

**Analyse des communications publiques
et de la couverture médiatique des
inondations en Montérégie au printemps 2011**

Le 22 novembre 2011

Table des matières

Méthodologie	3
Constats	4
Faits saillants des observations sur la couverture médiatique.....	6
1. Poids médias des inondations en Montérégie	7
1.1 Évolution de la couverture des inondations en Montérégie.....	7
1.2 Comparaison avec d'autres nouvelles	8
1.3 Comparaison de la couverture médiatique des inondations avec des tempêtes de neige	9
1.4 Comparaison de la couverture médiatique des inondations avec d'autres crises médiatiques	9
2. Principaux thèmes de la couverture des inondations en Montérégie par semaine	10
2.1 Principaux thèmes du 26 avril au 4 juillet 2011	10
2.2 Semaine du 26 avril au 2 mai 2011	11
2.3 Semaine du 3 au 9 mai 2011	11
2.4 Semaine du 10 au 16 mai 2011	11
2.5 Semaine du 17 au 23 mai 2011	12
2.6 Semaine du 24 au 30 mai 2011	12
2.7 Semaine du 31 mai au 6 juin 2011	12
2.8 Semaine du 7 au 13 juin 2011.....	13
2.9 Semaine du 14 au 20 juin 2011.....	13
2.10 Semaine du 21 au 27 juin 2011.....	13
2.11 Semaine du 28 juin au 4 juillet 2011	14
3. Observations sur les médias sociaux.....	15
3.1 Poids du mot clé « Montérégie » sur les médias sociaux	15
3.2 Comparaison avec d'autres mots clés sur Twitter.....	17
4. Principales personnalités médiatisées en lien avec les inondations en Montérégie	18
4.1 Principales personnalités liées aux inondations en Montérégie.....	18
4.2 Principaux porte-paroles liés aux inondations en Montérégie.....	20
Annexe - chronologie de la couverture médiatique des inondations en Montérégie	22

Méthodologie

L'analyse a été effectuée parmi les articles dans les journaux, les sites web ainsi que les reportages à la radio et à la télévision entre le 26 avril et le 4 juillet 2011. Les articles et les reportages ont été répertoriés dans les médias au Québec.

Le but de notre analyse était d'évaluer les communications publiques et la médiatisation des inondations en Montérégie au printemps dernier. En plus d'évaluer, chaque semaine, le poids médias du dossier, nous avons noté les principaux thèmes de couverture et les principaux intervenants dans les médias.

Plus d'un intervenant et plus d'un thème ont pu se retrouver dans un même article.

Au total, nous avons analysé plus de 4000 items de nouvelles.

Le poids médias est un indice quantitatif qui permet de mesurer la place qu'une nouvelle 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, Influence Communication collige toutes les mentions sur tous les sujets dans l'ensemble des quotidiens et la majorité des journaux hebdomadaires, des émissions d'information et d'affaires publiques, ainsi que certaines émissions de variétés à la radio et à la télévision.

Influence Communication ne tient pas compte des magazines, des publicités, des quiz, des téléromans, des petites annonces dans les journaux, des chroniques nécrologiques et du contenu Web. Une valeur est donnée à chaque mention ou texte dans chacun des médias en fonction du lectorat, du tirage et des cotes d'écoute. L'importance de chaque élément médiatique (article, reportage, etc.) est ensuite pondérée en fonction de sa taille (longueur, durée), de son emplacement dans le média (par exemple : en page A1 ou D8, début de bulletin de nouvelles ou fin de bulletin de nouvelles, etc.) et enfin, de son format ou traitement (reportage complet, partiel, mention simple, photo, etc.). Il en résulte la valeur d'une nouvelle. Celle-ci est comparée à d'autres nouvelles, thèmes ou individus.

Une fois les valeurs établies, le poids médias peut être présenté de différentes façons. Influence Communication est donc en mesure d'évaluer le poids d'un individu, la proportion globale de l'actualité, le poids sur 7 jours ou sur 24 heures.

Rappelons que le poids médias est un indice purement quantitatif qui ne tient pas compte du ton de la couverture ni de la valeur des arguments rapportés. Les résultats sont arrondis à deux chiffres après la virgule.

Constats

Premier constat : La Direction régionale de la sécurité civile en Montérégie a déployé ses mesures d'urgence dès le début des inondations en mars 2011.

Les premières manifestations du déploiement des mesures d'urgence le long de la rivière Richelieu sont apparues dans la presse locale dès le mois de mars 2011. Les rapports de presse nous indiquent qu'une surveillance étroite du niveau de la rivière est réalisée et que la Direction régionale de la sécurité civile en Montérégie met en œuvre des moyens pour combattre la crue des eaux. Rien ne nous indique toutefois si les citoyens sont outillés pour faire face aux inondations et quels sont les conseils pratiques communiqués aux résidents touchés ou à risque.

Deuxième constat : Les autorités civiles et politiques n'avaient pas prévu une gestion aussi longue.

