

Rapport

LA LANGUE ET LA MUSIQUE DIFFUSÉE DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL

DEPUIS
1972

MOUVEMENT QUÉBEC FRANÇAIS

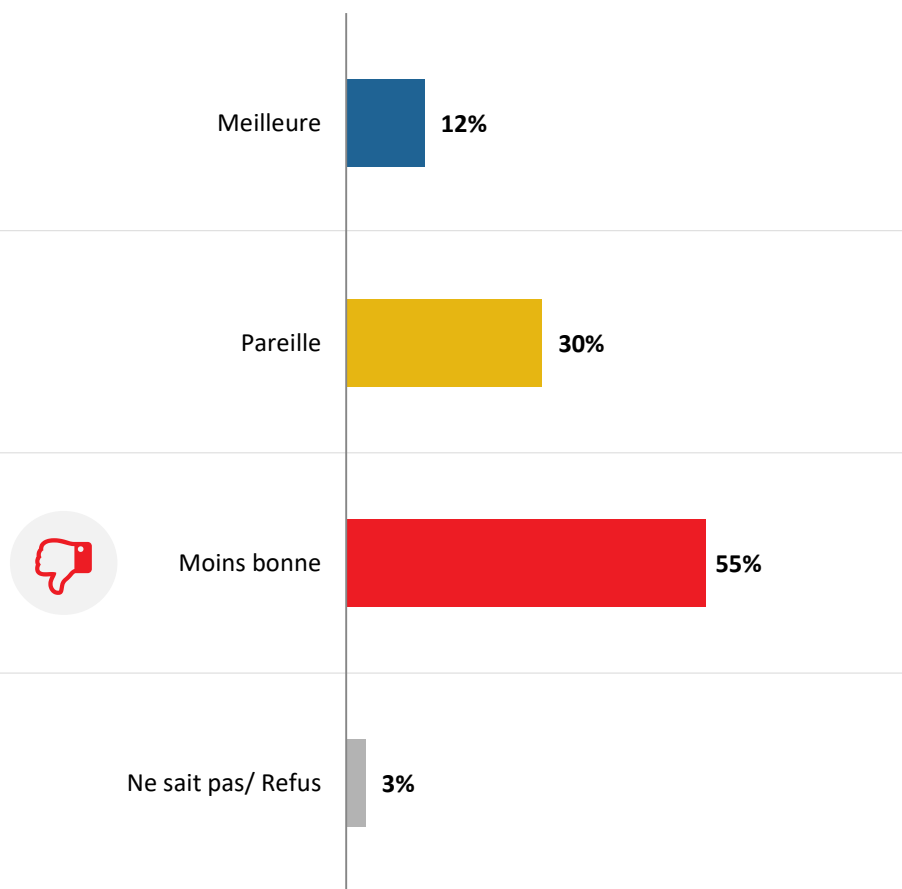
FAIRE DU FRANÇAIS LA LANGUE COMMUNE DE L'ESPACE PUBLIC

