

BILAN DE MEDIATISATION

CDT DORDOGNE PERIGORD – 2^e trimestre 2017



**MEDIA & PUBLICS
INSIGHTS**

L'ARGUS DE LA PRESSE

MESURER ET NOURRIR VOS STRATEGIES DE COMMUNICATION



CHIFFRES CLES

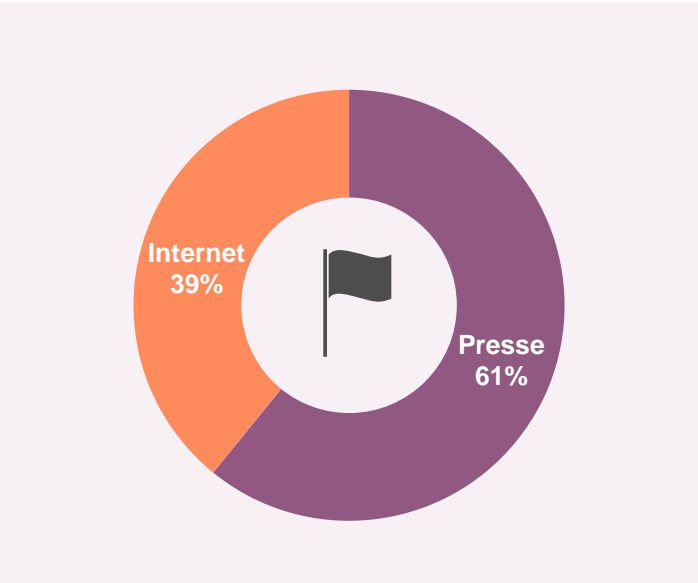
CHIFFRES CLES

Répartition par type de média

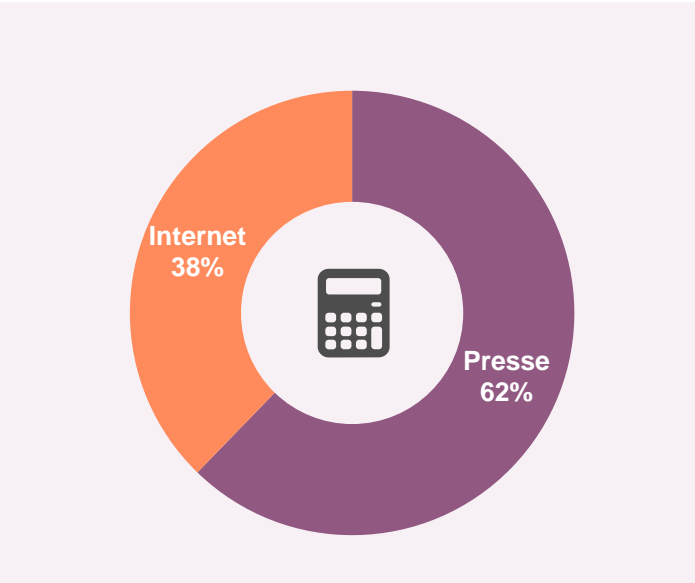
TYPE DE MÉDIA	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Presse	157	112	128,81	1 285 362 €
Internet	101	64	87,73	779 162 €
Total	258	176	216,54	2 064 524 €