Les rapports de presse n'ont jamais indiqué, du moins pas avant le mois de mai, que les inondations pouvaient durer aussi longtemps (plus de deux mois). La principale conséquence est que le gouvernement du Québec a longtemps laissé la sécurité civile assumer son mandat sans qu'une personne en autorité prenne les choses en main. La gestion des opérations est laissée à la Direction régionale de la sécurité civile de la Montérégie, mais il n'y a pas encore une prise en charge publique au plus haut niveau. Or, les citoyens touchés par les inondations ou à risque auraient sans doute préféré se faire dire de se préparer pour une longue période plutôt que d'attendre les directives de la sécurité civile au quotidien. Une leçon à retenir pour les autorités publiques : les changements climatiques risquent de provoquer des crises plus intenses et plus longues à gérer.

Troisième constat : Cette crise n'a pas eu de *leadership*.

Beaucoup de travail a été réalisé sur le terrain pour répondre aux besoins des personnes inondées. Mais personne n'a véritablement marqué la gestion de cette crise. Or, chaque gestion de crise doit avoir son leader, celui qui devient le véritable porte-étendard, l'image de la crise. Une personne qui prend les choses en main et qui a le pouvoir de changer le cours des événements. Il est d'ailleurs significatif que les inondations en Montérégie aient obtenu leur plus important poids médias durant la semaine du 31 mai au 6 juin 2011 (4,60 %) alors que Jean Charest et Jack Layton se rendaient sur place. Il est aussi à noter que depuis le verglas de janvier 1998, et le *leadership* exercé par le premier ministre Lucien Bouchard et le président-directeur général d'Hydro-Québec, André Caillé, les Québécois s'attendent à ce que le *leadership* de la conduite des mesures d'urgence soit assumé par une personnalité publique. Une personne qui a le pouvoir et la possibilité d'agir rapidement sur les moyens à déployer pour atténuer les impacts d'une crise sur la population, et de rétablir la situation le plus rapidement possible.

Quatrième constat : Trop de personnes ont pris la parole

Même si le tiers des interventions appartiennent au directeur régional de la sécurité civile de la Montérégie, les personnes inondées ont dû écouter bien des gens qui n'avaient rien à offrir pour les aider au quotidien, si bien que le thème le plus abordé fut le niveau de l'eau (24,48 %). Pourtant la présence de moisissures dans les maisons ou les risques associés à la santé ont été peu présents dans la couverture de presse. L'absence de *leadership* dans la gestion des mesures d'urgence n'a pas permis aux autorités de dicter l'agenda médiatique selon les priorités à accorder aux sinistrés.

Cinquième constat : Les messages étaient souvent contradictoires

Le fait d'avoir trop de porte-paroles génère de la confusion si les messages et les intérêts ne sont pas coordonnés. Évidemment, les politiciens ont satisfait leurs intérêts au détriment des sinistrés, ce qui en a choqué plusieurs. Autre exemple de message contradictoire : au début des inondations, les autorités demandaient aux gens de ne pas venir dans la région alors qu'ils étaient nombreux à vouloir donner un coup de main aux sinistrés. Ce n'est que plus tard qu'on a invité les Québécois à se solidariser et à porter secours aux sinistrés. En situation d'urgence, il est essentiel de s'assurer que les messages sont cohérents et en lien avec les besoins des personnes sinistrées. Ces messages maintiennent un climat social favorable à la gestion des opérations d'urgence et développent un sentiment de solidarité dans la population qui est essentiel au soutien des personnes touchées ou affectées par le sinistre.

Sixième constat : Les citoyens se sont organisés (SOS Richelieu)

Les clubs Lion de la région ont créé SOS Richelieu. Une excellente initiative qui s'est donné une pérennité et qui a réussi à développer un élan de solidarité des Québécois pour les personnes inondées. Il faut noter ici que les médias n'ont pas été insensibles à leur appel et leur ont offert 23 % de leur couverture. En d'autres mots, comme dans toute crise, les médias sont prêts à véhiculer des messages d'aide et de solidarité, mais encore faut-il qu'il y ait quelqu'un pour les énoncer.

Septième constat : Les réseaux sociaux : à l'image des médias

Tout comme les médias qui se sont, somme toute, peu intéressés aux inondations (poids médias de 4,6 %), les réseaux sociaux n'ont guère été plus actifs. Le mot clé « Montérégie » figure au 14^e rang des mots québécois les plus utilisés sur Twitter alors que « Plan nord » ou encore « Vendredi13 » le devançant largement. Guère mieux sur Facebook où la page « Je soutiens les sinistrés des inondations en Montérégie » attire 12 personnes; « Solidarité Haïti – Inondations au Québec » attire 22 personnes; et « SOS Richelieu » attire 1 135 personnes. Nous pouvons nous demander si le peu de couverture médiatique n'a pas fait en sorte que les internautes ont eu peu de messages et d'images à partager dans leurs réseaux...

Huitième constat : Où sont les enseignements de la crise?

Qu'ont retenu la Sécurité civile et le gouvernement du Québec dans la gestion de cette crise? Jusqu'à présent il n'y a aucune mention du sujet dans les médias. Il serait important que les autorités civile et politique partagent avec la population le bilan de leurs activités et les enseignements reçus pour améliorer la gestion des opérations liées au déploiement de mesures d'urgence.

