



influence

ÉTAT DE LA NOUVELLE
BILAN **2013** QUÉBEC





ÉTAT DE LA NOUVELLE
BILAN **2013** QUÉBEC

influence

www.influencecommunication.com

www.scolarius.com

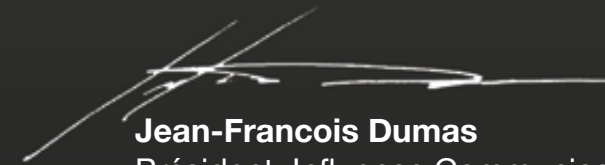
BILAN 2013

Vous souvenez-vous des nouvelles qui ont marqué le début de l'année ? Quels sont les travers des médias qui ont retenu votre attention en 2013 ?

Chaque année, notre bilan permet de ressasser de vieux souvenirs et d'en conserver les temps forts, ou sert de support pédagogique à de nombreuses classes d'élèves. C'est une façon de figer dans le temps ce qu'il y a de plus éphémère : une nouvelle. À 10 h, un quotidien a du poil au menton. 24 heures plus tard, 85 % de l'actualité a disparu, et dans les médias sociaux il suffit de 120 minutes pour que soit oubliée la majorité des mots clés. Nous vivons plus que jamais à l'ère du consommer-jeter en information. Fast-food, fast-news... Un chausson avec votre journal ?

Depuis neuf ans maintenant, chez Influence Communication, nous réalisons le rapport *État de la nouvelle : Bilan de l'année* © avec nos modestes moyens, beaucoup d'efforts et énormément de passion. Nous croyons à l'importance de comprendre les phénomènes médiatiques et leur influence sur la société, mais aussi et surtout à la responsabilité individuelle que nous avons tous de mieux faire usage des différents produits médiatiques afin de conserver notre sens critique et devenir de meilleurs citoyens.

Au nom de toute l'équipe d'analystes, de conseillers, de chercheurs et d'artisans d'Influence Communication, bonne lecture !



Jean-François Dumas
Président, Influence Communication

© Influence Communication, 2013

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2013

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2013

Tous droits réservés pour tous pays.

Reproduction par quelque procédé que ce soit et traduction, même partielle, interdites sans l'autorisation d'Influence Communication.

REMERCIEMENTS

Coordination

Isabelle Cusson
Ève Couture

Analyse et rédaction

Anne-Marie Bernier
Philippe Brazeau
Ève Couture
Isabelle Cusson
Jean-François Dumas
Xavier S. Fournier
Anthony Milioto
Pierre Rondeau
Nicolas Ryan
Félix B. Thiffault

Soutien technique

Véronique Cadieux
Étienne Dumas
Daniel Gagné
Elda Ozkalfayan

Production et conception

François Turgeon
Geneviève Rose
Juan Carlos Vasquez de Velasco

Révision et correction

Isabelle Cusson
Geneviève Letarte

Traduction et révision anglaise

Marie-Josée Sheeks

Photos

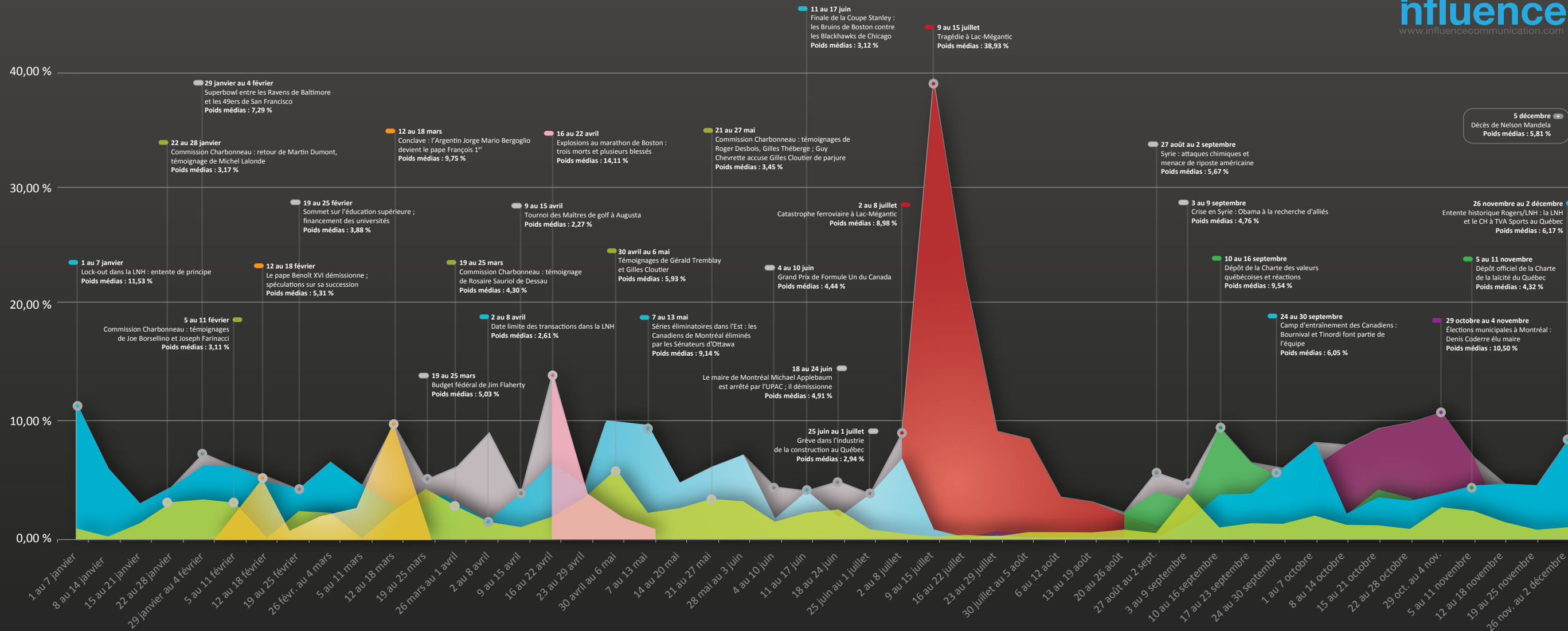
La Presse canadienne, Reuters, Letartéan,
François Turgeon, Maieutapedia, Istockphoto

LES GRANDS DOSSIERS DE L'ACTUALITÉ 2013

- Autres nouvelles
- Tragédie de Lac-Mégantic
- Campagne électorale municipale 2013
- Commission Charbonneau
- Charte des valeurs québécoises
- Les Canadiens, la LNH et la fin du lock-out
- Démission de Benoît XVI / Élection de François 1^{er}
- Attentats marathon de Boston

Version Web avec extraits vidéo
Cliquez ici.

influence
www.influencecommunication.com





Vue d'ensemble 2013

2013 : la tradition continue 13	Le Québec dans l'œil de l'autre 46
Lac-Mégantic : la mesure de l'horreur 25	Le bogue de l'année 52
Charte des valeurs : au détriment du reste 32	Ce « sacré » juron 58
La fête des maires 38	Je suis malade 63
Québec-média : région ou nation ? 44	L'échelle du CH 66
	Le côté obscur des médias sociaux 69



Palmarès Personnalités

Par secteurs d'actualité 93
Le top 50 94
2012 97
2011 98
2010 99
2009 100
2008 101
Politique 102
Sports 103
Affaires 104
Judiciaire 105
Culture 106
International 107
Médias 108
Députés québécois 110
Députés canadiens 112
Premiers ministres provinciaux 113



Palmarès International

Le top 25 dans 160 pays 116
Politique 118
Faits divers et judiciaires 119
Culture 120
Technologie 120
Économie 121
Sports 121
Catastrophes naturelles 122
Décès les plus médiatisés 123
Chefs d'État et politiciens 124
Personnalités 126
Personnalités (non politiques) 128



Palmarès Nouvelles

Politique québécoise 76
Politique canadienne 77
Économie et affaires 78
Arts et culture 79
Santé 80
Sports 81
Nouvelles internationales 82
Nouvelles les plus citées à l'étranger 83
Faits divers et judiciaires 84
Sciences et technologies 85
Entreprises au Québec 86
Entreprises au Canada 88



Comparatifs Médias

Quotidiens québécois 133
Quotidiens canadiens 134
Émissions de radio 135
Émissions de télévision 136
Stations de radio 137
Réseaux de télévision (Québec) 138
Réseaux de télévision (Canada) 140
Poids vert 142
Enjeux environnementaux 143
Top Twitter 144
Poids santé 147

Méthodologie 151
À propos d'Influence 155

Conclusion



VUE D'ENSEMBLE 2013

LE SAVIEZ-VOUS ?
Les médias internationaux ont couvert
sans interruption la tragédie de
Lac-Mégantic pendant 30 jours d'affilée.

2013

La tradition continue

Quand on fait l'inventaire des travers et caractéristiques des médias québécois, on revient souvent sur la surreprésentation du CH, les nouvelles locales, les faits divers et notre faible intérêt pour ce qui se passe ailleurs au Canada et dans le monde. À cet égard, 2013 aura été une année des plus typiques !

Dans la plus pure tradition québécoise, les sports, les faits divers et les nouvelles locales ont coiffé tous les autres thèmes avec un poids médias combiné de **43 %**. En 2012, ces trois thèmes réunis avaient généré moins de **32 %** de tous les sujets d'actualité.

L'éducation, qui avait occupé près de **10 %** de l'actualité en 2012, a retrouvé son rang habituel (20^e rang) avec seulement le quart de **1 %** des nouvelles de l'année.

Le volume global de nouvelles a été relativement stable avec près de **1,7 million** d'éléments distincts. Près de **320 nouvelles** ont généré un poids de **1 %** ou plus sur une période d'une semaine. C'est l'équivalent d'une nouvelle sur 10 000. En moyenne, entre **200 et 250** nouvelles par année franchissent la barre du point de pourcentage.

Les sportifs de cuisine

Outre les classiques, nous avons assisté à quelques surprises. La cuisine a poursuivi sa montée fulgurante en passant du 12^e rang en 2007 à la 5^e position en 2013, devant les nouvelles économiques ! Même l'actualité fédérale n'a pas résisté face à la montée des Ricardo de ce monde.

Soulignons par ailleurs que le poids médias des livres de cuisine au Québec pendant une semaine représente l'équivalent de l'intérêt global pour 30 minutes d'une partie moyenne du CH. Tout le reste de l'industrie du livre ne représente en une semaine que **45 secondes** d'une partie moyenne du CH.

On n'a jamais autant parlé cuisine dans les médias. On n'a jamais vendu autant de surgelés dans les épiceries. C'est un peu comme le hockey du CH. On n'en a jamais autant parlé, mais on ne pratique pas plus de sport pour autant. La cuisine est passée de la fonction de « service » à celle de « divertissement ». On ne donne même plus les recettes ! Devant les émissions de cuisine, nous sommes devenus voyeurs ou exhibitionnistes, et nous recherchons des sensations par procuration. La cuisine est devenue pornographique.

L'économie, c'est bon pour les Ontariens, pas pour nous

Nos médias continuent de démontrer leur désintérêt général à l'égard des nouvelles économiques avec une baisse de **9 %** en 2013. À cet égard, la comparaison fait mal puisque les Ontariens ont accordé **74 %** plus de place à l'économie que le Québec. La saison des impôts s'inscrit dans cette mouvance puisqu'elle a perdu depuis 10 ans **77 %** de sa vélocité au Québec.

L'année des maires

Après toutes les révélations entendues à la commission Charbonneau, la campagne municipale a connu un sommet de médiatisation inégalé depuis le début des années 2000. De plus, les éléments de controverse occupant en moyenne **40 %** d'une campagne municipale, nos médias ne leur ont cédé que **18 %** cette année. En 2009, les controverses avaient occupé **72 %** de la campagne montréalaise. Parlant de politique municipale, il est intéressant de constater que Montréal et Gatineau sont parmi les endroits où l'on a enregistré le plus faible taux de vote au Québec. C'est aussi dans ces deux régions que l'on trouve généralement le plus faible intérêt pour la politique municipale. Saguenay et Québec sont deux régions où le vote est toujours important. C'est aussi à Saguenay et à Québec que l'on trouve le plus important volume de couverture des activités de l'hôtel de ville.

Légende
 Diminution
 Augmentation
 Stable

Les grands thèmes traités par les médias du Québec, du Canada et à travers le monde en 2013

	Québec			Canada	Monde
	2013	2012	Moyenne	2013	2013
Sports	15,64 %	↑ 9,13 %	12,49 %	12,07 %	9,75 %
Faits divers et affaires judiciaires	14,99 %	↑ 12,74 %	12,88 %	6,44 %	8,31 %
Nouvelles locales	12,42 %	↑ 10,03 %	10,40 %	6,16 %	5,74 %
Politique provinciale ou régionale	11,63 %	↓ 15,34 %	11,22 %	10,26 %	8,28 %
Cuisine	5,82 %	↑ 5,09 %	4,23 %	4,34 %	4,06 %
Économie et affaires	5,74 %	↓ 6,28 %	7,16 %	10,19 %	11,58 %
Politique fédérale ou nationale	5,18 %	↓ 6,02 %	7,09 %	11,61 %	13,01 %
Technologies	4,36 %	↑ 4,07 %	3,94 %	4,80 %	4,85 %
Arts, spectacles et médias	3,86 %	↓ 4,12 %	4,11 %	4,46 %	6,17 %
Automobile	3,09 %	● 2,93 %	2,94 %	3,23 %	3,33 %
Santé	1,93 %	● 1,94 %	1,91 %	1,88 %	1,67 %
Circulation	1,71 %	● 1,79 %	0,74 %	0,86 %	1,36 %
Environnement	1,62 %	● 1,72 %	2,06 %	1,64 %	1,23 %
Météo	1,52 %	↑ 1,25 %	1,24 %	0,51 %	0,37 %
Prix de l'essence	1,41 %	↑ 1,13 %	1,16 %	1,09 %	0,98 %
Habitation	1,37 %	↑ 1,17 %	1,42 %	1,20 %	0,88 %
International	0,81 %	↓ 0,54 %	1,57 %	9,32 %	14,32 %
Nouvelles pancanadiennes	0,61 %	↓ 0,42 %	0,68 %	4,97 %	S.O.
Insolite	0,58 %	↓ 0,72 %	0,94 %	1,02 %	0,74 %
Éducation	0,25 %	↓ 9,75 %	0,21 %	0,14 %	0,20 %
Enfance	0,18 %	S.O.	0,18 %	0,21 %	0,09 %
Pauvreté	0,13 %	S.O.	0,10 %	0,12 %	0,24 %
Aînés	0,11 %	S.O.	0,13 %	0,09 %	0,07 %
Autochtones	0,05 %	S.O.	0,03 %	0,11 %	S.O.
Autres	4,99 %	3,82 %	11,17 %	3,28 %	2,77 %

