

influence

10e édition

ÉTAT DE LA NOUVELLE
BILAN 2014 QUÉBEC

surveillance et analyse des médias
www.influencecommunication.com
www.scolarius.com

BILAN 2014
ÉTAT DE LA NOUVELLE

Avec l'arrivée de décembre, c'est l'heure de dresser le bilan des différents écosystèmes médiatiques.

Tout au long de l'année, nous concevons des revues de presse et des analyses médiatiques pour nos clients. Pour réaliser ce travail, il est nécessaire de colliger une somme titanesque d'information.

C'est en faisant un tel constat que nous est venue l'idée d'en faire profiter l'ensemble de la population. Après tout, si c'est notre droit d'être informé, c'est aussi notre devoir de comprendre le fonctionnement des médias.

Le rapport ***État de la nouvelle : Bilan 2014*** en est déjà à sa **10e édition.**

Que vous soyez journaliste, spécialiste en relations publiques, sensible à l'opinion citoyenne ou simplement féru d'information, ce document est votre rendez-vous incontournable.

L' an dernier, plus de 120 000 copies ont été téléchargées gratuitement lors des trois premiers jours.

J'espère que vous aurez autant de plaisir à le lire que nous à le préparer.

Jean-Francois Dumas
Président, Influence Communication

REMERCIEMENTS

Coordination
Isabelle Cusson
Pierre Rondeau

Journaliste invitée
Hélène Roulot-Ganzmann

Analyse et rédaction
Félix B. Thiffault
Philippe Brazeau
Jean-François Dumas
Myriam Durocher
Guillaume Faucher
Geneviève Gagné
Maud Laporte-Roy
Maxime Leboeuf
Pierre Rondeau
Nicolas Ryan
Khaoula Zoghlami

Photos
La Presse canadienne, Reuters, Letartéan, Francois Turgeon, Istockphoto,TC Media-Johanne de la Sablonnière

Soutien technique
Marna Albert-Jean
Étienne Dumas
Daniel Gagné
Anthony Milioto
Elda Ozkalfayan

Production et conception
François Turgeon
Philip Louis
Julianne Lefrançois
Geneviève Rose

Révision et correction
Félix B. Thiffault
Isabelle Cusson
Geneviève Letarte

Traduction et révision anglaise
Marie-Josée Sheeks
Félix B. Thiffault

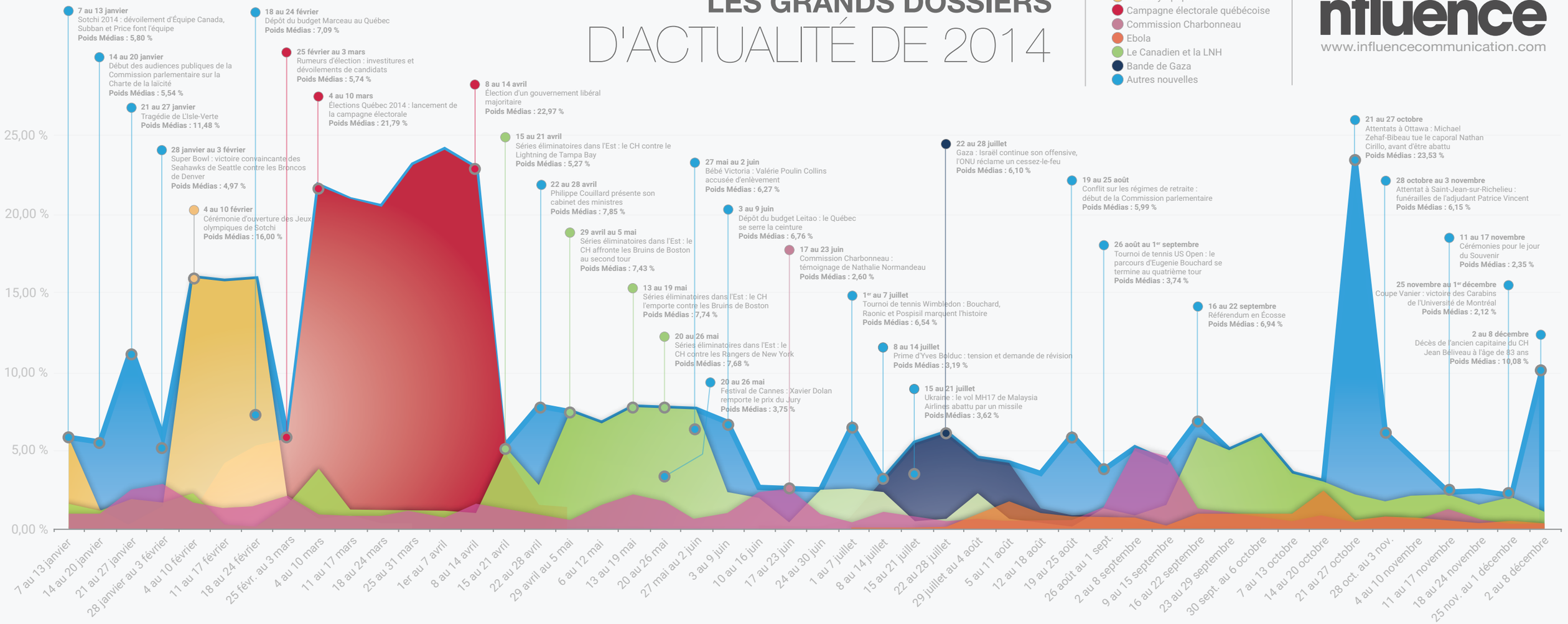
© Influence Communication, 2014
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2014
Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2014
Tous droits réservés pour tous pays. Reproduction par quelque procédé que ce soit et traduction, même partielle, interdites sans l'autorisation d'Influence Communication.

Version web avec extraits vidéo.
Cliquez ici.

LES GRANDS DOSSIERS
D'ACTUALITÉ DE 2014

- Jeux olympiques de Sotchi
- Campagne électorale québécoise
- Commission Charbonneau
- Ebola
- Le Canadien et la LNH
- Bande de Gaza
- Autres nouvelles

influence
www.influencecommunication.com



7 au 13 janvier
Sotchi 2014 : dévoilement d'Équipe Canada, Subban et Price font l'équipe
Poids Médias : 5,80 %

14 au 20 janvier
Début des audiences publiques de la Commission parlementaire sur la Charte de la laïcité
Poids Médias : 5,54 %

21 au 27 janvier
Tragédie de L'Isle-Verte
Poids Médias : 11,48 %

28 janvier au 3 février
Super Bowl : victoire convaincante des Seahawks de Seattle contre les Broncos de Denver
Poids Médias : 4,97 %

4 au 10 février
Cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques de Sotchi
Poids Médias : 16,00 %

18 au 24 février
Dépôt du budget Marceau au Québec
Poids Médias : 7,09 %

25 février au 3 mars
Rumeurs d'élection : investitures et dévoilements de candidats
Poids Médias : 5,74 %

4 au 10 mars
Élections Québec 2014 : lancement de la campagne électorale
Poids Médias : 21,79 %

8 au 14 avril
Élection d'un gouvernement libéral majoritaire
Poids Médias : 22,97 %

15 au 21 avril
Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre le Lightning de Tampa Bay
Poids Médias : 5,27 %

22 au 28 avril
Philippe Couillard présente son cabinet des ministres
Poids Médias : 7,85 %

29 avril au 5 mai
Séries éliminatoires dans l'Est : le CH affronte les Bruins de Boston au second tour
Poids Médias : 7,43 %

13 au 19 mai
Séries éliminatoires dans l'Est : le CH l'emporte contre les Bruins de Boston
Poids Médias : 7,74 %

20 au 26 mai
Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre les Rangers de New York
Poids Médias : 7,68 %

20 au 26 mai
Festival de Cannes : Xavier Dolan remporte le prix du Jury
Poids Médias : 3,75 %

27 mai au 2 juin
Bébé Victoria : Valérie Poulin Collins accusée d'enlèvement
Poids Médias : 6,27 %

3 au 9 juin
Dépôt du budget Leitao : le Québec se serre la ceinture
Poids Médias : 6,76 %

17 au 23 juin
Commission Charbonneau : témoignage de Nathalie Normandeau
Poids Médias : 2,60 %

1er au 7 juillet
Tournoi de tennis Wimbledon : Bouchard, Raonic et Pospisil marquent l'histoire
Poids Médias : 6,54 %

8 au 14 juillet
Prime d'Yves Bolduc : tension et demande de révision
Poids Médias : 3,19 %

15 au 21 juillet
Ukraine : le vol MH17 de Malaysia Airlines abattu par un missile
Poids Médias : 3,62 %

22 au 28 juillet
Gaza : Israël continue son offensive, l'ONU réclame un cessez-le-feu
Poids Médias : 6,10 %

19 au 25 août
Conflit sur les régimes de retraite : début de la Commission parlementaire
Poids Médias : 5,99 %

26 août au 1er septembre
Tournoi de tennis US Open : le parcours d'Eugenie Bouchard se termine au quatrième tour
Poids Médias : 3,74 %

16 au 22 septembre
Référendum en Écosse
Poids Médias : 6,94 %

21 au 27 octobre
Attentats à Ottawa : Michael Zehaf-Bibeau tue le caporal Nathan Cirillo, avant d'être abattu
Poids Médias : 23,53 %

28 octobre au 3 novembre
Attentat à Saint-Jean-sur-Richelieu : funérailles de l'adjudant Patrice Vincent
Poids Médias : 6,15 %

11 au 17 novembre
Cérémonies pour le jour du Souvenir
Poids Médias : 2,35 %

25 novembre au 1er décembre
Coupe Vanier : victoire des Carabins de l'Université de Montréal
Poids Médias : 2,12 %

2 au 8 décembre
Décès de l'ancien capitaine du CH Jean Beliveau à l'âge de 83 ans
Poids Médias : 10,08 %

INDEX

BILAN 2014 QUÉBEC

14
Vue d'ensemble **2014**

2014 : la tendance se maintient | **16**
Les thèmes les plus médiatisés | **22**
Le top 50 des nouvelles de l'année | **24**
Un été atypique | **28**
Le Québec en campagne | **36**
Un référendum écossais... ou québécois? | **48**
La culture en chute libre | **54**
Le Québec dans l'œil de l'autre | **62**
Ice Bucket Challenge | **74**
Accepter une entrevue... ou pas? | **80**
Obésité médiatique chez nos maires | **86**
Opinion : pour en finir avec les idées reçues | **92**
Tennis, vélo et course à pied | **98**
Le bogue de l'année | **104**
Les médias, accélérateur du cynisme | **114**

118
Palmarès **Nouvelles**

Politique québécoise | **120**
Politique canadienne | **121**
Économie et affaires | **122**
Arts et culture | **123**
Santé | **124**
Sports | **125**
Nouvelles internationales | **126**
Nouvelles les plus citées à l'étranger | **127**
Faits divers et judiciaires | **128**
Sciences et technologies | **129**
Entreprises au Québec | **130**
Entreprises au Canada | **132**
Sociétés d'État | **134**

136
Palmarès **Personnalités**

Le top 50 | **140**
2013 | **144**
2012 | **145**
2011 | **146**
2010 | **147**
2009 | **148**
2008 | **149**
Politique | **150**
Sports | **151**
Affaires | **152**
Judiciaire | **153**
Arts et culture | **154**
International | **155**
Médias | **156**
Décédées | **157**
Députés québécois | **158**
Députés canadiens | **162**
Premiers ministres | **164**

influence

INDEX

BILAN 2014 QUÉBEC

166
Palmarès **International**

Le top 25 dans 160 pays | **168**
Politique | **170**
Faits divers et judiciaires | **171**
Culture | **172**
Économie | **172**
Technologies | **173**
Sports | **173**
Catastrophes naturelles | **174**
Décès | **175**
Personnalités | **176**
Chefs d'État et politiciens | **178**
Personnalités non politiques | **180**

182
Comparatifs **Médias**

Quotidiens québécois | **184**
Quotidiens canadiens | **186**
Émissions de radio | **188**
Émissions de télévision | **189**
Stations de radio | **190**
Poids santé | **191**
Réseaux de télévision (Québec) | **192**
Réseaux de télévision (Canada) | **194**
Poids vert | **196**
Enjeux environnementaux | **197**
Twitter | **198**

203
Conclusion

Méthodologie | **206**
À propos d'Influence | **209**

VUE D’ENSEMBLE 2014

LE SAVIEZ-VOUS ?

En septembre, pendant ses cinq jours de témoignage devant la Commission Charbonneau, Tony Accurso a prononcé 211 fois le mot « jamais ». À 36 reprises, il a répété « jamais » en double ou même en triple. Il s’est aussi contenté d’un simple « jamais » comme réponse sans rien ajouter, à 14 reprises. À titre de comparaison, Lino Zambito avait prononcé 93 fois le mot « jamais » pendant ses six jours de témoignage.

2014

La tendance se maintient

Après un **10e** bilan de fin d'année, on peut dégager des tendances dans l'actualité et le travail des médias et affirmer s'il s'agit ou non de phénomènes passagers.

L'année **2014** n'a rien d'unique avec ses grands thèmes. Les sports, la politique provinciale, les faits divers et les nouvelles locales génèrent conjointement **52 %** de toute l'actualité. Les valeurs faibles demeurent celles qui composent notre tissu social, soit l'éducation, les jeunes, les aînés, la pauvreté et les autochtones.

En fait, le caractère exceptionnel de la cuvée **2014** réside dans l'intérêt soudain de nos médias pour l'international. Le désengagement de ICI Radio-Canada avec certains contenus internationaux a coïncidé avec un volume un peu plus volumineux sur le sujet à TVA, dans *La Presse*, le *Journal de Montréal* et chez Cogeco.

L'impact s'est beaucoup fait sentir tout au long de l'année et particulièrement en été. Le thème des nouvelles internationales est passé du **17e** rang en **2013** à la **8e** position cette année. Dans l'ensemble, l'actualité qui était peut-être plus florissante et l'intérêt soudain de nos médias ont contribué à une augmentation de **260 %** de son poids médias comparativement à sa moyenne depuis **2001**.

Malgré cet accroissement considérable, le poids médias des nouvelles internationales est inférieur de **56 %** à celui de l'ensemble du Canada et représente la moitié du poids médias moyen obtenu dans **160** pays.

Il y a un an à peine, **82 %** des nouvelles internationales provenaient de deux sources : *La Presse* et ICI Radio-Canada. Cette année, leur contribution se chiffre à **69 %**.

En cette année électorale, il ne faut pas se surprendre que les élections aient été aussi dominantes dans l'actualité. La surprise ici réside sans doute dans la place accordée à l'analyse.

Avec un changement de gouvernement, c'est sans surprise que Philippe Couillard remporte la palme de l'individu le plus médiatisé. Si en **2012** Gabriel Nadeau-Dubois avait remporté le titre de recrue de l'année médiatique, en **2013** le prix a été remis à Colette Roy-Laroche. Cette année, c'est Eugenie Bouchard qui est élue étoile montante. Elle a réussi cet été à faire passer le hockey au second rang. Même en été, c'est un exploit exceptionnel au Québec.

Au total, plus de **1,7 million** d'éléments de nouvelles ont été publiés ou diffusés au Québec en **2014**. De ce nombre, seulement **304** ont généré un poids médias égal ou supérieur à **1 %**. L'an dernier, l'élite était composée de **320** éléments de nouvelles, soit **5 %** de plus qu'en **2014**. Autre fait à noter, **42 %** des **304** nouvelles les plus médiatisées sont en lien avec le monde du sport.

Résultat www.scolarius.com pour ce texte :
115 (secondaire)

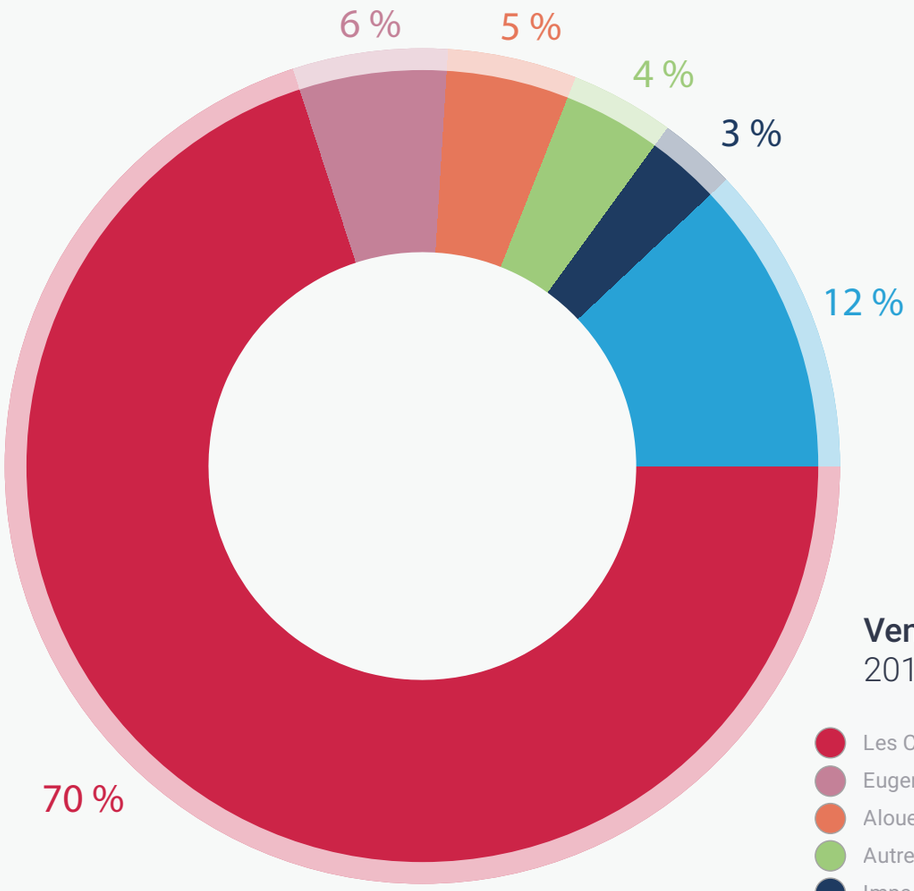
« Jamais n'avons-nous entendu si peu les politiciens s'exprimer et jamais n'avons-nous autant analysé une campagne. Pour reprendre une expression de hockey, l'analyse et le commentaire sont devenus plus gros que la partie. C'est comme si l'émission Antichambre avait plus d'impact que le match du Canadien. »



Jean-François Dumas
Président, Influence Communication

Évolution du sport et des Canadiens de Montréal

Année	Poids médias du sport	% du sport lié au CH	Poids médias du CH
2014	15,57 %	70 %	10,90 %
2013	15,64 %	78 %	12,19 %
2012	9,13 %	78 %	7,03 %
2011	12,24 %	79 %	9,67 %
2010	19,48 %	77 %	15,04 %
2009	10,07 %	86 %	8,65 %
2008	19,23 %	56 %	10,73 %
2007	15,30 %	49 %	7,48 %
2006	14,23 %	50 %	7,13 %
2005	12,43 %	50 %	6,21 %
2004	11,21 %	74 %	8,26 %
2003	9,23 %	58 %	5,33 %
2002	8,11 %	64 %	5,21 %
2001	7,43 %	65 %	4,83 %
Moyenne	12,81 %	67 %	8,48 %



Ventilation du sport en 2014

- Les Canadiens de Montréal
- Eugenie Bouchard
- Alouettes
- Autres équipes de la LNH
- Impact
- Autres

Les grands thèmes traités par les médias

au Québec, au Canada et à travers le monde en 2014

Légende

Diminution
Augmentation

	QUÉBEC			CANADA	MONDE
	2014	2013	Moyenne	2014	2014
Sports	**15,57 %**	15,64 %	12,46 %	**12,33 %**	11,22 %
Politique provinciale ou régionale	**13,66 %**	11,63 %	12,03 %	**11,25 %**	9,46 %
Faits divers et affaires judiciaires	**13,06 %**	14,99 %	12,87 %	**6,39 %**	8,07 %
Nouvelles locales	**9,88 %**	12,42 %	10,38 %	**7,93 %**	7,65 %
Cuisine	**5,93 %**	5,82 %	4,58 %	**5,84 %**	5,16 %
Économie et affaires	**5,42 %**	5,74 %	6,67 %	**9,05 %**	9,62 %
Politique fédérale ou nationale	**5,31 %**	5,18 %	6,72 %	**10,72 %**	11,93 %
International	**5,09 %**	0,81 %	1,93 %	**7,94 %**	10,87 %
Technologies	**5,08 %**	4,36 %	4,16 %	**4,68 %**	5,11 %
Arts, spectacles et médias	**3,94 %**	3,86 %	4,08 %	**4,78 %**	6,42 %
Automobile	**2,77 %**	3,09 %	2,88 %	**3,33 %**	3,65 %
Santé	**2,06 %**	1,93 %	1,94 %	**2,02 %**	2,19 %
Circulation	**1,65 %**	1,71 %	0,79 %	**0,88 %**	1,45 %
Environnement	**1,50 %**	1,62 %	2,03 %	**1,46 %**	1,33 %
Habitation	**1,49 %**	1,37 %	1,42 %	**1,53 %**	1,25 %
Météo	**1,26 %**	1,52 %	1,22 %	**0,71 %**	0,31 %
Prix de l'essence	**1,08 %**	1,41 %	1,36 %	**1,04 %**	1,00 %
Nouvelles pancanadiennes	**0,55 %**	0,61 %	0,66 %	**4,07 %**	S.O.
Insolite	**0,51 %**	0,58 %	0,92 %	**0,43 %**	0,48 %
Éducation	**0,32 %**	0,25 %	0,22 %	**0,16 %**	0,12 %
Enfance	**0,14 %**	0,18 %	0,17 %	**0,15 %**	0,09 %
Pauvreté	**0,12 %**	0,13 %	0,10 %	**0,13 %**	0,27 %
Aînés	**0,12 %**	0,11 %	0,13 %	**0,09 %**	0,07 %
Autochtones	**0,03 %**	0,05 %	0,03 %	**0,06 %**	S.O.
Autres	**3,46 %**	4,99 %	10,25 %	**3,03 %**	2,28 %
	100 %	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

