

BILAN DE MEDIATISATION



CDT DORDOGNE PERIGORD – 1^{er} trimestre 2018



CHIFFRES CLÉS

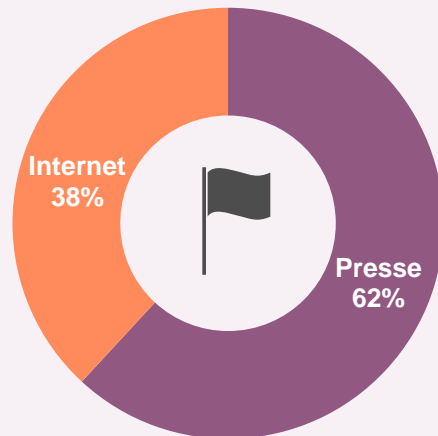
CHIFFRES CLÉS

Répartition par type de média

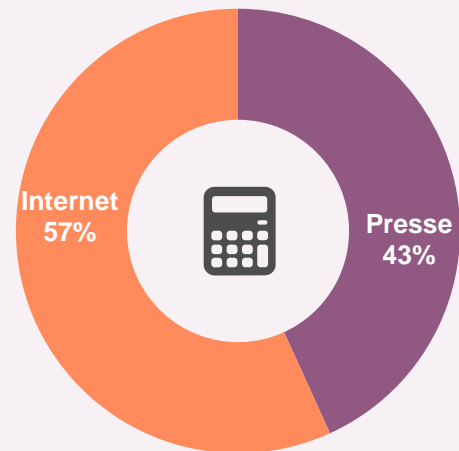
TYPE DE MÉDIA	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
 Presse	73	53	42,46	306 368 €
 Internet	45	33	46,67	402 744 €
Total	118	86	89,13	709 112 €

* En nb de pages

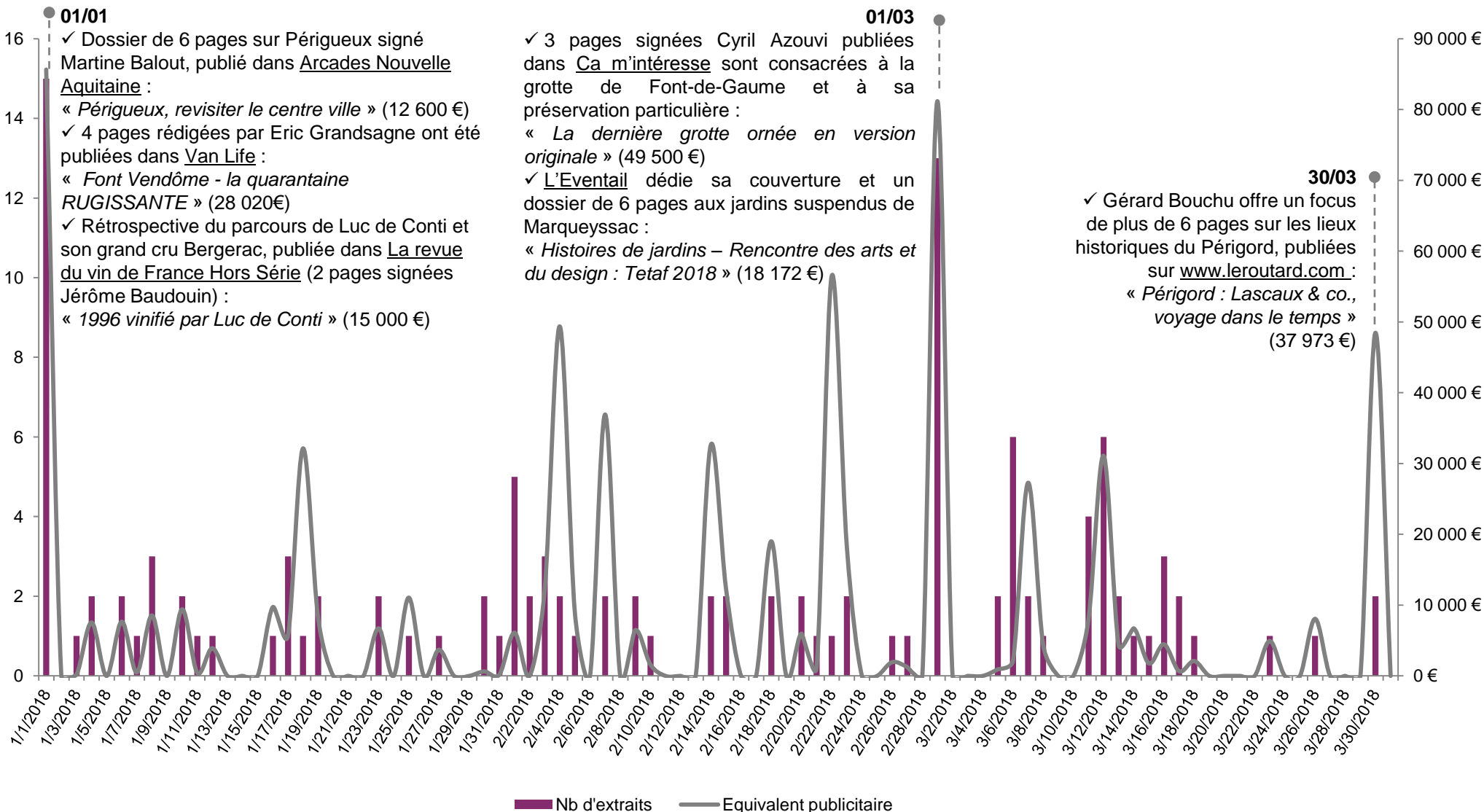
Répartition du volume



Répartition de l'équivalent publicitaire



CALENDRIER DE MEDIATISATION





MÉDIATISATION PRESSE

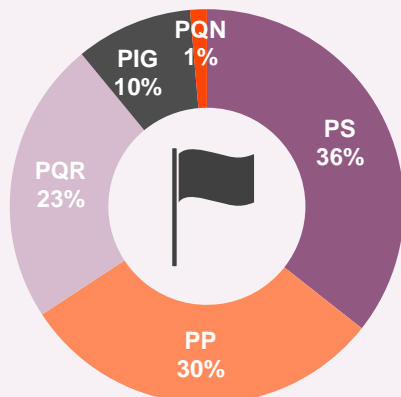
MÉDIATISATION EN PRESSE 1/5

Répartition par type de presse

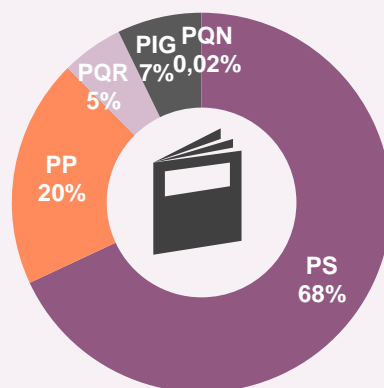
TYPE DE PRESSE***	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	DIFFUSION AGRÉGÉE**
PS	26	23	28,89	148 647 €	1 637 382
PP	22	14	8,28	24 298 €	29 407
PQR	17	9	2,23	67 724 €	2 973 151
PIG	7	6	3,05	64 560 €	505 539
PQN	1	1	0,01	1 140 €	305 701
Total	73	53	42,46	306 368 €	5 451 180