Le top 50 des nouvelles de 2013

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Tragédie à Lac-Mégantic	Juillet	38,93 %
2	Explosions au marathon de Boston : 3 morts et plusieurs blessés	Avril	14,11 %
3	Lock-out dans la LNH : entente de principe	Janvier	11,53 %
4	Élections municipales à Montréal : Denis Coderre élu maire	Novembre	10,50 %
5	Conclave : l'Argentin Jorge Mario Bergoglio devient le pape François 1 ^{er}	Mars	9,75 %
6	Dévoilement du contenu de la Charte des valeurs québécoises et réactions	Septembre	9,54 %
7	Séries éliminatoires dans l'Est : les Canadiens de Montréal éliminés par les Sénateurs d'Ottawa	Mai	9,14 %
8	Superbowl XLVII entre les Ravens de Baltimore et les 49ers de San Francisco	Février	7,29 %
9	Campagne électorale municipale de Montréal	Octobre	7,27 %
10	Entente historique Rogers/LNH : la LNH et le CH à TVA Sports au Québec	Décembre	6,17 %
11	Camp d'entraînement des Canadiens : Bournival et Tinordi font partie de l'équipe	Septembre	6,05 %
12	Commission Charbonneau : témoignages de Gérald Tremblay et de Gilles Cloutier	Mai	5,93 %
13	Décès de Nelson Mandela	Décembre	5,81 %
14	Syrie : attaques chimiques et menace de riposte américaine	Septembre	5,67 %
15	Le pape Benoît XVI démissionne ; spéculations sur sa succession	Février	5,31 %
16	Budget fédéral de Jim Flaherty	Mars	5,03 %

Le top 50 des nouvelles de 2013

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
17	Arrestation de Michael Applebaum ex-maire de Montréal	Juin	4,91 %
18	Fin du lock-out dans la LNH	Janvier	4,75 %
19	Bouchard et Parizeau unis contre la Charte des valeurs	Octobre	4,55 %
20	Grand Prix de Formule Un du Canada	Juin	4,44 %
21	Dépôt officiel à l'Assemblée nationale de la Charte des valeurs québécoises	Novembre	4,32 %
22	Commission Charbonneau : témoignage de Rosaire Sauriol de Dessau	Mars	4,30 %
23	Charte des valeurs : les Janette se lancent dans le débat	Octobre	4,24 %
24	Rentrée d'automne de la commission Charbonneau	Septembre	3,89 %
25	Sommet sur l'éducation supérieure ; financement des universités	Février	3,88 %
26	La libérale Fatima Houada-Pépin fustige la position du PLQ sur la Charte	Novembre	3,88 %
27	Camp d'entraînement des Canadiens	Septembre	3,86 %
28	85 ^e cérémonie des Oscars ; deux films québécois sont en nomination	Février	3,85 %
29	Vague de chaleur et orages violents au Québec	Juillet	3,78 %
30	Ottawa : collision entre un train de Via Rail et un autobus causant six morts	Septembre	3,66 %
31	Grève dans l'industrie de la construction au Québec	Juin	3,58 %
32	Commission Charbonneau : témoignages de Frank Zampino et Gérald Tremblay	Avril	3,54 %

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
33	La Charte des valeurs québécoises sera possiblement modifiée	Octobre	3,53 %
34	Commission Charbonneau : témoignages de Roger Desbois, Gilles Théberge ; Guy Chevrette accuse Gilles Cloutier de parjure	Mai	3,45 %
35	Gilles Vaillancourt et Tony Accurso arrêtés par l'UPAC	Mai	3,42 %
36	Commission Charbonneau : témoignage de Michel Lalonde	Février	3,40 %
37	Commission Charbonneau : témoignages de Gilles Théberge, Pierre Allard, Ronnie Mergl, Jean Bertrand	Juin	3,24 %
38	Commission Charbonneau : retour de Martin Dumont, témoignage de Michel Lalonde	Janvier	3,17 %
39	Mur budgétaire aux �tats-Unis	Janvier	3,17 %
40	Marché des joueurs autonomes dans la LNH	Juillet	3,13 %
41	Finale de la Coupe Stanley : les Bruins de Boston contre les Blackhawks de Chicago	Juin	3,12 %
42	Commission Charbonneau : témoignages de Joe Borsellino et Joseph Farinacci	Février	3,11 %
43	Violences en Égypte : près de 1 000 morts	Août	3,10 %
44	Matches du CH contre les Sénateurs d'Ottawa	Février	3,01 %
45	Premier match de la saison du CH contre les Maple Leafs de Toronto	Janvier	3,00 %
46	Coupe Rogers : Nadal bat le Canadien Raonic en finale	Août	2,86 %
47	élections municipales à Québec : Labeaume écrase ses adversaires	Novembre	2,77 %
48	Commission Charbonneau : témoignage de Jocelyn Dupuis	Novembre	2,73 %
49	élections à Laval : Marc Demers l'emporte	Novembre	2,70 %
50	Début du conclave et spéculations sur la nomination du nouveau pape. Le cardinal Ouellet parmi les pressentis	Mars	2,68 %

L'été sans soleil, c'est pas pareil !

La température estivale imprévisible a eu un impact sur certains thèmes. L'intérêt pour les algues bleues a chuté de **98 %**, et celui pour la salubrité des piscines publiques a fondu de **90 %**. Enfin, nous avons relevé **68 %** moins d'histoires reliées à la sécurité nautique.

Point d'origine des nouvelles

Quel est le premier type de média à traiter d'une nouvelle chaque jour ?

De toute évidence, les médias sociaux, le web et les tablettes jouent un rôle croissant dans l'écosystème médiatique. Par exemple, en 2011 les médias sociaux n'étaient le point d'origine que de **1 %** des nouvelles le matin et de **13 %** le reste de la journée. Ces proportions sont passées respectivement à **9 %** et **16 %**. Nous remarquons presque chaque année une chute pour ce qui est de la radio.

MÉDIAS	Matin	Reste de la journée
Télévision	7 %	41 %
Web et tablettes	18 %	23 %
Médias sociaux	9 %	16 %
Radio	9 %	14 %
Hebdomadaires	1 %	5 %
Quotidiens	56 %	1 %

Lac-Mégantic : la mesure de l'horreur

Le samedi 6 juillet 2013, le Québec s'est réveillé avec des images apocalyptiques qui tournaient en boucle à la télévision. Les flammes rouges, la fumée noire, les explosions, les vidéos amateurs...

Des scènes qui auront marqué le Québec à tout jamais. Un train rempli de pétrole venait de détruire Lac-Mégantic et provoquer une des pires catastrophes de l'histoire du Canada.

En quelques heures, ce spectacle d'horreur a fait place à la dure réalité : les morts, les blessés, les disparus et une communauté décimée. La nouvelle a rapidement fait le tour de la planète. Les grands médias québécois et canadiens ont envoyé sur place des équipes entières durant plus d'un mois. Des réseaux tels que CNN et plusieurs agences de presse internationales ont aussi envoyé des journalistes à Lac-Mégantic.

Nouvelles les plus médiatisées au Québec sur une période de 7 jours (2001-2013)

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias
1	Tragédie à Lac-Mégantic	Juillet 2013	38,93 %
2	Tremblement de terre à Haïti	Janvier 2010	23,45 %
3	Événements du 11 septembre 2001	Septembre 2001	21,11 %
4	Élections provinciales de 2012	Septembre 2012	19,55 %
5	Investiture de Barack Obama	Janvier 2009	18,97 %

L'attention médiatique autour de ce drame a été colossale. Depuis le début des années 2000, il s'agit de la nouvelle la plus médiatisée au Québec sur une période de 24 heures ainsi que de 7 jours.

C'était la première fois qu'une nouvelle québécoise se hissait au top 3 des nouvelles les plus médiatisées dans le monde, et elle y est restée durant 4 jours.

L'exposition à cette douleur humaine a parfois fait craquer certains chefs d'antenne ou reporters. C'est le cas notamment de Louis Lemieux, chef d'antenne à RDI Matin, qui a démontré beaucoup d'humanité lors d'une entrevue avec Raymond Lafontaine, un Méganticois ayant perdu plusieurs membres de sa famille. M. Lafontaine deviendra d'ailleurs une des figures les plus médiatisées de la tragédie de Lac-Mégantic.



2013 DANS LES MÉDIAS

Nouvelles les plus médiatisées au Québec sur une période de 24 heures (2001-2013)

Rang	Nouvelle	Période de pointe	Poids médias
1	Tragédie à Lac-Mégantic	Juillet 2013	78,23 %
2	Élections provinciales de 2012	Septembre 2012	63,44 %
3	Investiture de Barack Obama	Janvier 2009	62,36 %
4	Élections provinciales de 2007	Mars 2007	62,13 %
5	Événements du 11 septembre 2001	Septembre 2001	51,11 %
6	Élections fédérales de 2011	Mai 2011	49,21 %
7	Attentat au collège Dawson	Septembre 2006	48,11 %
8	Début de la guerre en Irak	Mars 2003	46,19 %
9	Visite de Barack Obama à Ottawa	Février 2009	40,78 %
10	Séisme et tsunami au Japon	Mars 2011	38,61 %

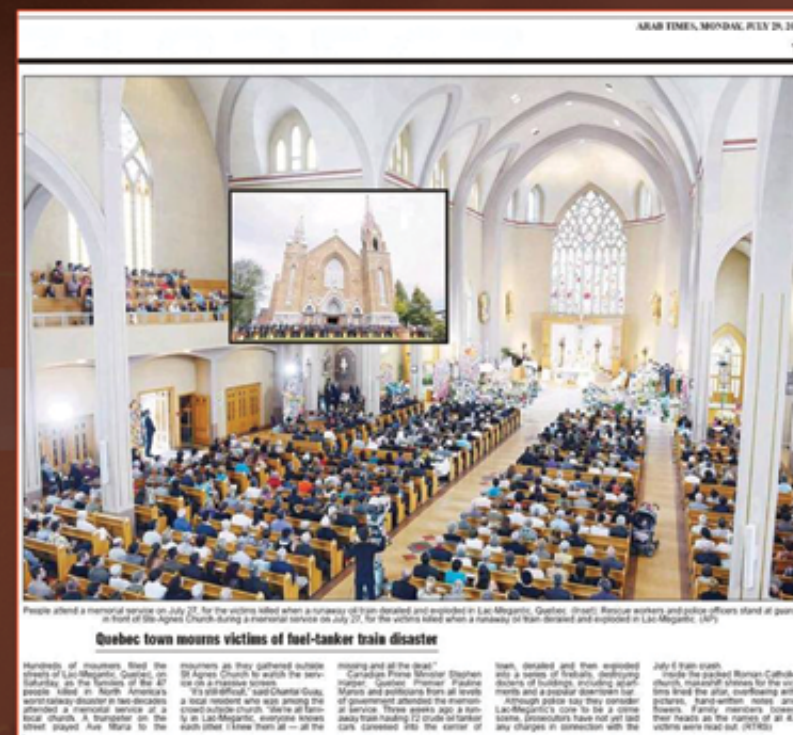


Étendue de la couverture médiatique (journaux, radio et télévision) dans une quarantaine de pays

Le nombre total d'articles publiés sur la tragédie de Lac-Mégantic pourrait remplir toutes les pages d'un journal de taille moyenne, chaque jour, et ce durant 3 ans et demi.

Chaque jour pendant un mois, au moins un média international a traité de la tragédie de Lac-Mégantic.

Le *Arab Times* du Koweït est le média international qui s'est le plus intéressé à la tragédie de Lac-Mégantic. Le journal a publié une quarantaine de reportages sur le sujet en 2 mois. En ajoutant une cinquantaine d'autres articles sur le Québec entre mai et septembre, on découvre que le *Arab Times* est aussi le média étranger qui s'est le plus intéressé au Québec en 2013.





Charte des valeurs : au détriment du reste

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

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

La Charte des valeurs québécoises a été, sans contredit, une des nouvelles politiques incontournables de l'année 2013. Elle a soulevé les passions, provoqué un important débat de société et créé beaucoup de vagues à l'Assemblée nationale.

influence

Le 10 septembre 2013, le ministre péquiste Bernard Drainville a dévoilé l'essentiel des propositions qu'allait contenir la Charte de la laïcité. Les médias québécois ont alors été inondés par le sujet. Lignes ouvertes, débats, émissions d'opinion, lettres du public et même des émissions de variétés ont abordé la question de la Charte des valeurs québécoises.

Fait intéressant : le dévoilement des grandes lignes du projet le 10 septembre a fait couler beaucoup plus d'encre que le dépôt officiel du projet de loi à l'Assemblée nationale le 7 novembre 2013. Le poids médias de la Charte des valeurs québécoises a été 40 % plus important entre le 10 et le 17 septembre que durant la semaine du 7 au 14 novembre.

Deux éléments étonnent dans le cas de la Charte. D'abord elle découle d'enjeux qui n'étaient pas dominants dans l'actualité au cours des dernières années. L'intégration des communautés culturelles n'avait pas été un dossier de premier plan depuis l'année des accommodements raisonnables en 2007.

Ensuite, la Charte a aussi eu un effet polarisant sur l'ensemble de l'actualité. Le phénomène de polarisation survient quand une nouvelle majeure éclipse différents autres dossiers. Bien qu'on ne puisse soupçonner personne d'avoir planifié le tout, il est certain que la Charte des valeurs ou de la laïcité a contribué à détourner l'intérêt des médias pour d'autres dossiers. Entre le 7 septembre et le 7 octobre, le poids médias de la Charte a coïncidé avec d'importantes chutes d'intérêt pour d'autres thèmes.

Rang	Thèmes	Chute
1	Économie	-41 %
2	Infrastructures	-28 %
3	Santé	-23 %
4	Éducation	-16 %





Si l'importance d'un phénomène de société est directement proportionnelle à sa médiatisation, on pourrait croire que la plupart des grands enjeux de société s'étaient résolus d'eux-mêmes pendant cette période.

Le sujet a aussi fait jaser dans plusieurs pays du monde notamment en :

- France
 - Belgique
 - Espagne
 - Algérie
 - Israël
 - Iran
- et même jusqu'en Inde...

La couverture internationale sur le projet de laïcité au Québec a été différente d'une région à l'autre. En Europe francophone, endroit où des lois semblables ont été adoptées, les journalistes croient que le Québec ne sait pas dans quel borbier il vient de se jeter ! Les journalistes européens estiment également que les Québécois s'inspirent de leur modèle de charte. Ailleurs, dans les pays où l'Islam est la religion dominante, le projet a été mal reçu et, par conséquent, la couverture journalistique a été plutôt négative.

En ce qui concerne la couverture médiatique dans le reste du Canada, ce sont surtout des éléments de controverse qui sont ressortis dans les articles portant sur le projet de charte. À cet égard, le Québec peut remercier Rob Ford, car ses frasques ont contribué à réduire de 74 % l'intérêt des médias ontariens pour la Charte des valeurs.

Ajoutons que le débat sur la Charte de laïcité a coïncidé avec le début de la campagne électorale municipale 2013. D'ailleurs, la Charte des valeurs québécoises a occupé le même espace médiatique que la course à la mairie de Montréal durant les 6 semaines de campagne.