TOP 50
des nouvelles de 2014

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Campagne électorale au Québec : dernier droit avant le jour du scrutin	Avril	**24,14 %**
2	Attentat à Ottawa : Michael Zehaf-Bibeau tue le caporal Nathan Cirillo avant d'être abattu	Octobre	**23,53 %**
3	Élection d'un gouvernement libéral majoritaire	Avril	**22,97 %**
4	Attentat à Saint-Jean-sur-Richelieu : Martin Rouleau est abattu après avoir happé deux militaires	Octobre	**17,59 %**
5	Cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques de Sotchi	Février	**16,00 %**
6	Jeux olympiques de Sotchi	Février	**15,89 %**
7	Tragédie de L'Isle-Verte	Janvier	**11,48 %**
8	Décès de Jean Béliveau à l'âge de 83 ans	Décembre	**10,08 %**
9	Philippe Couillard présente son cabinet des ministres	Avril	**7,85 %**
10	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH l'emporte contre les Bruins de Boston	Mai	**7,74 %**
11	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre les Rangers de New York	Mai	**7,68 %**
12	Dépôt du budget Marceau	Février	**7,09 %**
13	Référendum en Écosse	Septembre	**6,94 %**
14	Dépôt du budget Leitao : le Québec se serre la ceinture	Juin	**6,76 %**
15	Tournoi de tennis Wimbledon : Eugenie Bouchard, Milos Raonic, Vasek Pospisil marquent l'histoire	Juillet	**6,54 %**
16	Bébé Victoria : Valérie Poulin Collins accusée d'enlèvement	Mai	**6,27 %**

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
17	Gaza : Israël continue son offensive, l'ONU réclame un cessez-le-feu	Juillet	6,10 %
18	Conflit sur les régimes de retraite : début de la commission parlementaire	Août	5,99 %
19	Camp d'entraînement du Canadien	Octobre	5,89 %
20	Sotchi 2014 : dévoilement d'Équipe Canada, Subban et Price font l'équipe	Janvier	5,80 %
21	Rumeurs d'élection : investitures et dévoilements de candidats	Mars	5,74 %
22	Début des audiences publiques de la commission parlementaire sur la Charte de la laïcité	Janvier	5,54 %
23	Tragédie de Lac-Mégantic : commémoration du premier anniversaire de l'accident	Juillet	5,43 %
24	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre le Lightning de Tampa Bay	Avril	5,27 %
25	Commission Charbonneau : témoignage de Tony Accurso	Septembre	5,15 %
26	Super Bowl : victoire convaincante des Seahawks de Seattle contre les Broncos de Denver	Février	4,97 %
27	Date limite des transactions dans la LNH : le CH obtient Vanek, Weaver et Dubnyk	Mars	3,81 %
28	Dépôt du budget Flaherty	Février	3,80 %
29	Festival de Cannes : Xavier Dolan remporte le prix du Jury	Mai	3,75 %
30	Commémoration du 25e anniversaire de la tragédie de Polytechnique	Décembre	3,75 %
31	Tournoi de Tennis US Open : le parcours d'Eugenie Bouchard se termine au quatrième tour	Août	3,74 %
32	Ukraine : le vol MH17 de Malaysia Airlines abattu par un missile	Juillet	3,62 %
33	Premier match de la saison 2014 : victoire du CH contre les Maple Leafs de Toronto	Octobre	3,54 %
34	Décès de l'acteur américain Robin Williams à l'âge de 63 ans	Août	3,52 %
35	Mobilisation internationale contre l'État Islamique (EI)	Septembre	3,39 %
36	Fusillade à Moncton : le suspect Justin Bourque a été arrêté après avoir tué trois policiers	Juin	3,20 %
37	Prime d'Yves Bolduc : tension et demande de révision	Juillet	3,19 %
38	Élections scolaires : environ 4 % de la population exerce son droit de vote	Novembre	3,19 %
39	Conflit sur les régimes de retraite : 44 employés accusés suite au saccage de l'hôtel de ville de Montréal	Août	3,07 %
40	Matchs de baseball des ligues majeures au Stade Olympique	Mars	3,02 %
41	Victoire du CH contre les Bruins de Boston	Octobre	3,00 %
42	Conflit entre l'Ukraine et la Russie	Février	2,93 %
43	Commission Charbonneau : témoignage de Michel Arsenault	Janvier	2,84 %
44	Coupe Rogers : Agnieszka Radwanska l'emporte chez les femmes, Jo-Wilfried Tsonga chez les hommes	Août	2,84 %
45	Conflit sur les régimes de retraite : Philippe Couillard ne reculera pas, les moyens de pression s'accentuent	Août	2,79 %
46	Boxe : victoire décisive de Jean Pascal contre Lucian Bute	Janvier	2,77 %
47	Évasion de la prison d'Orsainville : Québec met en place une enquête interne	Juin	2,64 %
48	Commission Charbonneau : témoignage de Nathalie Normandeau	Juin	2,60 %
49	Tournoi de tennis Internationaux d'Australie : Eugénie Bouchard s'incline en demi-finale	Janvier	2,60 %
50	Marché des joueurs autonomes dans la LNH	Juillet	2,56 %



UNIFÉ ATYPIQUE

Le tennis qui supplante le hockey au palmarès des sports les plus médiatisés, les nouvelles internationales qui viennent s'installer à la deuxième place du classement des thèmes estivaux, et la cuisson des hamburgers qui disparaît ou presque des écrans radars…

… cet été, il a soufflé un grand vent de changement sur l'écosystème médiatique québécois.

Résultat www.scolarius.com pour ce texte :
173 (universitaire)

Le tennis,
sport de l'été

Sans grand suspense, le sport monte cet été encore sur la plus haute marche du podium des nouvelles les plus médiatisées au Québec.

« La surprise de l'été, ce n'est pas que le sport soit fort… c'est que le hockey ne soit pas le sport roi. »



Jean-François Dumas

Ce qui a de quoi surprendre en revanche, c'est qu'on ne le doive pas au hockey, ni même au soccer, et encore moins au football. C'est vers le tennis et les très belles performances sur le gazon de Wimbledon de Milos Raonic, Vasek Pospisil et surtout Eugenie Bouchard, sans conteste LA personnalité de l'été, que tous les regards se sont tournés. La petite balle jaune a ainsi accaparé 41 % de l'intérêt des médias pour le sport entre la Saint-Jean Baptiste et la fête du Travail, loin devant la rondelle, à 29 %, et le ballon de soccer à 23 %.

« Concernant ce dernier, l'intérêt s'est d'ailleurs plutôt porté sur la Coupe du Monde au Brésil que sur l'Impact, qui a pour sa part connu une chute d'attention de 33 % par rapport à l'été dernier, précise Jean-François Dumas, président d'Influence Communication. La faute à leurs mauvais résultats sans doute, puisqu'on constate la même chose du côté du football des Alouettes, qui accuse un manque à gagner de 19 % par rapport à la même période en 2013. Quant au Canadien de Montréal, il a généré 59 % moins d'attention que durant l'été 2013… et ce, malgré toute la saga autour du contrat de P.K. Subban. »

« Que le hockey plafonne à moins de 30 % de l'intérêt porté au sport, c'est véritablement atypique. En fait, c'est très rare qu'il descende en dessous de 70 %! »

Jean-François Dumas



La petite balle jaune
41 %
du sport pendant l'été

La rondelle
29 %
du sport pendant l'été





Une passion soudaine pour l'international

Et comme une surprise ne vient jamais seule, cette redistribution des cartes dans le domaine du sport s'accompagne d'une autre donnée pour le moins inattendue : les nouvelles internationales en deuxième place au classement des thèmes de l'été… alors qu'habituellement elles ne figurent que très rarement dans le palmarès des thèmes. En fait, les médias québécois ont consacré quinze fois plus de place aux nouvelles venues d'ailleurs durant l'été 2014 qu'ils ne l'avaient fait en 2013… et ce, sans qu'un seul Québécois ne soit pourtant impliqué dans les événements couverts.

« Deux dossiers internationaux font partie des cinq nouvelles les plus médiatisées de l'été, rapporte Jean-François Dumas. L'offensive israélienne sur Gaza au deuxième rang, et le vol MH17 de Malaysia Airlines abattu par un missile au-dessus de l'Ukraine, au cinquième. Durant l'été, notre intérêt pour les sujets internationaux est comparable cette année à ce qui se fait en moyenne dans n'importe quel autre pays, et même chez nos voisins ontariens. Alors que d'ordinaire, nous sommes bien plus centrés sur nous-mêmes que le reste du monde. »

« Depuis la rentrée, même si elle est en recul par rapport à cet été, la couverture des sujets internationaux reste plus importante qu'à l'ordinaire. »



Jean-François Dumas



Nos médias ont diffusé
20 % moins de contenus
« fourre-tout ».

Moins de hamburgers
et d'algues bleues

Principe des vases communicants aidant, la troisième surprise provient de la baisse drastique de la production estivale de sujets «fourre-tout».

« Chaque été, la presse nous rappelle qu'il faut boire de l'eau, mettre de la crème solaire et faire attention aux moustiques, ironise le président d'Influence Communication. Elle nous explique aussi comment bien cuire son hamburger au barbecue et que faire si on détecte des algues bleues sur un plan d'eau. Cette forme de remplissage occupe en moyenne 5 à 7 % de l'ensemble de l'espace médiatique estival, ce qui équivaut au poids combiné de l'international, de la santé, de l'environnement, de la pauvreté, des jeunes, des aînés, des autochtones et du reste du Canada! Mais cet été, nos médias ont diffusé 20 % moins de contenus de ce genre. Peut-être parce que la province n'a pas connu de grosse vague de chaleur. »

Ou peut-être, ose croire cet observateur assidu des médias, parce que le Québec se rend compte qu'il ne vit pas en circuit fermé et qu'il ferait mieux d'aller regarder ce qui se passe ailleurs.

« J'espère ne pas être trop naïf en avançant cela… », conclut-il.

« Jusque-là, nos médias étaient beaucoup dans le " je, me, moi ". Sont-ils en train de s'ouvrir ou s'agit-il d'un concours de circonstances? Seul l'avenir le dira. »



Jean-François Dumas

LA NOUVELLE DE L'ANNÉE

LE QUÉBEC EN CAMPAGNE

Depuis les dix dernières années, Influence Communication soupèse l'actualité et jamais une campagne électorale n'a obtenu un poids médias aussi élevé que celle de ce printemps, qu'elle soit fédérale ou provinciale.

Avec au moins **20 %** de poids médias durant cinq semaines, et même près de **25 %** dans les jours qui ont précédé le vote du **7** avril, le scrutin provincial sort grand gagnant des sujets les plus médiatisés de l'année.

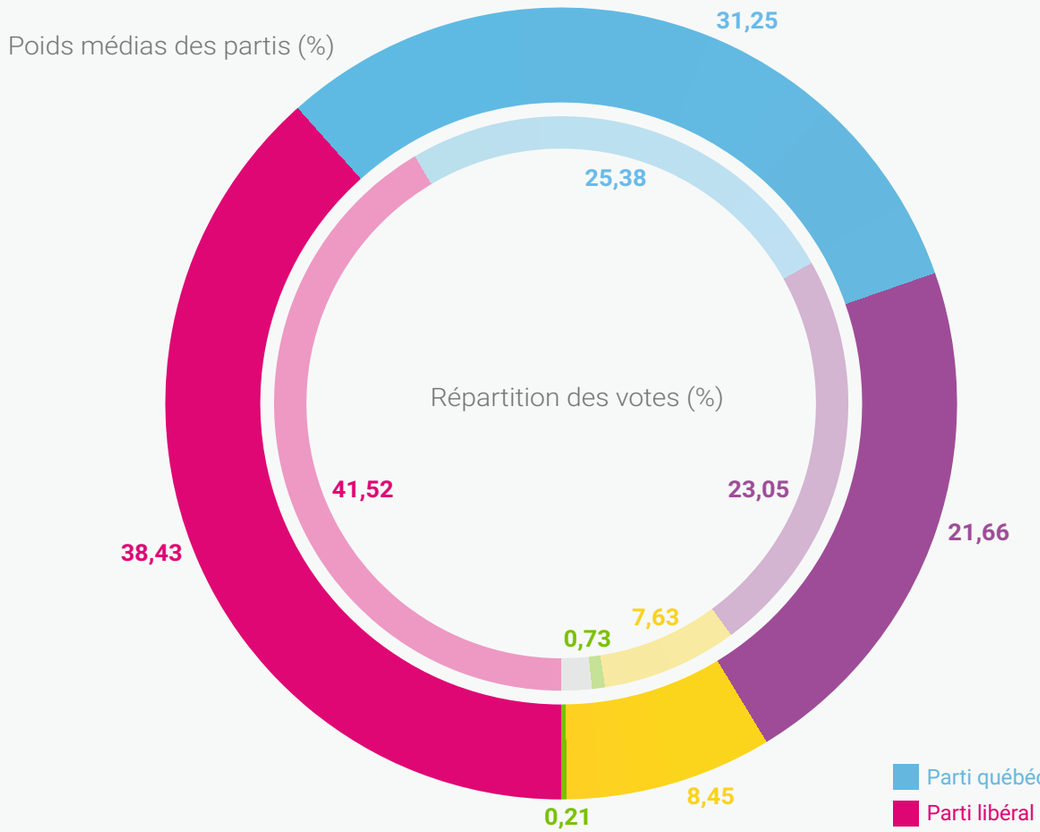
En fait, seuls les attentats de Saint-Jean-sur-Richelieu et d'Ottawa seront parvenus à flirter avec ces chiffres… mais le temps d'une semaine uniquement.

Résultat www.scolarius.com pour ce texte :
115 (secondaire)

Comme lors des précédentes élections,
c'est le parti le plus médiatisé qui remporte les élections.

Ainsi, le Parti libéral mené par Philippe Couillard a totalisé plus de **38 %** de toute la couverture pour recueillir au final **41 %** des votes exprimés, et avoir le droit de former un gouvernement majoritaire à Québec.

Élections du 7 avril 2014

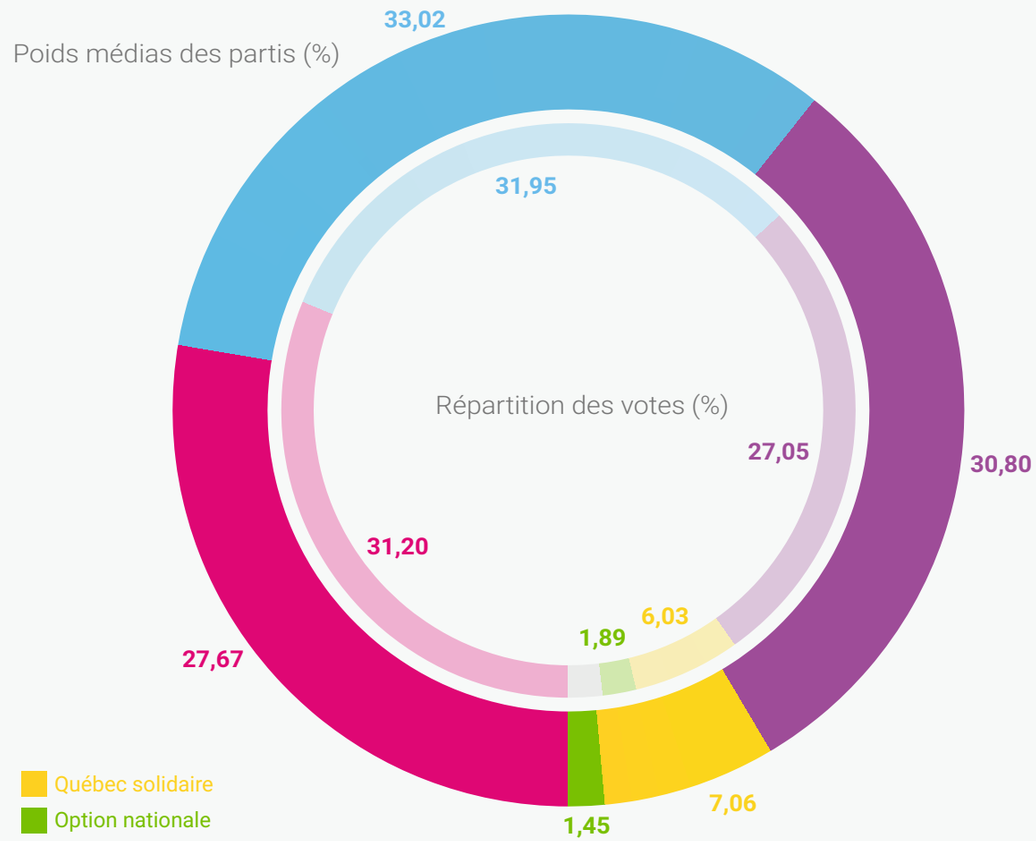


« C'est une réalité qui se confirme d'élection en élection, et ce, que ce soit au provincial, au fédéral, ou même aux États-Unis. Le parti qui obtient la plus large couverture remporte à chaque fois le scrutin. »



Jean-François Dumas

Élections du 4 septembre 2012



Philippe Couillard,
le moins médiatisé des chefs

Mais si le PLQ est bel et bien le parti le plus médiatisé, des trois grands chefs, Philippe Couillard est pourtant celui qui a reçu la plus faible couverture. L'ex-première ministre, Pauline Marois arrive en effet largement en tête en s'accaparant **38 %** du poids médias des chefs, distançant ses deux principaux rivaux, MM. Couillard et Legault, par plus de dix points. Loin derrière, les trois porte-parole de Québec Solidaire totalisent un poids médias de **5,72 %** pour l'ensemble de la campagne. De son côté, Sol Zanetti d'Option nationale est presque inexisant avec un poids médias de **0,28 %.**

*« Pauline Marois a commencé par un faux pas en refusant d'accorder des entrevues aux journalistes. Les médias n'ont pas semblé apprécier et ils l'ont martelé : durant les deux premiers jours de campagne, cette polémique a occupé **10 %** des nouvelles en lien avec les élections. »*

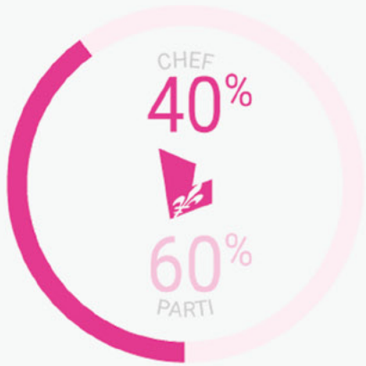


Philippe Brazeau

« En fait, M. Legault apparaît même juste devant M. Couillard, précise Philippe Brazeau, conseiller sénior chez Influence Communication. Ça s'explique par le fait que le chef caquiste répliquait systématiquement à toutes les annonces faites par les deux autres leaders. Il est aussi le chef qui a laissé le moins de place aux candidats de son parti. »

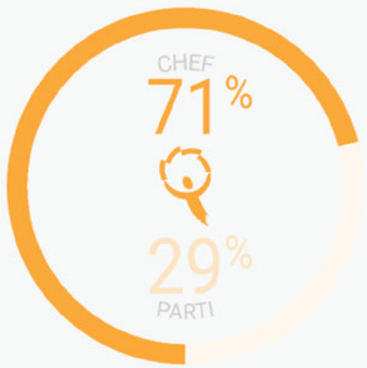
Poids médias
des chefs

1	Pauline Marois	**38,24 %**
2	François Legault	**28,04 %**
3	Philippe Couillard	**27,44 %**
4	Andrés Fontecilla / Françoise David / Amir Khadir	**5,72 %**
5	Sol Zanetti	**0,28 %**
6	Adrien Pouliot	**0,23 %**
7	Alex Tyrrell	**0,04 %**











Répartition du poids médias
entre les chefs et le reste du parti

Ainsi, 61 % du temps de parole de la CAQ est revenu à François Legault, contre 39 % au reste de son équipe. Juste derrière, Pauline Marois a monopolisé 58 % de la couverture du PQ contre 42 % pour les autres candidats.

Quant à Philippe Couillard, il a été moins médiatisé que son parti : lorsqu'il était question des libéraux dans les médias, le chef n'apparaissait dans les reportages que quatre fois sur dix. Le futur premier ministre a laissé son entourage prendre la parole en public, notamment les membres de son trio économique, MM. Leito, Coiteux et Daoust.

« Si la campagne a été largement médiatisée, jamais on n'aura si peu entendu les chefs. En 2007, chacun avait environ 20 secondes de temps de parole dans les bulletins de fin de journée. Cette proportion a chuté entre 10 et 15 secondes. On parle d'eux, mais on les entend très peu. Plus que jamais la campagne se vit à travers les analyses des commentateurs. »



Jean-François Dumas

Les principaux thèmes
de la campagne

Une fois encore, le PLQ a tenté d'amener la campagne sur son terrain favori, l'économie. Et si les médias lui ont accordé **25 %** moins d'attention cette fois-ci qu'en temps normal, avec **17,07 %** de la couverture consacrée aux élections, le sujet arrive en deuxième position des thèmes abordés. Ce sont l'éthique et la corruption qui se révèlent les sujets dominant de cette campagne, obtenant un poids médias de **18,09 %**.

Éthique et corruption	18,09 %
Économie	17,07 %
Souveraineté	14,64 %
Controverse	10,47 %
Sondages	9,92 %
Autres	29,81 %
TOTAL	100 %

« Sur fond de scandales et de commission Charbonneau, il s'agissait pour chaque parti de vanter sa transparence et pour les médias de faire la chasse aux corrompus. La CAQ a beaucoup joué ce jeu, mettant les deux partis traditionnels dans le même sac, et se présentant comme une formation neuve et sans casseroles. »



Philippe Brazeau



Le thème de la souveraineté referme le trio de tête avec 14,64 % de la couverture.

Si tout le monde garde en mémoire le poing levé de Pierre Karl Péladeau et sa profession de foi indépendantiste le jour de sa mise en candidature dans le comté de Saint-Jérôme, c'est en fait le Parti libéral qui relance le plus souvent le sujet, tentant ainsi de déstabiliser le PQ.



L'environnement, la famille, la santé, la pauvreté et les autochtones n'ont jamais généré si peu d'intérêt dans une campagne depuis dix ans.

La controverse est un moyen efficace pour déstabiliser l'adversaire qui a été massivement utilisé par toutes les formations politiques en lice. Avec 10 % de la couverture médiatique, la controverse arrive au quatrième rang des thèmes de la campagne. « Elle prend de plus en plus de place au fil des élections provinciales, analyse le conseiller sénior. Elle atteint un pic avec l'entrée en scène de Pierre Karl Péladeau. Soulignons qu'il recueille à lui seul près du tiers du thème de la controverse. Par ailleurs, le docteur Gaétan Barrette, nouvelle recrue du Parti libéral et transfuge de la CAQ, a également récolté son lot avec près de 6 %. La controverse a été présente en bruit de fond durant toute la campagne, mais elle explose véritablement vers la fin. Durant la quatrième semaine, tous les chefs se déchaînent. On n'hésite plus à lancer des attaques personnelles et à sortir des affaires sans les vérifier au préalable. »

Viennent ensuite les sondages, et bizarrement, à la sixième place seulement, l'immigration et les communautés culturelles, alors même que le débat sur la Charte des valeurs était encore dans tous les esprits. À l'autre bout du spectre, parmi les sujets les moins traités, on retrouve des thèmes comme l'environnement, la santé, la culture, la famille, la pauvreté, les autochtones… et même l'éducation.

