

2020  
L'ANNÉE  
ANNULÉE

**2020 AVAIT POURTANT BIEN COMMENCÉ, SACRAMOUILLE!**

Benoît Dutrizac

**LES PILLEURS**

Geneviève Lefebvre

**NOUVELLES OUBLIÉES**

Maëlle Besnard  
Marie-Soleil Fortin

**L'AUTRE VIRUS : LES CONSPIRATIONNISTES**

Marc Provencher

**2020**  
**ANNULÉE**

# TABLE DES MATIÈRES

- 4 ÉQUIPE DE TRAVAIL
- 5 2020 : LA FIN DES CONVICTIONS**  
Jean-François Dumas
- 8 MÉTHODOLOGIE
- 9 LES GRANDS DOSSIERS DE L'ANNÉE
- 10 TOP 20 DE L'ACTUALITÉ 2020
- 11 ET SI NOUS N'AVIONS PAS CONNU LA COVID-19 : TOP 20 DE L'ACTUALITÉ 2020
- 12 LES MÉDIAS LES PLUS CITÉS
- 13 LES PERSONNALITÉS DE L'ANNÉE
- 14 2020 AVAIT POURTANT BIEN COMMENCÉ, SACRAMOUILLE !**  
Benoît Dutrizac
- 16 J'EN AI PLEIN MON MASQUE
- 17 LES PILLEURS**  
Geneviève Lefebvre
- 18 LA TRAME NARRATIVE DE 2020  
Pierre Bouthillier
- 23 DE RETOUR APRÈS LA PAUSE  
Frédéric Ostiguy
- 26 L'AUTRE VIRUS : LES CONSPIRATIONISTES**  
Marc Provencher
- 28 LES VISAGES DE LA PANDÉMIE  
Marie-Pier Malouin-Ducharme
- 30 LA TÉLÉVISION SPORTIVE MANGE UNE VOLÉE  
Louis-Philippe Guy
- 32 LA COVIRDOSE**  
Nicolas Lacroix
- 33 LA CRISE... SUR LA CRISE  
Gilles Parent
- 35 NOUVELLES OUBLIÉES  
Maëlle Besnard  
Marie-Soleil Fortin
- 38 POLITIQUE, POUVOIR ET PANDÉMIE : UNE RECETTE GAGNANTE  
David Provost-Robert
- 40 LES HEBDOS : LE MOTEUR DES RÉGIONS  
Frédéric Hamel

# ÉQUIPE DE TRAVAIL

## COORDINATION

Etienne Dumas

Daniel Gagné

Jean-François Dumas

## SUPPORT AUX DONNÉES

Laurent Corbeil

Jules Guillemot

## RÉDACTION

Pierre Bouthillier

Maëlle Besnard

Marie-Soleil Fortin

Frédéric Hamel

Marie-Pier Malouin-Ducharme

Frédéric Ostiguy

Marc Provencher

David Provost-Robert

## RECHERCHE ET RÉVISION

Caroline Gravel

Michelle Tymocko

## CONCEPTION ET RÉALISATION GRAPHIQUE

Karina Nardi,

Produktions K

Myriam Demers-Olivier,

Produktions K

## NOS INVITÉ (E) S

Benoît Dutrizac

Geneviève Lefebvre

Louis-Philippe Guy

Nicolas Lacroix

Gilles Parent

A large, vibrant rainbow graphic with curved bands of red, orange, yellow, green, blue, and purple, positioned in the upper right corner of the page.

# 2020:

# la fin

# DES CONVICTIONS



**Jean-François Dumas**  
**président chez Influence Communication**

## DÉFINITIVEMENT, 2020 AURA ÉTÉ L'ANNÉE DE TOUS LES EXCÈS. JAMAIS DEPUIS LE DÉBUT DES ANNÉES 2000 NOUS N'AVONS ÉTÉ CONFRONTÉS À UN PAREIL MAELSTROM MÉDIATIQUE.

Depuis mars, plus de 85 % de l'actualité est influencée, directement ou indirectement, par la COVID. Si on exclut le contenu dont la COVID-19 n'est pas le sujet principal, plus de 47 % de tout le travail des médias au Québec a porté sur la crise sanitaire. En langage de hockey, c'est plus de 5 fois le poids médiatique d'une grosse saison du Canadien.

Pour illustrer l'ampleur du phénomène, si l'on prenait seulement les articles publiés sur la COVID, au Québec, dans les journaux et sur le Web en 2020, on pourrait remplir un quotidien d'un couvert à l'autre, 7 jours sur 7, pendant 19,8 années! On ne parle même pas ici du contenu radio-télé.

Le thème de la santé a connu une croissance d'intérêt de 3196 % par rapport à 2019. Et c'est sans parler de la

peur comme moteur de l'actualité. En 2016, nous avons réalisé une étude qui démontrait que 40 % du volume de nouvelles au Québec était articulé autour de la peur. Cette année, plus rien n'est pareil.

2020 brise, une à une, chacune de nos convictions.

Rien n'est comparable dans notre histoire.

Aucune autre nouvelle ne peut supporter la comparaison.

Le Canada anglais n'est pas en reste. 37 % de tout le contenu médiatique a porté directement sur le sujet.

### MOTS LES PLUS UTILISÉS EN 2020 (EXCLUANT : COVID)

<b>Pandémie</b>	<b>48,52 %</b>
<b>Confinement</b>	<b>15,14 %</b>
<b>Distanciation</b>	<b>11,47 %</b>
<b>Masque</b>	<b>10,39 %</b>
<b>CHSLD</b>	<b>6,84 %</b>

### DES CONVICTIONS DU PASSÉ

Avant 2020, nous croyions tous être à l'abri d'une catastrophe sanitaire de grande envergure.

Notre économie reposait sur des bases solides et les taux d'intérêt nous laissaient croire à un futur prometteur.

Que dire de la crise humanitaire dans laquelle se sont trouvés nos aînés?

Qui aurait pu imaginer que Trump avait des chances sérieuses de rafler l'élection américaine?

Qui aurait pu prédire que les théories farfelues des conspirationnistes allaient quitter la section des faits cocasses des journaux pour se retrouver à la une?

Tant de certitudes anéanties.

Pendant ce temps, les grands perdants sont et demeurent les sujets pauvres qui ont souffert plus que jamais de la polarisation de l'actualité.

Bien que les aînés aient gagné dans la balance médiatique, la violence chez les jeunes, la pauvreté, les régions et les autochtones se sont enfoncés encore un peu plus loin dans les confins de notre indifférence.



## LA PHOTO DE L'ANNÉE

Devenue en quelque sorte le symbole illustrant l'isolement des aînés en CHSLD, la photo de Jacques Nadeau a été reprise de nombreuses fois dans les médias traditionnels et dans les réseaux sociaux.

Nous avons demandé à son auteur de nous dire quelques mots sur celle-ci.

« Au cours des semaines qui ont suivi, j'ai pris des milliers d'autres photos. Mais Jacqueline et son geste m'habitaient. J'ai voulu savoir. La vieille dame avait-elle rejoint cette cohorte funèbre dont on annonçait la progression jour après jour aux nouvelles? Lynda m'avait donné son numéro de téléphone, je l'ai appelée.

Jacqueline avait bel et bien franchi les portes d'Herron. Mais pas en catimini dans un fourgon réfrigéré. Non, cette irréductible petite dame avait réussi à quitter à temps le champ d'une bataille perdue. Et se trouvait maintenant toute pimpante au Centre d'hébergement Coteau-du-Lac, comme en témoigne la photo ci-contre. Son incroyable chevelure blanche était domptée et elle avait à nouveau repris goût à la vie.



*Jacqueline Sénéchal. Coteau-du-Lac, 20 juillet 2020.*

Même aujourd'hui, j'ignore toujours si Jacqueline a vaincu la COVID-19 ou si elle y a échappé. Mais je connais maintenant la signification de son geste : c'était bel et bien un au revoir. »

**Jacques Nadeau, photographe**

# MÉTHODOLOGIE

Le poids médias est un indice quantitatif et comparatif développé par Influence Communication. Il permet de mesurer la place qu'un individu, une organisation, un événement, un sujet, voire un thème, occupe dans un marché donné. Il ne tient pas compte de la valeur des arguments ni du ton de la couverture.

Le poids médias n'est pas une valeur absolue, mais plutôt une valeur relative qui rapporte l'importance quantitative d'une nouvelle portant sur un organisme, une entreprise ou un individu.

## L'UTILITÉ DU POIDS MÉDIAS

Pour nos clients, il permet de relativiser l'importance d'une nouvelle afin de poser les gestes adéquats. Le chiffre devient secondaire. L'élément-clé est de savoir si la nouvelle en a été une de premier plan ou une nouvelle secondaire.

## LA MÉTHODOLOGIE DU TOP 5 HEBDOMADAIRE

Chaque semaine, nous identifions les 15 à 20 nouvelles que nous croyons avoir été les plus médiatisées. Nous dressons ensuite un top 5 avec différentes bases de données.

## COMMENT OBTENONS-NOUS CES NOUVELLES?

Influence compte sur une centaine d'employés et de pigistes. Nous surveillons chaque jour tout ce qui se dit dans les quotidiens, les hebdomadaires, les magazines, la radio, la télé, le Web et les médias sociaux. Au Québec, au Canada et dans le monde.

Le poids médias des nouvelles est calculé sur une période de 7 jours.

Comme moins de 1 % de l'actualité subsiste après une telle période, nous considérons que les résultats sont très représentatifs.

Toutes les mentions sont prises en considération dans l'ensemble des quotidiens et dans la majorité des journaux hebdomadaires, les principaux sites Web d'information, les émissions d'information et d'affaires publiques, ainsi que dans certaines émissions de variétés à la radio et à la télévision.

Pour les magazines, seuls ceux couvrant l'actualité générale, économique ou scientifique sont surveillés. Les émissions de radio musicales, les publicités, les jeux-questionnaires, les téléromans, les petites annonces, les notices nécrologiques et les magazines artistiques ne sont pas considérés.

Le poids médias de chaque nouvelle est déterminé en fonction du volume moyen d'éléments de nouvelle produit en une semaine dans un marché donné. Formulé en pourcentage, il est possible, sur cette base, de comparer l'espace occupé par différentes nouvelles dans l'ensemble de la production médiatique hebdomadaire de ce marché.

Bien que les données soient fort intéressantes, il faut plutôt envisager le poids médias comme un révélateur de tendances.

## LE POIDS MÉDIAS AVEC LES ANNÉES

La méthodologie du poids médias s'est raffinée et améliorée avec les années. C'est pour cela que nos résultats sont plus justes aujourd'hui

qu'au début des années 2000. Nous détenons maintenant nos propres bases de données, ce qui ajoute à la fiabilité des résultats.

## NOS MODÈLES D'ANALYSES

Nous utilisons près de 25 modèles d'analyses (ton, angles, accélérateurs, archétypes, messages-clés, etc.) Le poids médias n'est que l'un de nos outils d'analyse.

## ET NOS CLIENTS?

Nous servons quotidiennement plusieurs centaines de clients avec une revue de presse qui porte sur leurs sujets d'intérêts et de l'analyse médiatique d'enjeux plus pointus.