Faits saillants des observations sur la couverture médiatique

- La qualité de la couverture des inondations en Montérégie repose sur sa **longévité** (plus de deux mois de couverture) et non sur son intensité.
- Les inondations en Montérégie obtiennent leur plus important poids médias durant la semaine du 31 mai au 6 juin 2011 (**4,60 %**). Durant cette période, Jean Charest et Jack Layton se sont rendus sur place. Le lundi 6 juin, Stephen Harper s'est aussi déplacé dans la région. De plus, les corvées de nettoyage commençaient à s'organiser.
- Certaines tempêtes de neige au Québec obtiennent un poids médias supérieur ou équivalent aux inondations.
- À titre de comparaison, la première tempête de neige de l'hiver 2010-2011 a obtenu un poids médias de **1,00 %** durant la semaine du 7 au 13 décembre 2010. C'est un poids médias plus important que la première semaine de médiatisation des inondations en Montérégie, en Estrie et en Beauce (**0,71 %** entre le 26 avril et le 2 mai 2011).
- Sur 100 % de la couverture des inondations en Montérégie entre le 26 avril et le 4 juillet 2011, le niveau de l'eau du lac Champlain et de la rivière Richelieu est le thème dominant (**24,48 %**).
- Le premier ministre du Québec, Jean Charest, est la personnalité la plus médiatisée en lien avec les inondations en Montérégie (**18,39 %**).
- Parmi les porte-paroles, c'est le directeur de la sécurité civile de la Montérégie, Yvan Leroux, qui est le plus cité (**33,28 %**). Il est suivi par le président de SOS Richelieu, Michel Fecteau (**18,68 %**).
- Les porte-paroles sont multiples durant toute la période des inondations. En fait, il manque un porte-parole ou un leader d'opinion fort durant cette crise.
- Le mot clé Montérégie est au **14^e rang** des mots clés québécois les plus utilisés sur Twitter entre le 26 avril et le 20 juin 2011. Parmi les autres dossiers dans l'actualité durant cette période, le Plan nord (6^e rang) dépasse les inondations. Des mots clés ludiques, tels que « #vendredi13 » ou « #titredefilmporno », devancent aussi largement la Montérégie.
- On peut conclure qu'il n'y a pas eu de grande mobilisation populaire sur Twitter pour les inondations en Montérégie.

1. Poids médias des inondations en Montérégie

1.1 Évolution de la couverture des inondations en Montérégie

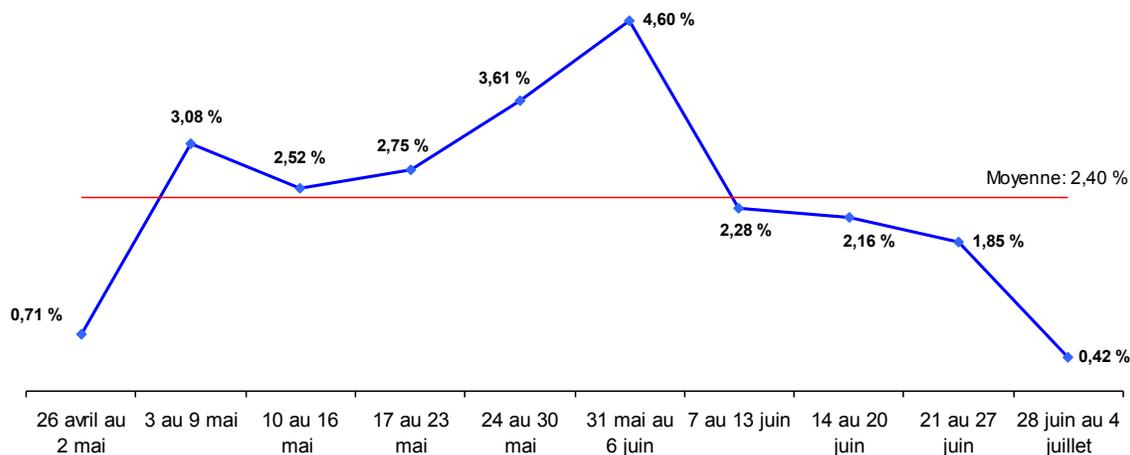
Les inondations en Montérégie obtiennent leur plus important poids médias durant la semaine du 31 mai au 6 juin 2011 (**4,60 %**). Durant cette période, Jean Charest et Jack Layton se sont rendus sur place. Le lundi 6 juin, Stephen Harper s'est aussi déplacé dans la région. De plus, les corvées de nettoyage commençaient à s'organiser.

Évolution de la couverture des inondations en Montérégie			
Semaine	Rang	Poids médias	Principal thème de couverture
26 avril au 2 mai 2011	5 ^e nouvelle de la semaine	0,71 %	Inondations en Montérégie
3 au 9 mai	3 ^e	3,08 %	L'armée en renfort
10 au 16 mai	1 ^{er}	2,52 %	Niveau de l'eau
17 au 23 mai	1 ^{er}	2,75 %	Niveau de l'eau
24 au 30 mai	1 ^{er}	3,61 %	Présence de l'armée
31 mai au 6 juin	1^{er}	4,60 %	Visite de Stephen Harper
7 au 13 juin	3 ^e	2,28 %	1 ^{re} Grande Corvée
14 au 20 juin	3 ^e	2,16 %	2 ^e Grande Corvée
21 au 27 juin	3 ^e	1,85 %	Envoi de dons
28 juin au 4 juillet	6 ^e	0,42 %	Envoi de dons

Pâques : dimanche 24 avril 2011
Fête de la Reine : lundi 23 mai 2011

- Une nouvelle importante obtient un poids médias égal ou supérieur à 1 % sur 7 jours.
- En 2010, nous avons compté 131 nouvelles qui ont obtenu un poids médias égal ou supérieur à 1 %.
- Une journée moyenne compte environ 7000 nouvelles dans les médias au Québec.