« Juste après le printemps érable, durant la campagne de 2012, les médias avaient pourtant consacré près de 10 % de la couverture à l'éducation. En 2014, on revient à des taux traditionnels autour de 2 %. Mais l'ironie, c'est qu'on en a surtout parlé cette année pour dire qu'on n'en parlait pas assez! »



Philippe Brazeau

PENDANT LA CAMPAGNE

6,5 x moins d'attention à la santé qu'en temps normal

25 % moins d'attention à l'économie qu'en temps normal

12 X moins d'attention aux infrastructures qu'en temps normal

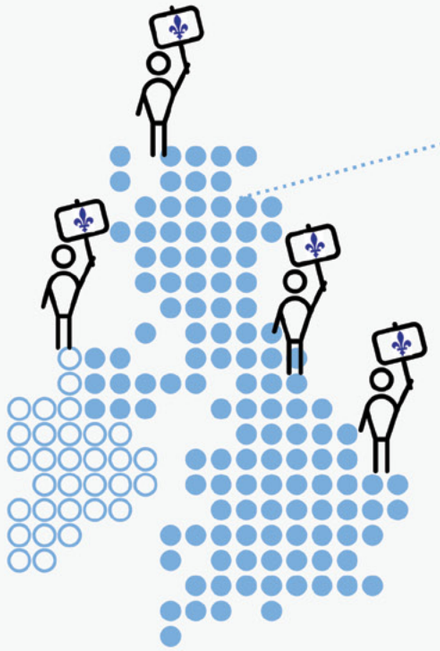
UN RÉFÉRENDUM ÉCOSSAIS…
OU QUÉBÉCOIS?

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 173 (universitaire)

UN RÉFÉRENDUM ÉCOSSAIS…

OU QUÉBÉCOIS?

Le référendum du 18 septembre dernier sur la souveraineté de l'Écosse aura une nouvelle fois été l'occasion, pour les médias québécois, de faire montre de tout leur talent en matière de québéco-centrisme.



Écosse

« On a préféré donner la parole aux députés du Parti québécois qui ont fait le déplacement, aux militants québécois basés là-bas ou aux touristes québécois qui voulaient revivre l'expérience de leurs propres référendums. Bref, on a très peu vu d'Écossais! »

Félix B. Thiffault

3 000 mentions
du référendum en 2014
au Québec

70 mentions
du référendum en 2011
au Québec





« Quand il y a une nouvelle internationale, en général les journalistes font appel à des experts de la région, explique Félix B. Thiffault, conseiller chez Influence Communication. Or, cette fois-ci, on a très peu vu de spécialistes de l'Écosse. »

Dans une province où la question référendaire reste sensible, le poids média du scrutin écossais aura été démesurément grand comparé à celui de n'importe quelle autre nouvelle internationale, surtout lorsque celle-ci n'implique pas directement de Québécois. Depuis l'annonce du référendum en 2011, l'intérêt que lui ont porté les médias d'ici n'a cessé de croître, passant de **70 mentions** la première année, à plus de **3 000** en 2014.

« Sans surprise, le sujet a explosé cette année, et encore plus durant la période pré-scrutin, analyse le conseiller. On en compte **526**, soit **17,5 %** entre le 1er septembre et le 15 octobre. Il faut noter d'ailleurs que l'intérêt ne s'est pas éteint au lendemain du vote. Dans le mois qui a suivi, on totalise encore **275 mentions**.»

« Le fait que le non l'ait emporté, comme lors des référendums québécois, a sans doute permis aux journalistes et chroniqueurs de continuer, après le scrutin, à faire des liens entre ces événements. »

L'expérience québécoise
pour référence

Ainsi, 24 heures après le résultat, **50 %** de la couverture québécoise sur le sujet fait encore un lien direct avec les référendums de 1980 et 1995.

Mais les journalistes d'ici ne sont pas les seuls à avoir fait ce lien. Dans le reste du Canada, depuis 2011, environ un tiers des reportages portant sur le référendum écossais ont eux aussi opté pour cet angle. En réalité, c'est même toute la presse internationale qui s'est penchée sur l'expérience québécoise pour comprendre les enjeux et les conséquences du scrutin écossais. Ainsi, entre 2011 et 2013, le nombre de reportages qui, tout autour de la planète, ont traité à la fois du Québec et de l'Écosse, se situe autour de **2 000** par an. En 2014, il grimpe à près de **5 500**.

« On retrouve cette tendance si l'on s'intéresse plus particulièrement aux médias britanniques, précise l'employé d'Influence Communication. En 2010, alors qu'il n'est pas encore question de référendum en Écosse, **2,2 %** des reportages sur le Québec dans les médias du Royaume-Uni portent sur l'indépendance. En 2011, année où le parti souverainiste arrive au pouvoir et qu'il annonce la tenue d'un référendum, ce pourcentage passe à **5,3 %**, puis **6,7 %** en 2012, **4,7 %** seulement en 2013, alors même que Pauline Marois fait un voyage en Écosse… et enfin **11 %** en 2014. »

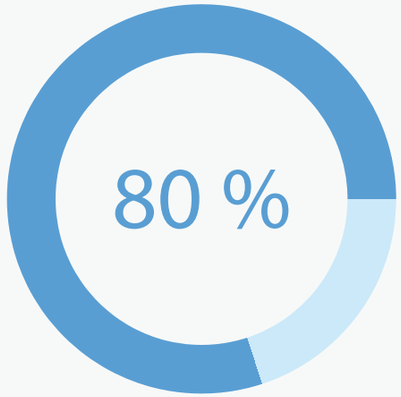
« Sur les 6 400 reportages environ qui portent sur le Québec cette année dans les médias britanniques, plus de 700 font mention des termes "indépendance" ou "référendum". »



Félix B. Thiffault

Du côté de la
Catalogne

Et ce qui est vrai pour l'Écosse l'est encore plus pour la Catalogne, où s'est tenue le 9 novembre dernier, une consultation symbolique sur l'avenir de cette région espagnole aux aspirations indépendantistes. Résultat : **80 %** des votants ont affirmé leur volonté de se séparer du pouvoir de Madrid. L'avenir dira si cette première victoire du oui mènera à un référendum en bonne et due forme, mais déjà l'Espagne s'intéresse au souverainisme québécois. Ainsi, sur les **3 500** reportages évoquant le Québec dans les médias espagnols en 2014, plus de la moitié porte sur le mouvement séparatiste et les processus référendaires.



Résultat : **80 %** des votants ont affirmé leur volonté de se séparer du pouvoir de Madrid

Près de vingt ans après le deuxième référendum, les scrutins québécois semblent être encore la référence internationale en matière d'autodétermination, à tel point que **0,6 %** de toute la couverture accordée par la Grande-Bretagne au référendum écossais, a porté sur l'expérience québécoise.



La une du quotidien espagnol ABC
10 novembre 2014

LA CULTURE
EN CHUTE LIBRE

Lorsqu'en février 2013, Claude Deschênes, journaliste culturel à Radio-Canada pendant plus de vingt-cinq ans, annonce sa retraite, il explique, dans une lettre publiée sur Facebook, que l'espace médiatique accordé à la culture a rétréci depuis quelque temps, affirmant qu'il ne peut plus « exprimer sa passion » comme auparavant.

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 157 (universitaire)

Chute quantitative et qualitative

En dix ans, la couverture médiatique accordée à la culture a chuté de **30 %**. Depuis **2013**, elle a été dépassée par la cuisine, les technologies et bientôt l'automobile, qui lui grappillent chaque année quelques points de pourcentage.

Au moment de son départ, Claude Deschênes explique que son travail l'a comblé en lui permettant d'aller à la rencontre des artistes, leur parler, échanger avec eux, voir le lieu où ils créent, partager leur message avec le public.

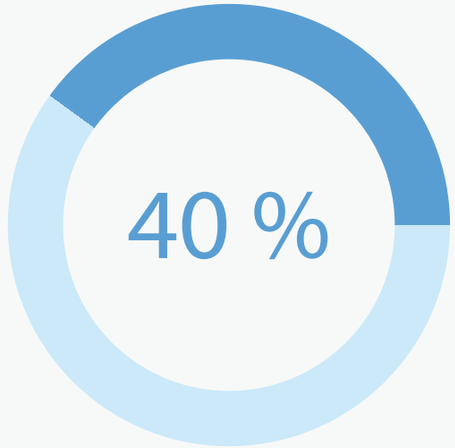
Or, au cours des dix dernières années, la couverture québécoise de la culture a pris un véritable virage, mettant plutôt l'accent sur :

– l'événementiel : festivals, spectacles, décès, hommages
– le contenu commercial : blockbusters, disques populaires, jeux vidéos, etc.

DEPUIS 10 ANS

peinture de Julien Rousseau

Pour avoir un aperçu de ce qui se passe du côté de la culture, mieux vaut acheter le journal, écouter la radio ou regarder la télévision le samedi.



40 % de la couverture culturelle se concentre le samedi

C'est aussi le samedi que l'on retrouve 93 % du contenu culturel classique, à savoir la littérature (à l'exclusion des livres de cuisine), la danse, la peinture, la musique classique, la photographie, la poésie ou encore la sculpture.



97 % de l'intérêt médiatique porté à l'industrie du livre est consacré aux livres de recettes de cuisine.

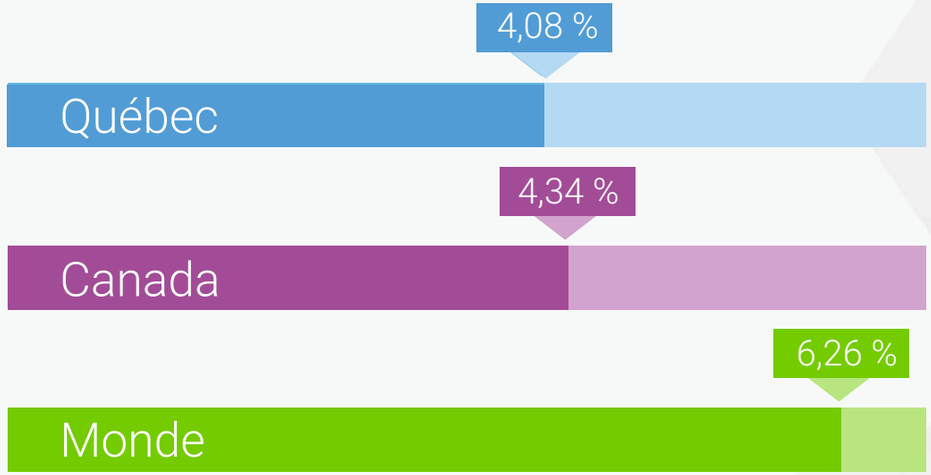
Moins de vedettariat au Québec

« Depuis 2001, le poids moyen de la culture au Québec est de 4,08 %. Il est de 4,34 % dans le reste du Canada et de 6,26 % dans le monde. Cette différence s'explique en partie par le fait que nous avons une presse beaucoup moins tabloïde. Nous sommes moins qu'ailleurs dans le potinage, la pipolisation, le culte de la personnalité. »



Jean-François Dumas,
président d'Influence Communication

Le poids moyen
de la culture



Au niveau mondial, de plus en plus souvent les personnalités non politiques les plus médiatisées ne sont pas des individus issus du secteur de la culture. En 2007 par exemple, ce sont les frasques de Paris Hilton qui font le plus de bruit dans la presse internationale.

En 2008, Nicolas Sarkozy prend le relais. Personnage politique certes, mais, cette année-là, 55 % de la couverture qui lui est consacrée tout autour de la planète se focalise sur sa vie mondaine, son divorce d'avec Cécilia et sa liaison, puis son mariage avec l'ex-mannequin devenue chanteuse, Carla Bruni. Et parce que le monde entier semble s'intéresser à ce qui se passe dans la chambre à coucher des présidents français, l'an dernier, c'était autour de François Hollande d'occuper l'avant-scène de l'actualité non politique internationale.

L'année
Xavier Dolan

Mais revenons au Québec, où un vent de changement semble bel et bien souffler depuis quelques années dans le monde de la médiatisation culturelle. Ainsi, Céline Dion, qui avait régné sans partage sur le palmarès des personnalités culturelles les plus médiatisées durant toute la décennie **2000**, se voit de plus en plus souvent détrônée. En **2011** et **2012**, elle avait déjà dû céder la première marche du podium à deux des plus grandes stars internationales : Madonna d'abord, puis Lady Gaga. Et après avoir reconquis son titre en **2013**, elle chute de nouveau cette année, au profit d'un certain Xavier Dolan.

Les chroniqueurs et journalistes aiment s'enorgueillir du succès des artistes d'ici sur la scène internationale. Ainsi les nominations de films québécois aux Oscars et la popularité grandissante de Xavier Dolan au Festival de Cannes font toujours la manchette.

« C'est la première fois en quinze ans qu'un Québécois supplante Céline Dion, analyse M. Dumas. **2014** s'avère être l'année Xavier Dolan puisqu'en plus de trôner en tête du palmarès des personnalités artistiques les plus médiatisées, son film *Mommy* qui rafle le prix du jury à Cannes est aussi la nouvelle artistique de l'année, avec un poids médias sur sept jours de **3,76 %**. Le décès de l'acteur américain Robin Williams arrive tout juste derrière. »

Car si en matière d'information, le Québec a tendance à se regarder le nombril, dans le domaine de la culture, c'est un peu moins vrai. Il arrive régulièrement que des actualités internationales se glissent en tête du palmarès annuel des nouvelles artistiques les plus médiatisées.

Ainsi, depuis 2006, la nouvelle culturelle qui a pris le plus de place dans la presse québécoise concerne un événement international, à savoir l'hommage rendu à Michael Jackson au lendemain de son décès en **2009**. Si on y ajoute la couverture de sa mort, on atteint un poids médias de **13 %**! Près du double de la deuxième nouvelle la plus populaire, à savoir l'inauguration du **400e** de Québec l'année précédente.



Particularisme **québécois**

Des exceptions surviennent. En 2007 par exemple, la septième nouvelle la plus médiatisée dans le monde, tous domaines confondus, est la sortie du septième et dernier tome des aventures du jeune sorcier, Harry Potter… une nouvelle qui n'apparaît même pas dans le palmarès québécois des arts et spectacles!

Qui a raison, qui a tort? Peut-être que cette fois-ci les médias québécois auront eu un peu plus de retenue que les autres…

« Pour comprendre l'ampleur de l'attention octroyée à cette sortie littéraire dans le monde, souligne Jean-François Dumas, imaginez qu'elle représente l'équivalent de la couverture accordée cette année-là à la totalité des catastrophes naturelles et des nombreux conflits nationaux et régionaux, à l'exception des guerres en Irak et en Afghanistan. »





“ cambrioleuse la plus sexy de la planète ” **Stéphanie Beaudoin, photo** tirée de son compte Facebook

LE QUÉBEC DANS L’ŒIL DE L’AUTRE

« Les journalistes québécois aiment que les médias internationaux s’intéressent à nous, annonce Jean-François Dumas, président d’Influence Communication. Lorsqu’ils citent nos chiffres dans leurs colonnes, c’est presque toujours pour souligner l’impact médiatique d’une nouvelle d’ici, ailleurs dans le monde. »

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 186 (universitaire)

Ils ont donc eu de quoi se réjouir tout au long de l'année grâce aux belles performances d'Eugenie Bouchard dans le circuit professionnel de tennis. La jeune montréalaise arrive en tête de deux classements, celui des personnalités québécoises les plus citées à l'international et celui des nouvelles québécoises les plus médiatisées ailleurs dans le monde. Juste devant un autre événement sportif, le Grand Prix de Formule 1 sur le circuit Gilles-Villeneuve.

Derrière, les faits divers tiennent le haut du pavé, raflant la moitié des dix places restantes au palmarès des nouvelles : l'attentat de Saint-Jean-sur-Richelieu, l'évasion de la prison d'Orsainville, le suivi de la tragédie de Lac-Mégantic, le procès de Luka Rocco Magnotta et Stéphanie Beaudoin, votée « cambrioleuse la plus sexy de la planète ».

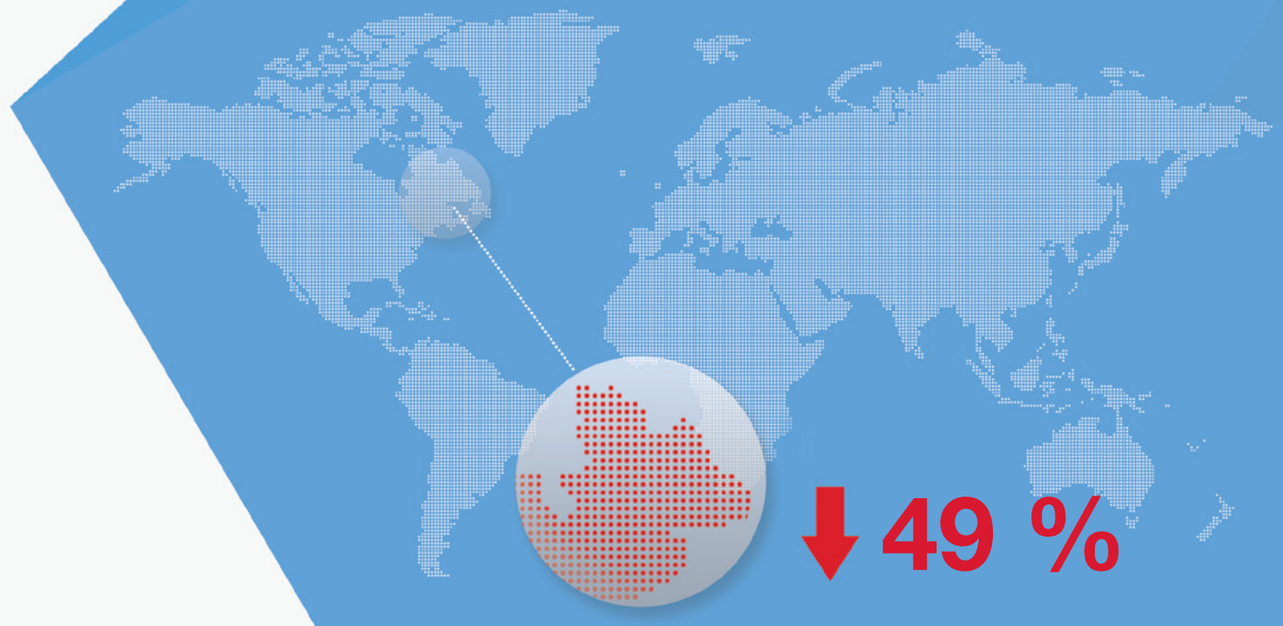
« Pour le reste du monde, nous sommes devenus un énorme fait divers. Bien que la presse internationale accorde au Québec un poids similaire à celui des années passées, la nature de la couverture s'est complètement transformée. Ces trois dernières années, les produits culturels et les attraits touristiques ont perdu 49 % d'intérêt, au profit de nouvelles beaucoup moins positives. »



Jean-François Dumas

Évolution des thèmes
des nouvelles sur le Québec

Entre 2001 et 2012		Depuis 2012	
1	Tourisme	1	Faits divers
2	Culture	2	Politique
3	Politique	3	Tourisme



49 %

Ces trois dernières années, les produits culturels et les attraits touristiques ont perdu **49 %** d'intérêt, au profit de nouvelles beaucoup moins positives

Politique, sport,
faits divers

Au chapitre politique, la campagne électorale ayant ramené les libéraux au pouvoir a trouvé un certain écho au-delà de nos frontières, tout comme le débat sur la Charte des valeurs qui l'a précédée. Enfin, dans un contexte de référendum sur la souveraineté de l'Écosse, tous les yeux ont été rivés sur l'expérience québécoise en la matière.

L'Espagne se place d'ailleurs quatrième au classement des pays qui se sont le plus intéressés au Québec. Cet État du sud de l'Europe, lui aussi traversé par des mouvements séparatistes, a vu une consultation s'organiser en Catalogne sur le sujet. À cette occasion, les médias espagnols ont multiplié les mentions de la situation politique québécoise.

L'Espagne, l'Australie, la Grande-Bretagne, la France et bien sûr les États-Unis sont les cinq pays qui s'intéressent le plus à notre province. À eux seuls, les États-Unis génèrent d'ailleurs près de 50 % de toute la couverture médiatique internationale que reçoit le Québec. Un intérêt qui n'est pas réciproque puisque le Québec ne consacre aux États-Unis que 22 % des reportages portant sur l'étranger… lui préférant de très loin la France.

La France… qui a couronné au printemps le jeune réalisateur Xavier Dolan en lui remettant le Prix du jury au Festival de Cannes, le propulsant de ce fait à la une de tous les médias de la planète. Au classement des personnalités québécoises les plus médiatisées dans le monde, il arrive ainsi en cinquième position, derrière Eugenie Bouchard, et trois des plus grands noms québécois de la scène musicale soient Arcade Fire, Céline Dion et Leonard Cohen. Le triomphe de *Mommy* fait entrer pour la première fois en plus de vingt-quatre mois une nouvelle culturelle au palmarès des nouvelles québécoises les plus médiatisées à l'international.

« Dans les années 2000, on vantait le dynamisme culturel du Québec en le qualifiant d'incubateur d'idées et de produits. Mais en raison d'une série d'événements, cette couverture est devenue minoritaire. Il faut dire que nous manquions d'ambassadeurs forts. Et les Québécois qui se distinguent à l'étranger sont très peu valorisés ici. »



Jean-François Dumas

L'économie,
thème occulté

Si la culture et le tourisme ont vu leur couverture médiatique s'éroder au fil des ans, ce n'est toutefois pas au profit de l'économie. En effet, la cuisine, la table et les chefs québécois ont généré tout de même 1,4 fois plus de couverture que les gens d'affaires.