* En nb de pages / ** En nb d'exemplaires vendus (source OJD) / *** Lexique en fin de document

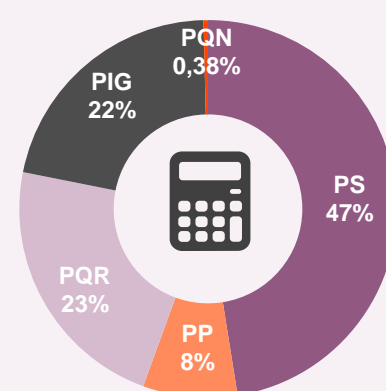
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



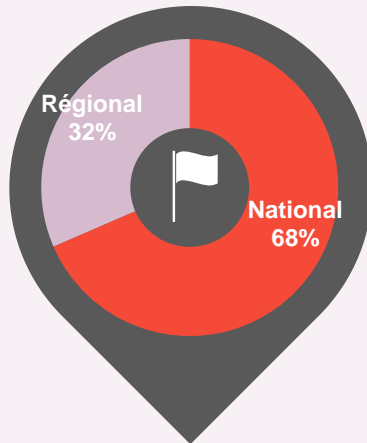
Répartition de la valorisation



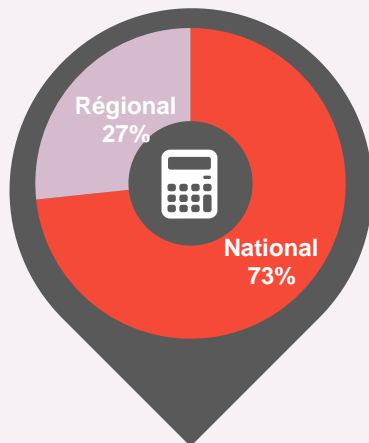
MÉDIATISATION EN PRESSE 2/5

Niveau de diffusion

en volume de retombées

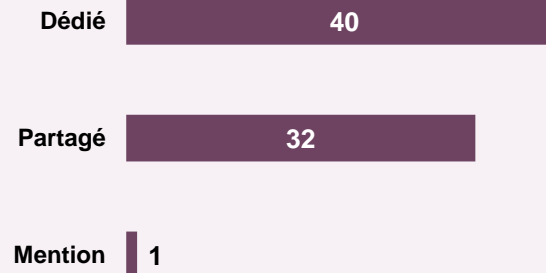


en valorisation publicitaire

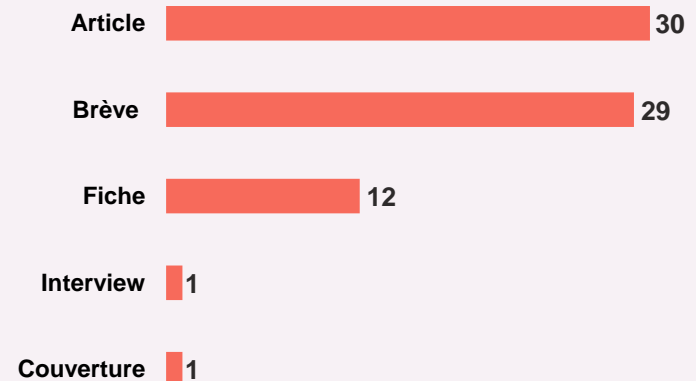


Indicateurs de visibilité

Type de retombées
(en volume de retombées)






Genre de retombées
(en volume de retombées)



MÉDIATISATION EN PRESSE 3/5



Top 10 des catégories de presse - en volume de retombées




		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	Informations générales	25	5,29	133 424 €
2	Gastronomie-Vins-Cuisine	7	2,37	18 256 €
3	Arts-Culture	6	14,90	38 252 €
4	Tourisme-Sport-Loisirs	6	3,50	7 328 €
5	Alimentation-Restauration	4	1,16	5 882 €
6	Entreprise-Economie-Finances	4	0,91	1 135 €
7	Agriculture-Pêche	3	1,13	6 204 €
8	Télévision-Radio	3	0,38	2 276 €
9	Agences de presse	2	1,15	-
10	Auto-Moto	2	4,40	28 320 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION EN PRESSE 4/5



Top 10 des supports de presse - en volume de retombées

		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	LA MONTAGNE	5	0,48	20 160 €
2	CNEWS	3	0,26	36 400 €
3	LA VIGNE	3	1,13	6 204 €
4	RAYON BOISSONS	3	1,02	5 605 €
5	LA VIE ECONOMIQUE	3	0,84	1 058 €
6	L'EVENTAIL	2	6,49	18 172 €
7	LES ECHOS WEEK-END	2	0,28	6 356 €
8	L'ECHO	2	1,03	5 127 €
9	GAZETTE OFFICIELLE	2	2,11	2 954 €
10	TELE MAGAZINE	2	0,30	2 100 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION EN PRESSE 5/5



