

La couverture médiatique des grandes villes françaises entre 2015 et 2020

Mai 2022

 axe **culture**
et territoire

Alors que les agglomérations françaises sont en concurrence pour attirer habitants, entreprises et touristes, la notoriété des villes constitue un élément clé, favorisant ou non leur attractivité.

La couverture médiatique participe indéniablement à cette notoriété. En effet, chaque article publié dans la presse constitue un message à l'intention des lecteurs. Ce message, positif ou négatif, concerne une actualité sélectionnée de manière partielle et partielle par une rédaction et un journaliste.

Cette publication apporte un aperçu de la couverture médiatique dont bénéficient - ou parfois souffrent - les cinq plus grandes agglomérations françaises hors Paris – Lille, Lyon, Marseille, Bordeaux et Toulouse – dans les principaux titres de la presse nationale et internationale (papier et web) entre 2015 et 2020.

*Ce document a été co-écrit en 2021 avec des étudiantes de **ESPOL / European School of Political and Social Sciences de l'Université Catholique de Lille.***

ÉLÉMENTS DE MÉTHODE

Les graphiques réalisés reposent sur l'exploitation de bases de données d'information et de sites internet de médias.

Le travail a été mené en recherchant les articles qui citent le nom des villes concernées dans le titre ou l'ensemble du texte.

QUI SOMMES-NOUS ?

Axe Culture & Territoire est un Think Tank citoyen, localisé à Lille, qui s'intéresse à l'aménagement du territoire dans toutes ses dimensions.

Mail : www.axeculture.com

Twitter : [@axeculture](https://twitter.com/axeculture)

facebook.com/axeculture

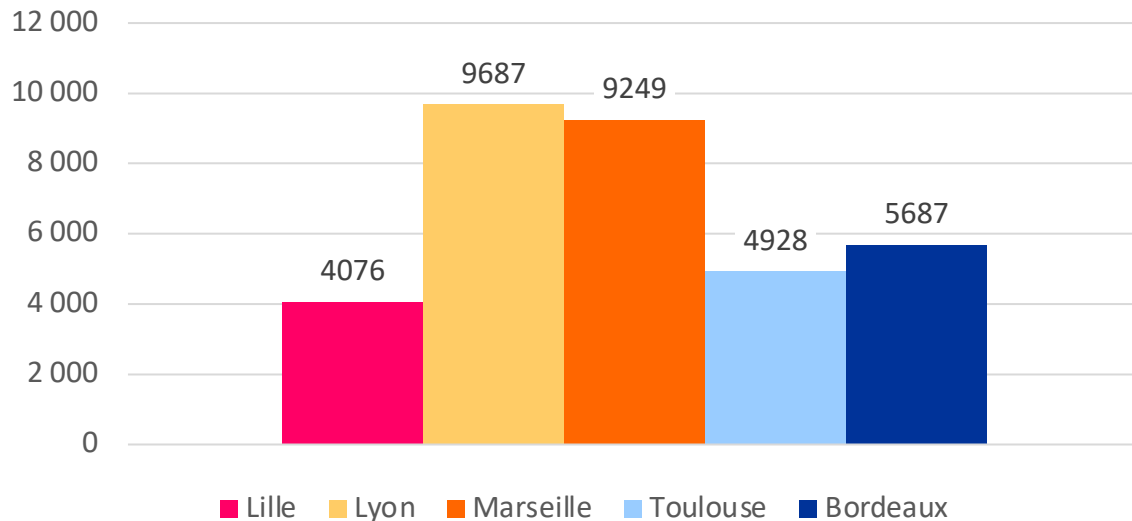


Lyon devant, Lille derrière

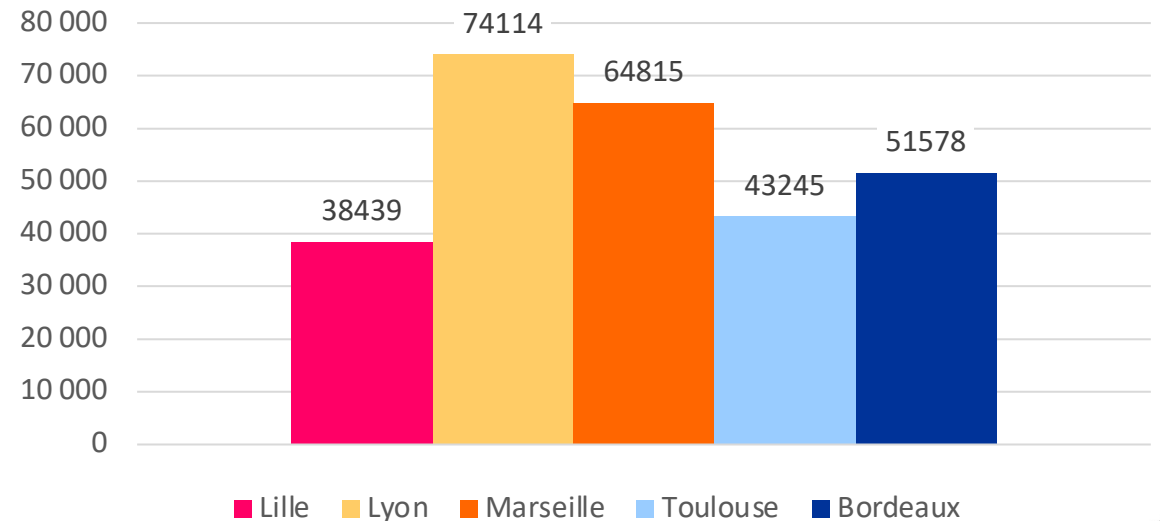
Entre 2015 et 2020, la couverture médiatique des villes françaises (hors Paris), dans les grands titres de la presse nationale, indique que Lyon est la ville la plus médiatisée de France, juste devant Marseille, mais loin devant Bordeaux et Toulouse. Lille est, quant à elle, la ville la moins médiatisée. Lyon est ainsi 2,4 fois plus citée que Lille,

Les résultats sont identiques selon que la recherche est effectuée dans les titres des articles ou dans l'intégral du texte.

