contenu. Il permet également de mesurer comment les contenus français sont traités aux États-Unis.

L'analyse des recommandations des titres non locaux est d'abord faite sans les données recueillies sur les utilisateurs fictifs réécoutant les contenus (3.2.1), avant d'introduire l'impact de la réécoute (3.2.2).

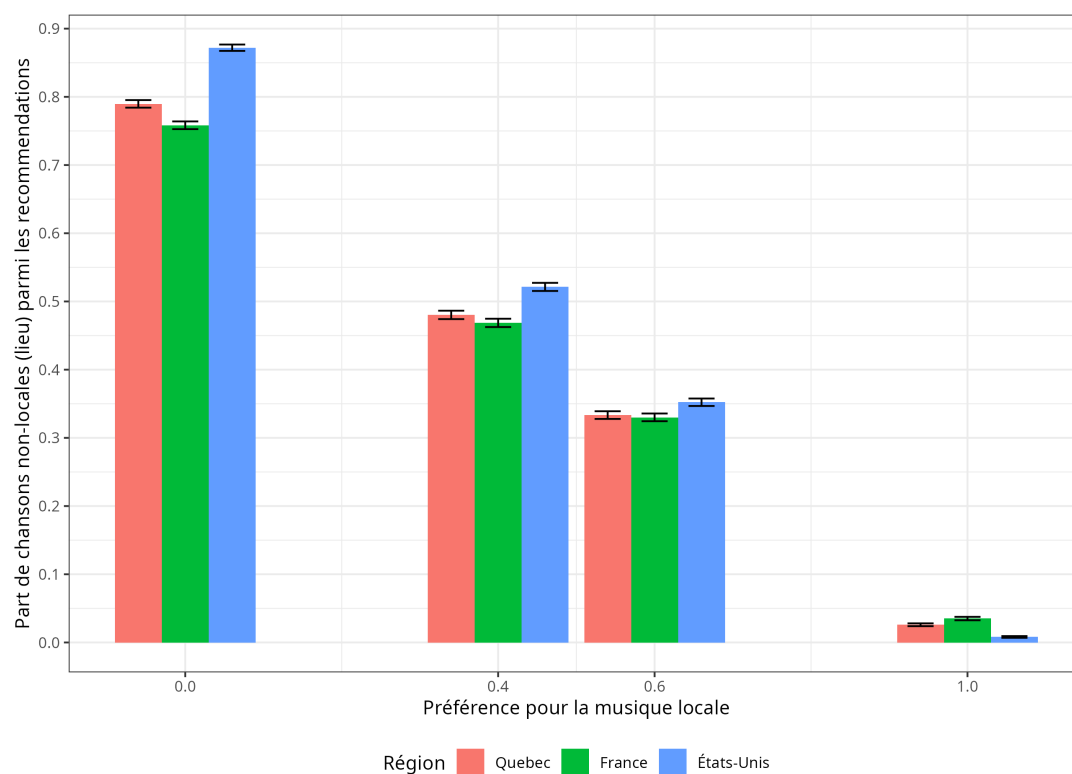
### **3.3.2.1. Recommandations non réécoutées**

Le graphique 3.10 présente la part des contenus non locaux recommandés, définis selon le lieu de production (voir également tableau A7). Il montre qu'il n'existe pas de biais systématique en défaveur des contenus français aux États-Unis, ni, à l'inverse, d'un biais systématique en faveur des contenus états-uniens en France ou au Québec. C'est même plutôt le contraire : les contenus français sont plus recommandés aux consommateurs américains que les contenus américains aux Français ou aux Québécois, quel que soit le niveau de préférence initiale. Un consommateur aux États-Unis qui n'écouterait que de la musique produite en France (pref. locale = 0) se voit recommander en moyenne chaque jour 88% de musique française. À l'inverse, en France ou au Québec, un consommateur qui n'écouterait que de la musique produite aux États-Unis ne se voit recommander « que » respectivement 76% et 79% de musique américaine. La situation est similaire lorsque les consommateurs ont des préférences moins marquées pour la musique non-locale même si les différences s'atténuent quelque peu.

Prendre en compte la langue et non plus le lieu de production comme critère de localisme inverse ces résultats (cf. graphique 3.11 et tableau A8). La musique en langue anglaise semble favorisée dans les recommandations, en comparaison de la musique francophone. Ainsi, au Québec ou en France, si on écoute uniquement de la musique en langue anglaise, les recommandations seront très rarement dans une autre langue (respectivement 6% et 7%). C'est moins le cas lorsqu'on écoute uniquement de la musique en langue française aux États-Unis (11% des recommandations sont dans une autre langue). On retrouve le même écart d'environ cinq points de pourcentage quel que soit le niveau de préférence pour les contenus locaux. En revanche, prendre en compte simultanément le lieu de production et la langue conduit aux mêmes conclusions que lorsque seul le lieu de production est considéré (cf. graphique 3.12 et tableau A9).

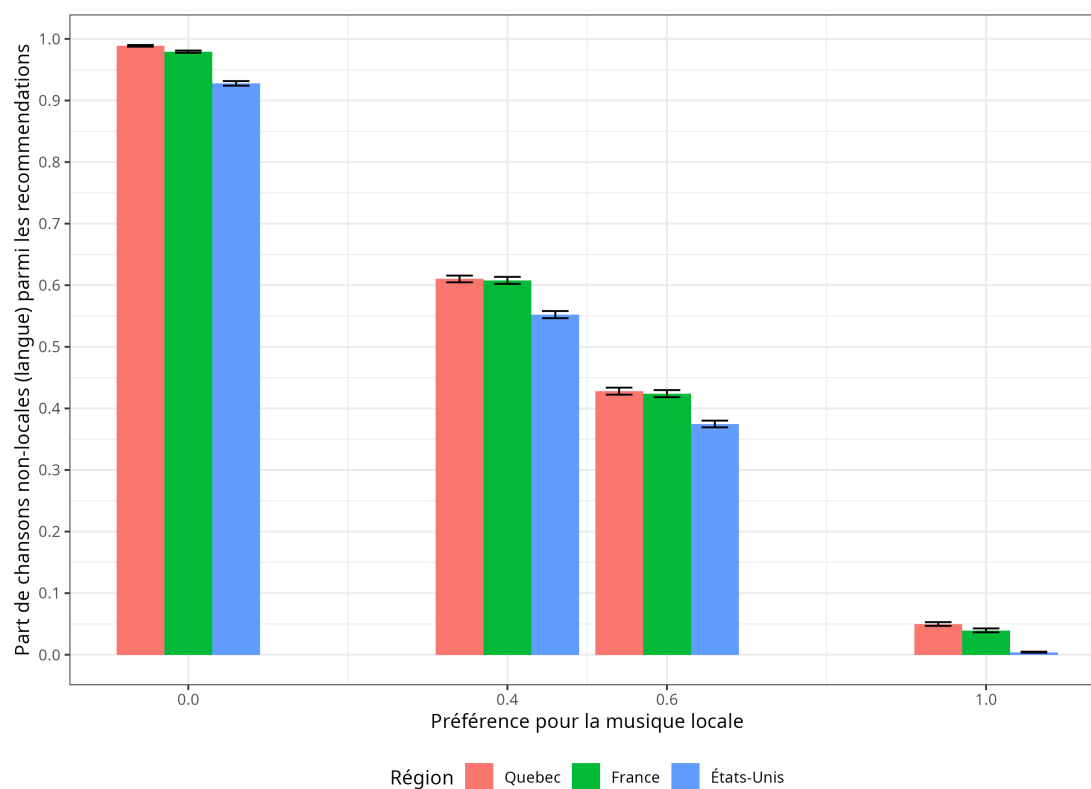
L'analyse économétrique (cf. tableau A13) confirme que, lorsque le critère de localisme est le lieu de production ou le lieu de production et la langue, les préférences pour les contenus français aux États-Unis sont mieux respectées dans les recommandations que les préférences pour la musique américaine en France. En revanche, la situation s'inverse lorsque le critère de localisme est la langue.

Graphique 3.10 – Part de titres non-locaux recommandés selon le lieu de production



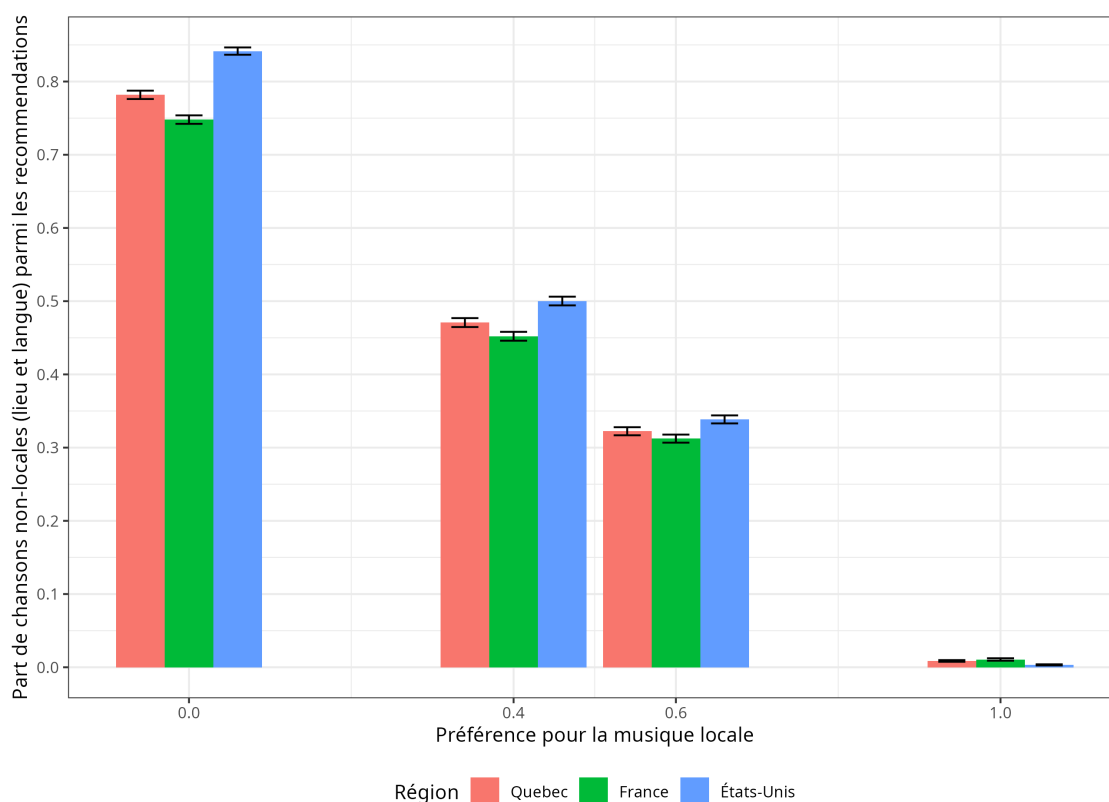
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.11 – Part de titres non-locaux recommandés selon la langue



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

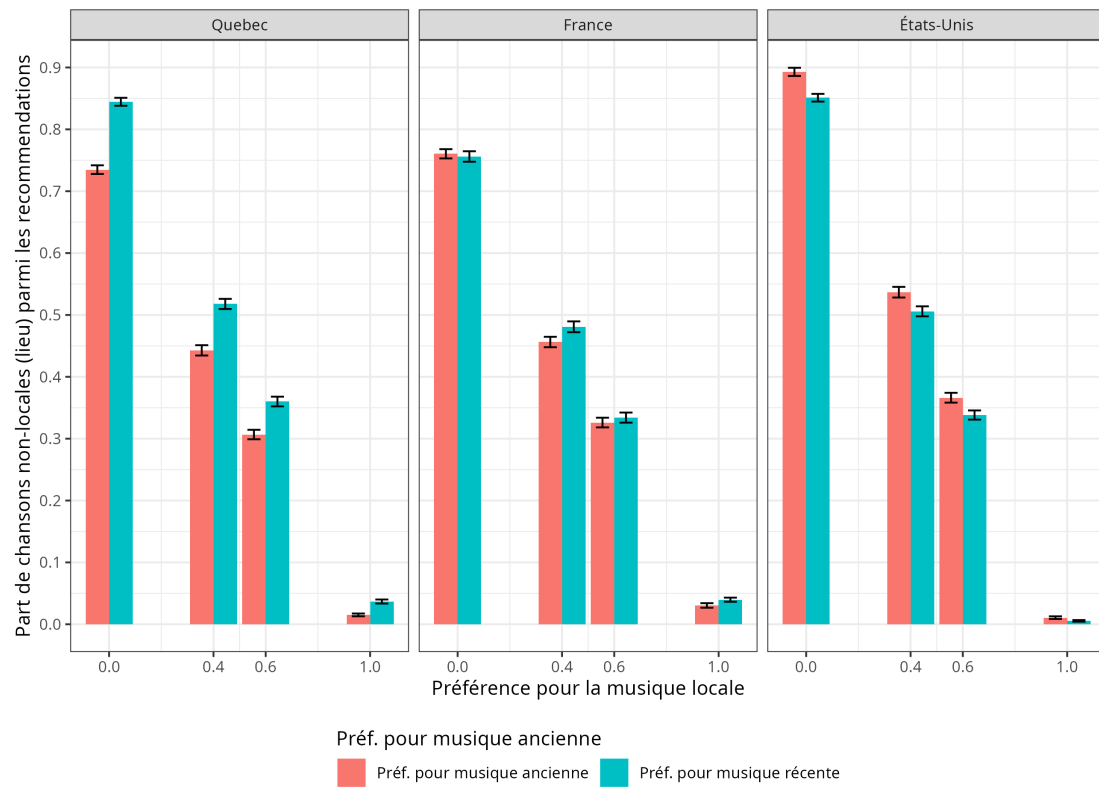
Graphique 3.12 – Part de titres non-locaux recommandés selon le lieu de production et la langue



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

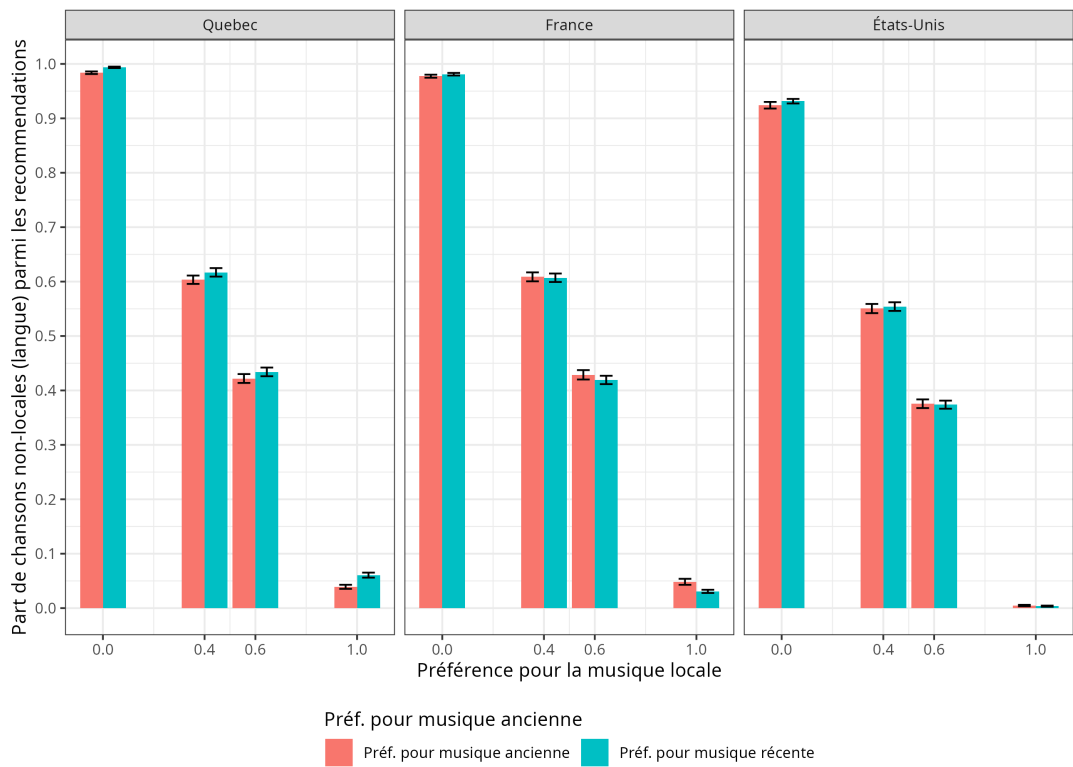
S'agissant de l'impact de l'écoute de musique récente, le graphique 3.13 présente la distribution de la part de recommandation de titres non locaux, définis selon le lieu de production, en fonction de la préférence pour la musique récente. Il indique des résultats différents selon la localisation des utilisateurs. Les consommateurs québécois qui préfèrent les titres récents se voient systématiquement recommander davantage de titres américains que les consommateurs qui préfèrent les titres anciens. A contrario, les utilisateurs américains qui préfèrent les titres récents reçoivent moins de recommandations de titres français que ceux qui préfèrent les titres anciens. Pour la France, les effets sont de plus faible ampleur et dépendent du niveau de préférences non locales initiales. En dehors des consommateurs qui ont une préférence initiale exclusive pour les contenus américains, les consommateurs français qui préfèrent les contenus récents tendent à recevoir plus de recommandations de titres américains que ceux qui ont une préférence pour les titres anciens, même si l'effet est plus faible que pour les québécois. Des résultats similaires sont obtenus lorsque le critère de localisme est le croisement langue et lieu de production. En revanche, raisonner sur la base de la langue plutôt que sur celle du lieu de production conduit à des différences de plus faible ampleur pour le Québec (cf. graphique 3.14), voire négligeables pour la France et les États-Unis. L'analyse économétrique (cf. tableau A13, régressions (3), (6), (9)) confirme ses résultats.

Graphique 3.13 – Part de titres non locaux recommandés selon le lieu de production en fonction de la préférence pour la musique récente



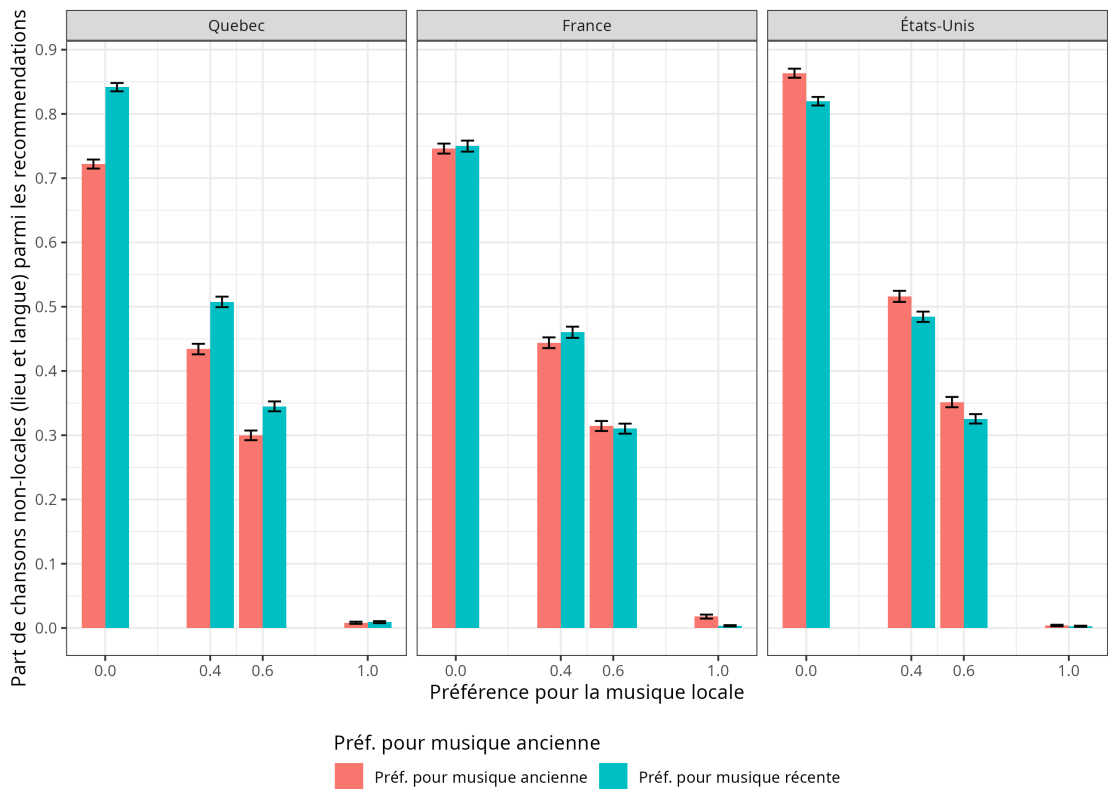
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.14 – Part de titres non locaux recommandés selon la langue en fonction de la préférence pour la musique récente



Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

Graphique 3.15 – Part de titres non locaux recommandés selon la langue et le lieu de production en fonction de la préférence pour la musique récente



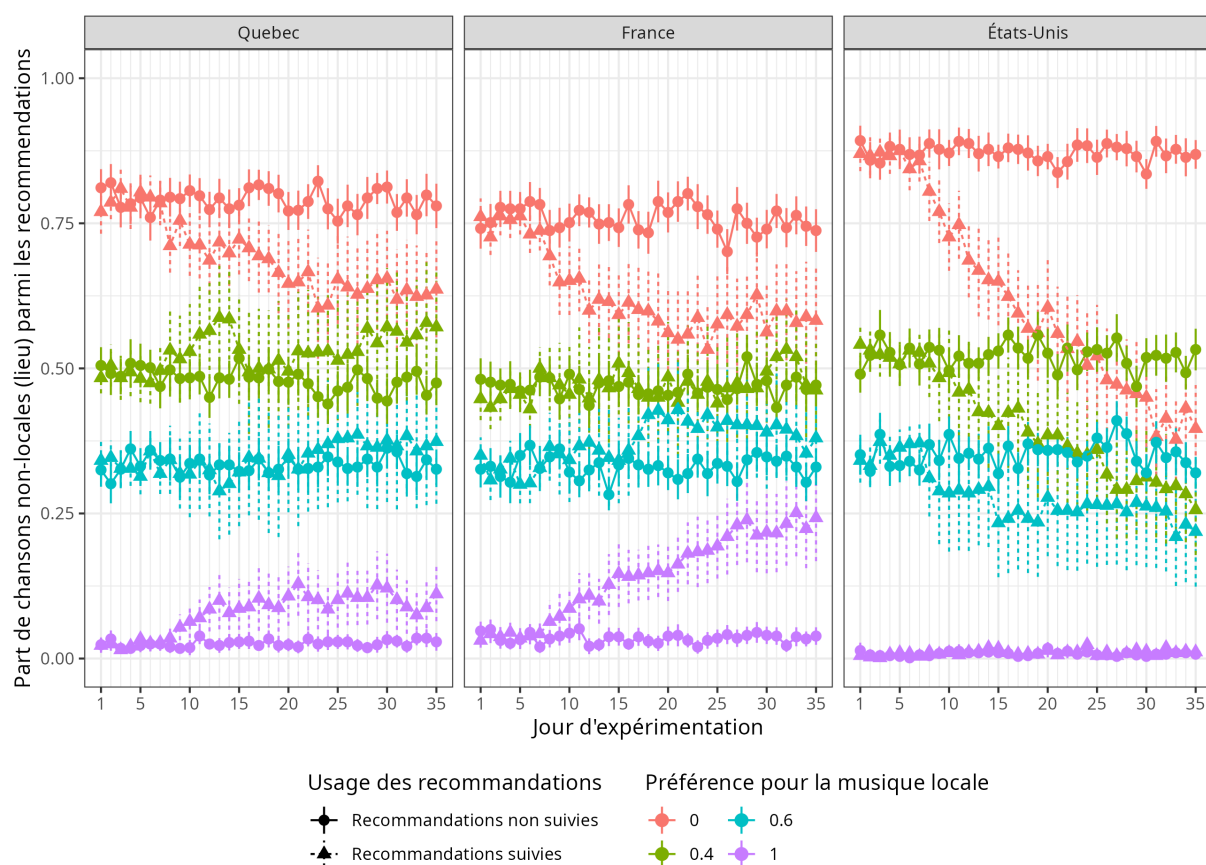
Champs : recommandations produites pour les 480 utilisateurs ne suivant pas les recommandations.

En somme, lorsque l'écoute des recommandations n'est pas prise en compte, il n'existe pas de biais géographique à l'encontre des contenus français aux États-Unis et inversement. Les contenus produits en France sont même mieux traités aux États-Unis que les contenus américains en France. Au Québec, les résultats sont relativement similaires à ceux obtenus pour la France pour les utilisateurs qui ont une préférence pour les titres anciens mais pas pour ceux qui ont une préférence pour les titres récents : ces derniers se voient recommander davantage de titres américains. S'agissant des différences selon la langue, il existe un biais linguistique : les contenus francophones sont moins recommandés aux États-Unis que les contenus anglophones ne le sont au France ou au Québec.

### **3.3.2.2. Recommandations réécoutées**

Le graphique 3.16 présente l'évolution de la part des titres recommandés qui n'ont pas été produits localement selon que les utilisateurs réécoutent ou non. Il indique que la part des titres français dans les recommandations aux États-Unis baisse très vite lorsque les recommandations sont réécoutées. Ainsi un individu qui écoute exclusivement de la musique française en début de période, ne se voit plus recommander que 30% de musique française en fin de période. Le même phénomène est observé pour les consommateurs ayant des préférences initiales pour la musique française dominantes (pref. locale = 0,4) ou non dominantes (pref. locale = 0,6). Pour un consommateur américain ne consommant initialement aucun contenu français (et donc que des contenus américains), la recommandation de contenu français reste quasi nulle lorsque les recommandations sont réécoutées. En revanche, un individu localisé en France ou au Québec ne consommant initialement aucun contenu américain se voit recommander – s'il suit les recommandations – à la fin de la période près de 30% de contenus états-uniens en France et 12% au Québec. Cette surreprésentation des contenus américains dans les recommandations des Français et des Québécois est également observée pour les individus ayant des préférences initiales moins uniformes. Un petit bémol toutefois, les Français ou les Québécois qui ont initialement une préférence totale pour des contenus américains voient leur part de ceux-ci dans les recommandations baisser, même si c'est sans commune mesure avec la baisse enregistrée pour un Américain qui ne consommerait que des contenus français. Ces résultats suggèrent que la réécoute des recommandations introduit progressivement un biais géographique en faveur des contenus américains en France et au Québec et en défaveur des contenus français aux États-Unis.

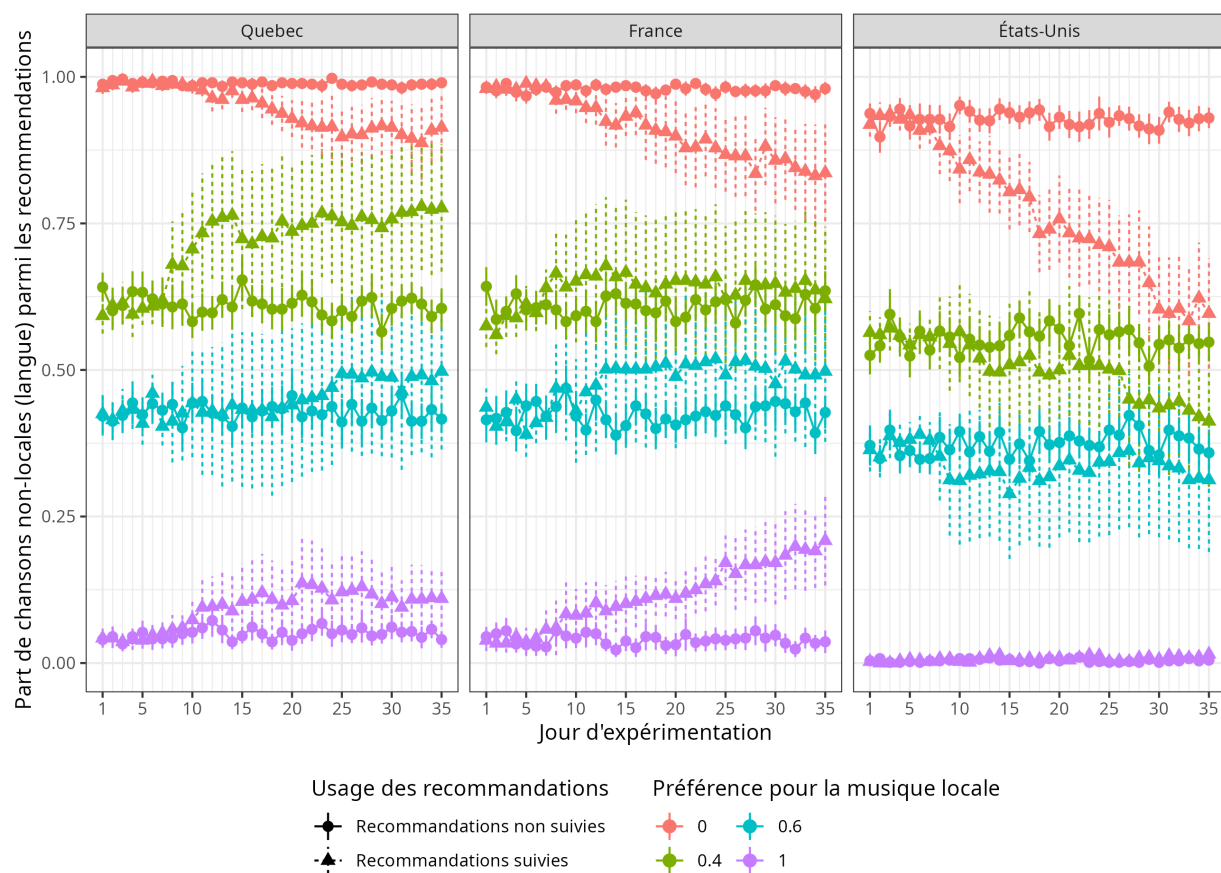
Graphique 3.16 – Évolution de la part de contenu non local recommandé selon le lieu de production en fonction du suivi des recommandations



Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

Alors que prendre en compte la langue et le lieu de production et non pas le lieu de production seul comme critère de localisme ne modifie pas les résultats obtenus avec le lieu de production (cf. graphique 3.18), raisonner en fonction de la langue ne fait qu'accroître les biais observés lorsque le critère de localisation est le lieu de production (cf. graphique 3.17). Un consommateur n'écoutant que de la musique américaine en langue anglaise en France ou au Québec verra ses recommandations rester majoritairement en langue anglaise. À l'inverse, un consommateur américain suivant les recommandations mais n'écoutant initialement que de la musique française se verra recommander en fin de période à peine plus de la moitié de titres en langue française.

Graphique 3.17 – Évolution de la part de contenu non local recommandé selon la langue en fonction du suivi des recommandations



Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

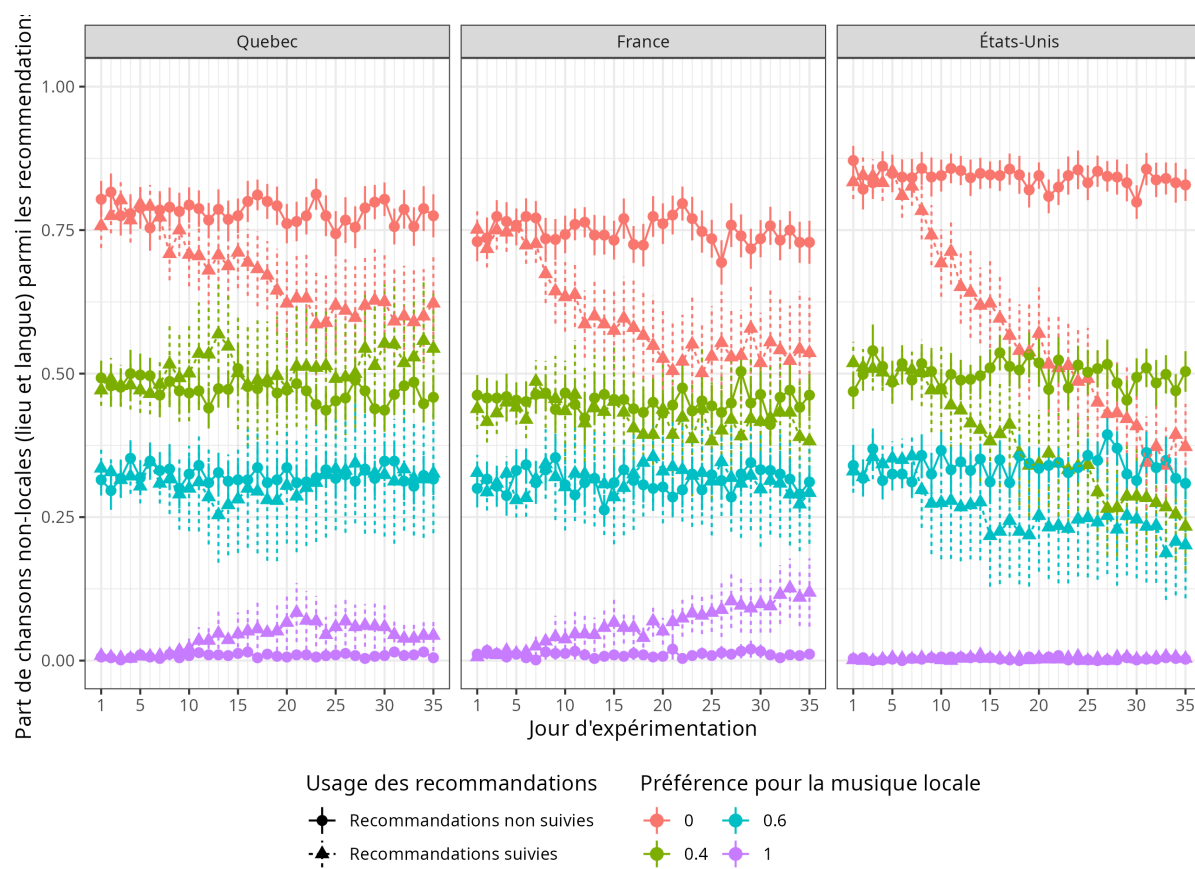
L'analyse économétrique confirme ces conclusions. Les régressions du tableau A14 en annexe montrent que la part de la musique française dans les recommandations aux États-Unis est beaucoup plus faible quand celles-ci sont réécoutées<sup>23</sup>, en comparaison de la musique américaine en France<sup>24</sup> ou au Québec<sup>25</sup>. On note par ailleurs que lorsque le critère de la langue est retenu, les contenus en langue anglaise sont plus recommandés lorsque les recommandations sont réécoutées que lorsqu'elles ne le sont pas en France et au Québec.

<sup>23</sup> La somme des coefficients des variables *Reco* et *Reco x US* est négative et significative.

<sup>24</sup> Le coefficient de la variable *Reco* est toujours plus élevé que celui de la somme des coefficients des variables *Reco* et *Reco x US*.

<sup>25</sup> La somme des coefficients des variables *Reco* et *Reco x CA* est toujours plus élevée que celui de la somme des coefficients des variables *Reco* et *Reco x US*.

Graphique 3.18 – Évolution de la part de contenu non local recommandé selon le lieu de production et la langue en fonction du suivi des recommandations



Champs : recommandations produites pour les 960 utilisateurs fictifs.

### 3.4. Conclusion et discussion

Le but de cette étude était d'analyser dans quelle mesure l'un des systèmes de recommandation de la plateforme de streaming Spotify produit des biais en défaveur des contenus de petites économies (ici la France et le Québec) et en faveur des contenus d'une grande économie (ici les États-Unis). Deux types de biais algorithmiques sont analysés : les biais géographiques, c'est-à-dire en termes de lieu de production, et les biais linguistiques. Pour tester s'il existe des biais algorithmiques, une expérience a été menée : chaque jour pendant cinq semaines, neuf cent soixante utilisateurs fictifs variant principalement selon leur localisation et leur niveau de préférences pour la musique locale ont consommé des titres de musique en fonction de leurs caractéristiques ; après chaque phase de consommations, les recommandations algorithmiques produites ont été enregistrées et analysées.

S'agissant du biais géographique, les principaux résultats indiquent que, globalement, il n'existe pas de biais géographique en défaveur des titres des petites économies. En contrôlant pour la consommation initiale, les titres musicaux produits localement en France et au Québec ne sont pas moins recommandés aux utilisateurs localisés dans ces régions que les contenus américains aux utilisateurs américains. C'est même le contraire : les titres américains sont moins recommandés que les titres français ou canadiens. En symétrie, les titres français sont plus recommandés aux consommateurs américains que les titres américains aux Français ou aux Québécois. Ces résultats sont toutefois atténués lorsque l'on tient compte de la préférence pour la musique récente. Ainsi, les consommateurs français ayant des préférences pour les titres nouveaux se voient recommander moins de titres produits en France que ceux qui ont une préférence pour les titres anciens. Par ailleurs, les consommateurs québécois qui ont une préférence pour les titres récents se voient recommander davantage de titres américains. Enfin, le fait de réécouter les recommandations produites par l'algorithme fait apparaître une différence de traitement largement défavorable aux titres des petites économies : si les recommandations sont réécoutées, les titres des petites économies sont moins bien traités que les titres américains.

S'agissant du biais linguistique, les principaux résultats de l'expérience documentent la présence d'un biais en faveur des contenus anglophones et en défaveur des contenus francophones. Les titres anglophones sont plus recommandés aux États-Unis, au Québec et en France que les titres francophones ne le sont en France, au Québec et aux États-Unis, même si les différences sont de faibles ampleurs. Là encore, ce biais est amplifié lors que l'on tient compte de la préférence pour la musique récente (notamment pour les Français) et largement amplifié lorsque les recommandations sont réécoutées.