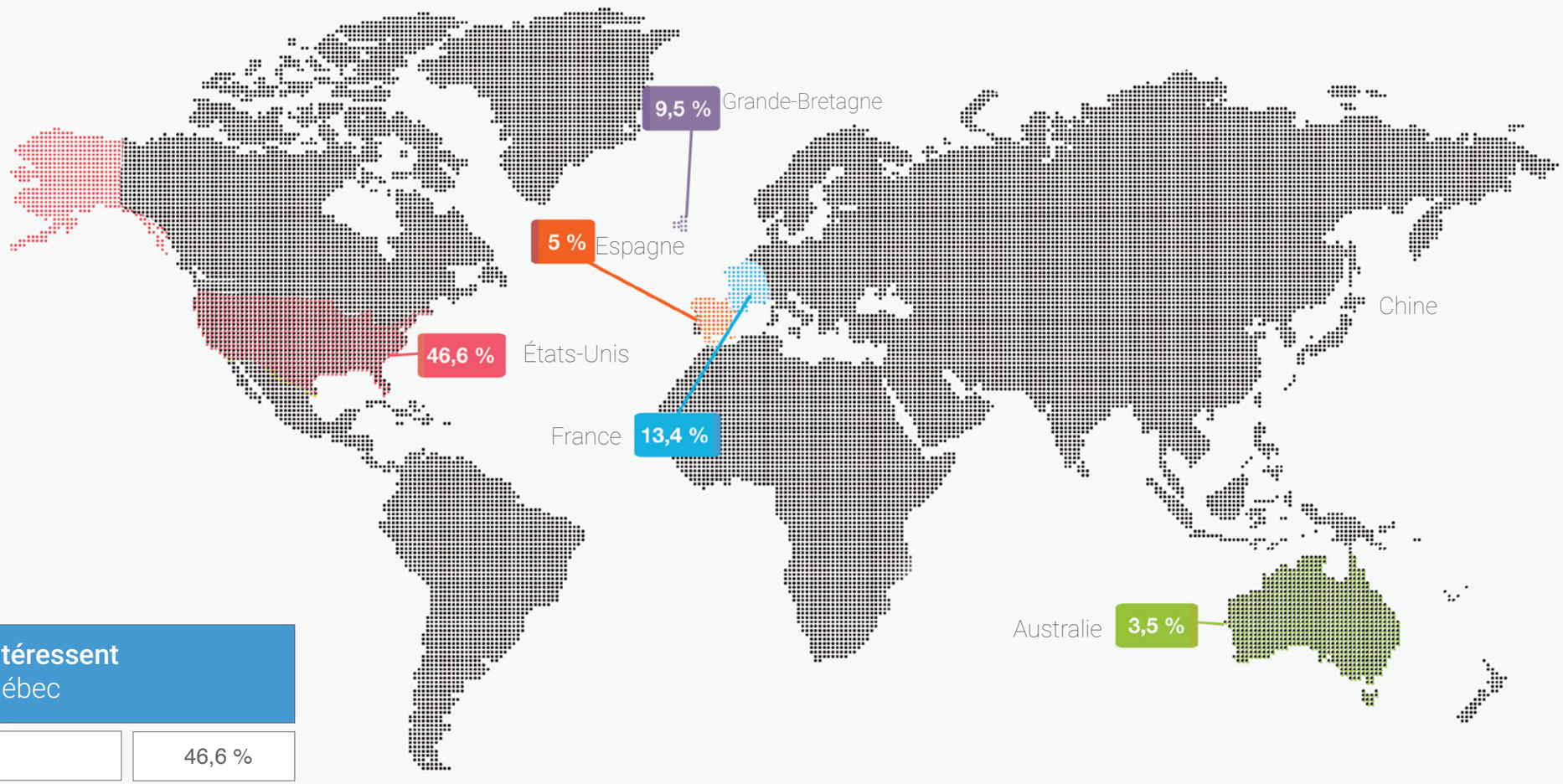
« Le Québec n'est pas reconnu pour son dynamisme économique. Et les entreprises d'ici qui connaissent du succès à l'étranger sont présentées comme des compagnies canadiennes… »

Jean-François Dumas

Paradoxalement, les éloges à l'endroit du Québec les plus fréquemment publiés dans les médias internationaux sont la bonne santé du secteur économique et des opportunités d'investissements prometteuses. L'éducation de qualité et à bas prix, l'ouverture et la tolérance à l'endroit des gais et des lesbiennes, la qualité de vie et la paix sociale font aussi partie des attributs mis de l'avant par les journalistes étrangers. Du côté négatif, l'exportation de l'amiante vers les pays en voie de développement est restée longtemps la seule critique adressée, mais elle s'est fait rattraper ces dernières années par les politiques en matière de minorités culturelles, la Charte des valeurs, les positions qui pourraient être qualifiées de xénophobes du maire de Saguenay Jean Tremblay, la polémique autour de la défense de la langue française suite au scandale du « pastagate » ou encore tout le questionnement autour de la sécurité de nos prisons après les évasions d'Orsainville cet été et de Saint-Jérôme l'an dernier.

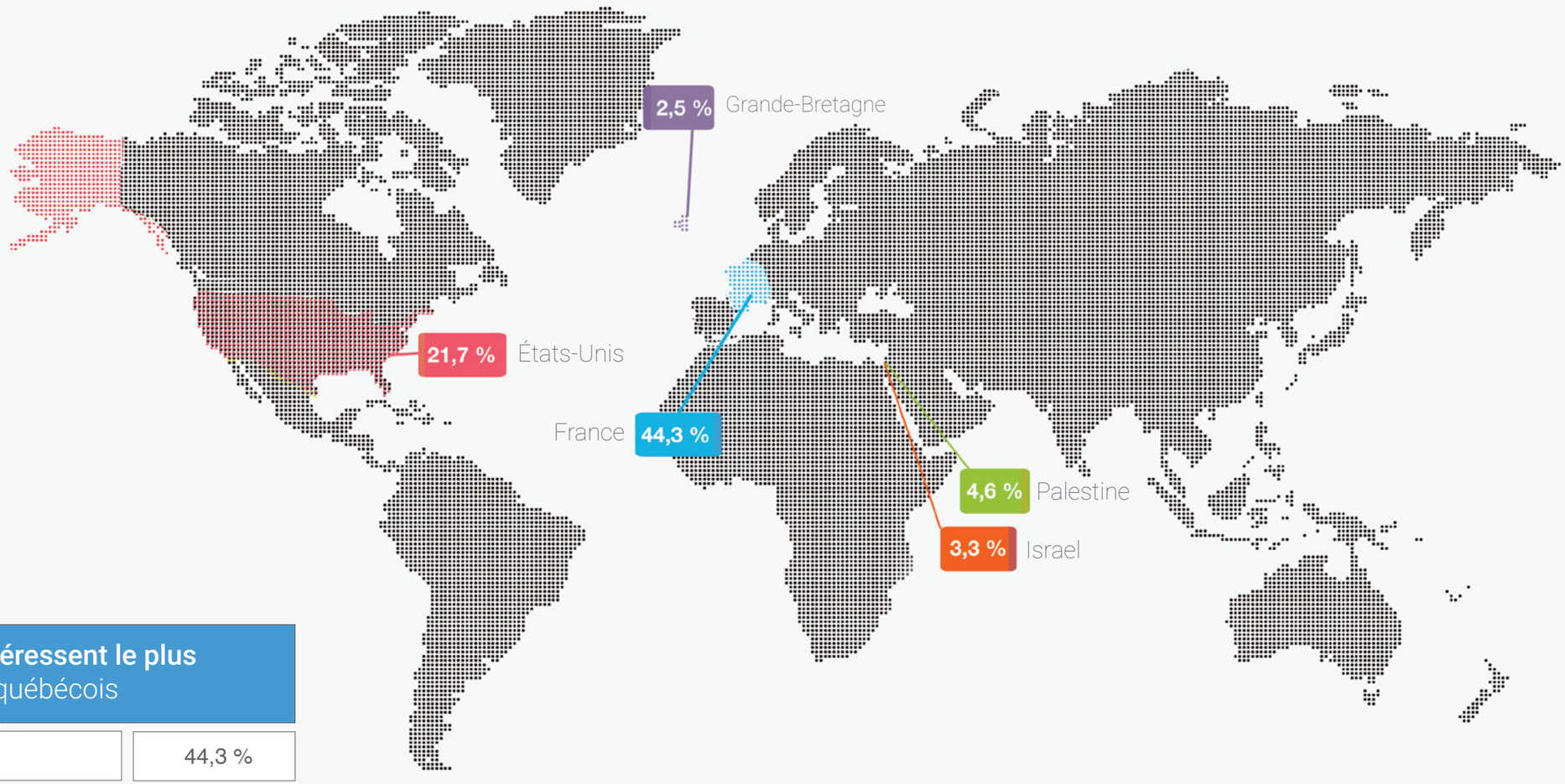
Enfin, chaque année emmène son lot de surprises, notamment du côté des médias du Moyen-Orient. Ainsi, de 2010 à 2012, le quotidien du Sultanat d'Oman, le *Daily Observer*, a consacré une large couverture au secteur minier québécois, au Plan Nord et aux représentants du gouvernement libéral de Jean Charest. Depuis deux ans, c'est au tour de l'*Arab Times*, journal publié au Koweit, de s'intéresser au problème du transport pétrolier suite à la tragédie de Lac-Mégantic, et à la vie sociale québécoise.

Pour quelle raison s'intéressent-ils particulièrement au Québec? Seuls eux le savent…



Pays qui s'intéressent
le plus au Québec

États-Unis	46,6 %
France	13,4 %
Grande-Bretagne	9,5 %
Espagne	5 %
Australie	3,5 %

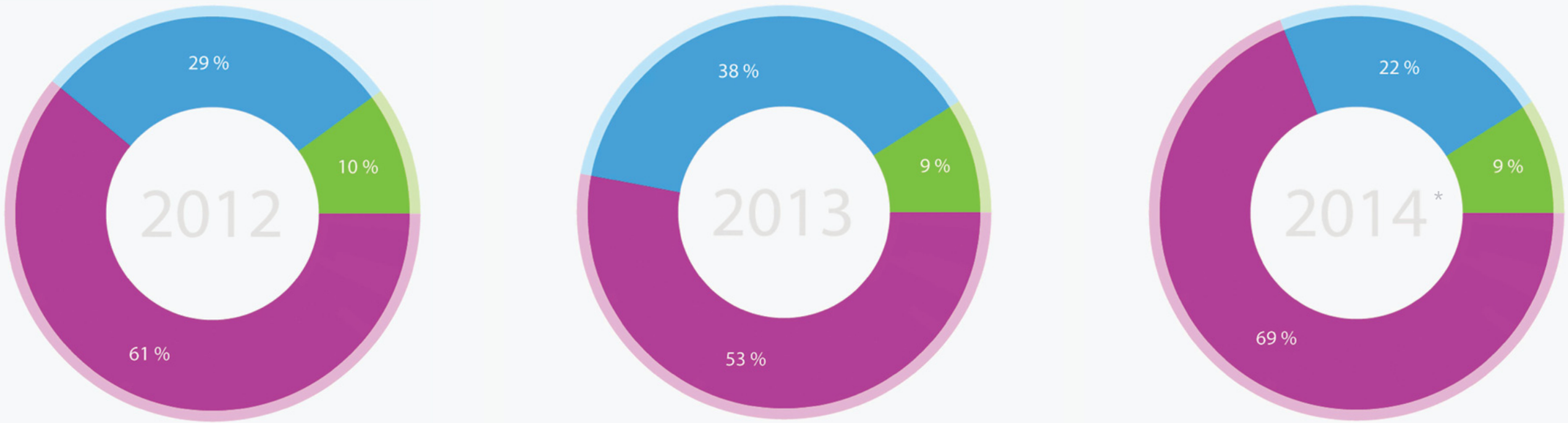


Pays qui intéressent le plus
les médias québécois

France	44,3 %
États-Unis	21,7 %
Palestine	4,6 %
Israël	3,3 %
Grande-Bretagne	2,5 %

Montréal ou Québec… ?

Ventilation de l'intérêt médiatique international
pour les attraits touristiques québécois



*1er janvier au 31 octobre

Légende

Montréal

Québec

Reste du Québec

influence



Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 145 (collégial)

ICE BUCKET CHALLENGE…
OU QUAND LES MÉDIAS SOCIAUX ARROSENT LA NOUVELLE

Le Ice Bucket Challenge a beau avoir été imaginé par et pour les réseaux sociaux, sa popularité a été telle cet été, que les médias traditionnels n'ont pu l'ignorer très longtemps. En cela, il est devenu le parfait exemple d'une opération de communication bien orchestrée, qui a parfaitement réussi à braquer l'attention médiatique sur la cause pour laquelle elle a été organisée.

En effet, que ceux qui avant cet été, avaient déjà entendu parler de la sclérose latérale amyotrophique (SLA) lèvent le doigt! Personne? Et pour cause, ce trouble neuromusculaire, aussi appelé maladie de Lou Gehrig, et qui touche moins de 3 000 personnes au Canada, n'avait jusque-là fait l'objet que d'une médiatisation fort confidentielle : une moyenne de 250 mentions par an depuis 2011 dans les médias traditionnels.

C'était avant que le Ice Bucket Challenge ne déferle sur les réseaux sociaux. Avant que le PDG de Facebook, Mark Zuckerberg accepte de relever le défi de se renverser un seau d'eau glacée sur la tête. Avant qu'il n'invite d'autres personnalités aussi diverses que Bill Gates, Oprah Winfrey, Jessica Biel, Larry Page, Justin Timberlake ou encore Ricky Gervais, à faire de même. Avant que, de fil en aiguille, le président américain Barack Obama ne reçoive lui aussi l'invitation… Bref, avant le mois d'août dernier.

« Avec 269 mentions dans les médias québécois, le mois d'août 2014 offre à lui seul une couverture supérieure aux années 2011, 2012 et 2013 mises ensemble. Le mois de septembre reste élevé avec 158 mentions. »



Nicolas Ryan



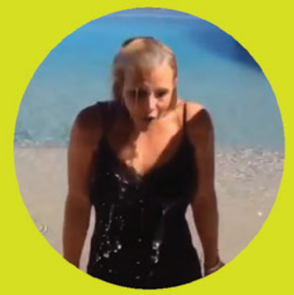




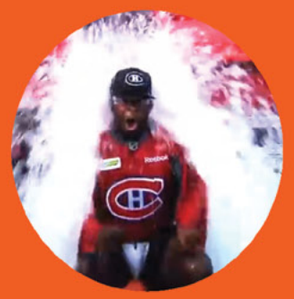
Au Québec, 45 % des éléments de nouvelles qui parlent du défi ne mentionnent pas la maladie













Entre 2013 et 2014, la médiatisation de la sclérose amyotrophique latérale augmente de 138 %







Des réseaux sociaux
aux médias traditionnels

Quoi qu'il en soit, ce Ice Bucket Challenge, qui a permis d'amasser plus de 1,5 million de dollars au Québec seulement, est l'illustration parfaite d'un phénomène prenant naissance sur les réseaux sociaux et devenant tellement viral qu'il finit par aboutir dans les journaux et sur les ondes. Ainsi, le pic de la couverture dans les médias traditionnels se situe dans les deux dernières semaines d'août, alors qu'il devient viral sur Twitter et Facebook dix jours plus tôt.

Le défi aura donc apporté une visibilité aussi soudaine que fulgurante à une maladie restée jusque-là fort discrète. Saura-t-elle refaire la une? Rien n'est moins sûr si l'on considère que le Ice Bucket Challenge n'a pas été pensé pour être récurrent.

« Prenons l'exemple de *Movember,* ce mouvement qui demande aux hommes de se laisser pousser la moustache dans le courant du mois de novembre afin d'amasser des fonds qui iront à la lutte contre le cancer de la prostate, commente l'analyste. La médiatisation du mouvement et celle de la maladie sont très liées. Plus on parle de *Movember*, plus on parle du cancer, et vice versa. D'ailleurs, le mois de novembre est définitivement celui qui, année après année, génère le plus de reportages sur le sujet, soit environ **20** à **22 %** de la couverture médiatique annuelle.

Sommes-nous donc condamnés à nous renverser des seaux d'eau glacée sur la tête chaque été?



ACCEPTER UNE ENTREVUE… OU PAS?

Accepter une entrevue, ce n'est plus un automatisme, loin de là! Mais pourquoi donc? Que craint une entreprise au point de refuser le micro qu'on lui tend? Influence Communication a enquêté auprès d'une trentaine de porte-paroles et conseillers en communication œuvrant au sein des plus grands fleurons de l'économie québécoise, tout secteur confondu.

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 157 (universitaire)

Et si certains évoquent des raisons objectives comme un *mauvais timing* ou le fait que le dossier soit devant les tribunaux, la plupart des répondants ne sont pas très tendres envers les médias et ceux qui les animent.

Rester en dehors
du « cirque médiatique »

« Il y a une époque où personne ne refusait de venir parler dans les médias et surtout pas les gens élus, payés par la population et qui doivent donc rendre des comptes, affirme Jean-François Dumas, président d'Influence Communication. Eh bien aujourd'hui, ils le font, et ce, même si ça peut paraître, aux yeux du public, antidémocratique et illégitime. Alors, que certains porte-parole d'organisations privées ou presque, décident de boycotter certains médias ou certains animateurs, est-ce vraiment étonnant? »

« Même les hommes politiques pèsent le pour et le contre avant de consentir à venir en ondes. Comment être surpris que dans le secteur privé, la même chose se produise? »



Jean-François Dumas

Étonnant ou pas, force est de constater qu'ils le font de plus en plus souvent. Et ce, parce qu'ils veulent à tout prix rester en dehors de ce qu'ils jugent être devenu un « cirque médiatique ». Effets sonores, cris, blasphèmes pendant l'entrevue… tous les moyens sont bons pour faire le *show*, favorisant la forme au détriment du fond, et dans ce contexte, impossible de faire passer un message intelligible.

D'autant que les répondants ne croient pas en l'impartialité de l'animateur, qui aurait des idées très arrêtées et utiliserait les entrevues comme faire-valoir de ses propres opinions. Fausses-tés dans les énoncés des questions, utilisation de clichés pour mettre les invités en boîte et superficialité sont autant de reproches formulés par les porte-parole, qui estiment que le journaliste, qui n'en est d'ailleurs pas toujours un – mais plutôt un comédien ou un humoriste – préfère commenter l'actualité au lieu de s'en tenir aux faits, aux témoignages, aux fruits de recherches sérieuses.

« Nombre de ceux qui ont répondu estiment que les animateurs portent des jugements sur ce qu'ils croient être leurs intentions et non sur les réponses qu'ils donnent, rapporte Jean-François Dumas. Qu'ils cherchent à les déstabiliser en abordant des sujets qui n'avaient pas été prévus, et qu'ils ne les laissent pas finir leurs phrases. Certains trouvent également que les intervieweurs ne se préparent pas, qu'ils n'ont pas une connaissance assez approfondie des sujets. Ils considèrent aussi que parfois, le dossier est trop technique ou trop complexe pour être expliqué en quelques minutes, et qu'ils n'ont donc rien à gagner à venir en ondes. »

« Ils regrettent que la conversation se poursuive ensuite avec les invités sur le plateau, sans qu'ils ne puissent plus se défendre. Certains acceptent de venir en ondes à condition qu'une fois l'entrevue terminée, le sujet soit clos jusqu'à la fin de l'émission. »

Jean-François Dumas

Des porte-parole
pas toujours au top

Il faut bien avouer aussi que les professionnels des relations publiques ne sont pas toujours irréprochables à micro ouvert. Influence Communication a même relevé plusieurs erreurs couramment reproduites par un grand nombre d'entre eux. Ainsi, ils nient des allégations plutôt qu'ils ne les rectifient, affirmant que ce sont les autres qui sont dans l'erreur. Il leur arrive de mentir ou d'adopter un ton agressif. Pire, lorsque leur organisation fait l'objet d'une enquête, il est rare qu'ils énoncent clairement leur intention de collaborer tout au long du processus judiciaire.

« Le manque d'empathie de certains porte-parole choque le public. Idem lorsqu'ils tentent de miner la crédibilité d'un analyste ou qu'ils s'attaquent à la pertinence, au sens éthique ou à l'intelligence des médias. »

Jean-François Dumas

Mais les absents
ont toujours tort…

Malgré toutes les raisons qui poussent les porte-parole à refuser des demandes d'entrevues, il arrive heureusement encore bien souvent qu'ils acceptent de venir s'expliquer dans les médias. Pourquoi? En grande partie parce que, selon l'adage, les absents ont toujours tort, et qu'à partir du moment où le sujet est débattu, mieux vaut faire valoir son point de vue. Bref, parlez-en en bien, parlez-en en mal, mais parlez-en.

« Les compagnies s'imaginent que si l'animateur va trop loin, qu'il s'emballe, qu'il devient impoli, les auditeurs vont prendre le parti de leur porte-parole. Elles espèrent aussi parvenir à faire passer leur message et à rectifier des erreurs.



Jean-François Dumas

« Parfois, ils profitent de cette tribune pour révéler des informations exclusives et ils parviennent à se mettre ainsi l'animateur dans la poche, ajoute M. Dumas. On a vu ça lorsque Gérald Tremblay, alors maire de Montréal, a annoncé que Bixi avait remporté le marché du vélo en libre-service à New York… alors que Benoît Dutrizac l'interrogeait sur le mauvais état des infrastructures dans la métropole. »

Ainsi, porte-parole et relationnistes ne nient pas avoir encore besoin des médias traditionnels pour rejoindre le public et devoir se prêter au jeu de l'entrevue. De ce point de vue, il est intéressant de noter que, parmi la multitude de raisons invoquées pour refuser une demande d'entrevue, pas un ne soulève le fait qu'ils ont aujourd'hui d'autres moyens de communiquer avec leur clientèle. Ni les blogues, ni le contenu marketing et encore moins les réseaux sociaux ne semblent faire partie de leur plan média.

« En fait, quand ils utilisent Twitter et autres, conclut Jean-François Dumas, c'est presque toujours pour tenter de créer un buzz… avec pour objectif de se ramasser à la télévision! »

« Les relationnistes sont encore très traditionalistes dans leur manière d'atteindre le public. Ils comprennent mal les réseaux sociaux et ils les trouvent risqués. »

Jean-François Dumas

Mais si les entreprises semblent encore frileuses par rapport à l'utilisation des réseaux sociaux, les élus sont quant à eux de plus en plus nombreux à communiquer directement avec leurs électeurs par ce biais. Avantage principal? Tout simplement ne pas risquer de voir leurs arguments passés au crible de l'analyse journalistique.