Couverture médiatique des grandes villes françaises dans 6 titres de la presse quotidienne nationale* entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)



Couverture médiatique des grandes villes françaises dans 6 titres de la presse quotidienne nationale* entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TEXTE)



*Le Monde, Le Figaro, Libération, Les Echos, L'Humanité, La Croix
mai 22



Lyon devant, Lille derrière

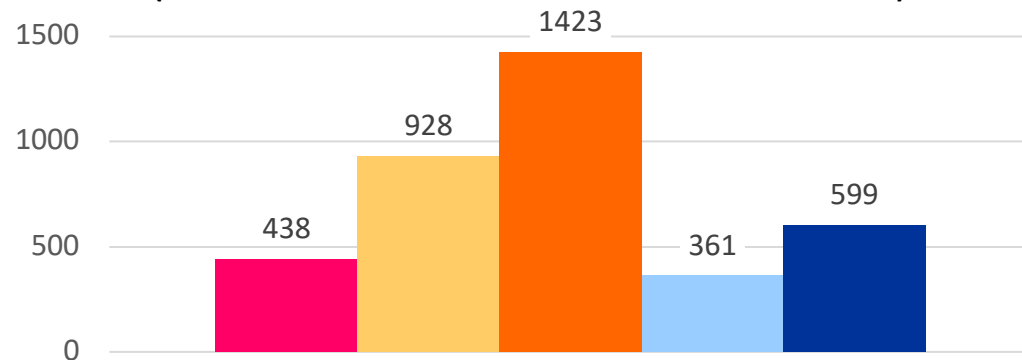
Homogénéité des résultats entre les quotidiens

Dans tous les titres de la presse nationale, Lyon et Marseille sont les villes les plus médiatisées.

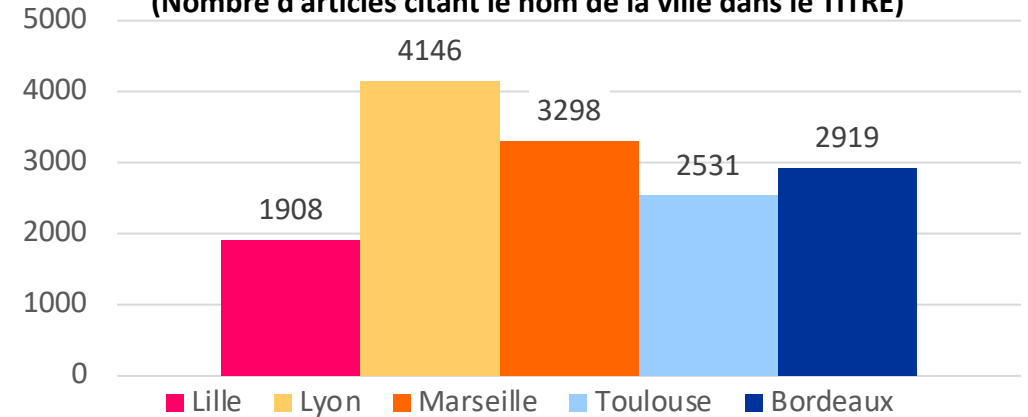
Sauf pour *Libération*, Bordeaux est systématiquement classée en 3^{ème} position.

Concernant Lille, son nom est dans tous les cas le moins cité, exception faite du *Monde*, pour lequel Toulouse arrive en queue de peloton.

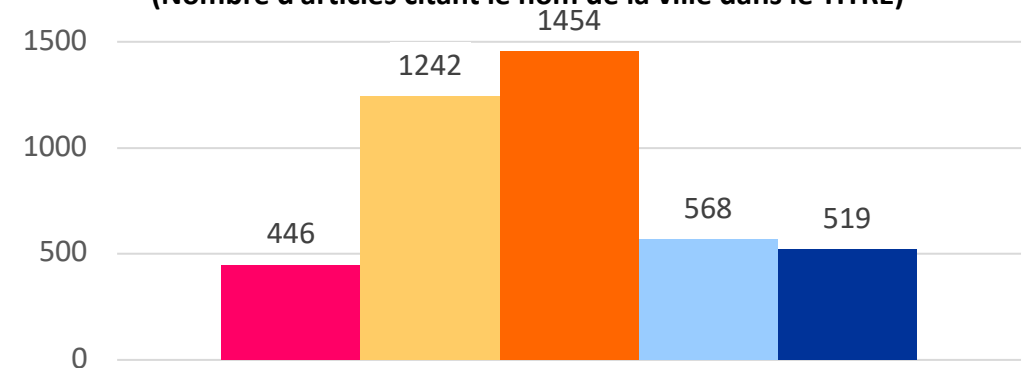
Couverture médiatique
dans **Le Monde** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)



Couverture médiatique
dans **Le Figaro** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)