**Évolution du poids médias des inondations en Montérégie
entre le 26 avril et le 4 juillet 2011 au Québec**



1.2 Comparaison avec d'autres nouvelles

La qualité de la couverture des inondations en Montérégie repose sur sa **longévité** (plus de deux mois de couverture) et non sur son intensité. En effet, on retrouve bon nombre de nouvelles, souvent superficielles, qui sont plus médiatisées sur une période d'une semaine que les inondations.

En voici quelques exemples :

Événements	Période de pointe	Poids médias
Passage de l'Airbus A380	Novembre 2007	3,83 %
Affaire Julie Couillard	Mai 2008	7,76 %
Crise au CH : Kovalev et les frères Kostitsyn	Février 2009	7,58 %
Mort de Michael Jackson	Juin 2009	4,88 %

1.3 Comparaison de la couverture médiatique des inondations avec des tempêtes de neige

Certaines tempêtes de neige au Québec obtiennent aussi un poids médias supérieur ou équivalent aux inondations.

À titre de comparaison, la première tempête de neige de l'hiver 2010-2011 a obtenu un poids médias de 1,00 % durant la semaine du 7 au 13 décembre 2010. C'est un poids médias plus important que la première semaine de médiatisation des inondations en Montérégie (0,71 % entre le 26 avril et le 2 mai 2011).

Tempête de neige	Période	Poids médias
Précipitations de neige partout au Québec	4 au 10 mars 2008	3,22 %
Tempête de neige au Québec	11 au 17 mars 2008	2,97 %
Tempête de neige dans l'est du Québec	19 au 25 mars 2008	1,17 %
Tempête de neige au Québec et Maritimes	1 au 4 janvier 2010	0,75 %
Première tempête de neige de la saison	7 au 13 décembre 2010	1,00 %
Tempête de neige dans le nord-est américain	21 au 27 décembre 2011	0,41 %
Une tempête de neige frappe les États-Unis, le sud de l'Ontario et le Québec	1 au 7 février 2011	0,36 %

1.4 Comparaison de la couverture médiatique des inondations avec d'autres crises médiatiques

	Nouvelles	Période de pointe	Poids médias
1	Grippe H1N1	3 au 9 novembre 2009	8,23 %
2	Inondations en Montérégie	31 mai au 6 juin 2011	4,60 %
3	Grippe aviaire	6 au 12 mars 2006	2,39 %
4	Listériose (Maple Leaf et fromage)	26 août au 2 septembre 2008	2,30 %

Crise du verglas

Du 5 janvier au 4 février 1998

Poids sur un mois : 19,74 % (estimation)

Inondations en Montérégie

Du 1^{er} au 31 mai 2011

Poids sur un mois : 2,91 %

2. Principaux thèmes de la couverture des inondations en Montérégie par semaine

2.1 Principaux thèmes du 26 avril au 4 juillet 2011

Sur 100 % de la couverture des inondations en Montérégie entre le 26 avril et le 4 juillet 2011, le niveau de l'eau du lac Champlain et de la rivière Richelieu est le thème dominant (**24,48 %**).

La présence de moisissures dans les maisons ou les risques associés à la santé dans les maisons inondées sont peu présents dans la couverture de presse. Pendant la Grande Corvée de nettoyage, des médias rappellent les règles de nettoyage pour éviter la présence de moisissures.

En fait, la présence de moisissures est citée de manière anecdotique. Les médias détaillent les bonnes façons de nettoyer pour éliminer les moisissures comme ils nous rappellent de mettre de la crème solaire l'été et de bien faire cuire les hamburgers.

	Principaux thèmes	Poids
1	Niveau de l'eau du lac Champlain ou du Richelieu	24,48 %
2	Présence de l'armée	18,06 %
3	Grande Corvée et nettoyage des maisons	11,49 %
4	Visites de Jean Charest	8,98 %
5	Envoi de dons/collecte de fonds	6,79 %
6	Mobilisation des bénévoles/activités de SOS Richelieu	5,23 %
7	Début des inondations en Montérégie	4,29 %
8	Visite de Stephen Harper	3,35 %
9	Inondations en Estrie	2,10 %
10	Québec permet la reconstruction dans des zones inondables	1,78 %
11	Québec bonifie les programmes d'aide aux sinistrés	1,78 %
12	Visite de Jack Layton	1,31 %
13	Visite de Peter McKay	1,16 %
14	Visite de Laurent Lessard	0,85 %
15	Inondations en Beauce	0,85 %
16	Pertes pour les agriculteurs en Montérégie	0,85 %
17	Première du film <i>Gerry</i> pour les sinistrés	0,68 %
18	Plan d'action pour aider le tourisme en Montérégie	0,53 %
19	Visite de Pauline Marois	0,38 %
20	Toujours des évacués malgré la fin des inondations	0,06 %
	Autres	+/- 5,00 %
	Total	100,00 %

2.2 Semaine du 26 avril au 2 mai 2011

Entre le 26 avril et le 2 mai 2011, ce sont les inondations en Montérégie qui ont dominé la couverture médiatique (**31,58 %**).