## VOICI LES DIFFÉRENTES SOURCES QUE NOUS AVONS UTILISÉES EN 2020 :

---

### INFLUENCE COMMUNICATION

Journaux, radio, télé, Web, données sur les mots-clés Twitter

---

### EUREKA

Journaux et Web

---

### MAP

Web et réseaux sociaux

---

### FP ADVISOR

Journaux

---

### PRESS DISPLAY

Journaux

---

### FACTIVA

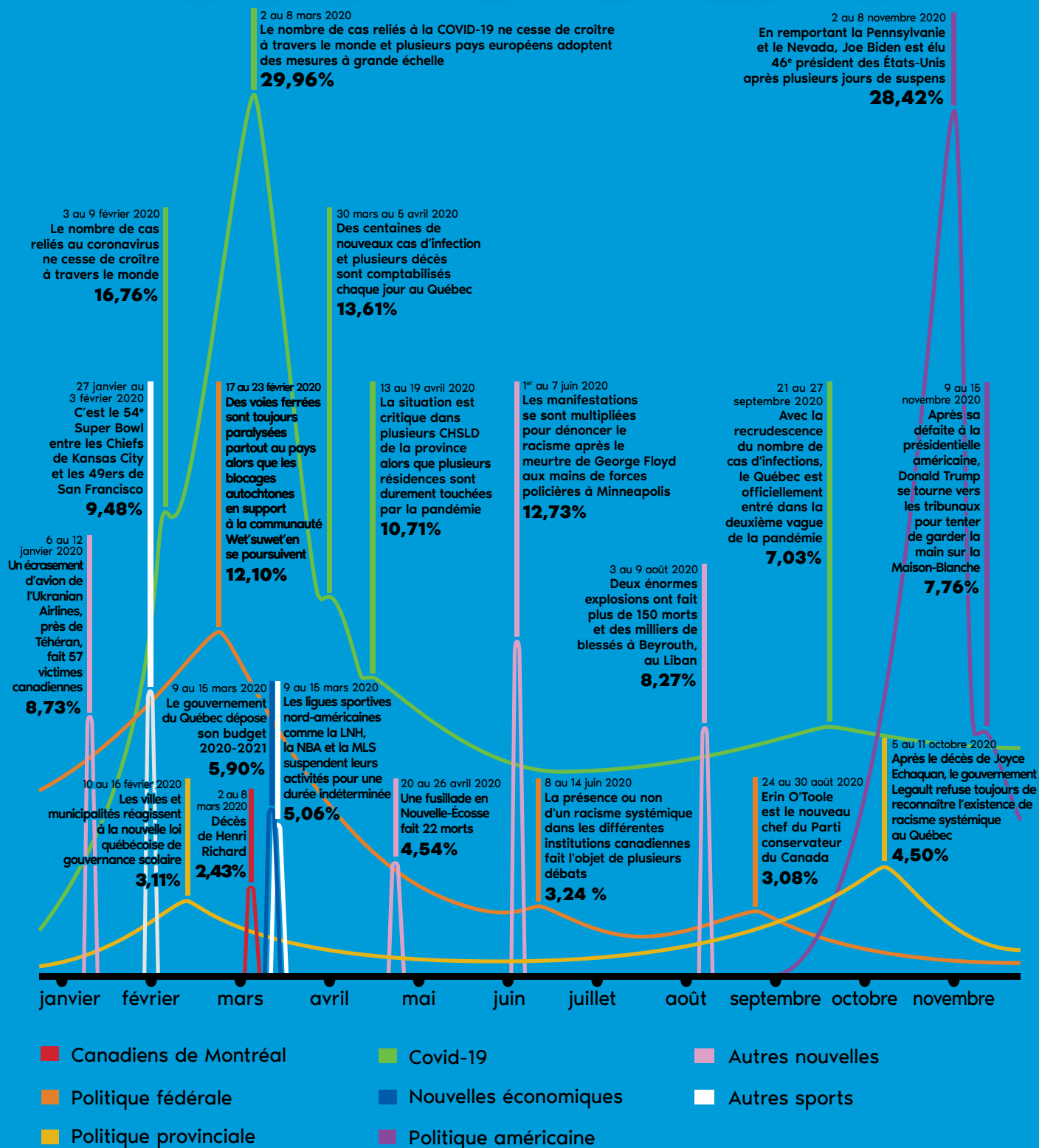
Journaux à l'étranger

---

### J&A

Radio et télé

# LES GRANDS DOSSIERS DE L'ACTUALITÉ



# Top 20 DE L'ACTUALITÉ 2020

SUJET	POIDS	SEMAINE
1 Le nombre de cas reliés au COVID-19 ne cesse de croître à travers le monde et plusieurs pays européens adoptent des mesures à grande échelle	29,96 %	2 au 8 mars
2 En remportant la Pennsylvanie et le Nevada, Joe Biden est élu 46 <sup>e</sup> président des États-Unis après plusieurs jours de suspens	28,42 %	2 au 8 novembre
3 Le nombre de cas reliés à la COVID-19 ne cesse de croître à travers le monde et plusieurs pays européens adoptent des mesures à grande échelle	17,67 %	24 février au 1 <sup>er</sup> mars
4 Le nombre de cas reliés au coronavirus ne cesse de croître à travers le monde	16,76 %	3 au 9 février
5 L'épidémie de coronavirus prend de l'expansion à travers le monde	15,69 %	27 janvier au 2 février
6 COVID-19 : le gouvernement fédéral a annoncé la fermeture progressive des frontières aux étrangers, incluant les Américains, à la suite des pressions exercées par certaines provinces	15,40 %	16 au 22 mars
7 COVID-19 : des centaines de nouveaux cas d'infection et plusieurs décès sont comptabilisés chaque jour au Québec	13,61 %	30 mars au 5 avril
8 COVID-19 : Des centaines de nouveaux cas d'infection sont comptabilisés chaque jour alors que le bilan du Québec est le plus important de toutes les provinces	12,83 %	23 au 29 mars
9 Les manifestations se sont multipliées un peu partout sur la planète pour dénoncer le racisme après le meurtre de George Floyd aux mains de forces policières à Minneapolis	12,73 %	1 <sup>er</sup> au 7 juin
10 Plusieurs voies ferrées sont toujours paralysées d'un bout à l'autre du pays alors que les blocages autochtones en support à la communauté Wet'suwet'en se poursuivent	12,10 %	17 au 23 février
11 Épidémie de coronavirus à travers le monde	11,18 %	10 au 16 février
12 COVID-19 : la situation est critique dans plusieurs CHSLD de la province alors que plusieurs résidences sont durement touchées par la pandémie	10,71 %	13 au 19 avril
13 COVID-19 : des centaines de nouveaux cas d'infection et plusieurs décès sont comptabilisés chaque jour au Québec	10,61 %	6 au 12 avril
14 Le nombre de cas reliés à la COVID-19 ne cesse de croître à travers le monde et plusieurs pays doivent adopter des mesures d'urgence	10,49 %	17 au 23 février
15 COVID-19 : des centaines de nouveaux cas d'infection et plusieurs décès sont comptabilisés chaque jour au Québec	9,69 %	13 au 19 avril
16 C'est le 54 <sup>e</sup> Super Bowl entre les Chiefs de Kansas City et les 49ers de San Francisco	9,48 %	27 janvier au 2 février
17 COVID-19 : les demandes d'assurance-emploi se multiplient à travers le pays alors que des centaines de milliers de personnes perdent leur emploi à cause de la pandémie	9,17 %	30 mars au 5 avril
18 COVID-19 : des centaines de nouveaux cas d'infection et des dizaines de décès sont comptabilisés chaque jour au Québec	9,10 %	20 au 26 avril
19 Épidémie de coronavirus à travers le monde	8,99 %	20 au 26 janvier
20 Accident d'Ukrainian Airlines en Iran : 57 Canadiens perdent la vie	8,73 %	6 au 12 janvier

Et si nous n'avions pas connu la COVID-19 :







# Top 20

## DE L'ACTUALITÉ 2020

SUJET	POIDS	SEMAINE
1 En remportant la Pennsylvanie et le Nevada, Joe Biden est élu 46 <sup>e</sup> président des États-Unis après plusieurs jours de suspens	28,42 %	2 au 8 novembre
2 Les manifestations se sont multipliées un peu partout sur la planète pour dénoncer le racisme après le meurtre de George Floyd aux mains de forces policières à Minneapolis	12,73 %	1 <sup>er</sup> au 7 juin
3 Plusieurs voies ferrées sont toujours paralysées d'un bout à l'autre du pays alors que les blocages autochtones en support à la communauté Wet'suwet'en se poursuivent	12,10 %	17 au 23 février
4 C'est le 54 <sup>e</sup> Super Bowl entre les Chiefs de Kansas City et les 49ers de San Francisco	9,48 %	27 janvier au 2 février
5 Accident d'Ukrainian Airlines en Iran : 57 Canadiens perdent la vie	8,73 %	6 au 12 janvier
6 Deux énormes explosions ont fait plus de 150 morts et des milliers de blessés à Beyrouth, au Liban	8,27 %	3 au 9 août
7 Plusieurs blocages persistent en support à la communauté Wet'suwet'en alors que les discussions évoluent entre les représentants du gouvernement fédéral et les chefs héréditaires	7,99 %	24 février au 1 <sup>er</sup> mars
8 États-Unis : après sa défaite à la présidentielle américaine, Donald Trump se tourne vers les tribunaux pour tenter de garder la main sur la Maison-Blanche	7,76 %	9 au 15 novembre
9 Décès tragique de Kobe Bryant, la planète sport est en deuil	7,05 %	27 janvier au 2 février
10 Des communautés autochtones bloquent les chemins de fer à travers le pays	6,61 %	10 au 16 février
11 Le gouvernement du Québec dépose son budget 2020-2021	5,90 %	9 au 15 mars
12 Tragédie en motoneige au Lac-Saint-Jean : 5 touristes français portés disparus	5,49 %	20 au 26 janvier
13 Le meurtre d'un Afro-Américain après une arrestation musclée à Minneapolis a causé une série de manifestations aux États-Unis	5,43 %	25 au 31 mai
14 La population québécoise et la classe politique s'indignent du sort qu'a subi Joyce Echaquan, injuriée sur son lit de mort à l'hôpital de Joliette	5,39 %	28 septembre au 4 octobre
15 Incendies majeurs en Australie	5,28 %	6 au 12 janvier
16 Accident d'Ukrainian Airlines en Iran : 57 Canadiens perdent la vie	5,20 %	13 au 19 janvier
17 Des émeutes éclatent dans le Wisconsin après qu'un policier ait tiré sept balles dans le dos d'un homme noir	4,90 %	24 au 30 août
18 Les autorités continuent leurs recherches pour retrouver Martin Carpentier	4,79 %	13 au 19 juillet
19 Une fusillade en Nouvelle-Écosse fait 22 morts	4,54 %	20 au 26 avril
20 Après le décès de Joyce Echaquan, le gouvernement Legault refuse toujours de reconnaître l'existence de racisme systémique au Québec	4,50 %	5 au 11 octobre

# LES MÉDIAS les plus cités

## CLASSEMENT GÉNÉRAL

1	 ICI Radio-Canada	12,94 %
2	 TVA	12,31 %
3	 Télé-Québec	5,21 %
4	 TVA Sports	4,00 %
5	 NOOVO	3,65 %
6	 RDS	2,68 %
7	 98,5 FM	2,07 %
8	 LCN	1,71 %
9	 La Presse/La Presse+	1,25 %
10	 ICI Première	0,88 %

Un média peut être cité pour son contenu, dans le cadre d'un article promotionnel, une décision d'affaires ou la médiatisation d'un(e) de ses représentant(e)s.

## LES STATIONS DE RADIO ET DE TÉLÉVISION LES PLUS CITÉES PAR LES QUOTIDIENS ET LES SITES WEB

1	ICI Radio-Canada	24,11 %
2	TVA	22,93 %
3	Télé-Québec	9,70 %
4	TVA Sports	7,45 %
5	NOOVO	6,80 %
6	RDS	4,99 %
7	98,5 FM	3,86 %
8	LCN	3,19 %
9	ICI Première	1,65 %
10	ICI RDI	1,60 %

Note : Une station de radio ou de télévision peut être citée pour son contenu, une décision d'affaires ou la médiatisation d'un (e) de ses représentants. Nous avons exclu l'autoréférencement des médias.

## LES QUOTIDIENS LES PLUS CITÉS PAR LA RADIO-TÉLÉVISION

1	La Presse/La Presse+	35,67 %
2	Le Journal de Montréal	19,45 %
3	Le Devoir	16,50 %
4	Le Journal de Québec	9,32 %
5	Le Soleil	6,03 %
6	The Gazette	3,54 %
7	Le Droit	2,27 %
8	Le Quotidien	1,83 %
9	La Tribune	1,37 %
10	Le Nouvelliste	1,12 %

Note : Un quotidien peut être cité pour son contenu, une décision d'affaires, la présence d'un (e) de ses journalistes à l'antenne ou une nouvelle à son sujet.

# LES PERSONNALITÉS *de l'année*

1	Donald Trump	7,47 %
2	François Legault	4,21 %
3	Justin Trudeau	3,51 %
4	Joe Biden	3,14 %
5	Horacio Arruda	2,73 %

Note : % de la médiatisation sur l'ensemble du contenu des journaux, Web, radio et télévision.



# 2020

## AVAIT POURTANT BIEN COMMENCÉ, *sacramouille!*



**Benoit Dutrizac,**  
**animateur à Qub Radio et à Télé-Québec et auteur**

**LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC AVAIT UN SURPLUS BUDGÉTAIRE DE 3,5 MILLIARDS DE DOLLARS. LE QUÉBEC EST VITE DEvenu L'ÉPICENTRE DE LA PANDÉMIE AVEC PLUS DE LA MOITIÉ DES DÉCÈS AU CANADA ET FINIT L'ANNÉE AFFUBLÉ D'UN DÉFICIT DE 15 MILLIARDS. ÇA NE VA PAS BIEN...**

On se préoccupait de choses frivoles comme la disparition tranquille du français dans les commerces de Montréal. Ou de la défense de la micro-agression laïque québécoise face aux macro-agressions des multiculturalistes fédéraux et aux lobbys d'intégristes religieux. Ou encore de la rénovation de nos écoles désuètes et pestiférées.