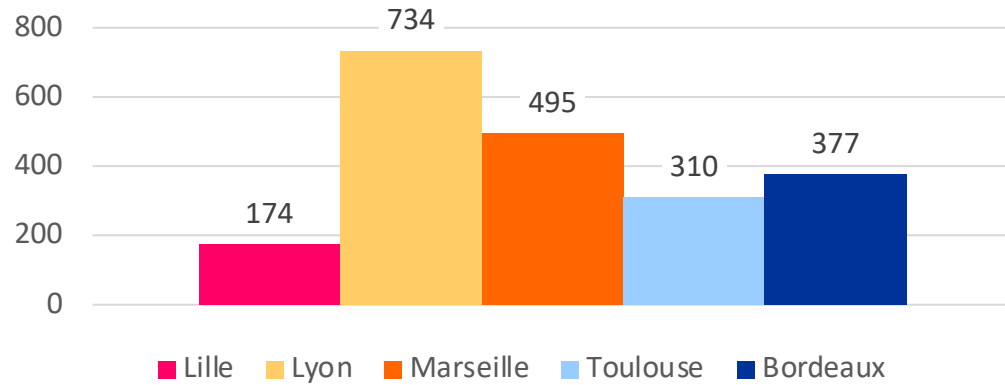


Couverture médiatique
dans **Libération** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)

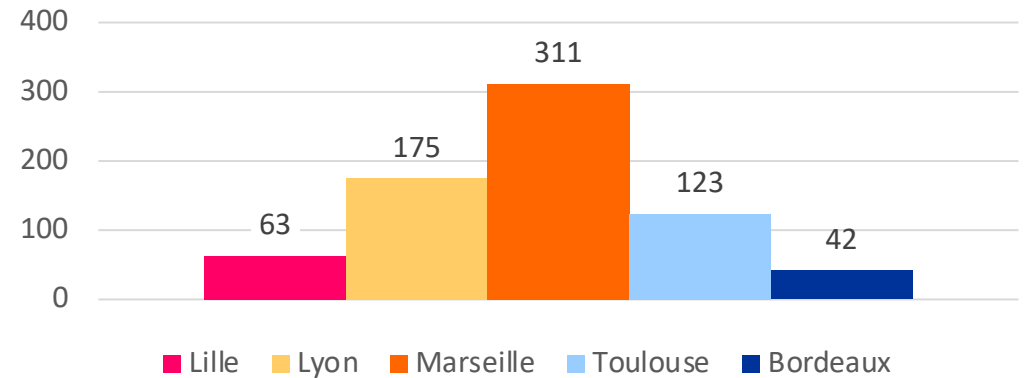


Lyon devant, Lille derrière

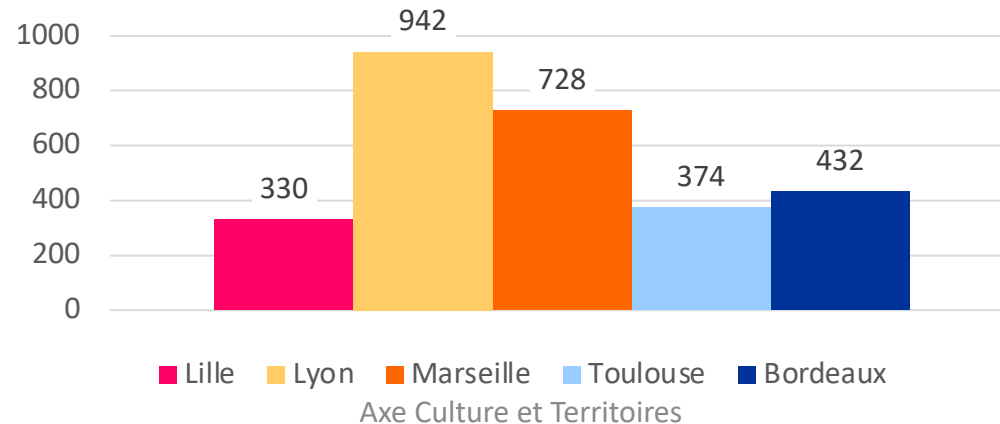
Couverture médiatique
dans **Les Echos** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)



Couverture médiatique
dans **L'Humanité** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)



Couverture médiatique
dans **La Croix** entre 2015 et 2020
(Nombre d'articles citant le nom de la ville dans le TITRE)



Lyon : l'incontestable ville de la culture

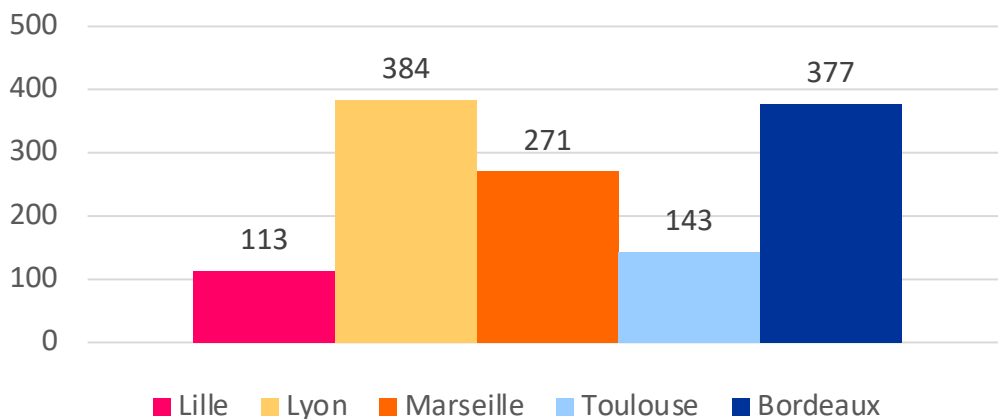
Dans le secteur culturel et artistique, **Lyon est incontestablement la ville de la culture en France.**

Lille et Toulouse souffrent d'une sous-médiatisation, faute sans doute d'événements suffisamment marquants pour mobiliser massivement la presse.