* En nb de pages

Répartition du volume

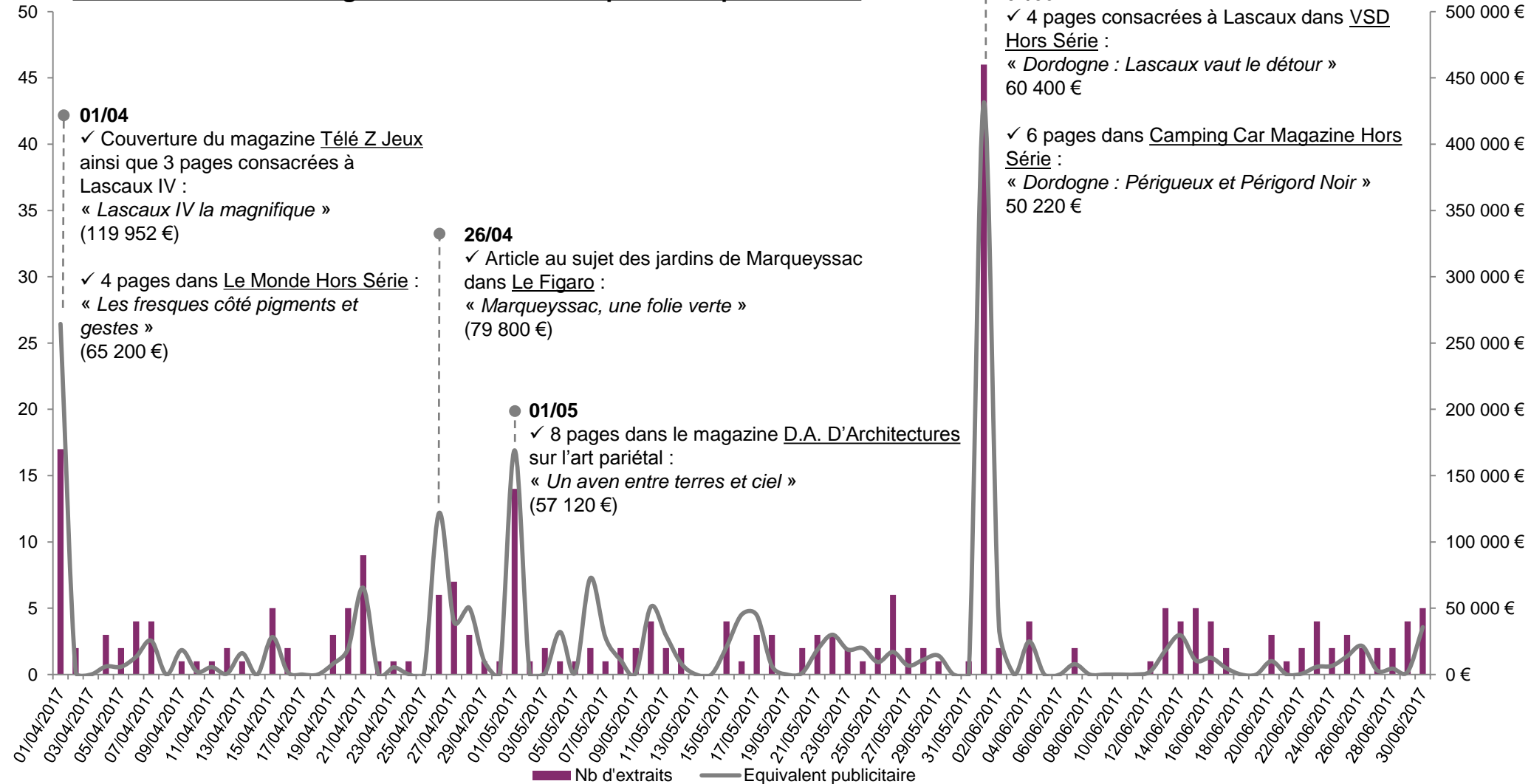


Répartition de l'équivalent publicitaire



CALENDRIER DE MEDIATISATION

Lascaux IV continue de générer les meilleurs équivalents publicitaires





MEDIATISATION PRESSE

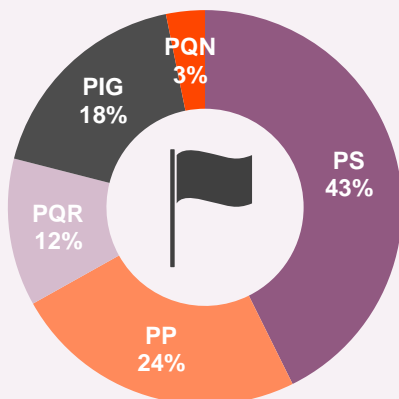
MEDIATISATION EN PRESSE 1/5

Répartition par type de presse

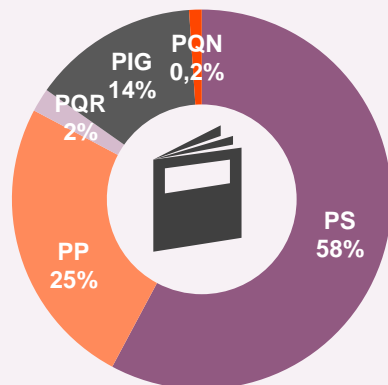
TYPE DE PRESSE***	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	DIFFUSION AGRÉGÉE**
PS	67	52	74,47	612 100 €	6 273 823
PP	38	27	32,12	155 178 €	142 941
PIG	28	19	18,24	281 485 €	682 008
PQR	19	11	2,60	83 284 €	2 531 260
PQN	5	3	1,38	153 315 €	1 001 509
Total	157	112	128,81	1 285 362 €	10 631 541

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

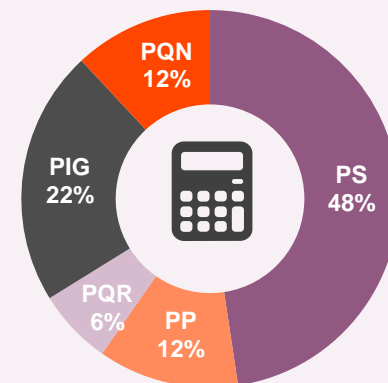
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



