



Les élections américaines par la presse française

tagaday

Communiqué de presse

Paris, le 2 novembre 2020 – Jamais une échéance électorale américaine n'aura été à ce point attendue, scrutée et commentée dans le monde entier. Enjeux géopolitiques, climatiques, économiques mais aussi confrontations de personnalités, crise sanitaire, *fake news...* : cette élection singulière sur fond de pandémie, fascine bien au-delà des frontières d'une Amérique divisée.

L'évènement s'est imposé sur la scène médiatique française, à un niveau inédit, avec une visibilité portée aussi bien par une forte actualité outre-Atlantique que par la personnalité controversée du Président sortant lui-même.

A 24 heures du scrutin opposant le républicain Donald Trump au démocrate Joe Biden (vice-président de Barack Obama de 2008 à 2016), [Tagaday](#), plateforme n°1 des médias français, s'est intéressée à la couverture médiatique des élections américaines dans la presse française depuis le 1^{er} aout dernier, mois de l'investiture officielle des candidats et de leurs colistiers.

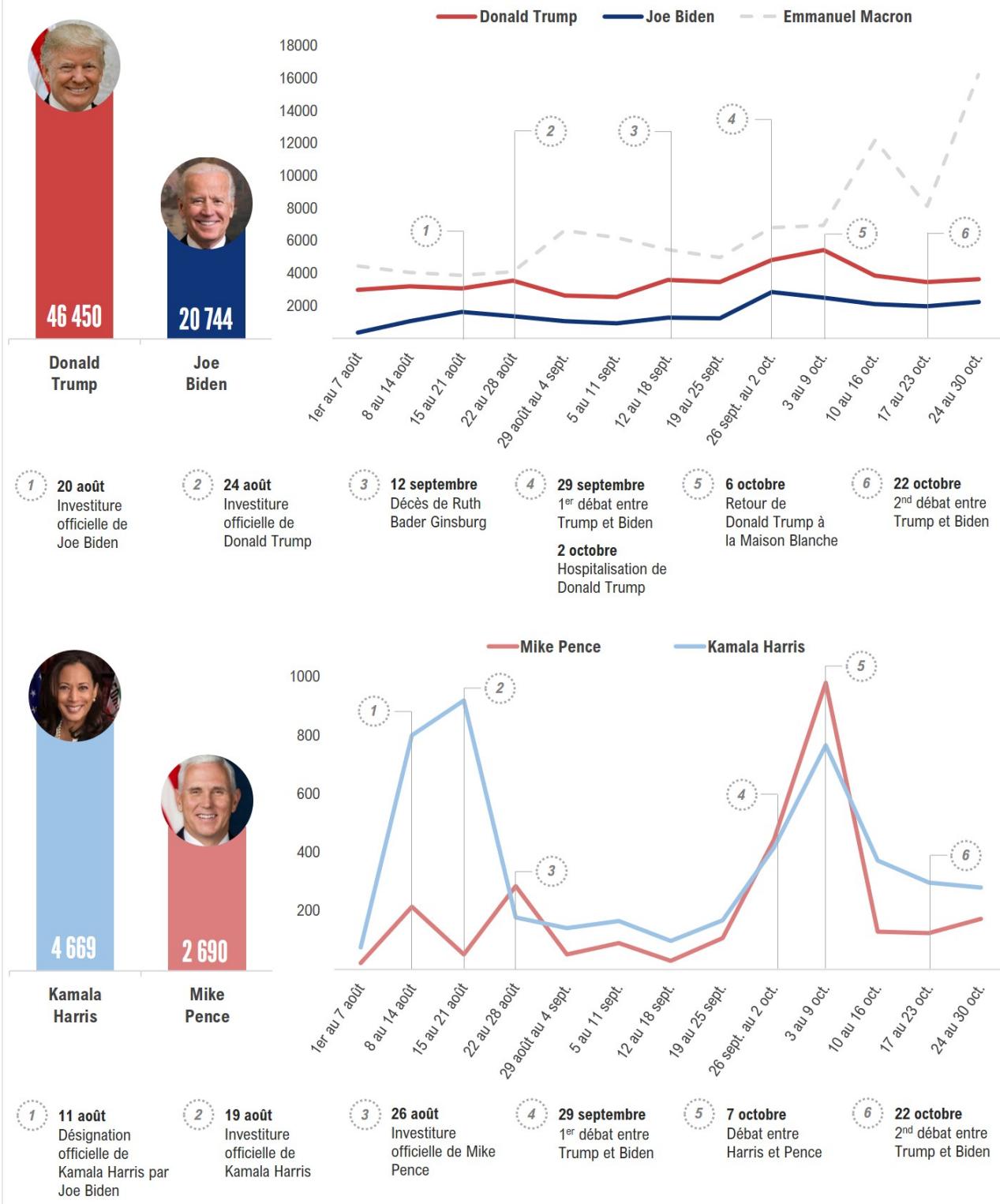
Dans la série d'infographies qui suit, Tagaday présente :

- l'évolution de la visibilité médiatique des candidats et de leurs colistiers,
- le poids des élections mis en miroir du plus important phénomène médiatique de XXI^{ème} siècle à date : le parcours médiatique de la Covid-19,
- l'évolution des candidats dans le classement des 1 000 personnalités les plus médiatisées dans la presse française,
- la mesure comparative du poids des trois dernières élections présidentielles américaines dans la presse française.