Quelles sont les limites de l'étude ? Tout d'abord, le design expérimental ne correspond pas exactement à la réalité des pratiques des consommateurs, notamment pour la réécoute des titres recommandés. Dans le design mis en place, on a en effet modélisé deux comportements : des utilisateurs qui ne consomment aucun des titres recommandés et des utilisateurs qui ne consomment que des titres recommandés. Or les consommateurs réels écoutent en moyenne relativement peu les recommandations (Beuscart et al., 2019). Par ailleurs, la réécoute des recommandations repose sur le fait que tous les titres recommandés ont une

probabilité identique d'être tirés au sort le lendemain, autrement dit que la probabilité que les consommateurs aiment les titres recommandés est indépendante des caractéristiques des œuvres. Cela supposerait que les consommateurs choisissent les titres à réécouter sans tenir compte de leurs préférences initiales. Là encore, les enquêtes qualitatives montrent que les recommandations consommées sont orientées par les préférences des utilisateurs (Beuscart et al., 2023). Néanmoins, un tel comportement de réécoute des recommandations indépendamment des préférences est cohérent avec l'effet de salience (Lee et Hosanagar, 2021 ; Admavicius et al., 2018). Même si la réécoute des recommandations est assez caricaturale, les résultats informent sur la tendance de l'algorithme de l'API de Spotify à introduire un biais géographique et amplifier un biais linguistique. Ainsi, si cet algorithme permettait d'écouter de la musique en continu sans intervention des consommateurs (via par exemple une playlist algorithmique), cela conduirait à produire plus de revenus pour les titres américains et les titres en langue anglaise et moins pour les titres français, québécois et en langue française. Par ailleurs, le biais se propage en outre très rapidement dans notre dispositif expérimental : le déclin des recommandations locales est de près de 50 % en seulement un mois. Il est possible que, dans des conditions plus réalistes, ce biais apparaisse sur le long terme. Pour le savoir, il faudrait recommencer l'étude en se concentrant sur le comportement de réécoute.

Une autre limite de cette étude est que l'algorithme audité dans cette expérience n'est pas mis à disposition des usagers tel quel sur la plateforme. Il s'agit d'un outil qui calcule la proximité entre chansons, et qui, en toute probabilité, sert de fondement à la production des solutions algorithmiques proposées par la plateforme ; ces solutions, cependant, incluent d'autres paramètres et d'autres contraintes. Par exemple, les playlists *daily mix* semblent ajouter la proximité esthétique entre titres recommandés comme contrainte, et les playlists des sorties *radar* une contrainte sur la date de publication de la piste. Les paramètres précis des solutions algorithmiques proposées par la plateforme ne sont pas publics et il est donc impossible de savoir à quel point les biais que nous documentons se transposent mécaniquement à ces solutions. Notons toutefois que, même si l'algorithme audité dans cette expérience ne produit pas de revenu, il est utilisé par des internautes pour découvrir de la musique. Malgré nos recherches, nous ne sommes toutefois pas en mesure de quantifier le nombre d'utilisateurs de cette API et d'identifier si l'outil de recommandation audité est particulièrement utilisé.

Enfin, notons que les résultats obtenus ne sont pas nécessairement répliquables car ils dépendent des propriétés de l'algorithme à un instant  $t$ . Les algorithmes sont en effet continuellement nourris des usages, basés au moins pour partie sur de l'apprentissage automatique et peuvent être modifiés par leurs concepteurs selon leur choix. En outre, la disparition de la fonction *Get Recommendation* de l'API de Spotify quelques semaines après la fin de notre expérimentation signifie qu'il est désormais impossible de répliquer notre protocole.

Au-delà des limites mentionnées, comment expliquer ces biais dans les recommandations algorithmiques ? Deux pistes d'explication peuvent être avancées. La première repose sur le fait que Spotify est une plateforme mondiale qui enregistre les pratiques d'écoute de plusieurs centaines de millions d'utilisateurs à travers le monde et qui entraîne ses algorithmes sur ces données. Dans ce contexte, l'algorithme pourrait apprendre que la probabilité de satisfaire les utilisateurs est plus forte lorsque

les recommandations portent sur des contenus d'une grande économie ou d'une langue dominante au niveau mondiale que lorsqu'elles portent sur les contenus de petites économies ou d'une langue minoritaire. Par ailleurs, même si le volume global de titres disponibles sur la plateforme est extrêmement élevé, l'ensemble de choix parmi lequel les recommandations sont réalisées en est un sous ensemble (car il est nettoyé pour ne garder que les productions musicales de qualité), qui, selon la production de chaque région, doit être davantage composé de titres produits aux États-Unis et en langue anglaise. Mécaniquement, la probabilité qu'un titre ayant l'une de ces caractéristiques soit tiré au sort est plus élevée que pour un titre français, québécois et/ou en langue française. Dans ces deux cas (effet données d'apprentissage et effet d'offre), les biais algorithmiques observés dans notre expérience seraient involontaires.

A contrario, la deuxième explication des biais algorithmiques observés dans l'expérience peut reposer sur la volonté des concepteurs des algorithmes, et donc des plateformes de streaming, de favoriser certains contenus (Bourreau et Gaudin, 2022 ; Pelly, 2025) : ici, les titres américains et/ou en langue anglaise. Ces dernières n'ont en effet aucune incitation légale à promouvoir et préserver la diversité linguistique et culturelle. En revanche, elles peuvent être incitées à promouvoir certains contenus pour des raisons économiques : des contenus pour lesquels la rémunération des ayants droit est moindre ou, alors pour laquelle elle est contrainte contractuellement, notamment via les minima garantis que les plateformes de streaming doivent verser aux maisons de disque dominantes pour avoir accès à leur catalogue ou les obligations de publicité<sup>26</sup> (Farchy et al., 2016). Par ailleurs, les liens capitalistiques directs<sup>27</sup> et indirects<sup>28</sup> existant entre les plateformes et les maisons de disque dominante peuvent également inciter les plateformes de streaming à davantage promouvoir les titres de ces dernières.

---

<sup>26</sup> A ce titre, le contrat conclu en 2011 entre Spotify et Sony Music Entertainment pour le marché nord-américain, dont le contenu avait fuité sur Internet (ayant depuis disparu), est illustratif. Il indiquait notamment que pour que la maison de disque accepte d'ouvrir son catalogue, Spotify devait verser de confortables avances à la major (9 millions pour 2011, 16 pour 2012 et 17,5 pour 2013) et que si les revenus générés par les contenus de la major sont moins élevés que l'avance, cette dernière conserve la différence. Le contrat stipulait également que Sony Music Entertainment bénéficiait d'espaces publicitaires pour un montant équivalent à 9 millions sur trois ans.

<sup>27</sup> Chaque major détient un peu moins de 4% du capital de Spotify.

[https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual\\_Report\\_2023.pdf](https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual_Report_2023.pdf)

<sup>28</sup> Par exemple, Tencent est l'un des actionnaires principaux de Spotify avec 8,4% du capital et également d'Universal Music Group.

Voir les rapports financiers des deux groupes :

[https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc\\_financials/2023/ar/26aaaf29-7cd9-4a5d-ab1f-b06277f5f2a5.pdf](https://s29.q4cdn.com/175625835/files/doc_financials/2023/ar/26aaaf29-7cd9-4a5d-ab1f-b06277f5f2a5.pdf)

[https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual\\_Report\\_2023.pdf](https://downloads.ctfassets.net/e66ejtqbazg/5CvEHET09PVeYCF1T5N1J2/76d2169d6bfe99602e49078df7f67360/Annual_Report_2023.pdf)

## 4. Synthèse et recommandations

L'objectif de ce projet était d'analyser la découvrabilité des contenus musicaux francophones sous l'angle des consommateurs de musique et des algorithmes de recommandations des plateformes de streaming. Comment les utilisateurs des plateformes de streaming par abonnement appréhendent-ils la musique francophone ? Dans quelle mesure utilisent-ils les systèmes de recommandations des plateformes de streaming pour découvrir des titres musicaux ? Existe-il des spécificités d'écoute ou de découverte pour les titres francophones ou encore des différences entre Français et Québécois ? Les algorithmes de recommandations des plateformes de streaming traitent-ils différemment les contenus francophones ? Existe-il un biais algorithmique en défaveur des contenus francophones, français ou québécois ? Au contraire, les contenus produits aux Etats-Unis ou en langue anglaise sont-ils favorisés ? Pour répondre à ces questions, nous avons réalisé une étude qualitative, basée sur la conduite de 37 entretiens en France et au Québec auprès d'abonnés de plateformes de streaming musical, ainsi qu'une étude quantitative, consistant à auditer expérimentalement un algorithme de recommandations de Spotify.

Les principaux résultats indiquent qu'il existe des spécificités dans l'écoute de la musique francophone (pouvant par exemple impacter la concentration) mais pas en termes de pratiques de découverte, aussi bien en France qu'au Québec. Ainsi, la découverte musicale dépend plutôt de l'appétence des abonnées pour la découverte, sans que les contenus francophones ne soient traités différemment des autres. Les recommandations produites par les plateformes (qu'elles soient éditoriales ou algorithmiques) sont l'une des sources (mais pas la principale) de découverte des usagers des plateformes de streaming et ne sont pas nécessairement centrales dans cette pratique. Elles s'encastrent ainsi dans un panel de pratiques habituelles et socialement ancrées reposant principalement sur la découverte par les pairs et la radio (plus en France qu'au Québec pour ce dernier canal). En comparaison des études précédentes (Roberge et Jamet, 2019 ; Poirier et al., 2023), les auditeurs québécois ont par ailleurs moins insisté sur la faible qualité des recommandations musicales francophones dans les outils proposés par les plateformes de streaming.

Si l'on se penche sur les recommandations produites par l'algorithme de Spotify, les résultats principaux de l'expérimentation indiquent qu'il n'existe pas de biais algorithmique en défaveur des titres français ou québécois, en comparaison des titres américains. Les titres produits en France ou au Québec sont même marginalement plus recommandés aux consommateurs de ces territoires que les titres produits aux Etats-Unis aux Américains. En revanche, les titres francophones sont moins mis en avant par l'algorithme que les titres en langue anglaise, suggérant un biais en faveur des titres anglophones et en défaveur des titres francophones. Ces biais sont toutefois de faible ampleur. Notons toutefois que la consommation des titres recommandés conduit à accroître l'ampleur de ces biais, suggérant que, par défaut, l'algorithme favoriserait les titres anglophones. La réécoute des recommandations vient également créer des biais géographiques en défaveur des contenus français et québécois et en faveur des contenus produits aux Etats-Unis.

Dans leur ensemble, ces résultats permettent de relativiser la place des recommandations des plateformes de streaming musical dans la découverte de nouveautés musicales et indiquent que les auditeurs ne traitent pas les titres

francophones différemment des autres. Si les auditeurs ont recours à la recommandation algorithmique des plateformes, celle-ci ne se font pas au détriment des productions locales des petites économies et au profit des celles des grandes économies. En revanche, elle est plus favorable aux contenus anglophones que francophones. L'effet est faible, mais accentué par la consommation de recommandations. Sous une hypothèse maximaliste d'une consommation basée uniquement sur les titres recommandés, venant se substituer aux préférences initiales des consommateurs, la recommandation algorithmique conduit ainsi à introduire un fort biais en défaveur des titres locaux des petites économies et en faveur des titres américains ou en langue anglaise. A moyen terme, cet effet peut produire un verrouillage des consommateurs dans ce type d'écoute. Cette hypothèse d'utilisateurs centrés uniquement sur l'écoute de titres recommandés, faisant fi de leurs préférences musicales initiales, ne semble toutefois pas être totalement corroborée par les comportements observés actuellement (Beuscart et al., 2019, 2023). En revanche, elle est cohérente avec l'effet de « salience » qui montre empiriquement que les consommateurs tendent à suivre des recommandations – a minima à les tester – même lorsque celles-ci sont sciemment déconnectées de leurs préférences (Adomavicius et al., 2018).

Notons que les résultats obtenus sont situés dans le temps. On ne peut pas exclure une évolution des comportements d'écoute et de découverte dans les années à venir, particulièrement chez ceux qui utilisent le plus les plateformes de streaming, à savoir les jeunes générations. Les pratiques de découverte pourraient à terme être d'avantage tournées vers les plateformes de streaming où l'écoute de musique y serait plus passive et algorithmique. Le travail, les tâches ménagères ou les pratiques sportives sont par exemple des contextes d'écoute propices. Par ailleurs, les résultats obtenus dépendent des paramétrages actuels de l'algorithme de recommandations. Selon les choix des plateformes de streaming et l'évolution des usages (qui viennent nourrir les algorithmes), ils pourraient donc se modifier. Dans un contexte où une attention particulière est portée à la question de la découvrabilité des contenus locaux non dominants, les plateformes peuvent avoir décidé de limiter ces potentiels biais. Le rôle des plateformes est donc central en la matière et rien ne garantit que le curseur ne sera pas mis sur une autre dimension à l'avenir, au détriment de la limitation des biais en défaveur des contenus locaux des petites économies.

Au final, ce travail nous amène à formuler cinq recommandations pour les décideurs publiques et les acteurs économiques.

La première recommandation porte sur la nécessité de mesurer régulièrement si les contenus locaux sont traités différemment par les auditeurs et les plateformes dans les processus de découverte de nouveautés musicales car les préférences de consommateurs peuvent évoluer au cours du temps, ainsi que les paramètres des algorithmes de recommandation.

En lien avec la première recommandation, la deuxième s'intéresse à sa mise en place. D'une part, l'analyse de données macroéconomiques devrait permettre d'étudier l'évolution des parts de marché des titres locaux.<sup>29</sup> D'autre part, des plateformes de

---

<sup>29</sup> Les évolutions récentes observées sur les plateformes de streaming rendent cette question encore plus d'actualité. La recherche de rentabilité semble passer pour certaines plateformes par une réduction des coûts

streaming devraient produire et publier régulièrement des résultats de tests d'existence des potentiels biais. C'est bien entendu une tâche complexe car il existe une multitude d'outils de recommandations algorithmiques et plus encore de sources de recommandations humaines (playlists). Toutefois, des expérimentations pourraient être conduites en se focalisant sur les outils les plus utilisés, notamment les playlists les plus populaires. En parallèle, elles devraient mettre à disposition des chercheurs ou des institutions indépendantes (par exemple l'ARCOM en France ou le CRTC au Canada), via une procédure simplifiée, des données pour vérifier s'il existe des biais linguistiques ou géographiques en défaveur des contenus locaux.

La troisième recommandation porte sur la transparence des algorithmes par les plateformes qui les mettent en place. Les consommateurs doivent certes, s'ils le désirent, pouvoir comprendre simplement comment fonctionnent les algorithmes qu'ils utilisent (ou souhaitent utiliser). C'est particulièrement vrai dans un contexte où le type de contenus recommandés par les plateformes de streaming n'est pas contraint et dépend uniquement de leur volonté et de leurs intérêts économiques (pouvant être mêlés à ceux de certains acteurs dominants via notamment des liens contractuels et capitalistiques). Mais, surtout, dans un souci démocratique d'autonomie de choix, les individus devraient pouvoir dans une certaine mesure interagir avec les algorithmes en personnalisant certains paramètres (comme par exemple l'origine géographique ou la langue).

La quatrième recommandation porte sur le fait d'encourager la diversité des systèmes de découverte au sein des plateformes de streaming pour limiter d'un point de vue macro-économique les potentiels biais, par la mise en place de plusieurs systèmes de recommandations éditorialisées et algorithmiques variant selon différents critères, et notamment un critère de lieu de production et de langue. La diversité des systèmes de recommandations passe également par le soutien à la découverte via d'autres canaux que les recommandations des plateformes de streaming. Dans un monde où la radio (en ligne et hors ligne) reste un canal de découverte central, elle doit continuer à être soutenue et poussée à la promotion de la diversité linguistique et la protection des contenus culturels locaux. Une attention particulière peut également être portée sur les personnes qui ont les préférences les plus instables en matière musicale : les plus jeunes. Ces derniers pourraient bénéficier de dispositifs particuliers les amenant à découvrir des contenus locaux, via par exemple des dispositifs de type Pass Culture.

La cinquième recommandation porterait sur le soutien à la diversité musicale en langue française, notamment au Québec. La comparaison France/Québec permet en effet de souligner que les auditeurs québécois semblent identifier la musique francophone locale à un genre musical en propre (qu'ils affectionnent ou non) contrairement aux Français. Le soutien à une plus grande diversité d'expression musicale pourrait permettre d'inclure des parts de musique locale dans la diversité des pratiques d'écoute.

---

des contenus via des contrats proposant une meilleure exposition de certains contenus en échange de royalties plus faibles, la création de *fake* artists utilisés pour compléter les playlists à côté de titres à succès, ou encore le recours à des titres créés par l'IA (Pelly, 2025). Dans ces deux derniers cas, un souci d'économie d'échelle, pourrait amener les plateformes et/ou leurs fournisseurs de contenus à privilégier des titres en langue anglaise.

## 5. Bibliographie

Abdollahpouri, H., Mansoury, M., Burke, R. et Mobasher, B. (2019). The Unfairness of Popularity Bias in Recommendation. ArXiv:1907.13286 [cs]. <http://arxiv.org/abs/1907.13286>

ADISQ. (2019). Tendances de consommation de la musique au Québec. ADISQ.

ADISQ. (2022). Consommation de musique québécoise francophone. ADISQ.

Adomavicius, G., Bockstedt, J.C., Curley, S.P. et J. Zhang, (2018). Effects of online recommendations on consumers' willingness to pay. *Information Systems Research*, 29(1), 84-102.

Aguiar, L. et J. Waldfogel (2021). Platforms, Power, and Promotion: Evidence from Spotify Playlists, *Journal of Industrial Economics*, 69(3), 653-691.

Aguiar, L., Waldfogel, J. et S. Waldfogel (2021). Playlisting favorites: Measuring platform bias in the music industry, *International Journal of Industrial Organization*, 78, 102765.

Anderson, A. et al. (2020) 'Algorithmic Effects on the Diversity of Consumption on Spotify', in *Proceedings of The Web Conference 2020*. Taipei, Taiwan: Association for Computing Machinery (WWW '20), pp. 2155–2165.

Asplund, J., Eslami, M., Sundaram, H., Sandvig, C., & Karahalios, K. (2020, May). Auditing race and gender discrimination in online housing markets. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 14, pp. 24-35).

Bandy, J. (2021). Problematic machine behavior: A systematic literature review of algorithm audits. *Proceedings of the acm on human-computer interaction*, 5(CSCW1), 1-34.

Beuscart, J.-S. (2017) 'A la recherche de la découverte musicale. Une exploration du "régime exploratoire"', in D. Pasquier (ed.) *Explorations numériques. Hommages aux travaux de Nicolas Auray*. Presses des Mines.

Beuscart J.S., Coavoux, S. et S. Maillard (2019). Les algorithmes de recommandation musicale et l'autonomie de l'auditeur. Analyse d'un panel d'utilisateurs de streaming. *Réseaux*, 213, 17-47.

Beuscart J.S. et S. Coavoux (2022). Paranoid Android. Algorithmes de recommandation et autonomie des auditeurs. in *La musique en mouvement, Horizon 2030*, CNMLab, <https://cnmlab.fr/recueil/horizon-la-musique-en-2030/chapitre/10/>

Beuscart J.S., S. Coavoux et J.B. Garrocq (2023). Listening to music videos on YouTube. Digital consumption practices and the environmental impact of streaming. *Journal of Consumer Culture*, 23(3), 654-671. <https://doi.org/10.1177/14695405221133266>

Bourreau, M. et G. Gaudin (2022). Streaming Platform and Strategic Recommendation Bias, *Journal of Economic and Management Strategy*, 31, 25-47.

Bourreau, M. et A. Perrot (2020). Digital platforms: Regulate before it's too late. *Notes du conseil d'analyse économique*, 60, 1-12.

Brynjolfsson, E., Hu, Y. J. et Smith, M. D. (2006). From niches to riches: Anatomy of the long tail. *Sloan management review*, 47(4), 67-71.

CNM (2023). *Baromètre des usages de la musique en France*. <https://cnm.fr/wp-content/uploads/2023/11/lpsos-pour-le-CNM-Les-Francais-et-la-musique-Rapport-detaille-Octobre-2023.pdf>

Court, M. et Henri-Panabière, G. (2012). La socialisation culturelle au sein de la famille : Le rôle des frères et sœurs. *Revue française de pédagogie*, 179, 5-16. <https://doi.org/10.4000/rfp.3641>

Datta, H., Knox, G. et Bronnenberg, B. J. (2017). Changing Their Tune: How Consumers' Adoption of Online Streaming Affects Music Consumption and Discovery. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2782911>

DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*, Cambridge University Press

Eriksson, M. et Johansson, A. (2017). Tracking gendered streams. *Culture unbound. Journal of Current Cultural Research*, 9(2), 163-183.

Farchy, J., Lumeau, M. et F. Moreau (2016). *L'économie numérique de la distribution des œuvres et le financement de la création*. CSPLA - Ministère de la Culture et de la Communication. <https://www.culture.gouv.fr/fr/espace-documentation/Rapports/Mission-exploratoire-du-CSPLA-sur-l-economie-numerique-de-la-distribution-des-aeuvres-et-autres-objets-proteges-et-le-financement-de-la-creation>

Hagberg, J. et Kjellberg, H. (2017). *Digitalized music* (167-189). <https://doi.org/10.4324/9781315647883-9>

Hagen, A. N. (2015). The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services. *Popular Music and Society*, 38(5), 625-645. <https://doi.org/10.1080/03007766.2015.1021174>

Hagen, A. N. et Lüders, M. (2017). Social streaming? Navigating music as personal and social. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(6), 643-659. <https://doi.org/10.1177/1354856516673298>

Hanrahan, N. W. (2018). Hearing the Contradictions : Aesthetic Experience, Music and Digitization. *Cultural Sociology*, 12(3), 289-302. <https://doi.org/10.1177/1749975518776517>

Hennion, A. (2004). Une sociologie des attachements D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur. *Sociétés*, 85(3), 9-24. <https://doi.org/10.3917/soc.085.0009>.

Hesmondhalgh, D. (2022). Streaming's Effects on Music Culture: Old Anxieties and New Simplifications. *Cultural Sociology*, 16(1): 3-24

Hesmondhalgh, D., Campos, R., Kaye, D. B. V. et Li, Z. (2023). The Impact of Algorithmically Driven Recommendation Systems on Music Consumption and Production A Literature Review. Tech. rep.

Jamet, R. et J. Roberge (2020). La musique québécoise est-elle compatible avec le streaming ? Usages et représentations de la musique francophone sur les plateformes de streaming au Québec, *TIC et Société*, 14 (1-2) : 221-246.

Karpik, L. (2007). *L'économie de singularité*. Paris : Gallimard

Lee, D. et K. Hosanagar, (2021). How Do Product Attributes and Reviews Moderate the Impact of Recommender Systems Through Purchase Stages? *Management Science*, 67(1), 524-546.

Le Lec, F., Lumeau, M. et Tarroux, B. (2022). How choice proliferation affects revealed preferences. *Theory and Decision*, 93(2), 331-358.

Lizé, W. (2010). Le goût jazzistique en son champ L'espace parisien de la jazzophilie. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 181-182(1), 60-87. <https://doi.org/10.3917/arss.181.0060>.

Lüders, M., Sundet, V. S. et Colbjørnsen, T. (2021). Towards streaming as a dominant mode of media use? A user typology approach to music and television streaming. *Nordicom Review*, 42(1), 35-57. <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0011>

Lumeau M. et F. Moreau (2024). Au-delà des tops ! La place des contenus français sur le marché numérique de la musique enregistrée. *Culture Etudes*, (2024), p.26

Lumeau, M., Moreau, F., Haampland, O., Johannessen, R. et P. Wikström (2024). *A geographical bias in a local music streaming market*. HAL working paper. <https://hal.science/hal-04570806/file/GeographicalBias.pdf>

Mairesse, F. et F. Rochelandet (2015). *Economie des arts et de la culture*. Armand Colin. U : Economie

Maisonnette, S. (2019). L'économie de la découverte musicale à l'ère numérique : Une révolution des pratiques amateurs ? *Réseaux*, 213(1), 49-81. <https://doi.org/10.3917/res.213.0049>

Mariuzzo, F. et P. Ormosi (2022). Independent v Major Record Labels: Do they have the same streaming power (law)?, *Economics Bulletin*, 42(3): 1510-1526. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3729966>

Ministères de la culture français et québécois (2020). *Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones*. Rapport. Novembre 2020. <https://www.culture.gouv.fr/Media/medias-creation-rapide-ne-pas-supprimer/Rapport-Mission-franco-quebecoise-sur-la-decouvrabilite-en-ligne-des-contenus-culturels-francophones.pdf>

Mok, L., Way, S. F., Maystre, L. et Anderson, A. (2022). The Dynamics of Exploration on Spotify. *Proceedings of the Sixteenth International AAAI Conference on Web and Social Media*, 663-674.

Nelson, P. (1970). Information and consumer behavior. *The Journal of Political Economy*, 78(2), 311-329.

NORDICITY. (2022). Les dynamiques entrepreneuriales dans le secteur de la musique au Québec. SODEC.

Observatoire de la culture et des communications du Québec - OCCQ (2017). *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*. Québec, Institut de la statistique du Québec. <http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/culture/etat-lieux-metadonnees.pdf>.

Observatoire de la culture et des communications du Québec - OCCQ (2024). La consommation d'enregistrements musicaux en 2023 au Québec (95; *optique culture*). OCCQ.

PADISQ. (2021). Situation financière des entreprises du PADISQ. PADISQ.

Pelly, L., (2025). *Mood Machine: The Rise of Spotify and the Costs of the Perfect Playlist*. New York: Atria/One Signal Publishers.

Peltier, S. (2003). Les industries culturelles : une exception économique. *Cahiers Français*, 312, 2003, 31-36.

Poirier, C., Casemajor, N., Thibodeau, F. R. D., Granger, C., Jamet, R., Mathieu, L.-C., Roberge, J., Rousseau, A., Rozenkopf, J., Saulnier, C. et Truchon, K. (2023). *Pratiques de découverte de contenus culturels et environnements numériques*. INRS.

Roberge, J. et R. Jamet (2019). *L'impact social des algorithmes de recommandation sur la curation des contenus musicaux francophones au Québec*. Rapport final, rapport remis à la SODEC et au MCCQ, INRS, Québec

Scott, J. (2006). Infra-politique des groupes subalternes. *Vacarme*, n°36(3), 25-29. <https://doi.org/10.3917/vaca.036.0025>.

SNEP (2024). *La production musicale française en 2023. Croissance et nouveaux challenges*. <https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2024/03/DP-SNEP-2024- Bilan-march%C3%A9-2023.pdf>

Villermet, Q. *et al.* (2021) 'Follow the guides: disentangling human and algorithmic curation in online music consumption', in *Proceedings of the 15th ACM Conference on Recommender Systems*. New York, NY, USA: Association for Computing Machinery (RecSys '21), pp. 380–389.

Weber, M. (2003[1921], *Économie et Société*. Les catégories de la sociologie. Paris : Pocket

## 6. Annexes

### Annexe 1 - Portraits d'enquêtés

#### 1. Alicia

**22 ans, Femme (Femme,Périurbain, CSP-), Étudiante (Biologie), plateforme : Deezer.**

Dès l'enfance, sur les longs trajets en voiture en famille, Alicia est bercée par des disques mêlant la variété française chère à ses parents et la musique italienne héritée de son père. Lors des trajets en bus scolaire, elle profite de la radio du chauffeur qui diffuse de la pop, du rap et parfois de l'électro. À l'adolescence, son premier téléphone la plonge dans le rap français alors en vogue (elle cite Nekfeu, Josman). Vers la fin du lycée, elle élargit ses goûts via le mode Flow de Deezer et découvre alors toutes sortes de genres (classique, jazz, électro, pop...). Elle traverse plusieurs phases : une période électro (DJs comme Martin Garrix ou Avicii), une phase de musiques plus calmes à son entrée à l'université, puis un réengouement récent pour la techno. Malgré ces focalisations temporaires, ses préférences restent éclectiques et elle continue d'écouter un peu de tout en parallèle.

#### Le rapport à la musique francophone

*"Pas trop, non. Ça peut m'arriver s'il y a une musique vraiment qui sort du lot et que j'aime bien, mais en général, pas trop."*

*"Je dirai que, souvent, les musiques françaises ont tendance à tourner un peu autour des mêmes thèmes, parfois avec des paroles que je trouve un peu niaises et dans lesquelles je ne me retrouve pas forcément."*

*"Je pense que ce serait autour de 10-15 % à peu près de musique française par rapport aux musiques d'autres langues."*

Alicia écoute très peu de titres en français au regard de ceux dans d'autres langues ou non chantés. Si, enfant, elle a côtoyé la variété française via ses parents, ce répertoire ne l'a pas marquée et elle le délaisse aujourd'hui. La plupart des morceaux francophones actuels lui déplaisent : elle les juge trop répétitifs dans leurs thèmes (souvent l'amour, la solitude, etc.) et affublés de paroles un peu « niaises » dans lesquelles elle ne se reconnaît pas. De ce fait, elle estime ne consacrer qu'environ 10 à 15 % de ses écoutes à des chansons en français. Son appétence musicale se porte bien davantage vers la production anglophone (pop, rap, etc.), ou vers des genres purement instrumentaux comme la techno où la langue importe peu. Quelques exceptions viennent toutefois nuancer ce rejet : il lui arrive de s'approprier des morceaux francophones « qui sortent du lot », et elle cite par exemple le rappeur Lomepal dont certains textes plus originaux lui plaisent.

## Les contextes d'écoute de la musique francophone

*“C’était surtout, je n’ai plus le mot, la variété française, en général, c’était des musiques avec lesquelles ils se retrouvaient dans les paroles, c’est surtout, en général, les paroles qui leur plaisaient.”*

*“Il y a une de nos colocos qui aime bien aussi un peu la variété française, ce qui n’est pas trop notre cas, donc elle en met un peu moins.”*

*“Ça devait être à la radio. À la radio, dans des voitures ou en magasin.”*

Alicia entend principalement de la musique francophone dans des contextes indirects ou collectifs, plutôt que par ses propres choix. Enfant, lors des trajets en voiture, elle « subissait » les disques de variété française de ses parents (qui appréciaient surtout les paroles). La mode du rap au lycée l’a ensuite poussée, adolescente, à écouter du rap français. Dans sa colocation actuelle, la musique est parfois diffusée pour tout le monde dans le salon : l’une de ses colocos aimant la variété française, quelques titres de ce registre peuvent passer, même si le groupe privilégie des morceaux plus consensuels appréciés de tous. Alicia est aussi exposée de façon fortuite à des chansons en français lorsqu’un tube tourne en boucle à la radio, dans un magasin ou la voiture de quelqu’un. Elle-même n’écoulant presque jamais la radio et privilégiant les écouteurs, les chansons francophones qu’elle connaît proviennent donc le plus souvent de ces diffusions indirectes plutôt que de sa propre sélection.

## Les modalités de (re)découverte d’artistes ou morceaux francophones

*“Des fois, je l’ai entendu, par Shazam, je retrouve le nom.”*

*“La grande majorité, ça m’arrive assez souvent, je dirai une fois toutes les trois semaines, je poste une story sur Instagram à mes amis proches et je demande des nouveaux titres avec un thème, en général, soit calme, soit un peu rock. Là, on m’en donne des nouveaux et je vais chercher, j’écoute, ceux que j’aime bien, je mets en coup de cœur.”*

*“C’est une très bonne question, je crois que c’était mon meilleur ami qui écoutait beaucoup, quand j’étais avec lui, il en mettait, certaines m’ont plu, je suis allée voir ensuite sur le compte, et c’est là que j’ai commencé à écouter.”*

Alicia multiplie les stratégies pour découvrir de nouveaux morceaux, mais les titres francophones y demeurent rares. Elle peut ainsi « Shazamer » un morceau entendu par hasard, ou solliciter ses amis sur Instagram pour des recommandations. Elle mise également sur les fonctionnalités de Deezer (playlists « inspiré par » et mode Flow) pour élargir ses horizons musicaux, et a même activé une option favorisant les nouveautés. Malgré ce dispositif proactif, les trouvailles restent majoritairement anglophones : Alicia constate que peu de chansons découvertes sont en français. La découverte d’artistes francophones passe surtout par son entourage : c’est par exemple grâce à un ami qu’elle a connu le rappeur Lomepal, dont plusieurs morceaux lui ont plu au point de l’inciter à explorer sa discographie par elle-même. Elle reste néanmoins à l’affût de nouveaux coups de cœur francophones.

## 2. Antoine

**19 ans, Homme [en couple] (Québec, Rural, CSP-), Étudiant au cégep (administration), plateforme : Apple Music.**

Antoine entretient un rapport étroit et structuré avec la musique, marqué par une passion pour les supports physiques, notamment les vinyles et les CD. Dès l'enfance, il a été influencé par son père, amateur de métal et de rock des années 80, et a rapidement développé une collection impressionnante de vinyles dès l'âge de 11-12 ans. Son intérêt pour la musique s'est élargi avec le temps, explorant des genres variés comme le rock progressif, le blues, le jazz et la musique classique. Sa pratique d'écoute est omniprésente : il écoute de la musique en voiture, durant ses études et dans ses moments de détente. Loin de se limiter aux plateformes de streaming, il privilégie encore largement l'achat et l'écoute de supports physiques.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'en écoute beaucoup, c'est sûr que ça dépend toujours ce que j'ai envie d'écouter, mais j'en écoute beaucoup quand même. Mettons dans mes vinyles que j'écoute le plus régulièrement Offenbach, Corbeau, Marjo, Robert Charlebois."*

*"Si tu m'avais dit un jour que je serais impliqué politiquement avec le Parti Québécois puis que j'écouterai du francophone, je pense que j'y aurais jamais cru."*

*"J'ai fait un projet musical au secondaire, on avait fait du Ferland, Claude Dubois, Robert Charlebois, Harmonium, Cowboys Fringants. C'est là que j'ai découvert le québécois beaucoup plus."*

Antoine a développé son attachement à la musique francophone progressivement, passant d'un rejet initial à une écoute régulière et passionnée. Son père écoutait Offenbach, mais ce n'est que plus tard, via un projet musical scolaire, qu'il a découvert les classiques de la chanson québécoise. Aujourd'hui, il apprécie particulièrement le rock francophone des années 70-80, notamment Offenbach, Corbeau et Robert Charlebois. Son implication politique et son intérêt pour la culture québécoise ont aussi renforcé son attachement à ces artistes. Bien qu'il écoute majoritairement du rock anglophone, la musique québécoise occupe environ un quart de ses écoutes, sans distinction particulière par rapport à ses autres choix musicaux. Il reconnaît néanmoins que certains styles, comme la pop francophone contemporaine, ne l'attirent pas particulièrement, bien qu'il apprécie des artistes comme Charlotte Cardin.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"À la maison, j'écoute plus mes vinyles francophones, comme Jean-Pierre Ferland."*

*"J'écoute du francophone environ ¼ du temps, mais Offenbach, ça revient souvent dans mes écoutes."*

*"Autant je peux avoir le goût d'écouter du Pink Floyd, autant je peux avoir le goût d'écouter du québécois."*

L'écoute de la musique francophone chez Antoine se fait principalement à la maison, via ses vinyles et CD. Il privilégie ces formats physiques pour apprécier pleinement les enregistrements de ses artistes préférés. Contrairement à certains auditeurs qui associent la musique francophone à des moments précis ou à des événements, Antoine ne fait pas de distinction particulière selon le contexte. Ses choix sont dictés par son envie du moment, sans déclencheur spécifique. Toutefois, il admet que certains albums ou artistes reviennent régulièrement dans ses écoutes, comme Offenbach, qui occupe une place centrale dans sa discothèque. Cette constance montre une forme de fidélité aux artistes et aux albums qu'il affectionne particulièrement.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'ai découvert la musique québécoise grâce à un projet scolaire où on jouait des classiques québécois."*

*"Je découvre rarement via les réseaux sociaux, mais parfois je vois passer des versions live ou des enregistrements rares."*

*"J'achète du francophone comme n'importe quelle autre musique, si j'aime un album, je vais l'acheter."*

Antoine découvre rarement de nouveaux artistes francophones par le biais des recommandations algorithmique (plateformes comme réseaux sociaux) et il continue d'approfondir ses connaissances principalement par ses achats de vinyles et CD et découvre parfois des nouveautés en fouillant dans les magasins de disques ou sur des sites spécialisés comme Discogs. Bien qu'il partage occasionnellement ses écoutes sur Instagram ou dans des groupes de collectionneurs, il ne cherche pas activement à découvrir du nouveau contenu via les réseaux sociaux.

### 3. Brigitte

**66 ans, Femme [situation familiale] (France, Périurbain, CSP~), Retraitée, bac+2, plateforme : Deezer.**

Brigitte s'inscrit un parcours musical éclectique, ancré dans la culture bretonne et ouvert à divers styles, de la musique traditionnelle à la chanson française en passant par le jazz manouche et le classique. Ses premières écoutes remontent à la fin de l'adolescence, période durant laquelle, bien qu'éloignée d'un environnement familial pourtant mélomane, elle se familiarise avec la musique bretonne au sein d'un cercle celtique. À mesure que s'élargit son cercle d'amis, elle découvre Brassens, Barbara ou encore Brel, tout en se tournant vers des albums de rock, de musiques irlandaises et, plus tard, de jazz. Aujourd'hui, c'est principalement grâce à Deezer qu'elle enrichit son répertoire : elle y pioche des artistes actuels ou s'y replonge pour réécouter certains classiques. Entre la radio locale, les concerts en chapelle et l'exploration de playlists, Brigitte cultive un lien vivant avec la musique, qu'elle partage volontiers avec son mari.