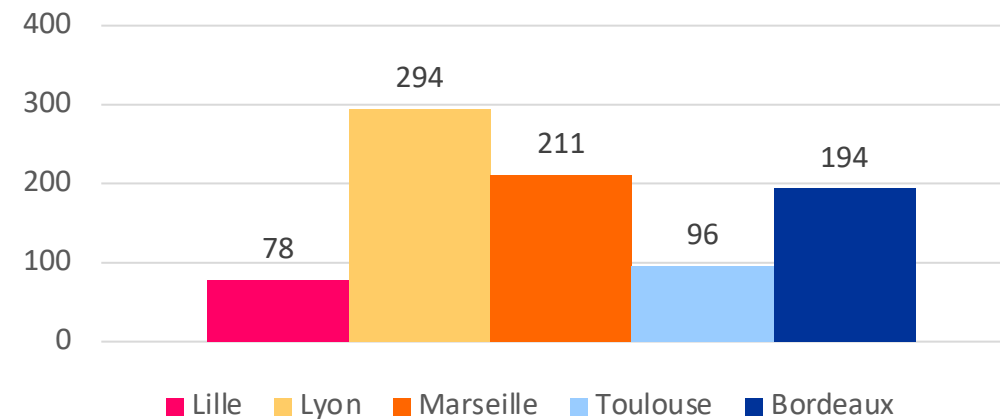
En utilisant les mots clés « musées » et « art » dans le texte des articles, les résultats montrent la grande domination de Lyon comme place artistique et muséale française, devant Marseille et Bordeaux.

Pour les mots clés "opéra", "théâtre" ou encore "danse", les résultats ne changent pas. Dans les domaines de la danse et l'opéra, Lyon surclasse les autres villes françaises, notamment par son opéra et sa Biennale de danse qui connaît une très forte médiatisation. L'écart est moins remarquable pour le théâtre qui met à l'honneur Marseille.

Couverture médiatique liée à l'**art**
(Nom de la ville dans le titre et « art » dans le texte)

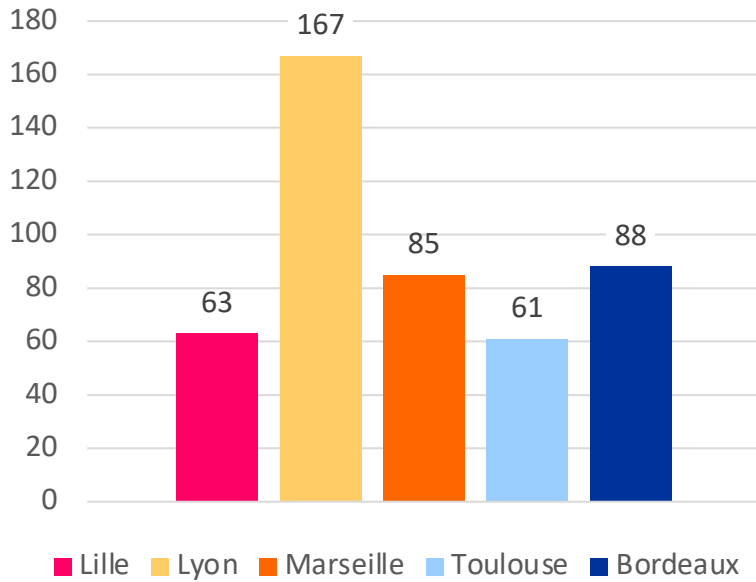


Couverture médiatique liée aux **musées**
(Nom de la ville dans le titre et « musée » dans le texte)