DATE 2018-02-12 NUMÉRO DE PROJET 15669-004

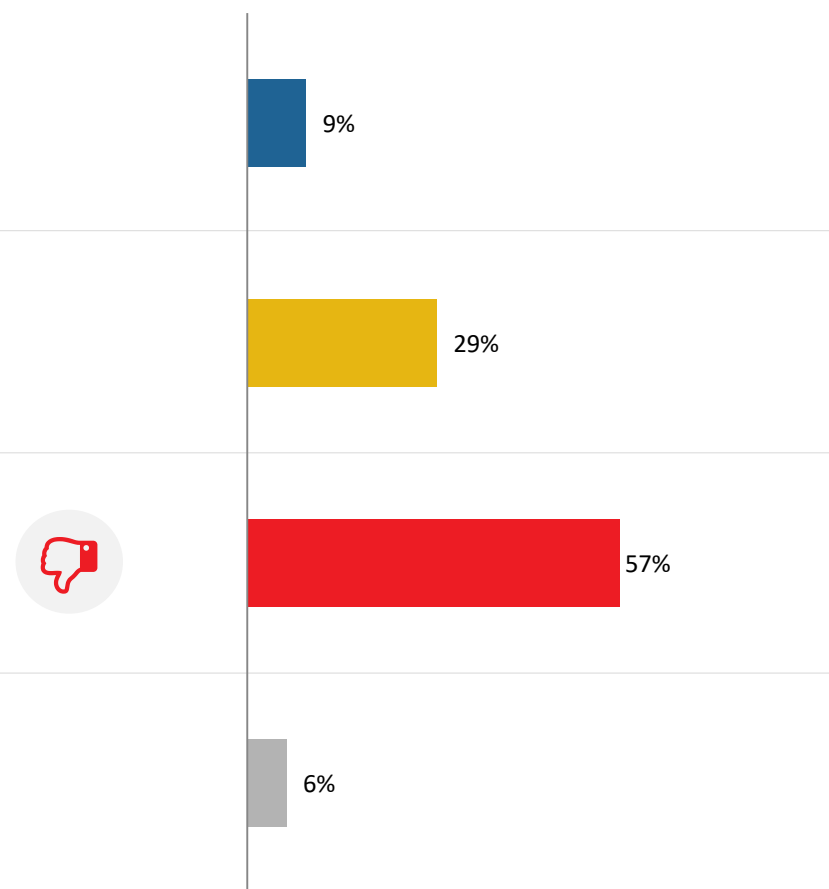


SITUATION DU FRANÇAIS

Q. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec est actuellement meilleure, pareille ou moins bonne qu'il y a 10 ans ?



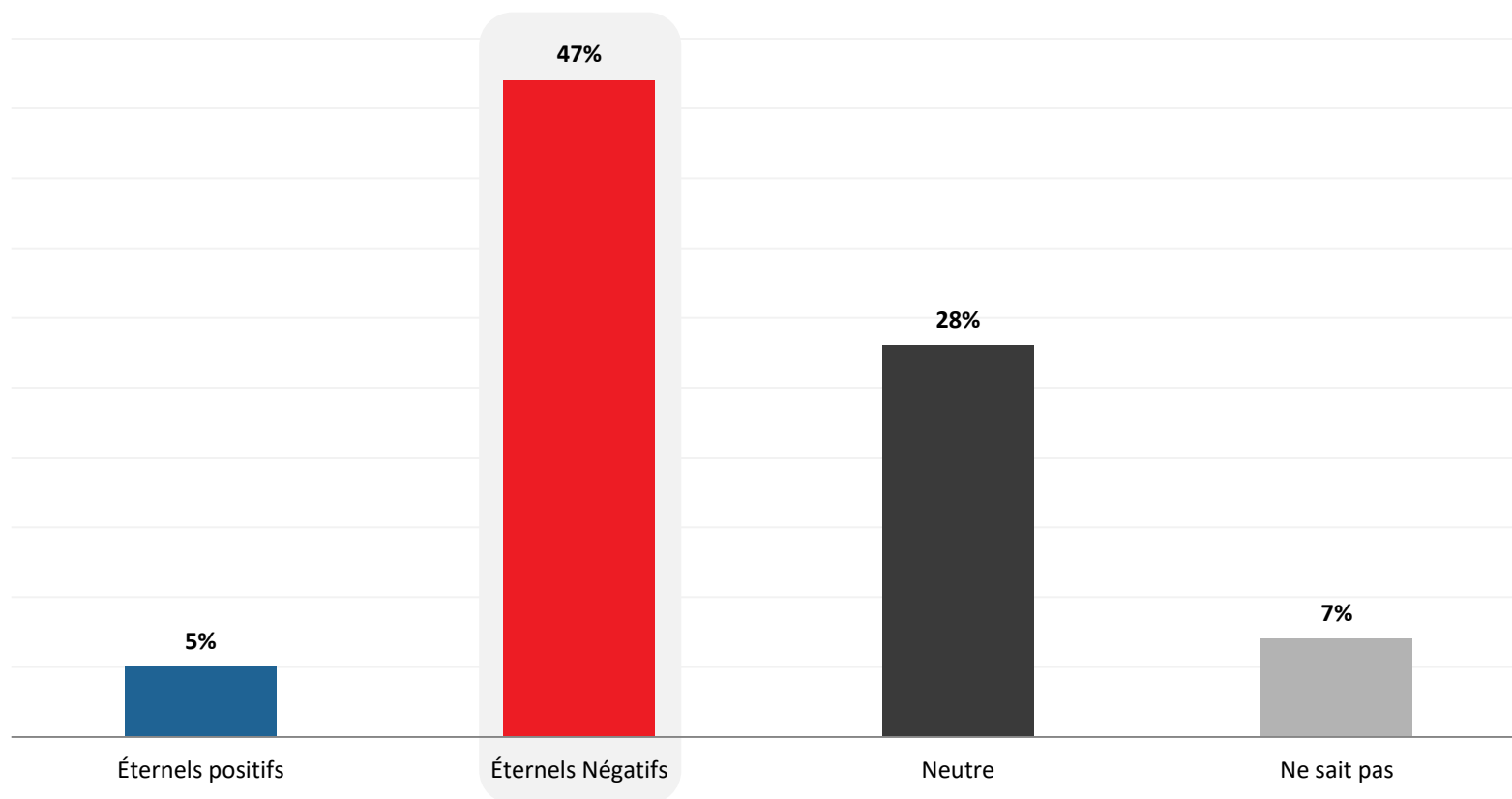
Q. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec sera, dans 10 ans, meilleure, pareille ou moins bonne qu'actuellement ?