Top 10 des journalistes - en espace rédactionnel



1. Maha Tissot – L'EVENTAIL

– 2 retombées dont 1 page de couverture
– **7 pages** – 18 172 €



2. Martine Balout

– ARCADES NOUVELLE AQUITAINE
– 1 retombée – **6 pages** – 12 600 €



3. Eric Grandsagne – VAN LIFE

– 1 retombée – **4 pages** – 28 020 €



4. Cyril Azouvi – CA M'INTERRESE

– 1 retombée – **3 pages** – 49 500 €



5. Eric Lastennet – CYCLOTOURISME

– 1 retombée – **2 pages** – 3 200 €



6. Jérôme Baudouin

– LA REVUE DU VIN DE France HORS SERIE
– 1 retombée – **2 pages** – 15 000 €



7. Thierry Morvan

– HD L'HUMANITE DIMANCHE
– 1 retombée – **2 pages** – 32 140 €



8. Virginie Fillâtre – L'ECHO REPUBLICAIN / REPUBLIQUE DU CENTRE / LE JOURNAL DU CENTRE / LE POPULAIRE DU CENTRE

– 4 retombées – **1,32 pages** – 7 987 €



9. Colette Goinère – LA VIGNE

– 3 retombées – **1,13 pages** – 6 184 €



10. Brigitte Ducasse – OT L'OFFICIEL DES TERRAINS DE CAMPING ET DES PARCS DE LOISIR

– 1 retombée – **1,05 pages** – 2 867 €



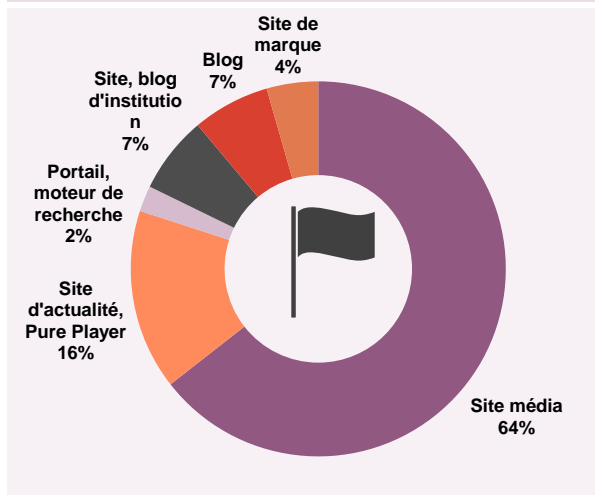
MÉDIATISATION SUR LE WEB

MÉDIATISATION SUR LE WEB 1/5

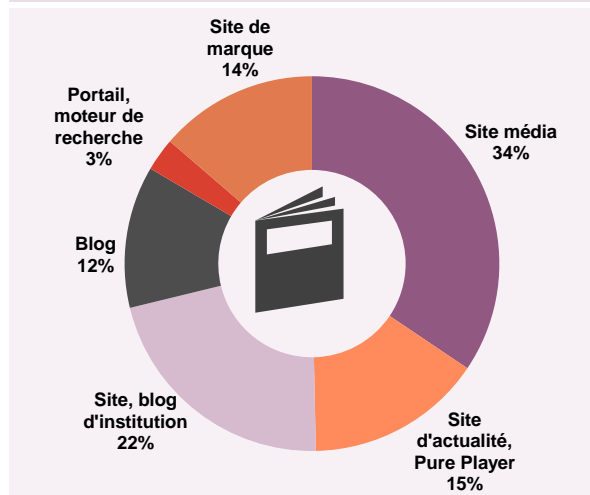
Répartition par type de site

TYPE DE SITE	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Site média	29	18	16,07	144 033 €
Site d'actualité, Pure Player	7	7	7,11	107 826 €
Blog	3	3	5,72	60 428 €
Site, blog d'institution	3	3	10,05	38 371 €
Site de marque	2	1	6,39	39 778 €
Portail, moteur de recherche	1	1	1,33	12 308 €
Total	45	33	46,67	402 744 €

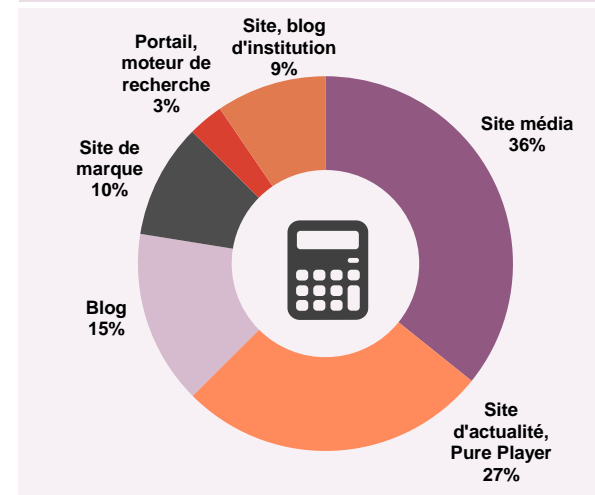
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



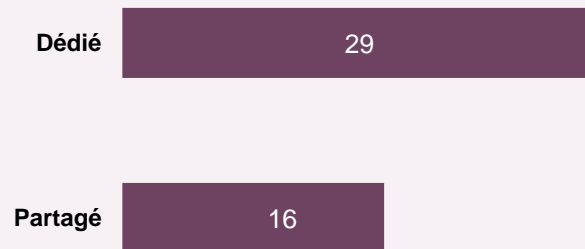
Répartition de la valorisation



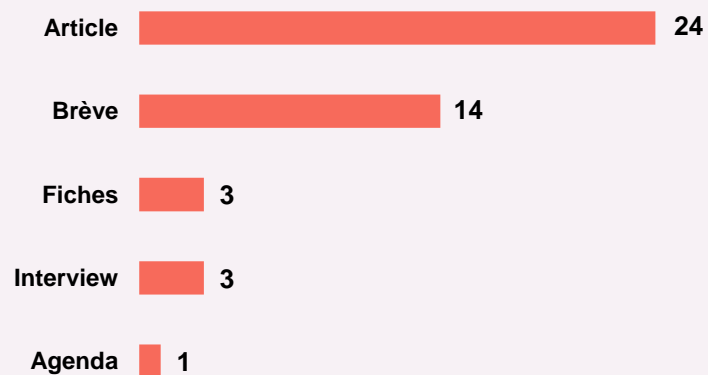
MÉDIATISATION SUR LE WEB 2/5

Indicateurs de visibilité

Type de retombées (en volume de retombées)




Genre de retombées (en volume de retombées)



MÉDIATISATION SUR LE WEB 3/5



Top des catégories web - en volume de retombées




		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	Informations générales	23	12,82	118 636 €
2	Arts-Culture	7	6,45	64 485 €
3	Tourisme-Voyages	5	12,59	105 237 €
4	Economie-Finances	1	2,12	56 485 €
5	Politique	1	9,80	36 926 €
6	Sciences-Techniques	1	0,72	8 068 €
7	Télévision-Radio	1	0,42	5 791 €
8	Techniques	1	1,14	4 277 €
9	Société-Famille-Social	1	0,14	1 209 €
10	Aménagement du territoire-Administration	1	0,14	558 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION SUR LE WEB 4/5