Une attitude fort bien résumée par Pierre Karl Péladeau, actionnaire de contrôle de Québécor et désormais député de Saint-Jérôme. Interrogé sur son utilisation soutenue de Facebook pour mener sa campagne à la chefferie du Parti québécois, l'ex-magnat de la presse s'est défendu en octobre de cette réplique pour le moins claire et précise : « Je n'ai pas à répondre aux questions des journalistes ».

« Je n'ai pas à répondre aux questions des journalistes »

- PKP



Cliquez ici pour consulter l'article



OBÉSITÉ MÉDIATIQUE
CHEZ NOS MAIRES

Cette année encore,
les maires ont été à la fête dans les médias…

mais pas forcément toujours pour de très bonnes raisons. Entre enquêtes journalistiques sur la collusion et couverture des travaux de la Commission Charbonneau, le monde municipal s'est souvent retrouvé au centre de scandales qui ont mis les édiles sur le devant de la scène. Parfois même lorsqu'ils s'étaient placés, contraints ou de leur plein gré, en retrait de la vie politique.

« Démocratiquement parlant, on s'attendrait à ce que le classement du poids média des maires corresponde à l'importance de la ville qu'il dirige. Or ce n'est pas le cas. Jean Tremblay est par exemple le troisième maire le plus médiatisé alors que sa ville de Saguenay n'est que la septième de la province en terme de population. »



Pierre Rondeau

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 134 (collégial)

Des maires
en surpoids médiatique

Sans surprise, Denis Coderre et Régis Labeaume arrivent à la première et deuxième place du classement, tout comme leurs villes de Montréal et de Québec. Mais ensuite, cette logique statistique n'est plus respectée.

« Certains maires sont de très bons clients pour les journalistes et on les voit alors plus dans les médias que l'importance de leur ville ne le laisserait présager, analyse Pierre Rondeau, directeur de production chez Influence Communication. C'est le cas du maire Jean Tremblay à Saguenay. Il n'a pas peur de la controverse et il a le sens de la formule. Sa position en faveur de la prière en début de conseil municipal, sur laquelle la Cour suprême du Canada va d'ailleurs se pencher, le place d'emblée comme le maire à qui tendre un micro lorsqu'il est question de religion et d'accommodements. »

Des maires en surpoids médiatique, il y en a quelques autres. Yves Lévesque de Trois-Rivières, neuvième ville de la province et cinquième édile le plus médiatisé. Gilles Lehouillier à Lévis aussi. Mais surtout, Colette Roy-Laroche, mairesse de Lac-Mégantic, moins de 10 000 habitants, hameaux compris, et sixième au classement médiatique. Les retombées de la catastrophe ferroviaire de l'an dernier ont en effet encore occupé les médias cette année, le premier anniversaire du drame étant largement couvert en juillet. Quant à la mairesse elle-même, les journalistes viennent la chercher pour parler des enjeux liés au transport des matières dangereuses et ils l'ont suivie aux États-Unis, alors qu'elle était invitée à débattre de ces sujets. »

« Il y a des maires de petites municipalités qui ont une bonne visibilité dans les médias. Non pour parler de leurs enjeux locaux, mais parce qu'ils deviennent des porte-parole de sujets nationaux. On n'envoie pas un reporter couvrir le conseil municipal de Sorel-Tracy. En revanche, quand Dominic Champagne se déplace pour dénoncer le transport du pétrole sur le fleuve, les caméras sont là et le maire s'exprime. »



Pierre Rondeau



LAVAL
3e plus grande ville

11

Palmarès médiatique de Laval

Longueuil
5e plus grande ville

12

Palmarès médiatique de Longueuil

Pas de « belle-maire »
dans le monde municipal

A contrario, il y a aussi des maires sous-médiatisés. Parmi eux, Caroline Saint-Hilaire, la mairesse de Longueuil, cinquième ville québécoise, mais seulement douzième au palmarès médiatique. Même chose du côté de Laval, troisième ville, mais seulement onzième quand il s'agit de prendre la parole dans les médias. Marc Demers se fait même surclasser par son prédécesseur Gilles Vaillancourt, qui lui souffle la dixième place. Les médias semblent en fait plus intéressés par l'arrestation et les accusations de gangstérisme qui pèsent contre l'ex-maire que par la gestion des affaires courantes à l'hôtel de ville de Laval...

Et M. Vaillancourt n'est pas le seul édile à la retraite à rester dans le portrait médiatique. Les anciens maires de Montréal sont en effet encore très présents. Gérald Tremblay se classe même au neuvième rang alors que Micheal Applebaum occupe la **18e** position.

« Ces derniers ont refait surface dans l'actualité parce que leurs noms ont circulé à la commission d'enquête sur l'industrie de la construction, note le directeur de production. Mais de manière plus surprenante, on retrouve aussi les maires Jean Drapeau, Pierre Bourque, Jean Doré, Camillien Houde et même Sarto Fournier dans notre palmarès des maires les plus médiatisés. On parle d'eux en général pour souligner un anniversaire, rappeler un fait historique ou parce qu'ils participent à un événement. Rarement donnent-ils leur point de vue sur le travail de leurs successeurs. On ne peut pas dire qu'il y ait vraiment de "belle-maires" dans le monde municipal. »

« Qui se souvient de Sarto Fournier? Il a été maire pendant quatre ans, mais cinquante ans plus tard, on parle encore de lui dans les médias en le présentant comme un ancien maire de Montréal. En cela, on peut dire qu'on est maire un jour… maire toujours! »



Pierre Rondeau

Médiatisation
posthume

Cette année municipale aura été marquée par la mort subite de deux maires en fonction. Des décès qui leur ont octroyé une certaine médiatisation posthume, qu'ils auraient probablement préféré obtenir de leur vivant.

Alors qu'elle a succombé cet été à une quinzaine de piqûres de guêpes, Lucie F. Roussel, mairesse de La Prairie en Montérégie, a fait l'objet d'une couverture médiatique trois fois plus importante cette année, en comparaison avec l'an dernier, pourtant année d'élections municipales.

Quant à Ulrick Chérubin, maire d'Amos en Abitibi-Témiscamingue, et décédé le **25** septembre dernier à la suite d'un malaise, il a obtenu le même nombre de mentions dans les médias cette année que l'an dernier. En **2013**, il avait pourtant gagné **25 %** de médiatisation par rapport à **2012**, non seulement parce qu'il avait fait campagne pour sa réélection, mais aussi parce qu'il avait participé à l'émission de TVA, *Le Banquier*, où il avait amassé plus de **220 000** dollars afin d'organiser les célébrations du centenaire de sa ville à la fin de cette année. Célébrations qu'il ne verra malheureusement pas.

Résultat www.scolarius.com
pour ce texte : 124 (collégial)

OPINION :
POUR EN FINIR AVEC LES IDÉES REÇUES

Attention! Après avoir lu cet article, vous ne pourrez plus vous adonner à l'une des activités préférées des Québécois, à savoir pester contre la prédominance de la chronique dans les médias en général et dans le *Journal de Montréal* en particulier. Car non, le commentaire ne prend pas plus de place à Montréal qu'à Toronto, bien au contraire. Et non, le *Journal de Montréal* n'est pas celui qui s'y consacre le plus dans la métropole québécoise. C'est en réalité *La Presse* qui, à ce chapitre, remporte la palme.



« Loin de nous l'idée de donner notre opinion sur le bien-fondé ou non de la chronique. Nous avons seulement voulu vérifier si le sentiment que nous avons tous, qui est que le commentaire envahit nos médias, est fondé. Afin de ne pas fausser les résultats, nous n'avons pas tenu compte des cahiers Sports et Arts et spectacles, qui sont presque exclusivement constitués de chroniques, opinions ou autres critiques. »



Pierre Rondeau

À force d'entendre les observateurs se plaindre de l'omniprésence des chroniqueurs dans leurs journaux, Influence Communication a voulu savoir si ces derniers prenaient réellement une place démesurée dans leurs colonnes. La méthode? Comparer les scènes montréalaise et torontoise. Durant la semaine du 12 au 18 novembre, l'équipe a épluché les éditions papier de *La Presse,* du *Journal de Montréal*, du *Devoir* et de *The Montreal Gazette* d'un côté, du *Globe and Mail*, du *National Post*, du *Toronto Sun* et du *Toronto Star*, de l'autre.

La Presse et *The Globe and Mail* en tête

Avec moins d'un quart du contenu journalistique consacré à l'opinion à Montréal, la métropole québécoise se place ainsi loin derrière sa rivale ontarienne, les chroniqueurs accaparant là-bas plus du tiers de l'espace médiatique. Pierre Rondeau, directeur de production chez Influence Communication, explique notamment que les lecteurs torontois ont le droit à plus de commentaires sur les nouvelles économiques, alors que Montréal a tendance à ne donner que les chiffres bruts.

« Nous sommes aussi tombés en pleins scandales sexuels avec les révélations au sujet de Jian Ghomeshi et les allégations d'harcèlement au parlement d'Ottawa, ajoute-t-il. Des sujets qui ont fait plus réagir, et donc apporté un plus grand lot de chroniques, en Ontario. »

VENTILATION MOYENNE ENTRE L'OPINION ET LA NOUVELLE
Entre le 12 et le 18 novembre 2014

Quotidiens à Montréal	% du contenu occupé par l'opinion	% du contenu occupé par la nouvelle
La Presse	**28 %**	**72 %**
The Montreal Gazette	**24 %**	**76 %**
Le Devoir	**23 %**	**77 %**
Le Journal de Montréal	**22 %**	**78 %**
Moyenne - Montréal	24 %	76 %

Quotidiens à Toronto	% du contenu occupé par l'opinion	% du contenu occupé par la nouvelle
The Globe and Mail	**39 %**	**61 %**
National Post	**38 %**	**62 %**
Toronto Sun	**34 %**	**66 %**
Toronto Star	**31 %**	**69 %**
Moyenne - Toronto	35 %	65 %

MOYENNE	**30%**	**70%**

Particulièrement dans le *Toronto Sun*, pensez-vous? Eh bien encore une fois, détrompez-vous. À Toronto, comme à Montréal, ce ne sont pas les tabloïds qui commentent le plus. Avec respectivement **39 %** et **38 %** de commentaires, ce sont le *Globe and Mail* et le *National Post* qui arrivent en tête, le *Sun* suivant derrière à **34 %**. Le *Star* ferme quant à lui la marche avec une moyenne hebdomadaire de **31 %**.

Du côté de Montréal, c'est *La Presse* qui prend la tête du classement avec **28 %** d'opinion, suivie par *The Montreal Gazette* à **24 %**, Le *Devoir* à **23 %**, et en queue de peloton… le *Journal de Montréal* à **22 %**.

« Précisons que nous avons travaillé avec le nombre d'articles et non l'espace consacré à chacun des genres, nuance M. Rondeau. Et le *Journal de Montréal* publie beaucoup de toutes petites histoires, ce qui a pour conséquence de faire baisser la proportion de chroniques. »



Plus d'opinion le samedi
à Montréal

Autre question : quel est le jour de la semaine le plus propice à la chronique? En fait, tout dépend du quotidien que vous avez l'habitude de lire. Au *Devoir*, c'est le jeudi que la plupart des chroniqueurs sortent leur plus belle plume, au *Journal de Montréal*, c'est le dimanche, à *The Montreal Gazette*, le mercredi et le samedi ex æquo. Samedi également à *La Presse* qui dans sa seule édition de fin de semaine, compte un article d'opinion pour deux consacrés aux nouvelles.

Au final, c'est le samedi que les faiseurs d'opinions sont le plus visibles à Montréal puisque **25 %** de tous les commentaires sont publiés ce jour-là. Dans la métropole ontarienne en revanche, chroniqueurs et éditorialistes profitent de la fin de semaine pour affûter leurs arguments et publient plutôt le lundi.

« C'est en réalité le dimanche que les médias des deux métropoles s'adonnent le plus à la chronique, avec **29 %** du contenu journalistique à Montréal par exemple, nuance Pierre Rondeau. Mais nous avons disqualifié cette journée, parce que dans les deux cas, il ne reste qu'un seul quotidien, le *Journal de Montréal* ici, et le *Toronto Sun* là-bas. Ce n'était donc pas représentatif. »

Alors, surpris?
Vous avez certainement votre petite opinion là-dessus…



TENNIS, VÉLO & COURSE À PIED

LES NOUVEAUX SPORTS ENTRENT DANS L'ARÈNE

En s'adjugeant près de 75 % de toute la couverture sportive, le hockey, et surtout le Canadien de Montréal, reste le sport qui passionnent les médias québécois. Mais pour le reste, c'est tout l'écosystème médiatico-sportif qui connaît un grand chambardement cette année. Ainsi, le soccer de l'Impact, le football des Alouettes, les combats de l'UFC ou même de boxe sont cette année en perte de vitesse, alors que le tennis, le vélo et la course à pied, traditionnellement très secondaires, vivent un véritable boum.

« Au Québec, on aime les gagnants. Hockey mis à part, on parle d'un sport lorsqu'on a une équipe ou un athlète qui performe bien. »



Pierre Rondeau

Résultat www.scolarius.com pour ce texte : 123 (collégial)

Eugenie Milos et les autres

C'est le principe des vases communicants. Alors que, tant au football qu'au soccer, les Alouettes et l'Impact ont connu une année pour le moins mitigée, les figures jusque-là montantes du tennis canadien ont révélé leur plein potentiel. Résultat : la petite balle jaune a explosé dans les journaux et sur les ondes pour venir se placer au deuxième rang des sports les plus médiatisés en 2014 au Québec.

« Avant, nos médias se contentaient de rapporter les dépêches lorsqu'un Canadien faisait un bon tournoi. Aujourd'hui, on parle de tennis tout au long de l'année, note Nicolas Ryan, analyste chez Influence Communication. Il y a des journalistes qui suivent Eugenie Bouchard et Milos Raonic sur le circuit. On est en attente de résultats. On en parle même lorsqu'ils ne jouent pas. Et on est déçus quand ils perdent ou lorsqu'ils descendent au classement mondial. »

« Les Alouettes et l'Impact n'ont pratiquement que des porte-parole unilingues anglophones. Bute et Stevenson ne sont plus les grandes stars internationales de la boxe. Dans ce contexte, Eugénie Bouchard et Milos Raonic arrivent avec leurs belles performances. Ils ont remporté le match médiatique. »



Nicolas Ryan

Si la demoiselle arrive dans le viseur en 2012, l'histoire d'amour des médias québécois avec Eugenie Bouchard démarre véritablement à la fin 2013. Cette année-là, l'ex-championne de tennis Martina Navratilova affirme qu'Eugenie est « the one to watch ». La WTA, l'organisation qui gère le circuit féminin, en fait aussi sa « recrue de l'année ». Les médias d'ici comprennent alors qu'elle va devenir une vedette internationale, et elle commence à sortir de la rubrique sportive pour faire la une des magazines. On ne compte pas non plus les articles sur la *Genie Army*, ce groupe de fans qui, depuis l'Open d'Australie en janvier dernier, la suit partout sur le circuit.



« Eugenie Bouchard n'est plus seulement une athlète du tennis, et ça n'a rien à voir avec le fait qu'elle soit qualifiée de « jolie » ou « belle ». En l'espace de quelques mois, elle est devenue une star mondiale. C'est la première fois que ça arrive dans toute l'histoire du tennis canadien. »

Pierre Rondeau



La course à pied, dans la roue du vélo

Si les Québécois aiment la victoire, ils aiment aussi s'entraîner et promouvoir une bonne hygiène de vie. Le vélo et la course à pied prennent donc ainsi de plus en plus de place dans leurs médias même s'il n'y a pas de grandes vedettes québécoises ou canadiennes dans ces deux disciplines.

« Concernant le cyclisme, il y a sans doute un peu l'effet David Veilleux, seul Québécois à avoir participé au Tour de France, précise M. Ryan. On s'y intéresse aussi parce que Québec et Montréal organisent des compétitions qui font partie du circuit international et que des champions nous rendent visite chaque année. Mais ce n'est pas que cela. Le Grand défi Pierre Lavoie ou encore le Cyclo-défi Enbridge jouent un rôle très important dans la médiatisation de ce sport. Les Québécois s'y intéressent parce qu'ils le pratiquent beaucoup. »

Ainsi, on ne parle pas seulement performances mais aussi équipements, belles balades, pistes cyclables et autres causes pour lesquelles on pédale. Et ce qui est vrai pour le vélo l'est aussi pour la course à pied.

« Jogging, footing, etc., appelez-le comme vous voulez, mais force est de constater que sa couverture a explosé, rapporte Pierre Rondeau, directeur des opérations chez Influence Communication. On en parle à l'occasion du marathon de Montréal parce que c'est l'un des plus importants au monde en terme de fréquentation. Mais surtout parce que c'est l'un de ceux qui attirent le plus de population locale. »

« Sans être tous des marathoniens, les Québécois sont nombreux à s'adonner à la course à pied. De nombreuses personnalités, politiques ou médiatiques, le disent publiquement et en vantent les mérites. On n'en parle donc pas nécessairement comme un sport de compétition, mais ça fait tout autant de bruit médiatique. »



Pierre Rondeau

Parce que des stars sont nées ou parce que les Québécois les pratiquent, de nouveaux sports sont donc venus prendre la place laissée vacante par les mauvaises performances des équipes ou des vedettes traditionnellement plus médiatisées. Nous avons pu le mesurer avec la belle victoire des Carabins de l'Université de Montréal. Les Bleus ont obtenu un poids médias plus important lorsqu'ils ont remporté la première Coupe Vanier de leur histoire en novembre dernier que n'importe quelle annonce ou résultats associés à la dernière saison des Alouettes.

Si les prouesses d'Eugenie Bouchard et de Milos Raonic viennent à se dégrader, il y a de fortes chances que le tennis retrouve son poids médias traditionnel.

Reste à savoir quel sera alors la star et/ou le sport qui gagnera les faveurs des journalistes…



LE BOGUE DE L'ANNÉE

Une nouvelle a reçu une couverture démesurée ou incomplète? Une personnalité s'est montrée particulièrement virulente envers le travail des journalistes? Un acteur des médias s'est retrouvé au centre d'une polémique? Chaque année, l'équipe d'Influence Communication décerne un ou plusieurs « Bogues de l'année » aux meilleurs ratés médiatiques.

Après la fausse mort de Jean Charest sur la page d'accueil du *Devoir* en 2011, le soi-disant effondrement du toit du stade olympique en une du *Journal de Montréal* en 2012 et la désastreuse gestion de crise d'Ed Burkhardt, président de Montreal, Maine and Atlantic (MMA), à la suite de l'accident ferroviaire de Lac-Mégantic en 2013… qui se verra décerner la palme cette année?

La compétition a été rude…

Résultat www.scolarius.com pour ce texte : 158 (universitaire)

Lauréats ex æquo

Jean Tremblay, maire de Saguenay et l'ex-blogueur Gab Roy



1 Jean Tremblay
et les journalistes « cruches »

En général, le très catholique maire de Saguenay, grand défenseur de la prière en début de conseil municipal et pourfendeur des accommodements raisonnables, est un bon client pour les médias, qui le trouvent « coloré ». Ce qui, selon le chroniqueur Patrick Lagacé, est une « formule polie pour dire que des niaiseries sortent régulièrement de sa bouche. »

Sauf que parfois ces niaiseries, ce sont ceux qui lui tendent le micro qui en font les frais. On savait déjà que le maire de la septième ville de la province trouvait que les journalistes dans leur ensemble étaient des « pas bons ». On a appris cette année que lorsqu'ils s'occupent de religion, ils en deviennent même des « cruches ».

Sommé de s'expliquer sur ces déclarations, l'édile saguenéen a reconnu y être allé un peu fort… avouant qu'il aurait été plus à propos de les qualifier d'« incompétents »… tant la caste de ces mécréants de journalistes est ignorante en matière de croyances.

Malgré tout, la profession ne semble pas vraiment lui tenir rigueur de ses propos. En effet, celui-ci demeure, année après année, l'un des maires les plus médiatisés de la province. En 2014, il se classe troisième, juste derrière d'autres personnalités pour le moins colorées elles aussi, soit Denis Coderre à Montréal et Régis Labeaume à Québec.

2 Gab Roy
et sa sortie de route

Le 4 avril, Gab Roy tire sa révérence sur les médias sociaux, fermant tous ses comptes après s'y être illustré avec plus ou moins de délicatesse durant cinq ans. Dans son dernier billet de blogue, il remercie la vie d'avoir eu droit à l'admiration, aux rires, à la vie folle, aux plus belles femmes, mais surtout à une tribune lui donnant l'occasion de façonner la société dans laquelle il vit.



Un mois plus tard, Nathalie Petrowski se demande dans *La Presse*, ce que Gab Roy a bien pu façonner d'autre que « sa propre défaite ».

Car **2014** n'aura été qu'une lente descente aux enfers pour l'humoriste trash, qui accumule les démêlés avec la justice. En février, c'est d'abord la comédienne Mariloup Wolfe, qui l'attaque au civil pour des écrits dans lesquels il avait raconté comment il aurait aimé la violer. Au printemps, il se retrouve de nouveau à la une des médias, en même temps que sur le banc des accusés, à la suite d'une vidéo diffusée sur YouTube dans laquelle une adolescente affirme avoir eu des contacts sexuels avec lui dans un hôtel de Mascouche, après s'être rencontrés sur internet. Enfin, à la fin de l'été, il est formellement accusé de harcèlement à l'encontre de Sophie Durocher chroniqueuse au *Journal de Montréal.*

Interdit par la justice de s'approcher de près ou de loin de tout ce qui ressemble à une connexion internet, l'ex-blogueur en est aujourd'hui réduit au silence. Et même si un règlement à l'amiable a finalement été conclu avec Mariloup Wolfe et qu'il demeure innocent jusqu'à preuve du contraire dans les autres dossiers, ces accusations en série sont bien la preuve que l'on ne peut plus se cacher impunément derrière son clavier pour décharger sa haine et sa frustration. Gab Roy l'aura appris à ses dépens.



Mentions spéciales



1. Triste et blessé…
mais serein!

Le **27** février dernier, l'ex-député provincial de Verdun, Henri-François Gautrin, se fait montrer la porte de l'Assemblée nationale par son chef, le libéral Philippe Couillard, quelques heures après avoir prédit l'élection d'un gouvernement Marois majoritaire, en cas de scrutin printanier. On ne s'attardera pas ici sur les compétences de l'élu en matière de prédiction... tout juste lui conseillera-t-on de revenir à ses premières amours, les sciences et les mathématiques, plutôt que de se lancer dans une carrière de prophète.