SITUATION DU FRANÇAIS (SUITE)

Q. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec est actuellement meilleure, pareille ou moins bonne qu'il y a 10 ans ?

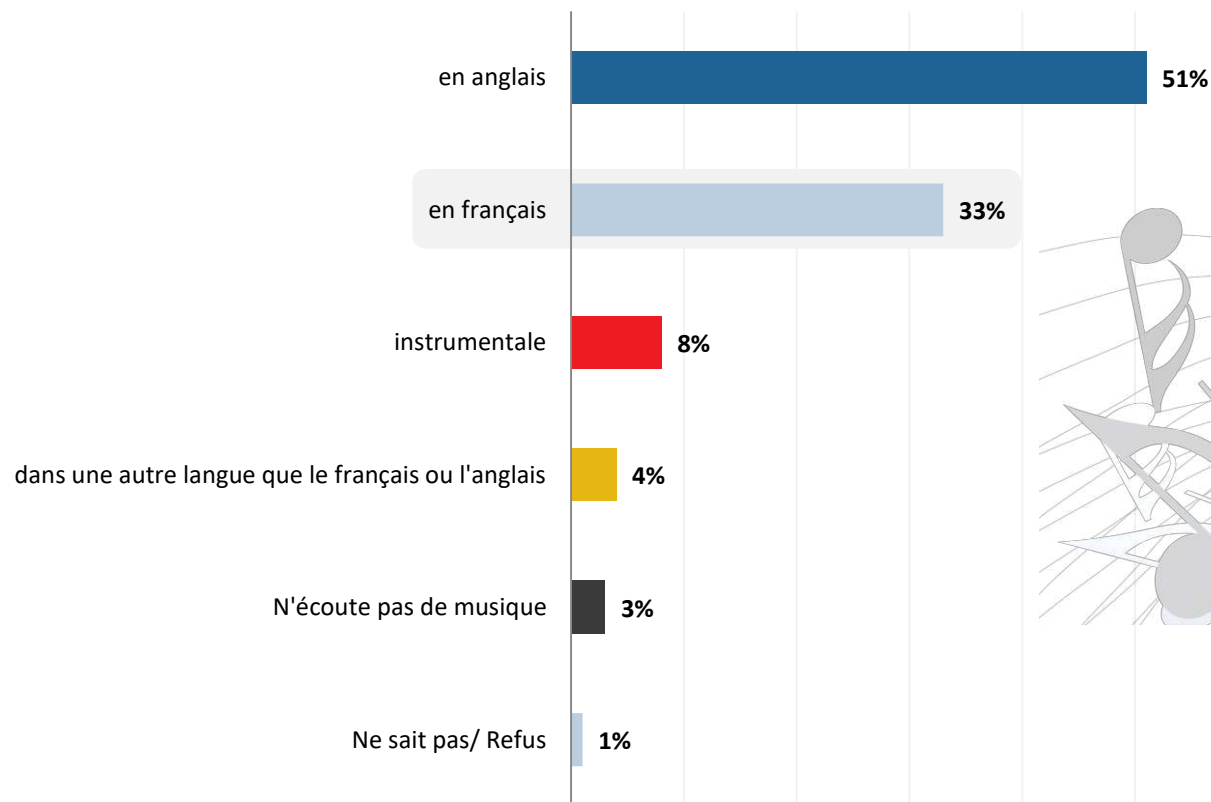
Q. Selon vous, est-ce que la situation du français au Québec sera, dans 10 ans, meilleure, pareille ou moins bonne qu'actuellement ?