Top 10 des supports web - en volume de retombées

		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	www.ladepeche.fr	6	2,49	23 042 €
2	l-echo.info	3	2,45	22 672 €
3	www.lechorepublicain.fr	3	0,75	6 848 €
4	www.routard.com	2	6,39	39 778 €
5	www.witfm.fr	2	0,96	9 876 €
6	www.lepopulaire.fr	2	0,69	6 385 €
7	www.boursorama.com	1	2,12	56 495 €
8	escaledenuit.com	1	4,64	48 989 €
9	www.montesquieuvolvestre.com	1	9,80	36 926 €
10	www.claireenfrance.fr	1	2,38	24 485 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION SUR LE WEB 5/5



Top des rédacteurs web identifiés - en espace rédactionnel



1. **Gérard Bouchu** – www.leroutard.com
– 1 retombée – **6,10 pages** – 37 973 €



2. **Ewen Cousin** – l-echo.info
– 3 retombées – **2,45 pages** – 22 673 €



3. **Georges Lévêque** – www.claireenfrance.fr
– 1 retombée – **2,38 pages** – 24 485 €



4. **Baptiste Tharreau** – www.msn.com
– 1 retombée – **1,33 pages** – 12 308 €



5. **Jean-Claude Bonnemère** – actu.fr
– 1 retombée – **0,96 pages** – 8 884 €



6. **Perrine Kervran** – www.franceculture.fr
– 1 retombée – **0,90 pages** – 9 259 €



7. **Pascal Faiseaux**
– france3-regions.francetvinfo.fr
– 1 retombée – **0,66 pages** – 6 108 €



8. **Yoanna Sultan-R'bibo** – www.lemonde.fr
– 1 retombée – **0,59 pages** – 5 460 €



9. **Jean-Claude Cristol** – www.ladepeche.fr
– 1 retombée – **0,49 pages** – 4 534 €






10. **Diane Charbonnel** – www.witfm.fr
– 1 retombée – **0,48 pages** – 4 938 €



MÉDIATISATION DES MESSAGES




MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
PERIGORD NOIR - Montignac-Lascaux	43	27,62	261 469 €
PERIGORD NOIR - Sarlat-Vallée Dordogne	41	46,55	403 737 €
PERIGORD POURPRE - Vignoble de Bergerac	28	12,80	108 327 €
PERIGORD BLANC - Périgueux	15	16,60	175 462 €
PERIGORD POURPRE - Bergerac	14	14,73	164 107 €
PERIGORD NOIR - Les Eyzies-Vallée Vézère	12	22,13	177 098 €
PERIGORD	6	2,56	9 313 €
PERIGORD VERT - Nontron	3	1,54	15 765 €
PERIGORD VERT - Vallée de la Dronne	2	5,33	40 328 €
PERIGORD VERT - Brantôme	2	4,28	38 520 €
PERIGORD BLANC - Autres	1	4,64	48 989 €
PERIGORD POURPRE - Autres	1	4,64	48 989 €
PERIGORD VERT - Autres	1	1,00	11 057 €
PERIGORD POURPRE - Pays des Bastides	1	0,02	185 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par sujet - top 30

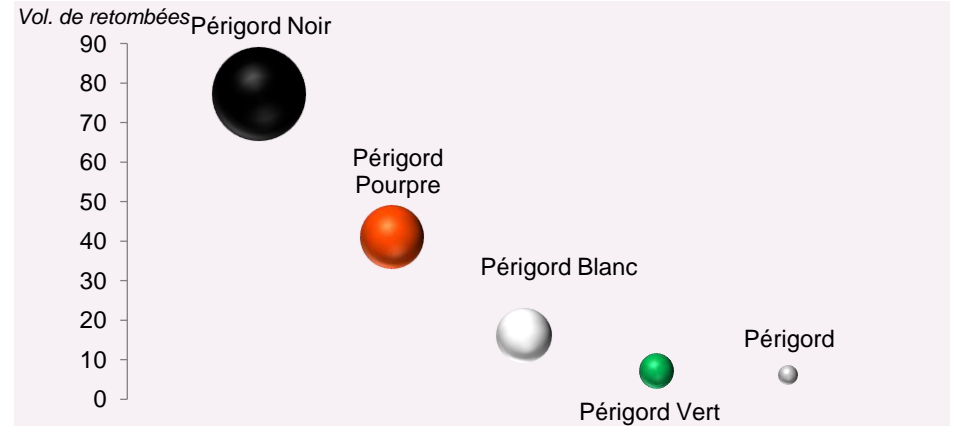
TYPE DE SUJET	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE REDACTIONNEL	 EQUIVALENT PUBLICITAIRE
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	43	28,66	273 456 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	29	13,68	112 597 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	26	48,90	364 974 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	21	25,18	193 250 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	15	25,58	165 059 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	14	36,08	188 842 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	13	35,85	168 079 €
GASTRONOMIE - Truffes	12	8,00	89 198 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	11	26,68	161 876 €
GASTRONOMIE - Autres	11	9,21	90 711 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	9	27,62	184 805 €
GASTRONOMIE - Foie gras	9	7,70	84 199 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	8	3,79	19 557 €
EVENEMENTS - Autres	7	2,87	34 274 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	6	22,80	116 283 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	6	15,99	65 631 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	5	2,16	27 175 €
AUTRES - aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	4	5,65	73 940 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	4	3,75	39 422 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	4	3,01	29 750 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	3	8,58	62 422 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	3	6,05	30 887 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	3	3,33	23 365 €
HEBERGEMENTS - Autres	3	1,72	19 019 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	2	1,47	13 517 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	2	2,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgieuse	1	2,00	32 140 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	6,00	12 600 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	1	1,33	12 308 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Périgord Noir	77	64,35	554 189 €
Périgord Pourpre	41	29,15	307 705 €
Périgord Blanc	16	21,24	224 451 €
Périgord Vert	7	8,15	77 650 €
Périgord	6	2,56	9 313 €

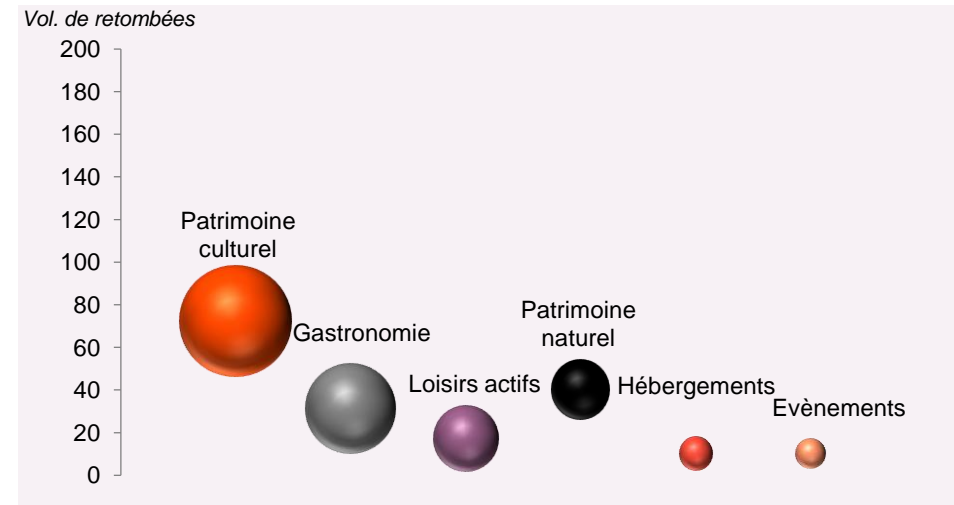
Mapping des territoires - (aire en fonction de l'esp.rédac.)