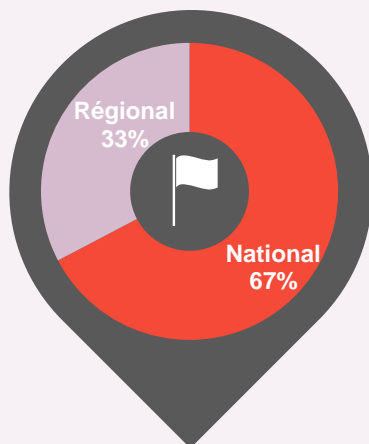
Répartition de la valorisation



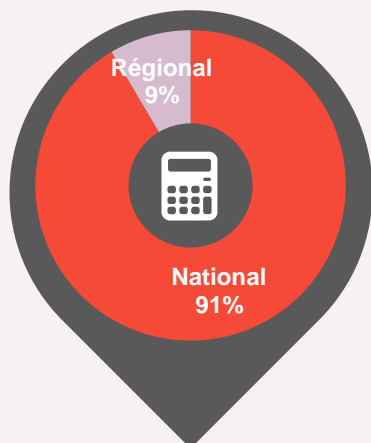
MEDIATISATION EN PRESSE 2/5

Niveau de diffusion

en volume de retombées

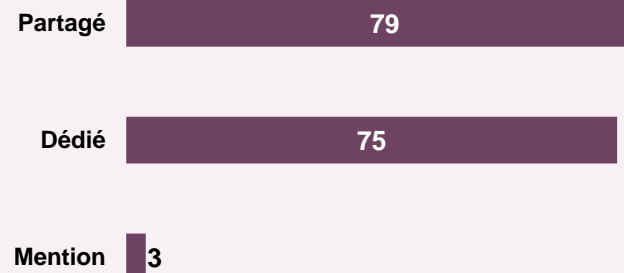


en valorisation publicitaire

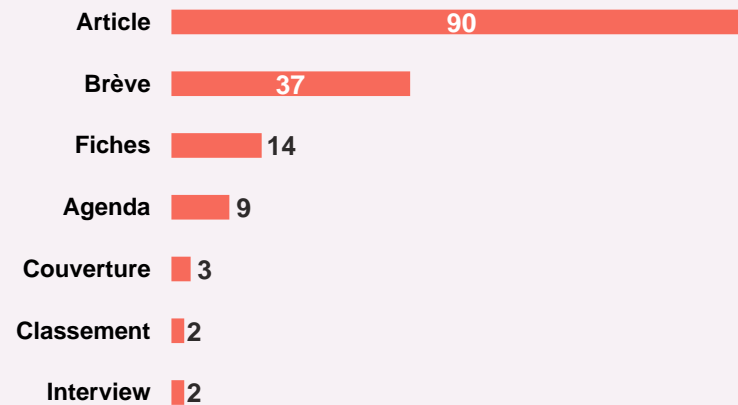


Indicateurs de visibilité

Type de retombées
(en volume de retombées)






Genre de retombées
(en volume de retombées)



MEDIATISATION EN PRESSE 3/5



Top 10 des catégories de presse - en volume de retombées




		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	Informations générales	51	22,05	517 704 €
2	Tourisme-Voyages	21	38,60	223 432 €
3	Agriculture-Pêche	10	3,48	16 906 €
4	Entreprise-Economie-Finances	10	2,15	2 653 €
5	Mode-Beauté-Féminins	9	3,67	81 238 €
6	Techniques	8	21,87	111 087 €
7	Bricolage-Jardinage	7	4,65	23 804 €
8	Sports-Sports de Loisirs	6	8,49	29 142 €
9	Arts-Culture	6	5,85	23 284 €
10	Alimentation-Restauration	6	3,83	23 157 €

* En nb de pages

MEDIATISATION EN PRESSE 4/5



Top 10 des supports de presse - en volume de retombées

		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	LA VIE ECONOMIQUE	7	1,96	2 470 €
2	LA MONTAGNE	6	0,69	28 981 €
3	DESTINATION	5	8,38	36 872 €
4	HD L'HUMANITE DIMANCHE	4	4,18	67 173 €
5	LA VIE QUERCYNOISE	4	0,32	330 €
6	RAYON BOISSONS	3	2,16	11 869 €
7	LE POPULAIRE DU CENTRE	3	0,68	6 769 €
8	LA VIGNE	3	0,40	2 196 €
9	LE FIGARO	2	1,26	143 640 €
10	TELE Z JEUX	2	3,57	119 952 €

* En nb de pages

MEDIATISATION EN PRESSE 5/5



Top 10 des journalistes - en espace rédactionnel



1. **Rafaël Magrou** – D.A. - D'ARCHITECTURES
– 1 retombée – **8 pages** – 57 120 €



2. **Ludovic Mouveau** – QUAD PASSION MAGAZINE
– 2 retombées – **6,02 pages**
– 20 167 €



3. **S.D.** – VSD HORS SERIE – 2 retombées
– **6 pages** – 90 600 €



4. **Philippe Bourget** – DETOURS EN FRANCE HORS SERIE
– 1 retombée – **6 pages**
– 60 000 €