#### Le rapport à la musique francophone

*« Bashung et les Rita Mitsouko restent dans les préférés. Dans mes listes Deezer, j'ai un peu de Benjamin Biolay [...] j'ai évidemment retrouvé [...] j'ai retrouvé Brassens. »*

*« La variété française. Ce que je pouvais écouter à l'adolescence à la maison. Michel Sardou, etc. [...] c'est pas ma tasse de thé. »*

*« Ah si la dernière écoute là, on m'a proposé Julien Lourau, qui est un saxophoniste. [...] Ça m'a plu. [...] C'est comme ça que je repère. »*

Brigitte ne rejette pas en bloc la production hexagonale, mais elle opère une sélection basée sur la richesse instrumentale et l'intensité des voix. Elle souligne son goût pour des figures incontournables (Brassens, Bashung, Rita Mitsouko), tout en s'ouvrant à quelques artistes plus récents, comme Benjamin Biolay ou le saxophoniste Julien Lourau, dénichés via les recommandations de Deezer. En revanche, une bonne partie de la « variété française » lui semble peu en accord avec son univers : évoquant par exemple Michel Sardou, elle juge ce répertoire trop ancré dans une « culture franchouillarde » dont elle ne se sent pas proche. Ses choix s'articulent avant tout autour de l'intérêt musical : elle privilégie l'originalité des sonorités et la force de l'interprétation. Ainsi, son rapport à la musique francophone oscille entre le plaisir d'un patrimoine familial (Bashung, Brassens) et l'exploration de nouveautés, à condition qu'elles suscitent sa curiosité et s'intègrent à un environnement sonore plus large où jazz, musiques régionales et rock cohabitent.

#### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« J'écoute de la musique... Le plus souvent, c'est quand je vais à la salle de sport. [...] Je laisse un peu Deezer décider. »*

*« On a vu R.E.M. [Jean-Marie : Bashung] Bashung. Ah oui, Bashung, on aime bien tous les deux. [...] c'est vraiment un plaisir d'aller écouter de la musique. »*

*« On va aussi à des petits concerts tous les deux. L'été, il y a toujours des petites chapelles, des petits endroits. [...] Quand il y a de petites occasions comme ça, on le fait. »*

Le recours à la musique francophone se déploie dans plusieurs espaces de la vie quotidienne. Lorsqu'elle se rend à la salle de sport, elle sélectionne un « mode » plus énergique sur Deezer ou laisse simplement le « flow » dérouler des morceaux qu'elle apprécie, y compris en français. À la maison, son mari et elle partagent parfois une même enceinte, écoutant volontiers des voix ou des chansons qu'ils connaissent tous deux (Bashung, par exemple). C'est aussi lors de festivals ou de petits concerts de proximité que la dimension « live » complète son écoute habituelle, remplaçant la chanson française dans une expérience partagée, au côté d'autres genres musicaux. Elle évoque également des programmations locales, comme dans des chapelles bretonnes, qui peuvent accueillir un artiste francophone ou un mix de répertoires. Dans ces situations, la musique francophone devient un vecteur de lien social, susceptible de plaire à ses proches et de contribuer à une atmosphère conviviale.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Je pense que c'était par connaissance. [...] On m'a recommandé un artiste, je vais aller vérifier par curiosité si ça me plaît. [...] Je fonctionne plutôt comme ça. »*

*« Au bout de 2-3 fois, ça m'arrive de les enlever de ma playlist en me disant "bah non en fait, ça me plaît pas". »*

*« D'abord, j'aime bien un chanteur [...] Denez Prigent [...] Il a une très belle voix. J'ai découvert [...] des vieilles chansons qu'il reprend avec le rythme et le ton traditionnels. »*

Brigitte explique volontiers que ses découvertes ou redécouvertes en matière de musique française (et bretonne) relèvent souvent d'une curiosité stimulée par l'entourage ou par les suggestions de Deezer. Ainsi, un ami pourra lui proposer un artiste qu'elle ira tester sur sa plateforme ; si les premiers morceaux l'ennuient, elle n'hésite pas à retirer cet interprète de ses playlists. À l'inverse, un coup de cœur (comme pour Denez Prigent ou Julien Lourau) s'enracine aisément dans son répertoire. Les radios locales notamment celles diffusant des émissions en breton, jouent aussi un rôle : lorsqu'un titre français l'interpelle, elle en note immédiatement le nom afin de l'approfondir. Dans cette logique, l'album entier n'est pas toujours conservé : Brigitte sélectionne plutôt quelques pistes qu'elle juge dignes de figurer parmi ses favoris. Sa pratique relève donc d'une approche sélective et curieuse, où l'envie de vérifier la qualité musicale prime sur la simple appartenance à un genre ou à une génération.

## 4. Bruno

**37 ans, Homme [en couple] (Québec, Périurbain, CSP~), Évaluateur immobilier, bac, plateforme : Spotify.**

Bruno entretient un rapport évolutif avec la musique. Ses premiers souvenirs musicaux remontent à son enfance, lors de trajets en voiture avec ses grands-parents. Son intérêt s'est structuré au secondaire lorsqu'il a découvert Metallica et leur album symphonique avec l'orchestre de San Francisco, ce qui a marqué un tournant décisif dans son exploration musicale. Son environnement familial a joué un rôle important bien que secondaire dans son éveil musical : son père l'a initié à la scène québécoise en l'amenant voir un concert de Jean Leloup, ce qui a élargi ses horizons. Il a également été influencé par son frère, amateur de métal scandinave, et par un réseau d'amis musiciens au secondaire. Au fil du temps, ses goûts ont évolué vers le jazz instrumental et des styles variés comme le rock progressif, le blues et le funk.

### Le rapport à la musique francophone

*"Mon premier souvenir musical d'un spectacle québécois, vraiment le premier, qui m'a marqué beaucoup, c'est quand j'étais au secondaire. (...) Mon père avait acheté les billets pour aller voir Jean Leloup, (...) ça l'a ouvert vraiment beaucoup la porte à la musique québécoise."*

*"Toute la vague de Jean Leloup, Cowboys Fringants, j'en ai écouté beaucoup. Énormément en fait, quand j'étais plus adolescent. Daniel Boucher, Daniel Bélanger, des trucs dans ce style-là."*

*"J'écoute pas vraiment de musique française. (...) Des trucs actuels non, je connais zéro la musique française ou n'importe ailleurs dans le monde de la francophonie."*

Son attachement à la musique québécoise repose en grande partie sur des souvenirs de jeunesse et une dimension émotionnelle forte, notamment avec des artistes comme les Cowboys Fringants, Daniel Bélanger ou encore Harmonium. En revanche, il a peu d'intérêt pour la musique française et francophone en dehors du Québec. Sa consommation musicale reste largement dominée par la musique anglophone, bien que des moments spécifiques, comme la période de la Saint-Jean ou ses retours en région, le reconnectent davantage à la musique québécoise.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je retourne en région, c'est vrai que là, je suis plus porté sur le francophone. Je sais pas, ça me retourne à mes racines."*

*"Évidemment, proche de la Saint-Jean, c'est immanquable, c'est un cliché, mais c'est ça quand même."*

*"Quand on fait de la route, j'ai une liste de chansons (...) j'en ai peut-être 200, puis ça continue à monter quand je pense à quelque chose."*

Les contextes d'écoute de la musique francophone pour Bruno sont fortement influencés par des moments marquants et des déplacements. Il privilégie la musique

québécoise lors de voyages en région, par attachement à ses racines, et lors de périodes festives comme la Saint-Jean. Ces moments renforcent une dimension nostalgique et collective de la musique, en lien avec son passé et son environnement social. En dehors de ces occasions, son écoute est plus diversifiée et orientée vers ses playlists établies, qui mêlent des artistes francophones et anglophones, sans structuration spécifique. Ses déplacements en voiture sont également un cadre privilégié pour revisiter certains morceaux, notamment via sa playlist personnelle qui évolue au gré de ses souvenirs et de ses redécouvertes.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'ai bien aimé le rock progressif québécois des années 70. Harmonium, Octobre, des trucs comme ça."*

*"Peut-être que je connais pas non plus les ressources pour trouver ça, mais en même temps, c'est sûr qu'il y a plein d'artistes francophones qui mériteraient d'être connus, mais je pense que la diffusion est vraiment difficile."*

*"Les groupes Facebook, ça permet effectivement (...) ça pique ma curiosité, je vais aller écouter une toune ou deux sur Spotify, puis là, je sais tout de suite si ça m'intéresse ou pas d'aller plus loin."*

Bruno découvre et redécouvre des artistes québécois principalement de manière autonome, en s'appuyant sur des souvenirs et des périodes d'intérêt spécifique. Il accorde une place particulière aux artistes des années 70, qu'il redécouvre au fil du temps. Toutefois, il reconnaît que l'accès à de nouveaux artistes francophones n'est pas évident et qu'il manque de ressources pour cela. Sa principale source de découverte reste les groupes Facebook et les recommandations des plateformes de streaming, bien qu'il considère celles-ci comme peu efficaces en ce qui concerne la musique francophone. Son engagement dans l'exploration musicale est limité, car il privilégie les valeurs sûres et les artistes déjà connus plutôt que de s'aventurer vers des nouveautés. Les plateformes comme Spotify jouent un rôle mineur dans la suggestion de nouveaux artistes francophones, ce qui limite son exposition à ces derniers.

## 5. Charlène

**24 ans, Femme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP~), Étudiante en maîtrise (criminologie), bac, plateforme : Spotify.**

Charlène est marquée par un environnement familial où la musique occupait une place constante. Dès son enfance, elle était exposée à une diversité de genres musicaux, allant de la musique classique au rock, en passant par la pop américaine et les bandes originales de films. Son premier contact personnel avec la musique s'est fait via un lecteur MP3 « Barbie », puis à travers des téléchargements en ligne avant d'adopter le streaming en 2017 avec Spotify. Son écoute musicale est omniprésente : au réveil, dans les transports, en travaillant et en marchant. Elle se constitue des playlists thématiques qui correspondent à ses humeurs et à ses activités. Si elle a longtemps rejeté la musique francophone, son regard a changé ces dernières années avec certaines découvertes marquantes qui l'ont réconciliée avec la variété française.

### Le rapport à la musique francophone

*"Je rejetais le français, à vrai dire. Pour moi, ce qui était français n'était pas cool. J'avais vraiment aucun intérêt à écouter de la chanson française."*

*"Depuis que je suis sur Spotify, on m'a introduite à des chansons françaises et j'ai commencé à les aimer. Ça m'a surprise."*

*"Aya, je l'adore. Évidemment que dans le francophone ça entre, mais j'y ai même pas pensé !"*

Charlène a longtemps eu un regard négatif sur la musique francophone, lui préférant la pop anglo-saxonne qu'elle considérait comme plus moderne et attrayante. Cette réticence s'explique en partie par un environnement familial où la musique française était peu présente, en dehors de quelques figures emblématiques comme Céline Dion et Jean-Jacques Goldman. Cependant, avec l'arrivée des plateformes de streaming, elle a découvert progressivement des artistes francophones qui lui plaisaient réellement, notamment via les recommandations de Spotify et des émissions télévisées. Aujourd'hui, elle apprécie particulièrement des artistes comme Aya Nakamura, Zed Yun Pavarotti et Solann. Son intérêt pour la musique francophone reste toutefois sélectif, limité aux styles et aux sonorités qui lui correspondent, sans s'étendre à des genres comme le rap ou la variété trop commerciale qu'elle trouve souvent fade.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Littéralement tout le temps. Je me réveille avec des écouteurs, je pars de chez moi avec la musique, je rentre du boulot avec la musique."*

*"Quand je veux vraiment me concentrer, ça va être ma playlist instrumentale. Sinon, pour me motiver, ça va être des chansons que j'aime."*

*"En soirée, je mets parfois des artistes francophones, mais j'essaie de m'adapter à l'auditoire. Je ne vais pas forcément mettre du Taylor Swift devant tout le monde!"*

L'écoute de musique chez Charlène est quasi permanente et varie selon le contexte. Lorsqu'elle travaille ou étudie, elle privilégie des morceaux instrumentaux pour éviter les distractions. En marchant ou en se déplaçant, elle écoute des playlists pop dynamiques qui correspondent à son humeur et au moment de la journée. Les moments sociaux influencent également ses choix musicaux : lors de soirées entre amis, elle adapte sa sélection aux goûts collectifs, quitte à mettre de côté certaines de ses préférences personnelles. Son écoute de la musique francophone ne suit pas un schéma particulier, mais elle intègre régulièrement des morceaux en français dans ses différentes playlists, notamment grâce aux recommandations des algorithmes. Elle a aussi une approche très organisée de ses playlists, créant des catégories précises selon son état d'esprit et son activité du moment.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Ce que je fais beaucoup, c'est aller voir la radio Spotify des chansons que j'aime, et je mets dans la liste d'attente toutes celles que je ne connais pas."*

*"Mes super belles découvertes francophones, c'est pas du tout par Spotify, c'est par la télé."*

*"J'ai découvert plein de chansons d'Aya Nakamura en mettant la radio de l'artiste. Ça m'a permis d'explorer d'autres morceaux."*

Charlène adopte une double approche pour découvrir de nouveaux morceaux francophones : d'un côté, elle utilise les fonctionnalités de Spotify, notamment la radio des chansons qu'elle apprécie déjà, pour explorer des titres similaires. Cette méthode lui permet d'élargir progressivement son répertoire en fonction de ses goûts existants. D'un autre côté, elle se fie beaucoup aux médias traditionnels comme la télévision, où elle a découvert certains artistes qui l'ont marquée. Contrairement à d'autres auditeurs qui s'appuient sur les réseaux sociaux pour leurs découvertes musicales, Charlène est plus influencée par les recommandations de sources qu'elle juge fiables et par les contextes où elle entend une nouvelle chanson, comme en soirée ou dans des émissions culturelles. Cette méthode lui permet d'affiner ses goûts tout en restant sélective dans ses choix musicaux.

## 6. Clodia

**36 ans, Femme [mariée] (Québec, Urbain, CSP~), Évaluatrice immobilière, bac, plateforme : Spotify.**

Clodia entretient une relation étroite avec la musique, marquée par une forte empreinte familiale et un attachement nostalgique à certaines périodes musicales. Son parcours musical débute avec les chansons de Passe-Partout et les classiques québécois de son enfance, qu'elle a écoutés sur cassettes et CD. Elle a progressivement construit ses goûts à travers des influences variées, de la chanson française de sa mère au rock et au country qu'elle a explorés plus tard. Aujourd'hui, son écoute est structurée par des playlists soigneusement organisées selon des thématiques et des contextes d'écoute précis. Si elle découvre de nouveaux morceaux par hasard, notamment à travers les médias, elle ne cherche pas activement à élargir son répertoire et privilégie les artistes et albums qu'elle connaît déjà.

### Le rapport à la musique francophone

*"Je rejetais le français, à vrai dire. Pour moi, ce qui était français n'était pas cool. J'avais vraiment aucun intérêt à écouter de la chanson française."*

*"Mais j'aime beaucoup beaucoup Harmonium, Michel Rivard, Beau Dommage, même les Séguin."*

*"Musique francophone, pour moi, ça me fait penser au Québec. Je penserais plus à la musique française si on parlait de l'autre côté."*

Le rapport de Clodia à la musique francophone a évolué avec le temps. Si elle rejetait initialement la chanson francophone par manque d'intérêt, elle a fini par développer un attachement particulier à la musique québécoise, notamment à travers des artistes comme Harmonium, Beau Dommage et Michel Rivard. Elle distingue clairement la musique francophone québécoise de la musique française, qu'elle associe davantage à la chanson classique (Brel, Piaf, Aznavour) et aux goûts de sa mère. Son écoute du répertoire québécois repose sur un fort ancrage émotionnel et nostalgique, certaines chansons lui rappelant des moments spécifiques de sa vie. Toutefois, elle se montre sélective dans ses choix, privilégiant des artistes qu'elle connaît déjà plutôt que d'explorer les nouvelles tendances de la scène francophone.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, c'est là que j'écoute le plus de musique. J'aime ça chanter, pas parce que je chante bien, mais parce que j'aime ça."*

*"Quand on mange à la table, souvent on va mettre un vinyle aussi."*

*"Le samedi matin, j'écoute Francis Reddy à Espace Musique."*

Clodia écoute principalement de la musique en voiture, où elle privilégie des morceaux qu'elle connaît déjà pour chanter en conduisant. Ce mode d'écoute renforce son attachement aux chansons familières et limite son exposition à de nouveaux morceaux. À la maison, elle écoute des vinyles lors des repas ou pendant certaines activités comme

faire un puzzle. Ces moments d'écoute sont ritualisés et structurés, souvent associés à une ambiance spécifique. La radio joue aussi un rôle dans son écoute musicale, notamment le samedi matin avec l'émission de Francis Reddy sur Espace Musique, qui lui permet parfois de découvrir des morceaux francophones. Cependant, elle préfère éviter les radios commerciales en raison des publicités et des interventions parlées, ce qui réduit encore ses occasions de découverte spontanée de nouveaux artistes francophones.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'ai découvert Klo Pelgag dans un gala, je me suis mise à chercher ses chansons sur Spotify."*

*"Je découvre des artistes surtout via la télé, comme En direct de l'univers."*

*"Spotify ne me fait pas découvrir du franco, je vais plutôt chercher des artistes que j'ai entendus ailleurs."*

Clodia découvre rarement de nouveaux artistes francophones par les plateformes de streaming. Ses principales sources de découverte restent les médias traditionnels, comme les émissions télévisées et les galas musicaux, où elle peut être attirée par un artiste avant d'explorer son répertoire sur Spotify. Son écoute est donc souvent déclenchée par un contexte précis, plutôt que par une volonté proactive de découvrir du nouveau contenu. Par ailleurs, bien qu'elle utilise Spotify depuis relativement peu de temps, elle n'explore pas encore ses fonctionnalités de découverte (playlists de recommandations, mix personnalisés), préférant organiser elle-même ses playlists selon ses goûts établis. Ainsi, son rapport à la musique francophone repose davantage sur des réécoutes et des références familières que sur une quête d'innovation musicale.

## 7. Damien

**30 ans, Homme [en couple] (France, Rural, CSP~), Chargé de mission en développement économique, bac+5, plateforme : Deezer.**

Damien relate un cheminement musical qui débute à l'enfance, où il écoutait principalement les morceaux de son entourage familial et proche. Peu à peu, il découvre par lui-même des styles variés, avec une affinité plus marquée pour la musique en français. Ses pratiques se construisent en grande partie grâce à des plateformes comme YouTube ou Deezer, ainsi qu'à la radio, qu'il affectionne pour sa diversité de programmation. Au fil des années, il s'éloigne de certains genres (métal, par exemple) tout en conservant un fort attrait pour la variété française et le rap qu'il qualifie de « soft ». Aujourd'hui, il s'efforce de découvrir de nouveaux artistes afin de renouveler ses écoutes et d'élargir ses horizons.

### Le rapport à la musique francophone

*« En variété, j'écoutais... Qu'est-ce que j'écoutais à cette époque-là ? Je pense que j'écoutais du Indochine. J'écoutais du Noir Désir, du Thomas Fersen. Enfin beaucoup de variété française. »*

*« Mais c'est vrai que j'adhérais plus à de la musique française. »*

*« Je pense que j'écoute à 70% de la musique francophone. »*

Son inclination pour la chanson en français se révèle dès ses premiers choix personnels, notamment avec les groupes et artistes de variété ou de rock (Indochine, Noir Désir, Thomas Fersen). Il apprécie analyser et mémoriser les textes, ce qui nourrit une relation profonde à la langue. Son intérêt pour la production francophone s'exprime aussi dans la fréquentation de festivals où il découvre de nouveaux chanteurs et consolide ses goûts. Il reconnaît s'être parfois « forcé » à écouter certaines musiques internationales, mais il revient vite à des morceaux qu'il assimile plus facilement. Cette forte présence de la langue française n'exclut pas l'ouverture à d'autres langues et genres musicaux, mais il avoue rester plus fidèle à des interprètes masculins ou à des styles où les paroles demeurent immédiatement accessibles et significatives.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« En voiture, j'écoute beaucoup la radio. Ça m'arrive des fois de mettre Deezer et des playlists mais c'est quand même beaucoup la radio. »*

*« Et quand je vois du monde, notamment ma sœur, on essaie de partager les musiques qu'on a découvertes. »*

*« Et quand je suis chez moi, je mets plus Youtube bizarrement. »*

Ses écoutes en français s'insèrent dans divers moments du quotidien. Sur la route, il privilégie d'abord la radio pour sa spontanéité, y trouvant parfois des nouveautés qui éveillent sa curiosité. Lorsqu'il est chez lui, il bascule souvent sur YouTube : il y lance spontanément des vidéos musicales, attiré par l'algorithme qui propose des clips d'artistes francophones qu'il connaît déjà. Il utilise néanmoins Deezer pour des

séquences plus structurées, comme lorsqu'il organise une écoute en compagnie de sa sœur afin de leur faire découvrir mutuellement des chansons aimées. Dans ces échanges, il met en avant son goût pour les morceaux écrits et interprétés en français, valorisant la compréhension immédiate des paroles. Ces différents contextes alimentent un usage riche et varié de la musique.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Je pense que Youtube m'a beaucoup aidé. Les clips qui passaient étaient super importants sur Youtube. »*

*« Actuellement, je pense que je fais plus de découvertes grâce à Deezer. Ce qui me permet de découvrir le plus, c'est le flow... »*

*« Quand j'entends une musique que j'aime bien et je me dis 'Tiens, ça j'aimerais bien écouter', je mets 'like' sur la musique et ça me permet de l'avoir dans mes favoris et de la réécouter par la suite. »*

Pour enrichir sa connaissance d'artistes francophones, il s'appuie fortement sur les plateformes numériques. YouTube l'a longtemps accompagné dans la découverte de nouveaux titres via des suggestions de clips liés à ses écoutes antérieures. Depuis qu'il souhaite élargir sa palette musicale, il s'oriente davantage vers Deezer, en particulier la fonctionnalité « flow ». Il y trouve parfois de nouvelles références, même si l'algorithme lui repropose souvent du rap urbain moins en phase avec ses préférences. Lorsqu'une chanson francophone suscite son intérêt, il la « like » immédiatement pour la conserver et l'explorer ultérieurement, notamment en consultant la discographie complète de l'artiste. Ce système de favoris facilite aussi les partages avec sa sœur ou ses amis, renforçant ainsi sa pratique d'écoute et sa curiosité à l'égard de la production francophone.

## 8. Éloïse

**28 ans, Femme [célibataire] (France, Urbain, CSP+), Psychologue, bac+5, plateforme : Deezer.**

Eloïse a d'abord été portée par le rock et la scène anglo-saxonne, avant de se recentrer sur le jazz et, surtout, le rap francophone. Ses découvertes musicales s'enracinent souvent dans des histoires personnelles ou des hasards stimulants, comme lorsqu'elle s'est initiée au rap via un clip tourné sur une digue bretonne qu'elle connaissait bien. Aujourd'hui, elle se définit volontiers comme « obsessionnelle » : lorsqu'un morceau ou un artiste la séduit, elle explore intégralement sa discographie, attentive à la construction des albums plutôt qu'à des écoutes aléatoires. Sensible aux jeux de références et aux *featurings*, elle apprécie particulièrement l'énergie et l'inventivité du rap français, belge ou québécois, sans négliger pour autant quelques incartades vers la pop et le jazz, notamment en concert. Dans son quotidien, la voiture demeure son espace privilégié, là où elle se « met dans sa bulle » pour profiter pleinement de chaque titre.

### Le rapport à la musique francophone

*« Pour la musique francophone, c'est majoritairement du rap, rap français, rap québécois, rap belge... »*

*« Je me suis mise à écouter du rap [...], c'est ce que j'écoute [...] j'écoute encore un peu de jazz, mais principalement c'est du rap. »*

*« Aya Nakamura, j'aime bien [...] j'aime bien sa personnalité, la façon dont elle essuie toutes les critiques [...] c'est un côté bad bitch très cool. »*

Le virage qu'Eloïse opère vers les musiques francophones s'est très nettement articulé autour du rap francophone, dont elle explore différentes déclinaisons (française, belge, québécoise). Elle souligne sa sensibilité particulière au « jeu de piste » que représentent les textes, les références et les *featurings*, y trouvant un terrain idéal pour nourrir sa curiosité. L'émergence de figures comme Orelsan ou la découverte de rappeurs québécois via des podcasts (L'Abcdr du son, Mehdi Maizi) l'ont confortée dans cette passion. Parallèlement, elle déclare apprécier quelques incursions pop, telle Aya Nakamura, dont elle salue la force de caractère et le style singulier. Au-delà des débats qui entourent la variété française, Eloïse se montre moins attirée par des voix qu'elle juge trop aigües ou des refrains trop répétés en soirée. Son rapport à la musique francophone reflète ainsi un goût pour des textes riches en jeux de mots et en influences culturelles croisées.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« En voiture, c'est vraiment mon moment pour écouter un album avec attention. »*

*« Ça peut être en faisant mes puzzles ou la cuisine : je me mets en bulle. Mais si j'ai moins de temps, je mets juste une petite playlist. »*

*« En soirée, la plupart de mes amis n'aiment pas le rap, donc je ne mets pas trop ma musique, sauf avec une amie où on s'envoie des artistes pour écouter ensemble. »*

Si Eloïse privilégie fortement l'écoute du rap francophone, elle en module les contextes selon son emploi du temps et l'entourage présent. Les voyages en voiture se révèlent propices à une écoute concentrée, car ils lui offrent la liberté d'explorer un album complet, d'en saisir la construction et les nuances. Chez elle, elle réserve volontiers des séquences musicales à des activités manuelles (puzzles, cuisine), où la chanson francophone peut fonctionner en fond ou l'accompagner de manière plus attentive si elle a du temps. Toutefois, elle se montre plus discrète en soirée, soucieuse de ne pas imposer un univers rap parfois mal perçu par son entourage. Les échanges vraiment nourris autour des artistes francophones se limitent donc à une amie partageant la même passion. Cette disparité souligne à quel point ses choix d'écoute relèvent aussi de logiques sociales : des instants de solitude pour savourer le format « album », et des moments collectifs où ses goûts restent minoritaires.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« J'ai découvert Orelsan [...] le clip se passait sur la digue de Ver-sur-Mer. J'ai trouvé ça très cool et j'ai commencé à écouter. »*

*« C'est souvent par les featurings : si j'aime bien un rappeur, je vois qu'il a fait un feat, je vais écouter tous les projets du rappeur qui a featé. »*

*« Parfois, c'est l'émission L'Abcdr du son ou Mehdi Maizi, j'entends un rappeur québécois et je me dis "tiens, je vais le chercher sur Deezer". »*

Le parcours d'Eloïse en matière de musiques francophones repose sur un ensemble de hasards stimulants et de stratégies de recherche ciblées. Dans sa phase « d'initiation », elle évoque le rôle clef d'un clip tourné sur une digue familière, qui l'a incitée à découvrir Orelsan. Par la suite, c'est le jeu des *featurings*, omniprésent dans le rap francophone, qui l'a conduite à explorer des discographies entières : dès qu'un couplet lui plaît, elle retrace l'ensemble des projets de l'invité en question. Enfin, les ressources numériques et médiatiques complètent ce tableau : elle se tient informée via des podcasts ou des émissions comme celles de Mehdi Maizi, repérant de nouveaux talents qu'elle ira chercher directement sur Deezer. Cette démarche reflète une curiosité avide d'histoires et de liens, chaque piste référencée ouvrant la porte à un album, une collaboration ou un univers entier, qu'elle prend ensuite le temps d'arpenter de manière systématique.

## 9. Émile

**24 ans, Homme [en couple] (France, Urbain, CSP+), Étudiant en droit, bac+3, plateforme : Spotify.**

Le premier contact d'Émile avec la musique s'est fait à travers les écoutes de ses parents, qui privilégiaient la chanson française et le rock. Son adolescence a été dominée par le rap, largement influencé par son entourage et les tendances de l'époque. Avec le temps, il a diversifié ses écoutes, se tournant vers des artistes et des styles plus classiques et « intemporels ». Aujourd'hui, sa consommation musicale repose sur des playlists adaptées aux contextes d'écoute (révisions, sport, soirées) et il accorde une importance croissante aux paroles des chansons. Bien qu'il ait un abonnement à Spotify depuis plusieurs années, il privilégie une approche « sociale » de la découverte musicale, favorisant les recommandations naturelles de son entourage et les expériences en concert.

### Le rapport à la musique francophone

*"Je dirais que j'écoute majoritairement de la musique francophone. Franchement, 70%."*

*"Souvent, je comprends rien en fait aux chansons en anglais, donc c'est quand même mieux d'écouter quelque chose, des paroles qu'on comprend."*

*"Johnny Hallyday, mais c'est en soirée quoi. J'ai pas du Johnny dans les oreilles dans la journée. Je suis pas un gros ringard."*

Émile écoute principalement de la musique francophone, qu'il estime représenter environ 70 % de ses écoutes. Son attachement à cette musique est lié en partie à la mise en avant des artistes francophones par les diffuseurs, mais aussi à sa propre préférence pour des paroles qu'il peut comprendre pleinement. Il ne consomme presque pas de rap américain, privilégiant plutôt des artistes francophones dont il apprécie les textes et la musicalité. Son rapport à la musique francophone est également marqué par des contextes sociaux spécifiques : il écoute des classiques comme Johnny Hallyday en soirée, dans un cadre collectif et festif, tandis que d'autres artistes français occupent une place plus quotidienne dans ses écoutes personnelles.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En faisant du sport aussi. Je fais pas mal de sport et j'ai toujours de la musique dans les oreilles."*

*"En voiture, en transport et en soirée."*

*"Dans les transports, je me vois pas prendre le métro sans musique. Surtout qu'à Paris c'est l'enfer, donc si en plus..."*

L'écoute de la musique chez Émile est omniprésente dans son quotidien, mais elle est souvent associée à une activité précise. Il écoute de la musique lors de ses trajets en

transport, pour se créer une bulle dans un environnement qu'il juge bruyant et stressant. Le sport est aussi un moment privilégié pour écouter de la musique, renforçant sa motivation et son immersion dans l'effort. En soirée, la musique joue un rôle de catalyseur social, renforçant l'ambiance et l'expérience collective. Selon le contexte, ses choix musicaux varient : des morceaux énergiques pour le sport, des playlists diversifiées pour les soirées et une musique plus posée pour la concentration. Son attachement à la musique en transport révèle un besoin d'accompagnement et d'évasion dans son quotidien urbain.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Quand il y a un désaccord sur la musique avec ma copine, on met une playlist."*

*"Des fois, Spotify me propose des morceaux basés sur mes titres likés, et ça me permet de découvrir des choses."*

*"Je me suis surpris à écouter de la musique classique, du piano, juste comme ça en révisant, alors que j'aurais jamais écouté ça de moi-même sinon."*

Émile découvre de nouveaux morceaux francophones principalement à travers deux canaux : les recommandations algorithmiques de Spotify et les choix musicaux de son entourage. Il apprécie les playlists générées par la plateforme, qui lui suggèrent des morceaux en lien avec ses goûts, ce qui lui permet d'élargir progressivement son répertoire. Il ne fait cependant pas un usage proactif des réseaux sociaux pour découvrir de nouveaux artistes, préférant des recommandations naturelles et contextuelles. Sa copine joue aussi un rôle dans sa découverte musicale, notamment lorsqu'ils doivent trouver un compromis sur leurs goûts respectifs en soirée. Par ailleurs, ses périodes de révision l'amènent parfois à explorer des genres inattendus, comme la musique classique instrumentale, illustrant ainsi comment ses découvertes sont souvent influencées par son mode de vie et ses besoins du moment.

## 10. Fanny

**20 ans, Femme [en couple] (France, Urbain, CSP-), Étudiante en science politique, bac+3, plateforme : Deezer.**

Fanny déclare aimer tous les styles ou presque. Elle n'a pas d'artiste favori immuable et explore de nombreux styles en fonction de ses envies du moment. Principalement amatrice de pop, elle écoute aussi bien de la musique classique pour se concentrer que des chants lyriques ou même des morceaux médiévaux par curiosité. Ses goûts ont évolué par phases successives : elle peut se passionner intensément pour un chanteur ou un groupe pendant une période, puis passer à autre chose. Ses habitudes d'écoute ont également changé : autrefois, elle écoutait surtout de la musique en déplacement (notamment dans les transports avec des écouteurs), alors qu'aujourd'hui elle privilégie des moments à domicile, le soir, souvent sans écouteurs afin de ménager son audition. Cette évolution s'accompagne d'une écoute plus réfléchie et recentrée sur le confort personnel.

### Le rapport à la musique francophone

*« J'aime beaucoup Daniel Balavoine, mais c'est vraiment par périodes. Des fois, je vais écouter que lui, et... mais ça m'arrive à peu près, je pense, une fois toutes les années et demie. »*

*« Euh... sinon, j'aime bien Gold aussi, j'aime bien Jean-Jacques Goldman. Pareil, j'aime bien, mais j'écoute pas souvent. »*

*« J'aime bien Dalida, mais plus parce que ça me rappelle mon grand-père qu'autre chose. »*

Son attachement à la musique francophone s'inscrit dans un ensemble de goûts très variés, sans obsession exclusive pour un artiste francophone actuel. Elle apprécie plusieurs figures de la chanson française, notamment issues des décennies passées (Daniel Balavoine, Gold, Jean-Jacques Goldman), mais de manière intermittente. Comme elle l'exprime, son engouement pour certains chanteurs est cyclique et périodique, pouvant surgir ponctuellement puis s'estomper. Globalement, la musique en français est présente mais non dominante. Ses préférences francophones sont souvent liées à une dimension affective ou nostalgique. Par exemple, Dalida lui plaît surtout pour la réminiscence familiale qu'elle évoque. De même, elle affiche des goûts nuancés vis-à-vis de certaines icônes : elle adore la voix de Lara Fabian tout en étant moins enthousiaste sur l'ensemble de ses chansons, et elle ne retient de Johnny Hallyday qu'un titre fétiche (« Requiem pour un fou ») sans rejet catégorique du reste.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« il y a eu mon grand-père aussi qui nous faisait écouter dans la musi-, dans la voiture, des musiques des années 50, 60, 70, par là, des choses comme ça. »*

*« on écoutait ensemble, comme elle aime beaucoup « Comme toi », ... c'est comme ça, je pense, que j'ai commencé à connaître Goldman. »*

*« J'ai même chanté une de ses chansons dans un karaoké... »*

Les occasions où elle écoute de la musique francophone sont intimement liées à son contexte familial et à ses moments de vie quotidienne. Dans son enfance, les trajets en voiture en famille ont constitué un cadre majeur de découverte des chansons françaises : son grand-père diffusait volontiers des titres des années 50 à 70 lors des voyages en voiture, et sa mère partageait également ses propres goûts en alternant pop et musique classique lors des déplacements. Ces expériences routières ont ancré chez l'enquêtée un héritage musical francophone chargé de souvenirs. Elle raconte ainsi comment, à partir d'une chanson emblématique (« Envole-moi » puis « Comme toi » de Goldman) ajoutée aux playlists de la voiture familiale, mère et fille ont écouté ensemble de nombreux morceaux, ce qui a progressivement familiarisé la jeune femme avec cet artiste. Aujourd'hui, son écoute de musique (y compris francophone) se déroule presque exclusivement dans l'intimité de son domicile, souvent en solitaire. La musique s'insère naturellement dans ces moments de loisir : elle peut la mettre en fond en cuisinant ou en se relaxant le soir. Ce n'est pas un rituel séparé des autres genres, mais plutôt un élément du mélange musical qu'elle consomme au gré de ses envies. D'autre part, ses interactions sociales autour de la musique francophone restent limitées. Elle n'écoute pratiquement pas de chansons en français en groupe ou en soirée, et confie même ne partager des titres qu'avec sa mère. Néanmoins, il lui arrive d'investir la dimension collective de cette musique à l'occasion – par exemple en interprétant au karaoké. Hormis ce type de moment ponctuel où la musique francophone devient interactive et conviviale, son écoute demeure essentiellement personnelle et souvent associée à un contexte nostalgique ou intime.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Je crois pas avoir fait beaucoup de découvertes en fait grâce à Deezer, honnêtement. ... j'utilise pas trop les fonctionnalités ... En général, je trouve que c'est pas très, très pertinent... »*

*« c'est mon copain qui a redécouvert, il y a... trois mois au plus, ... certaines de ses chansons. Et puis du coup, on a commencé ... à les écouter ... puis ... je les ai rajoutées à ma playlist et ... j'ai commencé à l'écouter toute seule. »*

*« Oui, elle connaît bien mes goûts. ... oui, ça lui arrive parfois, et je les écoute beaucoup hein. Ben c'est chouette. »*

Ses découvertes ou redécouvertes de musiques francophones s'effectuent principalement par le biais de son entourage et du hasard, plutôt que par une exploration active des outils numériques. Elle admet ne pas exploiter les fonctionnalités de recommandation de sa plateforme d'écoute (Deezer) : peu encline à parcourir les suggestions automatisées, qu'elle ne juge « pas très pertinentes », elle se contente généralement d'écouter et d'enregistrer les titres qui lui plaisent déjà. Dès lors, l'enrichissement de son répertoire francophone passe plutôt par des médiations humaines et des circonstances fortuites. Lorsque sa mère lui recommande une chanson francophone, l'enquêtée la trouve souvent à son goût et l'intègre volontiers à ses écoutes régulières – profitant de la justesse de ces suggestions maternelles (« elle connaît bien mes goûts » dit-elle). Par ailleurs, la (re)découverte de certains artistes s'opère au fil de sa vie sociale. Un exemple marquant est Mika : familiarisée dès l'enfance avec ce

chanteur (elle possédait un CD étant petite), elle l'avait mis de côté pendant des années avant que son copain ne remette ses chansons au goût du jour. Ensemble, ils ont écouté quelques titres, puis elle a ajouté ces morceaux à sa playlist personnelle et s'est remise à les jouer de son côté. Ce schéma illustre sa manière assez passive (re)découvrir des artistes francophones : une exposition indirecte déclenche son attention, après quoi elle intègre le titre à sa bibliothèque si celui-ci lui plaît. En revanche, elle cherche rarement d'elle-même de nouveaux chanteurs francophones. Avec le temps, son rythme d'ajout de nouvelles chansons – y compris en français – s'est même ralenti, signe qu'elle se repose surtout sur ses coups de cœur déjà établis.

