



# Janvier 2020 – mars 2022

## 25 mois de Covid dans les médias

tagaday

Communiqué de presse

Paris, le 20 avril 2022 – Observateur privilégié des médias, [Tagaday](#), plateforme n°1 des médias français, a observé et mesuré l'évolution médiatique du Covid-19 dans les médias français depuis le début de la pandémie. Entre janvier et février 2020, aux prémices de la pandémie, le Covid faisait l'objet de 880 articles par jour en moyenne « seulement », moins de 1% des sujets traités dans les médias français. Le 20 mars 2020, quatre jours après l'annonce du 1<sup>er</sup> confinement, le sujet dépassait tous les records avec 19 187 citations sur une seule et même journée.

25 mois plus tard, alors que le conflit ukrainien et l'élection présidentielle accaparent les esprits, qu'en est-il de la couverture médiatique réelle du Covid sur l'ensemble de cette longue période ? Dans la série d'infographie ci-dessous Tagaday dresse le bilan d'un phénomène médiatique inédit dans sa puissance et sa durée, de façon globale et par typologie de médias, en volume et en pression médiatique et, pour février et mars 2022, par comparaison avec la guerre en Ukraine.

### Evolution de la présence médiatique du Covid

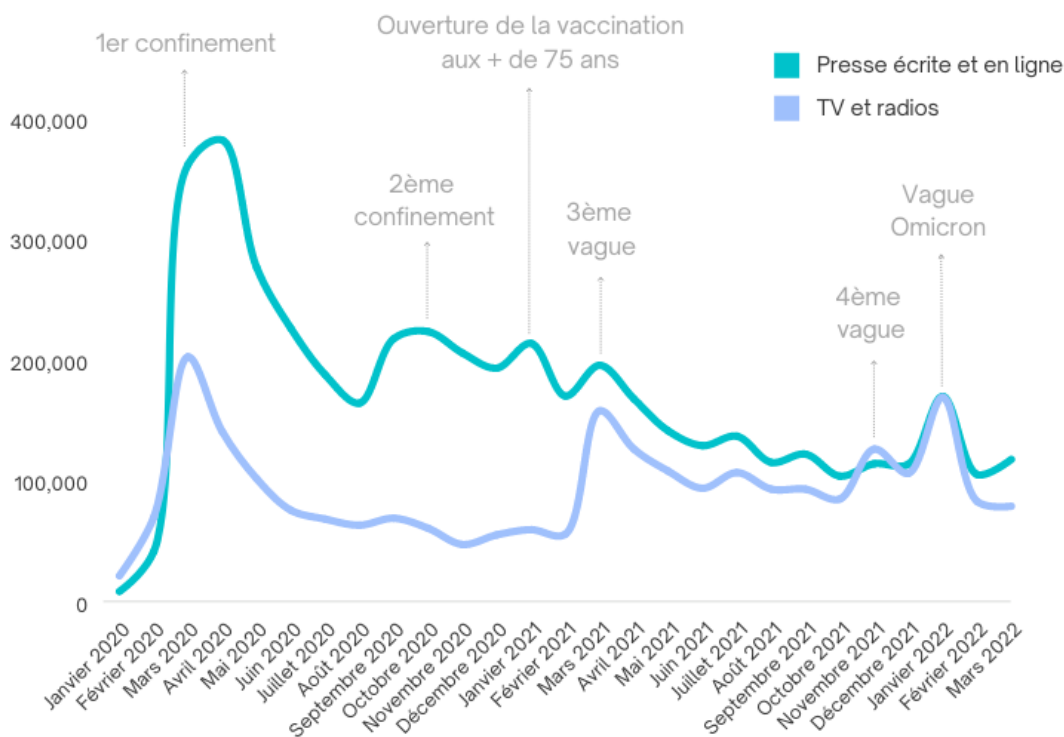
Depuis le 1er janvier 2020,  
le Covid c'est...