5. **Nicolas Thibaut** – CAMPING CAR MAGAZINE HORS SERIE
– 1 retombée
– **6 pages** – 50 220 €



6. **Cécile Brunengo** – L'ARCHITECTURE D'AUJOURD'HUI
– 1 retombée – **6 pages**
– 37 200 €



7. **Marie-Hélène Servantie** – DESTINATION
– 1 retombée – **5 pages** – 22 000 €



8. **Thierry Morvan** – HD L'HUMANITE DIMANCHE
– 3 retombées – **4,14 pages**
– 66 530 €



9. **Philippe Dagen** – LE MONDE HORS SERIE
– 1 retombée – **4 pages** – 65 200 €



10. **Valérian Chagnaud** – PAYS DU LIMOUSIN
– 1 retombée – **4 pages** – 4 000 €





A large red shape, resembling a stylized number 3 or a semi-circle with a flat bottom, containing a white number 3 in the center.

3

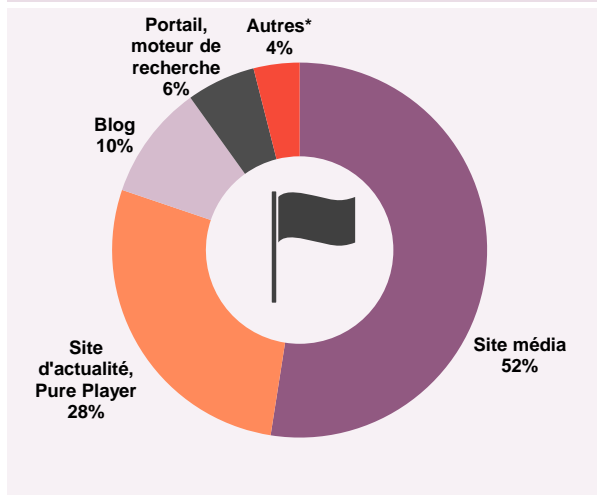
MEDIATISATION SUR LE WEB

MEDIATISATION SUR LE WEB 1/5

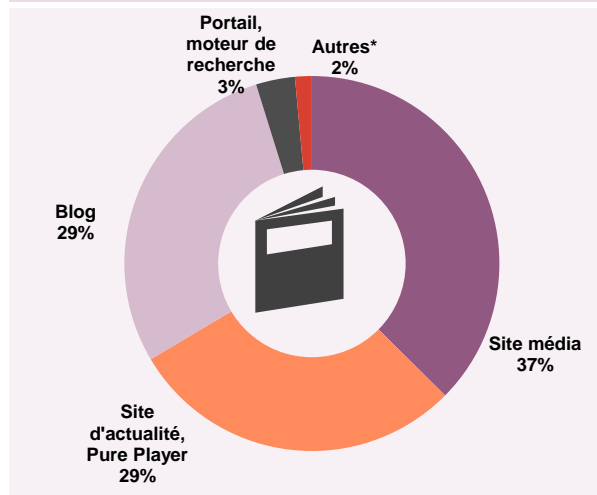
Répartition par type de site

TYPE DE SITE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 NOMBRE DE SUPPORTS	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Site média	53	29	32,83	337 460 €
Site d'actualité, Pure Player	28	18	25,48	206 656 €
Blog	10	9	25,20	202 713 €
Portail, moteur de recherche	6	4	2,95	27 299 €
Site, blog d'Institution	2	2	0,92	4 046 €
Site de diffusion de CP	2	2	0,35	988 €
Total	101	64	87,73	779 162 €

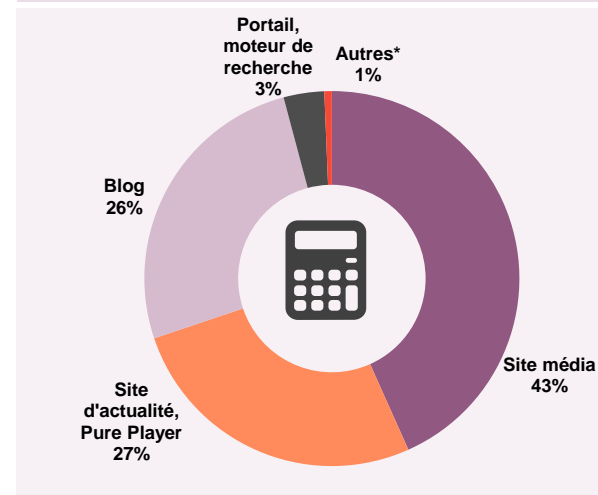
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