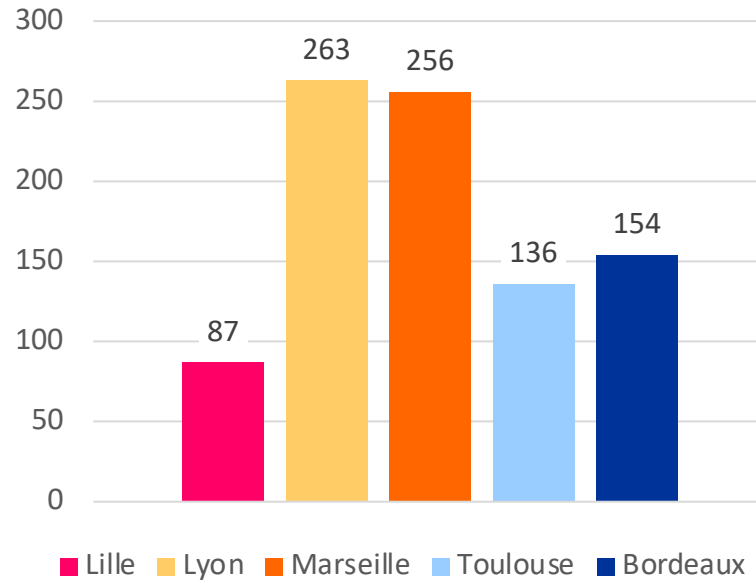


Lyon : incontestable ville de la culture

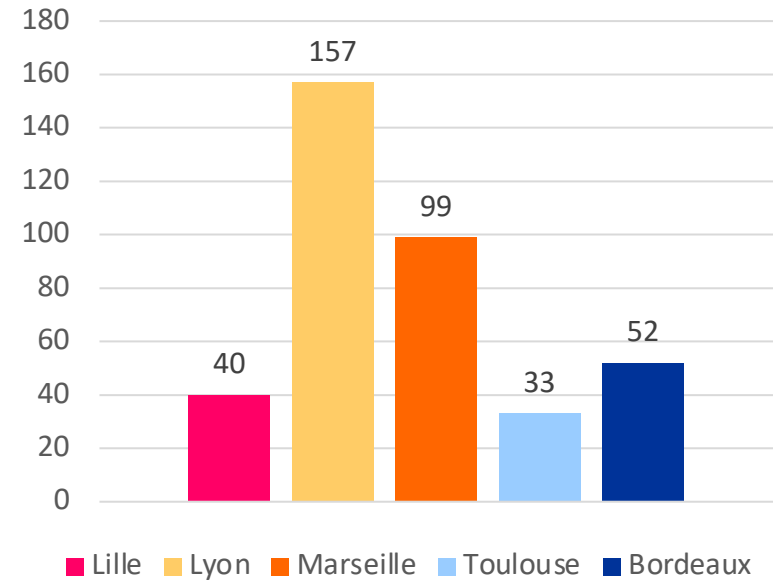
Couverture médiatique liée à l'**opéra**
(Nom de la ville dans le titre et « opéra » dans le texte)



Couverture médiatique liée au **théâtre**
(Nom de la ville dans le titre et « théâtre » dans le texte)



Couverture médiatique liée à la **danse**
(Nom de la ville dans le titre et « danse » dans le texte)



Foot et Rugby : Toulouse et Bordeaux derrière Lyon

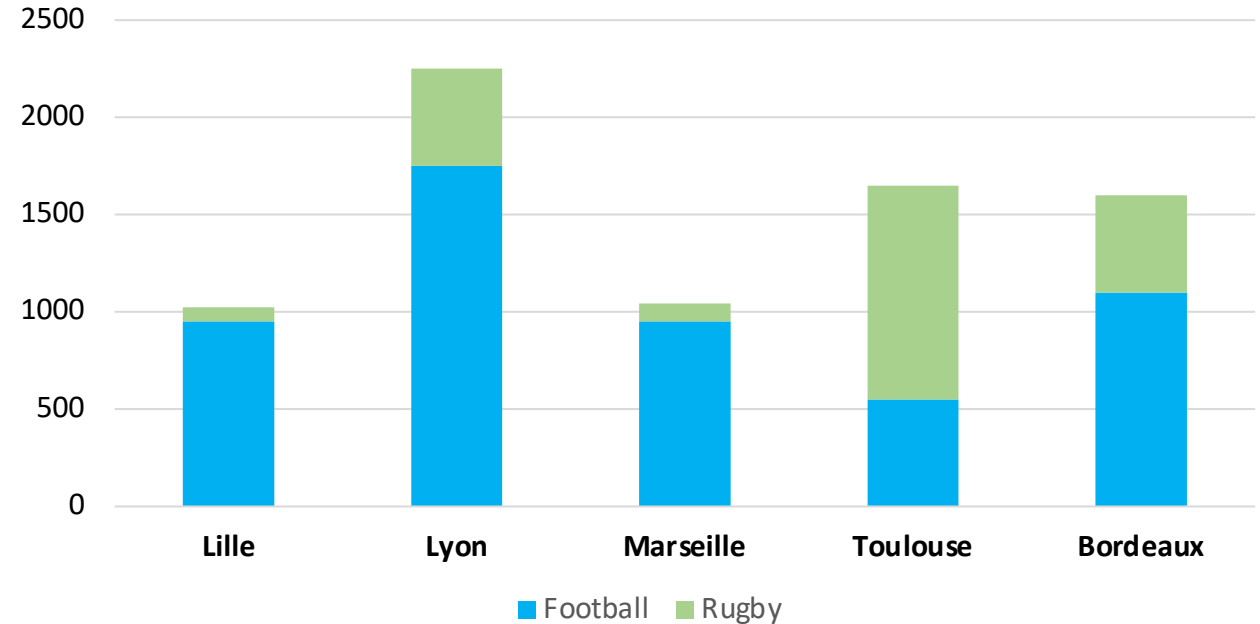
Le sport constitue un élément déterminant de la couverture médiatique des villes, en particulier le foot et le rugby. **Ainsi, le football et le rugby représentent 1/3 de la couverture médiatique de Toulouse et autour d'1/4 concernant Lyon, Lille et Bordeaux.**

Contrairement aux idées reçues, c'est pour Marseille que la couverture du foot est la plus faible (11%).

Notons que la couverture médiatique des villes, hors foot et rugby, propose un classement différent en tête puisque c'est Marseille qui devient la ville la plus médiatisée.

A noter que les autres disciplines sportives sont très nettement moins médiatisées. Le nombre d'articles est souvent anecdotique.