Bref, la p'tite vie... avant la censure.

Souvenez-vous... On s'embrassait et s'enlaçait. On se touchait! On trinquait à notre santé!

Les Snowbirds se prélassaient, flétris sous le soleil de la Floride. Les obsédés de selfies, qu'on ne veut pas voir, parcouraient le monde sans savoir qu'ils rapporteraient

des souvenirs contagieux dans leurs bagages. Et les monstrueux bateaux de croisière sillonnaient les mers en permettant à leurs passagers de s'empiffrer et de s'infecter au buffet.

Est-ce le ragoût au pangolin qui m'est resté sur le coeur? Les brochettes de chauves-souris m'auraient-elles donné des brûlures d'estomac? Et cette fièvre, aurait-elle un lien avec ces excellentes protéines sauvages achetées au wet market? D'où venait donc ce savoureux virus?

Finalement, le gouvernement chinois, grande démocratie s'il en est, a dû admettre que les morts liées à la COVID-19 se multipliaient... et que, oups, la contamination se répandait allègrement aux pays voisins, aux continents voisins. Désolé et en passant, amis capitalistes, on a des masques cheapettes et légèrement défectueux à vous vendre, mille fois le prix de production...

Pendant ce temps, Justin Trudeau était embourbé dans un scandale ou un autre : We Charity, le « oui, mais » à la liberté d'expression, les 11 jours avant de condamner la décapitation du professeur d'histoire Samuel Paty, le refus de faire payer les géants du Web. Tellement embourbé

**2020 DEVIENDRA FINALEMENT  
L'ANNÉE DE LA RECONNAISSANCE  
DES SERVICES ESSENTIELS.**

qu'il n'a pas trouvé le temps de fermer l'aéroport de Dorval à temps ni de tester les voyageurs qui y arrivaient de l'étranger.

Puis silence. Confinement. Souffrance. La mort par milliers. L'économie paralysée. Les rues vides.

Des milliers d'âinés mouraient, parfois dans des conditions ignobles, comme si le coronavirus en voulait à la vieillesse...

Puis, descendirent du ciel les « anges gardiens » courageux, masqués, dignes, presque téméraires, sous-payés, exploités par des agences de crapules, venant à

Comment oublier toutes ces morts atroces, ces souffrances indignes, ces négligences bureaucratiques, ces cris désespérés et étouffés par des masques n-95, ces agonies recroquevillées dans un lit souillé? Et devinez quoi : personne ne sera trouvé redevable ni responsable de ce cafouillage.

Évidemment. Nous sommes au Québec.



la rescousse des patients délaissés et d'un système brisé. Des anges québécois de toutes origines, que l'on ne remerciera jamais assez.

Force fut de constater que le système de santé centralisé et abandonné par des gestionnaires fantômes a laissé tomber les patients et le personnel de santé.

Au ministère de la Santé, où étaient les milliards de dollars pour les subalternes, vous savez, le négligeable petit personnel qui est venu au secours de nos vieux et de nos malades?

La pandémie aura donc permis de révéler les salaires de crève-faim des préposés aux bénéficiaires. Les heures supplémentaires obligatoires imposées aux infirmières seront aussi dénoncées.

La phrase clichée a rebondi sur les tous les murs des morgues et des salles de soins intensifs : on ne veut pas de « chasse aux sorcières » ou « on ne cherche pas de coupable ».

Le coronavirus se fout de notre nationalité, de nos origines, de nos aspirations, de nos traditions, de nos douleurs, de l'économie, de l'amour, de la haine. Il est là. Minuscule. Laid. Pernicieux. Opportuniste. Virulent.

Une des pires saloperies qu'aura connue l'humanité. À part peut-être la coiffure de Donald Trump. Et à ça, y aura jamais de vaccin...

Mais tout ça sera bientôt derrière nous. Alors, prenez un numéro et mettez-vous en ligne : le cocktail 2021 nous sera servi en version injectable!



# J'en ai plein mon MASQUE

Tout va bien, mon masque est loin d'être plein (!). Je veille à ma consommation de médias comme je veille à ma consommation d'alcool, je limite les dégâts, je respecte les capacités de mon foie, et je ne perds jamais de vue que la seule personne ayant le pouvoir de fermer une page, une station de radio, une émission de télévision, c'est moi.

**Geneviève Lefebvre**

... des commerces fermés. Je suis très inquiet pour tous les entrepreneurs, mais particulièrement les salles de cinéma et de spectacle et les musées. Ils sont les veines qui permettent à la culture de vivre et ils sont en réel danger de disparaître à jamais si les mesures de confinement se poursuivent. Il n'y a rien comme l'énergie d'une foule juste avant que le spectacle ou le film ne commence... hâte de la retrouver.

**Nicolas Lacroix**

La surutilisation des nouveaux mots de la crise : covid, confinement, déconfinement, traçage, distanciation, covidots, patient zéro, présentiel, distanciel, gestes barrière, télétravail, infodémie, pandémie...

**Gilles Parent**

J'en ai plein mon masque du débat sur le caractère systémique ou non du racisme au Québec, mais j'en ai encore plus plein mon masque du racisme. J'en ai plein mon masque également des hommes qui tuent leur conjointe ou ex-conjointe ou leurs enfants et des loyers qui n'en finissent plus d'augmenter à Montréal.

**Maëlle Besnard**

Je connais les mesures mises en place par la santé publique. Je ne suis plus capable d'entendre les messages m'appelant à l'obéissance. À part pour ceux qui ont vécu sous une roche, tout le monde doit être au courant pour les mains, le masque et les 2 mètres. Si après autant de mois on doit encore le répéter, pensez-vous vraiment que les bornés vont enfin se mettre à écouter?

**Louis-Philippe Guy**

... des journalistes qui exigent, le poing sur la table ou presque, de voir les projections chiffrées de ce que sera la situation de la pandémie dans un, deux ou trois mois et insinuent ensuite, devant la réticence des autorités à leur fournir des prophéties, que le gouvernement « nous cache des choses »!

**Marc Provencher**

# Les Pilleurs



**Geneviève Lefebvre,**  
**écrivaine, scénariste, directrice de communications**

**SUR MA PAGE FACEBOOK, JE PARTAGE UNE HISTOIRE QUI SE PASSE DANS UNE RUELLE ET QUI ME POSE UN DILEMME ÉTHIQUE. TOUS LES ÉLÉMENTS D'UNE SITUATION COMPLEXE Y SONT : QUARTIER DÉFAVORISÉ, CRISE SANITAIRE QUI EXACERBE LES INÉGALITÉS SOCIALES, SANTÉ MENTALE, ITINÉRANCE, DEVOIR CITOYEN. LA QUESTION QUE JE POSE À MON ENTOURAGE VIRTUEL EST AUSSI SIMPLE QUE COMPLEXE : À QUEL MOMENT DOIT-ON INTERVENIR DEVANT LA DÉTRESSE HUMAINE, SANS BRIMER LES DROITS DE LA PERSONNE ?**

Très vite, les réponses fusent, toutes empreintes de respect et des nuances nécessaires à la situation. Certaines de ces interventions viennent de gens compétents en la matière : psychiatres, médecins, intervenants en toxicomanie.

Bien qu'ayant de nombreux « amis », ma page est en mode « privé », c'est-à-dire que ce qui s'y discute n'est pas destiné à une large diffusion. Ma préférence va aux conversations civilisées entre gens de bonne volonté, et entre nous règne un pacte de confiance tacite.

Le lendemain, un sonneur d'alerte m'apprend qu'une chroniqueuse de l'émission de radio la plus écoutée en ville a repris mon histoire, mais tronquée, déformée, toute bienveillance évacuée. La chroniqueuse – qui était de mes « amis » – a utilisé un contenu qui ne lui appartenait pas – sans citer ses sources et sans demander la permission – pour la tourner en dérision et la recracher en jets de bile hargneuse qui ne reflète qu'une chose, ses propres biais.

Dans le contenu comme dans la forme, la manœuvre n'est pas illégale. Elle n'en est pas moins minable. Et malheureusement, encore trop courante chez certains journalistes, pourtant salariés.

Ils pigent impunément dans le contenu des autres : idées de reportages, angles, formulations. Ils fouillent le contenu des commentaires, utilisent leurs « amis » comme chercheurs bénévoles, et débusquent chez les autres leurs prochains intervenants

spécialisés à haute valeur médiatique. Demander, remercier ? Oubliez ça. Les réseaux sociaux sont leur buffet, et ils s'empiffrent « sur le bras » à un festin auquel ils ne songent jamais – ou alors si rarement – à contribuer.

## **CE SONT LES PILLEURS**

Ils pillent sans discrimination, mais sont particulièrement gourmands chez les créatifs, les innovateurs et les journalistes pigistes. Ce qu'ils n'oseraient jamais faire dans le contenu de leurs collègues plus établis, craignant les repréailles, ou pire, leur pillage exposé publiquement. C'est une minorité.

Si elle n'est pas immédiatement visible, cette minorité le devient de plus en plus lorsque les larcins s'accumulent. Et puis un jour, la réputation des pilleurs les précède. Le réseau amical fait alors œuvre de sentinelle : « fais attention avec X ».

Ils font également mal paraître leurs collègues journalistes à l'éthique irréprochable. Comme dit si bien Kamala Harris : « Bad cops are bad for good cops ».

Inéluctablement, il n'y a qu'une façon de gérer les pilleurs : les bloquer.

Ce qui les obligera à faire ce pourquoi on les paie : travailler.

# LA TRAME NARRATIVE DE 2020



**Pierre Bouthillier,**  
consultant à la recherche chez Influence Communication

L'ANNÉE 2020, POUR LES MÉDIAS QUÉBÉCOIS, AURA ÉTÉ MARQUÉE PAR LA PANDÉMIE DE LA COVID-19. À LA FOIS TÉMOINS ET ACTEURS, LES MÉDIAS Y AURONT JOUÉ UN RÔLE IMPORTANT. C'EST POURQUOI NOUS PROPOSONS ICI D'ÉVOQUER LE SCHÉMA NARRATIF DE LA PANDÉMIE TEL QU'IL Y A ÉTÉ RAPPORTÉ, TOUT EN ÉTANT CONSCIENTS QU'IL S'AGIT DAVANTAGE D'UN RÉSUMÉ QUE D'UNE ANALYSE EXHAUSTIVE.

## JANVIER

D'abord, en janvier, la pandémie n'est qu'une menace lointaine. Même si la situation en Chine, puis l'annonce de la mise en quarantaine de bateaux de croisière permettent d'évoquer le sérieux de la situation, ici, on n'y croit pas encore. Certains de nos spécialistes vont même jusqu'à affirmer qu'« au Canada, le risque de contracter

le nouveau coronavirus est quasi nul »<sup>1</sup>. Cette incertitude quant au risque posé constitue le thème récurrent de cette première phase de la pandémie au Québec.

## FÉVRIER

Vers la fin février, les médias endossent progressivement le rôle d'intermédiaire entre les autorités publiques et la population, participant du même coup à « transformer le savoir d'experts en savoir commun »<sup>2</sup>. Il s'agit d'ailleurs du second thème dominant de la couverture québécoise de la pandémie, avec des articles comme « Dix conseils face au coronavirus »<sup>3</sup> ou encore « Quoi faire pour se préparer à la COVID-19? »<sup>4</sup>. Pour bien des Québécois, ce sont également les débuts du rendez-vous télévisé quotidien de 13 heures avec le premier ministre François Legault et Horacio Arruda, le directeur de la santé publique. Ce dernier deviendra, au cours des mois à venir, pratiquement une icône de la lutte contre la COVID. On confectionne des T-shirts et des figurines à son image et sa recette de tartelettes portugaises fait fureur. Une image qui sera toutefois ternie quelques mois plus tard par sa participation au « rap du confinement », pour lequel il devra s'excuser publiquement et en larmes

<sup>1</sup>Vadeboncoeur, A. (2020, 14 février). Tout ce que vous devez savoir sur le nouveau coronavirus. *L'Actualité*. Repéré à <https://lactualite.com/sante-et-science/tout-ce-que-vous-devez-savoir-sur-le-nouveau-coronavirus>

<sup>2</sup>Joffe, H. (2005). De la perception à la représentation du risque : le rôle des médias. *Hermès, La Revue*, 41(1), 121-129. <https://doi.org/10.4267/2042/8962>

<sup>3</sup>La Presse canadienne (2020, 28 février). Dix conseils face au coronavirus. *Huffington Post*. Repéré à [https://quebec.huffingtonpost.ca/entry/coronavirus-covid-19\\_qc\\_5e594403c5b6450a30bdf12e?utm\\_hp\\_ref=qc-homepage](https://quebec.huffingtonpost.ca/entry/coronavirus-covid-19_qc_5e594403c5b6450a30bdf12e?utm_hp_ref=qc-homepage)

<sup>4</sup>Scali, D. (2020, 28 février). Quoi faire pour se préparer à la COVID 19? *Le Journal de Montréal*, P. 6

quelques jours plus tard : « Ça n'a jamais été mon intention de blesser qui que ce soit et j'ai compris que plus jamais je n'utiliserai les réseaux sociaux dans ce contexte-là »<sup>5</sup>.