Répartition de la valorisation

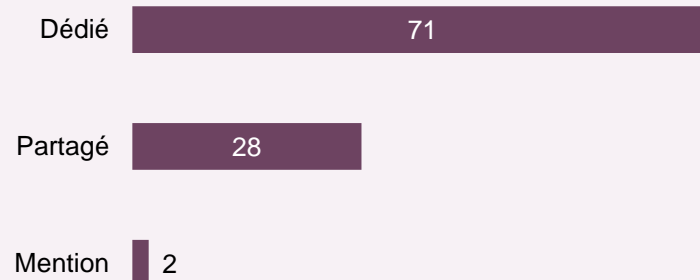


*Autres : Site, blog d'Institution ; site de diffusion de CP

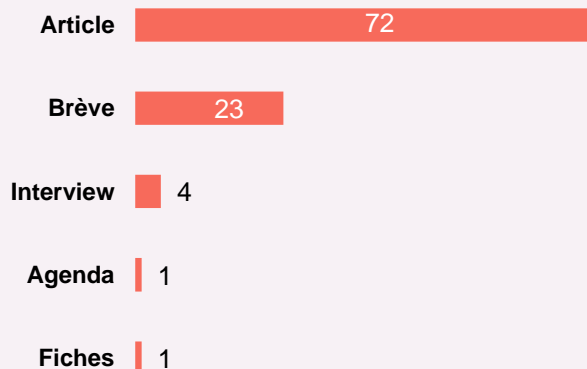
MEDIATISATION SUR LE WEB 2/5

Indicateurs de visibilité

Type de retombées (en volume de retombées)






Genre de retombées (en volume de retombées)



MEDIATISATION SUR LE WEB 3/5



Top des catégories web - en volume de retombées




		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	Informations générales	51	36,65	381 323 €
2	Arts-Culture	10	19,18	123 126 €
3	Mode-Beauté-Féminins	5	5,72	65 253 €
4	Tourisme-Voyages	4	9,60	97 587 €
5	Tourisme-Sport-Loisirs	4	2,39	12 208 €
6	Gastronomie-Vins-Cuisine	3	3,61	23 398 €
7	Maison-Décoration-Arts de vivre	3	2,40	20 621 €
8	Société-Famille-Social	3	1,25	11 178 €
9	Techniques	3	1,41	7 957 €
10	Habitat-Décoration	2	1,62	12 387 €

* En nb de pages

MEDIATISATION SUR LE WEB 4/5



Top 10 des supports web - en volume de retombées

		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	france3-regions.francetvinfo.fr	8	8,33	77 086 €
2	l-echo.info	4	3,68	34 055 €
3	www.lepopulaire.fr	4	1,65	15 269 €
4	www.lamontagne.fr	4	1,35	12 493 €
5	www.paperblog.fr	3	6,11	56 542 €
6	archidesignclub.com	3	2,40	20 621 €
7	www.francetvinfo.fr	3	1,94	17 953 €
8	fr.news.yahoo.com	3	1,69	15 639 €
9	www.ladepeche.fr	3	1,65	15 269 €
10	www.voyagesetenfants.com	2	8,73	92 171 €

* En nb de pages

MEDIATISATION SUR LE WEB 5/5



Top des rédacteurs web identifiés - en espace rédactionnel



1. **Vincent Laganier** – lightzoomlumiere.fr
– 1 retombée – **8,99 pages** – 45 292 €



2. **Alain Rassat** – www.evous.fr – 1 retombée
– **4,64 pages** – 27 951 €



3. **Nicolas** – www.voyagesetenfants.com
– 1 retombée – **4,28 pages** – 45 188 €



4. **Eric Perrin** – france3-regions.francetvinfo.fr
– 2 retombées – **3,19 pages** – 29 520 €



5. **Julia Tissandier** – www.lebonguide.com
– 2 retombées – **2,89 pages** – 26 744 €



6. **Frédérique Lebel** – www.jevouschouchoute.fr
– 1 retombée – **2,42 pages** – 27 462 €



7. **Gilles Pudlowski** – www.gillespudlowski.com
– 1 retombée – **2,42 pages** – 17 722 €



8. **Jeanne Travers** – www.france3-regions.francetvinfo.fr – 2 retombées – **2,04 pages**
– 18 878 €



9. **Philippe Jolivet** – www.l-echo.info
– 1 retombée – **1,54 pages** – 14 251 €






10. **Aurélie Resch** – www.tourmag.com
– 2 retombées – **1,51 pages** – 7 713 €



MEDIATISATION DES MESSAGES




MEDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
PERIGORD NOIR - Montignac-Lascaux	108	114,85	1 116 268 €
PERIGORD NOIR - Sarlat-Vallée Dordogne	96	89,03	1 016 823 €
PERIGORD NOIR – Les Eyzies-Vallée Vézère	35	61,59	514 852 €
PERIGORD POURPRE – Vignoble de Bergerac	35	24,43	166 802 €
PERIGORD BLANC - Périgueux	31	40,86	347 727 €
PERIGORD POURPRE - Bergerac	28	35,76	350 494 €
PERIGORD	22	11,70	78 415 €
PERIGORD VERT - Nontron	20	22,98	228 530 €
PERIGORD BLANC – Vallée de l'Isle	9	15,08	86 553 €
PERIGORD VERT – Brantôme	5	1,16	11 489 €

MEDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par sujet - top 30

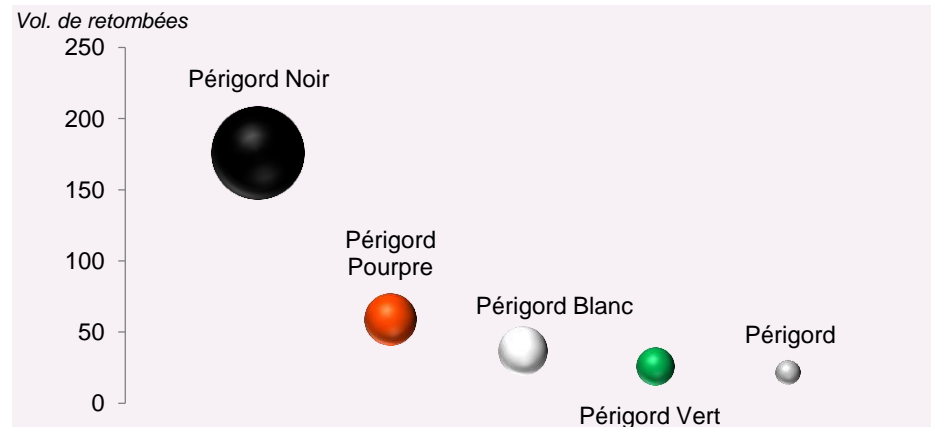
TYPE DE SUJET	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE REDACTIONNEL	 EQUIVALENT PUBLICITAIRE
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	87	99,23	965 030 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	58	69,65	805 741 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	48	90,51	864 608 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	46	72,25	806 028 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	37	33,23	298 165 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	35	25,14	168 000 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	33	49,32	501 448 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	30	28,23	282 938 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	22	29,68	370 786 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	19	33,99	304 182 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	18	36,73	380 348 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	16	33,18	319 069 €
GASTRONOMIE - Foie gras	14	24,30	211 325 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	14	23,87	206 144 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	13	15,80	193 409 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	12	18,11	270 429 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	10	9,89	144 559 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	9	19,30	172 078 €
GASTRONOMIE - Autres	8	25,94	243 028 €
GASTRONOMIE - Truffes	8	14,02	121 828 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	8	13,75	105 832 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	8	5,89	68 795 €
EVENEMENTS - Autres	8	7,57	57 842 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	7	8,06	119 918 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	6	7,95	97 306 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	6	2,61	7 782 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	5	13,79	155 949 €
HEBERGEMENTS - Autres	4	4,69	30 369 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	3	2,06	28 620 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgieuse	2	2,14	34 390 €

MEDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Périgord Noir	176	171,77	1 738 217 €
Périgord Pourpre	59	52,58	461 180 €
Périgord Blanc	37	45,94	368 420 €
Périgord Vert	26	28,15	244 114 €
Périgord	22	11,70	78 415 €

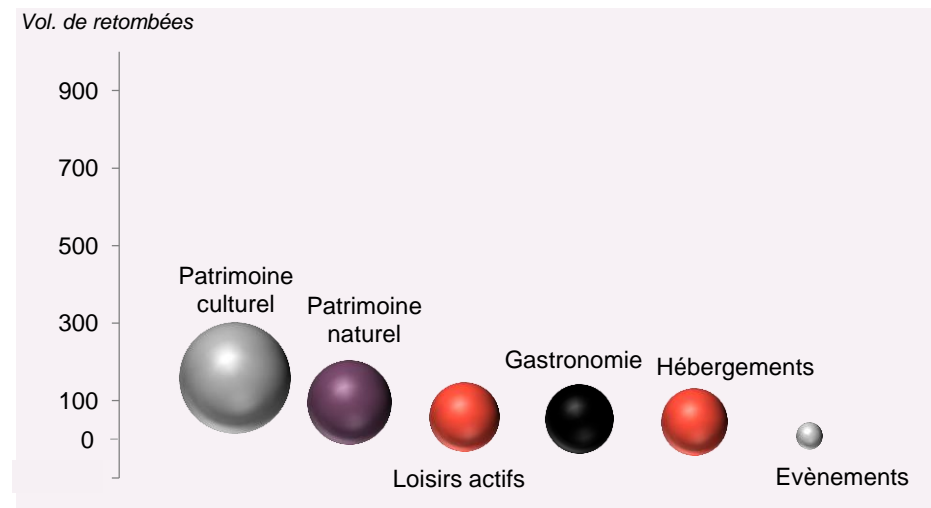
Mapping des territoires - (aire en fonction de l'esp.rédac.)