Mais dans quel état d'esprit M. Gautrin envisage-t-il donc cette retraite subite de la vie politique? Pour en avoir le cœur net, tout bon citoyen ira s'abreuver à plusieurs sources d'information... mais ce jour-là, pas sûr qu'il sorte de sa lecture franchement plus éclairé.

La Presse affirme en effet que le député tire sa révérence, « triste et blessé », alors que le *Journal de Montréal* assure que ce dernier part « serein » et qu'il ne se sent pas trahi par Philippe Couillard.

Qui croire?

Ça se corse dans l'après-midi alors que *La Presse* ne semble plus très sûre de ce qu'elle avance…

Reprenant un article de *La Presse canadienne*, le quotidien de Gesca publie un deuxième texte sur les états d'âme d'Henri-François Gautrin. Et cette fois, elle titre sur la sérénité du nouveau retraité politique. Deux versions de la même affaire qui ont cohabité pendant quelques heures sur le site web de *La Presse*.



Mentions spéciales

2. Une exclusivité partagée!

Ce 3 octobre, pas facile de faire son choix chez son marchand de journaux. Faut-il acheter *La Presse*, qui promet des informations exclusives sur les retards qu'affiche le chantier du nouveau CUSM? Ou le *Journal de Montréal*, qui va quant à lui nous révéler, en toute exclusivité… que le chantier du CUSM accuse des retards! Dilemme, quand tu nous tiens…

En 2011, Influence Communication avait déjà décerné la palme du bogue de l'année à cette manie qu'ont les médias québécois de vouloir s'approprier des nouvelles en les estampillant « Exclusif ».

Rappelons que cette année-là, nos analystes avaient révélé (en exclusivité bien sûr) qu'au Québec, **0,6 %** de l'actualité avait été « exclusive », soit **102 000 nouvelles** tout de même! Le terme « exclusif » avait en effet été utilisé en moyenne **279 fois** par jour dans la belle province… contre **120 fois** dans tout le reste du Canada! Nos journalistes seraient-ils particulièrement pugnaces ou manquent-ils de retenue quant à l'usage de la formule?



LES MÉDIAS

ACCÉLÉRATEURS DE CYNISME

Le cynisme s'est généralisé ces dernières années au sein de la population québécoise, qui croit aujourd'hui dur comme fer que ceux qui les dirigent agissent comme s'ils se pensaient au-dessus des lois, mais aussi qu'ils se protègent les uns les autres.

Résultat www.scolarius.com pour ce texte : 158 (universitaire)



corruption

À l'origine de ce sentiment, la multiplication des scandales de corruption et de collusion entre le monde politique et l'industrie de la construction… ou du moins la prolifération des enquêtes journalistiques sur le sujet, avec lesquelles les médias font leurs manchettes et leurs choux gras!

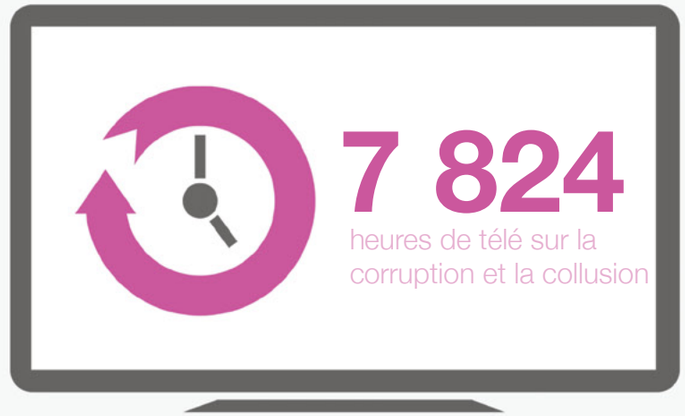
« En dix ans, l'utilisation par les journalistes des termes "collusion" et "corruption" a augmenté de 1 100 %. »



Banalisation et amplification

Ainsi, les médias jouent un rôle d'accélérateur en la matière. Non seulement parce qu'ils rapportent les faits, mais surtout parce qu'à l'heure de l'information en continu, à la télévision comme sur internet et sur les réseaux sociaux, les nouvelles sont répétées et partagées à maintes reprises.

Alors oui, le travail des journalistes d'enquête est essentiel en démocratie. Mais l'utilisation qui est faite ensuite de tout ce matériel, dans un contexte de concentration des médias et de convergence des contenus, semble montrer ses carences.



« On entend souvent les animateurs démarrer une entrevue avec un politicien en utilisant des clichés sur la corruption, l'augmentation des impôts ou la réduction des services. Ils font aussi l'usage d'ellipses, "vous les libéraux, vous le gouvernement Charest, on l'sait bien..." raconte Jean-François Dumas. Ces raccourcis ne veulent rien dire, mais ils alimentent l'impression du "tous pourris", et donc le cynisme au sein de la population. »

« Si on mettait bout à bout tout ce qui a été écrit sur le sujet de la corruption au Québec depuis trois ans, on pourrait remplir 553 éditions d'un journal de pagination moyenne, analyse Jean-François Dumas, président d'Influence Communication. Avec tout ce qui a été diffusé à la radio et à la télévision depuis trois ans, on pourrait s'installer avec un gros bol de popcorn et en avoir à écouter pendant 326 jours, 24 heures sur 24! Et on s'étonne que la population soit devenue cynique? »

« La répétition des mêmes nouvelles banalise et amplifie le sujet. D'un côté, on se dit que c'est juste un scandale de plus, de l'autre, que le scandale est omniprésent. »



Jean-François Dumas

PALMARÈS **NOUVELLES**

LE SAVIEZ-VOUS ?

Israël lance une opération militaire en territoire palestinien contre des militants du Hamas. Le 8 juillet dernier, la nouvelle est #1 au Canada, #1 dans le monde... mais n'apparaît même pas dans le top 20 des principales nouvelles au Québec.

PALMARÈS
POLITIQUE QUÉBÉCOISE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Campagne électorale au Québec	Avril	24,14 %
2	Philippe Couillard à la tête d'un gouvernement libéral majoritaire	Avril	22,97 %
3	Philippe Couillard présente son cabinet des ministres	Avril	7,84 %
4	Dépôt du budget Marceau au Québec	Février	7,09 %
5	Dépôt du budget Leitao : Québec se serre la ceinture	Juin	6,76 %
6	Conflit sur les régimes de retraite : début de la commission parlementaire	Août	5,99 %
7	Rumeurs d'élection : investitures et dévoilements de candidats	Mars	5,74 %
8	Début des audiences publiques de la commission parlementaire sur la Charte de la laïcité	Janvier	5,54 %
9	Assermentation des députés libéraux à Québec	Avril	4,56 %
10	Élections scolaires : environ 4 % de la population exerce son droit de vote	Novembre	3,19 %

PALMARÈS
POLITIQUE CANADIENNE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Attentat à Ottawa : Michael Zehaf-Bibeau tue le caporal Nathan Cirillo avant d'être abattu	Octobre	23,53 %
2	Dépôt du budget Flaherty	Février	3,80 %
3	Cérémonies pour le jour du Souvenir	Novembre	2,35 %
4	Le pont Champlain ne s'appellera pas le pont Maurice-Richard	Novembre	1,68 %
5	François Hollande en visite au Canada et au Québec	Novembre	1,39 %

PALMARÈS
ÉCONOMIE ET AFFAIRES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Conflit sur les régimes de retraite	Août	2,79 %
2	Fuite d'un document sur la stratégie de TransCanada pour faire approuver son projet de pipeline	Novembre	1,49 %
3	La Russie interdit l'importation d'aliments du Canada et du Québec	Août	1,36 %
4	Bombardier met à pied 1 700 employés, dont 1 100 au Québec	Janvier	1,30 %
5	Burger King achète Tim Hortons pour 12 milliards de dollars	Août	1,24 %

PALMARÈS
ARTS ET CULTURE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Festival de Cannes : Xavier Dolan remporte le prix du Jury	Mai	3,76 %
2	Décès de l'acteur américain Robin Williams à l'âge de 63 ans	Août	3,52 %
3	Cérémonie des Oscars : *Dallas Buyers Club* de Jean-Marc Vallée remporte deux statuettes	Mars	2,14 %
4	Décès de Gilles Latulippe à 77 ans	Septembre	1,91 %
5	Francofolies de Montréal	Juin	1,81 %

PALMARÈS
SANTÉ

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Prime d'Yves Bolduc : tension et demande de révision	Juillet	3,19 %
2	Épidémie d'Ebola en Afrique de l'Ouest	Octobre	2,39 %
3	Phénomène social du Ice Bucket Challenge au profit de la SLA	Août	2,07 %
4	H1N1 : appel à la vaccination contre la grippe	Janvier	1,77 %
5	Entente entre Québec et les médecins spécialistes et les omnipraticiens	Septembre	1,14 %

PALMARÈS
SPORTS

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Cérémonie d'ouverture des Jeux olympiques de Sotchi	Février	16,00 %
2	Jeux olympiques de Sotchi	Février	15,89 %
3	Décès de Jean Béliveau à l'âge de 83 ans	Décembre	10,08 %
4	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre les Bruins de Boston	Mai	7,74 %
5	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre les Rangers de New York	Mai	7,68 %
6	Tournoi de tennis Wimbledon : Eugenie Bouchard, Milos Raonic, Vasek Pospisil marquent l'histoire	Juillet	6,54 %
7	Camp d'entraînement du CH	Octobre	5,89 %
8	Sotchi 2014 : dévoilement d'Équipe Canada, Subban et Price font l'équipe	Janvier	5,80 %
9	Séries éliminatoires dans l'Est : le CH contre le Lightning de Tampa Bay	Avril	5,27 %
10	Super Bowl : victoire convaincante des Seahawks de Seattle contre les Broncos de Denver	Février	4,97 %

PALMARÈS **QUÉBÉCOIS DES NOUVELLES INTERNATIONALES**

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Gaza : Israël lance une offensive, l'ONU réclame un cessez-le-feu	Juillet	6,10 %
2	Ukraine : le vol MH17 de Malaysia Airlines abattu par un missile	Juillet	3,62 %
3	Décès de l'acteur américain Robin Williams à l'âge de 63 ans	Août	3,52 %
4	Conflit entre l'Ukraine et la Russie	Février	2,93 %
5	Épidémie d'Ebola en Afrique de l'Ouest	Octobre	2,39 %

PALMARÈS **DES NOUVELLES CANADIENNES LES PLUS CITÉES À L'ÉTRANGER***

Rang	Évènement	Période de pointe
1	Attentat à Ottawa	Octobre
2	Projet Keystone XL	Novembre
3	Attentat à Saint-Jean-sur-Richelieu	Octobre
4	Frasques et maladie de Rob Ford	Septembre
5	Michaëlle Jean élue secrétaire générale de l'Organisation internationale de la Francophonie	Novembre
6	Affaire Ghomeshi	Octobre
7	Allégations de harcèlement sexuel au Parlement du Canada	Novembre
8	Fusillade à Moncton : le suspect Justin Bourque est arrêté après avoir tué trois policiers	Juin
9	Tragédie de L'Isle-Verte	Janvier
10	Évasion de la prison d'Orsainville	Juin

** Basé sur le volume de médiatisation sur un an*

PALMARÈS

FAITS DIVERS ET JUDICIAIRES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Attentat à Ottawa : Michael Zehaf-Bibeau tue le caporal Nathan Cirillo avant d'être abattu	Octobre	23,53 %
2	Attentat à Saint-Jean-sur-Richelieu : Martin Rouleau est abattu après avoir happé deux militaires	Octobre	17,59 %
3	Tragédie de L'Isle-Verte	Janvier	11,48 %
4	Bébé Victoria : Valérie Poulin Collins accusée d'enlèvement	Mai	6,28 %
5	Tragédie de Lac-Mégantic : commémoration du premier anniversaire de l'accident	Juillet	5,43 %

PALMARÈS

SCIENCES ET TECHNOLOGIES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Apple présente le nouveau iPhone 6 et l'Apple Watch	Septembre	1,25 %
2	Mission Rosetta : le robot Philae s'est posé sur la comète 67P	Novembre	1,19 %
3	Des photos de vedettes nues ont été piratées et distribuées sur le web, le FBI enquête	Septembre	0,97 %
4	Faille Heartbleed : les services en ligne de Revenu Canada ont été perturbés	Avril	0,61 %
5	Troisième édition de la conférence C2MTL à Montréal	Mai	0,60 %

PALMARÈS
ENTREPRISES AU QUÉBEC

Rang 2013	Rang 2014	Entreprise	Poids médias
2	1	Québecor	5,32 %
4	2	Desjardins	5,14 %
--	3	Banque Nationale	4,02 %
--	4	Banque de Montréal	3,60 %
12	5	General Motors	3,40 %
3	6	Bombardier	3,27 %
17	7	Air Canada	3,15 %
9	8	Toyota	3,14 %
11	9	Honda	2,87 %
--	10	TransCanada Corp	2,61 %
8	11	TELUS	2,57 %
15	12	Canadian Tire	2,54 %
6	13	Molson Coors	2,40 %
21	14	Chemins de fer nationaux du Canada	2,14 %
--	15	BCE	2,06 %
--	16	Fonds de solidarité FTQ	2,02 %
19	17	Rio Tinto Alcan	1,97 %
14	18	Saputo	1,97 %
--	19	Apple	1,94 %
--	20	Cirque du Soleil	1,89 %
10	21	SNC-Lavalin	1,86 %
--	22	Banque canadienne impériale de commerce	1,85 %
--	23	Tim Hortons	1,83 %
--	24	McDonald's	1,80 %
--	25	Chrysler Canada	1,74 %

Les sociétés d'État ont été exclues du palmarès en 2014 pour faire l'objet de leur propre palmarès. Le titre de recrue de l'année est décerné à TransCanada, qui reçoit beaucoup de visibilité en raison de son projet de pipeline.

PALMARÈS

ENTREPRISES AU CANADA

Rang 2013	Rang 2014	Entreprise	Poids médias
3	1	Banque de Montréal	3,89 %
7	2	Air Canada	3,33 %
2	3	Toyota	2,94 %
6	4	Honda	2,81 %
9	5	Tim Hortons	2,80 %
8	6	General Motors	2,71 %
15	7	Chemins de fer nationaux du Canada	2,59 %
1	8	Banque Scotia	2,54 %
12	9	Canadian Tire	2,51 %
16	10	Banque canadienne impériale de commerce	2,26 %
19	11	Chrysler Canada	2,01 %
--	12	McDonald's	1,95 %
10	13	BlackBerry	1,94 %
14	14	TELUS	1,91 %
24	15	Ford	1,87 %
17	16	Enbridge	1,81 %
--	17	Québecor	1,77 %
5	18	Banque Royale du Canada	1,71 %
--	19	TransCanada Corp	1,68 %
4	20	Chemin de fer Canadien Pacifique	1,55 %
11	21	Walmart	1,50 %
--	22	Banque Nationale	1,49 %
--	23	Apple	1,46 %
13	24	Rogers Communications	1,44 %
21	25	Molson Coors	1,31 %

Une banque occupe la première place du palmarès pour une deuxième année consécutive. En 2013, c'était Honda qui trônait en tête. D'ailleurs notons que cinq banques et cinq constructeurs automobiles apparaissent dans cette liste.

PALMARÈS
SOCIÉTÉS D'ÉTAT

Rang	Sociétés d'État	Poids médias
1	Hydro-Québec	19,43 %
2	Canadian Broadcasting (CBC) / ICI Radio-Canada	10,70 %
3	Société des alcools du Québec (SAQ)	7,22 %
4	Caisse de dépôt et placement du Québec	6,79 %
5	Banque du Canada	5,71 %
6	Postes Canada	5,25 %
7	Télé-Québec	5,20 %
8	Investissement Québec	5,18 %
9	Loto-Québec	5,06 %
10	Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ)	4,13 %

PALMARÈS **PERSONNALITÉS**

LE SAVIEZ-VOUS ?

Pour la première fois depuis 2001, une femme perce le top 10 des sportifs : Eugenie Bouchard.

PERSONNALITÉS DE 2014
PAR SECTEURS D'ACTUALITÉ



Philippe Couillard
Personnalité **politique**



Michel Therrien
Personnalité **sports**



Pierre Karl Péladeau
Personnalité **affaires**



Tony Accurso
Personnalité **judiciaire**



Xavier Dolan
Personnalité **Arts et Culture**



Barack Obama
Personnalité **internationale**

Québecor
Entreprise **de l'année**



Julie Snyder
Personnalité **médias**

LE TOP 50
DES PERSONNALITÉS
QUI ONT FAIT LA NOUVELLE
EN 2014 AU QUÉBEC

influence

Rang	Nom	Poids médias
1	Philippe Couillard	2,11 %
2	Pauline Marois	1,66 %
3	Stephen Harper	1,61 %
4	Michel Therrien	1,29 %
5	Carey Price	1,26 %
6	Barack Obama	1,07 %
7	P. K. Subban	1,04 %
8	François Legault	0,84 %
9	Pierre Karl Péladeau	0,79 %
10	Eugenie Bouchard	0,78 %
11	Max Pacioretty	0,68 %
12	Denis Coderre	0,61 %
13	Marc Bergevin	0,57 %
14	Jean Charest	0,54 %
15	David Desharnais	0,54 %
16	Justin Trudeau	0,50 %
17	Tomas Plekanec	0,48 %
18	Thomas Vanek	0,46 %

TOP 50 DES PERSONNALITÉS

QUI ONT FAIT LA NOUVELLE EN 2014 AU QUÉBEC

Rang	Nom	Poids médias
19	Brian Gionta	0,46 %
20	Sidney Crosby	0,46 %
21	Régis Labeaume	0,46 %
22	Xavier Dolan	0,45 %
23	Milos Raonic	0,45 %
24	Daniel Brière	0,44 %
25	Lars Eller	0,44 %
26	Brendan Gallagher	0,43 %
27	Andrei Markov	0,42 %
28	François Hollande	0,41 %
29	Patrick Roy	0,41 %
30	John Kerry	0,40 %
31	Gaétan Barrette	0,40 %
32	Alex Galchenyuk	0,38 %
33	Dale Weise	0,38 %
34	Yves Bolduc	0,38 %

Rang	Nom	Poids médias
35	Roger Federer	0,37 %
36	Serena Williams	0,37 %
37	Martin St. Louis	0,37 %
38	Rene Bourque	0,36 %
39	Bernard Drainville	0,36 %
40	Brandon Prust	0,35 %
41	Josh Gorges	0,35 %
42	Thomas Mulcair	0,34 %
43	Novak Djokovic	0,34 %
44	Dustin Tokarski	0,33 %
45	Alexei Emelin	0,33 %
46	Michaël Bournival	0,32 %
47	Peter Budaj	0,32 %
48	Rafael Nadal	0,32 %
49	Patrice Bergeron	0,31 %
50	Francis Bouillon	0,31 %



PERSONNALITÉS DE **2013**

Rang	Nom	Poids médias
1	Pauline Marois	2,93 %
2	Michel Therrien	2,37 %
3	Carey Price	1,67 %
4	Stephen Harper	1,61 %
5	P.K. Subban	1,46 %
6	Barack Obama	1,12 %
7	Marc Bergevin	1,11 %
8	Jean Charest	1,08 %
9	Max Pacioretty	0,99 %
10	Alex Galchenyuk	0,99 %



PERSONNALITÉS DE **2012**

Rang	Nom	Poids médias
1	Jean Charest	3,75 %
2	Pauline Marois	3,20 %
3	François Legault	2,07 %
4	Stephen Harper	1,89 %
5	Barack Obama	1,66 %
6	Mitt Romney	0,99 %
7	Régis Labeaume	0,94 %
8	Gérald Tremblay	0,84 %
9	Patrick Roy	0,74 %
10	Raymond Bachand	0,74 %



PERSONNALITÉS DE 2011

Rang	Nom	Poids médias
1	Stephen Harper	1,65 %
2	Jean Charest	1,40 %
3	Jacques Martin	1,19 %
4	Carey Price	1,05 %
5	Jack Layton	0,94 %
6	Barack Obama	0,86 %
7	Max Pacioretty	0,75 %
8	Pauline Marois	0,73 %
9	Mouammar Kadhafi	0,71 %
10	P.K. Subban	0,66 %



PERSONNALITÉS DE 2010

Rang	Nom	Poids médias
1	Jaroslav Halak	3,96 %
2	Jean Charest	3,39 %
3	Michael Cammalleri	2,80 %
4	Carey Price	2,56 %
5	Stephen Harper	2,40 %
6	Brian Gionta	2,19 %
7	Tomas Plekanec	2,12 %
8	Barack Obama	2,10 %
9	Andrei Markov	1,76 %
10	Jacques Martin	1,66 %



PERSONNALITÉS DE **2009**

Rang	Nom	Poids médias
1	Barack Obama	3,63 %
2	Stephen Harper	2,51 %
3	Jean Charest	2,37 %
4	Bob Gainey	1,23 %
5	Carey Price	1,22 %
6	Gérald Tremblay	1,11 %
7	Régis Labeaume	0,96 %
8	Pauline Marois	0,95 %
9	Guy Carbonneau	0,88 %
10	Michael Ignatieff	0,86 %



PERSONNALITÉS DE **2008**

Rang	Nom	Poids médias
1	Jean Charest	2,29 %
2	Stephen Harper	1,71 %
3	Mario Dumont	1,63 %
4	Stéphane Dion	0,80 %
5	Guy Carbonneau	0,69 %
6	Pauline Marois	0,63 %
7	Barack Obama	0,59 %
8	Régis Labeaume	0,57 %
9	Gilles Duceppe	0,54 %
10	Saku Koivu	0,53 %



PERSONNALITÉS
POLITIQUE

Rang	Nom	Poids médias
1	Philippe Couillard	8,69 %
2	Pauline Marois	6,84 %
3	Stephen Harper	6,66 %
4	François Legault	3,46 %
5	Pierre Karl Péladeau	3,28 %
6	Denis Coderre	2,50 %
7	Jean Charest	2,21 %
8	Justin Trudeau	2,06 %
9	Régis Labeaume	1,88 %
10	Gaétan Barrette	1,65 %
12	Bernard Drainville	1,47 %
14	Françoise David	1,24 %
17	Rob Ford	1,04 %
18	Jean-François Lisée	1,02 %
20	Jean Tremblay	0,93 %