## MARS

En mars, à ce thème se superpose un autre, celui de l'alerte. On parle du « ... virus qui fait trembler la planète »<sup>6</sup>. Québec désigne officiellement quatre hôpitaux pour soigner les personnes atteintes de la COVID. C'est à ce moment que les termes « chambre à pression négative » et « masque N95 » entrent pour la première fois dans notre vocabulaire. Et de l'alerte à la peur, il n'y a qu'un pas qui sera rapidement franchi avec l'effondrement des marchés financiers, l'annonce de la fermeture de la plupart des commerces ainsi que des écoles, des universités et des garderies pour une période minimale de deux semaines et par la consigne aux aînés de rester chez eux. Pour le premier ministre François Legault, le Québec est dorénavant engagé dans une « course contre la montre pour freiner le virus »<sup>7</sup>. Alors que partout l'économie ralentit, Ottawa annonce un plan d'aide d'une ampleur historique de 27 milliards de dollars, visant entre autres à soutenir les travailleurs en congé forcé. Les mesures prises par nos dirigeants rassurent. À preuve, tant Justin Trudeau que François Legault voient leur taux d'approbation grimper dans les sondages, qui atteignent 67 % pour le premier et... 95 % pour le second. Le Québec entre également dans l'ère du télétravail, un rêve devenu réalité pour certains, un cauchemar pour d'autres.

## EN AVRIL, PLUS DE 90 % DU CONTENU MÉDIATIQUE QUÉBÉCOIS FAISAIT RÉFÉRENCE À LA COVID-19.

## AVRIL

C'est en avril que le niveau d'alerte de la province atteint son apogée. En effet, les résidences pour aînés subissent la pandémie de plein fouet, situation d'autant

plus critique que le personnel est débordé. Une situation qui poussera Legault à demander l'aide des médecins spécialistes, moins occupés en raison de la pandémie, ainsi que de l'armée canadienne. Ainsi, entre le 20 avril et la fin du mois de juin, près de 1400 soldats seront



déployés dans les CHSLD lors de l'opération LASER. Un débat s'amorce également : le Québec enregistre-t-il vraiment plus de cas que les autres provinces, ou s'agit-il d'une question de méthodologie? Autre dossier : la pénurie anticipée des masques – manquants ou détournés – fait peur. Les fameux N95. Legault nous dit qu'il n'y en a que pour une semaine au Québec. On craint aussi le manque de matériel de protection et autres équipements médicaux, comme les respirateurs. Non seulement les prix montent, mais il faut parfois payer comptant et escorter les chargements pour s'assurer qu'ils parviennent à destination. Mais si certaines entreprises québécoises en arrachent, d'autres, comme Cascades et Bauer, redoublent d'ingéniosité et se convertissent en producteurs d'équipement médical de protection. C'est aussi le début de la règle du 2 mètres

<sup>5</sup>Lajoie, G. et Gagnon, M-A. (2020, 13 mai) Danse du confinement : en larmes, Horacio Arruda s'excuse en point de presse. *Journal de Québec*. Repéré à <https://www.journaldequebec.com/2020/05/12/video-horacio-arruda-presente-ses-excuses-apres-son-apparition-dans-une-video-controversee>

<sup>6</sup>Agence QMI. (2020, 10 mars). Le virus qui fait trembler la planète. *Le Journal de Montréal*. En couverture

<sup>7</sup>Béland, G. (2020, 15 mars). Québec déclare l'état d'urgence sanitaire. *La Presse* +. Repéré à <https://www.lapresse.ca/covid-19/2020-03-14/quebec-declare-l-etat-d-urgence-sanitaire>



de distanciation physique, dont la durée se chiffrera vraisemblablement en mois. Il fallait s'y attendre, la pandémie modifie significativement les habitudes des consommateurs. Les ventes de papier hygiénique ne sont pas les seules à exploser, le phénomène touche également les services de vidéo sur demande, la marijuana et l'alcool.

## MAI

Au début du mois de mai, le gouvernement affirme qu'il y aura bel et bien un été touristique à Montréal. Difficile à croire pour plusieurs puisque la situation de la métropole, au cœur de la zone rouge, demeure critique. Car le fameux « pic » anticipé n'est pas encore atteint et à Montréal, les décès demeurent nombreux. Ailleurs en province, nous dit Arruda, « ... c'est le paradis »<sup>8</sup>. Une situation qui explique que les commerçants montréalais devront patienter deux semaines de plus que les autres avant de pouvoir rouvrir leurs commerces. Même chose du côté des écoles : alors qu'ailleurs au

Québec, les élèves retournent en classe dès le 11 mai, à Montréal, aucun retour en classe n'est envisagé avant septembre, au grand désespoir des parents et des enseignants qui ont souvent dû composer avec un programme d'enseignement à distance improvisé. Une réouverture risquée pour François Legault : « Si ça n'avait pas marché, pas sûr que ma carrière politique aurait eu beaucoup d'avenir »<sup>9</sup>. Et partout, les mesures de distanciation et d'hygiène sont renforcées. Pour tenter de mettre fin au manque de personnel dans les CHSLD, Québec lance une « Opération grande séduction »<sup>10</sup> pour recruter 10 000 préposés, auxquels on promet salaires généreux et avantages sociaux garantis. Mince consolation, la congestion routière est pratiquement disparue de nos routes. Avec l'arrivée du printemps, Québec entend autoriser, sous certaines conditions, la pratique de quelques activités de plein air ainsi que des rassemblements extérieurs de moins de 10 personnes. La pandémie aura aussi raison de certaines entreprises bien connues au Québec, comme Aldo, Voir et le

Cirque du Soleil.

## JUIN - ENFIN UN PLEIN D'AIR!

En juin, Québec autorise un déconfinement partiel. Les parcs, modules de jeux y compris, et les piscines redeviendront accessibles. Les restaurateurs apprennent avec soulagement qu'ils pourront rouvrir leurs établissements à partir du 15 et les tenanciers de bar le 27, une décision prise à contrecœur par Arruda, qui craint qu'on doive « ... le payer cher cet automne »<sup>11</sup>. Les garderies, les centres commerciaux et les centres de soins esthétiques ou thérapeutiques pourront également reprendre leurs activités, mais seulement à l'extérieur de la région de Montréal. Les entreprises qui tentent de se maintenir à flot doivent quant à elles composer avec les effets perniciose de la PCU, qui crée une pénurie artificielle de main-d'œuvre. Le mois se termine par l'imposition d'une mesure peu populaire, le port du masque dans les transports publics.

<sup>8</sup>Sioui, M. et Vastel, M. (2020, 8 mai). La grande région de Montréal fermée jusqu'au 25 mai. *Le Devoir*, p. A 1

<sup>9</sup>Lavoie, G. (2020, 15 juin). François Legault se confie sur sa gestion de crise. *Le Journal de Montréal*. Repéré à <https://www.journaldemontreal.com/2020/06/15/il-dit-avoir-joue-sa-carriere-en-ouvrant-les-ecoles>

<sup>10</sup>Lavoie, G. (2020, 28 mai). Opération grande séduction. *Le Journal de Montréal*, p. 3

<sup>11</sup>Marin, S. (2020, 25 juin). Presque tout peut rouvrir au Québec, dont les bars et les spas, *Le Droit*, Repéré à <https://www.ledroit.com/actualites/covid-19/presque-tout-peut-rouvrir-au-quebec-dont-les-bars-et-les-spas-video-4dd19ccd4e22c1be930060acc362abf5>

## JUILLET

Juillet voit le ministre fédéral des Finances, Bill Morneau, annoncer un déficit historique de plus de 340 milliards, dont plus de 73 attribuables à la PCU. « Notre gouvernement avait deux options », se défendait Justin Trudeau. « Laisser les Canadiens se débrouiller ou agir pour les aider »<sup>12</sup>. Au Québec, les contrôles sanitaires retardent l'arrivée des travailleurs agricoles étrangers. Certains cultivateurs doivent renoncer à une partie de leurs récoltes. Durement touchée, la colonie artistique québécoise tente tant bien que mal de s'ajuster en se produisant sur des pontons, dans des ciné-parcs ou encore sur internet. Puisqu'on ne peut toujours pas voyager, plusieurs profiteront du beau temps et du déconfinement pour s'offrir des vacances au Québec; certaines régions sont pratiquement envahies par les touristes, comme la Gaspésie, qui a dû composer avec le manque de civisme de certains visiteurs. D'autres choisiront plutôt de consacrer temps et argent prévu pour les vacances pour réover. Juillet s'annonce par contre difficile pour les plus démunis en quête de logement. Un campement de tentes voit même le jour à Montréal.

## AOÛT

En août, les activités de la LNH reprennent et le Canadien, qui parvient de justesse à accéder aux séries éliminatoires, jouera son hockey le plus inspiré des dernières années. À quelques semaines de la réouverture des écoles, on apprend que dorénavant, le masque devra faire partie des fournitures scolaires. Le Québec donne aussi six semaines au réseau de la santé pour se préparer à une seconde vague. Cette fois, nous dit le ministre de la Santé, Christian Dubé, « ... les responsables seront imputables ». Du côté d'Ottawa, on annonce que la PCU sera prolongée jusqu'à la fin de septembre, et ce, malgré les nombreuses fraudes qui sont rapportées.



« Nous ne voulons pas fermer les écoles. Nous devons ça à nos enfants »

## SEPTEMBRE

C'est en septembre que s'amorce la seconde vague tant redoutée par les autorités. À l'aube de la rentrée scolaire, et confronté à une augmentation des cas, Legault, dont la popularité dans l'opinion publique ne faiblit pas malgré les critiques, met en garde la population contre un relâchement sanitaire : « Nous ne voulons pas fermer les écoles. Nous devons ça à nos enfants »<sup>13</sup>. Des amendes seront dorénavant imposées à ceux qui contreviendront aux mesures sanitaires imposées par Québec. Le ministre de la Santé, Christian Dubé, implore quant à lui les Québécois : « Restez chez vous! ». Parmi les blâmés, les bars, qui devront cesser de vendre de l'alcool après minuit, et les conspirationnistes – de plus en plus nombreux – qui manifestent contre le port du masque. Devant le sérieux de la situation, Montréal et Québec passent rapidement du mode « préalerte » au « code orange », puis au « code rouge », ce qui laisse entrevoir le spectre d'un reconfinement. Du côté d'Ottawa, Justin Trudeau déclare que « l'heure n'est

<sup>12</sup>Orfali, P. (2020, 9 juillet). Finances publiques : Déficit « historique » de 343,2 milliards \$ en 2020. *Le Journal de Montréal*, p. 3

<sup>13</sup>Caron, C. (2020, 1er septembre). COVID-19 : François Legault dénonce le grand relâchement sanitaire au Québec. *Le Journal de Montréal*. p. 9

pas à l'austérité»<sup>14</sup> et annonce vouloir poursuivre les mesures d'aide entreprises en mars.

## OCTOBRE

En octobre, les élèves découvrent la nouvelle réalité avec laquelle ils devront composer : port du masque en classe, activités sportives en équipe annulées, et présence en classe 1 journée sur 2 pour les secondaires 4 et 5. Avec les revenus du tourisme en chute libre, plusieurs hôtels de la région montréalaise grossissent les rangs des entreprises dont l'avenir est incertain depuis les débuts de la pandémie. Également touchés, les propriétaires de centres de conditionnement physique braveront un moment la loi, mais se verront imposer des amendes substantielles. Enfin, le nombre de chirurgies reportées, l'un des impacts les plus importants de la pandémie sur le système de santé québécois, atteint des sommets – 130 000 selon le ministre de la Santé, Christian Dubé.