PRÉFÉRENCES MUSICALES

Q. Généralement, écoutez-vous principalement de la musique ...

Base : Tous les répondants (n=1 006)



LA MUSIQUE FRANCOPHONE, MOINS POPULAIRE PARCE QUE...

Q. Pour quelle(s) raison(s) n'écoutez-vous pas principalement de la musique en français ?

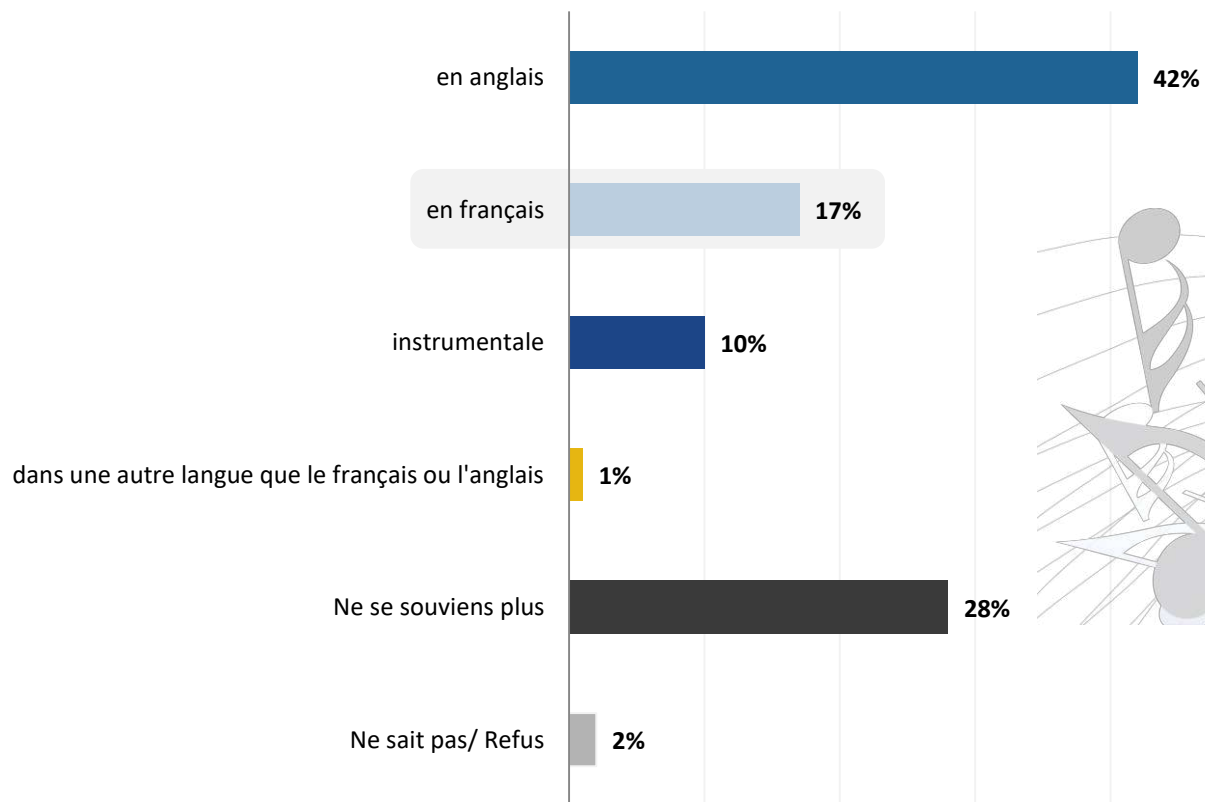
Base : Ceux qui écoutent principalement de la musique en anglais (n=573)