Marc Bureau

Bernard Sévigny

Régis Labeaume

Colette Roy-Laroche

Jean Tremblay

Laurent Blanchard

Alexandre Duplessis

Yves Lévesque

Michael Applebaum

Denis Coderre

LA FÊTE DES MAIRES

L'année 2013 a été, sans contredit, fortement marquée par la politique municipale. La commission Charbonneau a révélé de nombreuses histoires rocambolesques impliquant des maires au pouvoir ainsi que divers acteurs en lien avec le monde municipal. Les travaux de la juge Charbonneau intéressent d'ailleurs les médias étrangers. La nouvelle est au 5^e rang des nouvelles québécoises les plus médiatisées dans le monde depuis 24 mois.

L'UPAC a aussi fait des frappes largement médiatisées, arrêtant sur la place publique plusieurs personnages très influents.

En mai 2013, Gilles Vaillancourt, maire de Laval pendant 23 ans, et 37 autres personnes ont été arrêtés et accusés de corruption, collusion et gangstérisme.

En juin 2013, le successeur de Gérald Tremblay, Michael Applebaum, qui s'était présenté comme « Monsieur Propre », s'est fait arrêter à son domicile par les enquêteurs de l'UPAC. En quelques heures, l'arrestation du maire de Montréal par intérim a fait le tour du monde. Des articles ont été publiés dans plus de 60 pays. Le site d'information France 24 titrait :

« Un énième scandale de corruption plombe le Québec ». La nouvelle a déclenché une éclipse médiatique durant plusieurs heures dans la province.

Le mois de juin a aussi été marqué par la démission d'Alexandre Duplessis, maire intérimaire de Laval, à la suite d'un obscur scandale lié à une histoire de prostitution.

Septembre 2013, c'est le déclenchement des élections municipales partout au Québec. Les projecteurs sont tournés vers les villes marquées par des scandales au cours des derniers mois, pensons à Laval, Montréal, Mascouche ou Saint-Rémi.

À Montréal, la campagne est suivie de près. Quatre candidats retiennent l'attention des journalistes alors que les 8 autres en lice se partageront moins de 3 % de tout le poids médias des 6 semaines de campagne.

La controverse, qui représentait plus de 40 % de la couverture lors de la campagne de 2009, dont 72 % à Montréal, a chuté à 18 % en 2013. Les programmes, les promesses, les débats ont donc occupé une place plus importante. Ce sont des proportions comparables à celles d'une campagne électorale provinciale.

Une nouvelle venue en politique municipale, Mélanie Joly, a fait une montée fulgurante... Inconnue du grand public au début de la campagne, la jeune avocate de Montréal est passée d'un poids médias de 9 % lors de la première semaine à plus de 32 % à la 5^e semaine. Quelques événements l'ont projetée à l'avant-plan, notamment la candidature éclair de l'ex-escorte Bibiane Bovet et le sondage Crop-Radio-Canada la plaçait 2^e dans les intentions de vote.

L'autre inconnu de ce scrutin a été Marcel Côté, un homme d'affaires de la région métropolitaine. À la 4^e semaine de campagne, il s'est hissé au premier rang du poids médias en raison de l'histoire des appels automatisés (robocalls).

Le plus connu, qui a été élu maire de Montréal, Denis Coderre, s'est fait plus discret médiatiquement. Il avait même opté pour un affichage modeste, ne mettant presque pas de pancartes électorales.

Dans les médias sociaux, Mélanie Joly a aussi gagné la guerre de visibilité devant le roi de Twitter, Denis Coderre.

LE TOP 10 DES MAIRES QUÉBÉCOIS

Ventilation du poids médias dans les journaux, à la radio et à la télévision au Québec en 2013

Rang	Maire	Ville	Poids médias
1	Colette Roy-Laroche	Lac-Mégantic	20,27 %
2	Régis Labeaume	Québec	19,80 %
3	Denis Coderre	Montréal	12,68 %
4	Michael Applebaum	Montréal	9,61 %
5	Jean Tremblay	Saguenay	9,42 %
6	Yves Lévesque	Trois-Rivières	5,44 %
7	Marc Bureau	Gatineau	4,74 %
8	Bernard Sévigny	Sherbrooke	3,49 %
9	Alexandre Duplessis	Laval	3,21 %
10	Laurent Blanchard	Montréal	2,86 %

En bref, la campagne électorale 2013 aura somme toute été la plus médiatisée de l'histoire du Québec. Le sujet est resté plusieurs semaines consécutives dans les tops 5 hebdomadaires.

Élément intéressant, c'est dans les villes de Québec et de Saguenay, qui offrent la meilleure couverture médiatique de leur information locale, que l'on a enregistré de très forts taux de participation aux élections municipales. À l'inverse, c'est à Montréal et à Gatineau que l'on trouve le moins d'information locale.

Comme par hasard, ces villes ont enregistré des taux de participation parmi les plus faibles au Québec.

Au final, c'est la rassurante mairesse de Lac-Mégantic, Colette Roy-Laroche, qui est au sommet de ce palmarès 2013. Cette femme à la personnalité humble et jusqu'alors inconnue du grand public a su redonner une crédibilité et, surtout, une humanité au rôle de maire qui en avait fort besoin.



Québec-média : région ou nation ?

Comment décrire précisément notre écosystème médiatique ? Pouvons-nous nous comparer avantageusement à n'importe quelle grande région du monde ?

Tout d'abord, si la diversité des sources et des opinions constitue une richesse pour un marché, avouons que ce n'est pas la plus grande force du Québec. Québecor, Gesca et Radio-Canada génèrent à eux trois plus de 83 % de l'ensemble du contenu de l'information au Québec. Pourtant, il reste Astral, Cogeco, Postmedia et Radio X.

En fait, pour bien saisir le modèle québécois, il faut d'abord établir quels sont les intérêts des médias d'une région. Par exemple, les médias d'un marché tel que celui de Saguenay, Gaspé ou Rivière-du-Loup accorderont la priorité aux nouvelles locales, puis aux sports et aux faits divers.

« Le Québec médiatique ressemble plus à Rivière-du-Loup qu'à l'Ontario. »

Dans son ensemble, la presse québécoise met avant tout l'accent sur les faits divers, les sports (essentiellement le CH) et les nouvelles locales. Nous pouvons donc conclure que l'ensemble du marché québécois a les mêmes réflexes et conditionnements qu'un marché régional.

Jugement facile, direz-vous. « *Si on se compare à d'autres marchés canadiens, nous verrons que nous ne sommes pas si différents* ». Voyons voir.

En Ontario, le thème médiatique n° 1 est le sport. Toutefois, seulement 44 % des nouvelles du sport en Ontario portent sur le hockey de la LNH. Alors qu'au Québec 78 % des nouvelles du sport concernent les Canadiens de Montréal. Ensuite, la politique fédérale et les nouvelles économiques et d'affaires constituent les deux autres principaux champs d'intérêt de la presse ontarienne. En 2013, les Ontariens ont traité 92 % plus de nouvelles économiques et 12 fois plus de nouvelles internationales qu'au Québec.

INTÉRÊTS DES MÉDIAS PAR RÉGIONS

Rang	Ontario	Québec	Maritimes	Centre	C.-B.
1	Sports	Faits divers	Nouvelles locales	Sports	Sports
2	Politique fédérale	Sports	Politique provinciale	Faits divers	Politique provinciale
3	Économie et affaires	Nouvelles locales	Faits divers	Politique provinciale	Faits divers

Il semble que les Maritimes soient le marché médiatique qui ressemble le plus à celui du Québec. Nous avons beaucoup plus d'affinités médiatiques avec Terre-Neuve ou le Nouveau-Brunswick qu'avec l'Ontario. En fait, c'est l'Ontario qui se distingue du reste du Canada par son intérêt plus marqué pour la politique fédérale et l'économie.

INTÉRÊTS DES MÉDIAS AU QUÉBEC

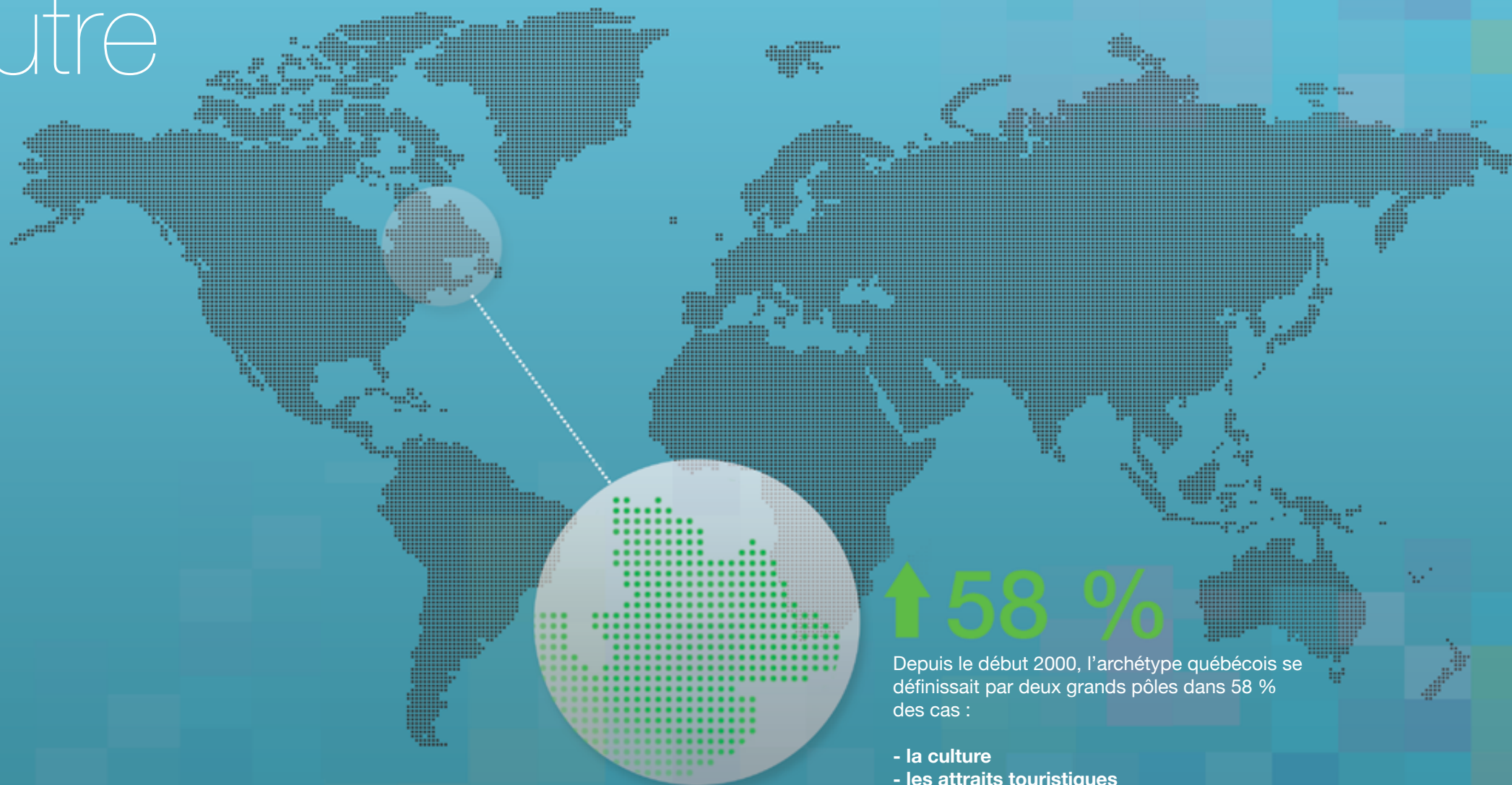
Rang	Une région	Le Québec
1	Nouvelles locales	Faits divers
2	Sports	Sports
3	Faits divers	Nouvelles locales

Le Québec dans l'œil de l'autre

Si vous doutez encore de l'importance d'une bonne couverture médiatique, sachez que la plupart des grandes organisations effectuent quotidiennement des revues de presse afin de savoir ce qu'on rapporte sur leurs marques, leurs produits, leurs services, leur industrie, leurs employés et leurs dirigeants. Ce qui se dit dans les médias peut avoir un impact sur la valeur boursière, les ventes et les marques de commerce.

Il en va de même pour un pays, une ville ou une province. Ils sont très sensibles à l'intérêt des médias étrangers, qui peut avoir des conséquences sur le volume d'investissements, le tourisme, l'immigration de travailleurs et d'étudiants.

Depuis le début des années 2000, le Québec a bénéficié d'une couverture très sympathique. Dans 58 % des cas, l'archétype québécois se définissait par deux grands pôles : la culture et les attraits touristiques. On vantait le dynamisme culturel du Québec en le qualifiant d'incubateur d'idées et de produits. L'attrait touristique du Québec, les paysages enchanteurs, la bonne table et « l'Europe à peu de frais » constituaient les principaux vecteurs d'intérêt touristique.



↑ 58 %

Depuis le début 2000, l'archétype québécois se définissait par deux grands pôles dans 58 % des cas :

- la culture
- les attraits touristiques

La seule critique adressée au Québec portait sur son exploitation et exportation de l'amiante vers des pays en voie de développement.

En janvier 2012, nous avons effectué une analyse démontrant que 19 % de l'intérêt international pour l'immigration de travailleurs et d'étudiants portaient sur le Canada et plus particulièrement sur le Québec. Quelques semaines plus tard, en plein conflit étudiant, ce pourcentage est tombé à moins d'un dixième de 1 %.

Par ailleurs, depuis 24 mois, l'environnement public québécois a considérablement basculé. Un ensemble d'évènements a sans aucun doute contribué à transformer l'image du Québec dans l'œil des médias étrangers. En survolant le palmarès des nouvelles qui ont fait le plus rayonner le Québec depuis janvier 2012, on peut même affirmer que 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. Globalement, le produit culturel et les attraits touristiques du Québec ont perdu 49 % de leur intérêt aux yeux des médias étrangers, au profit de nouvelles beaucoup moins positives, comme le montre le tableau suivant.



