

PILLAR

CULTURE ET ÉCONOMIE

Le Super Bowl 2026 de Bad Bunny : ce que 135 millions de téléspectateurs nous apprennent sur l'économie hispanophone

Le premier spectacle de la mi-temps du Super Bowl entièrement en espagnol. Le premier Grammy de l'Album de l'année en langue espagnole. Le signal que tout le monde a regardé, diffusé en même temps que l'économie qui le sous-tend.

PILLAR MEDIA & ENTERTAINMENT · PILLARME.COM/INSIGHTS

Le 8 février 2026, Bad Bunny a livré le premier spectacle de la mi-temps du Super Bowl interprété presque entièrement en espagnol. Pendant treize minutes, **135 millions de téléspectateurs américains** ont regardé un numéro dense de références culturelles portoricaines — diffusé en español sur la plus grande scène du divertissement américain. Le spectacle a été un jalon culturel. Le signal économique qu'il a envoyé importe davantage.

Pillar Media & Entertainment publie dans quatre langues de lancement et atteint plus de 500 M de lecteurs mensuels. La moitié de cette audience lit en espagnol. Des moments comme ce spectacle de la mi-temps ne sont pas la raison pour laquelle nous avons bâti cette position — mais ils sont la raison pour laquelle cette position est désormais évidente pour tous les autres.

01 — La performance, en chiffres

Téléspectateurs américains, toutes plateformes : **128,2 millions**

Visionnements mondiaux, premières 24 heures : **4,157 milliards** — spectacle de mi-temps le plus regardé de l'histoire

Audience Telemundo : **4,8 millions** — plus grande audience de football américain de l'histoire de la chaîne

Spotify, single « DTMF » : de la 9^e à la 1^{re} place ; 43 M d'écoutes (+85 %) ; premier numéro 1 solo majoritairement en espagnol

Album Billboard 200 : 250 000 unités (+191 %)

Grammy Awards (2 février 2026) : Album de l'année — premier album en langue espagnole à remporter le prix

Spotify, année 2025 complète : artiste le plus écouté au monde — 19,8 milliards d'écoutes

Lady Gaga a interprété un arrangement de salsa. Ricky Martin a chanté en espagnol sur la scène du Super Bowl. Le gouverneur de Californie Gavin Newsom a déclaré le 8 février « Journée Bad Bunny ». Rien de tout cela n'était envisageable il y a trois ans.

02 — L'effet Duolingo

49 millions de personnes apprennent désormais l'espagnol sur Duolingo dans le monde.

50,5 millions d'utilisateurs actifs quotidiens de Duolingo au 3^e trimestre 2025, en hausse de 36 % sur un an. 185 M d'utilisateurs actifs mensuels.

Croissance de **79 %** du nombre d'apprenants de l'espagnol au cours de la dernière décennie.

Le Mexique représente **20 %** des impressions publicitaires mondiales de Duolingo.

L'espagnol est le cours n° 1 pour les apprenants anglophones, et il attire nos utilisateurs les plus assidus. — Duolingo, *2025 Duolingo Language Report*

03 — La ruée vers l'or du streaming

Abonnés Netflix en Amérique latine : **53,33 millions**

Revenus Netflix en Amérique latine, 2024 : **4,8 milliards de dollars**

Part de Netflix dans la VOD par abonnement en Amérique latine : **48 %**

Total des abonnements VOD par abonnement en Amérique latine, 2025 : **174 millions** (contre 154 M en 2024)

Chaînes YouTube en langue espagnole : 15 % du top 250 mondial — deuxième derrière l'anglais seulement

04 — Une vue d'ensemble

Les États-Unis sont le **deuxième** pays hispanophone au monde (65,5 M de locuteurs).

43 millions d'Américains hispanophones = environ 15 % de la population des États-Unis.

McKinsey prévoit que les Latinos représenteront **le tiers** de la croissance du marché américain du sport d'ici 2035.

Bad Bunny a été l'artiste le plus écouté (n° 1 ou n° 2) sur Spotify pendant **quatre des cinq dernières années**.

L'espagnol est la **2^e langue** sur chaque grande plateforme sociale.

05 — Ce que cela signifie pour l'infrastructure

Les spectacles de mi-temps, les victoires aux Grammy et les campagnes Duolingo, c'est de la demande. Ce n'est pas de l'infrastructure. Les publications qui obtiennent la couverture éditoriale, les citations, l'autorité accessible aux agents — celles-là se composent indépendamment de l'artiste sur scène au cours d'une année donnée.

Pillar gère plus de 100 000 propriétés de domaines premium, dont 6 608 déjà prêtes dans l'inventaire de lancement. Le portefeuille en langue espagnole est le plus important de son genre en mains privées. Nous l'avons bâti parce que l'audience était déjà là. Le Super Bowl n'a fait que l'annoncer à tous les autres.

L'économie hispanophone n'est pas devenue grand public le 8 février 2026. Elle est devenue impossible à ignorer le 8 février 2026. Ce sont deux choses différentes.

Foire aux questions.

Comment un moment culturel comme le spectacle de la mi-temps du Super Bowl se traduit-il en valeur d'infrastructure ?

Les moments culturels stimulent la demande de recherche, la couverture éditoriale et l'autorité accessible aux agents, qui se compose. Les publications qui détiennent déjà les adresses canoniques en espagnol captent cette poussée. Celles qui achètent encore de l'inventaire paient le prix fort.

Pourquoi Pillar met-il l'accent sur l'audience hispanophone des États-Unis ?

Les États-Unis sont le deuxième pays hispanophone au monde, avec 65,5 M de locuteurs — plus que l'Espagne. Traiter l'espagnol comme une audience nationale américaine, et non simplement comme un marché d'exportation latino-américain, change l'économie de chaque propriété du portefeuille.

Quelle est l'importance du premier Grammy de l'Album de l'année en langue espagnole ?

C'est la version institutionnelle du spectacle de la mi-temps du Super Bowl. La Recording Academy est un indicateur retardé. Lorsqu'un indicateur retardé bouge, c'est que la tendance sous-jacente est à l'œuvre depuis des années.

La poussée des apprenants d'espagnol sur Duolingo est-elle une tendance durable ou un pic ?

La croissance des apprenants d'espagnol sur Duolingo est de 79 % au cours de la dernière décennie. L'élan Bad Bunny se pose au sommet d'une ligne de tendance vieille d'une décennie.

Que fait Pillar de ce type de données culturelles ?

Nous les utilisons pour calibrer la couverture éditoriale et la stratégie de citations à travers le réseau. Les points d'inflexion culturels compriment le calendrier selon lequel l'autorité se construit.