	TOTAL	18-34	35-54	55 +	Franco	Non Franco
n=	573	193	240	140	366	207
Je ne m'identifie pas aux artistes francophones	32%	30%	32%	35%	30%	36%
La musique en français n'est pas assez variée	28%	30%	28%	25%	34%	17%
La musique en français n'est pas assez rythmée	22%	25%	25%	13%	26%	15%
Je n'aime pas la musique en français	20%	28%	19%	11%	13%	34%
Je connais peu la musique en français	18%	22%	15%	15%	10%	31%
J'écoute aussi certains artistes francophones / de la musique en français	4%	2%	6%	1%	5%	2%
La musique en français est peu présente (à la radio, sur le web)	4%	4%	4%	3%	5%	1%
J'écoute de la musique en français et en anglais / J'écoute ce que j'aime peu importe la langue	3%	1%	6%	3%	5%	1%
La musique en français manque d'originalité/talents/qualité	2%	2%	2%	3%	3%	0%
Certains styles musicaux ne se prêtent pas bien en français	2%	1%	1%	7%	3%	1%
Je préfère écouter de la musique en anglais	1%	1%	1%	3%	2%	1%

TYPE DE MUSIQUE ENTENDUE RÉCEMMENT

Q. Lors de vos récentes visites dans des commerces de détail, est-ce que la musique qui y jouait était surtout ...

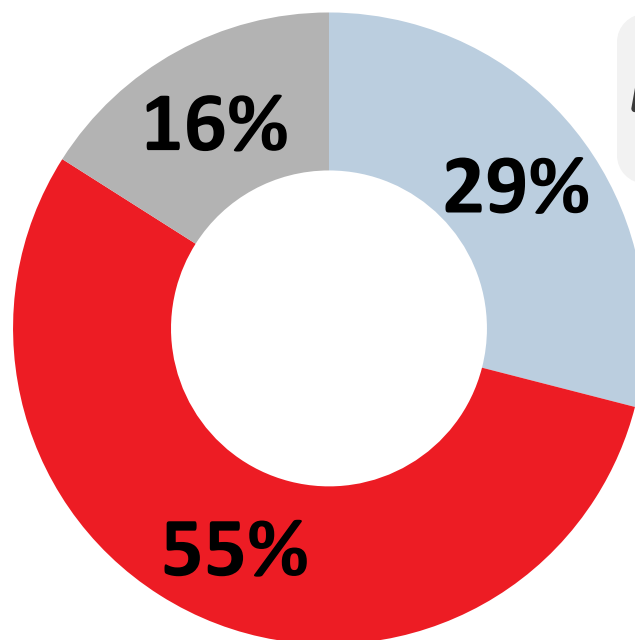
Base : Tous les répondants (n=1 006)



UNE MUSIQUE QUI ME RESSEMBLE

Q. Trouvez-vous que la musique diffusée dans les commerces que vous fréquentez est une musique qui vous ressemble ?

Base : Tous les répondants (n=1 006)



Significativement plus élevé chez...