↓ 49 %

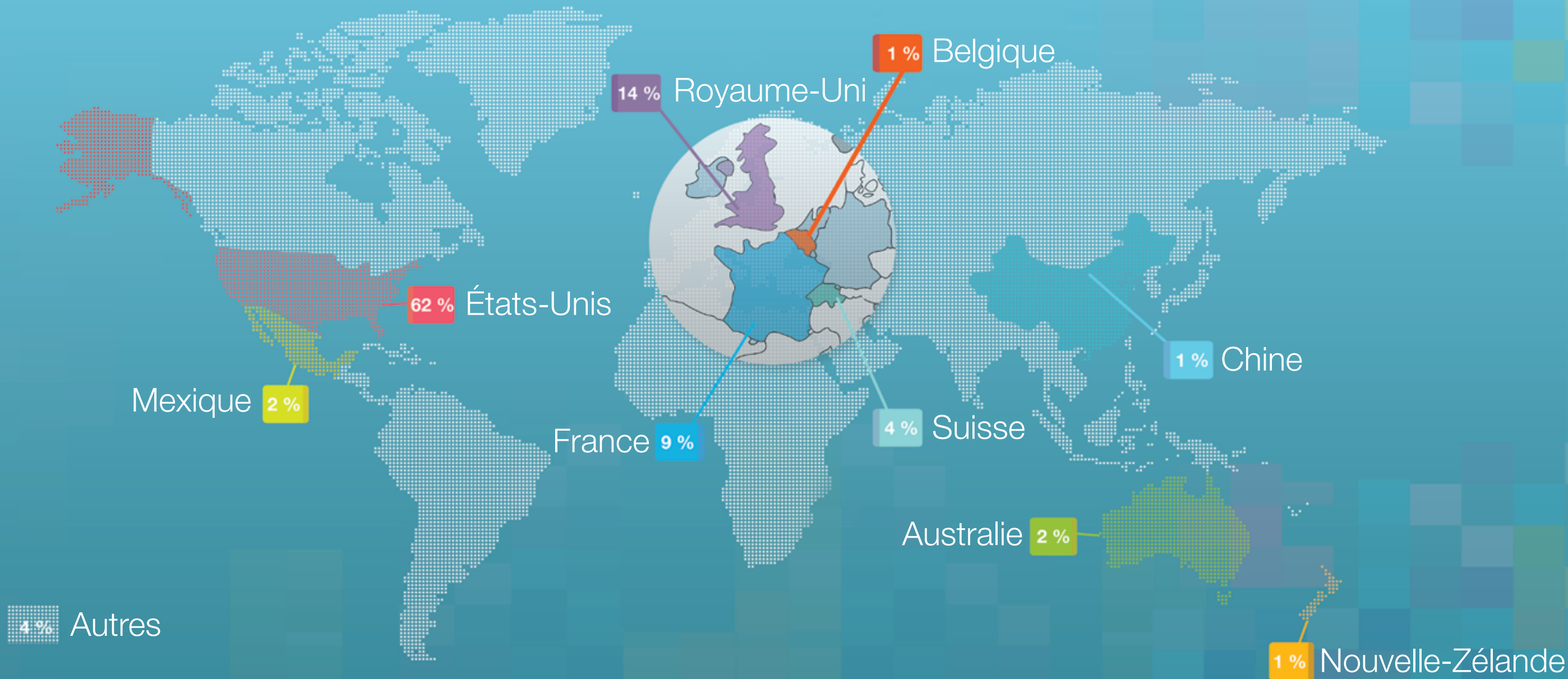
Le produit culturel et les attraits touristiques du Québec ont perdu 49 % de leur intérêt aux yeux des médias étrangers

Palmarès des 15 nouvelles

qui ont fait le plus parler du Québec dans les médias internationaux depuis le 1^{er} janvier 2012

Rang	Évènement
1	Tragédie à Lac-Mégantic
2	Luka Rocco Magnotta
3	Conflit étudiant (manifestations et émeutes)
4	Évasion de Saint-Jérôme
5	Commission Charbonneau et corruption au Québec
6	Un pape québécois ?
7	Attentat au Métropolis le 4 septembre 2012
8	Arrestation de Michael Applebaum
9	Fusillade à Gatineau
10	Explosion à l'usine de feux d'artifice
11	Pastagate
12	Le port du turban au soccer
13	Démission de Gérald Tremblay
14	Procès Shafia
15	Descente policière à l'hôtel de ville de Montréal

Répartition géographique de l'intérêt médiatique pour le Québec à travers le monde



Le bogue de l'année

Depuis quelques années, Influence Communication relate certains cas de mauvaise utilisation des médias : faux pas, erreurs ou mauvaise gestion de relations publiques qui auraient pu être évitées. Voici donc quelques exemples répertoriés en 2013.



Ed Burkhardt, président de la Montreal, Maine & Atlantic (MMA), a été la cible de virulentes critiques dans sa gestion de la crise médiatique à la suite de l'accident ferroviaire de Lac-Mégantic.

Burkhardt a brillé par son absence dès les premiers jours du drame : il aura mis 5 jours avant de se rendre à Lac-Mégantic. Et il en a même rajouté avec ses déclarations malhabiles : "I hope that I don't get shot at". Les erreurs s'accumulent : communiqués en anglais ou dans un français exécrable (traduction Google).

Sa gestion des relations publiques à la suite de l'accident se retrouvera certainement dans les annales médiatiques. Fait étonnant : les journalistes ont même réclamé l'intervention d'une firme de relations publiques.

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



Aspirant champion

Les contradictions de Rob Ford

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

54

Personnage coloré, le maire Rob Ford a souvent été plongé dans la controverse depuis qu'il est à la tête de Toronto. Parmi ses nombreuses frasques, l'affaire de consommation de crack captée sur vidéo a créé un tollé médiatique et politique.

Tout a commencé le 23 mai 2013 lorsque deux journalistes du *Toronto Star* ont affirmé avoir vu une vidéo de Rob Ford en train de fumer du crack.

La suite est digne d'un film hollywoodien ! La vidéo a disparu ; le mystérieux propriétaire de la vidéo a disparu. L'extrait est ensuite retrouvé par la police. Après avoir démenti plusieurs fois les allégations portées contre lui, Rob Ford est contraint d'admettre qu'il a fumé du crack. Pour sa défense, il affirme ne pas s'en rappeler car il était en état d'ébriété avancé.

À ce jour, Rob Ford a perdu la tribune radio qu'il anime avec son frère, mais il s'accroche toujours à son poste à la mairie de Toronto.

Mentions spéciales



Une conférence de presse qui rate sa cible

Le 3 juin 2013, la Ville de Laval a convoqué les journalistes à une conférence de presse... mais sans période de questions !?! L'administration lavalloise aurait-elle décidé d'adopter les pratiques des conservateurs du gouvernement Harper, c'est-à-dire le bâillon médiatique? Elle aurait pu se simplifier la vie en ne convoquant que des caméramans.

Décision d'assujettissement de la Ville de Laval : les délégués de la Commission municipale tiendront un point d'information à 16 h 30 le 3 juin 2013 à l'Hôtel de Ville de Laval

MONTREAL, le 3 juin 2013 /CNW Telbec/ - Les délégués mandatés par la Commission municipale en rapport avec l'assujettissement de la Ville de Laval, Monsieur Florent Gagné accompagné de Me Sandra Bilodeau et Me Sylvie Piérard, tiendront un point d'information pour les médias à 16h30h cet après-midi. Le point d'information aura lieu à l'Hôtel de Ville de Laval.

L'objectif est de communiquer les grandes lignes de leur rôle et des conditions qui s'appliqueront au cours de la période où la Ville de Laval sera assujettie à l'autorité de la Commission municipale.

Heure : 16 heures 30

Endroit : Hôtel de Ville de Laval
1, Place du souvenir
Laval

IMPORTANT : Il n'y aura PAS de période de questions pour les médias à la suite de ce point d'information.

L'art de s'enfoncer : affaire Magnan

Le 13 mai 2013, Isabelle Chabot est congédiée de la célèbre Taverne Magnan parce qu'elle avait annoncé à son employeur qu'elle était atteinte d'un cancer. Indignée, Mme Chabot contacte les médias pour dénoncer cette odieuse injustice.

Après la diffusion de nombreux reportages, la nouvelle fait boule de neige dans les médias sociaux et suscite la colère dans l'opinion publique.

Dans le but de restaurer son image, la Taverne Magnan offre ses excuses à son ex-gérante, mais n'en reste pas là ! Le célèbre restaurant en rajoute en disant avoir congédié Mme Chabot parce qu'elle était incompétente.

De toute évidence, le moment était mal choisi pour renvoyer cette employée et régler ses comptes sur la place publique.



Diversifier ses sources pour mieux comprendre

Le lecteur est généralement en mesure de se faire une bonne idée de la nouvelle en ne lisant que le titre. Cependant, le 14 juin 2013, les lecteurs ont été confondus sur Twitter... Du côté de Radio-Canada, on affirme que l'employeur ne peut imposer un alcootest sans motif raisonnable, alors que chez TVA Nouvelles, on affirme que l'employeur est autorisé à soumettre ses employés à des tests de dépistage. C'est mélangeant !!! Un cas typique de verre à moitié vide ou à moitié plein.



Ce « sacré » juron

Souvent associé à la familiarité, à la vulgarité ou à un manque de vocabulaire, le juron est un terme pourtant consciemment choisi par celui qui l'utilise pour donner de l'intensité à son discours ou pour exprimer un sentiment tel que la colère, la douleur, l'indignation ou la surprise. Un juron est un terme blasphématoire ou grossier qui sert également à mettre de l'emphase sur une pensée ou carrément à injurier quelqu'un.

Comme les médias sont partout présents dans notre quotidien, l'équipe d'Influence Communication s'est intéressée à l'utilisation des jurons dans l'espace médiatique québécois. Quelle place occupent-ils ? Lequel est le plus populaire ? Dans quel contexte, dans quelle émission et par qui sont-ils le plus souvent utilisés ? Les questions étaient si nombreuses que nous avons décidé d'en faire l'objet d'une étude.

MAUDIT QUE C'EST POPULAIRE !

Pour les 12 255 « maudit » recensés dans les médias québécois entre le 1^{er} septembre 2012 et le 31 août 2013 :

1 163 publiés dans les journaux

1 925 prononcés à la télé

9 167 entendus à la radio

En plus d'être bien présente dans nos médias, l'utilisation du blasphème est démocratique, puisque tous les représentants de la société en font usage : le politicien, le travailleur en grève, le matricule 728 en service, l'étudiant qui manifeste, le citoyen pris dans un embouteillage, aussi bien que l'animateur de radio essayant d'obtenir une réponse d'un intervenant évasif.

« *Ton calisse de maudit*

Colisée » - La citoyenne Murielle Bergeron apostrophant le maire Labeaume

Soulignons que le bon peuple s'exprime quotidiennement dans les médias et qu'il est plus enclin à utiliser le juron que le journaliste de métier, ce qui explique entre autres la 4^e position du Téléjournal dans le classement des émissions où l'on sacré le plus. Il est très rare qu'un lecteur de nouvelles prononce le blasphème lui-même.

Globalement, six contextes favorisent l'utilisation des jurons :

- Discussions et commentaires entre animateurs/chroniqueurs
- Entrevues
- Lignes ouvertes
- Vox-pop
- Reportages culturels, pensons à *Tabarnak*, *l'expo qui jure*, ou même aux extraits des spectacles de Mike Ward !
- Reportages sur des thèmes spécifiques tels que la circulation, les syndicats et la collusion/corruption.

Le top 10 des jurons

Rang	Juron
1	Maudit
2	Tabarouette
3	Merde
4	Tabarnouche
5	Décriisser
6	Cibole
7	Calvaire
8	Marde
9	Cimonaque
10	Mauditement

Résultat www.scolarius.com pour ce texte : 183 (universitaire)

@ !!! & ?

Nos médias diffusent en moyenne 98 jurons par jour, soit quatre jurons à l'heure

Enfin, même si nous avons constaté une surreprésentation du sacré et du juron à la radio, son utilisation est aussi présente dans les journaux et à la télévision. L'ensemble de nos médias, que ce soit dans les émissions d'affaires publiques, les reportages culturels, les entrevues, les bulletins de nouvelles ou dans les articles de nos quotidiens, magazines et hebdomadaires de quartier ont abondamment usé du blasphème. Tout comme le colérique Capitaine Haddock de la célèbre bande dessinée *Tintin*, on l'utilise abondamment de 7 à 77 ans, sans égard au sexe, à la religion ou à l'âge. Si nous devons mettre bout à bout tous les jurons prononcés pendant les douze derniers mois, nous serions soumis à une séance d'écoute de près de 22 heures !

Radio X Montréal

a été responsable de 8 % de tous les sacres diffusés en octobre 2012.

À l'heure d'un débat national sur la Charte des valeurs et sur la déconfectionnalisation de l'État québécois, qu'en est-il de la déconfectionnalisation du langage ? Aurons-nous droit à une charte du langage ?

TOP 3 - Radio

Rang	Station de radio
1	CHOI Radio X (Québec)
2	CKYK-FM Radio X (Alma)
3	FM 93 (Québec)

TOP 10 - Télévision

Rang	Émission de télévision
1	Les Francs-tireurs (Télé-Québec)
2	Face-à-Face (V)
3	Dumont (V)
4	Le Téléjournal (Radio-Canada)
5	Infoman (Radio-Canada)
6	Tout le monde en parle (Radio-Canada)
7	Le TVA 18 heures
8	J.E. (TVA)
9	Sucré Salé (TVA)
10	Bazzo.tv (Télé-Québec)



Je suis malade Tu es malade Il est malade

En société, nous accordons de l'importance aux événements marquants : l'élection du PQ en 1976, les référendums de 1980 et de 1995, les tueries de Polytechnique, de Concordia et de Dawson, les inondations au Saguenay en 1996 ou la crise du verglas en 1998. En 2013, la médiatisation de la tragédie de Lac-Mégantic illustre bien ce phénomène.

On serait porté à croire que l'importance d'un événement est directement proportionnelle à sa médiatisation.

L'équipe d'Influence Communication s'est penchée sur la médiatisation de différentes maladies dans les médias québécois. Selon l'arithmétique des grands événements mentionnés plus haut, la couverture médiatique d'une maladie devrait être proportionnelle au nombre de personnes touchées par cette même maladie.

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

Dans cet ordre d'idée, selon les données recueillies, les commotions cérébrales, l'Alzheimer et la dépression seraient les problèmes de santé les plus importants au Québec. Vous vous en doutiez bien, dans les faits, ce n'est pas le cas.

Selon les chiffres de la Société canadienne du cancer, le cancer et les maladies du cœur représentaient les principales causes de décès en 2009 : près de 30 % des décès au Canada étaient attribuables au cancer et 20 % aux maladies du cœur. La médiatisation d'une maladie n'est donc pas directement liée au nombre de cas ou au taux de mortalité qui lui sont associés.

L'intérêt presque « maladif » des Québécois pour le hockey explique sans doute la surmédiatisation chez nous des commotions cérébrales par rapport au reste du Canada. De même, notre intérêt pour les faits divers pourrait expliquer la surmédiatisation de l'Alzheimer : en effet, les personnes atteintes par cette terrible maladie sont trop souvent victimes de disparition ou d'accident. Il semblerait que le quatrième pouvoir n'agisse pas de façon logique...

#MalÀMonMédia

Comment expliquer ce décalage?

Le cas-type : la jolie Angelina...

Angelina Jolie, la plus belle femme de 2006 selon *People*, la plus sexy en 2008 selon *Maxim* et l'actrice la mieux payée en 2013 selon *Forbes* publiait le 14 mai dernier une lettre ouverte dans le *New York Times*. Elle expliquait son choix de subir une double mastectomie préventive.

La bulle médiatique s'empare de l'histoire. On y décortique ce choix très personnel, on pèse le pour et le contre, certains soulignent son courage, d'autres dénoncent une mesure aussi draconienne, on craint qu'un vent de panique souffle sur les femmes atteintes par la même maladie, et les plus cyniques soupçonnent une commandite...

Pour remettre le tout en perspective, précisons que sur les 6 000 Québécoises qui recevront cette année un diagnostic de cancer du sein, environ 300 seront victimes de ce type de cancer. BRCA1, nom donné à ce gène cancérigène, devient l'un des mots les plus recherchés sur la Toile. Le poids médias du gène BRCA1 est près de 4 fois plus élevé entre le 14 et le 30 mai que dans tout le reste de l'année 2013. 77,43 % de toutes les mentions du gène défectueux ont été générées en association avec Angie.