Répartition par sujet

SUJET	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Patrimoine culturel	161	173,12	1 753 564 €
Patrimoine naturel	97	99,50	1 118 320 €
Loisirs actifs	60	66,74	635 856 €
Gastronomie	55	65,74	555 853 €
Hébergements	46	62,67	700 358 €
Evènements	10	9,96	82 230 €

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





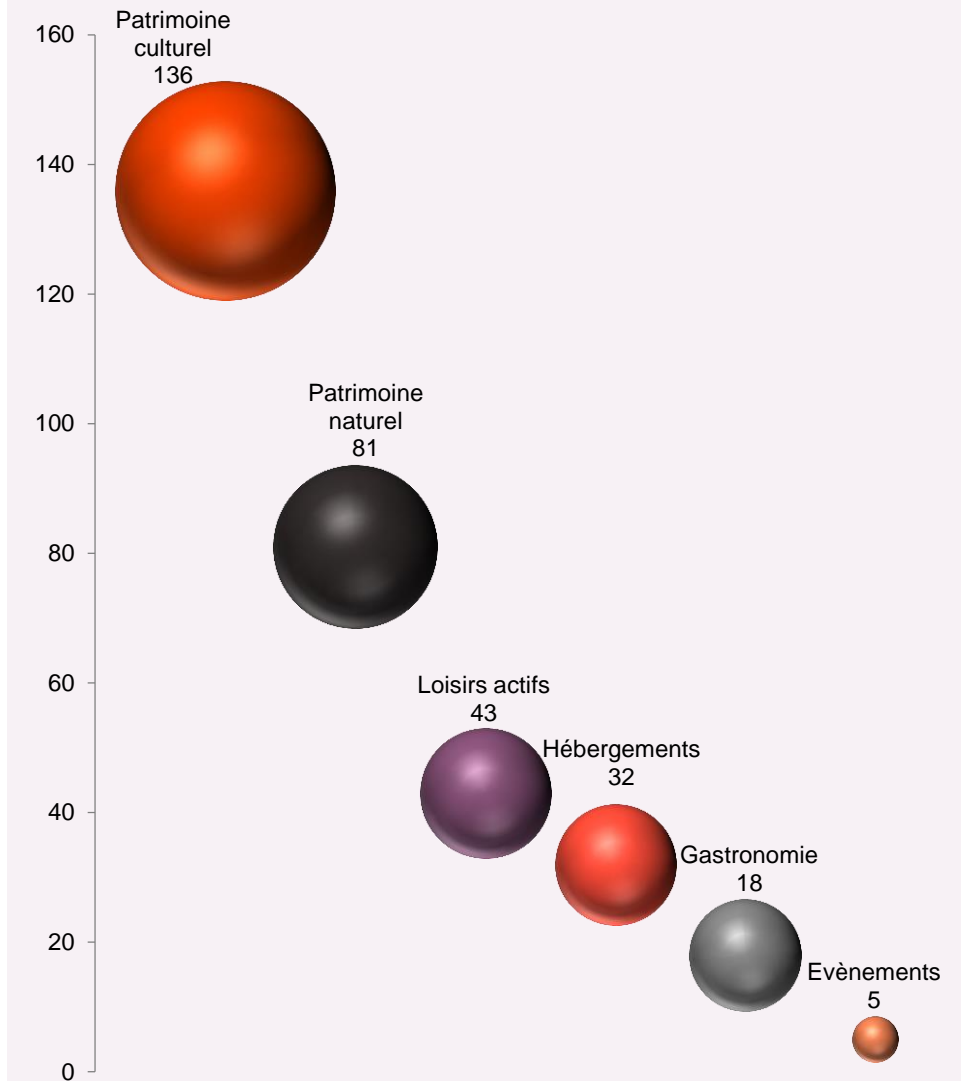
MEDIATISATION DES SUJETS

SUJETS : PERIGORD NOIR

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUIVALENT PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	87	99,23	965 030 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	48	61,20	757 971 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	47	90,48	864 498 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	34	59,07	707 753 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	34	33,09	295 522 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	28	43,25	437 706 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	19	18,94	222 003 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	18	22,37	331 884 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	17	35,82	374 867 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	11	28,44	251 990 €
GASTRONOMIE - Foie gras	11	23,02	202 686 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	11	13,60	158 925 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	10	29,57	291 974 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	10	15,66	252 597 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	10	9,89	144 559 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	7	19,39	177 668 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	7	15,80	129 438 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	7	5,65	68 165 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	6	6,06	89 718 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	11,37	103 806 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	5	12,51	87 137 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	5	9,20	43 323 €
GASTRONOMIE - Autres	4	16,59	171 363 €
HEBERGEMENTS - Autres	4	4,69	30 369 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	3	10,29	113 309 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	3	5,92	79 157 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	3	2,06	28 620 €
EVENEMENTS - Autres	3	4,17	20 320 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	3	1,93	4 930 €
EVENEMENTS - Fêtes de la Truffe	2	2,39	24 389 €