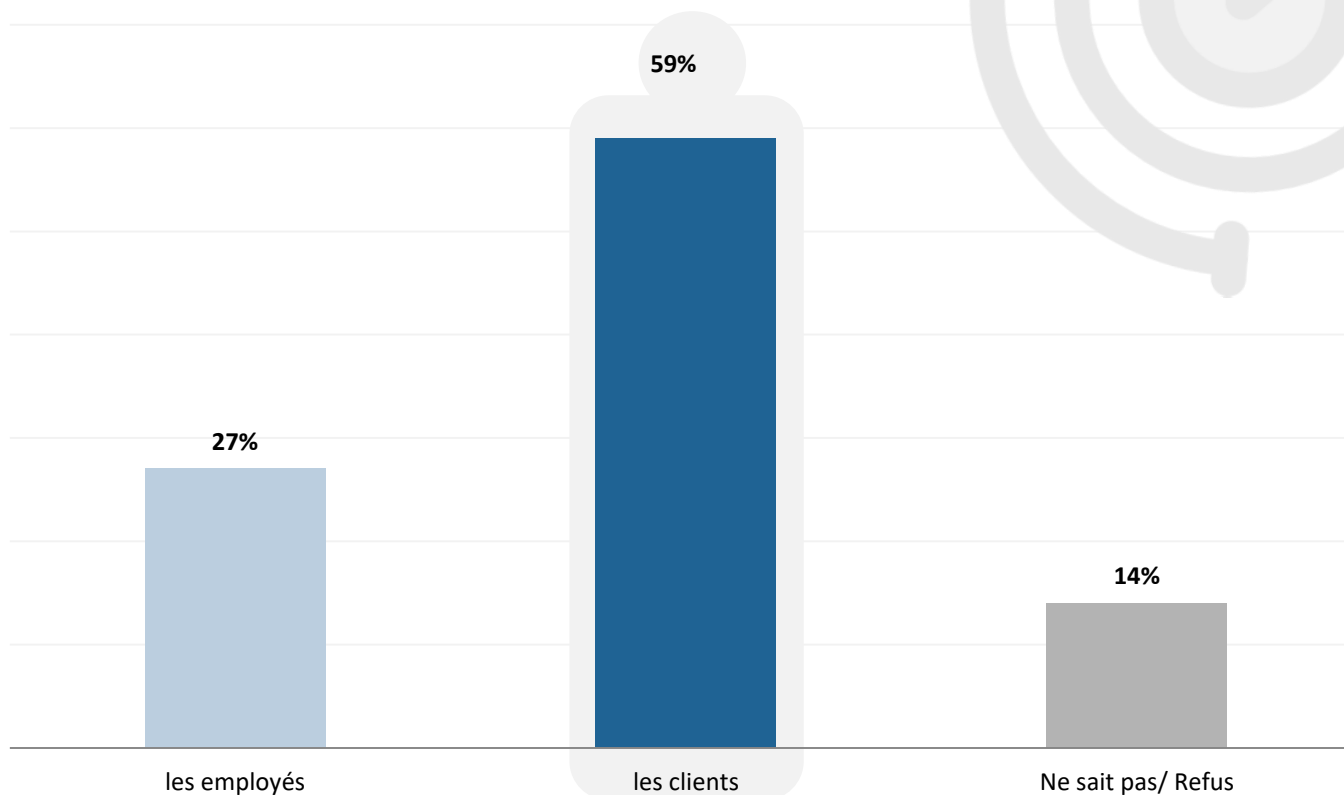
18-34 ANS (37%)