Couverture médiatique liée au foot et au rugby
(Nom de la ville dans le titre et « foot » ou « rugby » dans le texte)

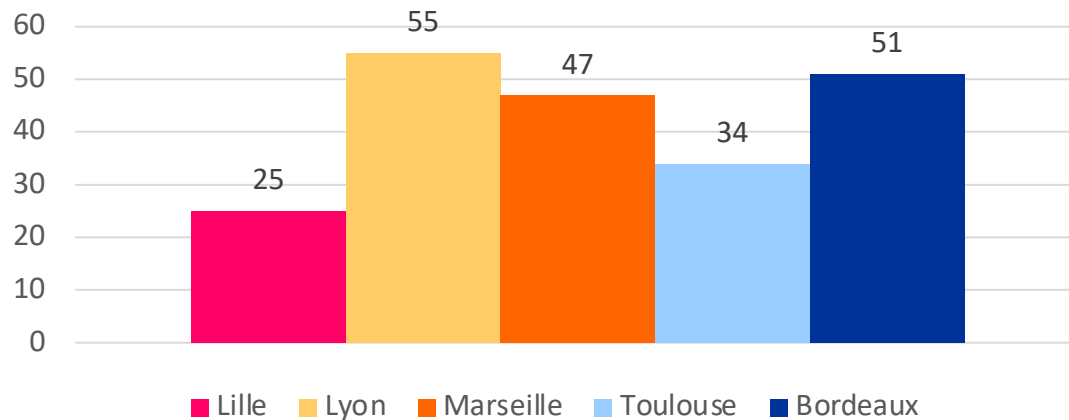


Technologie, universités et numérique : Lyon au top

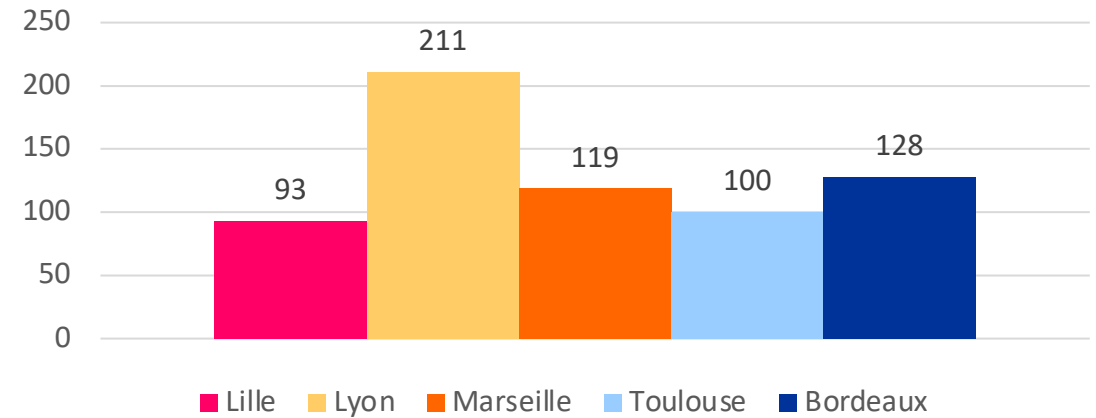
La couverture médiatique des activités liées au numérique, à la technologie ou aux universités, constitue une information intéressante à l'heure où tous les territoires se présentent comme étant à la pointe dans ces secteurs.

Avec tous ces mots clefs, c'est Lyon qui domine les classements de manière plus ou moins marquée. Notons la bonne place de Bordeaux dans le domaine des technologies et la place un peu décevante de Toulouse, siège d'Airbus et de l'aérospatial français et européen.

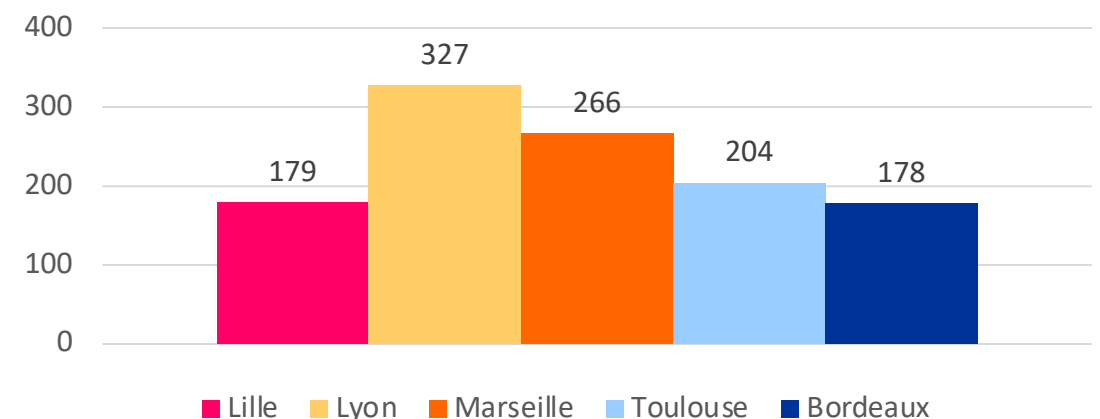
Couverture médiatique liée à la **technologie**
(Nom de la ville dans le titre et « technologie » dans le texte)



Couverture médiatique liée au **numérique**
(Nom de la ville dans le titre et « numérique » dans le texte)



Couverture médiatique liée aux **Universités**
(Nom de la ville dans le titre et « université » dans le texte)



Criminalité : la 1^{ère} place dont se passerait bien Marseille

La couverture médiatique liée à la délinquance est très importante car elle impacte très négativement l'image des villes. **Dans ce domaine, c'est Marseille qui pâtit des nombreux faits divers liés au trafic de drogue et à la criminalité.** Bordeaux peut cette fois être heureuse d'être la ville la moins médiatisée.