Est-ce la victime qui médiatise la maladie ou la maladie qui médiatise la victime?

Le chiffre qui rend malade : 2,3

Si l'on calcule l'espace médiatique accordé à l'ensemble des maladies dans les médias québécois, cet espace est l'équivalent de 2,3 minutes d'une joute de la Sainte-Flanelle.

Rang	Maladie	Poids médias Québec	Poids médias ROC*	% de Canadiens affectés**
1	Commotion cérébrale	10,34 %	7,23 %	0,11 %
2	Alzheimer	9,82 %	6,60 %	2,14 %
3	Dépression	9,78 %	11,09 %	10,00 %
4	Diabète	5,65 %	9,32 %	6,88 %
5	Cancer du sein	5,46 %	5,71 %	0,07 %
6	Grippe	5,35 %	5,09 %	22,94 %
7	Maladies du cœur	4,78 %	5,33 %	3,73 %
8	Sida	3,34 %	3,21 %	0,01 %
9	Autisme	3,13 %	3,28 %	0,57 %
10	Sclérose en plaques	3,04 %	2,05 %	0,22 %
11	Leucémie	2,60 %	2,44 %	0,02 %
12	Haute pression	2,29 %	2,18 %	15,51 %
13	Arthrite	1,99 %	2,75 %	11,47 %
14	Cancer de la prostate	1,70 %	2,05 %	0,08 %
15	Pneumonie	1,57 %	1,74 %	0,72 %
16	Schizophrénie	1,53 %	1,51 %	0,01 %
17	Cancer du poumon	1,43 %	1,83 %	0,07 %
18	Asthme	1,40 %	1,64 %	8,60 %
19	Déficit de l'attention et hyperactivité	1,35 %	0,87 %	4,45 %
	AUTRES	23,50 %	24,10 %	
	TOTAL	100,00 %	100,00 %	

* Médias du Canada, sauf le Québec (Rest Of Canada)

** Données tirées de différentes sources telles que Statistiques Canada ou l'association représentant la maladie concernée

L'échelle du CH

L'omniprésence du hockey dans nos médias est devenue avec le temps un point de référence. Chez Influence, on en est venu à utiliser la médiatisation du CH comme mesure étalon.

Certes, le résultat de chacune des parties génère un certain poids, mais le bruit entourant l'équipe et le bavardage des émissions de sport constituent un volume de couverture gigantesque chaque semaine. Que ce soient les sympathiques divagations de Ron, les amusantes montées de lait du « baron » ou les savantes analyses de François Gagnon, l'ensemble de la couverture accordée au thème du CH constitue chaque année l'élite de l'actualité.

En fait, si l'on examinait le thème des Canadiens de Montréal au même titre que celui de l'économie ou de l'environnement, il se classerait au 3^e rang en 2013 derrière les faits divers et la politique provinciale.

Avec 78 % des nouvelles du sport allouées aux Canadiens de Montréal, on en arrive à plus de 12 % de l'ensemble de l'actualité générée par la Sainte-Flanelle. C'est 71 % de plus qu'en 2012. Normal, direz-vous ? Il y a eu un lock-out en 2012. Bon, alors soulignons que les médias québécois ont accordé 26 % plus de couverture au CH en 2013 qu'en 2011.

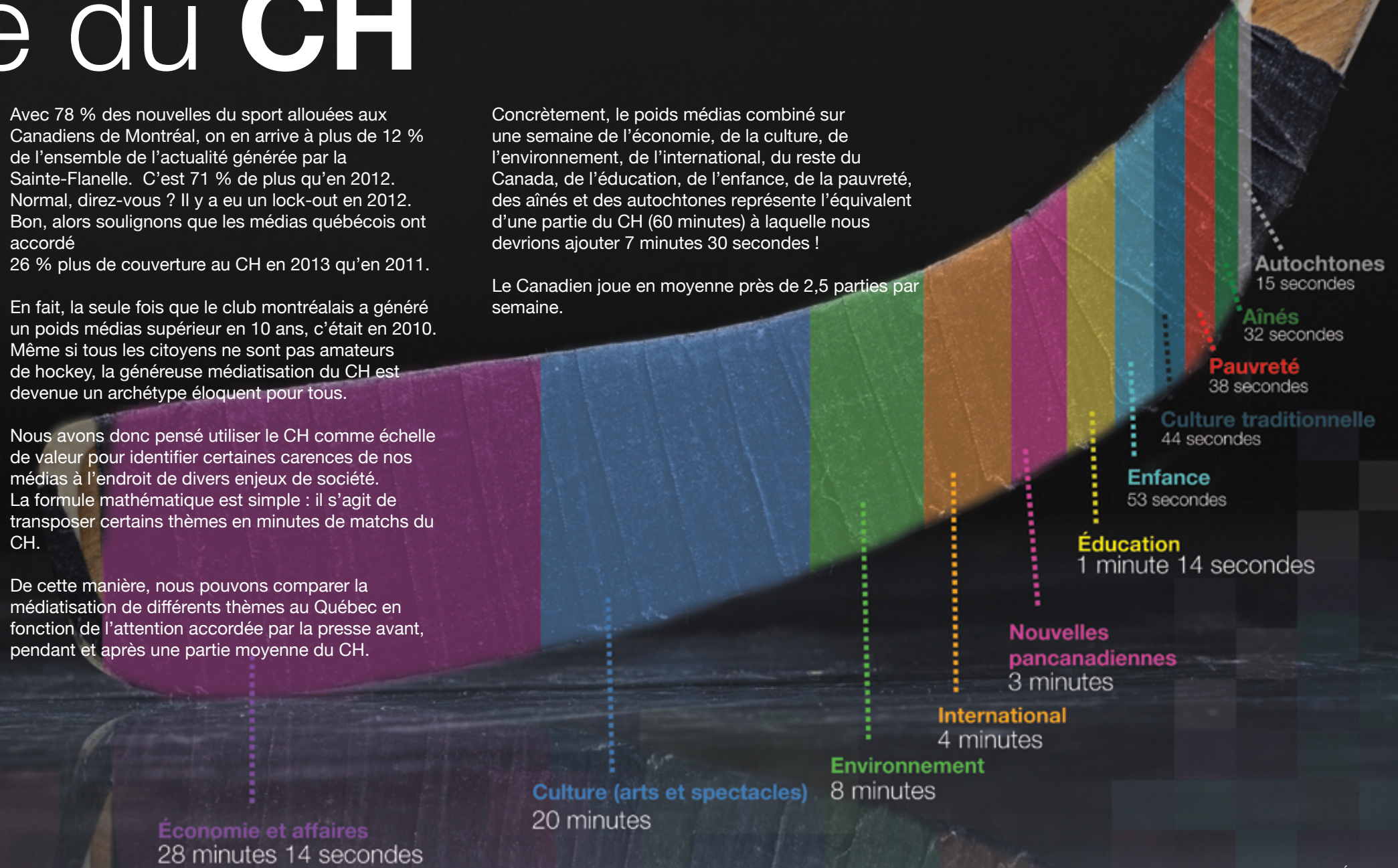
En fait, la seule fois que le club montréalais a généré un poids médias supérieur en 10 ans, c'était en 2010. Même si tous les citoyens ne sont pas amateurs de hockey, la généreuse médiatisation du CH est devenue un archétype éloquent pour tous.

Nous avons donc pensé utiliser le CH comme échelle de valeur pour identifier certaines carences de nos médias à l'endroit de divers enjeux de société. La formule mathématique est simple : il s'agit de transposer certains thèmes en minutes de matchs du CH.

De cette manière, nous pouvons comparer la médiatisation de différents thèmes au Québec en fonction de l'attention accordée par la presse avant, pendant et après une partie moyenne du CH.

Concrètement, le poids médias combiné sur une semaine de l'économie, de la culture, de l'environnement, de l'international, du reste du Canada, de l'éducation, de l'enfance, de la pauvreté, des aînés et des autochtones représente l'équivalent d'une partie du CH (60 minutes) à laquelle nous devrions ajouter 7 minutes 30 secondes !

Le Canadien joue en moyenne près de 2,5 parties par semaine.



Résultat www.scolarius.com pour ce texte : 141 (collégial)

État de la nouvelle : Bilan 2013



Depuis l'arrivée de Facebook et de Twitter, les opinions de tout un chacun sont constamment exposées publiquement. Ces espaces virtuels peuvent donner lieu au meilleur comme au pire, et ce sont souvent les personnalités connues qui font les frais des dérapages virtuels. D'autant plus qu'aujourd'hui la plupart des émissions de télévision ou de radio possèdent leur compte Twitter.

Derrière leur ordinateur, plusieurs se sentent intouchables et se permettent d'insulter les vedettes par le biais des réseaux sociaux. Ces messages disgracieux sont appelés « flames » et sont habituellement publiés par un « troll » qui cherche la provocation. Le conseil à suivre pour les victimes de ces messages est de ne pas mordre à l'hameçon. Sur Twitter, il suffit parfois d'évaluer le nombre d'abonnés du flameur ou du troll pour mieux doser sa réaction.

Le côté obscur des médias sociaux

Nous avons tendance à croire que la disparition de filtres entre les citoyens et les personnalités publiques est la cause du problème, ainsi que le phénomène de démocratisation du processus de diffusion de l'information. Un individu avec suffisamment d'abonnés devient en quelque sorte son propre média.

Malheureusement, le phénomène du cyberharcèlement est grandissant, et les personnalités publiques actives sur les réseaux sociaux doivent composer avec cette triste réalité. Le système judiciaire québécois commence à s'adapter à cette nouvelle forme de diffamation et condamne de plus en plus les auteurs de cyberharcèlement. La liberté d'expression a parfois un prix à payer, surtout si vous sombrez dans la vulgarité et les attaques gratuites.

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

Le flaming (flames), anglicisme que l'on peut traduire par « propos injurieux », est une pratique consistant à poster des messages délibérément hostiles, insultants, et généralement avec l'intention de créer un conflit au sein d'un groupe de discussion (sur Usenet), d'un forum (sur un site web) ou d'une liste de diffusion (par courrier électronique). De tels messages sont appelés « flames ».

En argot Internet, un « troll » est une personne qui participe à une discussion ou un débat dans le but de susciter ou de nourrir artificiellement une polémique, et plus généralement de perturber l'équilibre de la communauté concernée.

Source : Wikipédia

Source : Wikipédia

2013 DANS LES MÉDIAS

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

Quelques exemples au fil du temps

Novembre 2013 : un tweet du nouveau maire de Montréal, Denis Coderre, sur les mauvaises performances du joueur des Canadiens David Desharnais enflamme les réseaux sociaux.



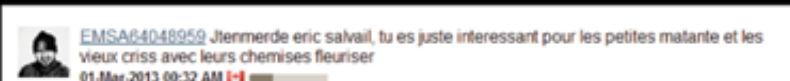
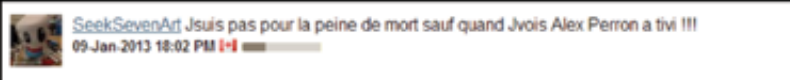
En 24 heures, l'incident génère plus de 12 000 messages sur Twitter. En plus de s'attirer les foudres de plusieurs fans des Canadiens et même de l'organisation, Denis Coderre est invité par RDS et TVA à venir s'expliquer en ondes dans le cadre des émissions L'Antichambre et Le Match.

Janvier 2012 : un pigiste de l'agence QMI (Québecor) insulte Véronique Cloutier sur Twitter. Jorge Contreras affirme publiquement qu'il n'est pas l'auteur de ces tweets, que son compte Twitter a été piraté... Il s'en sortira sans réprimande.

Printemps 2011 : un citoyen de Montréal, Jean-François Champagne, harcèle et insulte un grand nombre de personnalités publiques par l'entremise du réseau Twitter. Il est condamné à 140 heures de travaux communautaires.

Novembre 2010 : Cœur de Pirate est insultée et humiliée sur Twitter par un animateur de radio du Saguenay-Lac-Jean. Maxime Roberge, de la station 96,9 fm, a notamment qualifié la chanteuse de « plotte laide » et de « Cœur de plotte sale ». Il est congédié quelques jours plus tard par Astral Média.

Voici quelques tweets plutôt disgracieux à l'égard de certaines vedettes québécoises :



Palmarès des personnalités québécoises ayant le plus d'abonnés Twitter



1# Georges St-Pierre
863 994 abonnés



2# Justin Trudeau
278 075 abonnés



3# Pierre Bouvier *
276 432 abonnés



4# Dominic Arpin
228 007 abonnés



5# Guy A. Lepage
223 187 abonnés



6# Véronique Cloutier
180 774 abonnés



7# Maxime Talbot
172 141 abonnés



8# Jean Pascal
153 417 abonnés



9# Céline Dion
138 746 abonnés



10# Sébastien Lefebvre *
134 431 abonnés

NOTE :

- les images sont celles utilisées par les personnalités dans leur compte Twitter.
- (*) Musiciens du groupe Simple Plan



PALMARÈS **NOUVELLES**

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'arrestation du maire de Montréal Michael Applebaum, le 17 juin 2013, a fait jaser dans une soixantaine de pays à travers le monde. La nouvelle a même été rapportée jusqu'en Inde et au Pakistan.