PERSONNALITÉS
SPORTS

Rang	Nom	Poids médias
1	Michel Therrien	2,69 %
2	Carey Price	2,63 %
3	P.K. Subban	2,18 %
4	Eugenie Bouchard	1,63 %
5	Max Pacioretty	1,42 %
6	Marc Bergevin	1,18 %
7	David Desharnais	1,12 %
8	Tomas Plekanec	0,99 %
9	Thomas Vanek	0,97 %
10	Brian Gionta	0,96 %
11	Sidney Crosby	0,95 %
12	Milos Raonic	0,93 %
17	Patrick Roy	0,85 %
35	Jean Pascal	0,63 %
38	Marco Di Vaio	0,55 %
40	Tiger Woods	0,55 %
48	Tom Higgins	0.49 %
69	Alexandre Bilodeau	0,39 %



PERSONNALITÉS
AFFAIRES

Rang	Nom	Poids médias
1	Pierre Karl Péladeau *	12,95 %
2	Gilbert Rozon	4,83 %
3	Warren Buffet	4,48 %
4	Pierre Dion	4,39 %
5	Mark Zuckerberg	4,04 %
6	Geoff Molson	3,76 %
7	Pierre Beaudoin	3,48 %
8	Tim Cook	3,26 %
9	Joey Saputo	3,23 %
10	Michael Sabia	3,02 %
11	Guy Laliberté	2,82 %
16	Daniele Henkel	2,06 %
30	Caroline Néron	1,23 %

** Le poids médias de Pierre Karl Péladeau a été comptabilisé en excluant toute mention de son implication politique (en tant que candidat, député ou à la chefferie du Parti québécois).*



PERSONNALITÉS
JUDICIAIRE

Rang	Nom	Poids médias
1	Tony Accurso	8,29 %
2	France Charbonneau	4,98 %
3	Michel Arsenault	4,29 %
4	Oscar Pistorius	4,29 %
5	Luka Rocco Magnotta	4,10 %
6	Arthur Porter	3,85 %
7	Marc Nadon	2,92 %
8	Serge Pomerleau	2,84 %
9	Denis Lefebvre	2,84 %
10	Jocelyn Dupuis	2,75 %
11	Justin Bourque	2,75 %
12	Lise Thibault	2,75 %
14	Guy Turcotte	2,57 %
20	Micheal Zehaf-Bibeau	2,16 %
22	Lev Tahor	1,77 %
25	Claude Robinson	1,07 %



PERSONNALITÉS
ARTS ET CULTURE

Rang	Nom	Poids médias
1	Xavier Dolan	3,28 %
2	Céline Dion	1,48 %
3	Louis-Jean Cormier	1,41 %
4	Justin Bieber	1,26 %
5	Marie-Mai	1,11 %
6	Lady Gaga	0,99 %
7	Beyoncé	0,94 %
8	Denis Villeneuve	0,94 %
9	Éric Lapointe	0,91 %
10	Arcade Fire	0,90 %
11	Alex Nevsky	0,83 %
12	Marc Dupré	0,80 %
16	Isabelle Boulay	0,74 %
25	Ginette Reno	0,67 %
27	Robin Williams	0,64 %



PERSONNALITÉS
INTERNATIONAL

Rang	Nom	Poids médias
1	Barack Obama	7,09 %
2	François Hollande	2,71 %
3	John Kerry	2,68 %
4	Roger Federer	2,48 %
5	Serena Williams	2,43 %
6	Novak Djokovic	2,26 %
7	Maria Sharapova	2,02 %
8	Tiger Woods	1,74 %
9	Lewis Hamilton	1,71 %
10	Neymar	1,64 %



PERSONNALITÉS
MÉDIAS

Rang	Nom	Poids médias
1	Julie Snyder	5,46 %
2	Véronique Cloutier	5,17 %
3	Mario Dumont	5,03 %
4	Guy A. Lepage	4,78 %
5	Éric Salvail	4,19 %
6	Joël Legendre	3,39 %
7	Pénélope McQuade	2,00 %
8	Jean Airoldi	1,74 %
9	Gilles Duceppe	1,73 %
10	Stéphane Laporte	1,69 %
27	Richard Martineau	1,15 %



PERSONNALITÉS QUÉBÉCOISES
DÉCÉDÉES

Rang	Nom	Date du décès
1	Jean Béliveau, ancien joueur du CH	2 décembre
2	Gilles Latulippe, comédien	23 septembre
3	Patrice Vincent, adjudant des Forces armées Canadiennes	20 octobre
4	Jean Garon, politicien	1er juillet
5	Marcel Côté, politicien	25 mai
6	Raymond Gravel, prêtre catholique et politicien	11 août
7	Lucie F. Roussel, mairesse de La Prairie	21 juillet
8	Pierre Brabant, pianiste et compositeur	29 août
9	Paul Buissonneau, homme de théâtre	1er décembre
10	Francine Lalonde, politicienne	17 janvier

TOP 50

DES DÉPUTÉS QUÉBÉCOIS SIÉGEANT À L'ASSEMBLÉE NATIONALE

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2014	Poids médias 2013
1	Philippe Couillard	PLQ	14,36 %	5,57 %
2	Pauline Marois	PQ	11,30 %	18,13 %
3	François Legault	CAQ	5,72 %	4,94 %
4	Pierre Karl Péladeau	PQ	5,41 %	-
5	Gaétan Barrette	PLQ	2,72 %	-
6	Yves Bolduc	PLQ	2,56 %	0,66 %
7	Bernard Drainville	PQ	2,43 %	3,37 %
8	Françoise David	QS	2,06 %	1,33 %
9	Pierre Moreau	PLQ	1,76 %	1,36 %
10	Carlos Leitao	PLQ	1,75 %	-
11	Jean-François Lisée	PQ	1,69 %	2,64 %
12	Nicolas Marceau	PQ	1,60 %	3,08 %
13	Stéphane Bédard	PQ	1,45 %	1,77 %
14	Sylvain Gaudreault	PQ	1,32 %	3,57 %
15	Agnès Maltais	PQ	1,30 %	3,39 %
16	Réjean Hébert	PQ	1,30 %	4,10 %

TOP 50 DES DÉPUTÉS QUÉBÉCOIS SIÉGEANT À L'ASSEMBLÉE NATIONALE

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2014	Poids médias 2013
17	Lise Thériault	PLQ	1,27 %	-
18	Martin Coiteux	PLQ	1,16 %	-
19	Jacques Daoust	PLQ	1,06 %	-
20	Robert Poëti	PLQ	1,01 %	0,57 %
21	Martine Ouellet	PQ	0,91 %	2,65 %
22	Amir Khadir	QS	0,91 %	1,36 %
23	Véronique Hivon	PQ	0,87 %	1,19 %
24	Fatima Houda-Pépin	PLQ/Ind.	0,87 %	-
25	Alexandre Cloutier	PQ	0,87 %	1,81 %
26	Sam Hamad	PLQ	0,85 %	0,43 %
27	Yves-François Blanchet	PQ	0,81 %	3,08 %
28	David Heurtel	PLQ	0,76 %	-
29	Christian Dubé	CAQ	0,75 %	0,64 %
30	Pascal Bérubé	PQ	0,75 %	0,88 %
31	Pierre Arcand	PLQ	0,74 %	-
32	Julie Boulet	PLQ	0,70 %	0,44 %
33	Pierre Duchesne	PQ	0,68 %	2,87 %
34	Stéphanie Vallée	PLQ	0,68 %	-
35	Hélène David	PLQ	0,67 %	-
36	Pierre Paradis	PLQ	0,66 %	-
37	Jacques Duchesneau	CAQ	0,59 %	1,40 %
38	Jean-Marc Fournier	PLQ	0,59 %	1,27 %
39	Laurent Lessard	PLQ	0,58 %	-
40	Élaine Zakaib	PQ	0,57 %	1,17 %
41	Stéphane Bergeron	PQ	0,57 %	1,58 %
42	Jean-Denis Girard	PLQ	0,56 %	-
43	Francine Charbonneau	PLQ	0,56 %	-
44	François Bonnardel	CAQ	0,55 %	0,65 %
45	François Gendron	PQ	0,54 %	1,46 %
46	Léo Bureau-Blouin	PQ	0,53 %	0,89 %
47	Gérard Deltell	CAQ	0,47 %	0,47 %
48	Jean D'Amour	PLQ	0,45 %	-
49	François Blais	PLQ	0,43 %	-
50	Maka Kotto	PQ	0,39 %	1,21 %

TOP 20 DES DÉPUTÉS CANADIENS SIÉGEANT À LA CHAMBRE DES COMMUNES

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2014	Poids médias 2013
1	Stephen Harper	PCC	27,23 %	22,99 %
2	Justin Trudeau	PLC	8,41 %	8,42 %
3	Thomas Mulcair	NPD	5,77 %	4,17 %
4	Denis Lebel	PCC	3,57 %	-
5	Jim Flaherty (décédé)	PCC	3,55 %	5,44 %
6	John Baird	PCC	3,35 %	3,39 %
7	Peter MacKay	PCC	2,81 %	4,88 %
8	Steven Blaney	PCC	2,06 %	-
9	Jason Kenney	PCC	2,03 %	2,07 %
10	Mario Beaulieu	BQ	1,96 %	-
11	Lisa Raitt	PCC	1,96 %	-
12	Joe Oliver	PCC	1,86 %	3,06 %
13	Jean-François Fortin	BQ/Ind.	1,60 %	-
14	André Bellavance	BQ/Ind.	1,42 %	-
15	Rob Nicholson	PCC	1,26 %	1,97 %
16	James Moore	PCC	1,22 %	1,42 %
17	Shelly Glover	PLC	0,99 %	-
18	Stéphane Dion	PCC	0,94 %	1,90 %
19	Pierre Poilievre	PCC	0,91 %	-
20	Christian Paradis	Juillet	0,91 %	-

POIDS MÉDIAS
DES PREMIERS MINISTRES PROVINCIAUX À L'EXTÉRIEUR DE LEUR PROVINCE

Nom	Province	2014	2013
Pauline Marois (défaite)	Québec	**18,17 %**	21,68 %
Philippe Couillard (élu)	Québec	**12,98 %**	--
Alison Redford (démission)	Alberta	**12,37 %**	19,42 %
Kathleen Wynne	Ontario	**10,98 %**	--
Christy Clark	Colombie-Britannique	**7,36 %**	13,56 %
Jim Prentice (élu)	Alberta	**6,81 %**	--
Brad Wall	Saskatchewan	**6,04 %**	7,64 %
Stephen McNeil	Nouvelle-Écosse	**3,90 %**	--
Dave Hancock (par intérim)	Alberta	**3,65 %**	--
David Alward (défait)	Nouveau-Brunswick	**3,50 %**	4,73 %
Greg Selinger	Manitoba	**3,28 %**	2,68 %
Brian Gallant (élu)	Nouveau-Brunswick	**2,46 %**	--
Kathy Dunderdale (démission)	Terre-Neuve et Labrador	**2,34 %**	3,41 %
Robert Ghiz	Île-du-Prince-Édouard	**2,29 %**	1,67 %
Tom Marshall (par intérim)	Terre-Neuve et Labrador	**1,60 %**	--
Paul Davis (élu chef de parti, donc PM)	Terre-Neuve et Labrador	**1,30 %**	--
Bob McLeod	Territoires du Nord-Ouest	**0,60 %**	1,08 %
Peter Taptuna	Nunavut	**0,20 %**	--
Darrell Pasloski	Yukon	**0,17 %**	0,20 %
		100%	*100%*

PALMARÈS

INTERNATIONAUX

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le mouvement #BeenRapedNeverReported a eu une portée auprès de plus de 100 millions d'utilisateurs Twitter.

LE TOP 25 DES NOUVELLES

DANS LES MÉDIAS DE 160 PAYS EN 2014

Rang	Évènement	Poids médias
1	Élections de mi-mandat aux États-Unis	5,84 %
2	Épidémie d'Ebola en Afrique de l'Ouest	5,49 %
3	Crise politique entre la Russie et l'Ukraine	4,88 %
4	Mobilisation internationale contre l'État Islamique (EI)	3,49 %
5	Coupe du monde de la FIFA au Brésil	3,19 %
6	Changements climatiques	2,93 %
7	Jeux olympiques d'hiver de Sotchi	2,26 %
8	Tension et crise entre Israël et la Palestine	2,09 %
9	Ukraine : le vol MH17 de Malaysia Airlines est abattu	1,95 %
10	Crise politique en Syrie	1,88 %
11	Ferguson : le jeune homme noir Michael Brown abattu par un policier blanc	1,87 %
12	Le vol MH-370 de Malaysia Airlines demeure introuvable	1,76 %
13	Dévoilement du iPhone 6	1,72 %
14	Vote sur l'indépendance de la Crimée	1,50 %
15	Commémoration du 11 septembre	1,37 %
16	Situation politique en Irak	1,36 %
17	Super Bowl : victoire des Seahawks de Seattle contre les Broncos de Denver	1,11 %
18	Révolte des parapluies à Hong Kong	1,03 %
19	Guerre en Afghanistan	1,03 %
20	Référendum écossais	0,95 %
21	Tournoi de tennis de Wimbledon	0,92 %
22	Obamacare	0,87 %
23	Iran : dossier nucléaire	0,86 %
24	Nigeria : le groupe islamiste Boko Haram revendique l'enlèvement de 276 adolescentes	0,82 %
25	Des photos de vedettes nues piratées et distribuées sur le web, le FBI enquête	0,82 %
71	Attentat à Ottawa : Michael Zehaf-Bibeau tue le caporal Nathan Cirillo, avant d'être abattu	0,19 %
97	Crise entourant Rob Ford	0,06 %

PALMARÈS INTERNATIONAUX
POLITIQUE

Rang	Nom
1	Élections de mi-mandat aux États-Unis
2	Crise politique entre la Russie et l'Ukraine
3	Mobilisation internationale contre l'État Islamique (EI)
4	Changements climatiques
5	Tension et crise entre Israël et la Palestine
6	Crise politique en Syrie
7	Vote sur l'indépendance de la Crimée
8	Commémoration du 11 septembre
9	Situation politique en Irak
10	Révolte des parapluies à Hong Kong
12	Référendum écossais
17	L' Afrique du Sud et le monde soulignent le premier anniversaire du décès de Nelson Mandela
21	Commémoration du 100e anniversaire de la Première Guerre mondiale

PALMARÈS INTERNATIONAUX
FAITS DIVERS ET JUDICIAIRES

Rang	Nom
1	Épidémie d'Ebola en Afrique de l'Ouest
2	Ukraine : le vol MH17 de Malaysia Airlines est abattu
3	Ferguson : le jeune homme noir Michael Brown abattu par un policier blanc
4	Le vol MH-370 de Malaysia Airlines demeure introuvable
5	Oscar Pistorius : son procès pour meurtre et sa condamnation
6	Commémoration du 1er anniversaire de l'attentat au marathon de Boston
7	Ice Bucket Challenge au profit de la SLA
8	Naufrage du Sewol en Corée du Sud
9	Viols en Inde
10	Écrasement de SpaceShipTwo de Virgin Galactic

PALMARÈS INTERNATIONAUX
CULTURE

Rang	Évènement
1	56e gala des prix Grammy
2	87e cérémonie des Oscars
3	Sortie du film *Hunger Games*
4	Festival de Cannes
5	Décès de l'acteur Robin Williams

PALMARÈS INTERNATIONAUX
TECHNOLOGIES

Rang	Évènement
1	Dévoilement du iPhone 6
2	Des photos de vedettes nues piratées et distribuées sur le web, le FBI enquête
3	Alibaba se lance en bourse
4	Facebook rachète WhatsApp pour 19 milliards de dollars
5	Mission Rosetta de l'Agence spatiale européenne

PALMARÈS INTERNATIONAUX
ÉCONOMIE

Rang	Évènement
1	Black Friday
2	Crise économique dans la zone euro
3	Sommet du G20 en Australie
4	Ralentissement économique en Chine
5	Nomination de Satya Nadella au poste de PDG de Microsoft

PALMARÈS INTERNATIONAUX
SPORTS

Rang	Évènement
1	Coupe du monde de la FIFA au Brésil
2	Jeux olympiques d'hiver de Sotchi
3	Super Bowl : victoire des Seahawks de Seattle contre les Broncos de Denver
4	Tournoi de tennis de Wimbledon
5	Tour de France

PALMARÈS INTERNATIONAUX
CATASTROPHES NATURELLES

Rang	Évènement
1	Inondations catastrophiques en Inde et au Pakistan
2	Californie : les feux de forêt frappent le Sud de l'État
3	Tempête de neige majeure à Buffalo
4	Angleterre : le pays paralysé par des inondations
5	Vortex polaire

PALMARÈS INTERNATIONAUX
LES DÉCÈS LES PLUS MÉDIATISÉS

Rang	Nom	Date du décès
1	James Wright Foley, journaliste américain	**19 août**
2	Robin Williams, acteur et humoriste américain	**11 août**
3	Joan Rivers, humoriste et animatrice américaine	**4 septembre**
4	Adolfo Suarez, politicen espagnol, ex-premier ministre	**23 mars**
5	Philip Seymour Hoffman, acteur américain	**2 février**
6	Gabriel García Márquez, écrivain colombien	**1er avril**
7	Oscar de la Renta, designer de mode	**10 octobre**
8	Christophe de Margerie, homme d'affaires français, PDG de Total	**20 octobre**
9	Ariel Sharon, politicien israélien, ex-premier ministre	**11 janvier**
10	Lauren Bacall, actrice américaine	**12 août**
23	Nathan Cirillo, militaire des Forces armées Canadiennes	22 octobre

PALMARÈS INTERNATIONAUX

LES PERSONNALITÉS LES PLUS MÉDIATISÉES EN 2014

Rang	Nom	Poids médias
1	Barack Obama	8,09 %
2	Vladimir Poutine	4,23 %
3	Narendra Modi	3,53 %
4	David Cameron	2,91 %
5	François Hollande	2,78 %
6	Angela Merkel	2,54 %
7	John Kerry	2,40 %
8	Matteo Renzi	1,96 %
9	Mariano Rajoy	1,81 %
10	Cristiano Ronaldo	1,46 %
11	Neymar	1,45 %
12	Dilma Rousseff	1,41 %
13	Tony Abbott	1,14 %
14	Joko Widodo	1,13 %
15	Xi Jinping	1,10 %
16	Nawaz Sharif	1,07 %
17	Lionel Messi	1,06 %
18	Petro Porochenko	1,03 %
19	Michael Brown	1,01 %
20	Roger Federer	0,95 %
21	Bill Clinton	0,86 %
22	Shenzo Abe	0,85 %
23	James Foley	0,84 %
24	Andy Murray	0,84 %
25	Novak Djokovic	0,83 %

PALMARÈS INTERNATIONAUX

LES CHEFS D'ÉTAT ET POLITICIENS LES PLUS MÉDIATISÉS EN 2014

Rang	Nom	Pays	Poids médias
1	Barack Obama	États-Unis	14,43 %
2	Vladimir Poutine	Russie	7,54 %
3	Narendra Modi	Inde	6,30 %
4	David Cameron	Royaume-Uni	5,19 %
5	François Hollande	France	4,95 %
6	Angela Merkel	Allemagne	4,53 %
7	John Kerry	États-Unis	4,28 %
8	Matteo Renzi	Italie	3,50 %
9	Mariano Rajoy	Espagne	3,23 %
10	Dilma Rousseff	Brésil	2,51 %
11	Tony Abbott	Australie	2,03 %
12	Joko Widodo	Indonésie	2,01 %
13	Xi Jinping	Chine	1,97 %
14	Nawaz Sharif	Pakistan	1,91 %
15	Petro Porochenko	Ukraine	1,84 %
16	Bill Clinton	États-Unis	1,54 %
17	Shenzo Abe	Japon	1,52 %
18	Hillary Clinton	États-Unis	1,43 %
19	Nicolas Sarkozy	France	1,39 %
20	Benjamin Netanyahou	Israël	1,36 %
21	Alex Salmond	Écosse	1,36 %
22	Silvio Berlusconi	Italie	1,25 %
23	François 1er	Pape	1,12 %
24	Chris Christie	États-Unis	1,09 %
25	Joe Biden	États-Unis	1,08 %

En 2014, Stephen Harper se hisse au 49e rang de ce palmarès alors qu'il occupait la 59e position en 2013. Toutefois, il s'agit d'une baisse par rapport aux rangs qu'il occupait en 2012 (24e), 2011 (22e) et 2010 (15e).

Barack Obama occupe le premier rang depuis 2008. En 2007, c'était George W. Bush.