**7 317 137** Citations totales

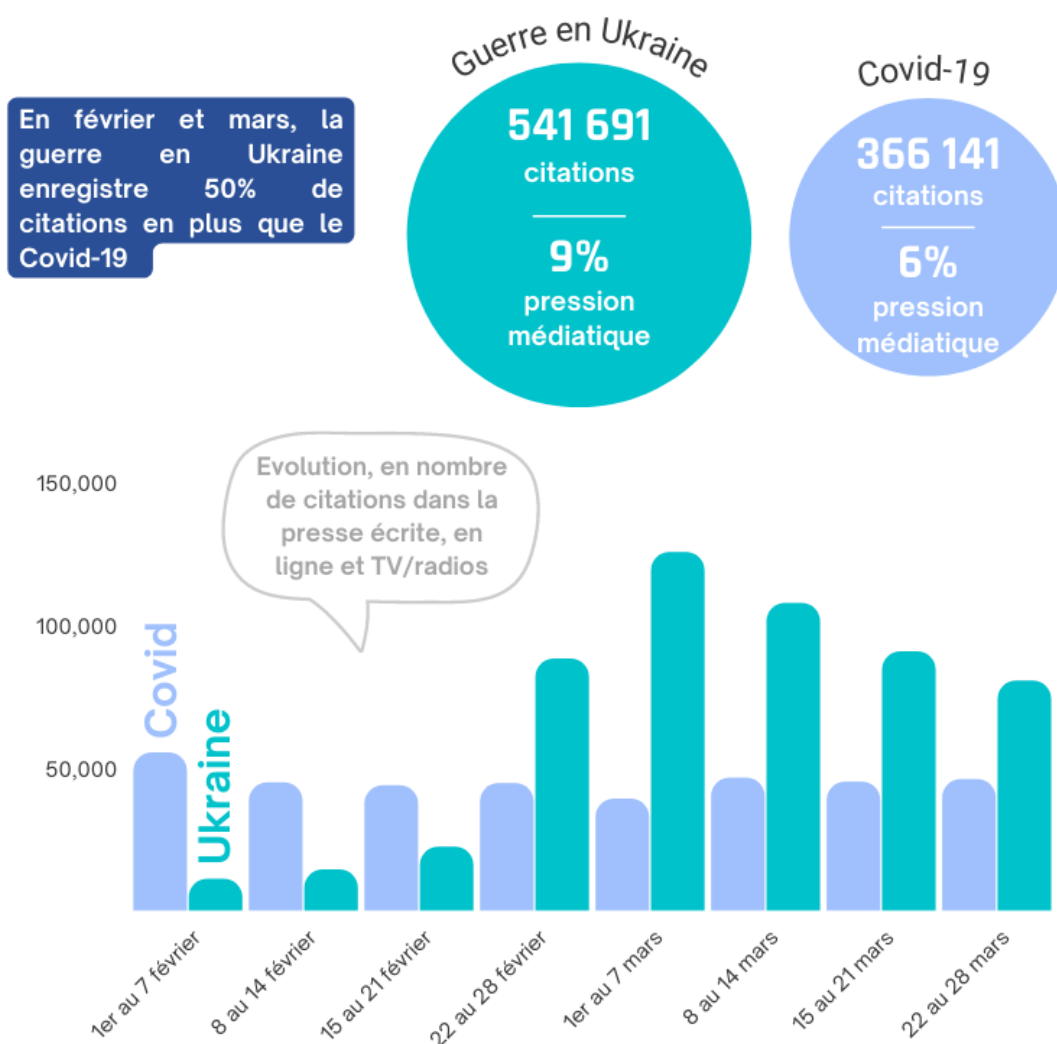
**11%** Pression médiatique totale\*  
Soit 1 papier sur 10 durant toute la période

**571 031** Record de citations (mars 2020)

\* Proportion, en pourcentage, de citations pour un sujet donné sur le total de la production médiatique



## | Février – mars 2022 : l'Ukraine prend le pas sur le Covid



Méthodologie : cette étude Tagaday, plateforme n°1 des médias français, a été réalisée entre le 1<sup>er</sup> janvier 2020 et le 31 mars 2022 à partir d'un échantillon de 3 000 titres de la presse française et sites du web éditorial et de 397 chaînes et stations TV/radio (plus de 5 400 programmes différents pour 2 000 heures par jour indexés en temps réel). Les articles paraissant dans plusieurs éditions de publications print régionales 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, une largeur de couverture et une rapidité inégalées.

Au fil de son développement, Aday a déployé des solutions techniques originales en matière de marquage des contenus texte, marquage des contenus image et traitement automatisé de la parole.

En savoir plus sur Aday et Tagaday, la 1<sup>ère</sup> plateforme de services de veille des médias : [www.aday.fr](http://www.aday.fr)



### Contacts presse

#### Agence Dakota Communication

Christèle Solis, Cécile Chapron & Thomas Saint-Jean

[aday@dakota.fr](mailto:aday@dakota.fr) – 01 55 32 10 43