PALMARÈS POLITIQUE QUÉBÉCOISE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Élection de Denis Coderre à la mairie de Montréal	Novembre	10,50 %
2	Dévoilement du contenu de la Charte des valeurs	Septembre	9,54 %
3	Campagne électorale municipale de Montréal	Octobre	7,27 %
4	Témoignage de Gérald Tremblay et de Gilles Cloutier à la commission Charbonneau	Mai	5,93 %
5	Arrestation de Michael Applebaum, maire de Montréal	Juin	4,91 %
6	Lucien Bouchard et Jacques Parizeau unis contre la Charte des valeurs	Octobre	4,55 %
7	Dépôt officiel de la Charte des valeurs québécoises à l'Assemblée nationale	Novembre	4,32 %
8	Commission Charbonneau : témoignage de Rosaire Sauriol de Dessau	Mars	4,30 %
9	Charte des valeurs : les Janette se lancent dans le débat	Octobre	4,24 %
10	Rentrée d'automne de la commission Charbonneau	Septembre	3,89 %



PALMARÈS POLITIQUE CANADIENNE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Budget fédéral de Jim Flaherty	Mars	5,03 %
2	Grève de la faim de Theresa Spence : mouvement Idle No More des Premières Nations	Janvier	2,65 %
3	Complot terroriste déjoué par la GRC dans un train Via Rail sur la ligne Toronto-New York	Avril	2,19 %
4	Discours du trône : Ottawa fait vœu d'équilibre budgétaire	Octobre	2,03 %
5	Sénat du Canada : affaire Duffy-Wright	Mai	2,02 %



PALMARÈS ÉCONOMIE ET AFFAIRES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Entente historique Rogers/LNH : la LNH et le CH à TVA Sports au Québec	Décembre	6,17 %
2	Grève dans l'industrie de la construction au Québec	Juin	3,58 %
3	Mur budgétaire aux États-Unis	Janvier	3,17 %
4	Décès de Paul Desmarais père à l'âge de 86 ans	Octobre	2,47 %
5	Le Parti Québécois annonce un déficit de 2,5 milliards de dollars	Décembre	2,04 %



PALMARÈS ARTS ET CULTURE

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	85 ^e cérémonie des Oscars : deux films québécois sont en nomination	Février	3,85 %
2	55 ^e gala des Grammy Awards	Février	1,99 %
3	66 ^e Festival de Cannes	Mai	1,96 %
4	34 ^e Festival international de Jazz de Montréal	Juillet	1,91 %
5	Spectacle de Céline Dion sur les plaines d'Abraham	Juillet	1,86 %



PALMARÈS SANTÉ

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Crise de l'eau potable à Montréal	Mai	1,99 %
2	Grippe, gastro et urgences débordées partout au Québec	Janvier	1,43 %
3	Double mastectomie d'Angelina Jolie	Mai	1,14 %
4	Décès du Dr Henry Morgentaler	Juin	0,82 %
5	Premier hamburger confectionné avec des cellules souches	Août	0,33 %



PALMARÈS SPORTS

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Lock-out dans la LNH : entente de principe	Janvier	11,53 %
2	Séries éliminatoires dans l'Est : les Canadiens de Montréal éliminés par les Sénateurs d'Ottawa	Mai	9,14 %
3	Superbowl XLVII entre les Ravens de Baltimore et les 49ers de San Francisco	Février	7,29 %
4	Entente historique Rogers/LNH : la LNH et le CH à TVA Sports au Québec	Décembre	6,17 %
5	Camp d'entraînement des Canadiens : Bournival et Tinordi font partie de l'équipe	Septembre	6,05 %
6	Grand Prix de Formule Un du Canada	Juin	4,44 %
7	Marché des joueurs autonomes dans la LNH	Juin	3,13 %
8	Finale de la Coupe Stanley : les Bruins de Boston contre les Blackhawks de Chicago	Juin	3,12 %
9	Matches des Canadiens de Montréal contre les Sénateurs d'Ottawa	Janvier	3,01 %
10	Premier match de la saison des Canadiens de Montréal contre les Maple Leafs de Toronto	Janvier	3,00 %



PALMARÈS QUÉBÉCOIS DES NOUVELLES INTERNATIONALES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Attentat au marathon de Boston : 3 morts et plusieurs blessés	Avril	14,11 %
2	Conclave : l'Argentin Jorge Mario Bergoglio devient le pape François 1 ^{er}	Mars	9,75 %
3	Décès de Nelson Mandela	Décembre	5,81 %
4	Syrie : attaques chimiques et menace de riposte américaine	Septembre	5,67 %
5	Démission du pape Benoît XVI ; spéculations sur sa succession	Février	5,31 %



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

Rang	Évènement	Période de pointe
1	Frasques de Rob Ford	Novembre
2	Tragédie de Lac-Mégantic	Juillet
3	Voyage dans l'espace de Chris Hadfield	Mai
4	Projet Keystone XL	Février
5	Conclave : Marc Ouellet	Mars

* 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	Tragédie de Lac-Mégantic	Juillet	38,93 %
2	Attentat au marathon de Boston : 3 morts et plusieurs blessés	Avril	14,11 %
3	Témoignage de Gérald Tremblay et de Gilles Cloutier à la commission Charbonneau	Mai	5,93 %
4	Arrestation de Michael Applebaum, maire de Montréal	Mai	4,91 %
5	Témoignage de Rosaire Sauriol de Dessau à la commission Charbonneau	Avril	4,30 %



PALMARÈS SCIENCES ET TECHNOLOGIES

Rang	Évènement	Période de pointe	Poids médias sur 7 jours
1	Fairfax Financial offre d'acheter Blackberry	Septembre	1,22 %
2	Retour de Chris Hadfield sur Terre	Mai	0,84 %
3	Dévoilement du iPhone 5s et du iPhone 5c	Septembre	0,74 %
4	Le Dreamliner de Boeing interdit de vol dans le monde entier	Janvier	0,64 %
5	Rumeurs sur l'arrivée de Verizon au Canada	Septembre	0,25 %



PALMARÈS ENTREPRISES AU QUÉBEC

Rang 2012	Rang 2013	Entreprise	Logo	Poids médias
1	1	Hydro-Québec		7,83 %
2	2	Québecor		5,53 %
11	3	Bombardier		4,34 %
9	4	Desjardins		3,28 %
10	5	Société des alcools du Québec		3,11 %
3	6	Molson Coors		2,86 %
8	7	Banque de Montréal		2,49 %
17	8	Telus		2,48 %
14	9	Toyota		2,40 %
21	10	SNC-Lavalin		2,30 %
16	11	Honda		2,21 %
12	12	General Motors		2,14 %
18	13	Loto-Québec		2,09 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**














Soulignons l'entrée d'Enbridge et de Research In Motion (maintenant Blackberry) dans le palmarès annuel : la première en raison de son projet pancanadien d'oléoduc et la seconde en raison de ses déboires économiques suivis de changements majeurs au niveau de ses orientations et de sa direction. Chez SNC-Lavalin, ce sont des soupçons de corruption qui ont soulevé l'intérêt des médias et qui expliquent sa progression. Sur une note plus positive, Bombardier a grimpé dans le palmarès en raison de l'envol de sa nouvelle CSeries.

Rang 2012	Rang 2013	Entreprise	Logo	Poids médias
24	14	Saputo		2,06 %
25	15	Canadian Tire		2,05 %
4	16	Caisse de dépôt et placement du Québec		2,03 %
7	17	Air Canada		2,00 %
20	18	Banque Scotia		1,97 %
5	19	Rio Tinto Alcan		1,95 %
23	20	Walmart		1,95 %
-	21	Chemins de fer nationaux du Canada		1,79 %
-	22	Research In Motion (Blackberry)		1,70 %
22	23	Banque Royale du Canada		1,70 %
-	24	Enbridge		1,50 %
-	25	Cascades		1,45 %

PALMARÈS NOUVELLES



PALMARÈS ENTREPRISES AU CANADA

Rang 2012	Rang 2013	Entreprise	Logo	Poids médias
4	1	Banque Scotia		3,73 %
3	2	Toyota		3,68 %
5	3	Banque de Montréal		3,61 %
2	4	Chemin de fer Canadien Pacifique		3,60 %
8	5	Banque Royale du Canada		3,49 %
1	6	Honda		3,39 %
6	7	Air Canada		3,20 %
7	8	General Motors		2,99 %
11	9	Tim Hortons		2,71 %
24	10	Research In Motion (Blackberry)		2,70 %
10	11	Walmart		2,61 %
19	12	Canadian Tire		2,46 %
20	13	Rogers Communications		2,45 %


Rang 2012	Rang 2013	Entreprise	Logo	Poids médias
14	14	Telus		2,43 %
21	15	Chemins de fer nationaux du Canada		2,22 %
18	16	Banque canadienne impériale de commerce		2,16 %
9	17	Enbridge		2,12 %
-	18	TransCanada Corp		1,98 %
15	19	Chrysler Canada		1,92 %
12	20	Hydro-Québec		1,64 %
20	21	Molson Coors		1,62 %
-	22	Bombardier Inc.		1,47 %
17	23	Québecor		1,43 %
23	24	Ford		1,33 %
-	25	Mercedes-Benz		1,21 %
22	25	BCE		1,21 %











PALMARÈS PERSONNALITÉS

LE SAVIEZ-VOUS ?

Si on rassemblait tous les articles de journaux sur le bébé royal publiés dans le monde pendant 24 heures, on pourrait remplir un journal pendant 3,5 années.



PERSONNALITÉS DE 2013 PAR SECTEURS D'ACTUALITÉ

	Personnalité politique	Pauline Marois
	Personnalité sportive	Michel Therrien
	Personnalité affaires	Pierre Karl Péladeau
	Personnalité judiciaire	France Charbonneau
	Personnalité spectacles	Céline Dion
	Personnalité internationale	Barack Obama
	Entreprise de l'année	Hydro-Québec
	Personnalité médias	Richard Martineau



LE TOP 50 DES PERSONNALITÉS QUI ONT FAIT LA NOUVELLE EN 2013 AU QUÉBEC

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	PK Subban	1,46 %
6	Marc Bergevin	1,12 %
7	Jean Charest	1,11 %
8	Barack Obama	1,08 %
9	Alex Galchenyuk	0,99 %
10	Max Pacioretty	0,99 %
11	Brendan Gallagher	0,94 %
12	Lars Eller	0,87 %
13	David Desharnais	0,81 %
14	Brandon Prust	0,81 %
15	Brian Gionta	0,80 %

Rang	Nom	Poids médias
16	Régis Labeaume	0,79 %
17	Michael Applebaum	0,78 %
18	Philippe Couillard	0,74 %
19	Tomas Plekanec	0,70 %
20	François Legault	0,65 %
21	Andrei Markov	0,65 %
22	Rene Bourque	0,59 %
23	Josh Gorges	0,59 %
24	Justin Trudeau	0,59 %
25	Colette Roy-Laroche	0,55 %
26	Réjean Hébert	0,54 %
27	Gérald Tremblay	0,53 %
28	Patrick Roy	0,52 %
29	Daniel Brière	0,52 %
30	Raphael Diaz	0,51 %
31	Denis Coderre	0,51 %
32	Peter Budaj	0,49 %
33	Sylvain Gaudreault	0,47 %
34	Céline Dion	0,46 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**



PERSONNALITÉS DE 2012

Rang	Nom	Poids médias
35	Sidney Crosby	0,45 %
36	Agnès Maltais	0,45 %
37	Bernard Drainville	0,45 %
38	Jarred Tinordi	0,44 %
39	Jim Flaherty	0,42 %
40	Nicolas Marceau	0,41 %
41	Yves-François Blanchet	0,40 %
42	Gilles Vaillancourt	0,40 %
43	Pierre Duchesne	0,40 %
44	Jean Tremblay	0,38 %
45	Thomas Mulcair	0,37 %
46	Richard Bergeron	0,36 %
47	Martine Ouellet	0,35 %
48	Jean-François Lisée	0,35 %
49	Novak Djokovic	0,35 %
50	Michael Bournival	0,35 %

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	PK 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	Gilles Duceppe	0,57 %
9	Régis Labeaume	0,54 %
10	Saku Koivu	0,53 %



PERSONNALITÉS POLITIQUE

Rang	Nom	Poids médias
1	Pauline Marois	7,55 %
2	Stephen Harper	5,08 %
3	Jean Charest	3,50 %
4	Jim Flaherty	3,23 %
5	Régis Labeaume	2,49 %
6	Philippe Couillard	2,32 %
7	François Legault	2,06 %
8	Justin Trudeau	1,86 %
9	Réjean Hébert	1,71 %
10	Denis Coderre	1,60 %
12	René Lévesque	1,47 %
14	Bernard Drainville	1,40 %
15	Gérald Tremblay	1,36 %
18	Michael Applebaum	1,21 %
21	Thomas Mulcair	1,18 %
32	Colette Roy-Laroche	0,77 %
61	Rob Ford	0,39 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**



PERSONNALITÉS SPORTS

Rang	Nom	Poids médias
1	Michel Therrien	3,58 %
2	Carey Price	2,52 %
3	PK Subban	2,20 %
4	Marc Bergevin	1,70 %
5	Patrick Roy	1,60 %
6	Alex Galchenyuk	1,50 %
7	Max Pacioretty	1,49 %
8	Brendan Gallagher	1,43 %
9	Sidney Crosby	1,38 %
10	Lars Eller	1,31 %
17	Tiger Woods	1,03 %
20	Marco Schällibaum	0,94 %
24	Jim Popp	0,87 %
30	Jean Pascal	0,77 %
38	Serena Williams	0,68 %
49	Sebastian Vettel	0,55 %
75	Georges St-Pierre	0,40 %
107	Alex Harvey	0,28 %

PALMARÈS PERSONNALITÉS



PERSONNALITÉS AFFAIRES

Rang	Nom	Poids médias
1	Pierre Karl Péladeau	11,48 %
2	Ed Burkhardt	8,46 %
3	Geoff Molson	7,87 %
4	Paul Desmarais	6,20 %
5	Mark Carney	5,83 %
6	Guy Laliberté	4,95 %
7	Thierry Vandal	4,57 %
8	Pierre Duhaime	4,46 %
9	Joey Saputo	4,31 %
10	Steve Jobs	4,01 %
11	Monique F. Leroux	3,73 %
12	Warren Buffet	3,73 %
15	Gilbert Rozon	3,05 %
19	Daniele Henkel	2,12 %



PERSONNALITÉS JUDICIAIRE

Rang	Nom	Poids médias
1	France Charbonneau	7,35 %
2	Bernard Trépanier	5,50 %
3	Frank Zampino	5,07 %
4	Tony Accurso	4,85 %
5	Arthur Porter	4,41 %
6	Michel Lalonde	4,32 %
7	Michel Arsenault	3,68 %
8	Gilles Cloutier	3,27 %
9	Jocelyn Dupuis	3,27 %
10	Martin Dumont	2,64 %
11	Luka Rocco Magnotta	2,61 %
13	Vito Rizzuto	2,45 %
15	Oscar Pistorius	2,02 %
25	Guy Turcotte	1,24 %
53	Geneviève Sabourin	0,32 %



PERSONNALITÉS CULTURE

SS

Rang	Nom	Poids médias
1	Céline Dion	2,10 %
2	The Beatles	1,36 %
3	Marie-Mai	1,35 %
4	Denis Villeneuve	1,18 %
5	Paul McCartney	0,88 %
6	Louis-Jean Cormier	0,87 %
7	Ariane Moffatt	0,86 %
8	Jean-Pierre Ferland	0,84 %
9	Xavier Dolan	0,84 %
10	Madonna	0,83 %
15	Lisa Leblanc	0,73 %
16	Rihanna	0,72 %
21	Justin Bieber	0,63 %
23	Michael Jackson	0,63 %
26	Cœur de Pirate	0,60 %
29	Arcade Fire	0,57 %
43	Guy A. Lepage	0,51 %



PERSONNALITÉS INTERNATIONAL

Rang	Nom	Poids médias
1	Barack Obama	6,90 %
2	Tiger Woods	2,14 %
3	François 1 ^{er}	2,10 %
4	Rafael Nadal	2,01 %
5	The Beatles	1,91 %
6	Novak Djokovic	1,81 %
7	Benoît XVI	1,76 %
7	Mohamed Morsi	1,76 %
8	François Hollande	1,67 %
9	Vladimir Poutine	1,64 %
10	Bachar al-Assad	1,58 %
13	Nelson Mandela	1,40 %



PERSONNALITÉS MÉDIAS

Rang	Nom	Poids médias
1	Richard Martineau	5,94 %
2	Stéphane Laporte	4,84 %
3	Julie Snyder	3,58 %
4	Guy A. Lepage	3,22 %
5	Véronique Cloutier	3,05 %
6	Éric Salvail	2,86 %
7	Mario Dumont	2,65 %
8	Antoine Bertrand	2,60 %
9	Charles Lafortune	2,52 %
10	Denise Bombardier	2,46 %



TOP 50 DES DÉPUTÉS QUÉBÉCOIS SIÉGEANT À L'ASSEMBLÉE NATIONALE*

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2013		Poids médias 2012
1	Pauline Marois	PQ	18,13 %	↑	11,70 %
2	Jean Charest	PLQ	8,40 %	↓	13,74 %
3	Philippe Couillard	PLQ	5,57 %	↑	—
4	François Legault	CAQ	4,94 %	↓	7,57 %
5	Réjean Hébert	PQ	4,10 %	↑	0,97 %
6	Sylvain Gaudreault	PQ	3,57 %	↑	1,03 %
7	Agnès Maltais	PQ	3,39 %	↑	0,86 %
8	Bernard Drainville	PQ	3,37 %	↑	1,13 %
9	Nicolas Marceau	PQ	3,08 %	↑	1,58 %
10	Yves-François Blanchet	PQ	3,06 %	↑	0,65 %
11	Pierre Duchesne	PQ	2,87 %	↑	1,00 %
12	Martine Ouellet	PQ	2,65 %	↑	0,89 %
13	Jean-François Lisée	PQ	2,64 %	↑	1,43 %
14	Marie Malavoy	PQ	1,97 %	↑	0,55 %
15	Alexandre Cloutier	PQ	1,81 %	↑	0,59 %
16	Stéphane Bédard	PQ	1,77 %	↑	0,79 %
17	Stéphane Bergeron	PQ	1,58 %	↑	0,50 %
18	François Gendron	PQ	1,46 %	↑	—
19	Jacques Duchesneau	CAQ	1,40 %	↓	1,86 %
20	Pierre Moreau	PLQ	1,36 %	↑	1,22 %
21	Amir Khadir	QS	1,36 %	↓	2,33 %
22	Françoise David	QS	1,33 %	↓	1,81 %
23	Jean-Marc Fournier	PLQ	1,27 %	↓	1,36 %

* À l'exception de Jean Charest, qui n'occupe pas de siège à l'Assemblée nationale depuis sa défaite électorale du 4 septembre 2012 et de sa démission à titre de chef du parti. (NOTE: Philippe Couillard a été élu en décembre dans Outremont).