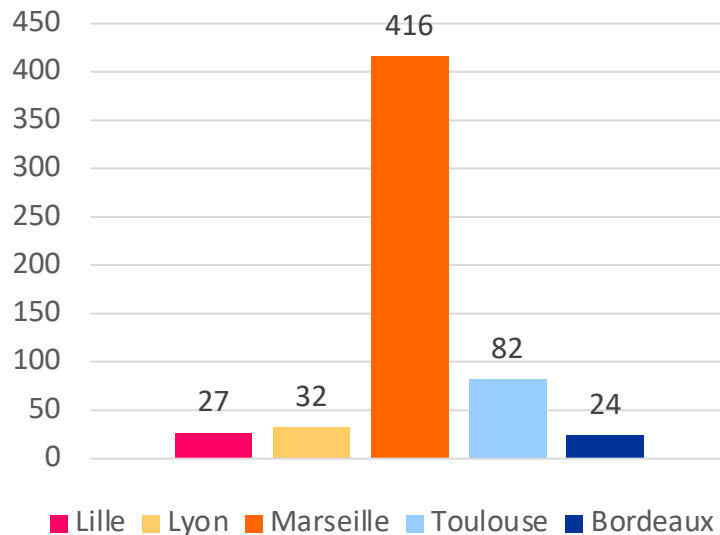
Concernant la drogue, la couverture de Marseille est 2,5 fois supérieure à la somme des quatre autres villes.

4,6% de la couverture médiatique de Marseille concerne la drogue.

Cette couverture médiatique est très négative pour l'image de la ville et son attractivité.

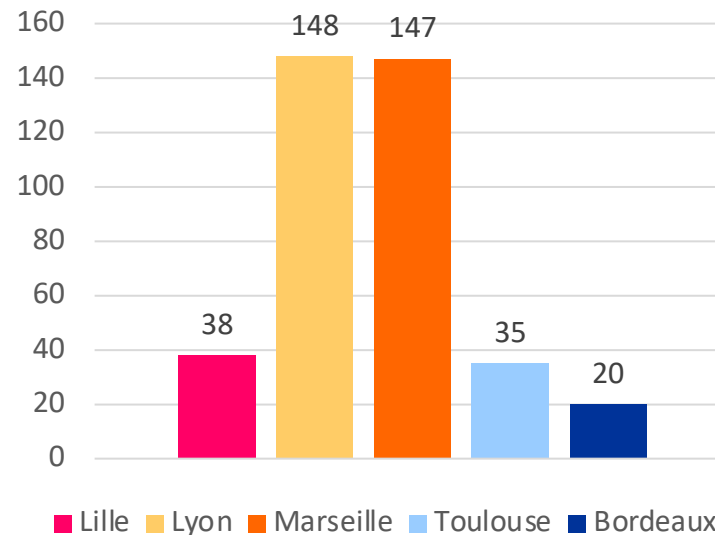
Couverture médiatique liée à la **drogue**

(Nom de la ville dans le titre et « drogue » dans le texte)



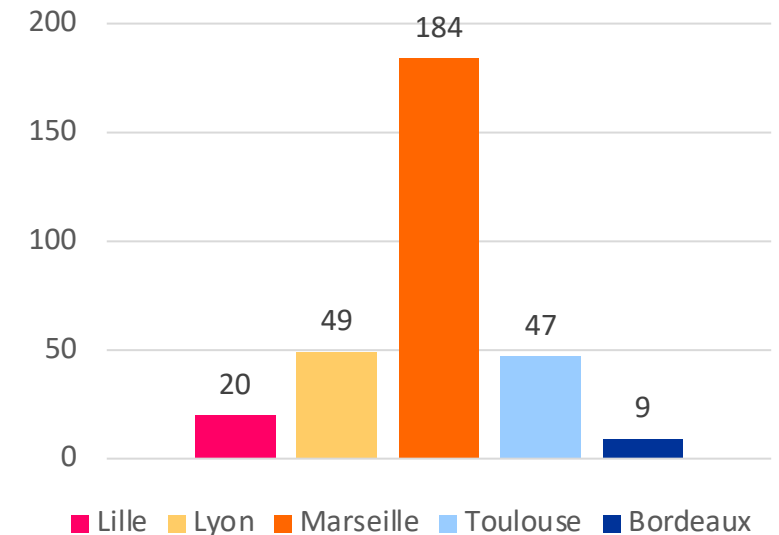
Couverture médiatique liée aux **attentats**

(Nom de la ville dans le titre et « attentat » dans le texte)



Couverture médiatique liée aux **assassinats**

(Nom de la ville dans le titre et « assassinat » dans le texte)



Bordeaux : ville la plus médiatisée outre-Atlantique

La couverture médiatique des villes françaises (hors Paris) dans la presse internationale est rare, voire exceptionnelle.

Ainsi, Le Devoir, journal québécois n'a cité Lyon que 12 fois en l'espace de 6 années, ce qui est très faible.

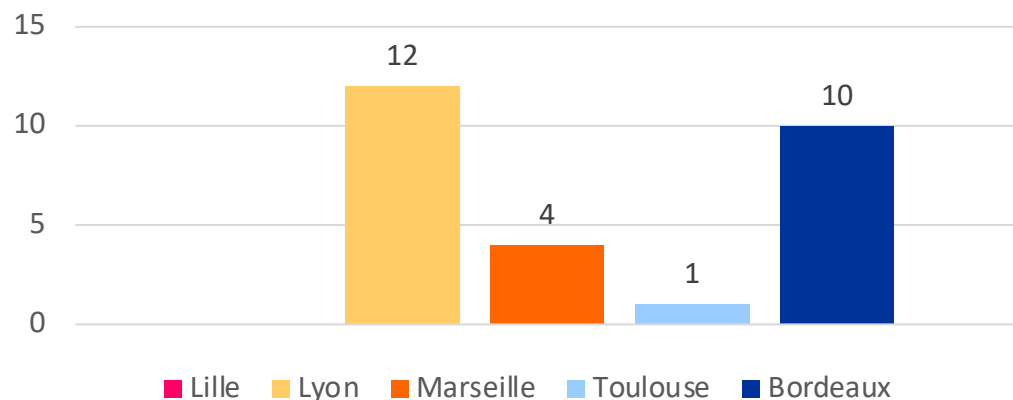
Dans la presse américaine, c'est **Bordeaux** qui est le nom de ville le plus cité, grâce au vin, porte étendard de la ville.