## 11. Florian

**30 ans, Homme [en couple] (France, Non mentionné, CSP~), Chef de projet digital, bac+5, plateforme : Deezer.**

Florian a depuis toujours un rapport éclectique à la musique, qu'il écoute quotidiennement. Chaque jour, il fait jouer de la musique à divers moments de la journée (du réveil jusqu'aux activités sportives) et via différents dispositifs, principalement en streaming sur son smartphone (Deezer relié à une enceinte, casque audio, ou encore en voiture). Son parcours musical est jalonné de phases variées : la variété française dans l'enfance (Henri Dès, Renaud, Aznavour...), puis le rap marseillais et français ainsi que le reggae à l'adolescence, avant d'explorer le rock des années 1970 et l'électro pendant sa vingtaine. Un séjour en Amérique latine l'a ensuite ouvert aux musiques latines. Aujourd'hui, ses goûts sont très diversifiés (musique latine, rap US, rock, électro...), témoignant d'une grande curiosité musicale, même s'il se montre moins attiré qu'autrefois par certains genres comme le rap français actuel ou le hard rock.

### Le rapport à la musique francophone

*« J'ai surtout souvenir d'avoir écouté ce qu'on pourrait qualifier de variété française. [...] J'écoutais principalement ça, de la variété française, donc les Aznavour, Renaud, [...] Je me souviens aussi des chansons de Bobby Lapointe. »*

*« Je ne me reconnais plus trop dans les paroles [...] ça me plaît moins. Donc je préfère écouter du rap US. »*

*« Même si après, il y a quelques morceaux français que j'aime bien, mais moins. »*

La musique francophone occupe une place importante bien qu'évoluante dans le parcours de Florian. Enfant, il était fortement exposé à la chanson et à la variété françaises grâce à ses parents, et il mentionne avoir grandi avec des artistes comme Renaud ou Charles Aznavour. À l'adolescence, le rap français a également pris une grande place dans ses écoutes – il suivait notamment la scène marseillaise et les groupes phares des années 1990 (IAM, NTM, Fonky Family...), tout en écoutant aussi du rap anglophone. À l'heure actuelle, les titres en français ne constituent plus qu'une part minoritaire de son paysage musical, la majeure partie de ce qu'il écoute étant en anglais ou en espagnol. Florian explique en effet que les paroles des nouveaux rappeurs francophones le touchent moins qu'auparavant, ce qui l'a conduit à privilégier le rap US pour retrouver l'énergie du genre sans être gêné par des textes qui ne lui « parlent » plus autant. Pour autant, il n'a pas totalement délaissé la musique en français : il continue d'apprécier certains morceaux francophones et cite même quelques titres de rap qu'il « aime bien », évoquant par exemple des artistes actuels comme SCH, Jul ou Damso. Il conserve d'ailleurs des playlists dédiées au rap français – aussi bien les classiques de « l'ancienne » génération que des nouveautés – signe qu'il reste attaché à cet univers musical malgré un engouement moindre qu'autrefois.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Avant le sport, j'écoute pas mal justement de rap US. En général, c'est principalement ça, du rap US ou un peu de rap français. »*

*« Le rap, c'est plutôt un truc que j'écoute de mon côté, le rock aussi. »*

*« Oui. Du rap français et un peu de variété française aussi. »*

Les moments et lieux où Florian écoute des titres en français sont relativement ciblés dans ses habitudes. Une partie de la musique francophone intervient chez lui dans un contexte précis de motivation : par exemple, avant une séance de sport, il aime écouter du rap énergique pour se stimuler, mêlant volontiers quelques morceaux de rap français aux titres US de sa playlist d'entraînement. En revanche, lorsqu'il partage de la musique avec sa compagne le soir, ce sont d'autres répertoires qui dominent (latino, électro), et il précise que le rap est « un truc qu'il écoute de son côté ». De même, pendant les tâches domestiques (cuisine, ménage), Florian met souvent de la musique en arrière-plan en activant la lecture aléatoire sur Deezer : dans ce flux musical, il lui arrive de tomber sur des chansons en français (du rap ou de la variété) qu'il ne choisit pas a priori mais qu'il peut apprécier sur le moment. En dehors de ces cadres privés, la musique francophone est peu présente dans son quotidien. Il entend certes des artistes français lors de concerts ou festivals, mais plutôt de façon fortuite – quand ils figurent au programme aux côtés d'autres têtes d'affiche internationales, sans être le motif principal de sa sortie. Par ailleurs, il n'écoute la radio qu'exceptionnellement (principalement pour les informations) et regarde très peu la télévision, ce qui limite d'autant les occasions d'exposition à des nouveautés en français dans son quotidien.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Je pense que la plupart, c'est soit par le bouche-à-oreille, entre amis, soit sur les réseaux sociaux ou internet [...]. »*

*« Il y a par exemple Claudio Capéo, je crois que je l'avais découvert via Deezer. »*

*« Il y a quelques morceaux de rap français que j'ai découverts via le flow. »*

Florian découvre les artistes et morceaux francophones via son entourage et les outils numériques qu'il utilise au quotidien. Historiquement, de nombreuses découvertes se sont faites « par le bouche-à-oreille entre amis » et cette dynamique informelle reste encore un vecteur d'exposition. Aujourd'hui, Internet joue un rôle majeur dans ses modes de découverte : Florian suit des pages d'actualité musicale sur les réseaux sociaux et visionne du contenu sur YouTube, ce qui lui permet d'entendre parler de certains artistes français récents au gré des publications ou discussions en ligne. En parallèle, son usage de la plateforme Deezer favorise l'exploration de la musique francophone. Il prend le temps d'élaborer et d'actualiser ses propres playlists par genre, reçoit des notifications dès qu'un de ses artistes favoris sort un nouveau titre, et parcourt régulièrement la rubrique « Découvrir ». S'il a réduit l'utilisation du mode Flow par rapport à une période antérieure, ce dernier lui a tout de même fait connaître quelques morceaux de rap français. Florian mentionne d'ailleurs avoir découvert grâce aux recommandations Deezer certains artistes francophones qu'il ne connaissait pas auparavant, comme le chanteur de variété Claudio Capéo ou le collectif électro Bon Entendeur. En revanche, les canaux traditionnels contribuent peu à ses (re)découvertes musicales. De même, bien qu'il assiste encore à quelques concerts ou festivals par an (moins qu'à une

époque), c'est avant tout pour des têtes d'affiche internationales – les artistes français présents dans ces événements ne constituent pour lui qu'une part secondaire de l'expérience.

## 12. France

**57 ans, Femme [mariée] (Québec, Périurbain, CSP+), Directrice d'école secondaire, maîtrise, plateforme : Spotify.**

France entretient un rapport intime et nostalgique à la musique, façonné par les influences de ses frères et sœurs aînés. Née dans une famille nombreuse, elle a grandi avec la musique des années 60 et 70, notamment les Beatles, la chanson québécoise et le folklore chanté par sa mère. Adolescente, elle a développé ses propres goûts en étant influencée par ses amis et son environnement scolaire, notamment à travers la possibilité de choisir la musique en classe. Aujourd'hui, elle écoute de la musique quotidiennement, que ce soit à la maison, en voiture ou lors de ses activités quotidiennes. Son écoute repose sur des playlists soigneusement organisées en fonction des contextes et des émotions. Elle apprécie particulièrement les artistes qui ont marqué son histoire personnelle, comme U2 et Coldplay, tout en restant ouverte aux découvertes musicales, notamment grâce aux suggestions de Spotify et aux recommandations de ses proches.

### Le rapport à la musique francophone

*"Y en a pas beaucoup et j'aime beaucoup Charlotte Cardin, ça oui, puis, c'est sûr que j'en ai mis là dans mes listes, dans mon regroupement, ça j'en ai. J'en ai plein de chansons francophones."*

*"Au niveau de la musique francophone, c'est Charlotte Cardin, là qui m'intéresse beaucoup. Mais tu sais Ben naturellement les Cowboys Fringants, ça c'est sûr."*

*"Mais c'est vrai que je consomme pas tant de musique francophone..."*

France entretient un rapport limité mais significatif avec la musique francophone. Elle reconnaît ne pas en écouter régulièrement, mais elle a tout de même intégré certains artistes québécois et français dans ses playlists. Ses goûts en musique francophone sont principalement marqués par une dimension affective et nostalgique : elle apprécie des artistes emblématiques comme Harmonium, Beau Dommage et Ginette Reno, qui lui rappellent des souvenirs d'enfance et de famille. Toutefois, elle est moins attirée par les artistes québécois contemporains, mis à part Charlotte Cardin et les Cowboys Fringants. Son écoute de la musique francophone est donc sélective et motivée par des références personnelles plus que par une volonté de découverte active.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, c'est là que j'écoute le plus de musique. J'aime ça chanter, pas parce que je chante bien, mais parce que j'aime ça."*

*"Quand on reçoit des amis ou de la famille, souvent on va mettre une playlist qui mélange un peu tout, du français et de l'anglais."*

*"Quand je travaille dehors dans mes plantes, j'ai toujours mes écouteurs. Avant, je n'y pensais pas, mais maintenant c'est devenu une habitude."*

France écoute de la musique principalement en voiture, où elle privilégie des morceaux qu'elle peut chanter, qu'ils soient francophones ou anglophones. La musique francophone est également présente lors des moments sociaux, comme les repas ou les soirées entre amis et en famille, où elle alterne entre divers styles pour s'adapter à l'ambiance. Une évolution récente de sa consommation musicale est l'usage des écouteurs lors d'activités extérieures, comme le jardinage, ce qui lui permet d'intégrer plus naturellement la musique dans son quotidien. Ces contextes montrent que la musique francophone s'intègre de manière fluide à ses habitudes, bien qu'elle ne soit pas nécessairement une priorité dans son écoute quotidienne.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'ai découvert Charlotte Cardin grâce à la radio, et après ça, j'ai voulu l'écouter en spectacle."*

*"Mes amis écoutent beaucoup plus de québécois que moi, et ils m'influencent parfois dans mes choix musicaux."*

*"Parfois, à la radio, ils parlent d'un artiste, et ça me donne envie d'aller l'écouter sur Spotify."*

France découvre de nouveaux artistes francophones principalement grâce aux médias traditionnels comme la radio et la télévision, notamment lors d'émissions musicales comme « En direct de l'univers ». Ses amis jouent également un rôle dans ses découvertes, en partageant avec elle des morceaux qu'elle n'aurait pas cherché à écouter d'elle-même. Cependant, son engagement dans la découverte musicale reste limité : elle préfère s'en tenir aux artistes qu'elle connaît déjà et n'adopte pas une démarche proactive pour explorer de nouveaux talents. Spotify constitue pour elle un outil pratique pour retrouver des chansons entendues ailleurs plutôt qu'un véritable moteur de découverte. Ainsi, ses redécouvertes sont souvent fortuites et liées à des recommandations externes plus qu'à une recherche personnelle.

## 13. François

**30 ans, Homme [célibataire] (France, Périurbain, CSP~), Chômage, bac+5, plateforme : Spotify.**

François entretient une relation exploratoire avec la musique. Son rapport à la musique a commencé véritablement au collège, sans souvenirs précis de musique dans son enfance. Il a été influencé par son entourage, notamment par son grand frère, dont il reprenait les goûts et les CD. À l'adolescence, il a écouté beaucoup de techno et de musique « de soirée », avant de s'orienter vers le reggae en fin de lycée, avec les festivals comme catalyseur de ses découvertes musicales. Le rock, qu'il associe à ses souvenirs familiaux, est resté une constante dans son répertoire. Aujourd'hui, il se définit comme un grand consommateur de musique, passant d'un genre à l'autre selon ses humeurs et contextes. Il privilégie les plateformes de streaming, notamment Spotify, où il navigue entre recommandations algorithmiques et recherches plus ciblées.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'écoute quasiment toutes les musiques à part le rap. Et encore, j'y viens doucement."*

*"Le rock, j'y reviens toujours, c'est une musique que j'aime écouter régulièrement."*

*"Je consomme la musique comme un flux, mais je retiens rarement les artistes."*

François n'a pas un attachement particulier à la musique francophone. Il écoute plusieurs styles sans faire de distinction de langue, mais le rap francophone, longtemps mis de côté, commence à trouver une place plus importante dans ses écoutes. Il reste fidèle au rock, un genre qu'il associe à ses souvenirs d'enfance et qu'il revisite régulièrement. Son approche est principalement basée sur l'écoute spontanée et les recommandations de Spotify, bien qu'il retienne rarement les noms des artistes. Son rapport à la musique francophone est donc indirect, influencé par les algorithmes et les hasards des playlists.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je travaille, je peux écouter du classique, mais sinon, c'est surtout du rock ou du jazz."*

*"En voiture, j'ai toujours un fond sonore, je n'aime pas le silence."*

*"Quand je suis avec mes amis, il y a souvent de la musique en fond, mais je ne choisis pas forcément."*

L'écoute de musique chez François est contextuelle. Il adapte ses écoutes à son activité : du classique ou du jazz lorsqu'il travaille, du rock dans des moments plus posés. Il ne supporte pas le silence et a donc tendance à mettre de la musique dès qu'il est en voiture ou seul à l'extérieur. Dans les interactions sociales, il se laisse porter par les choix de ses amis, adoptant une posture réceptive plutôt que prescriptive. Sa consommation est donc majoritairement intuitive et dépendante de son environnement immédiat.

## Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones

*"J'utilise beaucoup Spotify, mais je retiens rarement les artistes."*

*"Les playlists de festival, ça m'aide à repérer des artistes avant d'y aller."*

*"J'ai une playlist partagée avec ma famille, ça me permet de voir ce qu'ils écoutent."*

François découvre la musique principalement via Spotify, où il suit régulièrement la playlist "Découverte de la semaine". Il aime tester de nouvelles playlists, en fonction de son humeur ou de l'activité qu'il réalise. Il utilise aussi les playlists de festivals pour préparer ses sorties musicales et identifier les artistes qu'il pourrait aller voir en concert. Il dispose également d'une playlist familiale générée automatiquement, qu'il consulte de temps en temps pour découvrir ce que ses proches écoutent. Cette approche illustre une découverte musicale fortement médiée par les outils numériques, mais avec une faible rétention des artistes et des morceaux découverts.

## 14. Geneviève

**56 ans, Femme [célibataire] (France, Périurbain, CSP~), Représentante en matériels industriels, bac+3, plateforme : Deezer.**

Geneviève relate un parcours musical marqué par une forte curiosité et un goût prononcé pour des sonorités explorant le jazz ou les musiques africaines. Depuis l'enfance, elle s'est investie dans la pratique d'instruments variés, tout en diversifiant progressivement ses écoutes. Elle manifeste un attachement particulier à l'improvisation et aux longues plages instrumentales, en opposition aux formats très brefs des morceaux pop. Les découvertes s'opèrent essentiellement via les échanges avec son entourage et la consultation de plateformes de streaming, même si elle regrette parfois une certaine répétitivité dans les suggestions proposées. Par ailleurs, elle accorde une attention spéciale à la qualité sonore et privilégie un équipement adéquat pour ressentir pleinement l'architecture musicale. Ainsi, son rapport global à la musique oscille entre une quête de nuances dans les orchestrations, l'envie de prolonger l'écoute sur des morceaux qui « se développent » et une disposition à incorporer de nouvelles influences si celles-ci parviennent à la surprendre.

### Le rapport à la musique francophone

*« Je vais dire presque jamais, vraiment presque jamais. Parce que c'est des textes... c'est les paroles, comme je vous ai dit, j'écoute peu de paroles par rapport à la musique en soi. »*

*« Non, c'est un style que je n'écoute pas du tout. Si, j'ai un Kery James de temps en temps, en rap. »*

*« Si je veux écouter de la musique française, c'est soit la musique des années 80, 90 [...] ou un groupe comme Fréro Delavega, par contre s'il me met Soprano, je n'aime pas trop. »*

Elle réserve à la musique francophone une place très discrète dans ses pratiques, car elle se dit peu sensible aux « textes » et davantage tournée vers l'instrumentation. Lorsqu'elle y recourt, c'est surtout par l'intermédiaire d'artistes précis : le rap, avec Kery James, lui apparaît porteur d'une dimension poétique marquante, tandis que quelques groupes pop des décennies passées (années 80, 90) peuvent retenir son attention de façon ponctuelle. Les autres propositions du moment, notamment issues des grandes radios, lui paraissent moins « construites » sur le plan musical. Son écoute ciblée découle donc d'une exigence sur la richesse des arrangements : si la chanson demeure trop axée sur le chant ou une formule connue, elle s'en détourne. À l'inverse, quand l'équilibre entre paroles et composition l'interpelle, elle l'intègre dans ses playlists ou s'y replonge par curiosité.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Soirée, qu'est-ce qu'il y a là-dedans ? Il y a de l'électro, oui, de la musique électro, d'ambiance, un peu club. Il n'y a pas de jazz. Il y a du Bernard Lavilliers. »*

*« Après, qu'est-ce qu'il y a ? Les noms, vous n'allez pas les connaître. Il y a du Bob Dylan, du Tracy Chapman, Melody Gardot, Jean-Luc Ponty, du Bob Marley, du Manu Chao, St Germain, etc. »*

*« C'est quand j'ai du monde à la maison. Parce que je sais que mes goûts, ça ne plaît pas toujours, donc j'essaye de mettre des choses plus écoutables par tout le monde. »*

Si son univers d'écoute personnelle exclut presque toute chanson francophone, elle en intègre volontiers quelques titres dans sa « playlist Soirée ». Elle y regroupe des morceaux qui, selon elle, restent plus accessibles au grand public, qu'il s'agisse de Bernard Lavilliers ou de Manu Chao. Cette sélection répond au désir de ne pas imposer ses longues plages instrumentales à des invités moins familiers de ses répertoires habituels. Le moment de convivialité devient alors un prétexte pour aborder des formats plus courts et, parfois, des voix françaises qu'elle juge « moins exigeantes » dans le cadre d'un repas ou d'un moment festif. Ainsi, la musique francophone survient à la faveur de ces rencontres, où l'enjeu porte davantage sur l'ambiance collective que sur un approfondissement de l'écoute. Ce compromis lui permet d'accorder un espace à des artistes locaux, tout en maintenant une atmosphère propice à la discussion.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« C'est un style que je n'écoute pas du tout. Si, j'ai un Kery James de temps en temps, en rap. Je crois que c'est à la télé, je l'ai trouvé je ne sais plus comment. Les textes m'ont bluffée. »*

*« Un copain, un grand ami avec qui je partage le plus de musiques, c'est lui qui me l'a fait connaître Chilly Gonzales. Je ne connaissais pas. »*

*« J'en apprend moins qu'aux autres, s'ils n'écoutent pas comme moi, je suis célib, j'ai le temps, quand mon neveu m'envoie un lien, c'est sur YouTube. »*

Ses rares découvertes en matière de musique francophone tiennent à des occasions fortuites : elle évoque un programme télévisé où elle est tombée sur un rappeur (Kery James) dont la « dimension textuelle » l'a marquée, ou encore un ami qui lui a fait découvrir Chilly Gonzales, dont elle apprécie les arrangements plus élaborés. De manière générale, elle reçoit parfois des recommandations de proches, qu'il s'agisse d'amis passionnés ou de membres de sa famille. Cependant, elle se définit comme la principale « pourvoyeuse » musicale dans son cercle, davantage tournée vers des artistes internationaux. La transmission de titres francophones s'avère donc secondaire, mais elle n'exclut pas de s'ouvrir à des projets inattendus, si l'orchestration ou l'originalité des propositions fait écho à ses attentes musicales. Dans ce contexte, la télévision et les échanges sur internet demeurent les vecteurs privilégiés d'un éventuel renouvellement.

## 15. Guillaume

**36 ans, Homme [marié] (France, Rural, CSP~), Illustrateur, bac+5, plateforme : Deezer.**

Guillaume est marqué par l'influence forte de ses parents, notamment son père, amateur de jazz. Sa trajectoire musicale débute par une primo-socialisation au jazz, évolue vers une exploration active du rock et du punk à l'adolescence grâce à la médiathèque et à la radio, puis s'oriente vers des musiques à fort contenu politique durant ses études. Aujourd'hui, ses pratiques d'écoute se concentrent sur le streaming via Deezer et occasionnellement YouTube, principalement lors de moments de travail artistique ou en voiture. Certaines musiques autrefois appréciées, comme la variété à texte ou le reggae, sont désormais moins écoutées, remplacées par des découvertes plus instrumentales et répétitives, adaptées à ses activités professionnelles.

### Le rapport à la musique francophone

*« Je vais écouter quelques artistes comme ça, mais pas trop des choses récentes. »*

*« Je préfère quand c'est instrumental parce que je me concentre mieux, des textes en anglais, ça peut passer. »*

*« Quand j'écoute des trucs récents, c'est presque plus de la curiosité que du plaisir. »*

Son rapport à la musique francophone est relativement limité et sélectif, privilégiant principalement des œuvres anciennes ou atypiques. Elle exprime une réticence claire à écouter de la musique francophone récente, privilégiant les anciens artistes comme Brigitte Fontaine ou Juliette Noureddine. Ce choix semble lié à une préférence marquée pour la musique instrumentale lorsqu'il travaille, notamment en raison de la concentration que cela permet. Sans rejeter entièrement la musique récente, son écoute est davantage motivée par une curiosité analytique du langage contemporain (notamment dans le rap français) plutôt que par un véritable plaisir esthétique. Ainsi, son rapport à la musique francophone reste nuancé, entre un intérêt limité pour la nouveauté et un attachement sélectif aux artistes anciens.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« En voiture, je vais écouter peut-être un peu plus de textes en français. »*

*« Rarement, enfin il n'y a pas la scène où, le soir, on va mettre un fond sonore ou à 18 heures, on va mettre de la musique et bouquiner dans le salon. »*

*« En général, je récupère de la musique, là, c'est pareil, je pense qu'on a une écoute assez active où on écoute des trucs qu'on n'écoute pas trop d'habitude. »*

L'écoute de musique francophone se produit principalement en voiture, moment qu'il partage avec sa compagne. C'est un contexte où l'écoute devient collective et active, une occasion d'exploration et de jugement partagé sur des nouveautés musicales ou des artistes connus mais peu écoutés habituellement. En revanche, l'écoute de la musique

francophone n'est pas associée à des moments plus calmes ou domestiques, comme en soirée dans le salon. Elle explique clairement que ces moments d'écoute domestique ne font pas partie de ses habitudes actuelles, préférant ainsi des activités silencieuses ou d'autres types d'écoute, plus instrumentales ou orientées vers la musique anglophone. Ce contexte révèle un usage spécifique et limité de la musique francophone, davantage lié à des situations précises qu'à une écoute quotidienne régulière.

## Les modalités de découverte de musique francophone

*« Ça peut être à l'occasion de soirées, je ne suis pas très fêtard du tout, mais c'est vrai qu'il peut y avoir un morceau, "tiens, c'est quoi ?", tout le monde le connaît, mais moi, je ne le connais pas. »*

*« J'ai découvert Serge Reggiani, par exemple. »*

*« Le dernier groupe qu'on a découvert, c'est Astéréotypie, qui est un groupe de rock avec des éducateurs dans un groupe de travail avec des personnes autistes. »*

La découverte de musique francophone est souvent médiée par des situations précises telles que des interactions sociales (soirées entre amis) ou par l'influence de personnes proches. Par exemple, l'artiste Serge Reggiani lui a été révélé en colocation par ses amis, illustrant la place importante du cercle social dans la construction de ses goûts musicaux. L'exemple du groupe Astéréotypie, découvert récemment, montre une ouverture vers des projets atypiques et socialement engagés. Cependant, la plateforme Deezer semble peu efficace pour lui dans la découverte spontanée de nouveaux artistes francophones, et il exprime un certain scepticisme à l'égard des playlists proposées par l'algorithme, souvent perçues comme « génériques ». Son processus de découverte passe ainsi majoritairement par le relationnel plus que par les outils de recommandations des plateformes de streaming.

## 16. Hermine

**22 ans, Femme [en couple] (France, Urbain, CSP-), Étudiante en communication, bac+4, plateforme : Deezer.**

Hermine a développé un rapport affectif à la musique, qu'elle intègre surtout à son quotidien lors de ses déplacements. Dès l'enfance, elle a baigné dans des chansons diffusées à la radio (NRJ, Fun Radio) et de la variété française, avant d'élargir progressivement ses goûts. Aujourd'hui, ses préférences musicales combinent des titres pop internationaux actuels et des morceaux plus anciens, liés à une forme de nostalgie (les chansons qu'elle écoutait dix ans plus tôt). Elle privilégie souvent une playlist personnelle qu'elle enrichit au fil des découvertes, tout en continuant à écouter occasionnellement la radio. Son écoute est très liée à son *mood* : elle aime passer des titres dynamiques qu'elle peut chanter lorsqu'elle est de bonne humeur, et préfère au contraire des morceaux calmes et doux dans les moments de tristesse. Par ailleurs, elle a connu une phase où les podcasts ont temporairement pris le pas sur la musique.

### Le rapport à la musique francophone

*“encore un peu de variété française, mais bon, là, c'est vrai que j'en écoute de moins en moins, on est quand même plus vers tout ce qui est artistes, ouais, américaines. Genre Dua Lipa par exemple, Sia.”*

*“on reste après sur du rap français plutôt ; rap américain, j'aime pas du tout. Enfin, j'ai un peu du mal, mis à part Eminem, voilà.”*

*“Il y a Louane que j'aime bien, mais alors c'est un peu nuancé, ça dépend vraiment de ce qu'elle... qu'elle fait.”*

L'enquêtée écoute encore des artistes francophones, tant dans la pop que dans le rap, mais elle admet porter de moins en moins d'intérêt à la « variété » récente au profit d'artistes internationaux (elle cite Dua Lipa ou Sia). En revanche, le rap français occupe une place importante dans ses écoutes, supplantant largement le rap anglophone qu'elle délaisse (« j'aime pas du tout », dit-elle, hormis le cas particulier d'Eminem). Ses goûts en musique francophone sont nuancés et sélectifs : par exemple, elle apprécie Louane mais seulement pour certaines chansons spécifiques. De même, parmi les groupes de rap français contemporains, elle distingue entre anciens morceaux qu'elle aimait moins et nouveautés qu'elle affectionne davantage (comme pour Djadja & Dinaz). Elle mentionne également apprécier plusieurs figures du rap français grand public (tels que Bigflo & Oli, Orelsan ou Nekfeu), tout en restant critique sur certains styles. À propos du groupe PNL, par exemple, elle reconnaît la qualité de leurs textes mais avoue avoir du mal avec des instrumentales trop lentes.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*“si les trajets sont courts, en général, je mets la radio. La radio, c'est Skyrock, toujours, [...] c'est marrant à écouter le matin quand on est dans les bouchons...”*

*“Si les trajets sont longs, en général, je mets automatiquement ma playlist [...] j'ai pas envie de perdre du temps à écouter des musiques qui vont pas forcément me plaire et du coup, je préfère mettre ma playlist directement.”*

*“en voiture, enfin, le nombre de fois où je suis obligée de faire rouler la molette pour pas avoir du rap français parce que clairement, j’ai pas envie d’écouter Jul ou SCH...”*

La voiture constitue le principal espace d’écoute musicale de l’enquêtée et conditionne ses habitudes selon la durée du trajet. Pour les courts déplacements du quotidien, elle se contente souvent de la radio, en particulier Skyrock – une station qu’elle apprécie pour son ambiance matinale divertissante et qui diffuse majoritairement des titres urbains francophones. En revanche, dès qu’elle anticipe un trajet plus long, elle privilégie systématiquement sa propre playlist via l’application Deezer, afin de contrôler la sélection de chansons et n’entendre que des titres qui lui plaisent. Cette opposition radio/playlist lui permet de concilier la découverte fortuite de morceaux (sur Skyrock, elle peut tomber sur un titre français qu’elle aime bien) et le confort de ses favoris lors de longs parcours. Elle utilise aussi la fonction « Flow » de Deezer, notamment en voiture, pour varier les morceaux – ce qui l’amène parfois à écouter du rap français qu’elle n’avait pas prévu. Néanmoins, il lui arrive d’interrompre cette lecture aléatoire lorsqu’elle n’est pas d’humeur pour certains artistes : si l’algorithme enchaîne trop de titres de rappeurs français qu’elle apprécie peu (tels que Jul ou SCH), elle va les passer successivement et finit par reprendre le contrôle en relançant sa playlist personnelle. En dehors de la voiture, ses occasions d’écoute sont plus limitées : elle n’écoute pas de musique en cours ou au travail, et seulement rarement chez elle (éventuellement en fond sonore lors de certaines tâches ou pour se recentrer émotionnellement). Le contexte automobile demeure donc le moment privilégié où elle profite de la musique – notamment francophone à travers ses choix de station et de genre.

## **Les modalités de (re)découverte d’artistes ou morceaux francophones**

*“c’est un artiste qui s’appelle Joseph Kamel ou un truc comme ça, ça doit être un Français, je crois qu’il y a une de ses musiques en ce moment dans la playlist « les titres du moment », et du coup, lui, je connaissais pas du tout avant.”*

*“tout le monde était super content de cette chanson alors qu’en fait, en réalité, il y a 15 ans, tout le monde s’en foutait quoi.”*

*“Calogero et Cat on Trees, je crois qu’ils ont fait une chanson qui s’appelle « Jimmy », et du coup elle est en train de revenir sur TikTok là.”*

Si l’enquêtée reste attachée à ses repères musicaux, elle découvre occasionnellement de nouveaux artistes francophones grâce aux outils numériques et aux tendances virales. Abonnée à Deezer, elle utilise les playlists éditoriales ou algorithmiques de la plateforme : c’est ainsi qu’elle a pu entendre récemment Joseph Kamel via la playlist des « titres du moment ». De plus, la fonctionnalité personnalisée « Flow » lui a permis de redécouvrir des morceaux oubliés de sa propre adolescence. Les réseaux sociaux jouent également un rôle clé dans ses redécouvertes. Elle évoque notamment le cas d’Indila : propulsée à nouveau sur le devant de la scène par une tendance TikTok, cette artiste française qu’elle n’avait plus vraiment suivie a suscité un engouement général. L’enquêtée s’étonne de voir d’anciennes chansons francophones devenir soudainement populaires. Elle cite en exemple le titre « Jimmy » (du duo Calogero et Cats on Trees) qui

connaît un regain d'attention sur ce réseau social. Ces mécanismes de découverte ou redécouverte lui permettent de renouveler partiellement ses écoutes francophones, par le biais de recommandations numériques d'une part, et par l'effet de mode des médias sociaux d'autre part.

## 17. John

**28 ans, Homme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP-),  
Chômage/enseignant au cégep, maîtrise, plateforme : Apple Music.**

John entretient a particulièrement été influencée par son entourage et a par la suite développé son autonomie dans l'exploration musicale. John ne vient pas d'un milieu où la musique occupait une place centrale : ses parents écoutaient surtout la radio, et il a dû développer ses goûts par lui-même à partir du secondaire. Sa première approche de la musique passait par des CDs et un « Discman », avec une préférence initiale pour des artistes populaires québécois comme Les Trois Accords et Les Cowboys Fringants. C'est grâce à Pink Floyd, qu'il découvre par son père, qu'il commence à explorer des styles plus complexes et variés. Avec le temps, il élargit son horizon musical en s'intéressant au rock alternatif, au grunge et même au métal. Aujourd'hui, il écoute une grande diversité de genres et privilégie une approche de découverte autodidacte à travers des plateformes spécialisées comme « Rate Your Music », « Last.fm » et des critiques indépendantes.

### Le rapport à la musique francophone

*"Moi je te dirais, la musique francophone, c'est peut-être 10% de mon écoute. Gros max."*

*"Je vais sur le Canal Auditif pour voir les sorties d'albums québécois. C'est juste que, pour être bien franc, je trouve pas qu'il y a tant de trucs intéressants au Québec en ce moment."*

*"J'aime beaucoup Klo Pelgag, mais c'est pas ça qui sort en premier quand on me demande mes artistes préférés."*

John consomme peu de musique francophone, estimant qu'elle représente environ 10 % de son écoute globale. Son détachement n'est pas dû à un rejet de la langue, mais plutôt à son impression que la production québécoise actuelle ne l'accroche pas autant que les scènes anglophones. Il fait cependant un effort pour se tenir informé des nouvelles sorties québécoises via le site Canal Auditif, bien qu'il y trouve rarement des artistes qui retiennent son attention. Parmi les artistes francophones qu'il apprécie, Klo Pelgag, Bon Enfant et Antoine Corriveau occupent une place notable, principalement dans le registre du rock indépendant. Son approche sélective montre une appréciation spécifique pour les artistes qui se démarquent par une originalité musicale marquée.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, j'écoute un peu plus de québécois, mais sinon, pas tant."*

*"Je vais voir quelques spectacles, mais c'est plus des groupes anglophones. Cela dit, au FME en Abitibi, j'ai découvert des artistes québécois intéressants."*

*"Je ne mets jamais de musique dans un party, ça me gêne trop. Mais si on est juste deux ou trois, là, je peux en proposer."*

John n'associe pas particulièrement son écoute de musique francophone à des contextes spécifiques, mais il note qu'il en écoute un peu plus lorsqu'il est en voiture.

Contrairement à d'autres auditeurs qui l'intègrent à des moments sociaux, il préfère rester discret en soirée et n'aime pas imposer ses choix musicaux dans un cadre festif. Il apprécie cependant l'expérience des festivals et reconnaît avoir découvert des artistes québécois lors du « Festival de musique émergente en Abitibi » (FME). Bien qu'il n'ait pas un réflexe naturel d'écouter du francophone, il laisse une place à la découverte dans certaines occasions, en particulier lors de concerts ou de festivals.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Quand je veux voir ce qui sort en musique québécoise, je vais sur Canal Auditif."*

*"Je découvre très peu de musique par les algorithmes. Je préfère aller sur Rate Your Music et fouiller moi-même."*

*"J'ai un ou deux amis musiciens qui me recommandent parfois des trucs québécois. Mais sinon, je fais mes recherches seul."*

John adopte une approche indépendante et réfléchie pour découvrir de la musique, privilégiant des plateformes comme « Rate Your Music » et « Last.fm » plutôt que les recommandations algorithmiques des services de streaming. Il consulte également « Canal Auditif » pour se tenir informé des sorties québécoises, bien qu'il y trouve peu d'albums qui le captivent réellement. Son réseau social joue un rôle mineur dans ses découvertes musicales, mais il mentionne que certains amis musiciens lui recommandent parfois des morceaux francophones qu'il prend le temps d'explorer. Cette posture témoigne d'un désir d'autonomie dans l'exploration musicale et d'une certaine rigueur dans ses choix. Bien qu'il ne rejette pas la musique francophone, il la découvre moins souvent que d'autres genres, principalement en raison de sa perception d'un manque d'originalité ou d'innovation sur la scène québécoise actuelle.

## 18. Josée

**40 ans, Femme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP~), Courtièrw en assurance, DEP, plateforme : YouTube Music.**

Josée entretient une relation vivante avec la musique, façonnée par ses souvenirs familiaux et ses découvertes personnelles. Dès son enfance, elle est exposée à la musique par ses sœurs aînées, qui écoutaient New Kids on the Block, Marie Carmen et les BB. Ses premiers souvenirs remontent à son tourne-disque Fisher Price et aux albums de Nathalie Simard et Passe-Partout. À l'adolescence, elle se tourne vers le grunge et le pop, influencée par MusiquePlus et la radio, en enregistrant des chansons sur cassettes. Ses goûts évoluent vers le rap et le rock, passant par le hip-hop des années 90, avant d'adopter un éventail plus large allant de Queen à System of a Down. Aujourd'hui, elle écoute de la musique quotidiennement, selon son humeur et ses activités, en alternant entre nostalgie et nouvelles découvertes, avec une consommation marquée par les plateformes numériques comme YouTube Music.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'écoutais beaucoup plus de francophone quand j'étais jeune que maintenant."*

*"Daniel Bélanger, je l'écoutais, et ma grande sœur adorait ça."*

*"J'écoute pas beaucoup de québécois aujourd'hui, mais j'aime bien FouKi, Souldia et Alicia Moffatt."*

Josée a grandi avec une forte présence de musique francophone, influencée par la radio et ses sœurs qui écoutaient des artistes québécois. Elle mentionne une consommation marquée par Daniel Bélanger, Julie Masse et Les Colocs. Cependant, avec le temps, son intérêt pour la musique francophone s'est estompé, au profit de la musique anglophone. Elle ne cherche plus activement à découvrir des artistes québécois, bien qu'elle apprécie ponctuellement certains noms comme FouKi et Souldia. Son écoute du répertoire francophone est désormais plus nostalgique, revenant à des morceaux associés à son passé, mais rarement à travers les plateformes numériques.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je me sens nostalgique, je peux réécouter Les Colocs."*

*"Je n'écoute pas de musique québécoise à la Saint-Jean. Si j'ai envie d'écouter Les Colocs le 25 décembre, je vais l'écouter."*

*"En voiture, c'est mon moment, je mets la musique que j'aime et je chante."*

Josée associe la musique francophone à des contextes spécifiques, principalement liés à la nostalgie. Elle peut se replonger dans des morceaux québécois lorsqu'elle est d'humeur à revisiter son passé, mais cette écoute reste occasionnelle et spontanée. Contrairement à certaines habitudes collectives, elle ne réserve pas la musique québécoise à des événements comme la Saint-Jean. En voiture, elle privilégie la musique qui lui procure du plaisir immédiat, souvent en chantant, et y intègre parfois des

morceaux francophones qu'elle connaît déjà. Son écoute de la musique québécoise est donc circonstancielle et motivée par l'émotion plutôt que par un besoin d'actualisation.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je découvre des artistes surtout par le bouche-à-oreille."*

*"Je vais rarement chercher du contenu francophone sur mes plateformes."*

*"Si une chanson revient souvent dans mon mix, je vais finir par l'écouter."*

La découverte musicale de Josée repose davantage sur les recommandations de son entourage et les algorithmes de YouTube Music que sur une démarche proactive. Elle ne cherche pas spontanément à explorer de nouveaux artistes francophones et ne consulte pas les playlists francophones de Spotify ou YouTube Music. Ses découvertes se font principalement à travers les réseaux sociaux, où elle voit passer des artistes comme FouKi ou Alicia Moffatt, sans pour autant s'y engager activement. Elle se fie aussi aux algorithmes de YouTube Music, qui insèrent de temps en temps des morceaux francophones dans ses mixes automatiques, influençant indirectement son écoute. Son rapport aux nouveautés québécoises est donc passif, marqué par l'exposition plutôt que par une véritable recherche de découvertes.