Visibilité médiatique des candidats : Donald Trump tutoie Emmanuel Macron

Visibilité médiatique des candidats et de leurs colistiers

En nombre de citations dans la presse écrite et le web éditorial du 1^{er} août au 30 octobre 2020



Trump / Biden : évolution dans le classement des 1 000 personnalités les plus médiatisées dans la presse française

En nombre de citations dans la presse écrite et le web éditorial du 1^{er} janvier au 31 décembre de chaque année (30 octobre pour 2020)



tagaday

Jusqu'en 2017, en écho aux enjeux de politique intérieure, les premiers Ministres français ont systématiquement occupé la deuxième position (en volume) du baromètre annuel des 1 000 personnalités les plus médiatisées dans la presse française, derrière leurs Présidents respectifs.

Depuis son serment sur les marches du Capitole le 20 janvier 2017, Donald Trump s'est imposé à cette position pour ne plus la quitter. Au-delà d'une exposition associée à des actualités purement politiques, sa présidence « hors-norme » à la tête de la 1^{ère} puissance mondiale et sa personnalité clivante ne laissent pas indifférent. En cette année électorale d'une rare violence entre « deux Amériques », et alors que la gestion de la pandémie Covid-19 – qui a déjà fait plus de 230 000 morts aux Etats-Unis au 30 octobre – est au cœur des débats, la visibilité de Donald Trump dans la presse française représente plus du double de celle de son adversaire Joe Biden.

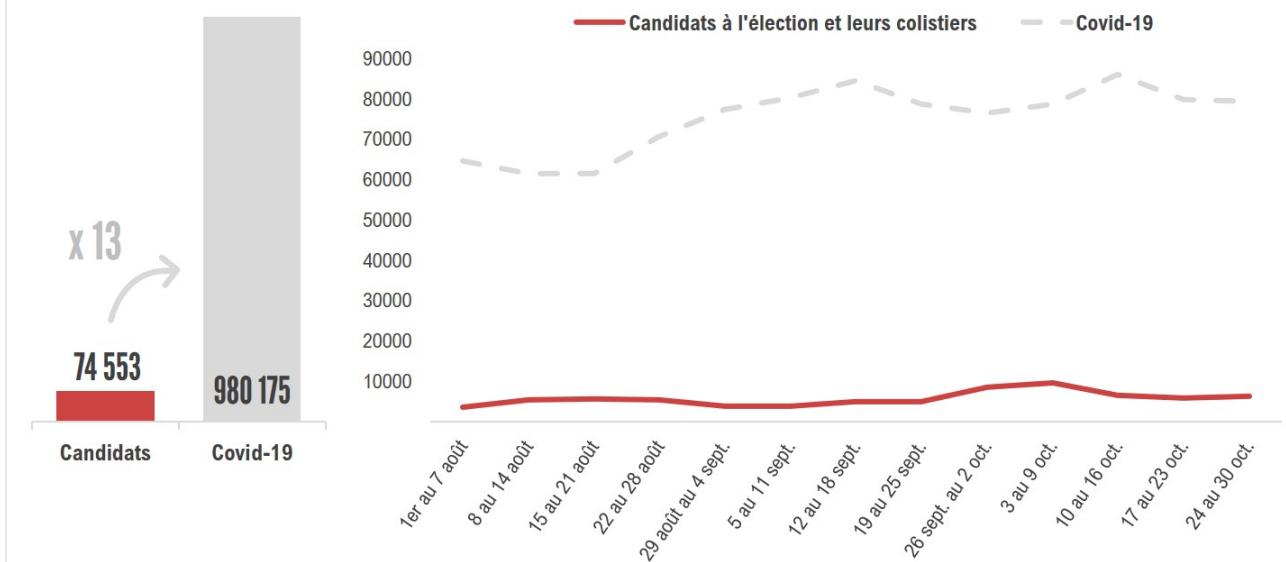
A titre de comparaison, Barack Obama, Président des Etats-Unis de 2009 à 2017, ne sera jamais monté au-delà d'une 4^{ème} place dans ce classement (5^{ème} en 2013, 4^{ème} en 2014, 5^{ème} en 2015 et 9^{ème} en 2016).