Concernant **Lille**, la couverture se partage entre l'affaire DSK, la braderie et une exposition au musée d'Art Moderne pourtant localisé à Villeneuve d'Ascq.

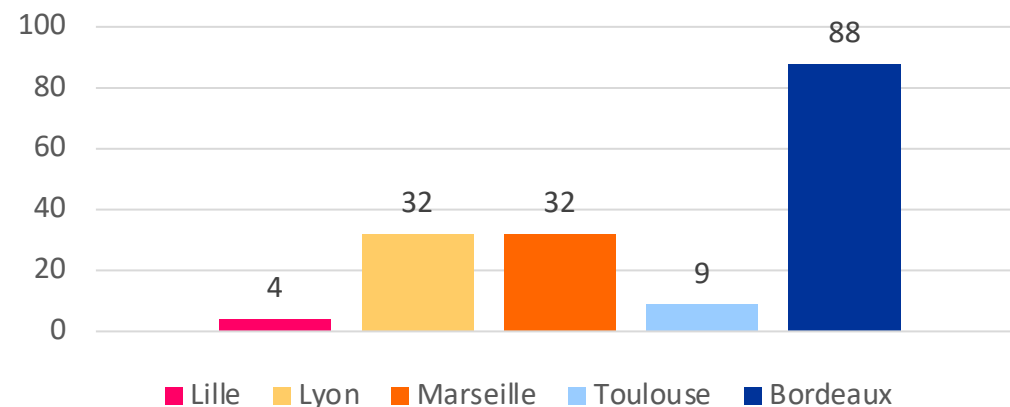
Pour **Lyon**, la couverture est diversifiée grâce à l'opéra, la biennale, le football ou encore le projet du LGV Lyon-Turin et la gastronomie.

Pour **Marseille**, c'est également une couverture assez diversifiée composée de foot, de musées, mais aussi de faits divers.

Couverture médiatique
dans *Le Devoir* (Canada) entre 2015 et 2020
(Nom de la ville dans le titre)



Couverture médiatique
dans trois titres américains* entre 2015 et 2020
(Nom de la ville dans le titre)



*Financial Times, The Economist, New York Times



CONCLUSION

Les bons diagnostics font les bonnes politiques !

La couverture médiatique d'une ville ne peut être considérée comme le reflet parfait de son image.

Néanmoins, elle en constitue une illustration parmi d'autres. Il est nécessaire de compléter cette étude par d'autres enquêtes qui viendraient appuyer ces conclusions ou au contraire les contredire.

Les chiffres permettent de regarder la réalité en face. Aussi difficiles soient-ils, ils nous permettent de mieux comprendre la réalité de l'image et de la notoriété pour y apporter une réponse.

En la matière, quatre conclusions doivent être tirées.

1/ La place de **Lyon**, en tant que ville française la plus médiatisée, est incontestable. Cette couverture est aussi diversifiée et souvent de qualité (culture, économie, innovation, etc.).

2/ **Marseille** dispose d'une couverture médiatique importante. Néanmoins, elle ne peut rester sans réponse face aux conséquences catastrophiques des problèmes de criminalité pour son image et son attractivité.

3/ **Lille**, qui se targue d'être la ville de la culture et du numérique, doit tirer les conclusions concernant sa sous-couverture médiatique dans ces domaines et dans tous les domaines. La troisième agglomération française hors Paris est moins médiatisée que Bordeaux et Toulouse.

4/ La place de **Toulouse** est décevante au regard de sa dynamique économique et démographique. Elle constitue néanmoins une ville en devenir à l'image de **Bordeaux**.



Axe Culture devient Axe Culture & Territoire

L'association *Axe Culture* est née à Lille en 2005 de la rencontre de plusieurs passionnés de culture, de patrimoine et d'urbanisme.

La mise en avant du mot **culture** avait du sens car nos sociétés sont fondées sur cette culture au sens anthropologique du terme : la langue, la musique, l'art, la manière de manger, de s'habiller, d'échanger et de débattre, d'organiser le pouvoir, de construire des villes, de se déplacer, etc.

Cette culture est aussi fondamentale dans nos sociétés, les habitants étant originaires des quatre coins du monde.

Nous aimons cette diversité culturelle, Elle est notre plus grande richesse.

Il était temps néanmoins de compléter notre nom pour qu'il reflète davantage la diversité de nos travaux dans les domaines de l'aménagement, de la gouvernance territoriale, de l'image des villes, etc.

Le nom "Axe Culture & Territoire" s'est imposé, fidèle au passé et tourné vers l'avenir.



@Axe Culture & Territoire - 2022

Réalisation : **Axe Culture et Territoire**

Avec la participation de :

Elsie Blondel - ancienne étudiante à ESPOL, Lille
Anne Florence Szczygiel - ancienne étudiante à ESPOL, Lille