## 19. Julien

**38 ans, Homme [célibataire] (France, Périurbain, CSP+), R&D en graphisme/cinéma, école d'art/animation, plateforme : Spotify.**

Julien a grandi dans un environnement musical où le rock classique (Pink Floyd, Led Zeppelin, Deep Purple) occupait une place centrale. Son parcours d'écoute a suivi une évolution naturelle, allant du rock et du hard rock vers une exploration plus large incluant l'électro, le jazz et la musique instrumentale. Il a également une pratique musicale, jouant principalement de la guitare, du piano et s'intéressant à la fabrication d'instruments. Aujourd'hui, il écoute de la musique quotidiennement et s'appuie sur des playlists et des radios d'artistes pour adapter son écoute à son humeur et à ses activités. Son utilisation de Spotify est méthodique, exploitant ses recommandations tout en conservant une approche sélective et critique.

### Le rapport à la musique francophone

*"La musique française à paroles, j'ai du mal. Dès qu'il y a des paroles, ça me gonfle."*

*"J'écoute pas mal d'électro français sans le savoir. Genre French 79, je savais pas que c'était français avant de regarder."*

*"Quand je regarde et que c'est français, c'est souvent de l'électro. À croire qu'on fait que ça."*

Julien entretient un rapport complexe à la musique francophone, qu'il segmente en deux catégories : la musique instrumentale et la musique à paroles. Il a du mal avec la chanson française où les paroles sont mises en avant, car il trouve qu'elles prennent trop de place par rapport à l'instrumental. Cela explique son désintérêt pour la variété et le rap francophone, même s'il ne rejette pas ces styles dans d'autres langues. En revanche, il consomme sans difficulté de la musique électronique française, souvent sans savoir qu'elle est francophone jusqu'à ce qu'il vérifie. Ce paradoxe illustre son rapport détaché à l'origine linguistique des morceaux : tant que l'instrumental prime sur les paroles, l'artiste peut être francophone ou non sans que cela change son appréciation. Il reconnaît aussi l'influence mondiale de l'électro française et la diversité des artistes issus de cette scène.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, c'est là que j'écoute le plus de musique."*

*"Quand je bosse, c'est instrumental. La voix, c'est un instrument qui me dérange."*

*"Je varie selon l'humeur. Il y a des jours où j'ai envie d'électro jazz, et d'autres où j'écoute du post-rock."*

Julien adapte son écoute musicale en fonction des contextes et de son état d'esprit. En voiture, il privilégie une écoute variée, sans contrainte spécifique. Lorsqu'il travaille, il évite les morceaux avec des paroles pour ne pas être distrait, favorisant ainsi des genres comme l'électro instrumental, le post-rock ou la musique d'ambiance. Son approche de

la musique repose sur un usage quotidien et immersif : elle l'accompagne dans ses tâches, influence son humeur et lui permet de structurer ses journées. Son attachement à l'instrumental révèle une préférence pour une musique où les sons et les textures priment sur le texte, renforçant son attrait pour les compositions atmosphériques et les expériences sonores immersives.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je découvre des artistes par accident via les radios Spotify."*

*"Last.fm était super pour trouver des artistes similaires. Je l'utilise encore parfois."*

*"Quand je cherche un truc précis, je vais sur Internet, mais sinon je laisse Spotify bosser pour moi."*

Julien adopte une approche pragmatique pour découvrir de nouveaux artistes, combinant découverte passive et recherche ciblée. Il se fie aux recommandations algorithmiques de Spotify, notamment via les radios d'artistes et les playlists générées, ce qui lui permet de découvrir des morceaux sans effort. Il utilise encore occasionnellement des outils plus spécialisés comme Last.fm pour explorer des artistes similaires à ceux qu'il apprécie déjà. Cependant, lorsqu'il cherche un style ou un son précis, il n'hésite pas à faire des recherches sur Internet.

## 20. Laura

**64 ans, Femme [célibataire] (France, Urbain, CSP+), Retraitée (ingénieure), école d'ingénieur, plateforme : Spotify.**

Laura a été particulièrement influencée par son père, mélomane et amateur de musique classique et qui a joué un rôle central dans son éveil musical, notamment à travers l'écoute de vinyles et de cassettes. Elle a développé ses propres goûts grâce aux influences de son frère aîné, qui lui a fait découvrir le rock anglais des années 70. Son adolescence a été marquée par l'écoute de Supertramp, Queen et ABBA, mais aussi par une forte présence de chanson française engagée, transmise par son père. Plus tard, ses années étudiantes ont été rythmées par la musique des années 80, en particulier dans les soirées et les boîtes de nuit. Aujourd'hui, elle utilise principalement Spotify et la radio pour écouter de la musique, tout en gardant une attache aux supports physiques comme les CD. Sa consommation musicale est structurée par des playlists adaptées à ses activités (sport, lecture, soirées), et elle privilégie des morceaux en accord avec son humeur du moment.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'ai grandi avec Ferré, Brassens, Brel. Ces chansons, je les connais par cœur."*

*"Je ne suis pas très variété française, ce n'est pas mon truc. Je préfère les choses plus anciennes, Barbara, Ferré, Anne Sylvestre."*

*"Charlebois, je l'aime bien, mais c'est parce que j'ai toujours entendu 'Je reviendrai à Montréal'. Ça me rappelle des souvenirs."*

Laura entretient une relation essentiellement nostalgique avec la musique francophone. Les artistes qu'elle affectionne le plus sont ceux qui ont marqué son enfance et son adolescence, notamment dans le registre de la chanson française engagée et poétique. Brassens, Ferré, Brel et Barbara occupent une place importante dans ses souvenirs musicaux, et elle continue à les écouter régulièrement. En revanche, elle exprime peu d'intérêt pour la variété française contemporaine, qu'elle trouve moins marquante ou moins authentique. Son écoute de la musique francophone est donc fortement ancrée dans un héritage personnel et culturel, plutôt que dans une volonté de découvrir de nouveaux artistes. Certains morceaux, comme ceux de Charlebois, restent présents dans sa mémoire par leur pouvoir évocateur, mais elle ne s'implique pas activement dans l'exploration de la scène musicale québécoise actuelle.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, je mets la radio, mais je trouve qu'il y a trop de pubs."*

*"J'ai toujours de la musique chez moi, c'est très rare qu'il n'y ait pas de son. C'est peut-être parce que je vis seule."*

*"En soirée, je mets une playlist de fond, mais je ne réfléchis pas trop aux goûts des invités. Je mets ce que j'aime."*

Laura intègre la musique dans son quotidien de manière fluide, sans distinction marquée entre la musique francophone et anglophone. Elle écoute principalement la radio en voiture, bien qu'elle soit agacée par la présence trop fréquente de publicités. À la maison, la musique joue un rôle fondamental dans son environnement : elle l'utilise comme un bruit de fond permanent pour rompre le silence. Lorsqu'elle reçoit des amis, elle privilégie des playlists qui lui plaisent avant tout, sans chercher à s'adapter aux préférences des autres. Sa consommation musicale est donc fortement influencée par son besoin de compagnie sonore, qu'il s'agisse d'écoutes attentives ou d'une simple ambiance de fond.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Spotify me propose toujours la même chose. J'ai l'impression que ça tourne en boucle."*

*"J'ai redécouvert Bashung grâce à un CD qu'on m'a offert après sa mort. Depuis, j'ai racheté plusieurs albums."*

*"Je découvre rarement par moi-même. Il faut qu'on me recommande quelque chose."*

Laura n'a pas une démarche proactive dans la découverte musicale et se repose largement sur les recommandations extérieures. Elle critique les algorithmes de Spotify, qui, selon elle, enferment l'utilisateur dans une boucle d'écoute restreinte. Ses redécouvertes sont souvent liées à des événements particuliers, comme la réception d'un CD ou la disparition d'un artiste, ce qui la pousse à revisiter leur discographie. Elle apprécie que ses proches lui suggèrent de nouveaux morceaux, mais elle ne fait pas elle-même de recherches pour élargir son répertoire. Sa relation avec la musique francophone repose donc davantage sur la mémoire et les souvenirs que sur une curiosité spontanée pour les nouvelles productions.

## 21. Laurence

**51 ans, Femme [célibataire] (France, Rural, CSP~), Hypnothérapeute, bac+4, plateforme : Deezer.**

Laurence affiche un intérêt solide pour la musique, qu'elle nourrit depuis l'enfance et entretient à travers de multiples supports. Au fil du temps, elle est passée d'une écoute axée sur le pop-rock à un univers plus large, intégrant divers genres tout en délaissant certaines tendances qui lui semblent répétitives. Ses moments d'écoute s'organisent principalement lors de ses déplacements en voiture, où elle branche son téléphone et lance Deezer. Parfois, elle prolonge ce plaisir chez elle, notamment en cuisinant ou en faisant le ménage, mais apprécie aussi le silence. Les playlists qu'elle compose sont nombreuses et souvent classées par styles, lui permettant de naviguer facilement entre des atmosphères très différentes. Son rapport à la musique apparaît ainsi comme un équilibre entre les habitudes installées de longue date et la curiosité pour de nouveaux horizons sonores.

### Le rapport à la musique francophone

*« Oui, un peu, pas tant, mais un peu [...] j'aime bien Louise Attaque, j'aimais bien Mano Solo, j'aime bien Renaud même si c'est un peu vieillot. »*

*« La seule chose que je n'aime pas, c'est la variété [...], par exemple Florent Pagny, Zazie, c'est pas le genre de trucs qui me branche. »*

*« Si je veux écouter de la musique française, c'est soit la musique des années 80, 90 [...] ou un groupe comme Fréro Delavega, par contre s'il me met Soprano, je n'aime pas trop. »*

Son intérêt pour les artistes francophones se caractérise par une sensibilité marquée envers certaines formations (Louise Attaque, Mano Solo) et un rejet assumé des « grosses pointures » de la variété. Elle oppose ainsi l'attrait pour un rock français « vieillot » mais jugé riche (Renaud, Noir Désir, Les Négresses Vertes) à l'ennui que lui inspirent des chanteurs plus populaires, estimant que leur musicalité ne la touche pas. Lorsqu'elle se tourne vers la chanson française, elle recherche avant tout des sonorités ou des textes qui l'accrochent davantage, évoquant les groupes emblématiques des décennies passées ou l'énergie de formations plus contemporaines (Fréro Delavega). Au-delà du simple critère générationnel, c'est la puissance émotionnelle et la qualité de l'arrangement qui semblent primer, la conduisant à distinguer entre un répertoire qu'elle trouve plus inventif et une production trop formatée pour lui plaire.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« J'écoute de la musique dans ma voiture tout le temps, dès que je monte dans ma voiture c'est automatique. »*

*« Chez moi c'est aléatoire parce que j'aime bien le silence aussi. »*

*« Si je fais le ménage, je vais mettre Deezer et je lance n'importe quelle playlist. »*

Laurence associe volontiers sa consommation de musique francophone à des situations de mobilité ou d'activités domestiques. La voiture reste l'espace privilégié : elle y lance systématiquement son application de streaming, créant ainsi un sas musical à chaque trajet, qu'il soit long ou court. Bien qu'elle n'écoute pas en majorité des artistes français, elle peut y glisser Renaud ou Louise Attaque dans ses playlists, particulièrement lorsqu'elle souhaite réentendre des refrains familiers. Chez elle, l'écoute dépend d'humeurs plus fluctuantes : elle apprécie le silence, mais se met parfois à diffuser une playlist, piochant au hasard dans son vaste catalogue. Cette approche spontanée laisse place tantôt à un besoin de se concentrer, tantôt à une volonté de chanter ou simplement d'égayer un moment routinier (cuisine, ménage). La musique en langue française s'insère alors comme un fil rouge convivial parmi d'autres styles qui rythment son quotidien.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Quand c'est sorti Noir Désir, on adorait Noir Désir, on a acheté les albums, là je les ai en CD et tout. »*

*« Les Négresses Vertes c'était dans les mêmes veines, c'était soit à la télé, soit on m'en parlait ou qu'on me faisait écouter en soirée. »*

*« Par exemple, si je vois passer un flyer, je tape le style sur Deezer, et si je trouve le groupe, j'écoute. »*

Les chemins empruntés pour rencontrer de nouveaux titres ou revisiter ceux qui ont marqué son parcours relèvent autant de la nostalgie que de l'exploration numérique. Certaines formations phares du rock français (Noir Désir, Les Négresses Vertes) lui ont été révélées dans des contextes d'échanges entre amis ou via des diffusions télévisuelles. Cette sociabilité reste capitale pour nourrir sa culture musicale, chaque recommandation pouvant initier une nouvelle passion ou l'envie d'acheter des disques. De plus, l'enquêtée s'appuie aujourd'hui sur le potentiel des plateformes de streaming : elle se laisse guider par les propositions de Deezer ou entreprend spontanément des recherches lorsque des événements (flyers, discussions) attisent sa curiosité. Cette combinaison d'anciens réflexes (repérage en soirée, partage de CD) et de nouvelles pratiques (moteur de recherche, playlists personnalisées) construit un rapport souple et évolutif à la chanson francophone, où la redécouverte d'un nom familier s'équilibre avec l'envie de tester l'inconnu.

## 22. Laurent

**40 ans, Homme [en couple] (Québec, Urbain, CSP+), Chargé de projet numérique en bibliothèque, maîtrise, plateforme : Spotify.**

Laurent entretient une relation passionnée à la musique. Dès l'enfance, la musique occupe une place importante à la maison, où l'on danse en famille sur des airs rock'n'roll. À l'adolescence, il plonge dans la contre-culture punk puis explore le métal. Curieux et ouvert, il apprécie aujourd'hui une grande variété de genres alternatifs (punk, post-punk, noise, métal) et même un peu de classique pour travailler. Ses pratiques d'écoute combinent le numérique et le tangible : collectionnant des MP3 sur son téléphone, il reste attaché à sa bibliothèque musicale locale tout en utilisant le streaming à l'occasion. Grand amateur de concerts, il privilégie les petites salles pour découvrir des groupes émergents et continue de s'informer activement sur les nouveautés, refusant de se limiter aux musiques de sa jeunesse.

### Le rapport à la musique francophone

*« Je me dis jamais « bon, je vais écouter de la musique en français ». À part à la Saint-Jean peut-être. »*

*« Dans le sens que le facteur de la langue m'intéresse pas au sens où il faut que ce soit bon musicalement. »*

*« La scène est plus franco et c'est plus chanson. Moi c'est pas vraiment ça qui m'intéresse. Moi ça me prend de la distorsion. »*

Laurent n'aborde pas la musique francophone comme une catégorie à part : il ne se force jamais à écouter un morceau en fonction de la langue, sauf peut-être lors de la Fête nationale (Saint-Jean). Pour lui, la qualité musicale prime sur la langue. Il explique que ses genres de prédilection (punk/rock alternatif) intègrent difficilement le français, mais cela ne l'empêche pas d'apprécier de nombreux artistes francophones. Il cite par exemple des groupes québécois contemporains qu'il affectionne, comme Malajube ou Jésuslesfilles, qui correspondent à son goût pour la « distorsion ». À l'inverse, il se montre moins attiré par la chanson francophone plus traditionnelle ou la vieille variété populaire. Il nuance toutefois son point de vue en saluant l'authenticité des musiciens québécois qui choisissent de chanter en français dans des styles alternatifs, sans compromis commercial – une démarche qu'il oppose à celle de certains artistes français qui passent à l'anglais pour toucher un plus grand marché. Ainsi, son rapport à la musique francophone est guidé par le genre et l'intégrité artistique plus que par la langue elle-même.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Mon père, lui, c'était vraiment les rockers québécois, genre Pagliaro, Gerry Boulet. Lui tripait sur les rockers en français. »*

*« Comme pour mes parents, je fais des playlists de CD de musique francophone récente pour qu'ils apprennent qu'il y a d'autres choses que Beau Dommage et Daniel Bélanger. »*

*« J'écoute pas la radio, j'écoute pas la télé. »*

Les occasions où Laurent côtoie la musique francophone s'inscrivent autant dans sa vie familiale que dans ses habitudes personnelles. Bien qu'il n'ait pas de moments dédiés exclusivement à la chanson française ou québécoise, il lui arrive de mobiliser ce répertoire dans certains contextes sociaux. Par exemple, il joue volontiers le rôle de « curateur » musical auprès de ses proches : il a concocté des CD de nouveautés francophones pour ses parents, afin de les initier à d'autres artistes que leurs classiques habituels (Beau Dommage, Daniel Bélanger). Dans son quotidien, la diffusion de musique francophone n'est pas tributaire des médias traditionnels. Laurent n'écoute ni radio ni télévision, ce qui l'éloigne des programmes grand public où la musique francophone (souvent de variété) occupe une place importante. Au lieu de cela, ses expériences musicales en français relèvent d'une démarche active et volontaire : installé à Montréal, il bénéficie d'un environnement où la scène musicale francophone est vivante (concerts, festivals gratuits), ce qui crée naturellement des occasions d'écoute.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Souvent, le groupe qui va ouvrir pour eux, c'est un groupe qui vient de commencer, qui n'a même pas une toune sur Spotify... Ben là je vais aller voir le show de mon ami, puis ils vont avoir d'autres band que je vais connaître là. »*

*« J'aime ça Canal auditif, parce que tu sais, ils vont faire des critiques des groupes locaux. Je veux dire, c'est pas sur Pitchfork qu'ils vont parler de BBClub par exemple. Mais tu sais, je vais découvrir des affaires là. »*

*« Malajube c'est un peu tiré des boules à mites, c'est vieux, mais récemment je me suis remis là-dedans. »*

Laurent privilégie des circuits de découverte alternatifs pour la musique francophone. Grand habitué des concerts underground, il y déniché fréquemment de nouveaux talents francophones. Par exemple, lorsqu'il assiste au spectacle du groupe d'un ami, il en profite pour écouter les premières parties – souvent de jeunes formations émergentes « qui n'ont même pas une toune sur Spotify ». Laurent s'appuie sur des médias et réseaux spécialisés pour élargir ses découvertes. Il consulte assidûment des plateformes critiques locales comme Canal Auditif, qu'il apprécie parce qu'elles mettent en avant les groupes d'ici (là où des sites internationaux comme Pitchfork ignorent les groupes québécois). Inversement, il estime que les services de streaming traditionnels (Spotify en tête) ne lui apportent rien pour la découverte d'artistes francophones : l'algorithme, centré sur les tendances anglo-saxonnes, ne valorise pas selon lui la richesse *de niche* de la scène québécoise. Enfin, sa curiosité le pousse à replonger dans des albums qu'il avait délaissés : ainsi, il mentionne s'être récemment remis à écouter Malajube, groupe francophone des années 2000 qu'il qualifie lui-même de « *tiré des boules à mites* ».

## 23. Maïté

**44 ans, Femme [en couple] (France, Périurbain, CSP~), Coordinatrice universitaire, NA, plateforme : Spotify.**

Le père de Maïté, grand amateur de musique, lui a transmis un goût éclectique allant de la chanson française (Brassens, Brel) au rock des années 60 (Rolling Stones). Sa fratrie a également joué un rôle central dans sa construction musicale : sa sœur privilégiait la chanson française (Sanson, Berger), tandis que ses frères étaient plus tournés vers la new wave et la pop des années 80. Cette immersion familiale l'a amenée à considérer la musique comme une véritable bande-son de sa vie, associant certains morceaux à des souvenirs précis. À l'adolescence, elle découvre le grunge et l'indie-rock, développant une passion pour Radiohead, qu'elle considère toujours comme son groupe favori. Aujourd'hui, sa consommation musicale est quotidienne et variée, influencée par son mari, ses enfants et ses découvertes personnelles sur les plateformes numériques.

### Le rapport à la musique francophone

*"La musique française, c'était beaucoup à la maison avec mon père, Brassens, Brel..."*

*"J'ai découvert Orelsan en revenant en France, je connaissais pas du tout avant."*

*"Je suis un peu déconnectée de la musique francophone actuelle après avoir vécu longtemps à l'étranger."*

Maïté a longtemps été imprégnée de musique francophone grâce à son entourage familial, mais son exposition aux nouveaux artistes s'est réduite au fil des années, notamment en raison de ses nombreux séjours à l'étranger. Ayant vécu aux États-Unis et sur une île anglo-normande, elle a été davantage exposée à la musique anglophone et reconnaît une certaine déconnexion avec la scène musicale francophone actuelle. Son retour en France lui a cependant permis de découvrir des artistes contemporains comme Orelsan, mais elle reste globalement ancrée dans des références plus anciennes. Son intérêt pour la musique francophone est donc teinté de nostalgie, et elle ne suit pas activement les nouvelles tendances du genre.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je suis nostalgique, je vais réécouter des chansons françaises de mon enfance."*

*"On a une playlist familiale qu'on partage tous, c'est varié et ça nous permet d'échanger nos découvertes."*

*"En voiture, j'écoute surtout des podcasts ou des playlists que j'ai faites."*

L'écoute de musique francophone chez Maïté est souvent associée à la nostalgie et à des contextes familiaux. Lorsqu'elle est seule, elle privilégie ses playlists personnalisées ou les podcasts, tandis qu'en famille, elle partage une playlist commune qui évolue au fil des contributions de chacun. Cette playlist, qui comprend aussi bien des morceaux francophones qu'anglophones, constitue un lien intergénérationnel et permet à chacun

d'apporter ses influences. En voiture, elle alterne entre musique et podcasts, utilisant ces moments pour découvrir du contenu à son rythme. Son écoute reste donc majoritairement influencée par ses souvenirs et son environnement immédiat.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je découvre beaucoup de musique par Shazam quand je regarde des séries ou des pubs."*

*"Mes enfants m'ont récemment fait découvrir Girl in Red, c'est chouette de voir leurs goûts évoluer."*

*"Je partage souvent de la musique avec mon frère, on s'envoie des morceaux sur WhatsApp."*

Maïté découvre et redécouvre des morceaux francophones par divers biais. Les recommandations de son entourage, notamment de ses enfants et de son frère, jouent un rôle important dans son renouvellement musical. Elle échange régulièrement des titres avec ses proches via WhatsApp et Messenger, favorisant une découverte organique et sociale. De plus, elle utilise fréquemment Shazam pour identifier des morceaux entendus dans des séries ou des publicités, puis les ajoute à ses playlists sur Spotify. Contrairement à d'autres auditeurs, elle ne suit pas activement les recommandations algorithmiques, préférant une approche plus spontanée et contextuelle de la découverte musicale.

## 24. Maude

**18 ans, Femme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP~), Étudiante au cégep (sciences humaines), secondaire, plateforme : Apple Music.**

Maude entretient une relation quotidienne avec la musique et dans presque toutes ses activités. Dès son enfance, elle a été exposée à la musique à travers son père, qui écoutait des classiques de la chanson française et Whitney Houston, mais ces influences ne l'ont pas particulièrement marquée. Son frère jouant dans un groupe, elle a également été en contact avec le rock, bien qu'elle n'en garde pas un souvenir précis. Son premier contact personnel avec la musique s'est fait via la radio et les CD, notamment avec ABBA, qu'elle écoutait en boucle. Son répertoire musical s'est élargi avec l'influence de ses amis et de sa sœur, qui l'ont initiée à la pop des années 2000. Aujourd'hui, elle organise ses écoutes en playlists thématiques selon les langues et les styles musicaux et adapte son écoute à son humeur plutôt qu'à ses activités.

### Le rapport à la musique francophone

*"La musique française à paroles, j'ai du mal. Dès qu'il y a des paroles, ça me gonfle."*

*"J'écoute pas mal d'électro français sans le savoir. Genre French 79, je savais pas que c'était français avant de regarder."*

*"Quand je regarde et que c'est français, c'est souvent de l'électro. À croire qu'on fait que ça."*

Maude écoute principalement du rap français, qui constitue une grande partie de ses playlists. Son rapport à la musique francophone est pragmatique : elle ne s'attarde pas sur la langue mais plutôt sur l'ambiance et l'énergie d'un morceau. Elle distingue cependant la chanson française traditionnelle, qu'elle apprécie peu, et l'électro français, qu'elle consomme sans nécessairement en connaître l'origine. Son attrait pour le rap français s'explique par sa dynamique et son esthétisme sonore plus que par ses paroles, qu'elle n'analyse pas en profondeur. Elle trouve que le rap québécois, en comparaison, manque d'authenticité et de qualité. Son écoute du rap francophone évolue également avec le temps, intégrant de nouveaux artistes au gré de ses découvertes et de ses préférences changeantes.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"En voiture, j'écoute un peu plus de québécois, mais sinon, pas tant."*

*"Je vais voir quelques spectacles, mais c'est plus des groupes anglophones. Cela dit, au FME en Abitibi, j'ai découvert des artistes québécois intéressants."*

*"Je ne mets jamais de musique dans un party, ça me gêne trop. Mais si on est juste deux ou trois, là, je peux en proposer."*

Maude écoute de la musique tout au long de la journée, que ce soit en se préparant, en voiture ou au travail. Cependant, la musique francophone ne constitue pas une part dominante de ses écoutes quotidiennes. Elle l'intègre plus volontiers lorsqu'elle est en

voiture, sans pour autant en faire un choix privilégié. Son engagement envers la scène musicale québécoise est limité, bien qu'elle ait découvert quelques artistes locaux lors de festivals. En soirée, elle ne prend pas l'initiative de mettre de la musique, préférant laisser ses amis choisir. Son écoute reste donc fortement influencée par son entourage, et elle ne s'implique pas activement dans la promotion de la musique francophone dans les moments sociaux.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Quand je veux voir ce qui sort en musique québécoise, je vais sur Canal Auditif."*

*"Je découvre très peu de musique par les algorithmes. Je préfère aller sur « Rate Your Music » et fouiller moi-même."*

*"J'ai un ou deux amis musiciens qui me recommandent parfois des trucs québécois. Mais sinon, je fais mes recherches seul."*

Maude découvre principalement la musique francophone par l'intermédiaire de ses amis et des réseaux sociaux. Les recommandations directes jouent un rôle clé dans ses découvertes musicales : lorsqu'elle entend un morceau dans un contexte social, elle le Shazame et l'intègre à ses playlists si elle l'apprécie. TikTok et Instagram sont des sources ponctuelles de découverte, bien qu'elle n'y porte pas une attention systématique. Elle n'explore pas activement les recommandations algorithmiques des plateformes de streaming et préfère organiser elle-même son écoute. Les concerts et festivals sont également des occasions importantes de découverte, et elle n'hésite pas à voyager pour assister à des événements musicaux, comme Les Ardentes en Belgique. Contrairement à d'autres auditeurs, elle ne ressent pas le besoin d'approfondir la discographie d'un artiste avant d'assister à un spectacle, préférant l'expérience live comme point d'entrée vers de nouveaux répertoires.

## 25. Maxime

**22 ans, Homme [célibataire] (France, Rural, CSP-), Chocolatier-pâtissier, CAP, plateforme : Deezer.**

Maxime entretient un rapport quotidien avec la musique, caractérisé par une écoute principalement tournée vers le rap français et la musique espagnole. Il utilise principalement Deezer, parfois Spotify, et YouTube occasionnellement pour visionner des clips. Sa consommation musicale accompagne diverses activités quotidiennes telles que le travail, le sport, les trajets ou les moments entre amis. Si ses goûts musicaux ont évolué depuis son enfance, passant de la musique créole à des genres plus urbains, son attachement à certains artistes comme JuL reste constant. Il privilégie les supports numériques et apprécie particulièrement l'organisation personnelle de ses playlists par genre ou artiste. Toutefois, il collectionne également des CD comme objets décoratifs.

### Le rapport à la musique francophone

*« Généralement, c'est du rap. Après, c'est du hip-hop ou après, c'est des musiques du style... On va aller à l'extrême, mais ça arrive qu'on me propose du Aznavour. »*

*« J'écoute beaucoup de Maître Gims. Je crois que c'est l'un des premiers artistes que je suis allé voir en concert. »*

*« Jean-Jacques Goldman, etc., j'en écoute aussi, mais quand je vais ouvrir Deezer, ce n'est pas la première personne à qui je vais penser. »*

Maxime a une préférence marquée pour le rap français (JuL, Ninho, Naps), genre dominant de ses playlists quotidiennes. Il entretient un attachement fort à JuL, qu'il suit assidûment depuis le collège et dont il apprécie à la fois la musique et les valeurs humaines. Il est cependant ouvert à d'autres styles francophones, comme les chansons de Jean-Jacques Goldman, même si elles ne constituent pas sa préférence immédiate. Il précise aussi écouter parfois des classiques francophones comme Aznavour.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« En voiture, généralement Skyrock, c'est dans la voiture, parce que comme musique c'est un peu plus mon style. »*

*« La musique, ça me motive, ça me représente dans mon caractère et dans ce que je suis. »*

*« Avec mes amis. Quand je me détends l'été à la piscine aussi, vraiment quand je suis posé. »*

L'enquête écoute la musique francophone dans des contextes variés : en voiture, principalement via la radio Skyrock qui correspond bien à ses goûts musicaux axés sur le rap français, au travail en équipe via Fun Radio qui permet une écoute consensuelle, et lors de moments de détente avec ses amis ou en été au bord de la piscine. Ces contextes montrent que l'écoute musicale accompagne des activités quotidiennes, que ce soit pour stimuler sa motivation professionnelle, dynamiser ses activités sportives ou

partager un moment convivial. Il privilégie les dispositifs adaptés aux contextes : écouteurs pour le sport, casque à la maison et enceinte au travail.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Par une connaissance. En fait, on avait une connaissance en commun [...] avec JuL quand j'étais au collège. »*

*« Ça m'est arrivé beaucoup, en lançant le Flow, de trouver des musiques que je ne pensais pas trouver. »*

*« Je clique plus facilement sur ceux que j'aime bien. Après, ça me permet aussi de découvrir d'autres sons, donc c'est pour ça aussi que je clique. »*

La découverte ou redécouverte d'artistes francophones se fait principalement par des recommandations amicales, comme ce fut le cas avec JuL et Naps. Deezer joue également un rôle essentiel à travers la fonctionnalité «Flow» et les playlists recommandées, sources régulières de découvertes inattendues. L'enquête explore ces recommandations quand il ressent une certaine lassitude de ses playlists habituelles, cherchant alors à diversifier ses écoutes. Ainsi, même s'il apprécie la stabilité d'écoutes familières, notamment du rap français, il reste curieux et attentif aux nouveautés, ce qui enrichit continuellement son répertoire musical francophone.

## 26. Mireille

**29 ans, Femme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP~), Travailleuse sociale, maîtrise, plateforme : Spotify.**

Mireille entretient une relation à la musique fortement influencée par son environnement familial dès son enfance. Son père, mélomane et amateur de musique classique et francophone, a joué un rôle fondamental dans son éveil musical, tandis que sa mère favorisait la chanson québécoise. Très jeune, elle a été exposée à des artistes comme Jean Leloup, Les Colocs et Daniel Bélanger, mais son intérêt pour la musique francophone s'est réellement affirmé plus tard, au cégep. À l'adolescence, elle privilégiait la musique anglophone et les styles plus alternatifs comme le screamo et le rock alternatif, influencée par ses amis et son accès à des plateformes de téléchargement comme Limewire. Aujourd'hui, elle écoute une grande variété de styles, du black metal au folk punk, et se tient activement informée des sorties musicales, particulièrement celles de la scène québécoise. Sa consommation musicale est quotidienne et omniprésente, structurée par des playlists selon les contextes et les émotions.

### Le rapport à la musique francophone

*"Le Franco, je trouvais ça moins nice quand j'étais jeune, je l'écoutais souvent pas le top 5 franco."*

*"On s'est plus vraiment plongé dans Jean Leloup mettons là. Les Colocs aussi. Là tout ce que j'écoutais quand j'étais jeune, ben là je l'écoutais comme avec un autre regard."*

*"J'écoute de la musique queb, j'en écoute. Ouais, j'ai quand même à jour. Y'a des band queb j'ai vraiment aimé, genre Zen Bambou, j'ai vraiment aimé ça."*

Mireille a longtemps perçu la musique francophone comme une musique « d'adultes », peu attrayante lorsqu'elle était plus jeune. Au secondaire, son écoute était presque exclusivement anglophone, influencée par les tendances américaines relayées par « Musique+ ». C'est au cégep qu'elle a commencé à redécouvrir la musique québécoise sous un nouveau regard, en approfondissant des artistes déjà présents dans son enfance comme Jean Leloup et Les Colocs. Aujourd'hui, elle s'intéresse activement à la scène québécoise et reste informée des nouvelles sorties. Elle apprécie des artistes comme Zen Bambou, Mon Doux Saigneur et Bon Enfant, tout en intégrant dans ses playlists des références plus anciennes. Son engagement envers la musique québécoise n'est pas simplement nostalgique, mais bien ancré dans une recherche actuelle et renouvelée de nouveautés.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Hier, j'étais triste là, Ben là, j'écoutais ça du Safia Nolin. On dirait que le francophones, ça vient me chercher d'une certaine façon, très intime."*

*"On a écouté Portishead en mangeant, on a écouté aussi Gaspard Eden, c'est un gars de Québec."*

*"J'écoute aussi de la musique francophone, mais d'Europe, et eux ils ont comme un autre style, un peu... c'est pas dance, mais comme du rap qui bouge."*

L'écoute de musique francophone chez Mireille est liée à des contextes émotionnels et sociaux précis. Lorsqu'elle est seule, elle privilégie des morceaux qui résonnent avec son état émotionnel, notamment Safia Nolin et Gab Bouchard qu'elle associe à des moments de mélancolie. En groupe, son choix musical dépend du contexte et des préférences de ses amis. Lors des repas, elle opte pour des sonorités plus douces et alternatives, comme Gaspard Eden. Par ailleurs, elle différencie les styles francophones québécois et européens, appréciant notamment des artistes comme Gims et Aya Nakamura pour leurs rythmes plus dansants qu'elle intègre à ses playlists de course. Son écoute est donc structurée à la fois par ses émotions et les situations sociales où la musique devient un élément clé du moment partagé.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'en découvre sur Youtube aussi. Sur YouTube j'ai la lecture automatique qui fait que je regarde certaines vidéos que j'aime et là je vois ce qui découle après."*

*"J'écoute la playlist Découverte de la semaine sur Spotify, mais je suis comme fru après parce qu'il me met tout le temps de ce temps là de la musique que j'ai pas le goût d'écouter."*

*"Encore une fois, avec des amis, c'est sûr qu'il y a des amis peuvent me recommander des affaires, mais je te dirais que c'est pas mal par Internet."*

Mireille découvre de nouveaux morceaux francophones principalement grâce aux plateformes numériques et à ses amis. YouTube et Spotify jouent un rôle dans ses découvertes, bien que leur pertinence soit variable selon elle. Si elle utilise la playlist "Découverte de la semaine" sur Spotify, elle est souvent déçue par les recommandations qui ne correspondent pas toujours à ses goûts. Les suggestions automatiques de YouTube lui permettent cependant d'explorer de nouveaux morceaux, bien que l'algorithme lui propose souvent les mêmes chansons déjà écoutées. Son entourage est aussi une source importante de découverte musicale : les recommandations d'amis musiciens ou amateurs influencent directement son écoute. Cependant, elle reste sélective et critique, préférant approfondir des artistes qui correspondent réellement à ses affinités musicales plutôt que de suivre aveuglément les tendances des plateformes.

## 27. Nolan

**34 ans, Homme [en couple] (Québec, Urbain, CSP+), Designer UX, maîtrise, plateforme : Spotify.**

Nolan entretient une relation méthodique quant à son approche de la musique. Son père, guitariste amateur, écoutait principalement de la musique francophone, notamment Paul Piché et Harmonium, tandis que sa mère favorisait Jean Leloup et Daniel Bélanger. Très jeune, il découvre Les Colocs avant de se tourner vers des influences plus anglophones à la fin du primaire, avec Rage Against the Machine et The White Stripes. L'arrivée de MySpace marque un tournant dans son mode de découverte musicale, renforcé par le top 500 du Rolling Stone Magazine qu'il explore méthodiquement. Au cégep, il devient une référence musicale au sein de son établissement, notamment en s'impliquant dans la radio étudiante et en explorant la scène québécoise via Bande à Part. Aujourd'hui, il utilise des outils comme Last.fm et Bandcamp pour structurer ses écoutes et suit un rituel hebdomadaire de découverte musicale à travers des infolettres et des recommandations d'amis.