	Semaine du 26 avril au 2 mai 2011	Poids
1	Inondations en Montérégie	31,58 %
2	Niveau du lac Champlain	29,34 %
3	Inondations en Estrie	15,85 %
4	Niveau de l'eau dans les rivières, lacs	11,36 %
5	Inondations en Beauce	6,87 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.3 Semaine du 3 au 9 mai 2011

Entre le 3 et le 9 mai 2011, l'arrivée de l'armée canadienne en Montérégie et le niveau de l'eau sont les thèmes dominants (**37,57 %**).

	Semaine du 3 au 9 mai 2011	Poids
1	L'armée en renfort	37,57 %
2	Niveau de l'eau	37,57 %
3	Jean Charest en visite (1 ^{re} visite)	19,86 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.4 Semaine du 10 au 16 mai 2011

Entre le 10 et le 16 mai 2011, le niveau de l'eau du lac Champlain et de la rivière Richelieu domine la couverture médiatique (**33,62 %**).

	Semaine du 10 au 16 mai 2011	Poids
1	Niveau de l'eau	33,62 %
2	Présence de l'armée	18,23 %
3	Bénévoles à l'œuvre/mobilisation	16,31 %
4	Québec bonifie son aide aux sinistrés	14,38 %
5	Pertes pour les agriculteurs	12,46 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.5 Semaine du 17 au 23 mai 2011

Entre le 17 et le 23 mai 2011, le niveau de l'eau du lac Champlain et de la rivière Richelieu domine la couverture médiatique (**38,29 %**).

	Semaine du 17 au 23 mai 2011	Poids
1	Niveau de l'eau	38,29 %
2	Présence de l'armée	22,21 %
3	Visite de Jean Charest (2 ^e visite)	16,86 %
4	Visite de Laurent Lessard	11,50 %
5	Visite de Pauline Marois	6,14 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.6 Semaine du 24 au 30 mai 2011

Entre le 24 et le 30 mai 2011, le débat sur le rôle de l'armée durant les inondations domine la couverture médiatique (**22,97 %**).

	Semaine du 24 au 30 mai 2011	Poids
1	Présence de l'armée	35,36 %
2	Niveau de l'eau	22,97 %
3	Les activités de S.O.S. Richelieu	20,49 %
4	Visite de Jean Charest et Robert Dutil (3 ^e visite)	9,74 %
5	Visite de Peter McKay et Steven Blaney	6,44 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.7 Semaine du 31 mai au 6 juin 2011

Entre le 31 mai et le 6 juin 2011, la présence et le rôle de l'armée en Montérégie dominent la couverture médiatique (**29,81 %**).

	Semaine du 31 mai au 6 juin 2011	Poids
1	Présence de l'armée	29,81 %
2	Visite de Stephen Harper	16,91 %
3	Visite de Jack Layton	15,30 %
4	Niveau de l'eau	13,68 %
5	Visite de Jean Charest (4 ^e visite)	10,46 %
6	Première du film <i>Gerry</i>	8,84 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.8 Semaine du 7 au 13 juin 2011

Entre le 7 et le 13 juin 2011, la première Grande Corvée de nettoyage domine la couverture sur les inondations (**50,54 %**).

	Semaine du 7 au 13 juin 2011	Poids
1	1re Grande Corvée de nettoyage	50,54 %
2	Visite de Stephen Harper	20,18 %
3	Niveau de l'eau	18,39 %
4	Visite de Jean Charest (5 ^e visite)	5,89 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.9 Semaine du 14 au 20 juin 2011

Entre le 14 et le 20 juin 2011, la deuxième Grande Corvée de nettoyage domine la couverture sur les inondations (**60,40 %**).

	Semaine du 14 au 20 juin 2011	Poids
1	2 ^e Grande Corvée de nettoyage	60,40 %
2	Envoi de dons	27,64 %
3	Reconstruction en zones inondables	6,96 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.10 Semaine du 21 au 27 juin 2011

Entre le 21 et le 27 juin 2011, la collecte et l'envoi de dons pour les sinistrés dominent la couverture médiatique (**38,22 %**).

	Semaine du 21 au 27 juin 2011	Poids
1	Envoi de dons/collecte de fonds	38,22 %
2	Grande Corvée/nettoyage des maisons	18,60 %
3	Québec permet la reconstruction dans des zones inondables	14,69 %
4	Jean Charest en visite (6 ^e visite)	14,69 %
5	Québec bonifie les programmes d'aide	8,80 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

2.11 Semaine du 28 juin au 4 juillet 2011

Entre le 28 juin et le 4 juillet 2011, l'envoi et la collecte de dons pour les sinistrés dominant à nouveau la couverture médiatique (**51,67 %**).