## NOVEMBRE

Nous sommes maintenant au début de novembre – heure de tombée oblige – et s'il est impossible de faire un bilan de la pandémie tout comme il est impossible de prédire quand elle se terminera, on peut malgré tout en dégager certains constats. Premièrement, elle a permis d'exposer avec force la triste réalité des CHSLD, tant pour les résidents que pour le personnel. Cela permettra-t-il d'amorcer une réflexion menant à des solutions concrètes?

Ensuite, les mesures imposées par Québec ont favorisé l'éclosion d'une pensée divergente, voire

«conspirationniste» jusque-là négligeable. S'agit-il simplement d'un événement ponctuel ou est-ce le début d'un véritable mouvement? Aussi, le confinement nous a amenés à réfléchir sur notre mode de vie. Sommes-nous trop pressés? Est-ce que nous nous préoccupons assez de ceux qui nous sont chers? Pouvons-nous vivre autrement? Les mesures de distanciation auront-elles un impact à long terme sur l'ensemble des rapprochements physiques entre humains? Doit-on se convertir au télétravail? Que penser de l'enseignement à distance? Enfin, il est évident que certaines de nos habitudes seront bouleversées. Est-ce la fin, par exemple, du tourisme de masse? Le milieu culturel survivra-t-il à la COVID?



**POURRONS-NOUS, DANS UN AVENIR RAPPROCHÉ, ASSISTER À DES SPECTACLES, DES FESTIVALS, VOIR UN FILM? SEUL L'AVENIR NOUS LE DIRA...**

<sup>14</sup>Marquis, M. (2020, 24 septembre). Tombera, tombera pas? La Presse +, p. 2

# DE RETOUR après la pause



**Frédéric Ostiguy,**  
rechercheur chez Influence Communication

**DU HOCKEY EN ÉTÉ, LES ALOUETTES EN CONGÉ, L'IMPACT À L'ÉTRANGER, LE TOURNOI DES MAÎTRES EN NOVEMBRE ET DE LA FORMULE 1 JUSQU'EN DÉCEMBRE, LES HABITUDES DES AMATEURS DE SPORT ONT ÉTÉ HAUTEMENT BOULEVERSÉES EN 2020, MAIS PAS AUTANT QUE CELLES DES ARTISTES ET ARTISANS DES MÉDIAS SPÉCIALISÉS.**

Quand les grandes ligues professionnelles en Amérique du Nord et partout dans le monde annonçaient, au printemps dernier, qu'elles interrompaient leurs activités pour une durée indéterminée, c'était l'amorce d'une grande tempête qui continue de souffler. Comment remplir les bulletins de nouvelles, alimenter les humeurs des

chroniqueurs, remettre en doute des choix du repêchage et entretenir la machine à rumeurs sans contenu?

## **ON S'ADAPTE**

Le premier réflexe des journalistes demeure de traiter l'information et d'aller aux réactions, mais la pandémie a généré aussi chez les médias sportifs la grande mission collective présentée par le gouvernement Legault pour continuer : se réinventer. Journaliste chez RDS, Jean-Luc Legendre a reconnu qu'il y a eu un choc au départ, mais il fallait regarder en avant. « La préoccupation était maintenant de rejoindre l'amateur de sport sur toutes les plateformes, car les gens ne sont plus captifs devant leur téléviseur, a expliqué Legendre. Il faut une grande présence sur les médias sociaux, décliner l'information sous différentes formules, mais sans trop se disperser. »

L'animateur à TVA Sports, Jean-Charles Lajoie, affirme pour sa part que la pandémie pourrait provoquer

une révision dans la façon d'offrir le sport à la télévision québécoise. « Difficile de demander mieux que la réinvention de la chaire sportive. Chaque jour apporte des éléments nouveaux, pandémie ou pas. Nous détestons généralement la routine alors, devant l'abîme, retrousse-toi les manches, fais preuve de créativité, et les gens vont embarquer », a-t-il confié à Influence Communication.

« Sur la route comme à la maison, au propre comme au figuré, les conditions de travail des journalistes sportifs ont déjà été affectées par les nouvelles consignes sanitaires et les contraintes de distanciation physique. Un Carey Price frustré livré aux journalistes après une défaite à Philadelphie, c'est terminé. Les relations publiques auront le temps de préparer la vedette, de contrôler le message pour éviter les mots de trop qui alimenteront les premières pages. « Je crois que les vestiaires sportifs seront fermés pendant plusieurs mois aux journalistes, ce qui n'est pas

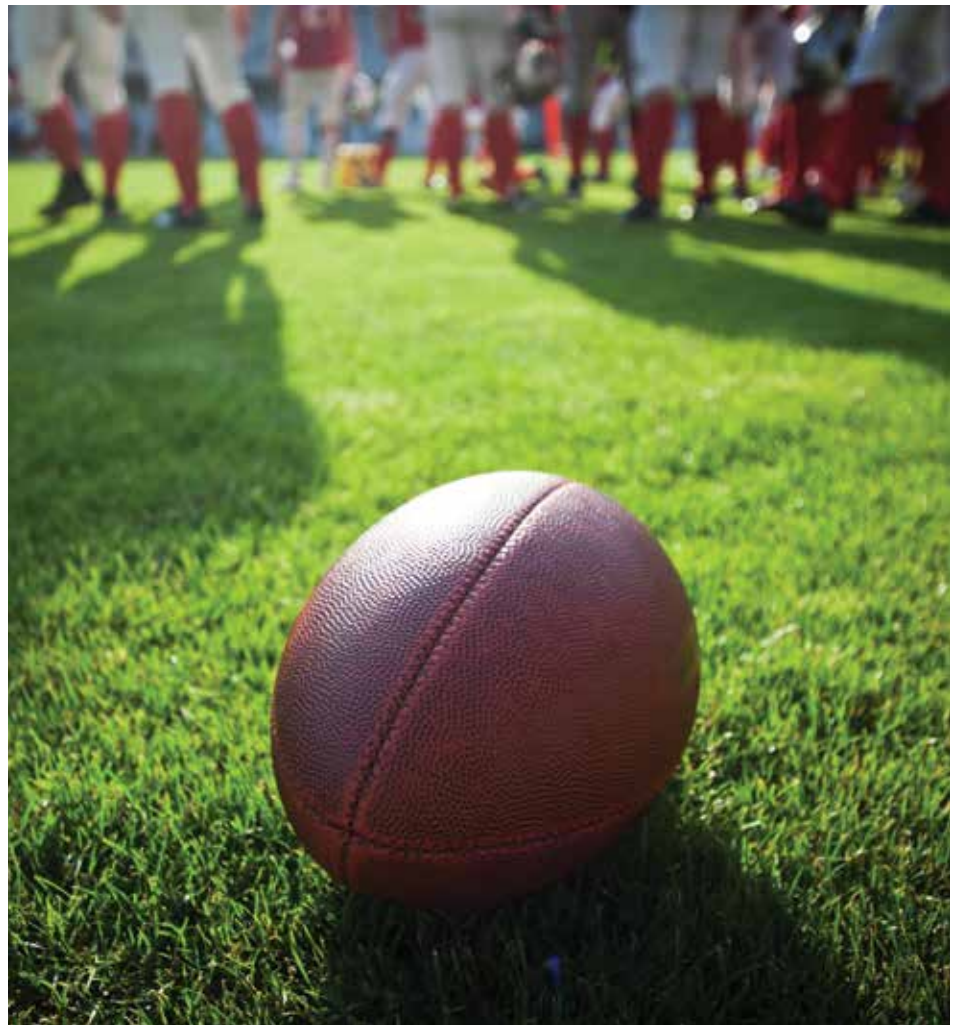
nécessairement une mauvaise chose, a laissé tomber Jean-Luc Legendre. Il y aura encore des conférences de presse ou des zones mixtes, comme on en voit aux Jeux olympiques ou en Formule 1. La pandémie et l'évolution technologique nous ont forcés à nous adapter aux rencontres virtuelles. J'ai réalisé quelques entrevues très émotives via la plateforme Zoom, avec des accès plus faciles qu'avant aux athlètes.» À cet égard, Jean-Charles Lajoie a souligné l'efficacité des circuits professionnels dans la gestion des athlètes confinés dans les différentes villes-bulles auprès des représentants des médias.

### **LE CAS FOOTBALL**

Pendant que la WWE poursuivait dans une salle vide, que la NBA et le baseball majeur invitaient des partisans virtuels ou en carton et que les Québécois découvraient, grâce au jeune pilote Raphaël Lessard, que NASCAR offrait aussi des courses de camionnettes, la Ligue canadienne de football disait à l'an prochain. Pour un circuit aux finances fragiles comparé à la puissante NFL, le déficit médiatique ainsi engendré pourrait faire très mal. En 2020, l'intérêt pour la LCF a chuté de 17 % par rapport à 2019 et 27 % du contenu lié à la LCF a porté sur les répercussions de la COVID-19. Pire encore, au Québec, 98 % de l'intérêt pour la Ligue canadienne passe par les Alouettes de Montréal.

### **AU QUÉBEC, LA NFL EST 8 FOIS MOINS POPULAIRE QUE LA LCF.**

Champion de la Coupe Grey avec les Alouettes en 2009 et 2010, l'analyste Matthieu Proulx avance que les diffuseurs devront participer au blitz



pour reconstruire la place de la LCF dans l'esprit des Canadiens. « Les amateurs de football se tourneront vers la NFL, mais le football demeure du football, explique Proulx. Pour reconquérir le public, il faudra faire la promotion des nouveaux joueurs, des nouveaux visages. La LCF a cependant plusieurs qualités qui rendent le produit unique, dont la proximité et l'accessibilité de ses organisations et de ses athlètes.»

L'avenir de la LCF pourrait-il être menacé par l'annulation de la saison 2020? « Ce sont des entreprises privées qui doivent générer un minimum de revenus pour survivre. On peut accepter des déficits annuels pour certains propriétaires et la ligue, mais il y a des limites. Ce sera intéressant de voir comment on va restructurer le modèle d'affaires.

À mon avis, le projet d'instaurer une équipe à Halifax est sur la glace.»

Proulx a aussi partagé des inquiétudes pour la suite des choses au football universitaire. Le Rouge et Or de l'Université Laval, les Carabins de l'Université de Montréal profitent de partisans fidèles et de partenaires corporatifs engagés, mais ce n'est pas le cas dans tous les marchés du Québec et au Canada anglais. « Ça coûte très cher d'opérer une équipe de football universitaire, de renchérir l'ancien numéro 20. Ce sera plus difficile de convaincre les commanditaires dans un contexte économique incertain. Il ne serait pas surprenant de voir certaines universités utiliser la pandémie comme excuse pour mettre la clé dans la porte de leur programme de football.»

## DU PAIN ET DES JEUX

Le même sort pourrait guetter l'Impact de Montréal. En exil forcé à Orlando pour un tournoi de relance puis à New York pour la suite de la saison en MLS, le bleu-



Jean-Charles Lajoie.

Crédit photo : Facebook

blanc-noir s'est ennuyé de son stade. Est-ce aussi le cas chez les partisans, même les plus ténébreux? Jean-Charles Lajoie résume avec philosophie.

**« IL EXISTE UNE  
RELATION AMOUR-  
HAINE ENTRE L'IMPACT  
ET SA BASE DURE  
DE SUPPORTEURS  
ET LA PANDÉMIE N'Y  
CHANGERA RIEN. C'EST  
UN SPORT EN SOI D'ÊTRE  
PARTISAN D'UNE ÉQUIPE  
PROFESSIONNELLE DE  
PREMIÈRE DIVISION  
À MONTRÉAL. »**

Des galas de boxe ont été présentés à Shawinigan et à Rimouski cet automne par Eye of the Tiger Management, mais on semble encore loin d'un programme alléchant capable de remplir le Centre Bell. Lajoie s'attend à ce que le noble art résiste, encore, envers et contre tout. « Si le produit est alléchant et que les gens s'en sont ennuyés, l'effort de commercialisation n'aura pas besoin d'être démesuré à mon sens. La boxe risque fort d'attirer les foules comme les gens devant l'écran. »

Et le public devrait être disponible.