Répartition par sujet

SUJET	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Patrimoine culturel	72	76,50	623 861 €
Gastronomie	40	21,44	187 487 €
Patrimoine naturel	31	50,27	311 782 €
Hébergements	17	25,81	152 361 €
Loisirs actifs	10	6,79	33 814 €
Evènements	10	5,29	61 388 €

Mapping des sujets - (aire en fonction de l'esp.rédac.)





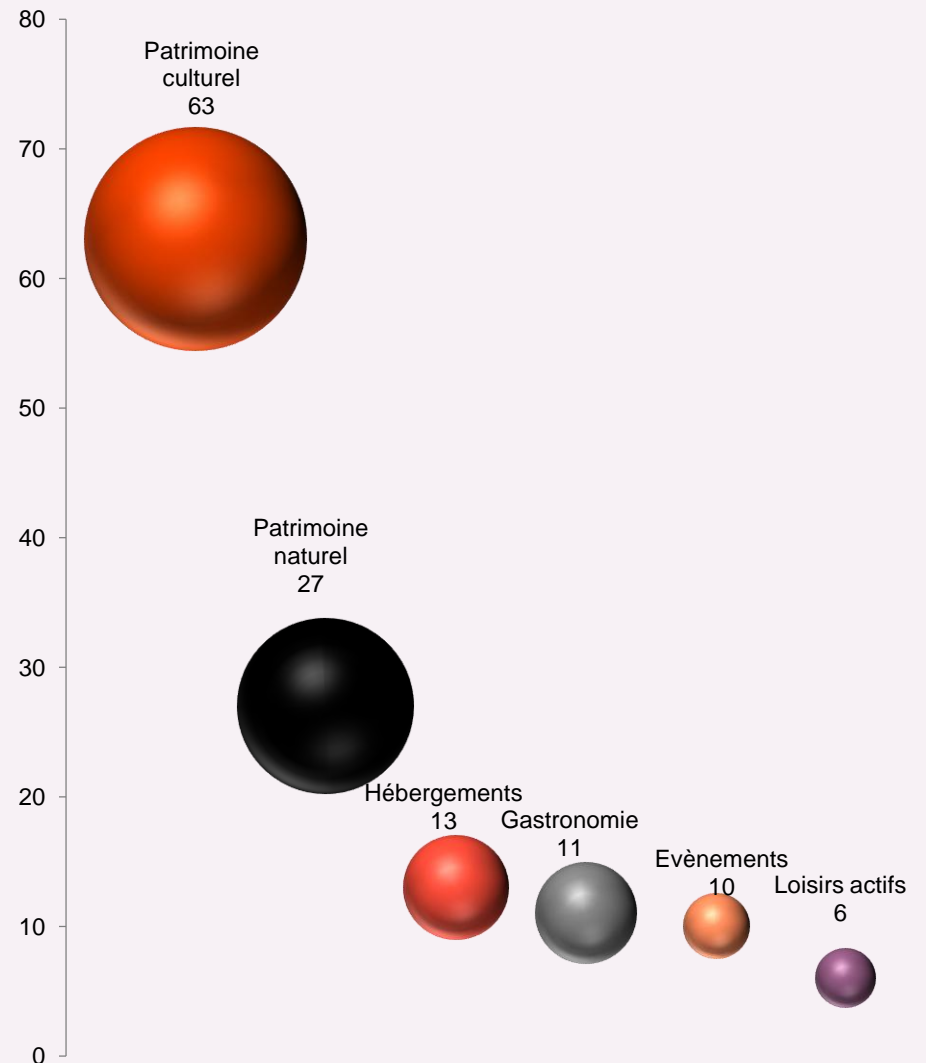
MÉDIATISATION DES SUJETS

SUJETS : PÉRIGORD NOIR

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	43	28,66	273 456 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	20	19,18	180 650 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	19	34,42	287 688 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	13	30,08	176 242 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	13	25,11	153 191 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	11	26,68	161 876 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	9	23,70	124 070 €
EVENEMENTS - Autres	7	2,87	34 274 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	6	17,53	140 065 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	6	22,80	116 283 €
GASTRONOMIE - Foie gras	6	5,38	48 533 €
GASTRONOMIE - Truffes	6	5,38	48 533 €
GASTRONOMIE - Autres	5	8,45	82 345 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	5	5,45	36 196 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	5	3,33	17 377 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	4	7,90	53 031 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	4	3,75	39 422 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	4	3,01	29 750 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	4	1,88	16 675 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	3	5,17	69 002 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	3	8,58	62 422 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	3	3,33	23 365 €
HEBERGEMENTS - Autres	3	1,72	19 019 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	2	1,47	13 517 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	2	2,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	2	2,05	2 867 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	1	1,00	11 057 €

Mapping des sujets - (volume de retombées et espace rédac.)