### Le rapport à la musique francophone

*"Le Franco, je trouvais ça moins nice quand j'étais jeune, je l'écoutais souvent pas le top 5 franco."*

*"On s'est plus vraiment plongé dans Jean Leloup mettons là. Les Colocs aussi. Là tout ce que j'écoutais quand j'étais jeune, ben là je l'écoutais comme avec un autre regard."*

*"J'écoute de la musique queb, j'en écoute. Ouais, j'ai quand même à jour. Y'a des band queb j'ai vraiment aimé, genre Zen Bambou, j'ai vraiment aimé ça."*

Nolan a longtemps été détaché de la musique francophone, la percevant comme moins attrayante à l'adolescence. Ses goûts se sont d'abord tournés vers la musique anglophone, influencés par les tendances nord-américaines et les plateformes de découverte comme MySpace. Cependant, en grandissant, il redécouvre la musique québécoise avec un regard renouvelé, revisitant des artistes comme Jean Leloup et Les Colocs, qui faisaient partie de son environnement familial. Aujourd'hui, il se tient informé des sorties québécoises et apprécie des groupes plus récents comme Zen Bambou et Bon Enfant. Son intérêt pour la scène locale est désormais structuré par des recherches actives et un engagement à découvrir de nouvelles voix, notamment à travers les festivals et les plateformes spécialisées.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Hier, j'étais triste là, Ben là, j'écoutais ça du Safia Nolin. On dirait que le francophone, ça vient me chercher d'une certaine façon, très intime."*

*"On a écouté Portishead en mangeant, on a écouté aussi Gaspard Eden, c'est un gars de Québec."*

*"J'écoute aussi de la musique francophone, mais d'Europe, et eux ils ont comme un autre style, un peu... c'est pas dance, mais comme du rap qui bouge."*

L'écoute de musique francophone chez Nolan est fortement influencée par ses émotions et les contextes sociaux. Lorsqu'il est seul, il privilégie des morceaux qui correspondent à son état d'esprit, trouvant dans la musique québécoise un aspect intime et introspectif. Il cite Safia Nolin comme un exemple d'artiste qu'il écoute particulièrement lorsqu'il est mélancolique. Dans les repas entre amis, il alterne entre différentes influences, incluant à la fois des artistes locaux et internationaux. Son écoute de la musique francophone ne se limite pas au Québec ; il explore également des artistes européens dont les sonorités plus rythmées et modernes lui permettent d'élargir ses références musicales.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"J'en découvre sur Youtube aussi. Sur YouTube j'ai la lecture automatique qui fait que je regarde certaines vidéos que j'aime et là je vois ce qui découle après."*

*"J'écoute la playlist Découverte de la semaine sur Spotify, mais je suis comme frustré après parce qu'il me met tout le temps de ce temps là de la musique que j'ai pas le goût d'écouter."*

*"Encore une fois, avec des amis, c'est sûr qu'il y a des amis peuvent me recommander des affaires, mais je te dirais que c'est pas mal par Internet."*

Nolan utilise divers canaux pour découvrir de nouveaux artistes francophones. YouTube et ses recommandations automatiques lui permettent d'explorer de nouveaux morceaux, bien qu'il trouve parfois les suggestions répétitives. Il consulte également la playlist "Découverte de la semaine" sur Spotify, même s'il est souvent déçu par la pertinence des recommandations. Ses amis et son réseau jouent un rôle complémentaire dans ses découvertes, mais il s'appuie principalement sur des plateformes numériques et des infolettres spécialisées. Il suit également les événements musicaux sur Instagram et Facebook, repérant les concerts à venir et ajustant ses écoutes en fonction des artistes programmés. Sa démarche de découverte musicale repose donc sur un équilibre entre recherche proactive et suggestions algorithmiques.

## 28. Océane

**30 ans, Femme [célibataire] (Québec, Urbain, CSP~), Étudiante en maîtrise (sociologie), bac, plateforme : Spotify.**

Océane a développé son rapport à la musique progressivement, n'ayant pas grandi dans un environnement familial musical. Ses parents n'écoutaient pratiquement pas de musique à la maison, si bien qu'elle a découvert cet univers plus tard, influencée par sa sœur et ses amis. À l'adolescence, elle s'est approprié la musique en explorant différents styles, notamment à travers des plateformes de téléchargement comme Limewire et Pirate Bay. Ses goûts se sont d'abord orientés vers le pop-punk et le rock alternatif (Green Day, Blink-182, All-American Rejects), avant de s'élargir grâce aux séries télé et aux publicités qui l'ont initiée à des artistes comme Cœur de Pirate et Feist. Aujourd'hui, elle consomme la musique principalement via Spotify, où elle organise ses écoutes en playlists selon ses découvertes récentes. Elle privilégie une écoute en arrière-plan dans ses activités quotidiennes, sans attachement particulier à un genre unique, explorant continuellement de nouveaux sons.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'écoute pas beaucoup de rap français. J'ai vraiment de la misère."*

*"Des fois, j'écoute du rap québécois, mais seulement de manière ironique."*

*"Je vais regarder les playlists francophones, mais après, je retourne un peu dans mes pantoufles."*

Océane a un rapport distant à la musique francophone, qu'elle explore de manière ponctuelle sans qu'elle devienne une habitude ancrée. Son rejet du rap français s'explique par une perception stylistique et esthétique qui ne lui correspond pas. Lorsqu'elle écoute du rap québécois, c'est souvent sur un ton humoristique, illustrant une certaine distance critique vis-à-vis de ce genre. Toutefois, elle fait ponctuellement l'effort d'explorer des playlists francophones sur Spotify, bien qu'elle retourne rapidement à ses écoutes habituelles, sans engagement durable. Son approche semble marquée par un sentiment d'obligation culturelle plutôt qu'un véritable plaisir d'écoute.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je voyage, je me surprends à écouter du Jean Leloup ou du Cœur de Pirate."*

*"En déplacement, j'écoute surtout des playlists déjà faites."*

*"Je mets de la musique sur mon enceinte quand je fais le ménage, mais c'est plus des sons que j'ai déjà aimés."*

L'écoute de musique francophone chez Océane est souvent associée à des contextes particuliers. Elle note qu'en voyage, elle se tourne vers des artistes québécois comme Jean Leloup ou Cœur de Pirate, évoquant une forme de nostalgie liée à l'éloignement. En revanche, au quotidien, elle privilégie les playlists existantes et ne cherche pas activement à inclure de nouveaux morceaux francophones dans ses écoutes régulières.

Lorsqu'elle utilise une enceinte pour accompagner ses activités ménagères, elle sélectionne principalement des morceaux qu'elle connaît déjà, consolidant une écoute sécurisante plutôt qu'une démarche de découverte. Cette consommation musicale fragmentée limite l'intégration de nouveaux artistes francophones à son répertoire habituel.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je vais sur Spotify voir les artistes associés, mais rarement des francophones apparaissent."*

*"J'ai découvert RAU\_ZE en voyant leur clip primé dans un festival."*

*"Hubert Lenoir, je l'ai découvert avant qu'il soit populaire, et après j'ai décroché."*

Océane découvre de nouveaux artistes principalement à travers les plateformes numériques et des événements culturels. Spotify reste son outil principal de recherche, mais elle remarque que les suggestions francophones y sont rares, ce qui limite leur présence dans son répertoire. Elle a découvert RAU\_ZE par un festival de vidéoclips et a été marquée par leur esthétique visuelle avant de s'intéresser à leur musique. De même, elle a été l'une des premières à écouter Hubert Lenoir, mais a décroché lorsque son succès grand public s'est affirmé. Son engagement avec la musique francophone repose donc davantage sur des rencontres fortuites et des impulsions liées à des contextes spécifiques que sur une démarche systématique de découverte.

## 29. Patrick

**35 ans, Homme [en couple] (France, Périurbain, CSP~), Chômage, école d'ingénieur, plateforme : Spotify.**

Patrick a grandi dans un environnement où la musique n'était pas centrale, bien qu'il ait des souvenirs marquants liés à des cassettes d'Anne Sylvestre et du groupe Gold, qu'il écoutait en voiture avec sa mère. À l'adolescence, il s'est tourné vers le rap, influencé par la radio Skyrock, puis vers le rock américain et le reggae, au contact de ses amis. Son rapport à la musique est fortement déterminé par son entourage : il découvre et adopte les goûts musicaux des personnes qui l'entourent. Il ne cherche pas à imposer ses préférences, préférant laisser les autres choisir, ce qui explique sa grande diversité d'écoutes sans attachement particulier à un genre précis. Aujourd'hui, il consomme la musique sans être un grand explorateur : il écoute principalement ce qu'il connaît et ce que ses proches lui recommandent.

### Le rapport à la musique francophone

*"J'écoute surtout de la musique en français, car j'aime comprendre les paroles."*

*"Les Cowboys Fringants, j'adore."*

*"Le rap US, j'aime bien le rythme, mais j'ai du mal à suivre les paroles."*

Patrick privilégie la musique francophone, principalement parce qu'il attache une grande importance aux paroles. Il écoute peu de musique anglophone, sauf lorsque l'articulation des chanteurs lui permet de bien comprendre les textes. Son répertoire francophone comprend des artistes comme Les Cowboys Fringants et Orelsan. Il apprécie aussi la musique traditionnelle bretonne, qu'il a adoptée à travers son cercle social et qu'il partage désormais avec ses amis et sa famille.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Je n'écoute jamais de musique au travail, je préfère les vidéos YouTube ou les podcasts."*

*"En voiture, c'est ma copine qui choisit, et souvent, c'est des podcasts."*

*"En soirée, il n'y a pas toujours de musique, ça dépend des gens avec qui je suis."*

L'écoute musicale de Patrick est fortement influencée par son contexte social. Il n'écoute pas de musique en travaillant, préférant les vidéos et les podcasts. En voiture, c'est généralement sa conjointe qui sélectionne les morceaux, privilégiant également les podcasts aux playlists musicales. Lors de réunions entre amis, la musique n'est pas systématiquement présente : elle dépend des habitudes du groupe. Sa consommation musicale repose donc sur des moments spécifiques et partagés, plutôt que sur une écoute individuelle et immersive.

## Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones

*"Je découvre surtout via mes amis, quand ils me font écouter un morceau en direct."*

*"Je n'utilise pas les recommandations Spotify, je préfère taper directement le nom d'un artiste."*

*"J'achète des vinyles, surtout pour le rituel et l'objet, pas seulement pour l'écoute."*

Patrick ne suit pas activement les recommandations des plateformes numériques et ne cherche pas de nouveaux artistes de manière proactive. Il découvre principalement la musique à travers ses interactions sociales, lorsqu'un ami lui fait écouter un morceau en direct. Contrairement à François, il n'utilise pas les algorithmes de Spotify et fonctionne plutôt comme un auditeur ponctuel. Il achète aussi des vinyles, non seulement pour l'écoute, mais pour l'objet en lui-même et le rituel qui l'accompagne. Cette approche illustre une consommation musicale qui privilégie l'expérience tangible et le partage social.

## 30. Richard

**68 ans, Homme [en couple] (Québec, Périurbain, CSP~), Retraité (hôtellerie), DEC, plateforme : Spotify.**

Richard s'est intéressé à la musique dès son adolescence, influencé par son entourage et les tendances musicales de son époque. Son premier contact significatif avec la musique s'est fait au secondaire, où il a découvert le rock anglophone à travers des groupes comme Led Zeppelin et Black Sabbath. À cette époque, il jouait également de la guitare en autodidacte avec son frère, tentant de reproduire les morceaux de ses artistes favoris. Sa consommation musicale passait essentiellement par l'achat de vinyles et l'écoute de la radio, notamment CHOM FM et CKOI, qui lui ont permis d'explorer davantage de groupes. Plus tard, au cégep, il a été initié à la musique francophone par un ami, découvrant des artistes québécois comme Beau Dommage, Paul Piché et Robert Charlebois. Avec le temps, ses goûts ont évolué vers une préférence pour la musique des années 80 et 90, intégrant des artistes comme Peter Gabriel et Phil Collins, et il privilégie aujourd'hui une écoute plus instrumentale et contemplative.

### Le rapport à la musique francophone

*"La musique québécoise est arrivée un peu plus tard. C'est un ami au cégep qui m'a fait découvrir Beau Dommage et Paul Piché."*

*"Robert Charlebois, lui, a toujours été dans le décor. Je l'aimais et je l'aime encore."*

*"Ce qui m'attirait des groupes québécois, c'était plus la musique que les paroles. C'est pour ça que Harmonium me touchait autant."*

Richard a longtemps privilégié la musique anglophone, en particulier le rock classique et progressif, avant de s'intéresser à la musique francophone. C'est au cégep que son intérêt pour les artistes québécois s'est affirmé, sous l'influence de son entourage. Il a alors découvert des figures majeures de la chanson québécoise et s'est particulièrement attaché à Harmonium, dont il apprécie autant les compositions musicales que les paroles. Contrairement à d'autres styles francophones, il ne recherche pas spécifiquement les textes, mais plutôt la richesse musicale. Il conserve une certaine fidélité aux artistes qui l'ont marqué, tout en restant sélectif sur les nouvelles productions francophones. Aujourd'hui, s'il ne va pas activement vers de nouveaux artistes, il demeure attaché à certaines figures emblématiques comme Daniel Bélanger et Cœur de Pirate, dont il apprécie le travail.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"À l'époque, j'ai découvert Harmonium dans un café à Magog. C'était intime, il y avait une ambiance particulière."*

*"Quand on est entre amis autour d'un feu, c'est souvent là qu'on met de la musique québécoise."*

*"À la maison, on met parfois de la musique en fond, mais ce n'est pas toujours du francophone. C'est plus instrumental."*

L'écoute de musique francophone chez Richard est liée à des contextes spécifiques. Il évoque avec nostalgie ses premières expériences en concert, notamment avec Harmonium dans un cadre intimiste, une découverte marquante qui l'a profondément influencé. Aujourd'hui, il associe la musique québécoise à des moments de partage et de convivialité, comme les soirées entre amis ou les feux de camp, où elle devient un élément rassembleur. En revanche, chez lui, il privilégie une écoute plus discrète et instrumentale, mettant en arrière-plan du piano ou des musiques apaisantes. Il ne recherche pas activement de nouveautés francophones sur ses plateformes de streaming, où la majorité des recommandations restent anglophones.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je découvre surtout via la radio et les festivals comme la Fête du lac des Nations."*

*"Les Cowboys Fringants, j'ai recommencé à les écouter récemment avec tout le mouvement autour de Karl Tremblay."*

*"Daniel Bélanger, je l'ai toujours aimé. Quand une de ses chansons passe, je suis content de l'écouter."*

Richard ne se considère pas comme un explorateur actif de la musique francophone, mais certaines circonstances le poussent à redécouvrir des artistes. La radio et les festivals lui permettent d'être exposé à de nouvelles musiques sans qu'il fasse l'effort de les chercher. Par exemple, il a redécouvert les Cowboys Fringants récemment, influencé par l'engouement médiatique autour du groupe. Il exprime également un attachement constant à Daniel Bélanger, dont il apprécie la qualité musicale. Son mode de découverte reste passif, les algorithmes des plateformes de streaming ne lui proposant que peu de musique francophone. Il dépend donc largement des événements culturels et de recommandations ponctuelles de son entourage pour renouveler son répertoire québécois.

## 31. Romain

**22 ans, Homme [célibataire] (France, Urbain, CSP-), Assistant social, bac+3, plateforme : Deezer.**

Romain a une pratique d'écoute très diversifiée depuis l'enfance. Il écoute quotidiennement, principalement via Deezer sur son téléphone avec une enceinte ou ses écouteurs dans les transports. Il privilégie une playlist personnelle « coups de cœur », composée de morceaux variés plutôt dynamiques. Au fil des ans, ses préférences ont évolué : il appréciait auparavant certains artistes tels qu'Ed Sheeran ou Sia, qu'il trouve aujourd'hui répétitifs. Romain aime les musiques entraînantes, rejetant les morceaux trop calmes tout comme le rap, le reggae et l'électro. Il affectionne particulièrement la pop et le rock anglophones et francophones, la variété française des années 1980-2000 ainsi que quelques morceaux classiques et bandes originales de films. Son écoute a peu changé durant le Covid.

### Le rapport à la musique francophone

*« En variété française ça va être beaucoup les années 1980/1990/début 2000. Jeanne Mas, Desireless, les stars des années 1980/1990, Larouso. »*

*« En variété française actuellement j'écoute beaucoup de Eddy de Pretto, Suzanne, Juliette Armanet, ce genre d'artistes. Clara Luciani, c'est ça que je cherchais. »*

*« Je n'aime pas les chansons vraiment trop posées. Par exemple j'aime beaucoup la personne qu'est Pomme, mais je n'aime pas du tout ses musiques. »*

Romain écoute régulièrement de la musique francophone, oscillant entre variété des années 1980 à 2000 et des artistes contemporains comme Eddy de Pretto, Clara Luciani ou Juliette Armanet. Il apprécie particulièrement les artistes actuels aux styles dynamiques, contrastant avec les musiques « trop posées » telles que celles de Pomme, qu'il évite malgré son intérêt pour la chanteuse en tant que personne. Il intègre aussi dans ses goûts quelques titres plus récents hérités de sa mère, comme ceux de Maître Gims. Sa préférence s'oriente globalement vers des morceaux entraînants, rythmés, délaissant les styles musicaux qui ne correspondent pas à cette dynamique.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Ça m'arrive à chaque fois que je prends ma douche donc tous les soirs finalement j'ai ce moment-là où je vais brancher mon enceinte et pendant 20/30 minutes [...] je vais mettre ma musique. »*

*« Quand je fais des trajets pour aller chez mes parents par exemple il y a plus d'une demi-heure de route donc pareil je mets de la musique dans ma voiture. »*

*« Si je suis avec un pote chez moi je vais mettre les playlists un peu posées, mais du coup ça ne sera pas mes musiques forcément. Sinon c'est ma playlist générale. »*

La musique francophone chez Romain participe pleinement de son quotidien : pendant sa douche le soir, lors des trajets en voiture pour rendre visite à ses parents ou en réalisant des tâches ménagères chez lui. Ces moments sont associés à l'usage de sa playlist « coups de cœur », sans distinction particulière selon les activités. Lorsqu'il reçoit des amis, il privilégie parfois des playlists plus « posées » qui contiennent alors moins ses morceaux favoris. Il n'associe pas ses choix musicaux à une activité spécifique, préférant généralement la continuité de sa playlist principale.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« C'est par ma mère surtout qui a beaucoup de CD de cette époque-là et on les écoutait surtout en voiture, ou sinon quand elle fait du ménage chez elle elle va mettre de la musique. »*

*« Par Deezer des fois j'essaye quand j'ai envie de découvrir de nouvelles choses. [...] il y a une section Pour vous qui se base sur ce qu'on écoute déjà. »*

*« Souvent c'est des musiques que j'ai déjà entendues, que je ne connais pas forcément l'artiste ou le titre, mais je sais que je l'ai entendue dans mon enfance [...]. Souvent j'utilise Shazam pour l'identifier et après je la mets sur ma playlist Deezer. »*

Romain découvre principalement des musiques francophones par l'intermédiaire de sa mère qui lui a transmis son goût pour la variété française des années 1980-1990 grâce aux écoutes domestiques ou en voiture. Actuellement, ses découvertes sont souvent le fruit de l'algorithme Deezer (« Pour vous ») qu'il consulte occasionnellement. Les films sont également une source importante de redécouverte : il reconnaît souvent des morceaux entendus dans son enfance et utilise systématiquement Shazam pour les intégrer à sa playlist « coups de cœur ». Ainsi, il développe une approche à la fois nostalgique et curieuse, croisant recommandations algorithmiques, souvenirs familiaux et influences audiovisuelles.

## 32. Romane

**24 ans, Femme [en couple] (France, Périurbain, CSP+), Étudiante en droit, bac+5, plateforme : Deezer.**

Romane a cultivé un intérêt pour la musique dès l'enfance, porté à la fois par son entourage et les médias. Elle affirme écouter plusieurs styles, du rock au rap, en passant par la pop, mais reconnaît une baisse de son enthousiasme pour certaines tendances, comme la pop américaine. Ses moments d'écoute s'organisent avant tout autour de créneaux libres, notamment lors de déplacements, où elle utilise son téléphone pour lancer ses playlists ou passer à la radio. Les plateformes de streaming lui permettent d'explorer aisément de nouveaux morceaux, tandis que la radio reste un moyen fiable de se tenir informée des dernières sorties. Dans l'ensemble, son rapport à la musique se construit à travers un mélange d'habitudes ancrées (écoutes en voiture, recherche de nouveautés) et de découvertes fortuites qui alimentent son plaisir d'auditrice.

### Rapport à la musique francophone

*« Je disais que je n'aime pas la vieille musique française, mais j'aime bien France Gall, quelques musiques de France Gall. »*

*« Ah oui, j'écoutais beaucoup Angèle aussi, beaucoup, beaucoup. »*

*« Par exemple, Vanessa Paradis, j'aimais bien à un moment, c'est parce que ça passait à la radio, la variété française, ça passe quand même beaucoup à la radio, c'était surtout ça. »*

Romane aborde la musique francophone en privilégiant des artistes reconnus pour leur proximité mélodique ou générationnelle. Ainsi, elle mentionne France Gall (dont elle apprécie certaines chansons) et Angèle, qu'elle a écoutée « beaucoup, beaucoup » à une période. Son goût pour la variété française se nourrit à la fois de souvenirs (Vanessa Paradis, découverte via la radio) et de curiosité envers des chanteuses plus contemporaines. Lorsque la radio diffuse régulièrement un titre, elle semble en retenir l'air et l'associer à ses références personnelles. Cette préférence ciblée pour certaines voix apparaît comme une manière de concilier l'héritage musical, jugé parfois répétitif, et l'attrait pour la nouveauté. Les noms cités (France Gall, Angèle, Vanessa Paradis) soulignent la diversité temporelle de son répertoire francophone, allant des classiques à des artistes actuelles dont les propositions lui parlent davantage.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Je pense que quand j'en écoute le plus, je pense que c'est quand je suis dans la voiture. »*

*« En général, j'écoute la musique francophone quand j'ai envie de chanter, je me dis : "je vais écouter une chanson que je connais par cœur et je vais la chanter", ça va être en français. »*

*« Je chante beaucoup dans ma voiture, oui. »*

L'écoute de musique francophone de Romane s'inscrit dans des routines de mobilité, notamment lors de ses trajets en voiture. Elle y sélectionne volontiers des chansons en français (Angèle, France Gall ou parfois d'autres morceaux découverts à la radio) qu'elle connaît suffisamment pour les chanter, transformant le parcours en une parenthèse ludique. Le fait de chanter lui permet de ressentir plus intensément la mélodie et les paroles, ce qui confère à ce moment un aspect libérateur. Elle utilise généralement son téléphone pour lancer ses titres favoris ou explorer ses playlists, renforçant ainsi l'aspect spontané de ses choix. L'attrait pour la langue française se justifie, selon elle, par l'envie de saisir et d'interpréter chaque mot, illustrant une forme de réappropriation joyeuse pendant la conduite. Ainsi, la voiture devient un espace privilégié où la pratique musicale se mue en expression personnelle.

### **Modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Je pense que c'est vraiment parce que c'est soit l'influence de ma famille, soit parce que ça passe à la radio. »*

*« Par exemple, Jul, je n'écoute que récemment... c'est vraiment parce que ça passe à la radio. »*

*« Je l'ai découverte parce que j'étais sur YouTube... il y avait un clip d'Angèle, la chanson, c'est Jalousie, le clip était super beau. »*

Selon Romane, la découverte d'artistes ou de morceaux francophones obéit à plusieurs canaux complémentaires. La radio occupe une fonction clé : un titre diffusé régulièrement, comme ceux de Jul, peut susciter son intérêt et l'amener à en écouter davantage. L'entourage familial joue également un rôle dans la transmission de références plus anciennes ou déjà populaires. Enfin, la navigation sur des plateformes comme YouTube lui a permis de découvrir Angèle (par le biais du clip « Jalousie »), soulignant la capacité de ces espaces numériques à la surprendre par une publicité ou une vidéo suggérée. Romane mentionne d'ailleurs que l'esthétique d'un clip peut la motiver à explorer davantage le répertoire d'un artiste. Cette pluralité de modes d'accès s'avère déterminante pour renouveler son écoute francophone : chacun de ces vecteurs—radio, famille, YouTube—participe à l'enrichissement graduel de son univers musical.

### 33. Sébastien

**44 ans, Homme [marié] (Québec, Urbain, CSP~), Rédacteur-pigiste, bac, plateforme : Spotify.**

Sébastien vient d'un environnement familial mélomane. Ses parents, passionnés de musique, lui ont transmis des influences contrastées : son père était amateur de rock progressif des années 70 (Pink Floyd, Led Zeppelin, Harmonium), tandis que sa mère préférait la soul et le R&B (Marvin Gaye, Earth, Wind & Fire). Très tôt, il associe la musique à une expérience visuelle marquante, notamment à travers les vidéoclips des années 80. Son véritable éveil musical survient lorsqu'il récupère la collection de vinyles de son père à l'âge de 11 ans, l'explorant de manière autodidacte. Plus tard, son écoute s'élargit grâce à Musique+ et aux cassettes qu'il échange avec ses amis, l'amenant vers le rock alternatif et le grunge des années 90. Aujourd'hui, il structure ses écoutes via Spotify, où il suit les nouvelles sorties d'artistes qu'il apprécie, tout en conservant un attachement profond aux albums physiques et aux découvertes spontanées en festivals.

#### Le rapport à la musique francophone

*"J'écoute pas beaucoup de rap français. J'ai vraiment de la misère."*

*"On dirait que c'est un petit... Il me semble très blanc, puis on dirait qu'il essaie de faire quelque chose plus ethnique, fait que je comprends pas ce qu'il essaie de faire exactement."*

*"J'écoute pratiquement rien qui vient de France ou de l'Europe. Ce n'est pas la langue en soi, c'est plus que je n'ai pas d'attachement culturel à cette musique-là."*

Sébastien a un rapport sélectif à la musique francophone, principalement tourné vers les artistes québécois. Il ne consomme pratiquement pas de musique en provenance de France, expliquant qu'il n'y a jamais été exposé dans son milieu familial. Le rap francophone lui pose problème, en particulier lorsqu'il perçoit un décalage entre le vécu des artistes et l'authenticité de leur discours. Il critique notamment certains rappeurs québécois qu'il juge artificiels dans leur manière d'adopter des codes culturels qui ne correspondent pas à leur réalité. En revanche, il écoute régulièrement des artistes québécois qu'il suit depuis longtemps, comme Jean-Pierre Ferland et K1o Pelgag. Son engagement envers la musique francophone est donc conditionné par une perception de sincérité et une connexion culturelle avec les artistes locaux.

#### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*"Quand je travaille, j'écoute toujours de la musique, mais rarement du francophone, ça me distrait trop."*

*"Avant, on mettait souvent de la musique en cuisinant, mais on a perdu l'habitude, peut-être par manque de temps."*

*"Je regarde parfois les galas comme l'ADISQ et les Francofolies, ça me permet de découvrir des artistes québécois."*

L'écoute de musique francophone chez Sébastien est influencée par son mode de vie et ses habitudes d'écoute. Travaillant à domicile, il privilégie des albums en anglais ou instrumentaux pour éviter d'être distrait par les paroles francophones, qui interfèrent avec son activité de rédacteur et traducteur. En dehors du travail, il consomme de la musique en contexte domestique, mais cette habitude a diminué avec le temps. Il suit cependant les événements culturels québécois comme l'ADISQ, ce qui lui permet de découvrir de nouveaux artistes locaux. Lorsqu'il assiste à des festivals, il explore les scènes émergentes, sans toujours planifier son écoute à l'avance, préférant se laisser surprendre par les performances en direct.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*"Je découvre encore des artistes via les réseaux sociaux, surtout par mes amis qui sont journalistes et partagent des critiques ou des entrevues."*

*"Quand j'entends parler souvent d'un artiste, à un moment donné, je finis par aller l'écouter sur Spotify."*

*"Je suis fidèle aux artistes que j'aime. Quand Daniel Bélanger ou Kio Pelgag sortent un album, c'est sûr que je vais l'écouter."*

Sébastien ne recherche pas activement de nouveaux artistes francophones, mais reste exposé aux tendances musicales à travers son réseau et les médias sociaux. Il suit toujours les recommandations de ses anciens collègues journalistes, qui l'orientent vers des sorties pertinentes. Son processus de découverte repose donc davantage sur une exposition passive que sur une exploration proactive. Lorsqu'un artiste commence à faire parler de lui, il prend le temps d'écouter son album pour juger par lui-même. Il est également très fidèle aux artistes qu'il apprécie depuis longtemps, restant attentif à leurs nouvelles sorties. Son approche de la musique francophone est donc sélective et ancrée dans des habitudes d'écoute bien établies, plutôt que dans une quête constante de nouveautés.

## 34. Solène

**28 ans, Femme [célibataire] (France, Urbain, CSP+), Architecte, bac+5, plateforme : Deezer.**

Solène partage un univers musical façonné par ses découvertes personnelles et l'influence de ses frères et sœurs. Son parcours la voit successivement apprécier les chanteuses populaires de son enfance, puis s'orienter vers le rock et la musique techno durant ses études, avant de se focaliser sur le rap francophone, qu'elle écoute désormais quotidiennement. Elle avoue avoir un goût prononcé pour les artistes qu'elle qualifie de « hype », tout en assumant pleinement son intérêt pour certaines figures plus grand public. Le streaming, en particulier Deezer, tient une place centrale dans ses routines : elle y crée des playlists par style ou par artiste, et archive mensuellement les morceaux qu'elle a le plus écoutés. Son rapport à la musique se révèle assez solitaire : Solène privilégie les moments où elle peut se laisser porter par ses rythmes favoris, que ce soit chez elle, en déplacement ou pendant diverses activités.

### Le rapport à la musique francophone

*« Aujourd'hui, je pense que j'écoute plus de musiques francophones que j'écoute de musiques internationales, au moins en nombre d'heures d'écoute. »*

*« SCH, PNL, c'est un peu mes deux ou trois artistes qui combinent 90 % de mes écoutes de ces cinq dernières années. »*

*« Au final, la plupart de mes artistes que j'écoute, c'est du rap français, je dirais qu'il y en a dix maxi, mais je les suis de très près. »*

De ses propos se dégage un intérêt majeur pour la scène francophone, aujourd'hui dominée par plusieurs « grosses têtes » du rap qu'elle écoute en boucle. Solène mentionne spécifiquement SCH et PNL, auxquels s'ajoutent quelques autres figures (Gims, Médine) dont elle suit l'actualité et la production. En optant pour une écoute continue au gré des projets d'albums et des clips, elle s'inscrit dans une dynamique à la fois sélective et immersive, se concentrant sur un nombre restreint d'artistes dans la « hype ». S'il lui arrive d'explorer d'autres genres, comme la variété ou la pop en français, elle y revient moins régulièrement et se montre plus réservée quant à la richesse qu'elle y perçoit. Son attachement repose aussi sur un lien affectif et identitaire : les raps francophones qu'elle écoute reflètent ses goûts actuels, rythmant sa vie quotidienne et nourrissant un plaisir d'écoute solitaire, voire obsessionnel.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Globalement, j'arrive chez moi, je pose mon écouteur, j'allume mon enceinte... c'est le premier truc que je fais. »*

*« Je mets de la musique quand je cuisine, me brosse les dents, je fais mon sport... tout en fait, sauf quand je regarde une série. »*

*« En voiture, j'écoute mes playlists, c'est un kiff absolu, j'ai hâte d'arriver juste pour mettre la musique. »*

Solène conçoit la musique comme un compagnonnage permanent, notamment pour les morceaux francophones qu'elle affectionne. Dès qu'elle se retrouve seule, elle déclenche un « fond sonore », que ce soit pour se déplacer, cuisiner ou simplement se détendre. Ses trajets en voiture deviennent un espace privilégié : elle y joue des albums entiers et peut s'y consacrer pleinement, sans interruption. À la maison, l'usage de l'enceinte rend les écoutes plus confortables, prolongeant la musique tout au long de la soirée. Lorsque la vie collective prend le pas, en revanche, elle hésite à imposer ses goûts, préférant laisser d'autres choisir la bande-son. Cette réticence témoigne d'un lien très personnel à la musique francophone, perçue comme une expérience quasi intime. Loin d'être un simple fond sonore, la musique accompagne toutes ses activités, reflétant un besoin de garder, à portée d'oreille, les voix et sonorités de ses artistes favoris.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Souvent, c'est un son qui arrive dans mon Flow ou dont on me parle, je l'écoute, je kiffe, et après je déroule tout l'univers de l'artiste. »*

*« SCH, je l'ai découvert par un ami qui m'a dit "il est hyper sombre", ça m'a intriguée et j'ai écouté... j'ai kiffé direct. »*

*« PNL, c'est venu en tombant sur le clip "Au DD", j'ai trouvé ça incroyable et je suis allée tout creuser sur Deezer. »*

Sa trajectoire d'écoute francophone repose sur un mécanisme fait de rencontres fortuites et de curiosités. Un titre particulier, qu'elle entend sur Deezer (via le Flow) ou qu'un proche lui recommande, suffit à la décider d'explorer l'intégralité de la discographie de l'artiste. Cette immersion « album par album » devient un rituel : Solène apprécie de situer le morceau entendu dans un univers plus vaste, et d'associer une histoire, un style ou un personnage à sa découverte. Les clips jouent également un rôle essentiel, en particulier pour des rappeurs comme PNL, dont l'esthétique visuelle la séduit. Si elle ne se définit pas comme une « digueuse » de musique, elle se montre néanmoins prête à approfondir les projets quand un déclic se produit, s'attachant durablement à quelques figures phares qui composent, in fine, la colonne vertébrale de ses écoutes francophones.

## 35. Sylvain

**36 ans, Homme [en couple] (France, Urbain, CSP~), Responsable de magasin, DNB, plateforme : Deezer.**

Il décrit un parcours musical extrêmement divers, tracé par des découvertes éclectiques et la fréquentation de milieux artistiques. Sa pratique quotidienne de la musique, qu'il s'agisse d'écoute ou de jeu, nourrit un intérêt insatiable pour toutes sortes de sonorités. Sans se limiter à un style, il explore aussi bien la techno que le raï, la cumbia, le hip hop ou le reggae. Il cultive une curiosité qui le pousse à creuser au-delà des morceaux populaires et à chercher de petites pépites parfois méconnues. Systématiquement, il associe la musique à son environnement et à son humeur, veillant à adapter ses playlists aux contextes, y compris professionnels. S'il apprécie Deezer pour organiser ses écoutes et (re)découvrir d'anciens titres, il reste attaché à ses disques, notamment en voiture, et valorise les rencontres avec des artistes, que ce soit dans des concerts ou via ses échanges réguliers avec d'autres passionnés.

### Le rapport à la musique francophone

*« No one is innocent que j'adore, groupe un peu rock révolutionnaire français. »*

*« Louise Attaque, plein de choses comme ça qui sont un peu cool. »*

*« Ça, c'est typiquement le genre de truc que je n'écoute pas. Ça me fait penser un peu à Aya Nakamura. »*

Il entretient un lien familial avec la scène rock francophone, dont il mentionne plusieurs groupes (No one is innocent, Louise Attaque), mais reste sélectif selon les contextes. Il revendique une fidélité à certains groupes français ancrés dans son histoire musicale, tout en s'écartant de plusieurs productions récentes. Ce rejet plus marqué vise les tendances perçues comme trop commerciales ou peu novatrices (par exemple, la musique associée à Aya Nakamura). Il ne disqualifie pas pour autant toute la francophonie : au contraire, il souligne sa longue fréquentation de divers artistes rock et hip hop francophones, revalorisés via ses playlists et l'ambiance qu'il souhaite instaurer (notamment au travail). Loin de récuser la variété française en bloc, il apprécie des textes qu'il juge plus élaborés, soulignant une exigence artistique et un attachement à l'originalité. Selon lui, la langue française peut exprimer une énergie particulière, pour peu que la démarche créative demeure sincère.

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« En français, c'est pas par le biais de Deezer. Dans l'ensemble, c'est des redécouvertes. »*

*« Je n'ai jamais arrêté d'écouter un style pour en privilégier un autre. J'ai juste rajouté un style à mon catalogue culturel. »*

*« J'ai 2 playlists qui s'appellent Vrac 1 et 2, c'est ce que j'écoute toute la journée, c'est un mix. »*

Son écoute des musiques francophones ne se cantonne pas à un usage exclusif de Deezer. Selon lui, les découvertes liées à la chanson française s'opèrent plutôt via ses contacts ou à l'occasion de concerts, tandis que Deezer permet de ressusciter d'anciens morceaux oubliés. Lorsqu'il est en boutique, il puise dans des playlists personnelles construites au fil du temps (Vrac 1 et 2), où se mêlent des titres français et internationaux. Ce mode d'enchaînement reflète son goût pour la diversité : il ne cherche pas à abandonner un genre ou une langue, mais à les additionner pour créer un univers sonore large. Ses moments d'écoute s'organisent donc autour d'une cohérence d'ambiances, plus que de catégories strictes : un morceau francophone peut côtoyer une composition plus exotique, l'essentiel étant de coller à l'humeur ou au contexte (matinée dynamique, fin de journée plus apaisée). Ainsi, le français s'inscrit dans un cycle d'écoutes multiples, déterminé par une curiosité constante.