## DIRECTION TOKYO?

Les Jeux olympiques de Tokyo 2020, maintenant prévus du 23 juillet au 8 août 2021, constituent le plus grand défi médiatique de l'ère moderne. La menace virale qui devrait toujours sévir pourrait forcer le CIO et les grands diffuseurs à faire le nécessaire pour réduire la facture de l'aventure, comme exigé depuis quelques années. « Si on me demandait de me rendre au Japon, je sauterais dans le prochain avion sans hésiter, a confié Jean-Luc Legendre. Je crois qu'elle est révolue l'ère où les diffuseurs francophones du Canada envoyaient sur place des descripteurs pour chacun des sports. Pour les Jeux de Rio, c'est à partir du sous-sol de la tour de Radio-Canada que j'ai effectué la

description du tournoi de boxe. C'était le cas pour plusieurs des disciplines où le Canada avait peu de chances de médailles. »

Selon Jean-Charles Lajoie, il faudra faire confiance aux équipes de diffusion. « La technologie rend le sport pratiquement meilleur à la télé que sur place. Les descripteurs et analystes ne manqueront rien de l'action, et le public, certainement pas. Ce qui risque de manquer, ce sont les histoires qui se cachent derrière les performances. »

Pour ça, on peut cependant toujours compter sur Jean-René Dufort.

# L'AUTRE VIRUS : les conspirationnistes



**Marc Provencher,**  
agent au service de transcription chez Influence Communication

## SURTOUT BOSTON

Ma première rencontre avec une théorie du complot remonte à ce pilier de brasserie de mon quartier natal qui m'expliquait avec une assurance inébranlable que les matches du Canadien de Montréal étaient truqués. « Même Canadien-Boston? » demandais-je. « Surtout Canadien-Boston! », répondait-il.

## LE SIÈCLE DES HALLUCINÉS

Il me semblait plutôt inoffensif, mais c'est loin d'être toujours le cas. Au 20<sup>e</sup> siècle, la pensée conspirationnelle a causé des ravages inimaginables. Les nazis, à l'extrême droite, comme les Brigades rouges, à l'extrême gauche, croyaient dur comme fer à un immense complot mondial qui, en réalité, n'existait que dans leur tête. Leur manie de la persécution s'est vite muée en manie d'agression.

Vu leurs meurtrières conséquences, on aurait pu se croire débarrassés de ces théories qui expliquent le réel « avec une cohérence qui n'existe nulle part dans le domaine de la réalité » (Hannah Arendt). Et

pourtant, nous voilà de nouveau envahis par ces sornettes : l'homme n'a jamais marché sur la Lune, les attentats du 11 septembre 2001 ont été ourdis par la Maison-Blanche, un réseau de pédophiles sataniques contrôle secrètement le monde.

## UNE BÉBÊTE QUI MONTE

Depuis dix ans, on dénombre près de 6 000 reportages et articles au Québec dans les journaux, le Web, la radio et la télé au sujet des conspirationnistes – incluant toutes les variations possibles d'appellation. En voici la ventilation :

<b>2020</b>	<b>64,44 %</b>
<b>2019</b>	<b>9,54 %</b>
<b>2018</b>	<b>7,55 %</b>
<b>2017</b>	<b>6,71 %</b>
<b>2016</b>	<b>2,88 %</b>
<b>2015</b>	<b>1,99 %</b>
<b>2014</b>	<b>3,09 %</b>
<b>2013</b>	<b>1,84 %</b>
<b>2012</b>	<b>1,00 %</b>
<b>2011</b>	<b>0,94 %</b>

**Les conspirationnistes de diverses obédiences ont vu leur médiatisation multipliée par 32 au cours des cinq dernières années, avec un bond spectaculaire de 2019 à 2020.**

Mais ce bond signifie-t-il que les explications conspirationnelles gagnent du terrain au Québec ou que les médias leur accordent une importance accrue?

## LA TENTATION DU DEVOIR

Il est malaisé de trancher, mais la tentation semble bel et bien réelle de banaliser, voire de légitimer la pensée conspirationnelle en lui conférant le statut d'opinion parmi d'autres. Le point culminant de cette tendance a sans doute été l'entrevue étonnamment complaisante du Devoir (19 septembre 2020) avec le complotiste Alexis Cossette-Trudel. Le brave monsieur peut y étaler toutes les lubies de son imagination enfiévrée (y compris que Lady Gaga se nourrit de cadavres) en étant à peine interrompu. Il est présenté comme un simple militant.



### ADIEU, CERVEAU

Pour ma part, j'ai un mal de chien à admettre que l'on soit encore, ici, dans le domaine de l'opinion : car toute discussion est disqualifiée à l'avance par un interlocuteur qui s'est mis l'équivalent d'une sphère d'acier inoxydable auteur du cerveau.

**Ne pouvant admettre son incompréhension du monde qui l'entoure, le conspirationnel s'autopersuade d'une fiction qui agit comme un substitut au savoir.**

Le voilà soudain devenu un initié, le dépositaire de « la clé de tout », ce qui est si rassurant par rapport à l'incertitude dans laquelle baigne toujours le réel.

### COMMENT ÇA, IRRÉFUTABLE?

Et ce n'est pas la seule mauvaise nouvelle. J'ai gardé la meilleure – c'est-à-dire la pire – pour la fin. Car figurez-vous que, en plus de tout le reste, la pensée conspirationnelle est irréfutable! Comment est-ce possible? Tout simplement parce que, comme

le comprenait bien l'historien italien Gaetano Salvemini : « L'absurdité a ceci de commun avec la vérité qu'on ne saurait la réfuter. »

### Références :

Arendt, Hannah. *Les origines du totalitarisme*. Paris, Seuil, 1972.

Salvemini, Gaetano. *The Origins of Fascism in Italy*, Harper and Row, 1973.



# LES VISAGES

## de la pandémie



**Marie-Pier Malouin-Ducharme,**  
consultante à la recherche chez **Influence Communication**

**AVEC LA PANDÉMIE ET LE CONFINEMENT, LES PLATEFORMES DE VISIONNEMENT EN LIGNE COMME NETFLIX, TOU.TV, CRAVE OU CLUB ILLICO ONT CONNU UN ÉNORME SUCCÈS EN 2020. EST-CE QUE ÇA SIGNIFIE QUE LA TÉLÉVISION TRADITIONNELLE EST DEVENUE COMPLÈTEMENT DÉPASSÉE? EH BIEN NON! PENDANT CETTE CRISE SANITAIRE MONDIALE, LA TÉLÉVISION GÉNÉRALISTE ET LES CHÂÎNES D'INFORMATION EN CONTINU SONT RESTÉES UNE SOURCE D'INFORMATION IMPORTANTE POUR LES QUÉBÉCOIS.**

### **LA « SÉRIE » DE L'HEURE**

Au printemps, tout au début du confinement, il y a une « série » québécoise qui s'est particulièrement démarquée. Eh oui, je fais bien référence aux conférences de presse du premier ministre François Legault accompagné de ses fidèles acolytes, la ministre de la Santé et des Services sociaux, Danielle McCann, remplacée plus tard par Christian Dubé, et le directeur national de la santé publique, Horacio Arruda.

De la fin mars au début avril, les rendez-vous quotidiens de François Legault, qui étaient diffusés simultanément à Radio-Canada, RDI, TVA, et LCN, ont trôné parmi les émissions les plus regardées. Par exemple, la conférence de presse du 5 avril a été visionnée par 2 735 000 téléspectateurs. Même la série District 31 ne réussit pas à rassembler autant de Québécois devant le petit écran. Malgré le fait que cette fiction policière augmente

ses cotes d'écoute de saison en saison, elle n'a jamais dépassé le cap des 2 millions de téléspectateurs.

Autant de citoyens qui visionnent chaque jour ces points de presse, ça a de quoi marquer l'imaginaire collectif. Ces figures d'autorité nous informant des nouveaux développements de la COVID-19 sont en quelque sorte devenues des icônes en ces temps de grande incertitude.

Au Québec, entre mars et novembre 2020, les visages les plus populaires liés à la pandémie de COVID-19 dans les médias ont été François Legault (6,15 %), Donald Trump (5,91 %), Justin Trudeau (4,51 %), Dr Horacio Arruda (3,01 %) et Christian Dubé (1,53 %).

### L'HORACIO SHOW

Même si, quantitativement, ce n'est pas celui qui a obtenu le plus de mentions dans les médias, le coloré personnage qu'est le Dr Horacio Arruda est probablement le visage le plus emblématique de cette pandémie. Dès les premiers points de presse en mars dernier, il a su charmer les Québécois. Les conférences de presse ont même été renommées l'Horacio show par certains. Plusieurs produits dérivés ont aussi vu le jour pour rendre hommage au

directeur national de la santé publique. Des t-shirts, des casquettes et même des bijoux ont été créés à son effigie. Ses tartelettes portugaises et ses participations à divers vidéos de divertissement ont fait fureur.

### L'ENVERS DE LA MÉDAILLE

Le Dr Arruda est passé d'inconnu à vedette en quelques semaines, mais la célébrité vient aussi avec les critiques acerbes du public dès qu'un faux pas est commis. Dès avril, certaines critiques ont commencé à fuser, accusant notamment le Dr Arruda d'avoir ignoré certaines recommandations d'experts. Le nouveau « héros de la pandémie » est rapidement devenu beaucoup plus mitigé dans l'opinion publique, forçant même François Legault à réitérer à plusieurs reprises sa confiance envers son directeur national de la santé publique en conférence de presse.

En dépit de ces critiques, on peut tout de même se demander : si le directeur national de la santé publique avait été un personnage moins sympathique et charismatique, la population aurait-elle autant adhéré aux mesures sanitaires en début de crise?

*Horacio Arruda, le visage qu'on a découvert en 2020.*



# LA TÉLÉVISION SPORTIVE

*mange une volée*



**Louis-Philippe Guy,**  
animateur au 91,9 Sports

**ON NE CESSERA DE DIRE QUE L'ANNÉE 2020 NOUS A OFFERT DU BIZARRE À SOUHAIT. ON PASSERA DES ANNÉES À TENTER D'ANALYSER LE PHÉNOMÈNE DE LA BAISSÉ MARQUÉE DES COTES D'ÉCOUTE POUR LES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS PRÉSENTÉS À LA TÉLÉVISION. ET POURTANT, EN Y PENSANT, AU DÉPART, TOUT ÉTAIT EN PLACE POUR DES AUDIENCES RECORDS. TOUT EST PARTI, PUIS TOUT EST REVENU EN MÊME TEMPS, MAIS PAS AVEC LA MÊME SAVEUR. TROP, EST-CE QUE C'EST COMME PAS ASSEZ?**

Pendant plusieurs mois, le fan de sport a été privé de toute trace de compétition à travers le monde. En mars, ce fut l'hécatombe. Un à un, chacun des sports est tombé comme un jeu de domino partant de l'Asie, atteignant l'Europe et franchissant l'Atlantique pour rayer de la carte le grand buffet visuel du sportif de salon. Les réseaux leur ont servi de la méthadone en présentant des heures de grands moments du passé. Au Québec, les Nordiques et les Expos ont repris vie, le Canadien a soulevé à nouveau la Coupe Stanley, mais pas en HD. On a même retrouvé les cassettes du mini-putt. La première vague a cessé et, alléluia, on a pu revoir du sport. Preuve qu'on était en manque, on s'est intéressé à la Bundesliga, la ligue de soccer allemande, qui a été la première à refaire battre ses ailes. Ensuite, la MLS a entrepris son tournoi à Orlando, cohabitant à Walt Disney avec la NBA. Le baseball s'est permis de voyager à travers les États-Unis,

rapatriant les Blue Jays à Buffalo. En revanche, c'est tout le hockey qui est passé au nord de la frontière. Le junky de sport était devant un buffet digne des dieux. Toutefois, il n'a pas répondu à l'appel aussi bien qu'à l'habitude.

Ce que j'ai pour vous aujourd'hui, ce sont des pistes de réflexion. En 2020, les réseaux se sont séparés plus de 21 milliards de dollars en droits de télé aux États-Unis seulement. J'imagine qu'ils vont aller chercher plus loin que le regard d'un morning man montréalais. À mes yeux, il n'y a pas qu'une seule raison qui explique toute cette baisse marquée des cotes d'écoute, mais une tonne.

Premièrement, le calendrier a été bousculé. À part le US Open, le football et les séries du baseball, les championnats se sont tenus en dehors de leur case horaire naturelle. Le momentum de la saison régulière était loin derrière, l'acte final arrivait sans la montée dramatique. L'absence de spectateurs, bien qu'on



ait tenté de les réinventer de toute sorte de façon à l'audio et en carton, se faisait bien sentir dans l'émotion de ce qu'on nous présentait.