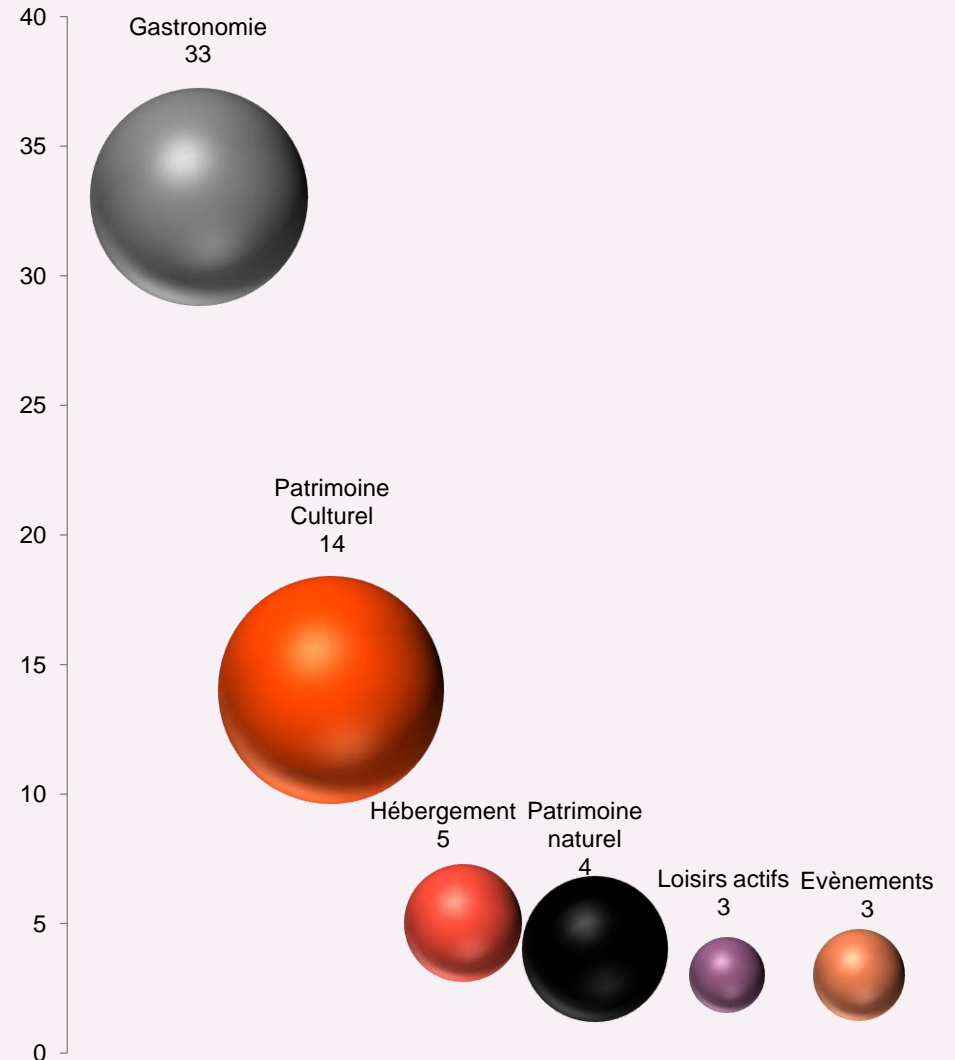


SUJETS : PÉRIGORD POURPRE

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	29	13,68	112 597 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	10	15,86	185 456 €
GASTRONOMIE - Autres	9	8,68	88 643 €
GASTRONOMIE - Foie gras	7	7,17	78 729 €
GASTRONOMIE - Truffes	7	7,17	78 729 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	5	11,21	105 579 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	5	8,40	94 996 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	4	5,65	73 940 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	3	5,48	73 950 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	3	6,00	62 557 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	3	6,00	62 557 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	3	3,48	35 507 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	2	4,33	61 808 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	2	2,48	24 450 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	2	2,48	24 450 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	2	2,33	23 365 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	2	1,61	22 808 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	2	1,35	12 493 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	3,09	11 057 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	1	3,00	49 500 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	1	4,64	48 989 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgieuse	1	2,00	32 140 €
EVENEMENTS - Autres	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	1	1,00	11 057 €

Mapping des sujets - (volume de retombées et espace redac.)

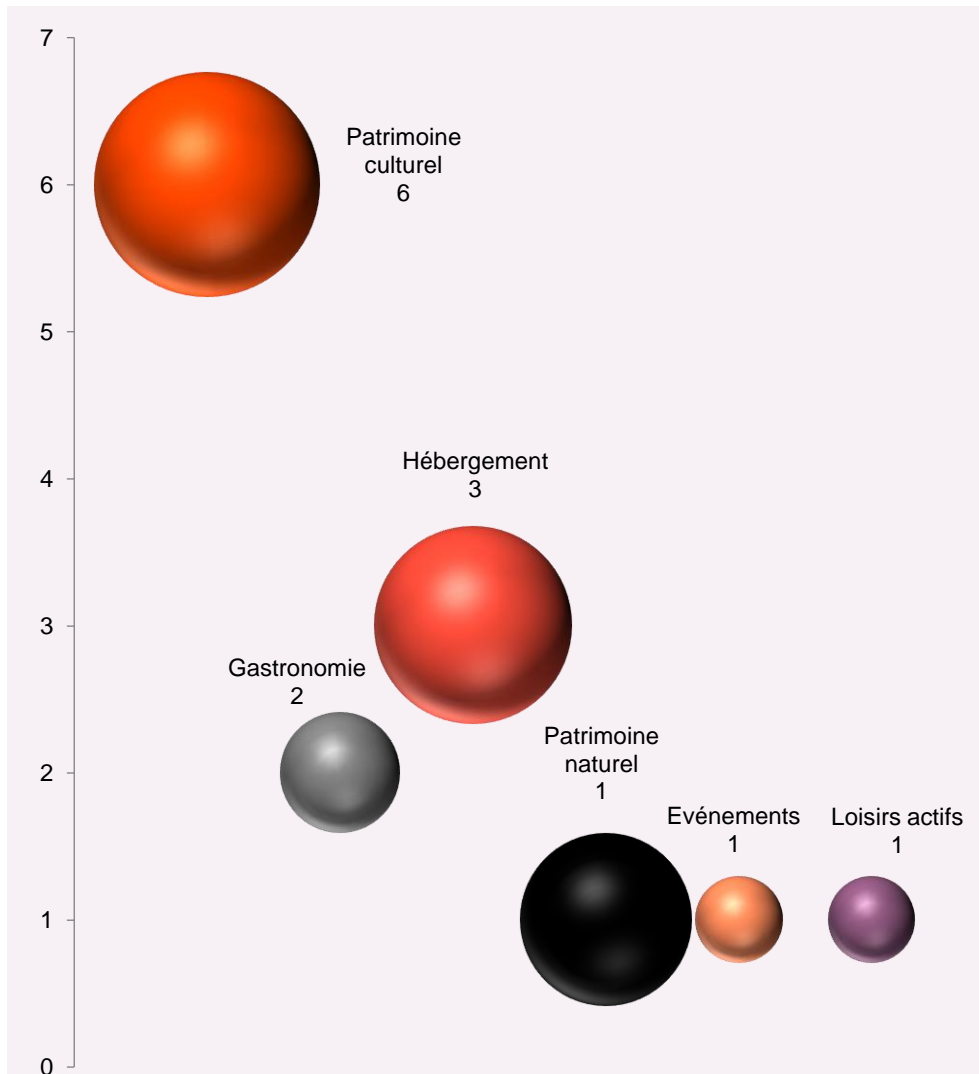


SUJETS : PÉRIGORD VERT

Répartition par sujet - top 20

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	3	5,12	37 994 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	3	1,47	22 925 €
GASTRONOMIE - Foie gras	2	1,93	19 663 €
GASTRONOMIE - Truffes	2	1,93	19 663 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	4,00	28 020 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	1	4,00	28 020 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	1	1,00	11 057 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	1	1,00	11 057 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	1	1,00	11 057 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	1,00	11 057 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	1	0,28	10 500 €
GASTRONOMIE - Autres	1	0,93	8 606 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	1	0,93	8 606 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	1	0,42	5 791 €