Durant cette semaine, les articles sur les inondations en Montérégie se retrouvent principalement dans les médias régionaux, dont les hebdomadaires en Montérégie. Les médias montréalais et nationaux ne se sont plus intéressés à ce dossier.

	Semaine du 28 juin au 4 juillet 2011	Poids
1	Envoi de dons/collecte de dons	51,67 %
2	Plan d'action pour aider le tourisme	31,67 %
3	Toujours des évacués	11,66 %
	Autres	5,00 %
	Total	100,00 %

3. Observations sur les médias sociaux

3.1 Poids du mot clé « Montérégie » sur les médias sociaux

Entre le 3 mai et le 20 juin 2010, nous avons noté les mots clés qui se sont retrouvés parmi les dix mots clés « tendance » sur Twitter. Chaque heure, nous avons évalué à plusieurs reprises le rang des différents mots clés. Le poids des mots clés est pondéré en fonction de l'évolution de leur rang durant la semaine donnée.

Si un mot clé en lien avec les inondations ne s'est pas faufilé dans le top 10 des tendances Twitter pendant au moins quinze minutes, nous n'avons pas pu établir leur poids.

Tableau 1 - Les inondations sur Twitter				
Semaine	Mots clés	Rang au Qc	Rang au Can	Poids
3 au 9 mai	Montérégie	6^e	88^e	0,25 %
10 au 16 mai	Aucun mot clé			
17 au 23 mai	Aucun mot clé			
24 au 30 mai	Montérégie	1^{er}	263^e	0,02 %
31 mai au 6 juin	Aucun mot clé			
7 au 13 juin	Montérégie	Environ 17^e	329^e	0,01 %
14 au 20 juin	Aucun mot clé			

Durant la semaine du 3 au 9 mai 2011, le mot clé « Montérégie » connaît son plus fort poids même s'il ne se retrouve qu'au **6^e rang** des mots clés québécois les plus utilisés sur Twitter (tableau 2). Durant cette semaine, l'armée canadienne est arrivée en renfort en Montérégie. C'est aussi la première visite de Jean Charest dans la région.

Tableau 2 - Twitter – Semaine du 3 au 9 mai 2011			
	Mots clés	Rang au Canada	Poids
1	Ruth Ellen Brosseau	16	1,28 %
2	Justin Trudeau	25	0,86 %
3	#titredefilmporno	33	0,68 %
4	Jolène Riendeau	39	0,59 %
5	Christiane Charette	72	0,36 %
6	Montérégie	88	0,25 %

Durant la semaine du 24 au 30 mai 2011, le mot clé « Montérégie » domine tous les mots clés québécois sur Twitter même si son poids est relativement faible (tableau 3). On peut en conclure que les Québécois n'ont pas été très volubiles durant cette semaine sur les médias sociaux. Durant cette période, les soldats sont retournés en Montérégie sur fond de bisbille entre Québec et Ottawa à propos de leur rôle sur le terrain.

Tableau 3 - Twitter – Semaine du 24 au 30 mai 2011			
	Mots clés	Rang au Canada	Poids
1	Montérégie	263	0,02 %
2	Vieux-Port	266	0,02 %
3	Alys Robi	274	0,01 %
4	Anne-Marie Losique	288	0,01 %
5	François Legault	297	0,01 %

Durant la semaine du 7 au 13 juin 2011, le mot clé « Montérégie » est au **17^e rang** derrière plusieurs mots clés reliés au Grand Prix de Formule 1 de Montréal (tableau 4).

Tableau 4 - Twitter – Semaine du 7 au 13 juin 2011			
	Mots clés	Rang au Canada	Poids
1	Claude Léveillé	47	0,58 %
2	Canadian Grand Prix	83	0,31 %
3	Mtl	138	0,11 %
4	Mathieu Darche	171	0,09 %
5	Grand Prix	183	0,08 %
17^e	Montérégie	329	0,01 %

3.2 Comparaison avec d'autres mots clés sur Twitter

Pour toute la période du 26 avril au 20 juin 2011, voici 15 mots clés québécois parmi les plus utilisés au Québec sur Twitter. Certains sont clairement liés à l'actualité, d'autres sont plus anodins (#titredefilmporno, #vendredi13).

Le mot clé « Montérégie » est au **14^e rang** des mots clés québécois les plus utilisés entre le 26 avril et le 20 juin 2011. Parmi les autres dossiers dans l'actualité durant cette période, le Plan nord (6^e rang) dépasse les inondations. Des mots clés insignifiants, tels que « #vendredi13 » ou « #titredefilmporno », devancent aussi largement la Montérégie.

On peut conclure qu'il n'y a pas eu de grande mobilisation populaire sur Twitter pour les inondations en Montérégie.