Individuellement, chacune des ligues peut aussi blâmer le fait que la compétition n'a jamais été aussi féroce. Un dimanche de septembre par exemple, pour la première fois de l'histoire, toutes les grandes ligues nord-américaines présentaient un match au même moment : la NFL, la LNH, la NBA, la MLB, la MLS, la WNBA, ce à quoi il faut souligner aussi le tennis d'un tournoi du grand chelem.

Poursuivons la réflexion. Le fan de sport est bon pour le gars

du câble. Bon nombre des abonnés des chaînes de la télé traditionnelle le sont parce que le sport y est présenté en direct. Quand on analysera 2020, on verra probablement que plusieurs d'entre eux, vu l'absence de leur divertissement pendant plusieurs mois et de revenus pour certains, ont rejoint les jeunes de la génération de l'« uncording ». Lorsque les compétitions sont revenues, le premier réflexe a-t-il été de rappeler sa compagnie de câble ou de cliquer sur le lien de webdiffusion pirate, illégal, mais surtout gratuit qui était facilement à portée de main? Si oui, ce

télespectateur n'apparaît plus dans les données chiffrées remises aux compagnies pour l'achat de publicité.

Également, notons que nous n'avons jamais été autant rivés devant notre écran. Le télétravail signifie que tous les cours, réunions, présentations, conférences et lectures doivent passer par l'ordinateur, la tablette ou le téléphone. Le soir venu, est-ce qu'on veut le passer à regarder encore de la lumière bleue?

Parmi les autres facteurs, la vague de Black Lives Matter, qui a touché fortement les séries de la NBA puis qui a eu son onde de choc sur toutes les autres grandes ligues, a été évoquée. Politique et sport font mauvais ménage pour plusieurs amateurs, bien qu'on puisse s'entendre sur le fait que la cause est noble.

La pandémie n'est pas terminée, les spectateurs reviennent timidement dans les stades. On n'affiche même pas à guichet fermé des matchs de la NFL où le quart des sièges sont accessibles pour permettre la distanciation. Les ligues ont conclu leur première saison dans ces conditions, mais devront en entreprendre une autre dans le même contexte. Il sera intéressant de voir si l'amateur de sport sera de retour en 2021, alors que la plupart des sports reprendront leur case horaire habituelle. Ce sera pour le bilan de la prochaine année!

# LA COVIRDOSE



**Nicolas Lacroix,**  
**chroniqueur et twitteur, réseau Cogeco**

**C'EST À L'AUTOMNE 2020 QU'ON M'A TRAITÉ DE « COLLABO » (DANS LE SENS NAZI) POUR LA PREMIÈRE FOIS DE MA CARRIÈRE, DANS LE CADRE DE MON TRAVAIL À LA RADIO. JE SUIS LA TROISIÈME ROUE DE TRUDEAU-LANDRY, ÉMISSION DIFFUSÉE AU FM 93 À QUÉBEC, SUR LES ONDES DE COGECO. NOUS VENIONS SIMPLEMENT, UNE FOIS DE PLUS, D'INVITER LES GENS À RESPECTER LES CONSIGNES GOUVERNEMENTALES CONCERNANT LA COVID-19.**

Y a aussi ceux qui nous souhaitent des cancers « longs et douloureux » comme c'est arrivé la semaine dernière, pour « tous les mensonges que nous racontons ». *Ad nauseam*. À chaque mois qui passe, ce phénomène augmente.

## **TROP C'EST TROP**

J'imagine que la majorité des gens de média reçoivent ce genre de truc en 2020. Ce qui a changé, c'est la fréquence des messages, leur

quantité, leur virulence surtout. Je trace une ligne directe entre cette augmentation et l'arrivée de Trump au pouvoir, accompagnée de sa haine. Oui, ça a un effet jusqu'ici. Éventuellement, on se retrouve avec des fêlés qui entourent les journalistes dans les manifs. Me souviendrai toujours de cet homme à un rallye de Trump en 2016 qui portait un t-shirt « Rope. Tree. Journalist. Some assembly required ».

**« AUCUN MÉDIA NE REPRÉSENTE À 100 % LES INTÉRÊTS DU PUBLIC ET NOUS DEVONS AUSSI GARDER CELA EN TÊTE. ET PLUS LES DÉCISIONS SERONT CENTRALISÉES LOIN DES RÉGIONS, PLUS LES MÉDIAS SERONT DÉCONNECTÉS. »**

Ce qui a changé aussi c'est mon refus d'accepter que ce soit une part grandissante de notre travail. Il y a une portion de critique que nous devons accepter, voire inviter avec le métier, et la remise en question des médias est saine dans toute démocratie. Ce qui n'est pas acceptable c'est de leur manifester une haine qu'on réserverait normalement à un pédophile récidiviste.

Après la fonte de revenus publicitaires, les coupures incessantes dans le personnel, dans les conditions, dans les salaires, les médias devront trouver le moyen d'endiguer le flot de haine. Il en va oui de la santé des médias, mais surtout de la santé mentale des employés de ces médias, des réceptionnistes au personnel de soutien aux caméramans en passant par les gens en ondes. Parce que oui, tout le monde y goûte et contrairement aux gens du public, les gens des médias ne peuvent se débrancher des médias sociaux.

Au moment d'écrire ces lignes, Joe Biden est Président-Élu depuis 24 heures. Ça devrait aider un peu le climat, mais il faudra trouver autre chose, d'ici le prochain Trump. Je ne sais pas exactement quoi. Il faut à la fois éviter d'accroître la déconnexion entre les médias et le public et un peu mieux protéger les institutions. Car cette déconnexion existe bel et bien. Aucun média ne représente à 100 % les intérêts du public et nous devons aussi garder cela en tête. Et plus les décisions seront centralisées loin des régions, plus les médias seront déconnectés.

C'est bien beau Greta, mais à un moment donné, c'est bien loin de la réalité de la majorité du Québec. Surtout en 2020, l'année qui nous aura *scrapé*, entre autres, l'arc-en-ciel.

# LA CRISE... sur LA CRISE



**Gilles Parent,**  
**animateur**

NOUS SOMMES SAMEDI SOIR, LE 31 OCTOBRE 2020, 22 H 28. UN APPEL LOGÉ AU 911 FAIT ÉTAT D'UNE ATTAQUE À L'ARME BLANCHE DANS LE VIEUX QUÉBEC. RAPIDEMENT, C'EST LE DÉPLOIEMENT POLICIER, UNE CHASSE À L'HOMME S'ENCLENCHE ET LES INFORMATIONS S'ADDITIONNENT DE MINUTE EN MINUTE. SUR TWITTER PLUS PARTICULIÈREMENT. CAR À LA TÉLÉ D'INFO 24 HEURES, IL FAUDRA ATTENDRE POUR ÊTRE CONNECTÉS EN DIRECT DE LA VIEILLE CAPITALE. C'EST SAMEDI SOIR. C'EST CONGÉ. LES EFFECTIFS SONT AU STRICT MINIMUM ET MONTRÉAL ALIMENTE LE RÉSEAU ET LES RÉGIONS. AVANT D'AVOIR DES REPORTERS SUR LES LIEUX DU DRAME EFFROYABLE, LES CITOYENS DE QUÉBEC ONT DÛ PATIENTER JUSQU'À 23 H 30 À RDI ET À 1 H 21 DU MATIN À LCN.

Voilà un exemple qui illustre parfaitement la crise des médias qui sévit depuis des années, mais qui s'est accélérée avec l'apparition de la pandémie en 2020.

Depuis le printemps, la précipitation de la chute des organes médiatiques est effarante. Il y a eu des mises à pied massives, des baisses de salaires, une centralisation des efforts dans les grands centres au détriment des régions, la disparition d'hebdomadaires régionaux ainsi que plusieurs journaux qui n'impriment plus du tout en semaine.

Cette année, seulement chez-nous au Québec, on compte plus de 130 mises à pied chez Cogeco Média, TVA sports a congédié 17 employés alors que Capitale Médias licencierait 143 salariés. Quant aux travailleurs de *La Presse*, ils ont subi une baisse généralisée de leur salaire et **l'Association canadienne des radiodiffuseurs s'attend à ce que plus de 200 stations de radio et de télévision canadiennes s'éteignent d'ici 2 ans.**

La télé et la radio ont pourtant obtenu des audiences très fortes depuis le début de la crise, mais la publicité ne suit pas. Une conséquence directe du confinement et des fermetures de commerces.

Parmi les raisons qui peuvent expliquer le déclin précipité des médias, il y a la perte de revenus colossaux des annonceurs, mais, principalement, l'utilisation grandissante des plateformes numériques par le grand public.

## LES GÉANTS BLESSENT

Les conséquences de l'emprise de Google et de Facebook sur le marché de la publicité sont énormes. D'abord, à eux deux, ils empochent 80 % du marché

canadien de la publicité en ligne, ce qui représente 6 milliards de dollars. Et, comme si cela n'était pas assez, ils utilisent, sans retenue et sans payer, le contenu créé par les médias d'ici. Il devient évident que la domination des géants internet ne peut continuer sans que les États s'en mêlent.

On commence d'ailleurs à voir certains pays se dresser devant eux pour les forcer à partager leurs revenus de publicité avec les organes de presse locaux, régionaux et nationaux. L'Australie et la France ont signé des ententes en ce sens. Malheureusement, le Canada reste attentiste, au grand désarroi de l'industrie. Mais pour combien de temps?

Une question centrale reste : pourquoi donc le public s'informe-t-il autant sur le Web, particulièrement en temps de crise?

**« ... L'EXPERTISE ET LE SÉRIEUX  
COMPTENT PLUS QUE JAMAIS.  
ET QUE L'INFORMATION DE PROXIMITÉ  
EST VITALE. »**

Selon les analystes, la population, se sentant impuissante et anxieuse, va désirer chercher des réponses simples et rapides à des questions compliquées, ce que les réseaux sociaux offrent, mais avec une fiabilité discutable. Les experts parlent d'ailleurs désormais de « l'infodémie » pour qualifier la multiplication ahurissante des fausses informations et de la désinformation généralisée.



**Nuit d'horreur dans le Vieux-Québec**

D'après l'institut Reuters, la crise de la COVID-19 n'a fait que propulser plus rapidement le passage au 100 % numérique. Elle frappe une industrie déjà ébranlée par la chute des ventes et des revenus publicitaires.

Et ses problèmes de rentabilité finissent invariablement par transparaître dans le produit et le contenu offerts au public. Heureusement, le gouvernement du Québec vient de faire un pas dans la bonne direction, déballant près de 10 millions de dollars pour soutenir les médias écrits afin de les accompagner dans leur virage numérique nécessaire.

La crise sanitaire aura probablement au moins amené le public à réaliser deux choses. D'abord, que l'expertise et le sérieux comptent plus que jamais. Ensuite, que l'information de proximité est vitale.

C'est peut-être là-dessus que les médias devraient s'appuyer pour échafauder leur plan d'avenir.

# NOUVELLES oubliées



**Maëlle Besnard,**  
consultante à la recherche  
chez Influence Communication



**Marie-Soleil Fortin,**  
conseillère aux services stratégiques  
chez Influence Communication

**NOUS POURRIONS FACILEMENT AFFIRMER QUE LA COVID-19 A MONOPOLISÉ L'ESPACE MÉDIATIQUE DE 2020 DANS SON ENTIÈRETÉ. MAIS QU'EN EST-IL DES AUTRES ÉVÉNEMENTS – MAJEURS – QUI SE SONT PRODUITS AU COURS DE CETTE ANNÉE QUI N'EN FINISSAIT PAS DE FINIR?**

D'abord, pendant les premières semaines de l'année, les yeux étaient rivés sur le continent australien, alors que les feux de forêt prenaient de plus en plus d'ampleur aux quatre coins du pays. Un soutien international a été dépêché afin de freiner ces incendies qui ont détruit plus de 20 % des forêts de l'Australie.

La crise ferroviaire figure parmi l'un des événements les plus médiatisés en début d'année, au Canada, alors que les membres de la communauté autochtone Wet'suwet'en bloquent les chemins de fer à travers le pays.

L'annonce-choc du prince Harry et de son épouse Meghan Markle concernant leur volonté de prendre du recul face à la famille royale, surnommée le « Megxit » par la presse, s'est également retrouvée en tête de liste de l'actualité, au début de l'année.

Les médias sociaux ont été une source importante dans la vague de dénonciations d'inconduites sexuelles qui

s'est poursuivie tout au long de l'année. L'une à la suite de l'autre, de nombreuses personnalités publiques sont tombées sous les feux des projecteurs. Un vrai effet domino! Faisons-nous face à un mouvement social mettant de l'avant le consentement?