## **Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones**

*« Ça m'arrive beaucoup au magasin, genre les grands yeux qui se mettent à briller en disant : "Putain, j'ai vais faire écouter ça au collègue..." »*

*« Fip propose un panel de musique extrêmement large et très souvent peu connu. Je ne fais que ça en général, j'ai Shazam à portée de main. »*

*« Quand ils proposent leur première partie lors de concerts, c'est toujours cool d'aller checker un petit peu ce qui va se jouer. »*

Le retour soudain d'un titre francophone repose souvent sur le hasard, comme lorsqu'un « vieux morceau » refait surface via Deezer ou la radio et suscite une forte réaction. Son écoute de Fip facilite aussi l'exploration de titres rares, qu'il identifie avec Shazam, avant de creuser l'album ou l'artiste. Au magasin, il associe la redécouverte à une forme de nostalgie : retomber sur une chanson entendue au collège le plonge dans un plaisir immédiat. Au-delà des plateformes de streaming, les concerts demeurent cruciaux : les premières parties ou petits festivals deviennent l'occasion de repérer des groupes français parfois peu médiatisés. Cette approche repose moins sur un algorithme que sur une interaction directe avec l'œuvre et la scène. Il intègre ensuite ces nouveaux coups de cœur à ses playlists ou ses sélections du moment, créant ainsi un cycle de redécouverte permanente. Dans ce cadre, le français n'est ni un critère unique ni un frein : c'est une dimension supplémentaire au milieu de multiples horizons sonores.

## 36. Valérie

**57 ans, Femme [mariée] (France, Périurbain, CSP+), Psychologue, bac+5, plateforme : Deezer.**

Valérie entretient un rapport passionné à la musique. Bercée par les disques de variété française (Joe Dassin, Serge Reggiani) de sa mère et le jazz (Miles Davis) de son père, elle a très tôt intégré la musique à son quotidien. Adolescente, elle assiste à de nombreux concerts – son premier à 8 ans – et se tourne vers le rock anglophone (U2, Bowie) tout en restant fan du groupe français Téléphone. À l'entrée dans l'âge adulte, ses goûts évoluent et elle (re)découvre la chanson française. Aujourd'hui, ses préférences couvrent un large spectre, du jazz au blues/soul récemment découverts, en passant par la variété francophone. La musique accompagne presque tous ses moments de vie, grâce à des dispositifs variés (radio, CD puis streaming sur tablette, enceinte nomade, smartphone en voiture), témoignant d'une adaptation de ses pratiques et dispositifs d'écoute au fil du temps.

### Le rapport à la musique francophone

*« Avec après une évolution qui, qui s'est faite, je dirais en fin d'adolescence, début d'âge adulte vers des chanteurs français. Donc c'est, c'est la période où Vincent Delerm a commencé à, à chanter. Vincent Delerm, beaucoup. Aujourd'hui, je suis, j'écoute en boucle, mais alors quasiment en boucle Feu ! Chatterton. »*

*« Mes amis diraient que mes chanteurs ou ma musique préférée, c'est les chanteurs dépressifs. Je pense que c'est pas faux. »*

*« ... je dirais Bashung, Dominique A, Benjamin Biolay, Vincent Delerm. Après, pour des choses un peu moins tristes, ... Ben Mazué ... Gaël Faye ... c'est pas forcément la joie de vivre non plus, mais ... ce sont des chanteurs que j'apprécie beaucoup. »*

L'enquêtée exprime un attachement croissant à la musique francophone, apparu à l'entrée dans l'âge adulte. Après une adolescence et une vie de jeune adulte dominée par le rock international, un « moment de bascule » s'est produit avec la découverte de Vincent Delerm, qui lui a ouvert l'univers de la variété française. Depuis, elle plébiscite de nombreux artistes francophones, en particulier des auteurs-interprètes à l'univers plutôt mélancolique. Elle assume aimer les « *chanteurs dépressifs* » tout en appréciant également des talents dont les textes la touchent. Sa préférence va ainsi vers une chanson française à textes et à l'ambiance intimiste, quitte à ce que « *ça ne respire pas la joie de vivre* ». Néanmoins, son enthousiasme pour Feu ! Chatterton (groupe qu'elle écoute en boucle) montre qu'elle sait aussi apprécier la scène française contemporaine. Elle ne rejette pas la musique francophone plus grand public, mais l'aborde souvent par le biais de son entourage : par exemple, elle n'aurait pas spontanément écouté du rap ou certains jeunes artistes pop francophones sans les recommandations de ses proches, qui l'aident à élargir ses goûts.

## Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« J'écoute principalement France Inter... je suis assez fan de leurs playlists... j'aime assez ce qu'ils diffusent comme musique. »*

*« Depuis que j'ai Deezer, ça a changé ma façon d'écouter la musique... avant, j'avais les CD... maintenant je lance Deezer sur la tablette et puis je me promène avec l'enceinte. »*

*« Quand je cuisine, quand je fais du ménage, ... c'est presque tout le temps. Quand je conduis, il y en a tout le temps... selon l'heure, ça peut être la radio, mais sinon, c'est de la musique... À la maison, ... quasiment tout le temps en fait. »*

La musique – y compris francophone – s'insère dans tous les moments du quotidien de l'enquêtée. Elle déclare en écouter *« presque tout le temps »* : lors des activités domestiques (cuisine, ménage), dès le réveil, et en voiture. Ses journées sont rythmées par une alternance entre la radio (notamment France Inter, qu'elle affectionne pour sa sélection musicale) et ses propres contenus en streaming. La radio lui permet d'entendre des titres francophones variés au gré des programmes, tandis que pour les trajets plus longs ou les moments de détente à la maison, elle privilégie la musique qu'elle a déjà sélectionnée. Son passage du CD au streaming (Deezer) a considérablement élargi les contextes d'écoute : désormais, elle peut diffuser ses morceaux partout chez elle via une tablette connectée à une enceinte portable, et utiliser son smartphone en Bluetooth dans la voiture pour écouter ses playlists ou titres favoris. Elle n'associe pas un genre particulier à chaque activité, mais choisit en fonction de son envie du moment. Ainsi, un artiste francophone qu'elle affectionne peut aussi bien l'accompagner en fond sonore lors d'une tâche que faire l'objet d'une écoute active quand un morceau la touche particulièrement.

## Les modalités de (re)découverte d'artistes ou morceaux francophones

*« Je crois qu'il se passe pas une semaine sans qu'il m'envoie un lien pour écouter quelque chose ... Ça me fait découvrir des choses que je ne connaîtrais pas du tout sans lui. »*

*« Gaël Faye, ... je l'ai découvert par une amie qui m'a fait écouter ... un morceau de Gaël Faye. »*

*« Elle était sur Inter un matin ... Ils ont passé cette chanson et ça m'a beaucoup touché. »*

La découverte de nouveaux talents francophones s'effectue avant tout via le réseau personnel de l'enquêtée. Son fils, mélomane lui envoie presque chaque semaine des liens vers des chansons, la poussant vers des genres qu'elle n'aurait pas explorés d'elle-même – elle a ainsi découvert le rappeur *The Doug*. Ses filles l'ouvrent également à la jeune scène française en l'accompagnant à des concerts d'artistes actuels (tels Hoshi ou Suzanne) qu'elle n'aurait pas spontanément choisis, mais dont elle savoure la découverte sur scène. Les amis contribuent aussi : un copain lui a fait découvrir Vincent Delerm (déclenchant son attrait pour la chanson française) et une amie lui a fait connaître Gaël Faye en partageant un titre marquant. En parallèle, les médias et outils

numériques jouent un rôle précieux : la radio (France Inter) lui a fait entendre par hasard une chanson d'Hoshi qui l'a beaucoup touchée, tandis que les fonctionnalités de recommandation de Deezer (par exemple le Flow ou le mix famille) lui suggèrent régulièrement de nouveaux artistes francophones. Il lui arrive enfin de redécouvrir un artiste sous un nouvel angle – par exemple Gaël Faye, qu'elle connaissait d'abord comme écrivain avant de l'apprécier en tant que chanteur. Ainsi, grâce à ces multiples canaux de découverte, elle élargit sans cesse son répertoire musical francophone.

## 37. Xavier

**30 ans, Homme [en couple] (Québec, Urbain, CSP~), Employé de banque, DEC, plateforme : Spotify.**

Issu d'une famille de grands mélomanes collectionneurs de vinyles, Xavier a baigné dans la musique depuis son plus jeune âge. Chaque jour, il consacre du temps à de l'écoute diversifiée, du rock au classique, en passant par le prog, l'électro ou le jazz – du moment que « *quand c'est bon, c'est bon* ». Ses pratiques d'écoute ont évolué avec le temps : adolescent, il profite du téléchargement (Pirate Bay) et de son iPod, avant d'adopter le streaming (Spotify, YouTube) sans jamais abandonner sa passion des disques vinyles. Curieux insatiable, il aime être surpris par des sons inédits et n'écarte aucun style a priori. En revanche, il se montre critique envers la musique trop formatée ou commerciale : il déplore par exemple la pauvreté de la pop moderne ou du rap grand public, qu'il oppose à la sincérité et la richesse musicale de morceaux plus anciens ou atypiques.

### Le rapport à la musique francophone

*« Mais moi, je suis beaucoup plus francophone. Ça me touche plus en français. Je trouve ça plus beau. L'anglais, je trouve ça laid. »*

*« Je dis pas que j'aime pas l'anglais. Mais je priorise le français, surtout dans la lecture et dans la musique. »*

*« Genre Boris Vian, Édith Piaf, Jacques Brel, tout ce que tu veux, toute la vieille chanson française, ça, c'est ce que j'aime mieux en français. L'équivalent en anglais, ça me parle pas. »*

Xavier explique que les chansons en français le « touchent » davantage. Ce positionnement très affirmé ne signifie pas un rejet total de la musique anglophone : il nuance en affirmant ne *pas détester* l'anglais, mais simplement donner la priorité au français dans ses habitudes culturelles, notamment pour la musique. Son attachement au contenu francophone s'est construit progressivement. S'il admet ne pas avoir toujours eu cette fibre (dans sa jeunesse, il souhaitait apprendre l'anglais et écoutait davantage en anglais), il a finalement réalisé préférer la sonorité et la richesse d'expression du français. Aujourd'hui, Xavier affectionne particulièrement la chanson française traditionnelle et poétique – citant des artistes comme Boris Vian, Édith Piaf ou Jacques Brel – pour lesquels il ne trouve pas d'équivalent satisfaisant du côté anglophone. La vieille variété et le répertoire francophone classique occupent ainsi une place de choix dans ses écoutes, bien plus que leurs contreparties en anglais qui « ne [lui] parlent pas ».

### Les contextes d'écoute de la musique francophone

*« Pour moi, c'est juste... Ça fait partie de moi, de ma vie, de ce que j'écoute en général. Puis peut-être que vu que j'en écoute plus, il m'en pousse plus. Donc c'est juste ça qu'il me donne. »*

*« Pour travailler, ouais. Je suis sur Spotify quand je travaille. Il y a beaucoup de choses “on the ground” bizarres sur Spotify. C’est vraiment bon. C’est la seule plateforme de streaming que j’ai, ça pis YouTube. »*

*« Si c’est vraiment bon sur le vinyle, puis j’ai envie de l’écouter, mais je ne suis pas à la maison, je vais l’écouter sur Spotify. »*

La musique francophone fait partie intégrante du quotidien de Xavier, sans qu’il ne lui réserve de moments spécifiques : du matin au soir, au même titre que le reste de sa consommation musicale. Travaillant à domicile, il écoute de la musique en permanence pendant ses activités professionnelles. Ne pouvant utiliser sa chaîne hi-fi dans son bureau, il s’appuie alors sur des dispositifs « contemporains » – un casque à réduction de bruit et Spotify – pour profiter de ses morceaux francophones tout en restant concentré. Hors du travail, ce passionné alterne les supports en fonction des situations. Chez lui, il privilégie l’écoute sur vinyle, un format qu’il affectionne pour sa qualité sonore et l’aspect physique de la collection. En déplacement ou en l’absence de son matériel, il n’hésite pas à basculer vers le streaming: s’il tient particulièrement à un album francophone qu’il possède en vinyle, il ira volontiers le streamer sur Spotify. De manière générale, la musique francophone l’accompagne partout où il va – y compris lors de ses trajets (par exemple en métro) – et s’intègre naturellement à tous ses contextes de vie, plutôt que d’être confinée à une occasion précise.

## **Les modalités de (re)découverte d’artistes ou morceaux francophones**

*« Je ne prends pas leur considération. Je vois sur ce que j’aime pis en bas du groupe, il y a genre “fans also like”. Ça, c’est ça que je prends. »*

*« Vinyle. Au magasin. Magasin de vinyles. Je l’ai acheté, puis j’ai écouté, puis c’est vraiment bon. »*

*« Fait que, mettons, le choix numéro un, ça va être peut-être Spotify, après YouTube, si tu le trouves pas, pis après vinyle. »*

Xavier exploite les ressources des plateformes de streaming mais à sa manière : plutôt que de se fier aveuglément aux algorithmes de recommandation, il préfère parcourir Spotify en cliquant sur les sections du type « *fans also like* » associées aux artistes qu’il apprécie déjà. Cette exploration guidée par ses propres goûts lui a permis d’enrichir sa bibliothèque francophone avec des groupes moins connus. Par exemple, il mentionne la découverte récente de formations de rock progressif québécois des années 70 telles que *Opus 5* ou *La Révolution Française* grâce à ces recherches sur Spotify (complétées par YouTube lorsque nécessaire). Parallèlement, sa passion pour le vinyle reste un vecteur important de découvertes. Il n’hésite pas à fouiller dans sa collection héritée ou dans les bacs de seconde main chez les disquaires. Enfin, lorsqu’un morceau francophone l’attire mais qu’il est difficile à trouver en ligne – certains titres de niche n’étant pas disponibles sur Spotify – il fera preuve de persévérance : il explorera YouTube pour les versions numérisées de ces raretés, et si besoin ira jusqu’à acheter le vinyle original.

## Annexe 2 - Tableaux

Tableau A0 - Profils socio-démographiques des enquêtés

| Pseudo-nyme | Age | Genre | Pays   | Type de résidence | lieu de résidence | Situation familiale | Niveau de diplôme       | Profession                              | CSP   | Plate-forme |
|-------------|-----|-------|--------|-------------------|-------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------------------------|-------|-------------|
| Florian     | 30  | Homme | France | Non mentionné     |                   | En couple           | bac +5                  | Chef de projet digital                  | CSP~  | Deezer      |
| Richard     | 68  | Homme | Québec | Périurbain        |                   | En couple           | DEC                     | Retraite (hôtellerie)                   | CSP~  | Spotify     |
| Brigitte    | 66  | Femme | France | Périurbain        |                   | Mariée              | bac +2                  | Retraitée                               | CSP~  | Deezer      |
| Valerie     | 57  | Femme | France | Périurbain        |                   | Mariée              | bac +5                  | Psychologue                             | CSP+  | Deezer      |
| France      | 57  | Femme | Québec | Périurbain        |                   | Marié               | Maîtrise                | Directrice école secondaire             | CSP+  | Spotify     |
| Geneviève   | 56  | Femme | France | Périurbain        |                   | Célibataire         | bac +3                  | Représentant e en matériels industriels | CSP~  | Deezer      |
| Maïté       | 44  | Femme | France | Périurbain        |                   | En couple           | NA                      | Coordonnatrice université               | CSP~  | Spotify     |
| Julien      | 38  | Homme | France | Périurbain        |                   | Célibataire         | École d'art/d'animation | R&D graphisme/cinéma                    | CSP+  | Spotify     |
| Bruno       | 37  | Homme | Québec | Périurbain        |                   | En couple           | Bac                     | Évaluation immobilière                  | CSP~  | Spotify     |
| Patrick     | 35  | Homme | France | Périurbain        |                   | En couple           | École d'ingénieur       | Chômage                                 | CSP~  | Spotify     |
| Francois    | 30  | Homme | France | Périurbain        |                   | Célibataire         | Bacc+5                  | Chômage                                 | CSP~  | Spotify     |
| Romane      | 24  | Femme | France | Périurbain        |                   | En couple           | bac +5                  | Etudiante (droit)                       | CSP+  | Deezer      |
| Alicia      | 22  | Femme | France | Périurbain        |                   | Non mentionné       | bac +3                  | Étudiante (Biologie)                    | CSP - | Deezer      |
| Laurence    | 51  | Femme | France | Rural             |                   | Célibataire         | bac +4                  | Hypnothérapeute                         | CSP~  | Deezer      |
| Guillaume   | 36  | Homme | France | Rural             |                   | Marié               | bac +5                  | Illustrateur                            | CSP~  | Deezer      |
| Damien      | 30  | Homme | France | Rural             |                   | En couple           | bac +5                  | Chargé de mission dév. économique       | CSP~  | Deezer      |

|           |    |       |        |        |             |                   |                                   |      |               |
|-----------|----|-------|--------|--------|-------------|-------------------|-----------------------------------|------|---------------|
| Maxime    | 22 | Homme | France | Rural  | Célibataire | CAP               | Chocolatier-pâtissier             | CSP- | Deezer        |
| Antoine   | 19 | Homme | Québec | Rural  | En couple   | Secondaire        | Étudiante cégep (administration)  | CSP- | Apple Music   |
| Laura     | 64 | Femme | France | Urbain | Célibataire | École d'ingénieur | Retraité (ingénieur)              | CSP+ | Spotify       |
| Sébastien | 44 | Homme | Québec | Urbain | Marié       | Bac               | Rédacteur-pigiste                 | CSP~ | Spotify       |
| Josée     | 40 | Femme | Québec | Urbain | Célibataire | DEP               | Courtier assurance                | CSP~ | YouTube Music |
| Sylvain   | 36 | Homme | France | Urbain | En couple   | DNB               | Responsable de magasin            | CSP~ | Deezer        |
| Clodia    | 36 | Femme | Québec | Urbain | Marié       | Bac               | Évaluation immobilière            | CSP~ | Spotify       |
| Nolan     | 34 | Homme | Québec | Urbain | En couple   | Maîtriste         | Designer UX                       | CSP+ | Spotify       |
| Océane    | 30 | Femme | Québec | Urbain | Célibataire | Bac               | Étudiante maîtrise (sociologie)   | CSP~ | Spotify       |
| Xavier    | 30 | Homme | Québec | Urbain | En couple   | DEC               | Employé de banque                 | CSP~ | Spotify       |
| Mireille  | 29 | Femme | Québec | Urbain | Célibataire | Maîtriste         | Travailleuse sociale              | CSP~ | Spotify       |
| John      | 28 | Homme | Québec | Urbain | Célibataire | Maîtriste         | Chômage/enseignant cégep          | CSP- | Apple Music   |
| Eloïse    | 28 | Femme | France | Urbain | Célibataire | bac +5            | Psychologue                       | CSP+ | Deezer        |
| Solène    | 28 | Femme | France | Urbain | Célibataire | bac +5            | Architecte                        | CSP+ | Deezer        |
| Charlène  | 24 | Femme | Québec | Urbain | Célibataire | Bac               | Étudiante maîtrise (criminologie) | CSP~ | Spotify       |
| Émile     | 24 | Homme | France | Urbain | En couple   | Bac               | Étudiant (droit)                  | CSP+ | Spotify       |
| Romain    | 22 | Homme | France | Urbain | Célibataire | bac +3            | Assistant social                  | CSP- | Deezer        |
| Hermine   | 22 | Femme | France | Urbain | En couple   | bac +4            | Étudiante (communication)         | CSP- | Deezer        |

|         |    |       |        |        |             |            |                                            |       |                |
|---------|----|-------|--------|--------|-------------|------------|--------------------------------------------|-------|----------------|
| Fanny   | 20 | Femme | France | Urbain | En couple   | bac +3     | Étudiante<br>(science<br>politique)        | CSP - | Deezer         |
| Maude   | 18 | Femme | Québec | Urbain | Célibataire | Secondaire | Étudiante<br>cégep (shs)                   | CSP~  | Apple<br>Music |
| Laurent | 40 | Homme | Québec | Urban  | En couple   | Maîtriste  | Chargé projet<br>numérique<br>bibliothèque | CSP+  | Spotify        |

*Tableau A1 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction du lieu de production (recommandations non réécoutées)*

| <b>Préf. locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0034         | 0,0015            | 0,00           | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0113         | 0,0028            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0073         | 0,0016            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0132         | 0,0033            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0057         | 0,0020            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0095         | 0,0019            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0332         | 0,0061            | 0,00           | 0,00       | 0,30       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0421         | 0,0057            | 0,05           | 0,00       | 0,25       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0377         | 0,0042            | 0,00           | 0,00       | 0,30       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,3261         | 0,0149            | 0,35           | 0,00       | 0,65       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,3330         | 0,0154            | 0,35           | 0,05       | 0,80       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,3296         | 0,0107            | 0,35           | 0,00       | 0,80       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,3638         | 0,0125            | 0,35           | 0,05       | 0,70       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3362         | 0,0118            | 0,35           | 0,10       | 0,60       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,3500         | 0,0086            | 0,35           | 0,05       | 0,70       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,3239         | 0,0117            | 0,30           | 0,05       | 0,60       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,3279         | 0,0122            | 0,35           | 0,05       | 0,65       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,3259         | 0,0084            | 0,35           | 0,05       | 0,65       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,4989         | 0,0161            | 0,50           | 0,00       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,4996         | 0,0169            | 0,50           | 0,05       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,4993         | 0,0117            | 0,50           | 0,00       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,5364         | 0,0140            | 0,55           | 0,15       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,5064         | 0,0135            | 0,50           | 0,25       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,5214         | 0,0098            | 0,55           | 0,15       | 0,85       |

|     |    |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,4725 | 0,0131 | 0,45 | 0,15 | 0,75 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,4782 | 0,0143 | 0,50 | 0,20 | 0,80 |
| 0,6 | US | Total | 0,4754 | 0,0097 | 0,45 | 0,15 | 0,80 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,8159 | 0,0179 | 0,85 | 0,40 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,8009 | 0,0170 | 0,80 | 0,35 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,8084 | 0,0124 | 0,85 | 0,35 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,8855 | 0,0103 | 0,90 | 0,60 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,8488 | 0,0099 | 0,85 | 0,65 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,8671 | 0,0073 | 0,90 | 0,60 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,7595 | 0,0126 | 0,75 | 0,45 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,7680 | 0,0122 | 0,75 | 0,45 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,7638 | 0,0088 | 0,75 | 0,45 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs n'ayant pas suivi les recommandations.

*Tableau A2 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction de la langue (recommandations non réécoutées)*

| <b>Préf. locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0007         | 0,0007            | 0,00           | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0036         | 0,0016            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0021         | 0,0009            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0030         | 0,0014            | 0,00           | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0077         | 0,0025            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0054         | 0,0015            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0495         | 0,0087            | 0,00           | 0,00       | 0,40       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0284         | 0,0043            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0389         | 0,0049            | 0,00           | 0,00       | 0,40       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,3755         | 0,0123            | 0,40           | 0,00       | 0,65       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,3668         | 0,0130            | 0,35           | 0,10       | 0,75       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,3712         | 0,0089            | 0,35           | 0,00       | 0,75       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,3666         | 0,0124            | 0,35           | 0,10       | 0,70       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3468         | 0,0115            | 0,35           | 0,15       | 0,65       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,3567         | 0,0085            | 0,35           | 0,10       | 0,70       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,4073         | 0,0129            | 0,40           | 0,15       | 0,75       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,3927         | 0,0123            | 0,40           | 0,10       | 0,75       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,4000         | 0,0090            | 0,40           | 0,10       | 0,75       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,5564         | 0,0127            | 0,55           | 0,25       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,5504         | 0,0127            | 0,55           | 0,25       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,5534         | 0,0090            | 0,55           | 0,25       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,5391         | 0,0141            | 0,55           | 0,15       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,5193         | 0,0135            | 0,50           | 0,25       | 0,80       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,5292         | 0,0098            | 0,55           | 0,15       | 0,85       |

|     |    |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,5657 | 0,0132 | 0,55 | 0,30 | 0,85 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,5755 | 0,0108 | 0,55 | 0,35 | 0,85 |
| 0,6 | US | Total | 0,5706 | 0,0085 | 0,55 | 0,30 | 0,85 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,9434 | 0,0069 | 0,95 | 0,75 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,9159 | 0,0085 | 0,95 | 0,60 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,9296 | 0,0056 | 0,95 | 0,60 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,8991 | 0,0100 | 0,90 | 0,55 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,8962 | 0,0084 | 0,90 | 0,70 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,8977 | 0,0065 | 0,90 | 0,55 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,9279 | 0,0072 | 0,95 | 0,70 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,9329 | 0,0066 | 0,95 | 0,65 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,9304 | 0,0049 | 0,95 | 0,65 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs n'ayant pas suivi les recommandations.

*Tableau A3 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction du lieu de production et de la langue (recommandations non réécoutées)*

| <b>Préf. locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0000         | 0,0000            | 0,000          | 0,00       | 0,00       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0018         | 0,0011            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0009         | 0,0005            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0021         | 0,0012            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0034         | 0,0016            | 0,000          | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0028         | 0,0010            | 0,000          | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0198         | 0,0053            | 0,000          | 0,00       | 0,25       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0034         | 0,0015            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0116         | 0,0028            | 0,000          | 0,00       | 0,25       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,3059         | 0,0148            | 0,300          | 0,00       | 0,65       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,3068         | 0,0150            | 0,300          | 0,05       | 0,75       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,3063         | 0,0105            | 0,300          | 0,00       | 0,75       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,3398         | 0,0122            | 0,350          | 0,05       | 0,70       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3002         | 0,0112            | 0,300          | 0,10       | 0,55       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,3200         | 0,0085            | 0,300          | 0,05       | 0,70       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,2854         | 0,0115            | 0,300          | 0,05       | 0,55       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,2743         | 0,0121            | 0,250          | 0,05       | 0,60       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,2798         | 0,0084            | 0,250          | 0,05       | 0,60       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,4675         | 0,0159            | 0,450          | 0,00       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,4638         | 0,0166            | 0,450          | 0,05       | 0,85       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,4656         | 0,0115            | 0,450          | 0,00       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,5018         | 0,0140            | 0,500          | 0,15       | 0,85       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,4529         | 0,0141            | 0,450          | 0,15       | 0,80       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,4773         | 0,0101            | 0,500          | 0,15       | 0,85       |

|     |    |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,4216 | 0,0133 | 0,400 | 0,15 | 0,70 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,4173 | 0,0140 | 0,400 | 0,05 | 0,80 |
| 0,6 | US | Total | 0,4195 | 0,0096 | 0,400 | 0,05 | 0,80 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,7741 | 0,0183 | 0,800 | 0,35 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,7550 | 0,0177 | 0,775 | 0,30 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,7646 | 0,0127 | 0,800 | 0,30 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,8291 | 0,0116 | 0,850 | 0,50 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,7820 | 0,0114 | 0,800 | 0,50 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,8055 | 0,0083 | 0,800 | 0,50 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,6975 | 0,0136 | 0,700 | 0,35 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,7084 | 0,0134 | 0,700 | 0,40 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,7029 | 0,0096 | 0,700 | 0,35 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs n'ayant pas suivi les recommandations.

*Tableau A4 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction du lieu de production (recommandations réécoutées)*

| <b>Préf. locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0080         | 0,0026            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0184         | 0,0045            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0132         | 0,0026            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0109         | 0,0031            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0082         | 0,0023            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0096         | 0,0019            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0802         | 0,0153            | 0,05           | 0,00       | 0,75       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0759         | 0,0105            | 0,05           | 0,00       | 0,55       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0780         | 0,0093            | 0,05           | 0,00       | 0,75       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,2866         | 0,0293            | 0,25           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,2277         | 0,0227            | 0,20           | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,2571         | 0,0186            | 0,25           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,2950         | 0,0250            | 0,30           | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3379         | 0,0251            | 0,35           | 0,00       | 0,95       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,3164         | 0,0178            | 0,35           | 0,00       | 0,95       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,3432         | 0,0217            | 0,35           | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,3057         | 0,0189            | 0,30           | 0,00       | 0,80       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,3245         | 0,0145            | 0,30           | 0,00       | 0,90       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,4986         | 0,0303            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,4348         | 0,0289            | 0,45           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,4667         | 0,0211            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,4582         | 0,0260            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,4798         | 0,0259            | 0,50           | 0,00       | 0,95       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,4690         | 0,0184            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |

|     |    |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,4823 | 0,0228 | 0,50 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,4582 | 0,0247 | 0,45 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Total | 0,4703 | 0,0168 | 0,50 | 0,00 | 0,95 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,6893 | 0,0342 | 0,75 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,7714 | 0,0280 | 0,85 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,7304 | 0,0223 | 0,80 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,8418 | 0,0206 | 0,90 | 0,05 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,7925 | 0,0175 | 0,85 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,8171 | 0,0136 | 0,85 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,7241 | 0,0165 | 0,75 | 0,20 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,7439 | 0,0154 | 0,75 | 0,35 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,7340 | 0,0113 | 0,75 | 0,20 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs ayant suivi les recommandations.

*Tableau A5 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction de la langue (recommandations réécoutées)*

| <b>Préf. locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0064         | 0,0023            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0052         | 0,0019            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0058         | 0,0015            | 0,00           | 0,00       | 0,10       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0070         | 0,0023            | 0,00           | 0,00       | 0,15       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0086         | 0,0027            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0078         | 0,0018            | 0,00           | 0,00       | 0,20       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0891         | 0,0193            | 0,05           | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0543         | 0,0074            | 0,05           | 0,00       | 0,30       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0717         | 0,0104            | 0,05           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,3345         | 0,0294            | 0,35           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,2893         | 0,0248            | 0,30           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,3119         | 0,0193            | 0,35           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,3070         | 0,0273            | 0,30           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3679         | 0,0288            | 0,35           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,3374         | 0,0200            | 0,35           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,4470         | 0,0255            | 0,40           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,3539         | 0,0211            | 0,35           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,4004         | 0,0170            | 0,40           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,5657         | 0,0282            | 0,60           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,5414         | 0,0299            | 0,55           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,5536         | 0,0206            | 0,55           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,4980         | 0,0278            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,5257         | 0,0281            | 0,55           | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,5119         | 0,0198            | 0,55           | 0,00       | 1,00       |

|     |    |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,6196 | 0,0284 | 0,60 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,5755 | 0,0313 | 0,60 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Total | 0,5976 | 0,0212 | 0,60 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,9288 | 0,0141 | 0,95 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,8987 | 0,0160 | 0,95 | 0,10 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,9138 | 0,0107 | 0,95 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,8750 | 0,0194 | 0,90 | 0,10 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,8793 | 0,0100 | 0,90 | 0,55 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,8771 | 0,0109 | 0,90 | 0,10 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,9314 | 0,0096 | 0,95 | 0,45 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,9332 | 0,0084 | 0,95 | 0,50 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,9323 | 0,0064 | 0,95 | 0,45 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs ayant suivi les recommandations.

*Tableau A6 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations locales en fonction du lieu de production et de la langue (recommandations réécoutées)*

| <b>Pref. Locale</b> | <b>Région</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-type</b> | <b>Mediane</b> | <b>Min</b> | <b>Max</b> |
|---------------------|---------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                 | QC            | Non                          | 0,0000         | 0,0000            | 0,000          | 0,00       | 0,00       |
| 0,0                 | QC            | Oui                          | 0,0014         | 0,0010            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | QC            | Total                        | 0,0007         | 0,0005            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Non                          | 0,0025         | 0,0013            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Oui                          | 0,0029         | 0,0014            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | FR            | Total                        | 0,0027         | 0,0009            | 0,000          | 0,00       | 0,05       |
| 0,0                 | US            | Non                          | 0,0446         | 0,0124            | 0,000          | 0,00       | 0,75       |
| 0,0                 | US            | Oui                          | 0,0186         | 0,0049            | 0,000          | 0,00       | 0,25       |
| 0,0                 | US            | Total                        | 0,0316         | 0,0067            | 0,000          | 0,00       | 0,75       |
| 0,4                 | QC            | Non                          | 0,2670         | 0,0285            | 0,250          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | QC            | Oui                          | 0,2045         | 0,0217            | 0,200          | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | QC            | Total                        | 0,2357         | 0,0181            | 0,200          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                 | FR            | Non                          | 0,2738         | 0,0240            | 0,300          | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | FR            | Oui                          | 0,3089         | 0,0242            | 0,300          | 0,00       | 0,85       |
| 0,4                 | FR            | Total                        | 0,2913         | 0,0171            | 0,300          | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | US            | Non                          | 0,3046         | 0,0215            | 0,300          | 0,00       | 0,90       |
| 0,4                 | US            | Oui                          | 0,2475         | 0,0190            | 0,250          | 0,00       | 0,80       |
| 0,4                 | US            | Total                        | 0,2761         | 0,0145            | 0,250          | 0,00       | 0,90       |
| 0,6                 | QC            | Non                          | 0,4711         | 0,0305            | 0,450          | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Oui                          | 0,4061         | 0,0282            | 0,450          | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | QC            | Total                        | 0,4386         | 0,0209            | 0,450          | 0,00       | 1,00       |
| 0,6                 | FR            | Non                          | 0,4346         | 0,0254            | 0,450          | 0,00       | 0,95       |
| 0,6                 | FR            | Oui                          | 0,4420         | 0,0247            | 0,450          | 0,00       | 0,95       |
| 0,6                 | FR            | Total                        | 0,4383         | 0,0177            | 0,450          | 0,00       | 0,95       |

|     |    |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,6 | US | Non   | 0,4438 | 0,0234 | 0,450 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Oui   | 0,4089 | 0,0253 | 0,400 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Total | 0,4263 | 0,0173 | 0,450 | 0,00 | 0,95 |
| 1,0 | QC | Non   | 0,6550 | 0,0336 | 0,750 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui   | 0,7289 | 0,0277 | 0,800 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Total | 0,6920 | 0,0220 | 0,750 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non   | 0,7936 | 0,0211 | 0,850 | 0,05 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Oui   | 0,7348 | 0,0175 | 0,750 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Total | 0,7642 | 0,0139 | 0,800 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | US | Non   | 0,6723 | 0,0163 | 0,700 | 0,20 | 1,00 |
| 1,0 | US | Oui   | 0,6986 | 0,0159 | 0,700 | 0,30 | 1,00 |
| 1,0 | US | Total | 0,6854 | 0,0114 | 0,700 | 0,20 | 1,00 |

Champs : comprend les recommandations produites pour les 480 utilisateurs fictifs ayant suivi les recommandations.