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2013		Poids médias 2012
24	Maka Kotto	PQ	1,21 %	↑	—
25	Nicole Léger	PQ	1,21 %	↑	—
26	Bertrand St-Arnaud	PQ	1,20 %	↑	—
27	Véronique Hivon	PQ	1,19 %	↑	—
28	Élaine Zakaïb	PQ	1,17 %	↑	—
29	Diane De Courcy	PQ	1,13 %	↑	0,40 %
30	Pierre Paradis	PLQ	0,90 %	↑	0,44 %
31	Léo Bureau-Blouin	PQ	0,89 %	↑	—
32	Pascal Bérubé	PQ	0,88 %	↑	—
33	Denis Trottier	PQ	0,72 %	↑	0,41 %
34	Yves Bolduc	PLQ	0,66 %	↓	1,92 %
35	François Bonnardel	CAQ	0,65 %	↑	0,60 %
36	Daniel Breton	PQ	0,64 %	↓	0,70 %
37	Christian Dubé	CAQ	0,64 %	↑	—
38	Luc Trudel	PQ	0,59 %	↑	—
39	Robert Poëti	PLQ	0,57 %	↑	—
40	Noëlla Champagne	PQ	0,47 %	↑	—
41	Gérard Deltell	CAQ	0,47 %	↓	0,74 %
42	Danielle St-Amand	PLQ	0,47 %	↑	0,40 %
43	Julie Boulet	PLQ	0,44 %	↓	0,71 %
44	Sam Hamad	PLQ	0,43 %	↓	1,17 %
45	Christine St-Pierre	PLQ	0,43 %	↓	0,76 %
46	Sylvain Lévesque	CAQ	0,43 %	↑	—
47	Nathalie Roy	CAQ	0,40 %	↑	—
48	Dave Turcotte	PQ	0,39 %	↑	—
49	Jean-Marie Claveau	PQ	0,37 %	↑	—
50	Donald Martel	PQ	0,36 %	↑	—



TOP 20 DES DÉPUTÉS CANADIENS SIÉGEANT À LA CHAMBRE DES COMMUNES

Rang	Nom	Parti	Poids médias 2013		Poids médias 2012
1	Stephen Harper	PC	22,99 %	↑	21,56 %
2	Justin Trudeau	PLC	8,42 %	↑	2,65 %
3	Jim Flaherty	PC	5,44 %	↑	4,60 %
4	Peter MacKay	PC	4,88 %	↑	2,35 %
5	Thomas Mulcair	NPD	4,17 %	↓	4,40 %
6	John Baird	PC	3,39 %	↑	2,88 %
7	Joe Oliver	PC	3,06 %	↑	1,35 %
8	Marc Garneau	PLC	2,45 %	↑	0,95 %
9	Tony Clement	PC	2,41 %	↑	1,20 %
10	Peter Kent	PC	2,23 %	↑	1,24 %
11	Jason Kenney	PC	2,07 %	↓	2,38 %
12	Rob Nicholson	PC	1,97 %	↑	1,08 %
13	Stéphane Dion	PLC	1,90 %	↑	0,96 %
14	Nathan Cullen	NPD	1,80 %	↑	1,18 %
15	Diane Finley	PC	1,79 %	↑	—
16	Leona Aglukkaq	PC	1,77 %	↑	—
17	Bob Rae	PLC	1,70 %	↓	4,12 %
18	Gerry Ritz	PC	1,63 %	↑	0,97 %
19	Julian Fantino	PC	1,53 %	↑	—
20	James Moore	PC	1,42 %	↑	1,14 %
24	Bev Oda	PC	1,31 %		0,92 %
35	Elizabeth May	Vert	0,72 %		0,72 %
44	Maxime Bernier	PC	0,45 %		—

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

Nom	Province	2013		2012
Pauline Marois	Québec	21,68 %	↓	28,83 %
Alison Redford	Alberta	19,42 %	↓	20,93 %
Dalton McGuinty et Kathleen Wynne	Ontario	15,80 %	↑	14,98 %
Christy Clark	Colombie-Britannique	13,56 %	↑	13,45 %
Brad Wall	Saskatchewan	7,64 %	↑	7,04 %
Darrell Dexter et Stephen McNeil	Nouvelle-Ecosse	7,30 %	↑	4,29 %
David Alward	Nouveau-Brunswick	4,73 %	↑	1,90 %
Kathy Dunderdale	Terre-Neuve et Labrador	3,41 %	↑	2,55 %
Greg Selinger	Manitoba	2,68 %	↑	2,01 %
Robert Ghiz	Île-du-Prince-Édouard	1,67 %	↓	2,59 %
Bob McLeod	Territoires du Nord-Ouest	1,08 %	↑	0,72 %
Eva Aariak et Peter Taptuna	Nunavut	0,84 %	↑	0,46 %
Darrell Pasloski	Yukon	0,20 %	↓	0,25 %
		100 %		100 %



PALMARÈS INTERNATIONAUX

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le lendemain de l'annonce du décès de Nelson Mandela, environ 40 % des quotidiens de la planète traitait de la nouvelle à la une, ce qui représente l'équivalent d'un quotidien complet pendant 625 jours.



PALMARÈS INTERNATIONAUX

LE TOP 25 DES NOUVELLES DANS LES MÉDIAS DE 160 PAYS EN 2013

Rang	Évènement	Poids médias
1	Crise politique en Syrie	5,41 %
2	Changements climatiques	5,06 %
3	Obamacare	4,06 %
4	Programme secret de surveillance des communications aux États-Unis ; Edward Snowden en cavale	3,62 %
5	Assermentation de Barack Obama	3,18 %
6	Commémoration du 11 septembre	3,04 %
7	Guerre en Afghanistan	2,84 %
8	Iran : dossier nucléaire	2,83 %
9	Élections en Italie	2,69 %
10	Décès de Nelson Mandela	2,51 %
11	Situation politique en Irak	1,95 %
12	Troubles politiques en Égypte	1,66 %
13	Tension et crise entre Israël et la Palestine	1,52 %
14	Élections au Pakistan	1,51 %

Rang	Évènement	Poids médias sur 7 jours
15	Décès d'Hugo Chávez	1,44 %
16	Crise économique dans la zone euro	1,19 %
17	Crise et guerre au Mali : la France envoie des troupes	1,18 %
18	Corée du Nord : dossier nucléaire	1,15 %
19	Décès de Margaret Thatcher	0,90 %
20	Manifestations en Turquie	0,84 %
21	Problèmes économiques et mesures d'austérité en Espagne	0,74 %
22	Mur budgétaire aux États-Unis	0,56 %
23	Crise économique, sociale et politique en Grèce	0,56 %
24	Élections en Iran : un nouveau président, Hassan Rohani	0,54 %
25	WikiLeaks : Bradley Manning est reconnu coupable d'espionnage, mais pas de collusion avec l'ennemi	0,49 %
27	Sommet du G20 à Saint-Petersbourg	0,47 %
33	Élections au Venezuela suite à la mort d'Hugo Chávez	0,25 %
36	Loi « anti-gai » en Russie	0,25 %
38	Angela Merkel remporte les élections en Allemagne	0,23 %



PALMARÈS INTERNATIONAUX POLITIQUE

Rang	Évènement
1	Crise politique en Syrie
2	Changements climatiques
3	Obamacare
4	Programme secret de surveillance des communications aux États-Unis ; Edward Snowden en cavale
5	Assermentation de Barack Obama
6	Commémoration du 11 septembre
7	Guerre en Afghanistan
8	Iran : dossier nucléaire
9	Élections en Italie
10	Situation politique en Irak
11	Troubles politiques en Égypte
14	Décès d'Hugo Chávez
18	Décès de Margaret Thatcher
40	Crise entourant Rob Ford



PALMARÈS INTERNATIONAUX FAITS DIVERS ET JUDICIAIRES

Rang	Évènement
1	Attentat au marathon de Boston
2	État de santé fragile suivi du décès de Nelson Mandela
3	Le virus de la grippe aviaire H7N9
4	Lampedusa : un naufrage fait 130 morts et 200 disparus
5	Naissance du bébé royal de Kate Middleton et du prince William
6	Viol collectif en Inde
7	Attentat terroriste dans un centre commercial à Nairobi
8	George Zimmerman est acquitté du meurtre de Trayvon Martin
9	Démêlés juridiques de Julian Assange
10	WikiLeaks : Bradley Manning est reconnu coupable d'espionnage, mais pas de collusion avec l'ennemi
11	Oscar Pistorius est arrêté pour le meurtre de sa femme
13	Trois femmes séquestrées à Cleveland : Ariel Castro formellement accusé
27	Tragédie ferroviaire à Lac-Mégantic



PALMARÈS INTERNATIONAUX CULTURE

Rang	Évènement
1	55 ^e cérémonie des Grammy
2	85 ^e cérémonie des Oscars
3	66 ^e Festival de Cannes
4	71 ^e cérémonie des Golden Globes
5	Sortie dans les cinémas de <i>Iron Man 3</i>



PALMARÈS INTERNATIONAUX TECHNOLOGIES

Rang	Évènement
1	Dévoilement du iPhone 5c et 5s
2	Twitter entre en bourse
3	Apple : premier recul en 10 ans
4	Dell va quitter la Bourse, racheté par son PDG
5	Galaxy S4 : les fuites se multiplient et Samsung entretient le buzz

PALMARÈS INTERNATIONAUX ÉCONOMIE



Rang	Évènement
1	Crise économique dans la zone euro
2	Problèmes économiques et mesures d'austérité en Espagne
3	Mur budgétaire aux États-Unis
4	Crise économique, sociale et politique en Grèce
5	Sommet du G20 à Saint-Petersbourg

PALMARÈS INTERNATIONAUX SPORTS



Rang	Évènement
1	Tennis : US Open
2	Super Bowl entre les 49ers de San Francisco et les Ravens de Baltimore
3	Tour de France
4	Séries mondiales au baseball
5	Internationaux de tennis d'Australie



PALMARÈS INTERNATIONAUX CATASTROPHES NATURELLES

Rang	Évènement
1	Typhon Haiyan (Yolanda) aux Philippines
2	La saison des tornades s'abat sur l'Oklahoma
3	Cyclone Mahasen en Inde, au Bangladesh, en Birmanie et en Thaïlande
4	Série de cyclones en Inde en octobre et novembre (Phailin, Lehar)
5	Typhon Usagi aux Philippines, à Hong Kong, à Taïwan et dans le Sud de la Chine



PALMARÈS INTERNATIONAUX LES DÉCÈS LES PLUS MÉDIATISÉS

Rang	Évènement	Date du décès	Cause
1	Nelson Mandela, figure politique (Afrique du Sud)	5 décembre	Mort naturelle
2	Hugo Chávez, président du Venezuela	5 mars	Cancer
3	Margaret Thatcher Ex-première ministre du Royaume-Uni	8 avril	ACV
4	Paul Walker, acteur (<i>Rapides et dangereux</i>)	30 novembre	Accident de voiture
5	Ariel Castro, meurtrier	3 septembre	Pendu dans sa cellule
6	Tamerlan Tsarnaev, terroriste (marathon de Boston)	19 avril	Blessures par balles
7	Lou Reed, musicien	27 octobre	Maladie du foie
8	James Gandolfini, acteur (<i>Soprano</i>)	19 juin	Crise cardiaque
9	Cory Monteith, acteur (<i>Glee</i>)	13 juillet	Overdose
10	David Frost, journaliste	31 août	Crise cardiaque



PALMARÈS INTERNATIONAUX LES CHEFS D'ÉTAT ET POLITICIENS LES PLUS MÉDIATISÉS EN 2013

Rang	Nom	Pays	Poids médias
1	Barack Obama	États-Unis	17,88 %
2	Angela Merkel	Allemagne	5,38 %
3	David Cameron	Royaume-Uni	4,62 %
4	Vladimir Poutine	Russie	3,87 %
5	François Hollande	France	3,85 %
6	Mariano Rajoy	Espagne	3,53 %
7	Bachar al-Assad	Syrie	3,44 %
8	Silvio Berlusconi	Italie	3,35 %
9	Nelson Mandela	Afrique du Sud	2,63 %
10	Manmohan Singh	Inde	2,38 %
11	John Boehner	États-Unis	2,33 %
12	Tony Abbott	Australie	2,20 %
13	Ban Ki-moon	ONU	2,13 %

Au 24^e rang en 2012, 22^e rang en 2011 et 15^e rang en 2010, Stephen Harper glisse au 59^e rang des politiciens les plus médiatisés dans le monde en 2013.

Barack Obama occupe le premier rang depuis 2008. En 2007, George W. Bush occupait le 1^{er} rang.