Mots clés québécois - Du 26 avril au 20 juin 2011			
	Mots clés	Rang au Canada	Poids
1	Ruth Ellen Brosseau	182 ^e	0,149 %
2	#galaartis	301 ^e	0,092 %
3	#titredefilmporno	359 ^e	0,076 %
4	Claude Léveillé	402 ^e	0,067 %
5	Jolène Riendeau	406 ^e	0,067 %
6	Plan Nord	444 ^e	0,060 %
7	#olivier *	468 ^e	0,057 %
8	Benoît Brunet	523 ^e	0,050 %
9	#vendredi13	552 ^e	0,047 %
10	Postes Canada	568 ^e	0,045 %
11	Christiane Charette	629 ^e	0,041 %
12	Alys Robi	672 ^e	0,038 %
13	#fetemtl **	729 ^e	0,033 %
14	Montérégie	775^e	0,029 %
15	Daniel Lessard	783 ^e	0,029 %

* Gala Les Olivier qui récompense les humoristes québécois.

** #fetemtl est une série de performances artistiques au Quartier des spectacles dans le cadre du 369^e anniversaire de Montréal.

4. Principales personnalités médiatisées en lien avec les inondations en Montérégie

4.1 Principales personnalités liées aux inondations en Montérégie

Le poids indique les interventions directes de ces acteurs dans les médias ainsi que le nombre de fois où ils sont mentionnés ou interpellés en lien avec les inondations. C'est donc l'addition de leur présence comme porte-paroles et des interpellations dont ils font l'objet dans ce dossier.

Le premier ministre du Québec, Jean Charest, est la personnalité la plus médiatisée en lien avec les inondations en Montérégie (**18,39 %**).

La chef de l'opposition officielle, Pauline Marois, est loin derrière au **9^e rang (3,30 %)**.

	Personnalités liées aux inondations	Poids
1	Jean Charest – premier ministre du Québec	18,39 %
2	Robert Dutil - ministre de la Sécurité publique	13,09 %
3	Yvan Leroux - directeur de la sécurité civile de la Montérégie	12,10 %
4	Stephen Harper – premier ministre du Canada	10,34 %
5	Michel Fecteau – président de SOS Richelieu	6,74 %
6	Gilles Dolbec - maire de Saint-Jean-sur-Richelieu	5,27 %
7	Jack Layton – chef du NPD	4,80 %
8	Gérard Dutil - maire de Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix	4,34 %
9	Pauline Marois – chef du Parti québécois	3,30 %
10	Laurent Lessard - ministre des Affaires municipales	3,30 %
11	Nicole Ménard - ministre responsable de la Montérégie	3,07 %
12	Dave Turcotte - député PQ de Saint-Jean	2,61 %
13	Christian Paradis – ministre fédéral responsable du Québec	2,38 %
14	Simon Bernard - lieutenant-colonel, porte-parole de l'armée	2,15 %
15	Steven Blaney - ministre des Anciens Combattants	1,00 %
16	Marie Bouillé - député PQ d'Iberville	0,89 %
17	Lise Thériault - ministre du Travail	0,54 %
18	Peter McKay - ministre de la Défense	0,54 %
19	Stéphane Bergeron - critique PQ Sécurité publique	0,15 %
	Autres	+/- 5,00 %
	Total	100,00 %

	Personnalités liées aux inondations (résumé)	Poids
1	Jean Charest et ses ministres	38,40 %
2	Stephen Harper et ses ministres	14,26 %
3	Sécurité civile de la Montérégie	12,10 %
4	Maire des municipalités	9,60 %
5	Pauline Marois et ses députés	6,95 %
6	SOS Richelieu	6,74 %
7	Jack Layton	4,80 %
8	Armée canadienne	2,15 %
	Autres	+/- 5,00 %
	Total	100,00 %

4.2 Principaux porte-paroles liés aux inondations en Montérégie

Ce tableau indique le poids médiatique des porte-paroles et de leurs déclarations durant les inondations. C'est le directeur de la sécurité civile de la Montérégie, Yvan Leroux, qui est le porte-parole le plus visible (**33,28 %**). Il est suivi par le président de SOS Richelieu, Michel Fecteau (**18,68 %**).

Les porte-paroles sont multiples. En fait, il manque un porte-parole ou un leader d'opinion fort durant cette crise.

	Porte-paroles	Poids
1	Yvan Leroux - directeur de la sécurité civile de la Montérégie	33,28 %
2	Michel Fecteau – président SOS Richelieu	18,68 %
3	Jean Charest – premier ministre du Québec	15,89 %
4	Robert Dutil - ministre de la Sécurité publique	6,56 %
5	Gilles Dolbec - maire de St-Jean-sur-Richelieu	3,77 %
6	Stephen Harper – premier ministre du Canada	3,46 %
7	Gérard Dutil - maire de Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix	2,53 %
8	Jack Layton – chef du NPD	2,53 %
9	Simon Bernard - lieutenant-colonel, porte-parole de l'armée	1,60 %
10	Pauline Marois – chef de Parti québécois	1,29 %
11	Peter McKay - ministre de la Défense	1,29 %
12	Laurent Lessard – ministre des Affaires municipales	0,98 %
13	Lise Thériault - ministre du Travail	0,98 %
14	Nicole Ménard - ministre responsable de la Montérégie	0,98 %
15	Marie Bouillé - député PQ d'Iberville	0,67 %
16	Dave Turcotte - député PQ de St-Jean	0,36 %
17	Christian Paradis – ministre fédéral responsable du Québec	0,05 %
18	Stéphane Bergeron - critique PQ Sécurité publique	0,05 %
19	Steven Blaney - ministre des Anciens Combattants	0,05 %
	Autres (syndicats, artistes, etc.)	+/- 5,00 %
	Total	100,00 %