*Tableau A7 – Statistiques descriptives de la variable Part de recommandations non locales en fonction du lieu de production*

| <b>Pref locale</b> | <b>Région</b> | <b>Suivi des recommandations</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-Type</b> | <b>Médiane</b> | <b>min</b> | <b>max</b> |
|--------------------|---------------|----------------------------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                | QC            | Non                              | Non                          | 0,7368         | 0,0110            | 0,75           | 0,40       | 0,95       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,8446         | 0,0103            | 0,85           | 0,55       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Total                        | 0,7907         | 0,0088            | 0,80           | 0,40       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,6988         | 0,0176            | 0,70           | 0,15       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,8045         | 0,0156            | 0,85           | 0,40       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,7516         | 0,0125            | 0,75           | 0,15       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Non                          | 0,7682         | 0,0110            | 0,75           | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Oui                          | 0,7550         | 0,0127            | 0,75           | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Total                        | 0,7616         | 0,0084            | 0,75           | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Non                          | 0,6938         | 0,0189            | 0,70           | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Oui                          | 0,6948         | 0,0188            | 0,75           | 0,15       | 0,95       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Total                        | 0,6943         | 0,0133            | 0,70           | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Non                          | 0,8964         | 0,0110            | 0,90           | 0,55       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Oui                          | 0,8555         | 0,0099            | 0,85           | 0,60       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Total                        | 0,8760         | 0,0076            | 0,90           | 0,55       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Non                          | 0,8043         | 0,0241            | 0,85           | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Oui                          | 0,7825         | 0,0166            | 0,80           | 0,25       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Total                        | 0,7934         | 0,0147            | 0,85           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | CA            | Non                              | Non                          | 0,4550         | 0,0133            | 0,45           | 0,20       | 0,80       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,5209         | 0,0128            | 0,50           | 0,20       | 0,85       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Total                        | 0,4879         | 0,0096            | 0,50           | 0,20       | 0,85       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,4691         | 0,0243            | 0,45           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,5727         | 0,0222            | 0,55           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,5209         | 0,0170            | 0,50           | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Non                          | 0,4602         | 0,0132            | 0,45           | 0,20       | 0,75       |

|     |    |     |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,4 | FR | Non | Oui   | 0,4805 | 0,0137 | 0,50 | 0,10 | 0,75 |
| 0,4 | FR | Non | Total | 0,4704 | 0,0095 | 0,45 | 0,10 | 0,75 |
| 0,4 | FR | Oui | Non   | 0,4873 | 0,0241 | 0,45 | 0,05 | 1,00 |
| 0,4 | FR | Oui | Oui   | 0,4361 | 0,0235 | 0,45 | 0,00 | 0,95 |
| 0,4 | FR | Oui | Total | 0,4617 | 0,0169 | 0,45 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Non | Non   | 0,5330 | 0,0133 | 0,55 | 0,20 | 0,80 |
| 0,4 | US | Non | Oui   | 0,5059 | 0,0126 | 0,50 | 0,15 | 0,85 |
| 0,4 | US | Non | Total | 0,5195 | 0,0092 | 0,50 | 0,15 | 0,85 |
| 0,4 | US | Oui | Non   | 0,4780 | 0,0258 | 0,50 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Oui | Oui   | 0,5130 | 0,0207 | 0,55 | 0,00 | 0,95 |
| 0,4 | US | Oui | Total | 0,4955 | 0,0166 | 0,50 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Non | Non   | 0,3088 | 0,0121 | 0,30 | 0,05 | 0,55 |
| 0,6 | QC | Non | Oui   | 0,3577 | 0,0123 | 0,35 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | QC | Non | Total | 0,3332 | 0,0089 | 0,35 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | QC | Oui | Non   | 0,2779 | 0,0185 | 0,30 | 0,00 | 0,75 |
| 0,6 | QC | Oui | Oui   | 0,3745 | 0,0234 | 0,35 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Oui | Total | 0,3262 | 0,0154 | 0,30 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | FR | Non | Non   | 0,3195 | 0,0119 | 0,30 | 0,05 | 0,60 |
| 0,6 | FR | Non | Oui   | 0,3379 | 0,0136 | 0,35 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | FR | Non | Total | 0,3287 | 0,0091 | 0,30 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | FR | Oui | Non   | 0,3393 | 0,0203 | 0,35 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | FR | Oui | Oui   | 0,3412 | 0,0229 | 0,30 | 0,00 | 0,90 |
| 0,6 | FR | Oui | Total | 0,3403 | 0,0153 | 0,30 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Non | Non   | 0,3702 | 0,0128 | 0,40 | 0,10 | 0,70 |
| 0,6 | US | Non | Oui   | 0,3284 | 0,0110 | 0,35 | 0,00 | 0,60 |
| 0,6 | US | Non | Total | 0,3493 | 0,0086 | 0,35 | 0,00 | 0,70 |
| 0,6 | US | Oui | Non   | 0,3214 | 0,0259 | 0,35 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Oui | Oui   | 0,3286 | 0,0283 | 0,30 | 0,00 | 1,00 |

|     |    |     |       |        |        |      |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|------|------|------|
| 0,6 | US | Oui | Total | 0,3250 | 0,0192 | 0,35 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Non | Non   | 0,0138 | 0,0034 | 0,00 | 0,00 | 0,15 |
| 1,0 | QC | Non | Oui   | 0,0341 | 0,0049 | 0,00 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | QC | Non | Total | 0,0239 | 0,0031 | 0,00 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | QC | Oui | Non   | 0,0345 | 0,0100 | 0,00 | 0,00 | 0,80 |
| 1,0 | QC | Oui | Oui   | 0,0595 | 0,0101 | 0,05 | 0,00 | 0,40 |
| 1,0 | QC | Oui | Total | 0,0470 | 0,0072 | 0,00 | 0,00 | 0,80 |
| 1,0 | FR | Non | Non   | 0,0296 | 0,0057 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | FR | Non | Oui   | 0,0421 | 0,0056 | 0,05 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | FR | Non | Total | 0,0359 | 0,0040 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | FR | Oui | Non   | 0,0593 | 0,0139 | 0,00 | 0,00 | 0,65 |
| 1,0 | FR | Oui | Oui   | 0,0739 | 0,0106 | 0,05 | 0,00 | 0,65 |
| 1,0 | FR | Oui | Total | 0,0666 | 0,0087 | 0,05 | 0,00 | 0,65 |
| 1,0 | US | Non | Non   | 0,0109 | 0,0036 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | US | Non | Oui   | 0,0050 | 0,0021 | 0,00 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Non | Total | 0,0079 | 0,0021 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | US | Oui | Non   | 0,0105 | 0,0031 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | US | Oui | Oui   | 0,0061 | 0,0025 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | US | Oui | Total | 0,0083 | 0,0020 | 0,00 | 0,00 | 0,25 |

*Tableau A8 – Statistiques descriptives Part de recommandations non locales en fonction de la langue*

| <b>Pref locale</b> | <b>Région</b> | <b>Suivi des recommandations</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-Type</b> | <b>Médiane</b> | <b>min</b> | <b>max</b> |
|--------------------|---------------|----------------------------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                | QC            | Non                              | Non                          | 0,9330         | 0,0065            | 0,950          | 0,75       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,9564         | 0,0056            | 0,950          | 0,80       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Total                        | 0,9447         | 0,0044            | 0,950          | 0,75       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,9380         | 0,0067            | 0,950          | 0,75       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,9630         | 0,0056            | 0,975          | 0,65       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,9505         | 0,0045            | 0,950          | 0,65       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Non                          | 0,9327         | 0,0069            | 0,950          | 0,70       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Oui                          | 0,9234         | 0,0069            | 0,950          | 0,75       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Total                        | 0,9280         | 0,0049            | 0,950          | 0,70       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Non                          | 0,9321         | 0,0083            | 0,950          | 0,60       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Oui                          | 0,9275         | 0,0105            | 0,950          | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Total                        | 0,9298         | 0,0067            | 0,950          | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Non                          | 0,8927         | 0,0104            | 0,900          | 0,55       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Oui                          | 0,8912         | 0,0082            | 0,900          | 0,60       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Total                        | 0,8920         | 0,0066            | 0,900          | 0,55       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Non                          | 0,8596         | 0,0205            | 0,900          | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Oui                          | 0,8673         | 0,0112            | 0,900          | 0,40       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Total                        | 0,8635         | 0,0117            | 0,900          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Non                          | 0,5621         | 0,0131            | 0,550          | 0,25       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,5862         | 0,0128            | 0,600          | 0,25       | 0,85       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Total                        | 0,5742         | 0,0092            | 0,600          | 0,25       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,6100         | 0,0306            | 0,600          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,6682         | 0,0260            | 0,650          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,6391         | 0,0202            | 0,600          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | FR            | Non                              | Non                          | 0,5752         | 0,0131            | 0,600          | 0,15       | 0,90       |

|     |    |     |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,4 | FR | Non | Oui   | 0,5693 | 0,0121 | 0,550 | 0,35 | 0,80 |
| 0,4 | FR | Non | Total | 0,5722 | 0,0089 | 0,550 | 0,15 | 0,90 |
| 0,4 | FR | Oui | Non   | 0,6388 | 0,0284 | 0,600 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | FR | Oui | Oui   | 0,5679 | 0,0301 | 0,550 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | FR | Oui | Total | 0,6033 | 0,0208 | 0,600 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Non | Non   | 0,5275 | 0,0132 | 0,550 | 0,25 | 0,80 |
| 0,4 | US | Non | Oui   | 0,5150 | 0,0125 | 0,500 | 0,25 | 0,85 |
| 0,4 | US | Non | Total | 0,5212 | 0,0091 | 0,500 | 0,25 | 0,85 |
| 0,4 | US | Oui | Non   | 0,4961 | 0,0258 | 0,500 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Oui | Oui   | 0,5636 | 0,0218 | 0,550 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Oui | Total | 0,5298 | 0,0171 | 0,550 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Non | Non   | 0,3898 | 0,0122 | 0,400 | 0,15 | 0,70 |
| 0,6 | QC | Non | Oui   | 0,4079 | 0,0121 | 0,400 | 0,15 | 0,65 |
| 0,6 | QC | Non | Total | 0,3988 | 0,0086 | 0,400 | 0,15 | 0,70 |
| 0,6 | QC | Oui | Non   | 0,3964 | 0,0278 | 0,400 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Oui | Oui   | 0,4236 | 0,0295 | 0,400 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Oui | Total | 0,4100 | 0,0203 | 0,400 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | FR | Non | Non   | 0,4004 | 0,0143 | 0,400 | 0,10 | 0,75 |
| 0,6 | FR | Non | Oui   | 0,3936 | 0,0128 | 0,400 | 0,10 | 0,70 |
| 0,6 | FR | Non | Total | 0,3970 | 0,0096 | 0,400 | 0,10 | 0,75 |
| 0,6 | FR | Oui | Non   | 0,4523 | 0,0283 | 0,425 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | FR | Oui | Oui   | 0,4007 | 0,0294 | 0,350 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | FR | Oui | Total | 0,4265 | 0,0205 | 0,400 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Non | Non   | 0,3641 | 0,0123 | 0,350 | 0,10 | 0,70 |
| 0,6 | US | Non | Oui   | 0,3393 | 0,0107 | 0,350 | 0,10 | 0,60 |
| 0,6 | US | Non | Total | 0,3517 | 0,0082 | 0,350 | 0,10 | 0,70 |
| 0,6 | US | Oui | Non   | 0,3266 | 0,0269 | 0,350 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Oui | Oui   | 0,3530 | 0,0309 | 0,325 | 0,00 | 1,00 |

|     |    |     |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,6 | US | Oui | Total | 0,3398 | 0,0205 | 0,350 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Non | Non   | 0,0377 | 0,0058 | 0,000 | 0,00 | 0,25 |
| 1,0 | QC | Non | Oui   | 0,0577 | 0,0072 | 0,050 | 0,00 | 0,30 |
| 1,0 | QC | Non | Total | 0,0477 | 0,0047 | 0,050 | 0,00 | 0,30 |
| 1,0 | QC | Oui | Non   | 0,0545 | 0,0133 | 0,000 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Oui | Oui   | 0,0698 | 0,0127 | 0,050 | 0,00 | 0,85 |
| 1,0 | QC | Oui | Total | 0,0621 | 0,0092 | 0,050 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | FR | Non | Non   | 0,0477 | 0,0081 | 0,000 | 0,00 | 0,35 |
| 1,0 | FR | Non | Oui   | 0,0325 | 0,0046 | 0,000 | 0,00 | 0,15 |
| 1,0 | FR | Non | Total | 0,0401 | 0,0047 | 0,000 | 0,00 | 0,35 |
| 1,0 | FR | Oui | Non   | 0,0771 | 0,0178 | 0,000 | 0,00 | 0,85 |
| 1,0 | FR | Oui | Oui   | 0,0473 | 0,0068 | 0,050 | 0,00 | 0,40 |
| 1,0 | FR | Oui | Total | 0,0622 | 0,0096 | 0,050 | 0,00 | 0,85 |
| 1,0 | US | Non | Non   | 0,0054 | 0,0022 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Non | Oui   | 0,0039 | 0,0017 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Non | Total | 0,0046 | 0,0014 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Oui | Non   | 0,0057 | 0,0029 | 0,000 | 0,00 | 0,30 |
| 1,0 | US | Oui | Oui   | 0,0046 | 0,0021 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | US | Oui | Total | 0,0052 | 0,0018 | 0,000 | 0,00 | 0,30 |

*Tableau A9 – Statistiques descriptives Part de recommandations non locales en fonction du lieu de production et de la langue*

| <b>Pref locale</b> | <b>Région</b> | <b>Suivi des recommandations</b> | <b>Pref. Musique Récente</b> | <b>Moyenne</b> | <b>Ecart-Type</b> | <b>Médiane</b> | <b>min</b> | <b>max</b> |
|--------------------|---------------|----------------------------------|------------------------------|----------------|-------------------|----------------|------------|------------|
| 0,0                | QC            | Non                              | Non                          | 0,6730         | 0,0116            | 0,650          | 0,35       | 0,90       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,8048         | 0,0115            | 0,800          | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Non                              | Total                        | 0,7389         | 0,0098            | 0,750          | 0,35       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,6484         | 0,0172            | 0,650          | 0,15       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,7757         | 0,0162            | 0,800          | 0,35       | 1,00       |
| 0,0                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,7121         | 0,0130            | 0,700          | 0,15       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Non                          | 0,7086         | 0,0120            | 0,700          | 0,40       | 0,95       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Oui                          | 0,6914         | 0,0139            | 0,700          | 0,35       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Non                              | Total                        | 0,7000         | 0,0092            | 0,700          | 0,35       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Non                          | 0,6464         | 0,0190            | 0,650          | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Oui                          | 0,6470         | 0,0192            | 0,675          | 0,15       | 0,95       |
| 0,0                | FR            | Oui                              | Total                        | 0,6467         | 0,0135            | 0,650          | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Non                          | 0,8393         | 0,0119            | 0,850          | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Oui                          | 0,7809         | 0,0112            | 0,800          | 0,50       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Non                              | Total                        | 0,8101         | 0,0085            | 0,800          | 0,45       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Non                          | 0,7566         | 0,0233            | 0,800          | 0,00       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Oui                          | 0,7220         | 0,0164            | 0,750          | 0,20       | 1,00       |
| 0,0                | US            | Oui                              | Total                        | 0,7393         | 0,0143            | 0,750          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Non                          | 0,4009         | 0,0131            | 0,400          | 0,15       | 0,75       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Oui                          | 0,4766         | 0,0129            | 0,500          | 0,20       | 0,80       |
| 0,4                | QC            | Non                              | Total                        | 0,4388         | 0,0097            | 0,450          | 0,15       | 0,80       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Non                          | 0,4221         | 0,0247            | 0,400          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Oui                          | 0,5295         | 0,0235            | 0,500          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | QC            | Oui                              | Total                        | 0,4758         | 0,0176            | 0,450          | 0,00       | 1,00       |
| 0,4                | FR            | Non                              | Non                          | 0,4196         | 0,0131            | 0,400          | 0,10       | 0,70       |

|     |    |     |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,4 | FR | Non | Oui   | 0,4207 | 0,0131 | 0,400 | 0,10 | 0,70 |
| 0,4 | FR | Non | Total | 0,4202 | 0,0093 | 0,400 | 0,10 | 0,70 |
| 0,4 | FR | Oui | Non   | 0,4482 | 0,0253 | 0,450 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | FR | Oui | Oui   | 0,3880 | 0,0243 | 0,400 | 0,00 | 0,95 |
| 0,4 | FR | Oui | Total | 0,4181 | 0,0177 | 0,400 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Non | Non   | 0,4955 | 0,0135 | 0,500 | 0,20 | 0,80 |
| 0,4 | US | Non | Oui   | 0,4502 | 0,0125 | 0,450 | 0,15 | 0,85 |
| 0,4 | US | Non | Total | 0,4729 | 0,0094 | 0,450 | 0,15 | 0,85 |
| 0,4 | US | Oui | Non   | 0,4512 | 0,0250 | 0,500 | 0,00 | 1,00 |
| 0,4 | US | Oui | Oui   | 0,4721 | 0,0199 | 0,500 | 0,00 | 0,85 |
| 0,4 | US | Oui | Total | 0,4617 | 0,0160 | 0,500 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Non | Non   | 0,2684 | 0,0110 | 0,250 | 0,05 | 0,55 |
| 0,6 | QC | Non | Oui   | 0,3216 | 0,0122 | 0,300 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | QC | Non | Total | 0,2950 | 0,0085 | 0,300 | 0,00 | 0,65 |
| 0,6 | QC | Oui | Non   | 0,2477 | 0,0180 | 0,250 | 0,00 | 0,75 |
| 0,6 | QC | Oui | Oui   | 0,3305 | 0,0244 | 0,300 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | QC | Oui | Total | 0,2891 | 0,0155 | 0,250 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | FR | Non | Non   | 0,2841 | 0,0121 | 0,300 | 0,05 | 0,55 |
| 0,6 | FR | Non | Oui   | 0,2843 | 0,0129 | 0,300 | 0,00 | 0,55 |
| 0,6 | FR | Non | Total | 0,2842 | 0,0088 | 0,300 | 0,00 | 0,55 |
| 0,6 | FR | Oui | Non   | 0,3018 | 0,0212 | 0,300 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | FR | Oui | Oui   | 0,2868 | 0,0238 | 0,250 | 0,00 | 0,90 |
| 0,6 | FR | Oui | Total | 0,2943 | 0,0159 | 0,300 | 0,00 | 0,95 |
| 0,6 | US | Non | Non   | 0,3423 | 0,0127 | 0,350 | 0,10 | 0,70 |
| 0,6 | US | Non | Oui   | 0,2952 | 0,0109 | 0,300 | 0,00 | 0,55 |
| 0,6 | US | Non | Total | 0,3188 | 0,0086 | 0,300 | 0,00 | 0,70 |
| 0,6 | US | Oui | Non   | 0,3002 | 0,0250 | 0,300 | 0,00 | 1,00 |
| 0,6 | US | Oui | Oui   | 0,3000 | 0,0271 | 0,300 | 0,00 | 1,00 |

|     |    |     |       |        |        |       |      |      |
|-----|----|-----|-------|--------|--------|-------|------|------|
| 0,6 | US | Oui | Total | 0,3001 | 0,0184 | 0,300 | 0,00 | 1,00 |
| 1,0 | QC | Non | Non   | 0,0071 | 0,0025 | 0,000 | 0,00 | 0,15 |
| 1,0 | QC | Non | Oui   | 0,0079 | 0,0022 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | QC | Non | Total | 0,0075 | 0,0017 | 0,000 | 0,00 | 0,15 |
| 1,0 | QC | Oui | Non   | 0,0200 | 0,0092 | 0,000 | 0,00 | 0,75 |
| 1,0 | QC | Oui | Oui   | 0,0159 | 0,0052 | 0,000 | 0,00 | 0,35 |
| 1,0 | QC | Oui | Total | 0,0179 | 0,0053 | 0,000 | 0,00 | 0,75 |
| 1,0 | FR | Non | Non   | 0,0146 | 0,0041 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | FR | Non | Oui   | 0,0043 | 0,0016 | 0,000 | 0,00 | 0,05 |
| 1,0 | FR | Non | Total | 0,0095 | 0,0023 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | FR | Oui | Non   | 0,0382 | 0,0127 | 0,000 | 0,00 | 0,65 |
| 1,0 | FR | Oui | Oui   | 0,0177 | 0,0047 | 0,000 | 0,00 | 0,30 |
| 1,0 | FR | Oui | Total | 0,0279 | 0,0068 | 0,000 | 0,00 | 0,65 |
| 1,0 | US | Non | Non   | 0,0045 | 0,0021 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Non | Oui   | 0,0030 | 0,0016 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Non | Total | 0,0038 | 0,0013 | 0,000 | 0,00 | 0,10 |
| 1,0 | US | Oui | Non   | 0,0032 | 0,0020 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | US | Oui | Oui   | 0,0030 | 0,0019 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |
| 1,0 | US | Oui | Total | 0,0031 | 0,0014 | 0,000 | 0,00 | 0,20 |

*Tableau A10 – Régressions pour les contenus locaux sans réécoute des recommandations*

| Var. dép. : part de contenu local dans les recommandations – part de contenu local dans les consommations | Lieu de production   |                      |                      | Langue               |                      |                      | Lieu de production x Langue |                      |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|----------------------|
|                                                                                                           | (1)                  | (2)                  | (3)                  | (4)                  | (5)                  | (6)                  | (7)                         | (8)                  | (9)                  |
| FR                                                                                                        | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        | Ref.                 | Ref.                 |
| US                                                                                                        | -0,039***<br>(0,002) | 0,027***<br>(0,004)  | -0,052***<br>(0,003) | 0,035***<br>(0,002)  | 0,034***<br>(0,003)  | 0,037***<br>(0,002)  | -0,051***<br>(0,002)        | 0,008**<br>(0,004)   | -0,062***<br>(0,003) |
| QC                                                                                                        | -0,027***<br>(0,002) | -0,002<br>(0,004)    | -0,043***<br>(0,003) | 0,017***<br>(0,002)  | -0,003<br>(0,003)    | 0,020***<br>(0,002)  | -0,018***<br>(0,002)        | -0,002<br>(0,004)    | -0,037***<br>(0,003) |
| Pref. locale = 0                                                                                          | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        | Ref.                 | Ref.                 |
| Pref. locale = 0.4                                                                                        | -0,081***<br>(0,002) | -0,061***<br>(0,004) | -0,081***<br>(0,002) | -0,041***<br>(0,002) | -0,050***<br>(0,003) | -0,041***<br>(0,002) | -0,102***<br>(0,002)        | -0,086***<br>(0,004) | -0,102***<br>(0,002) |
| Pref. locale = 0.6                                                                                        | -0,125***<br>(0,002) | -0,090***<br>(0,004) | -0,125***<br>(0,002) | -0,066***<br>(0,002) | -0,076***<br>(0,003) | -0,066***<br>(0,002) | -0,156***<br>(0,002)        | -0,127***<br>(0,004) | -0,156***<br>(0,002) |
| Pref. locale = 1                                                                                          | -0,208***<br>(0,002) | -0,141***<br>(0,004) | -0,208***<br>(0,002) | -0,098***<br>(0,002) | -0,107***<br>(0,003) | -0,098***<br>(0,002) | -0,250***<br>(0,002)        | -0,196***<br>(0,004) | -0,250***<br>(0,002) |
| US x pref. Locale = 0.4                                                                                   |                      | -0,050***<br>(0,006) |                      |                      | 0,005<br>(0,005)     |                      |                             | -0,046***<br>(0,006) |                      |
| QC x pref. Locale = 0.4                                                                                   |                      | -0,012**<br>(0,006)  |                      |                      | 0,022***<br>(0,005)  |                      |                             | -0,004<br>(0,006)    |                      |
| US x pref. Locale = 0.6                                                                                   |                      | -0,077***            |                      |                      | 0,002                |                      |                             | -0,070***            |                      |

|                         |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                         |                    | (0,006)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,006)            |                    |
| QC x pref. Locale = 0.6 |                    | -0,027***          |                    |                    | 0,026***           |                    |                    | -0,015***          |                    |
|                         |                    | (0,006)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,006)            |                    |
| US x pref. Locale = 1   |                    | -0,136***          |                    |                    | -0,003             |                    |                    | -0,118***          |                    |
|                         |                    | (0,006)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,006)            |                    |
| QC x pref. Locale = 1   |                    | -0,063***          |                    |                    | 0,031***           |                    |                    | -0,045***          |                    |
|                         |                    | (0,006)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,006)            |                    |
| Musique récente         |                    |                    | -0,025***          |                    |                    | -0,007***          |                    |                    | -0,035***          |
|                         |                    |                    | (0,003)            |                    |                    | (0,002)            |                    |                    | (0,003)            |
| Musique récente x US    |                    |                    | 0,027***           |                    |                    | -0,003             |                    |                    | 0,023***           |
|                         |                    |                    | (0,004)            |                    |                    | (0,003)            |                    |                    | (0,004)            |
| Musique récente x QC    |                    |                    | 0,032***           |                    |                    | -0,007**           |                    |                    | 0,038***           |
|                         |                    |                    | (0,004)            |                    |                    | (0,003)            |                    |                    | (0,004)            |
| Constante               | 0,040***           | 0,009***           | 0,052***           | -0,001             | 0,006**            | 0,002              | 0,028***           | 0,003              | 0,046***           |
|                         | (0,002)            | (0,003)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,003)            | (0,002)            |
| Observations            | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             |
| R²                      | 0,344              | 0,368              | 0,347              | 0,166              | 0,170              | 0,169              | 0,432              | 0,448              | 0,438              |
| Adjusted R²             | 0,344              | 0,368              | 0,347              | 0,166              | 0,169              | 0,169              | 0,432              | 0,448              | 0,438              |
| Residual Std. Error     | 0,106 (df = 16794) | 0,104 (df = 16788) | 0,106 (df = 16791) | 0,086 (df = 16794) | 0,086 (df = 16788) | 0,086 (df = 16791) | 0,107 (df = 16794) | 0,105 (df = 16788) | 0,106 (df = 16791) |

|             |                                   |                                   |                                   |                                  |                                   |                                  |                                   |                                    |                                   |
|-------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| F Statistic | 1761,855***<br>(df = 5;<br>16794) | 888,781***<br>(df = 11;<br>16788) | 1117,377***<br>(df = 8;<br>16791) | 668,386***<br>(df = 5;<br>16794) | 312,028***<br>(df = 11;<br>16788) | 426,931***<br>(df = 8;<br>16791) | 2556,494***<br>(df = 5;<br>16794) | 1239,248***<br>(df = 11;<br>16788) | 1635,267***<br>(df = 8;<br>16791) |
|-------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|

Note : \*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

*Tableau A11 - Régressions pour les contenus locaux avec réécoute des recommandations*

| Var. dép.: part de contenu local dans les recommandations – part de contenu local dans les consommations | Lieu de production   | Langue               | Lieu de production x langue |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|
|                                                                                                          | (1)                  | (2)                  | (3)                         |
| FR                                                                                                       | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        |
| US                                                                                                       | -0,039***<br>(0,004) | 0,035***<br>(0,004)  | -0,051***<br>(0,004)        |
| QC                                                                                                       | -0,027***<br>(0,004) | 0,017***<br>(0,004)  | -0,018***<br>(0,004)        |
| Pref. locale = 0                                                                                         | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        |
| Pref. locale = 0.4                                                                                       | -0,146***<br>(0,003) | -0,094***<br>(0,003) | -0,159***<br>(0,003)        |
| Pref. locale = 0.6                                                                                       | -0,188***<br>(0,003) | -0,103***<br>(0,003) | -0,202***<br>(0,003)        |
| Pref. locale = 1                                                                                         | -0,315***<br>(0,003) | -0,155***<br>(0,003) | -0,335***<br>(0,003)        |
| Musique récente                                                                                          | -0,012***<br>(0,002) | -0,013***<br>(0,002) | -0,019***<br>(0,002)        |
| Suit les reco.                                                                                           | -0,106***<br>(0,004) | -0,051***<br>(0,004) | -0,095***<br>(0,004)        |
| Suit les reco. x US                                                                                      | 0,117***<br>(0,005)  | 0,080***<br>(0,005)  | 0,083***<br>(0,005)         |
| Suit les reco. x QC                                                                                      | 0,004<br>(0,005)     | 0,0002<br>(0,005)    | -0,007<br>(0,005)           |
| Constante                                                                                                | 0,105***<br>(0,004)  | 0,042***<br>(0,003)  | 0,084***<br>(0,003)         |
| Observations                                                                                             | 33 600               | 33 600               | 33 600                      |
| R <sup>2</sup>                                                                                           | 0,264                | 0,105                | 0,290                       |
| Adjusted R <sup>2</sup>                                                                                  | 0,264                | 0,105                | 0,290                       |
| Residual Std. Error (df = 33590)                                                                         | 0,204                | 0,199                | 0,199                       |
| F Statistic (df = 9; 33590)                                                                              | 1339,111***          | 438,986***           | 1526,318***                 |

Note : \*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

*Tableau A12 - Régressions pour les contenus locaux avec réécoute des recommandations (sans ceux qui ne réécoutent pas les recommandations)*

| Var. dép. : part de contenu local dans les recommandations – part de contenu local dans les consommations | Lieu de production            |                               | Langue                        |                               | Lieu de production x Langue   |                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
|                                                                                                           | (1)                           | (2)                           | (3)                           | (4)                           | (5)                           | (6)                           |
| FR                                                                                                        | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          |
| US                                                                                                        | 0,078***<br>(0,005)           | -0,007<br>(0,008)             | 0,115***<br>(0,005)           | 0,056***<br>(0,008)           | 0,033***<br>(0,005)           | -0,024***<br>(0,008)          |
| QC                                                                                                        | -0,023***<br>(0,005)          | -0,027***<br>(0,008)          | 0,017***<br>(0,005)           | 0,012<br>(0,008)              | -0,025***<br>(0,005)          | -0,026***<br>(0,008)          |
| Pref. locale = 0                                                                                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          | Ref.                          |
| Pref. locale = 0.4                                                                                        | -0,211***<br>(0,006)          | -0,211***<br>(0,006)          | -0,147***<br>(0,006)          | -0,147***<br>(0,006)          | -0,215***<br>(0,006)          | -0,215***<br>(0,005)          |
| Pref. locale = 0.6                                                                                        | -0,252***<br>(0,006)          | -0,252***<br>(0,006)          | -0,139***<br>(0,006)          | -0,139***<br>(0,006)          | -0,249***<br>(0,006)          | -0,249***<br>(0,005)          |
| Pref. locale = 1                                                                                          | -0,423***<br>(0,006)          | -0,423***<br>(0,006)          | -0,211***<br>(0,006)          | -0,211***<br>(0,006)          | -0,420***<br>(0,006)          | -0,420***<br>(0,005)          |
| Musique récente                                                                                           | -0,019***<br>(0,004)          | -0,019***<br>(0,004)          | -0,015***<br>(0,004)          | -0,015***<br>(0,004)          | -0,023***<br>(0,004)          | -0,023***<br>(0,004)          |
| Jour                                                                                                      | -0,004***<br>(0,0002)         | -0,007***<br>(0,0004)         | -0,002***<br>(0,0002)         | -0,004***<br>(0,0004)         | -0,005***<br>(0,0002)         | -0,006***<br>(0,0004)         |
| Jour x US                                                                                                 |                               | 0,007***<br>(0,001)           |                               | 0,005***<br>(0,001)           |                               | 0,005***<br>(0,001)           |
| Jour x QC                                                                                                 |                               | 0,0004<br>(0,001)             |                               | 0,0004<br>(0,001)             |                               | 0,0001<br>(0,001)             |
| Constante                                                                                                 | 0,109***<br>(0,006)           | 0,139***<br>(0,007)           | 0,052***<br>(0,006)           | 0,073***<br>(0,007)           | 0,093***<br>(0,006)           | 0,112***<br>(0,007)           |
| Observations                                                                                              | 16 800                        | 16 800                        | 16 800                        | 16 800                        | 16 800                        | 16 800                        |
| R <sup>2</sup>                                                                                            | 0,280                         | 0,290                         | 0,112                         | 0,117                         | 0,281                         | 0,286                         |
| Adjusted R <sup>2</sup>                                                                                   | 0,280                         | 0,290                         | 0,111                         | 0,117                         | 0,281                         | 0,286                         |
| Residual Std. Error                                                                                       | 0,259 (df = 16792)            | 0,257 (df = 16790)            | 0,266 (df = 16792)            | 0,265 (df = 16790)            | 0,253 (df = 16792)            | 0,252 (df = 16790)            |
| F Statistic                                                                                               | 932,358***<br>(df = 7; 16792) | 762,511***<br>(df = 9; 16790) | 301,797***<br>(df = 7; 16792) | 247,970***<br>(df = 9; 16790) | 938,098***<br>(df = 7; 16792) | 747,611***<br>(df = 9; 16790) |

Note: \*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

Tableau A13 – Régressions pour les contenus non locaux sans réécoute des recommandations

| Var. dép. : part de contenu non-local dans les recommandations – part de contenu non-local dans les consommations | Lieu de production |           |           | Langue    |           |           | Lieu de production x Langue |           |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------------|-----------|-----------|
|                                                                                                                   | (1)                | (2)       | (3)       | (4)       | (5)       | (6)       | (7)                         | (8)       | (9)       |
| FR                                                                                                                | Ref.               | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.                        | Ref.      | Ref.      |
| US                                                                                                                | 0,040***           | 0,114***  | 0,058***  | -0,039*** | -0,039*** | -0,042*** | 0,049***                    | 0,106***  | 0,064***  |
|                                                                                                                   | (0,002)            | (0,004)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,002)                     | (0,004)   | (0,003)   |
| QC                                                                                                                | 0,009***           | 0,031***  | -0,018*** | 0,007***  | 0,012***  | -0,011*** | 0,016***                    | 0,036***  | -0,022*** |
|                                                                                                                   | (0,002)            | (0,004)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,002)                     | (0,004)   | (0,003)   |
| Pref. locale = 0                                                                                                  | Ref.               | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.      | Ref.                        | Ref.      | Ref.      |
| Pref. locale = 0.4                                                                                                | 0,083***           | 0,110***  | 0,083***  | 0,036***  | 0,042***  | 0,036***  | 0,095***                    | 0,117***  | 0,095***  |
|                                                                                                                   | (0,002)            | (0,004)   | (0,002)   | (0,002)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,002)                     | (0,004)   | (0,002)   |
| Pref. locale = 0.6                                                                                                | 0,132***           | 0,172***  | 0,132***  | 0,063***  | 0,066***  | 0,063***  | 0,154***                    | 0,185***  | 0,154***  |
|                                                                                                                   | (0,002)            | (0,004)   | (0,002)   | (0,002)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,002)                     | (0,004)   | (0,002)   |
| Pref. locale = 1                                                                                                  | 0,216***           | 0,277***  | 0,216***  | 0,111***  | 0,110***  | 0,111***  | 0,262***                    | 0,312***  | 0,262***  |
|                                                                                                                   | (0,002)            | (0,004)   | (0,002)   | (0,002)   | (0,003)   | (0,002)   | (0,002)                     | (0,004)   | (0,002)   |
| US x pref. Locale = 0.4                                                                                           |                    | -0,061*** |           |           | -0,006    |           |                             | -0,047*** |           |
|                                                                                                                   |                    | (0,005)   |           |           | (0,005)   |           |                             | (0,005)   |           |
| QC x pref. Locale = 0.4                                                                                           |                    | -0,020*** |           |           | -0,011**  |           |                             | -0,019*** |           |
|                                                                                                                   |                    | (0,005)   |           |           | (0,005)   |           |                             | (0,005)   |           |

|                         |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| US x pref. Locale = 0.6 | -0,092***          |                    |                    | 0,0004             |                    |                    | -0,069***          |                    |                    |
|                         | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    |
| QC x pref. Locale = 0.6 | -0,028***          |                    |                    | -0,008             |                    |                    | -0,026***          |                    |                    |
|                         | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    |
| US x pref. Locale = 1   | -0,141***          |                    |                    | 0,004              |                    |                    | -0,113***          |                    |                    |
|                         | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    |
| QC x pref. Locale = 1   | -0,040***          |                    |                    | -0,001             |                    |                    | -0,038***          |                    |                    |
|                         | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    | (0,005)            |                    |                    |
| Musique récente         |                    | 0,009***           |                    | -0,013***          |                    |                    | -0,006**           |                    |                    |
|                         |                    | (0,003)            |                    | (0,002)            |                    |                    | (0,003)            |                    |                    |
| Musique récente x US    |                    | -0,036***          |                    | 0,005              |                    |                    | -0,030***          |                    |                    |
|                         |                    | (0,004)            |                    | (0,003)            |                    |                    | (0,004)            |                    |                    |
| Musique récente x QC    |                    | 0,056***           |                    | 0,036***           |                    |                    | 0,075***           |                    |                    |
|                         |                    | (0,004)            |                    | (0,003)            |                    |                    | (0,004)            |                    |                    |
| Constante               | -0,210***          | -0,242***          | -0,215***          | -0,069***          | -0,071***          | -0,063***          | -0,276***          | -0,302***          | -0,273***          |
|                         | (0,002)            | (0,003)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,002)            | (0,003)            | (0,002)            |
| Observations            | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             | 16 800             |
| R <sup>2</sup>          | 0,402              | 0,430              | 0,428              | 0,215              | 0,216              | 0,222              | 0,493              | 0,508              | 0,519              |
| Adjusted R <sup>2</sup> | 0,401              | 0,430              | 0,427              | 0,215              | 0,215              | 0,222              | 0,493              | 0,508              | 0,519              |
| Residual Std. Error     | 0,098 (df = 16794) | 0,096 (df = 16788) | 0,096 (df = 16791) | 0,087 (df = 16794) | 0,087 (df = 16788) | 0,086 (df = 16791) | 0,099 (df = 16794) | 0,097 (df = 16788) | 0,096 (df = 16791) |

|             |                                   |                                    |                                   |                                  |                                   |                                  |                                   |                                    |                                   |
|-------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| F Statistic | 2254,166***<br>(df = 5;<br>16794) | 1152,405***<br>(df = 11;<br>16788) | 1567,879***<br>(df = 8;<br>16791) | 920,295***<br>(df = 5;<br>16794) | 419,344***<br>(df = 11;<br>16788) | 598,768***<br>(df = 8;<br>16791) | 3263,953***<br>(df = 5;<br>16794) | 1575,020***<br>(df = 11;<br>16788) | 2268,567***<br>(df = 8;<br>16791) |
|-------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|

Note : \*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01

*Tableau A14 - Régressions pour les contenus non locaux avec réécoute des recommandations*

| Var. dép. : part de contenu non-local dans les recommandations – part de contenu non-local dans les consommations | Lieu de production   | de Langue            | Lieu de production x Langue |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------------|
|                                                                                                                   | (1)                  | (2)                  | (3)                         |
| FR                                                                                                                | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        |
| US                                                                                                                | 0,040***<br>(0,004)  | -0,039***<br>(0,004) | 0,049***<br>(0,003)         |
| QC                                                                                                                | 0,009***<br>(0,004)  | 0,007*<br>(0,004)    | 0,016***<br>(0,003)         |
| Pref. locale = 0                                                                                                  | Ref.                 | Ref.                 | Ref.                        |
| Pref. locale = 0.4                                                                                                | 0,152***<br>(0,003)  | 0,092***<br>(0,003)  | 0,158***<br>(0,003)         |
| Pref. locale = 0.6                                                                                                | 0,209***<br>(0,003)  | 0,109***<br>(0,003)  | 0,218***<br>(0,003)         |
| Pref. locale = 1                                                                                                  | 0,324***<br>(0,003)  | 0,160***<br>(0,003)  | 0,345***<br>(0,003)         |
| Musique récente                                                                                                   | 0,025***<br>(0,002)  | -0,0002<br>(0,002)   | 0,012***<br>(0,002)         |
| Suit les reco.                                                                                                    | 0,006<br>(0,004)     | 0,044***<br>(0,004)  | -0,010***<br>(0,003)        |
| Suit les reco. x US                                                                                               | -0,116***<br>(0,005) | -0,088***<br>(0,005) | -0,087***<br>(0,005)        |
| Suit les reco. x QC                                                                                               | -0,002<br>(0,005)    | 0,008<br>(0,005)     | 0,018***<br>(0,005)         |
| Constante                                                                                                         | -0,286***<br>(0,003) | -0,107***<br>(0,003) | -0,335***<br>(0,003)        |
| Observations                                                                                                      | 33 600               | 33 600               | 33 600                      |
| R <sup>2</sup>                                                                                                    | 0,300                | 0,125                | 0,327                       |
| Adjusted R <sup>2</sup>                                                                                           | 0,300                | 0,125                | 0,327                       |
| Residual Std. Error (df = 33590)                                                                                  | 0,186                | 0,199                | 0,184                       |
| F Statistic (df = 9; 33590)                                                                                       | 1599,083***          | 534,355***           | 1811,429***                 |

Note : \*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01



Institut national  
de la recherche  
scientifique