Rang	Nom	Pays	Poids médias
14	Nawaz Sharif	Pakistan	2,01 %
15	Shinzo Abe	Japon	1,99 %
16	Bill Clinton	États-Unis	1,88 %
17	Xi Jinping	Chine	1,83 %
18	Dilma Rousseff	Brésil	1,82 %
19	Nicolás Maduro	Venezuela	1,76 %
20	Hugo Chávez	Venezuela	1,66 %
21	Enrique Peña Nieto	Mexique	1,42 %
22	Mohamed Morsi	Égypte	1,33 %
23	Recep Tayyip Erdoğan	Turquie	1,31 %
24	Hosni Moubarak	Égypte	1,28 %
25	Julia Gillard	Australie	1,25 %



PALMARÈS INTERNATIONAUX LES PERSONNALITÉS LES PLUS MÉDIATISÉES EN 2013

Rang	Nom	Poids médias
1	Barack Obama	9,99 %
2	Angela Merkel	3,01 %
3	David Cameron	2,58 %
4	Vladimir Poutine	2,16 %
5	François Hollande	2,15 %
6	Edward Snowden	2,05 %
7	Mariano Rajoy	1,97 %
8	Bachar al-Assad	1,92 %
9	Silvio Berlusconi	1,87 %
10	Nelson Mandela	1,48 %
11	Manmohan Singh	1,33 %
12	John Boehner	1,30 %
13	Cristiano Ronaldo	1,29 %
14	Tony Abbott	1,23 %
15	Nawaz Sharif	1,13 %
16	Shinzo Abe	1,11 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

Rang	Nom	Poids médias
17	Novak Djokovic	1,07 %
18	Bill Clinton	1,05 %
19	Xi Jinping	1,02 %
20	Dilma Rousseff	1,01 %
21	Nicolás Maduro	0,98 %
22	Rafael Nadal	0,97 %
22	Roger Federer	0,97 %
23	Hugo Chávez	0,93 %
24	Sebastian Vettel	0,91 %
25	Madonna	0,89 %

PALMARÈS INTERNATIONAUX



PALMARÈS INTERNATIONAUX LES PERSONNALITÉS LES PLUS MÉDIATISÉES (NON POLITIQUES)

Rang	Nom	Poids médias
1	Edward Snowden	4,67 %
2	Cristiano Ronaldo	2,92 %
3	Novak Djokovic	2,43 %
4	Rafael Nadal	2,21 %
5	Roger Federer	2,21 %
6	Sebastian Vettel	2,07 %
7	Lionel Messi	2,03 %
8	Madonna	2,02 %
9	One Direction	1,99 %
10	Miley Cyrus	1,91 %
11	Lady Gaga	1,87 %
12	Tiger Woods	1,87 %
13	Fernando Alonso	1,78 %
14	Justin Bieber	1,66 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

#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 personnelle)
 #1 en 2007 : Paris Hilton

Rang	Nom	Poids médias
15	Beyoncé	1,54 %
16	Michael Jackson	1,51 %
17	Serena Williams	1,51 %
18	Rihanna	1,48 %
19	Lewis Hamilton	1,36 %
20	Lance Armstrong	1,17 %
20	LeBron James	1,17 %
21	The Beatles	1,15 %
22	Katy Perry	1,14 %
23	Brad Pitt	1,13 %
24	Kanye West	1,09 %
25	Steve Jobs	1,08 %
25	Jay-Z	1,04 %

PALMARÈS INTERNATIONAUX

COMPARATIFS MÉDIAS

LE SAVIEZ-VOUS ?

Depuis que Bell a acquis Astral au coût de 3,4 milliards de dollars, le nouveau conglomérat Bell Média possède maintenant 54 chaînes spécialisées, 117 stations de radio et une chaîne généraliste.



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

Rang	Quotidien	Poids médias 2013		Poids médias 2012
1	La Presse	28,08 %	↓	36,46 %
2	Le Journal de Montréal	25,17 %	↑	15,21 %
3	Le Devoir	13,39 %	↓	15,12 %
4	Le Journal de Québec	11,26 %	↑	10,84 %
5	Le Soleil	9,23 %	↓	12,01 %
6	The Gazette	4,15 %	↓	4,42 %
7	Le Nouvelliste	2,31 %	↑	1,15 %
8	La Presse +	2,00 %	↑	—
9	Le Quotidien/Progrès-Dimanche	1,92 %	↓	2,34 %
10	Le Droit	1,32 %	↓	1,83 %
11	Journal Métro de Montréal	0,50 %	↑	0,13 %
12	La Tribune	0,47 %	↑	0,30 %
13	La Voix de l'Est	0,15 %	=	0,16 %
14	24 Heures	0,04 %	=	0,04 %
15	The Record	0,01 %	↑	—



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

Rang	Quotidien	Poids médias
1	The Globe and Mail	17,72 %
2	Toronto Star	13,62 %
3	National Post	13,27 %
4	La Presse	7,98 %
5	Le Journal de Montréal	7,31 %
6	The Vancouver Sun	3,80 %
7	Ottawa Citizen	3,49 %
8	Toronto Sun	3,17 %
9	Le Devoir	2,15 %
10	Calgary Herald	1,96 %
11	Edmonton Journal	1,90 %
12	Le Soleil	1,64 %
13	The Montreal Gazette	1,30 %
14	Winnipeg Free Press	1,19 %
15	Ottawa Sun	1,08 %
16	Le Journal de Québec	0,52 %
17	Calgary Sun	0,44 %
18	L'Acadie Nouvelle	0,42 %
19	Vancouver Province	0,22 %
20	Times Colonist	0,18 %



POIDS MÉDIAS DES ÉMISSIONS DE RADIO DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Émission	Station	Poids médias
1	Puisqu'il faut se lever	98,5 fm	17 %
2	C'est pas trop tôt!	ICI Radio-Canada Première	15 %
3	Dutrizac	98,5 fm	12 %
4	Montréal Maintenant	98,5 fm	7 %
5	Samedi et rien d'autre	ICI Radio-Canada Première	7 %
6	Plus on est de fous, plus on lit!	ICI Radio-Canada Première	5 %
7	Isabelle Maréchal	98,5 fm	4 %
8	Culture club	ICI Radio-Canada Première	4 %
9	Maurais Live	CHOI (Radio X 98,1 fm)	3 %
10	Rouge café	107,3 Rouge fm	3 %



POIDS MÉDIAS DES ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Émission	Affiliation	Poids médias
1	Tout le monde en parle	SRC	11,75 %
2	Téléjournal	SRC	9,44 %
3	TVA Nouvelles	TVA	8,04 %
4	Hockey RDS	RDS	6,48 %
5	Infoman	SRC	5,52 %
6	30 Vies	SRC	5,26 %
7	Enquête	SRC	4,05 %
8	Les enfants de la télé	SRC	3,56 %
9	Les Francs-tireurs	Télé-Québec	2,60 %
10	Toute la vérité	TVA	2,32 %
12	Belle et Bum	Télé-Québec	2,15 %
13	Le Banquier	TVA	2,11 %
18	Les Bobos	Télé-Québec	1,70 %
23	En mode Sauvail	V	1,62 %

État de la nouvelle : **Bilan 2013**



LE POIDS DES STATIONS DE RADIO DANS LES JOURNAUX DU QUÉBEC

Rang	Station de radio	Poids médias
1	98,5 fm	13,91 %
2	ICI Radio-Canada Première	11,84 %
3	NRJ	11,76 %
4	CKOI 96,9 FM	8,06 %
5	Rouge FM	7,95 %
6	CJAD 800	7,44 %
7	CHOI Radio X	6,83 %
8	Rythme FM	6,28 %
9	Espace Musique de Radio-Canada	5,23 %
10	FM93	3,23 %

COMPARATIFS MÉDIAS



POIDS MÉDIAS DES RÉSEAUX DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX QUÉBÉCOIS

Rang	Réseau	Poids médias
1	TVA	26,09 %
2	SRC	23,18 %
3	RDS	7,51 %
4	Télé-Québec	6,66 %
5	V	5,28 %
6	CTV	3,51 %
7	CBC	3,02 %
8	LCN	2,95 %
9	TVA Sports	2,92 %
10	ARTV	2,72 %
11	RDI	2,49 %
12	TV5	1,80 %
13	Musique Plus	1,64 %
14	Global	1,59 %
15	Historia	1,37 %
16	Canal D	1,33 %

Rang	Réseau	Poids médias
17	VRAK.TV	1,09 %
18	Musimax	0,99 %
19	Super Écran	0,78 %
20	Teletoon	0,63 %
21	MétéoMédia	0,49 %
22	CASA	0,24 %
23	Cinépop	0,22 %
23	Séries+	0,22 %
23	Prise 2	0,22 %
23	AddikTV	0,22 %
	Autres	0,84 %



POIDS MÉDIAS DES RÉSEAUX DE TÉLÉVISION DANS LES JOURNAUX CANADIENS

Rang	Réseau	Poids médias
1	CBC	17,70 %
2	CTV	9,79 %
3	NBC	9,15 %
4	ABC	7,89 %
5	CBS	7,33 %
6	FOX	6,50 %
7	TSN	6,37 %
8	ESPN	4,27 %
9	BBC	4,06 %
10	Sportsnet	3,39 %
11	HBO	3,33 %
12	CNN	2,67 %
13	Sun News Network	2,63 %
14	TVA	2,24 %
15	PBS	1,84 %
16	Global	1,78 %

Rang	Réseau	Poids médias
17	Food Network	1,16 %
18	Fox News	1,10 %
19	HGTV	1,08 %
20	HBO CANADA	1,08 %
21	TVA Sports	1,01 %
22	City tv	0,95 %
23	CTV News Channel	0,92 %
23	MTV	0,90 %
23	Radio-Canada	0,86 %

LE « POIDS VERT » DES QUOTIDIENS À TRAVERS LE CANADA

Rang	Quotidien	Poids médias
1	Calgary Herald	7,12 %
2	National Post	5,77 %
3	Edmonton Journal	5,16 %
4	Vancouver Sun	5,15 %
5	The Globe and Mail	4,42 %
6	New Brunswick Telegraph-Journal	4,23 %
7	Victoria Times-Colonist	3,54 %
8	Moncton Times & Transcript	3,51 %
9	Toronto Star	3,38 %
10	The Gazette	3,21 %
11	Le Devoir	3,18 %
13	Le Soleil	2,90 %
17	La Presse	2,62 %
19	Le Journal de Montréal	2,39 %

Nous avons analysé le contenu de 38 quotidiens canadiens, francophones et anglophones, qui ont fait mention de l'environnement en 2013. Le pourcentage correspond à la contribution de chacun au contenu total portant sur l'environnement. Nous n'avons pas tenu compte de la longueur des articles ni de leur emplacement. La centaine de mots clés utilisée pour notre recherche, en français et en anglais, se rapporte principalement au développement durable, à l'eau, aux changements climatiques, aux gaz à effet de serre, aux forêts, au recyclage, à la récupération, aux crédits de carbone, au Jour de la Terre, aux espèces menacées, au compostage, aux sables bitumineux, au gaz de schiste et aux matières résiduelles.



LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX À TRAVERS LE CANADA

Rang	Enjeu	Poids médias au Québec	Poids médias au Canada
1	Développement durable	19,77 %	5,01 %
2	L'eau*	18,99 %	23,38 %
3	Changements climatiques	8,28 %	13,80 %
4	Émissions de gaz	7,75 %	7,62 %
5	Compostage	6,24 %	5,42 %
6	Matières résiduelles, déchets	5,66 %	3,58 %
7	Sables bitumeux	5,44 %	12,72 %
8	Gaz de schiste	4,07 %	3,49 %
9	Forêts	3,72 %	3,70 %
10	Recyclage	2,58 %	0,83 %
11	Espèces menacées	1,62 %	2,36 %
12	Jour de la Terre	1,62 %	1,74 %
13	Crédits de carbone	1,22 %	3,31 %
14	Autres	13,04 %	13,04 %

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



TOP TWITTER TENDANCES LES PLUS POPULAIRES SUR TWITTER EN 2013*

Rang	Mot clé	QUÉBEC
1	#ceic	
2	Québec	
3	Lac-Mégantic	
4	#Habs	
5	Montréal	

Rang	Mot clé	CANADA
1	#cdnpoli	
2	#nowplaying	
3	Canada	
4	#Toronto	
5	#yeg	

Rang	Mot clé	ÉTATS-UNIS
1	#nowplaying	
2	#music	
3	Facebook	
4	Netflix	
5	#TGIF	

Rang	Mot clé	MONDE
1	M&G	
2	#mtvstars	
3	#Digamos15Mentiras	
4	#ProudToBeAFanOf	
5	Günaydin	

État de la nouvelle : **Bilan 2013**

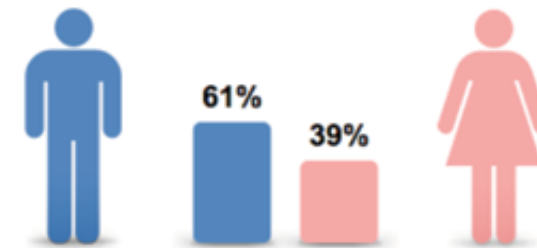
* 1^{er} janvier au 28 novembre 2013

Le mot Québec sur Twitter

(1^{er} janvier au 2 décembre 2013)

+ de **2,8** millions de messages

Répartition des messages
Twitter mentionnant le mot **Québec**



Messages les plus retweetés

Tonight we throwin a party in Quebec!!

8 Jul 2013 by Bruno Mars

Half-way though #BellLetsTalk day in Ontario and Québec and our total is 17,227,249 tweets, texts and long distance calls!

12 Feb 2013 by Bell Let's Talk

Christmas in Quebec
<http://t.co/FALRkCNm2r>

17 Nov 2013 by Funny Pictures!

Autumn Lake, Quebec, Canada

<http://t.co/ERfviTsyFk>

26 Oct 2013 by Earth Pic

Christmas in the old town of Quebec, Canada. I can't wait! <http://t.co/8aADPqJfE>

27 Oct 2013 by Fascinating Pictures

SAVIEZ-VOUS QUE ?

- La majorité des dérapages connus sur Twitter ont lieu entre 19 h et 22 h. "Don't drink and Tweet."
- Le meilleur moment pour espérer être republié sur Twitter est 17 h

COMPARATIFS MÉDIAS



LE POIDS SANTÉ DES JOURNAUX À TRAVERS LE CANADA

Rang	Journal	Poids médias
1	Toronto Star	4,28 %
2	National Post	4,17 %
3	Calgary Herald	4,12 %
4	Le Journal de Montréal	4,01 %
5	Vancouver Sun	3,98 %
6	The Globe and Mail	3,76 %
7	Halifax Chronicle-Herald	3,72 %
8	Le Journal de Québec	3,65 %
9	Ottawa Citizen	3,61 %
10	New Brunswick Telegraph-Journal <small>N°12 The Gazette N°16 Le Soleil N°17 La Presse N°23 Le Devoir</small>	3,51 %

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.




MÉTHODOLOGIE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Selon une étude de Google :

4,8 milliards de personnes ont accès à un téléphone intelligent.

4,2 milliards de personnes ont accès à une brosse à dents.





MÉTHODOLOGIE

Poids médias sur sept jours

Le poids médias est un indice quantitatif qui permet de mesurer la place qu'un individu, une nouvelle ou 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 chroniques 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 au cours d'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, la grève dans l'industrie de la construction au Québec a occupé 3,58 % de l'ensemble de l'actualité au Québec durant la semaine du 18 au 24 juin 2013.

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 1^{er} janvier au 6 décembre 2013. 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 2013, 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.



ÉTAT DE LA NOUVELLE
BILAN **2013** QUÉBEC
influence

www.influencecommunication.com
www.scolarius.com