Beaucoup plus discret, Joe Biden occupait en 2016 la 470^{ème} place avant de disparaître du classement à l'occasion du changement de mandature. A un an des élections, il fait son retour à la 78^{ème} place. Au 30 octobre 2020, le candidat démocrate à la course présidentielle se classe 7^{ème}, une trajectoire de progression qui sera peut-être confirmée à la suite des résultats attendus le 4 novembre...

Près d'1 million de citations enregistrées pour la Covid-19, partout, tout le temps

Des élections qui interviennent dans un contexte mondial inédit

En nombre de citations dans la presse écrite et le web éditorial du 1^{er} août au 30 octobre 2020



tagaday

Nous l'évoquions en toile de fond des élections américaines, c'est vrai aussi dans l'hexagone : les impacts de la pandémie sur la vie quotidienne des Français et l'ensemble de ses répercussions économiques, sociales et politiques, se sont taillées la part du lion dans les colonnes de la presse, dépassant, et de loin, le précédent record médiatique établi par le mouvement des Gilets Jaunes.

Depuis mars, le niveau de traitement de l'information reste exceptionnel et le phénomène médiatique totalement inédit. Ainsi, sur la période analysée allant du 1^{er} août au 30 octobre, la Covid-19 enregistre un total de 980 175 citations dans la presse écrite et le Web éditorial, soit 13 fois plus que le total des citations enregistrées par les candidats à l'élection et leurs colistiers (74 553).

Une présence des élections américaines dans la presse française multipliée par 7 entre les scrutins de 2012 et de 2020

D'un peu plus d'un article sur 350 pour les élections de 2012 (0,29% de pression médiatique) opposant Barack Obama et Mitt Romney à près d'un sur 150 (0,65% de pression médiatique) pour le scrutin de 2016 soldé par la victoire de Donald Trump face à la démocrate Hillary Clinton, à près d'un article sur 50 pour l'élection en cours (soit 1,90% de pression médiatique) : la montée en puissance de la visibilité du sujet dans la presse française – 7 fois plus d'articles dédiés entre 2012 et 2020 – confirme la dimension transnationale des débats américains.

Présidentielle américaine : 7 fois plus d'articles dédiés entre les élections de 2012 et de 2020

En nombre de citations dans la presse écrite et le web éditorial du 1^{er} août au 30 octobre de chaque année

Elections 2012

opposant Obama & Romney



Soit 0,29% de pression médiatique*
sur la période 1^{er} août – 30 octobre 2012

Elections 2016

opposant Trump & Clinton



Soit 0,65% de pression médiatique*
sur la période 1^{er} août – 30 octobre 2016

Elections 2020

opposant Trump & Biden



Soit 1,90% de pression médiatique*
sur la période 1^{er} août – 30 octobre 2020

*La pression médiatique représente la proportion, en pourcentage, d'un sujet donné sur le total de la production journalistique d'un échantillon des 3 000 principaux titres et sites des médias français. Le périmètre de la requête couvre les noms des deux candidats à l'élection ainsi que les occurrences « élections américaines » et « élections présidentielles américaines ».

tagaday

Note méthodologique

Cette étude exclusive sur les élections américaines dans la presse française a été réalisée sur la période allant du 1^{er} août au 30 octobre 2020, à partir du service Tagaday (ex-Press'edd), la plateforme n°1 des médias français. Le comptage a été établi à partir d'un échantillon de 3 000 titres et sites des médias français. Les articles paraissant dans plusieurs éditions de publications régionales imprimées ne sont comptabilisés qu'une fois.

A propos de Aday

Aday indexe et archive en continu toute la presse écrite, Web ou papier, la télévision et la radio. La plateforme Tagaday analyse et restitue à une clientèle de décideurs et de communicants les contenus pertinents et toutes les retombées médias de leurs alertes : veille de crise, de la concurrence, de la réputation... Revues de presse, panoramas et bilans, analyses quanti et quali, recherches d'archives : tous les services Tagaday rémunèrent les éditeurs par un prélèvement à la source s'appuyant sur un marquage numérique traçant chaque contenu et chaque usage de chaque client. Avec toute l'intelligence artificielle nécessaire et ce qu'il faut d'esprit, Tagaday sert le marché de la veille et de l'analyse des médias avec une précision et une rapidité inégalées.

En savoir plus sur Aday et Tagaday, la 1^{ère} plateforme de services de veille des médias : www.aday.fr

Contacts presse

Agence Dakota Communication

Christèle Solis & Thomas Saint-Jean

aday@dakota.fr – 01 55 32 10 40