	Porte-paroles (résumé)	Poids
1	Sécurité civile de la Montérégie	33,28 %
2	Jean Charest et ses ministres	25,39 %
3	SOS Richelieu	18,68 %
4	Les maires des municipalités	6,31 %
5	Stephen Harper et ses ministres	4,85 %
6	Jack Layton	2,53 %
7	Pauline Marois et ses députés	2,36 %
8	Armée canadienne	1,60 %
	Autres	+/- 5,00 %
	Total	100,00 %

Compte tenu de sa récente déconfiture aux élections fédérales au moment des inondations, le Bloc québécois est plutôt absent de ce dossier (- 1 % des porte-paroles).

Annexe - chronologie de la couverture médiatique des inondations en Montérégie

- Il y a eu une première vague d'inondations de la rivière Richelieu entre le 17 et le 20 mars 2011 en Montérégie. À cette période, l'eau est montée jusqu'au sous-sol des maisons. Dès lors, des hebdomadaires de la région, dont *Le Canada français*, mentionnent les risques d'inondations majeures plus tard au printemps.
- 14 avril 2011 : *Le Canada français* rapporte que la rivière Richelieu a franchi le seuil de l'inondation.
- 21 avril : *Le Canada français* publie un article sur le fait que le Richelieu est sorti de son lit et que des citoyens de Saint-Jean-sur-le-Richelieu sont inondés.
- 26 avril : *La Presse* publie un article mentionnant que les autorités sont sur un pied d'alerte puisque la pluie risque de faire déborder le lac Champlain, puis le Richelieu.
- Semaine du 26 avril au 2 mai :
 - La couverture des inondations en Montérégie se mélange à celle des inondations en Beauce (rivière Chaudière) et en Estrie (Coaticook, Sherbrooke).
 - On commence à mentionner que le lac Champlain atteint un niveau historique.
- Semaine du 3 au 9 mai :
 - Jean Charest se rend pour la première fois en Montérégie : il demande à l'armée d'intervenir.
 - L'armée arrive en renfort.
 - Une journée, l'eau monte. L'autre journée, l'eau descend.
- Semaine du 10 au 16 mai :
 - Québec bonifie son aide aux sinistrés.
 - L'eau se retire peu à peu : les sinistrés peuvent respirer un peu.
 - Les bénévoles sont à l'oeuvre.
 - On recense beaucoup de pertes pour les agriculteurs.
- Semaine du 17 au 23 mai (Fête de la Reine) :
 - L'armée commence à se retirer.
 - Visite du ministre des Affaires municipales Laurent Lessard et de la chef du PQ, Pauline Marois.
 - De retour en Montérégie, Jean Charest réclame le retour des soldats alors que l'eau monte encore.
- Semaine du 24 au 30 mai :
 - Après l'hésitation d'Ottawa, les soldats retournent en Montérégie.
 - Bisbille Québec-Ottawa : on ne s'entend pas sur le rôle de l'armée.
 - Visite de Peter McKay : il assure que l'armée restera sur place aussi longtemps que nécessaire.
 - Le niveau du Richelieu atteint encore son niveau record.
 - Le samedi (28 mai), Jean Charest retourne sur place avec le ministre de la Sécurité publique, Robert Dutil.

- S.O.S. Richelieu commence à recruter des bénévoles pour la Grande Corvée de nettoyage.

- Semaine du 31 mai au 6 juin :
 - Jack Layton se rend en Montérégie : il soutient que l'armée doit aider au nettoyage et il critique Harper.
 - Première du film *Gerry* à Saint-Jean-sur-Richelieu pour reconforter les sinistrés.
 - Le 4 juin : Jean Charest retourne en Montérégie.
 - Le 6 juin : Stephen Harper se rend pour la première fois en Montérégie après avoir été longuement réclamé.

- Semaine du 7 au 13 juin :
 - Le nettoyage commence : des employés de la Ville de Québec viennent prêter main-forte.
 - Harper promet de l'aide financière.
 - Première fin de semaine de la Grande Corvée de nettoyage : 3500 bénévoles à l'oeuvre.

- Semaine du 14 au 20 juin :
 - Plusieurs organismes se mobilisent pour aider les sinistrés, on offre des dons.
 - Deuxième et dernière fin de semaine de la Grande Corvée

- Semaine du 21 au 27 juin :
 - Les sinistrés constatent les dégâts dans les maisons. Les entreprises et campings en mode reconstruction.
 - Des dons continuent à être envoyés.
 - Québec permet la reconstruction dans les zones inondables.

- Semaine du 28 juin au 4 juillet :
 - Couverture des médias régionaux (hebdomadaires de la Montérégie surtout). Les médias nationaux, montréalais ne sont plus dans le coup.
 - Plan d'action pour aider le tourisme en Montérégie.
 - Dons, reconstruction, etc.
 - Encore des centaines d'évacués qui ne sont pas de retour dans leur maison.