■ Oui ■ Non ■ Ne sait pas/ Refus

PERCEPTION DU PUBLIC CIBLE DE LA MUSIQUE DIFFUSÉE DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL

Q. Selon vous, est-ce que la musique diffusée dans les commerces de détail vise à plaire surtout ...

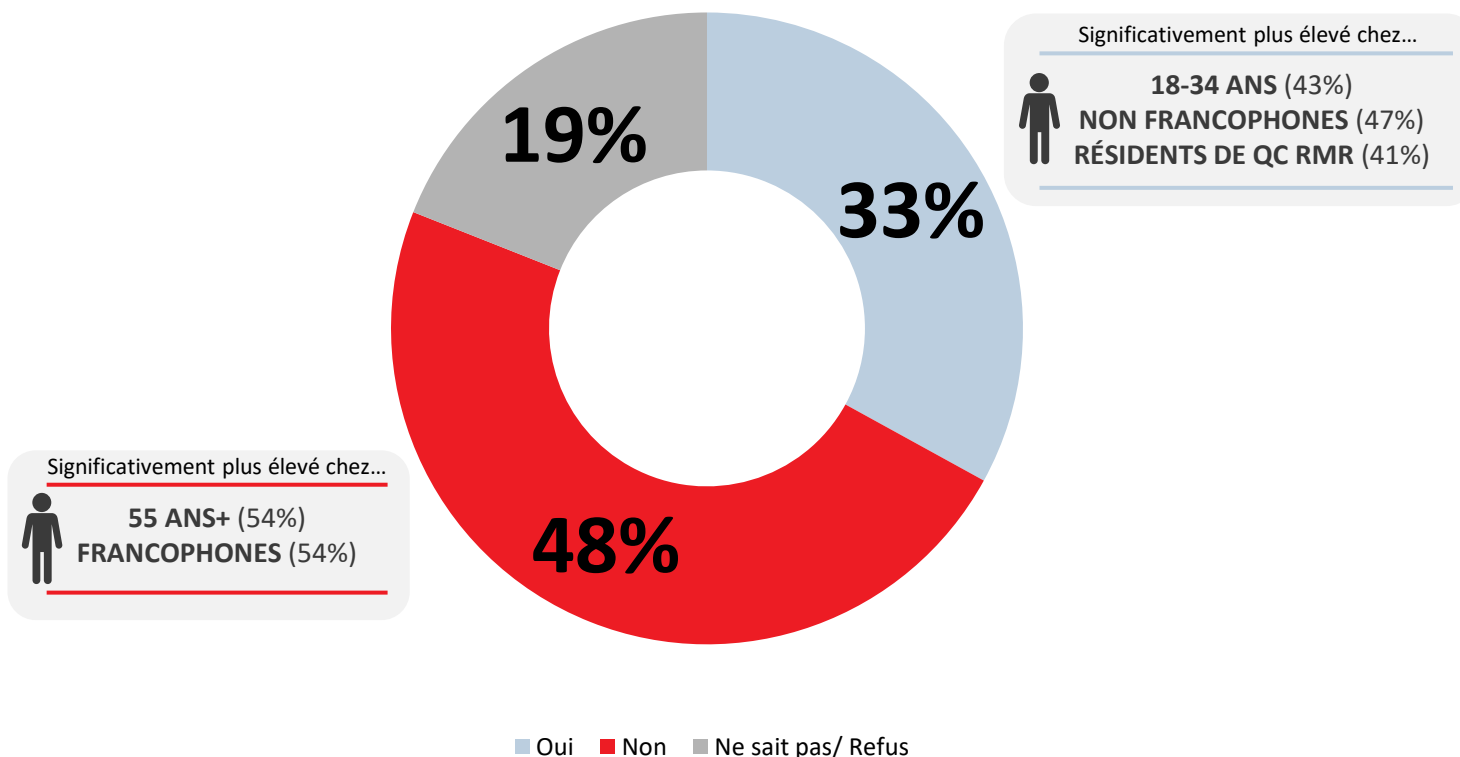
Base : Tous les répondants (n=1 006)



LA FRÉQUENCE DE DIFFUSION DE LA MUSIQUE FRANCOPHONE DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL

Q. Trouvez-vous qu'il y a suffisamment de musique en français diffusée dans les commerces que vous fréquentez ?

Base : Tous les répondants (n=1 006)



NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**
Analyse de modélisation de données
- **Léger UX**  imarklab
Recherche UX et optimisation des plateformes interactives
- **Legerweb**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)
- **Recherche qualitative**
Location de salles

400
EMPLOYÉS



75
CONSULTANTS



6
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | EDMONTON | CALGARY | PHILADELPHIA

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est certifiée **Sceau d'Or** de l'[Association de la recherche et de l'intelligence marketing \(ARIM\)](#). À ce titre, Léger et ses employés s'engagent à appliquer les normes d'éthique et de qualité les plus élevées du [Code de déontologie de l'ARIM pour les études de marché et d'opinion](#).



Léger est aussi membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est membre de [Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.

Leger



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)