L'écrasement du vol 752 de la Ukrainian Airlines, en Iran, la vente d'Airbus et l'explosion majeure au Liban sont également toutes des nouvelles qui ont teinté notre paysage médiatique en 2020.

**« I CAN'T BREATHE » : TROIS MOTS QUI ONT MARQUÉ 2020**





## JUSTIN TRUDEAU, PAS ÉPARGNÉ

2020 est une rude année pour tout le monde, même pour Justin Trudeau. En juin, son équipe échoue à remporter un siège au Conseil de sécurité de l'ONU. Peu après, le voilà éclaboussé par le scandale We Charity. Le scandale est né de la décision du cabinet fédéral de confier la gestion d'un programme de bourses étudiantes, sans appel d'offre, à l'organisme de bienfaisance We Charity. Cet organisme entretenait alors des liens forts avec la famille du premier ministre du Canada ainsi qu'avec le ministre des Finances de l'époque, Bill Morneau, qui finit par démissionner.

## LES BONNES NOUVELLES DE 2020

Incroyable, mais vrai, 2020 comporte aussi son lot de bonnes nouvelles! Par exemple, en mars 2020, les États-Unis connaissent une absence totale de fusillades

dans les écoles, ce qui n'était plus arrivé depuis 2002, selon le Washington Post. L'espoir grandit également pour les personnes séropositives : pour la deuxième fois dans le monde, la rémission d'une personne atteinte du SIDA est confirmée.

Mais **s'il y en a un qui a apprécié cette année spéciale, c'est certainement l'environnement**. Trou de la couche d'ozone qui rétrécit, sommets de l'Himalaya à nouveau visibles, baisse du braconnage des rhinocéros en Afrique du Sud... les restrictions imposées dans le monde entier sonnent comme un répit pour la planète.

Au Canada et en France, des recherches donnent des résultats prometteurs pour recycler et dégrader plus facilement le plastique. Et le 22 septembre, la Chine s'est engagée à diminuer ses émissions de CO2 avant 2030, et à atteindre la neutralité carbone d'ici 2060. Une première pour le pays qui émet le plus de CO2 dans le monde.



# Politique, pouvoir et pandémie : **UNE RECETTE GAGNANTE**



**David Provost-Robert,**  
**conseiller aux services stratégiques chez Influence Communication**

**PLUSIEURS POLITICIENS ONT SU TIRER LEUR ÉPINGLE DU JEU DE LA PANDÉMIE QUI AFFLIGE LE MONDE DEPUIS BIENTÔT UN AN. C'EST BIEN CONNU, EN TEMPS DE CRISE, LES ÉLECTEURS ONT TENDANCE À SE SERRER LES COUDES ET À SUPPORTER LEUR GOUVERNEMENT AU POUVOIR. PLUSIEURS DIRIGEANTS AU CANADA NE SE SONT PAS FAIT PRIER AFIN D'EN RÉCOLTER LES AVANTAGES.**

## **DES ÉLECTIONS D'UN OCÉAN À L'AUTRE**

Du Nouveau-Brunswick à la Colombie-Britannique, plusieurs électeurs ont reçu l'appel aux urnes

en pleine crise de la COVID-19. Le premier ministre du Nouveau-Brunswick, Blaine Higgs, a convoqué ses électeurs afin de lui donner les coudées franches. En février 2020, celui qui est à la tête d'un gouvernement conservateur voyait le seul francophone de sa députation, Robert Gauvin, claquer la porte de son caucus, lui qui contestait sa réforme de la santé. Le gouvernement, minoritaire, avait de la difficulté à entrevoir une éventuelle majorité et faisait du surplace dans les sondages. La bonne performance du gouvernement quant à la gestion de la crise sanitaire a complètement changé la donne. Blaine Higgs a, le 17 août dernier, déclenché des élections faisant du Nouveau-Brunswick la première province à le faire depuis le début de la pandémie. Le gouvernement sortant obtint alors sa majorité.

En Colombie-Britannique, le néo-démocrate John Horgan, également

à la tête d'un gouvernement minoritaire, a lui aussi décidé de se présenter devant l'électorat. Auréolé par sa gestion de la pandémie, le gouvernement a lui aussi obtenu un mandat majoritaire, semant au passage des opposants politiques et ce, malgré des accusations d'opportunisme politique pour avoir déclenché des élections en pleine pandémie. Selon un sondage Angus Reid de janvier dernier, moins de 5 % des votes séparaient le parti libéral, principal parti d'opposition, du NPD, mais c'est ce dernier qui remportera les élections par une marge de presque 10 %.

Le parti saskatchewanais, en tête dans les sondages, en profitera aussi pour aller chercher un quatrième mandat majoritaire et ainsi obtenir un mandat neuf de 4 ans. Le parti récoltera alors 62 % et aura au moins 44 élus sur les 61 que compte l'Assemblée législative de la Saskatchewan.

## LA CONTINUITÉ AVANT TOUT

Que ce soit au provincial ou au fédéral, les partis au pouvoir bénéficient majoritairement d'un regain de popularité en temps de crise, comme Doug Ford, ou d'un prolongement d'une lune de miel déjà existante, comme c'est le cas du gouvernement de la CAQ à Québec.

Ce dernier a d'ailleurs battu un record de popularité vieux de 20 ans, avec une cote de 81 % en mai. Du jamais vu depuis le gouvernement de Lucien Bouchard durant la crise du verglas, qui récoltait alors 75 %. Bien que caracolant dans les sondages depuis son élection, François Legault a réussi à atteindre 51 % dans les intentions de vote.

Les performances du gouvernement de monsieur Ford sont encore plus impressionnantes. Souffrant d'une impopularité croissante avant le début de la crise, le premier ministre de l'Ontario était vu par plusieurs comme ce qui ressemblait le plus à Donald Trump au Canada. Une image dont il a su récemment se départir. En janvier 2020, le Parti conservateur de monsieur Ford

peinait à semer les troupes de Steven Del Duca, du Parti libéral de l'Ontario, avec des intentions de vote de 32 % et 30 %. Depuis le début de la pandémie, le «Ford nouveau» s'est hissé dans les sondages à 38 % et distance confortablement les libéraux et les néo-démocrates, à égalité à 26 %.

Le gouvernement fédéral n'est pas en reste. Au mois de juin, Léger Marketing donnait 46 % des intentions de vote contre 25 % pour les conservateurs. Par contre, l'étoile du chef libéral et de son parti a considérablement pâli et il serait maintenant au même niveau qu'en janvier dernier, à 34 % contre 31 % pour Erin O'Toole. Bien que Justin Trudeau n'ait pas affronté les urnes, plusieurs analystes croient que le premier ministre aimerait que la chambre soit dissoute afin qu'il puisse une fois pour toutes obtenir sa majorité.

Pour des raisons de stabilité, les électeurs de partout au Canada ont incontestablement choisi le statu quo et ont même resserré les rangs autour des leaders en place. En temps de crise, la continuité sera toujours privilégiée au changement hasardeux.

Le contexte actuel l'étant suffisamment, il serait dommage d'en rajouter une couche. Par contre, il sera important d'observer si cette solidarité entre la population et leur gouvernement peut survivre durant cette deuxième vague. Mais le véritable test sera lorsque la menace de la COVID-19 s'estompera.

**SANS CETTE MENACE, EST-CE QUE LA POPULATION NE VOUDRA PAS, FINALEMENT, PASSER À AUTRE CHOSE ?**



# LES HEBDOS : *le moteur* DES RÉGIONS



**Frédéric Hamel,**  
**lecteur depuis 22 ans aux journaux hebdos**  
**pour Communication Démo et Influence Communication**

**2020 EST L'ANNÉE DES REMISES EN QUESTION SUR NOS MODES DE VIE EN GÉNÉRAL, ALLANT DE NOTRE QUOTIDIEN CHAMBOULÉ AU BOULOT, EN PASSANT PAR L'ÉCOLE ET LES LOISIRS, ET OÙ MÊME FAIRE SES COURSES EST DEVENU QUASIMENT AUSSI COMPLIQUÉ QUE D'ALLER SE PROCURER LE LAISSEZ-PASSER A-38.**

Que dire des sources d'informations grand public qui font tout pour se faire voir et entendre? Et là je ne m'attarde même pas sur l'aspect « fake news ». Tous se targuent de

se dire meilleurs, plus crédibles : « la vraie source d'informations, c'est nous qui l'avons ! »

## **POURTANT...**

Un regroupement de médias qui couvrent **toutes** les municipalités au Québec est, selon moi, absent de l'avant-scène médiatique populaire et gouvernementale. Leur importance et leur proximité avec les gens de partout, peu importe la communauté, gagneraient à être mises en première ligne dans les grands débats et questionnements médiatiques qui ont cours en général, mais particulièrement là, en 2020, avec la COVID-19.

Je parle ici des journaux hebdomadaires. Je m'interroge sur le peu de place que ces journaux ont dans la réalité de l'espace occupé

par les grands médias de masse diffusés et publicisés tels que la télévision (les bulletins de nouvelles), la radio et sans oublier les Facebook et Twitter de ce monde.

En cette période troublée, même si ça touche l'humanité entière, il n'en demeure pas moins qu'à la base, c'est dans le quotidien des gens que ça se vit et les hebdos bénéficient d'une relation privilégiée et de grande proximité avec les gens, les institutions et les commerçants de leur milieu. Cette source d'information fiable nous parle directement des enjeux que vit la communauté et, avec la COVID-19 qui envahit toutes les sphères de nos vies, les hebdos sont à mon avis les mieux placés pour véhiculer les messages et demandes des gens auprès des instances publiques.



C'est nous, les gens des grandes villes et des régions, qui faisons vivre les grandes institutions. Alors **pourquoi les demandes des petites municipalités, des PME, des travailleurs autonomes, etc., doivent-elles absolument être véhiculées par les grands médias populaires pour être vues et considérées, pour que des actions soient prises?**

Lorsque la première vague de la COVID a déferlé sur nous, en mars 2020, et jusqu'à tout récemment, les hebdomadaires rapportaient majoritairement des statistiques COVID, les fermetures

de commerces, les chiffres provenant du gouvernement en quelque sorte.

Depuis peu, je constate que les écrits publiés dans les journaux hebdomadaires et sur leur site internet reflètent plus les réalités des différents milieux qu'ils représentent, ce qui me laisse croire que la voix des régions commence à se faire entendre en haut lieu.

On pourrait se poser la question : « Mais pourquoi avoir pris tout ce temps? ». Serait-ce que les dirigeants, à force de se faire talonner, ont finalement eu une oreille attentive pour eux?

Afin de conserver l'attention qu'ils ont, semblerait-il, récoltée, serait-il possible, par exemple, qu'un groupe de journalistes par région administrative (17) soit mis au premier plan dans la couverture médiatique accordée à la COVID?

Est-ce que cette façon de faire pourrait assurer de véhiculer directement aux gouvernements les demandes, les inquiétudes propres à leur région et à leur réalité sans avoir à attendre la mince fenêtre de questions disponible en Chambre pour les élus régionaux? Je trouve que le questionnement est légitime.



## Produktions K, fière partenaire dans la conception et la réalisation du bilan de cette année

Produktions K, c'est l'agilité d'une exécution sans faille. L'intelligence et le souci du détail dans toutes les étapes de réalisation. Pour une troisième année consécutive, nous participons au bilan d'Influence Communication. Il s'agit d'un projet qui demande beaucoup de doigté et une fine compréhension de l'environnement public. Un mandat sur mesure pour Produktions K!

J'espère que vous aurez autant de plaisir à le lire que nous en avons eu à le concevoir.

Bonne lecture,

Karina Nardi

**PRODUKTIONS K**  
MARKETING PROMOTIONNEL ET EXPÉRIENTIEL

[WWW.PRODUKTIONSK.CA](http://WWW.PRODUKTIONSK.CA)



### DESIGN ET PRODUCTION

- Création et adaptation de visuels et de PLV
- Conception de kiosques sur mesure
- Outils de vente et de communication
- Création d'identité visuelle
- Modélisation 3D
- Production de vidéo
- Conception de sites web



### EXÉCUTION DE PROJETS

- Échantillonnage / guérilla
- Dégustations en points de vente
- Lancements de produits et d'événements
- Promotions
- Salons et festivals
- Événements spéciaux
- Marketing expérientiel
- Montage de kiosques



### GESTION DE PROJETS

- Commandites
- Équipes promotionnelles
- Communautés et concours en ligne
- Matériel imprimé
- Embauche et gestion de personnel
- Transport et gestion de matériel
- Livraison et gestion d'inventaire