Mapping des sujets – (volume de retombées et espace redac.)

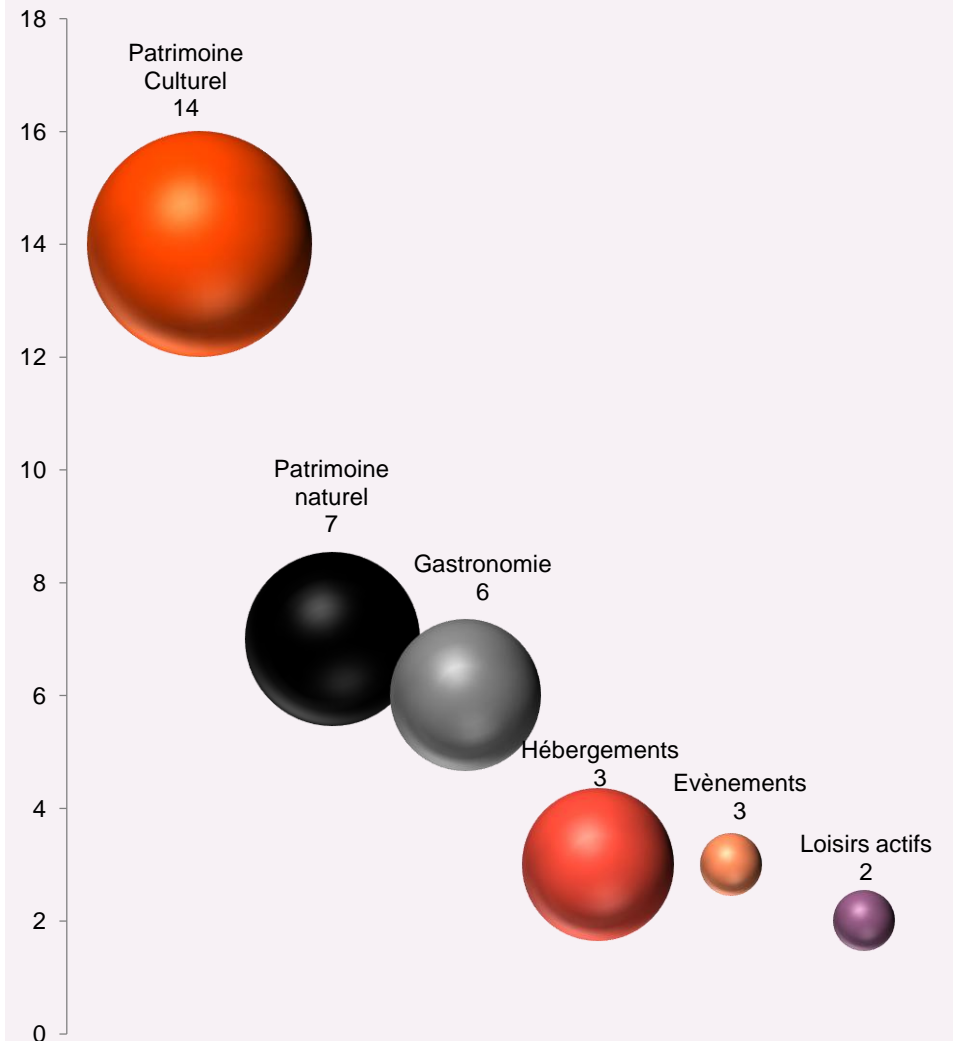


SUJETS : PÉRIGORD BLANC

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	9	15,92	163 014 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	6	16,27	135 437 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	5	6,17	62 977 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	4,62	58 671 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	5	7,53	26 588 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	5	1,69	20 708 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	4	12,12	74 086 €
GASTRONOMIE - Autres	4	7,09	71 661 €
GASTRONOMIE - Foie gras	4	4,45	54 812 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	3	4,26	53 054 €
EVENEMENTS - Autres	3	1,53	19 227 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	3	0,20	1 680 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	2	3,17	66 202 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	2	10,64	61 589 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	2	5,97	61 297 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	8,09	12 600 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	2	1,48	12 497 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgieuse	1	2,00	32 140 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	6,00	12 600 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	1,33	12 308 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	1	1,33	12 308 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	1,33	12 308 €
GASTRONOMIE - Musées	1	0,17	3 859 €

Mapping des sujets - (volume de retombées et espace rédac.)





LEXIQUE

LEXIQUE 1/6

1. La retombée média

Une retombée média exprime la présence d'un profil de recherche au sein d'un contenu médiatisé (texte, audio, vidéo...).

Un profil de recherche définit les mots clés et concepts servant à sélectionner parmi tous les contenus médiatisés ceux pertinents pour une étude média. Souvent ce profil de recherche est identique à celui ayant servi à la surveillance des médias réalisée par le Service Lecture de l'Argus de la Presse.

Un contenu médiatisé définit un texte, une diffusion radiophonique ou télévisée formant par lui-même un tout distinct, mais faisant partie d'une publication ou d'une émission radio ou télé. Exemple : un article, une brève, une chronique à la radio, un sujet télévisé.

2. Les mesures

- Volume de retombées

Le "volume de retombées" est synonyme de "nombre de retombées médias".

- Nombre de supports mobilisés

Le nombre de supports mobilisés exprime le nombre de supports différents dans lesquels des retombées médias ont été identifiées

- Nombre de journalistes identifiés

Le nombre de journalistes exprime le nombre de journalistes différents, identifiés par leur signature complète ou par leurs initiales, au sein d'un corpus de retombées médias

- Espace rédactionnel (nombre de pleines pages)

L'espace rédactionnel est une mesure appliquée uniquement au média "Presse écrite" exprimant pour chaque retombée média le rapport entre la(les) surface(s) textuelle(s) et iconographique(s) ayant un lien sémantique avec le profil de recherche et la surface de la pleine page dont elle(s) est(sont) issue(s). L'espace rédactionnel s'exprime en pourcentage de pleine page permettant d'apprécier la présence obtenue par un profil de recherche par rapport à son environnement.