PALMARÈS INTERNATIONAUX

LES PERSONNALITÉS NON POLITIQUES LES PLUS MÉDIATISÉES EN 2014

Rang	Nom	Poids médias
1	Cristiano Ronaldo	3,42 %
2	Neymar	3,39 %
3	Lionel Messi	2,48 %
4	Michael Brown	2,37 %
5	Roger Federer	2,23 %
6	James Foley	1,97 %
7	Andy Murray	1,96 %
8	Novak Djokovic	1,95 %
9	Edward Snowden	1,89 %
10	Rafael Nadal	1,77 %
11	Lewis Hamilton	1,77 %
12	Madonna	1,75 %

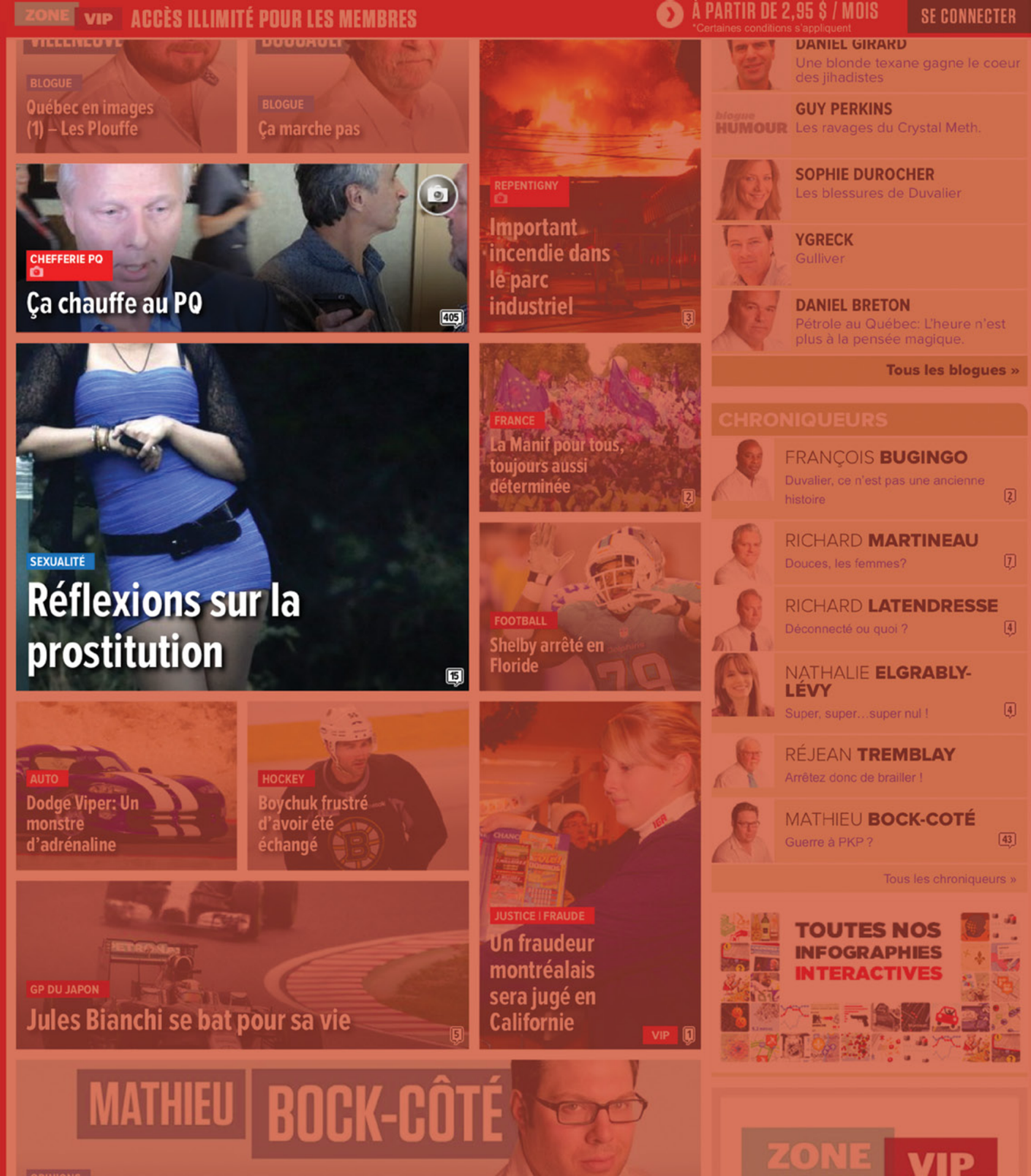
Rang	Nom	Poids médias
13	Beyoncé	1,69 %
14	Oscar Pistorius	1,63 %
15	Robin Williams	1,60 %
16	Rory McIlroy	1,55 %
17	Serena Williams	1,51 %
18	One Direction	1,46 %
19	George Clooney	1,46 %
20	Jennifer Lawrence	1,40 %
21	Justin Bieber	1,36 %
22	Tiger Woods	1,32 %
23	Usher	1,27 %
24	Fernando Alonso	1,27 %
25	Brad Pitt	1,23 %

#1 en 2013 : Edward Snowden
#1 en 2012 : Roger Federer
#1 en 2011 : Steve Jobs
#1 en 2010 : Tiger Woods
#1 en 2009 : Michael Jackson
#1 en 2008 : Nicolas Sarkozy (pour sa vie privée)
#1 en 2007 : Paris Hilton

COMPARATIFS **MÉDIAS**

LE SAVIEZ-VOUS ?
Composer une mosaïque d'articles sur la une d'un site web génère un risque de confusion.

Site web du Journal de Montréal, 5 octobre 2014



LES QUOTIDIENS QUÉBÉCOIS LES PLUS CITÉS
À LA RADIO ET À LA TÉLÉVISION AU QUÉBEC

Rang	Quotidiens	Poids médias 2014	Poids médias 2013
1	La Presse	30,44 %	28,08 %
2	Le Journal de Montréal	24,32 %	25,17 %
3	Le Journal de Québec	11,89 %	11,26 %
4	Le Devoir	11,27 %	13,39 %
5	Le Soleil	8,75 %	9,23 %
6	The Gazette	5,41 %	4,15 %
7	Le Nouvelliste	2,20 %	2,31 %
8	Le Droit	1,88 %	1,32 %
9	Le Quotidien / Progrès-Dimanche	1,81 %	1,92 %
10	La Presse+	1,48 %	2,00 %
11	Journal Métro	0,51 %	--
12	La Tribune	0,35 %	0,47 %
13	The Record	0,19 %	0,01 %
14	La Voix de l'Est	0,13 %	0,15 %
15	24 Heures	0,12 %	0,04 %

LES QUOTIDIENS CANADIENS LES PLUS CITÉS
À LA RADIO ET À LA TÉLÉVISION AU CANADA

Rang	Quotidiens	Poids médias
1	The Globe and Mail	15,44 %
2	Toronto Star	14,16 %
3	Le Journal de Montréal	12,26 %
4	National Post	10,43 %
5	La Presse	9,68 %
6	Toronto Sun	4,23 %
7	Ottawa Citizen	4,09 %
8	The Vancouver Sun	3,17 %
9	Le Journal de Québec	2,97 %
10	The Montreal Gazette	2,39 %

Rang	Quotidiens	Poids médias
11	Calgary Herald	1,91 %
12	Le Devoir	1,80 %
13	Le Soleil	1,64 %
14	Edmonton Journal	1,63 %
15	Ottawa Sun	1,17 %
16	Winnipeg Free Press	0,94 %
17	Acadie Nouvelle	0,67 %
18	Vancouver Province	0,57 %
19	Calgary Sun	0,38 %
20	Times Colonist	0,29 %

POIDS MÉDIAS
DES ÉMISSIONS DE RADIO DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Émissions	Stations	Poids médias
1	Puisqu'il faut se lever	98,5 fm	11,95 %
2	Isabelle Maréchal	98,5 fm	7,25 %
3	Montréal Maintenant	98,5 fm	6,31 %
4	Dutrizac	98,5 fm	5,91 %
5	Médium large	ICI Radio-Canada Première	5,91 %
6	Samedi et rien d'autre	ICI Radio-Canada Première	5,91 %
7	Au cœur du monde	ICI Gaspésie et Îles-de-la-Madeleine (CBGA fm)	5,64 %
8	Chez nous le matin	ICI Mauricie / Centre-du-Québec	5,50 %
9	C'est pas trop tôt!	ICI Radio-Canada Première	3,76 %
10	Aaron Rand Show	CJAD 800 am	3,09 %

POIDS MÉDIAS
DES ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Émissions	Réseau	Poids médias
1	TVA nouvelles	TVA	8,25 %
2	La Voix	TVA	3,76 %
3	Tout le monde en parle	ICI	2,90 %
4	Unité 9	ICI	2,73 %
5	Hockey RDS	RDS	2,21 %
6	Téléjournal	ICI	2,12 %
7	SNL Québec	Télé-Québec	2,07 %
8	Les beaux malaises	TVA	2,03 %
9	Les enfants de la télé	ICI	1,97 %
10	En mode Salvail	V	1,96 %
11	Enquête	ICI	1,95 %
12	Vol 920	TVA	1,85 %
14	Les jeunes loups	TVA	1,62 %
15	Infoman	ICI	1,61 %
16	Les Francs-Tireurs	Télé-Québec	1,56 %
21	Le Banquier	TVA	1,23 %

LE POIDS DES STATIONS DE RADIO
DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Stations de radio	Poids médias
1	NRJ	14 %
2	98,5 fm	11 %
3	ICI Radio-Canada Première	9 %
4	CKOI 96,9	8 %
5	TSN Radio	8 %
6	Rouge FM	8 %
7	CJAD 800	6 %
8	Rythme FM	5 %
9	ICI Radio-Canada Musique	5 %
10	FM93	4 %

LE POIDS SANTÉ
DES JOURNAUX À TRAVERS LE CANADA

Rang	Journaux	Poids médias
1	National Post	4,86 %
2	Le Journal de Montréal	4,58 %
3	Toronto Star	4,42 %
4	Halifax Chronicle-Herald	4,15 %
5	Le Journal de Québec	3,72 %
6	Telegraph-Journal (Nouveau-Brunswick)	3,61 %
7	The Montreal Gazette	3,52 %
8	Moncton Times & Transcript	3,48 %
9	The Globe and Mail	3,40 %
10	Calgary Herald	3,24 %
11	La Presse	3,09 %
12	Le Soleil	2,92 %
14	Le Devoir	2,78 %

« Nous avons analysé le contenu de 38 grands quotidiens canadiens, francophones et anglophones, qui font mention de la santé. Le pourcentage correspond à la contribution de chacun au contenu total portant sur la santé. Nous n'avons pas tenu compte de la longueur des articles ni de leur emplacement.

Près de 200 mots-clés ont été utilisés pour notre recherche, en français et en anglais. Ceux-ci se rapportent principalement au financement et à l'administration de la santé, à la grippe, à l'alimentation, aux drogues, à l'alcool et à la cigarette, aux maladies, à la santé des femmes, aînés, hommes, enfants et adolescents, aux travailleurs et aux ministres de la Santé, etc. »

POIDS MÉDIAS DES RÉSEAUX
DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX QUÉBÉCOIS

Rang	Réseaux	Poids médias
1	TVA	23,63 %
2	ICI Radio-Canada (télévision)	18,56 %
3	Télé-Québec	7,41 %
4	RDS	7,31 %
5	TVA SPORTS	6,87 %
6	V	4,73 %
7	CBC Television	3,83 %
8	CTV	3,37 %
9	LCN	2,71 %
10	ICI RDI	2,68 %
11	TSN	2,64 %
12	Séries+	2,32 %

Rang	Réseaux	Poids médias
13	TV5	2,02 %
14	ICI ARTV	1,94 %
15	Zeste	1,77 %
16	Canal Vie	1,66 %
17	MATV	1,58 %
18	VRAK.TV	1,37 %
19	Musique Plus	1,25 %
20	Global	1,03 %
21	Canal D	0,91 %
22	Musimax	0,86 %
23	ICI Explora	0,85 %
24	Météomedia	0,74 %
25	AddikTV	0,70 %

POIDS MÉDIAS DES RÉSEAUX
DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX CANADIENS

Rang	Réseaux	Poids médias
1	CBC Television	17,70 %
2	CTV	7,75 %
3	NBC	7,30 %
4	TSN	6,94 %
5	CBS	5,97 %
6	ABC	5,95 %
7	FOX	4,11 %
8	BBC	3,86 %
9	ESPN	3,42 %
10	Sportsnet	3,31 %
11	TVA	2,73 %
12	HBO	2,60 %

Rang	Réseaux	Poids médias
13	CNN	2,21 %
14	PBS	1,77 %
15	MTV	1,40 %
16	Sun News Network	1,38 %
17	RDS	1,22 %
18	HBO CANADA	1,20 %
19	Al-Jazeera	1,14 %
20	TLC The Learning Channel	1,10 %
21	TVA SPORTS	1,05 %
22	Food Network	1,02 %
23	HGTV	0,93 %
24	FOX news	0,91 %
25	FX CANADA	0,76 %

LE POIDS VERT DES QUOTIDIENS **À TRAVERS LE CANADA**

Rang	Quotidiens	Poids médias
1	National Post	6,22 %
2	Calgary Herald	5,86 %
3	Telegraph-Journal (Nouveau-Brunswick)	4,92 %
4	The Globe and Mail	4,47 %
5	Vancouver Sun	4,45 %
6	Edmonton Journal	4,32 %
7	Moncton Times & Transcript	4,24 %
8	Victoria Times Colonist	3,81 %
9	Toronto Star	3,61 %
10	Le Devoir	3,61 %
11	The Montreal Gazette	3,07 %
12	Le Soleil	2,98 %
14	Le Nouvelliste	2,70 %
15	La Presse	2,56 %
16	Le Journal de Montréal	2,40 %

LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX **À TRAVERS LE CANADA**

Rang	Enjeux	Poids médias au Québec	Poids médias au Canada
1	Eau*	21,17 %	26,22 %
2	Développement durable	20,50 %	5,37 %
3	Changements climatiques	12,16 %	15,84 %
4	Émissions de gaz	7,89 %	6,20 %
5	Matières résiduelles et déchets	6,26 %	4,10 %
6	Compostage	5,81 %	5,24 %
7	Sables bitumineux	5,55 %	12,83 %
8	Forêts	4,00 %	10,41 %
9	Gaz de schiste	3,92 %	3,91 %
10	Préservation du territoire	3,66 %	1,03 %
11	Recyclage	3,37 %	1,15 %
12	Espèces menacées	2,32 %	3,94 %
13	Crédits de carbone	1,77 %	2,12 %
14	Jour de la Terre	1,62 %	1,63 %

** Inclut l'eau potable, la protection de l'eau et des rivières, la gestion des eaux usées, etc.*

TOP TWITTER AU QUÉBEC
TENDANCES LES PLUS POPULAIRES SUR TWITTER EN 2014

Rang	Mot clé
1	Montreal
2	#qc2014
3	#GenieArmy
4	#ceic
5	#GoHabsGo

TOP TWITTER AU CANADA
TENDANCES LES PLUS POPULAIRES SUR TWITTER EN 2014

Rang	Mot clé
1	Canada
2	Toronto
3	Christmas
4	Halloween
5	#MTVStars

TOP TWITTER AUX ÉTATS-UNIS
TENDANCES LES PLUS POPULAIRES SUR TWITTER EN 2014

1	#MTVStars
2	Netflix
3	Waffle House
4	Starbucks
5	FaceTime

TOP TWITTER AU MONDE
TENDANCES LES PLUS POPULAIRES SUR TWITTER EN 2014

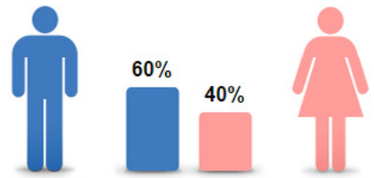
1	#MTVStars
2	#MTVEMA
3	#EXADirectioners
4	#HülyalarimdakiDünya
5	#YaMeCanse

* 1er JANVIER AU 1er DÉCEMBRE 2014

LE MOT **QUÉBEC** SUR TWITTER
(1ER JANVIER AU 1ER DÉCEMBRE 2014)

3 402 169
millions de messages

Répartition des messages Twitter mentionnant le mot Québec



What a lovely day yesterday Montreal to Quebec. To Ottawa. #artRAVE RUNNING AROUND THE WORLD BEING ARTY AND RAVY http://t.co/87SrXNf5CM
5 Jul 2014 by Lady Gaga

Collège de Valleyfield, Quebec, Canada http://t.co/DRyegUV81c
18 Feb 2014 by Earth Pics

90,000 fans are attending the #artRAVE tonight. That is almost a quarter of the population in Quebec. Only Lady Gaga. http://t.co/Omen3xTWK7
4 Jul 2014 by Lady Gaga Facts

80,000 Quebec Monsters attend the #artrave tonight! big big BIG SHOW I can't wait!
4 Jul 2014 by Lady Gaga

RT do it for the fans!! @Makwest : @AdonisSuperman stop duckin fights and fight @jeanpascalchamp Come on man!!! Fait le pour le Québec"
18 Aug 2014 by Jean Pascal

NHL expansion – four teams added by 2017, Quebec City, Toronto, Seattle, and Las Vegas $1.4b in expansion fees
26 Aug 2014 by Howard Bloom

Boston Pizza is currently the least popular restaurant in Quebec
1 May 2014 by Stats Canada

Abandoned Old House in Quebec, Canada. http://t.co/TQDivNaxkk
11 Aug 2014 by Freaky-Abandoned

influence

METHODOLOGIE

LE SAVIEZ-VOUS ?

En moyenne, les médias canadiens publient ou diffusent chaque jour 30 000 éléments de nouvelles.

À PROPOS **D'INFLUENCE COMMUNICATION**

Fondé en novembre 2001, Influence est le plus important courtier en nouvelles au Canada.

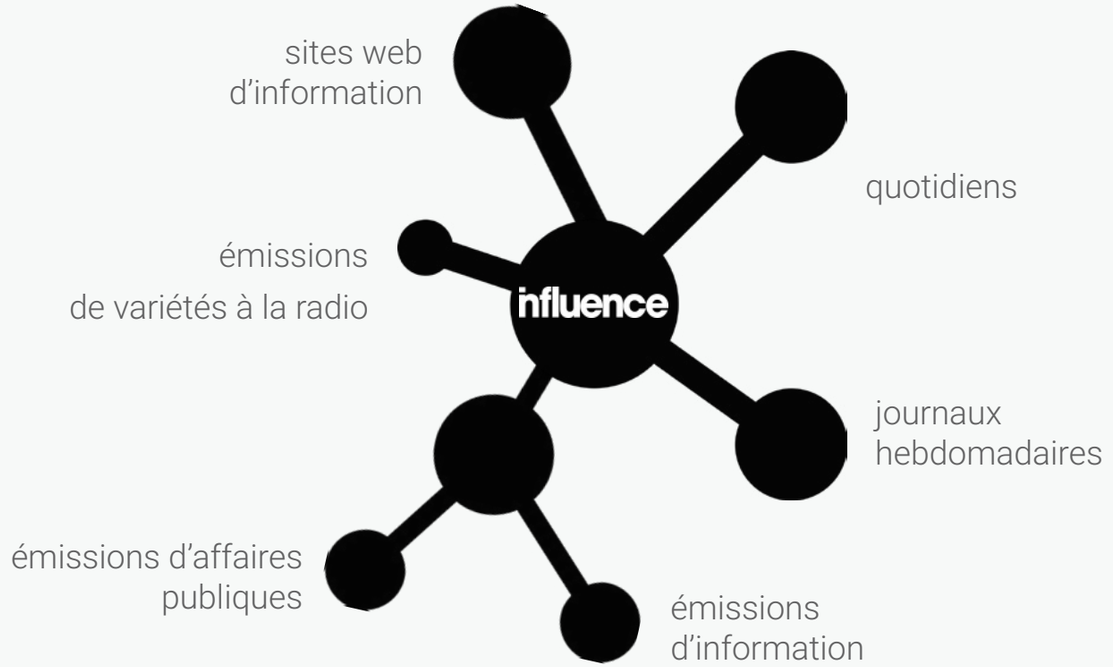
MÉTHODOLOGIE

Poids médias sur sept jours

Le poids médias est un indice quantitatif et comparatif développé par Influence Communication qui 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.

Afin d'évaluer le poids médias des nouvelles sur une période de sept jours, Influence Communication collige toutes les mentions de celles-ci dans l'ensemble des quotidiens et la majorité des journaux hebdomadaires, des principaux sites web d'information, des émissions d'information et d'affaires publiques, ainsi que certaines émissions de variétés à la radio et à la télévision.

Pour les magazines, Influence Communication tient compte de ceux qui ont un contenu d'actualité générale, économique ou scientifique. Influence Communication ne tient pas compte des émissions de radio musicales, des publicités, des jeux-questionnaires, des téléromans, des petites annonces dans les journaux, des notices nécrologiques et des magazines artistiques.



L'importance des nouvelles est pondérée en fonction du volume de couverture et du traitement médiatique qu'elles reçoivent. Le poids médias de chacune des nouvelles est déterminé en fonction du volume moyen de l'ensemble des éléments de nouvelles durant une même semaine. Étant donné que toutes les nouvelles sont quantifiées selon la même méthode, il est possible de comparer l'espace qu'elles ont occupé pendant une semaine donnée en se basant sur un pourcentage. Par exemple, le décès de Jean Béliveau a occupé 10,09 % de l'ensemble de l'actualité au Québec durant la semaine du 2 au 8 décembre 2014.

Une nouvelle importante obtient généralement un poids médias égal ou supérieur à 1 % sur sept jours.

Poids médias des personnalités, groupes ou entités

Influence Communication compare aussi le poids médias de différentes personnalités par secteurs (sports, politique, économie, arts et spectacles, etc.). Les calculs du nombre de mentions ont été effectués du **1er** janvier au **8** décembre **2014**. Le poids médias des personnalités est calculé en comparant les personnalités entre elles en fonction d'une valeur de **100 %**. L'importance des personnalités, groupes ou entités (par exemple : les partis politiques) dans l'actualité est pondérée en fonction du volume de couverture et du traitement médiatique qu'ils reçoivent.

Poids médias des enjeux

Dans certains cas, notamment pour l'analyse des principaux enjeux environnementaux en **2014**, le poids médias des enjeux est aussi calculé sur une base de **100 %**. Si nous prenons l'exemple des enjeux environnementaux, le poids médias des enjeux est calculé en fonction du nombre de mentions de chacun d'eux sur une base annuelle dans les médias. Il indique la place qu'occupe chaque enjeu dans l'ensemble de la couverture environnementale au Québec et non la place qu'il occupe dans l'ensemble de l'actualité.

Poids médias des thèmes

Il faut distinguer les enjeux ponctuels des grandes sphères d'actualité telles que la politique, la santé, l'éducation, les faits divers, les sports, etc. Ces dernières sont identifiées par Influence Communication comme étant des « thèmes ». Exemple : les droits de scolarité sont un enjeu, alors que l'éducation est un thème.

À propos d'Influence Communication

Fondé en novembre 2001, Influence Communication est le plus important courtier en nouvelles au Canada.

Influence Communication dispose d'un réseau de fournisseurs composé d'une centaine d'entreprises réparties à travers **160** pays où nous achetons des nouvelles publiées dans les journaux, les magazines, à la radio, à la télévision et sur Internet. Notre réseau de courtage d'information nous permet de colliger chaque jour des nouvelles sur les cinq continents.

Influence Communication bénéficie également de sa propre plateforme de livraison aux clients, qui effectue automatiquement la surveillance des médias Internet. Le système ICE (Interactive Communication Environment) peut décortiquer tout un site web tel que Canoe.ca, Radio-Canada.ca ou LaPresse.ca en **16** millièmes de seconde pour ensuite livrer les liens aux clients. Le système ICE surveille à chaque heure **500** sites web au Canada, **130** au Québec et plus de **7000** à travers le monde.

Pour comprendre l'actualité et effectuer nos analyses nous récoltons, trions et analysons chaque jour des centaines de milliers de nouvelles diffusées dans les journaux, à la radio, à la télévision et sur l'Internet. Grâce à nos systèmes, nous avons créé la notion d'évaluation quantitative de l'information : le poids médias. Celui-ci permet à nos clients d'évaluer le taux de pénétration de leurs nouvelles dans les médias ainsi que celui des nouvelles concurrentes.



influence

10e édition

ÉTAT DE LA NOUVELLE
BILAN 2014 QUÉBEC

surveillance et analyse des médias
www.influencecommunication.com
www.scolarius.com

influence

© Influence Communication, 2014
Tous droits réservés pour tous pays. Reproduction par quelque procédé que ce soit et traduction, même partielle, interdites sans l'autorisation d'Influence Communication.