LEXIQUE 2/6

- Espace rédactionnel moyen

Uniquement appliqué au média "Presse écrite", l'espace rédactionnel moyen divise le cumul des espaces rédactionnels enregistrés pour un segment (familles de presse, catégories presse, supports, journalistes...) par le nombre de retombées médias de ce même segment. Ce calcul permet d'identifier rapidement où un profil de recherche a obtenu le plus de présence.

- Diffusion

Uniquement appliquée au média "Presse écrite" la diffusion exprime le nombre d'exemplaires d'un support ayant été vendus en France (Diffusion payée France). La source de ces informations est certifiée par l'organisme indépendant "Diffusion Contrôle".

- Diffusion Totale

La "Diffusion Totale" cumule la diffusion de tous les supports incluant au moins une retombée média.

- Equivalent publicitaire

L'équivalence publicitaire, indicateur à manipuler avec précaution, exprime la valorisation financière d'un contenu éditorial dans un support sur base des critères qui auraient été utilisés pour l'achat d'un espace publicitaire équivalent.

- Taux de présence dans les titres

Le taux de présence dans le titre calcule le nombre de retombées médias dont le titre mentionne un élément du profil de recherche par rapport au corpus total de retombées médias étudié.

- Part des retombées avec illustration

La part des retombées avec illustration calcule le nombre de retombées médias accompagnées d'une iconographie par rapport au corpus total de retombées médias étudié.

- Part de ces retombées vous illustrant

La "part de ces retombées vous illustrant" calcule le nombre de retombées médias contenant une partie iconographique dédiée au profil de recherche par rapport au total de retombées médias accompagnées d'une iconographie.

3. Le contexte d'une retombée média

Les types de retombées médias

- La retombée média de type "Dédié"

Une retombée média est de type dédié lorsque le profil de recherche est à l'origine du contenu médiatisé et qu'il en est le sujet pivot.

Le profil de recherche doit être présent de manière centrale soit :

- dans le titre et/ou le chapeau du contenu médiatisé
- dans le contenu médiatisé en tant sujet principal

- La retombée média de type "Partagé"

La retombée média est de type partagé lorsque le profil de recherche fait l'objet d'un discours développé aux côtés d'autres sujets, notamment de concurrents, sans pour autant être à l'origine du contenu médiatisé ou son sujet pivot.

- La retombée média de type "Mention"

La retombée média est de type mention lorsque le profil de recherche est mentionné dans un contenu médiatisé sans faire l'objet d'un discours développé.

Le genre de retombées médias

Exprime le choix journalistique d'une rédaction en chef pour médiatiser un contenu.

Les genres de la presse écrite (y compris Web)

- Couverture

Une couverture constitue la première page d'un support, celle sur laquelle figure le titre du support.

- Article

Un article est introduit par une titraille à deux niveaux conjuguant "Titre" et "Chapeau". Un texte chapeauté uniquement par un "titre" n'est pas considéré comme un article, à moins que le corps du texte soit entrecoupé par au moins un intertitre en gras (ou que le discours évoque plusieurs sujets, ce qui aurait pu conduire à placer un intertitre).

- Editorial

Un éditorial est rédigé par un journaliste ou le rédacteur en chef d'un support avec l'objectif d'exprimer un point de vue. Le caractère subjectif doit être évident sur toute la longueur du contenu médiatisé.

- Brève

Une brève est introduite par une titraille à un seul niveau, et ne présente pas d'intertitre. Dans le cas d'un texte court introduit par une titraille à un seul niveau et entrecoupé d'un intertitre, on considérera qu'il s'agit d'une brève si le discours n'évoque qu'un seul sujet.

- Interview

Une interview met en scène un jeu de questions/réponses entre un journaliste et une personne extérieure à sa rédaction.

LEXIQUE 5/6

- Fiche

Les fiches constituent des descriptions rédigées et parfois illustrées de plusieurs produits, entreprises, services. Ces fiches doivent être des sous-parties d'un genre l'englobant, comme l'article ou l'interview par exemple.

- Classement

Un classement est un tableau exprimant des propriétés factuelles ou subjectives organisées par lignes avec des attributs comparatifs systématiquement reproduits pour chaque item. Ce genre couvre par exemple les cotations boursières, les résultats sportifs, les palmarès de vente... Si un tableau de ce type est directement lié à un texte avec lequel il forme un ensemble, il faut alors considérer qu'il s'agit d'un article avec une illustration.

- Jeu

Le jeu est un encart mettant en avant le gain de produits ou services sous condition de l'envoi d'un coupon-réponse. Il peut également s'agir d'un quiz ou d'un test.

- Illustration

Une illustration est une représentation graphique ou photographique, sans contenu rédactionnel mais pouvant posséder une légende.

- Encadré

Un encadré est un texte entouré d'un cadre ou dont le fond de page est d'une couleur différente et qui dépend d'un article dont le sujet est différent.

- Agenda

L'agenda est un texte parmi d'autres textes courts constituant une liste de rendez-vous ou d'événements à venir et renseignant à la fois une date et un lieu.

LEXIQUE 6/6

Les types de presse:

PQN : La Presse quotidienne nationale: Le Figaro, le Monde, Libération, L'Humanité etc.

PQR : La Presse quotidienne régionale: Sud Ouest, Ouest France, La Nouvelle République du Centre-Ouest etc.

PIG : La Presse d'information généraliste: Le Point, Marianne, Le Nouvel Observateur, Le Monde 2, Valeurs Actuelles etc.

PS : La Presse Spécialisée: Elle, Télé Star, Arabies etc.

PP : La Presse professionnelle (s'adresse à une profession d'un secteur): CB NEWS, Stratégies, L'Eco d'Arc de Seine etc.

CISION[®]
L'Argus de la Presse

VOUS SOUHAITEZ
EN SAVOIR PLUS ?

Aurore BARTHE

Chargée d'études médias
Media & Publics Insights
Responsable Pôle Entertainment, Sport
et Tourisme

Tél : 01 49 25 72 16

aurore.barthe@argus-presse.fr

Mickaël CORDEIRO

Chargé d'études médias
Media & Publics Insights

mickael.cordeiro@argus-presse.fr