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

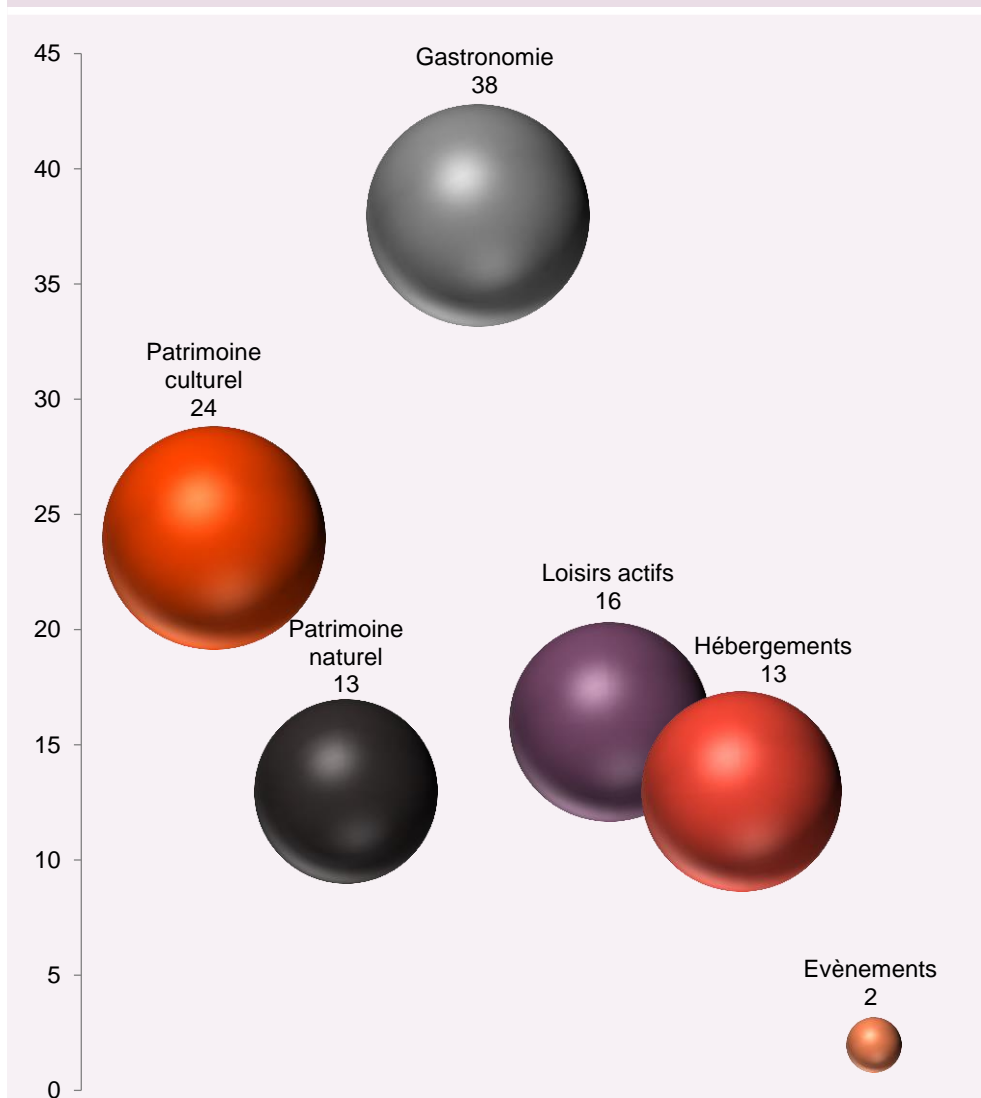


SUJETS : PERIGORD POURPRE

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	34	24,23	162 518 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	15	29,76	284 287 €
GASTRONOMIE - Foie gras	10	22,62	204 394 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	9	24,57	219 909 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	8	20,59	176 079 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	8	12,39	112 819 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	7	20,65	183 073 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	7	13,42	173 372 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	7	18,02	164 801 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	6	22,84	231 142 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	6	13,09	148 876 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	6	14,55	114 069 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	5	15,09	140 337 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	5	7,53	97 213 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	5	7,21	95 977 €
GASTRONOMIE - Truffes	4	12,26	108 179 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	4	9,05	99 894 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	4	4,53	50 943 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	4	2,47	33 953 €
GASTRONOMIE - Autres	3	6,21	93 645 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	3	8,76	86 646 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	3	5,79	73 589 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	2	1,98	18 323 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	2	4,12	12 528 €
EVENEMENTS - Autres	2	2,28	4 737 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	2	0,13	2 274 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	4,00	60 400 €
HEBERGEMENTS - Autres	1	4,64	27 951 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	1	4,64	27 951 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgueux	1	1,00	16 070 €

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

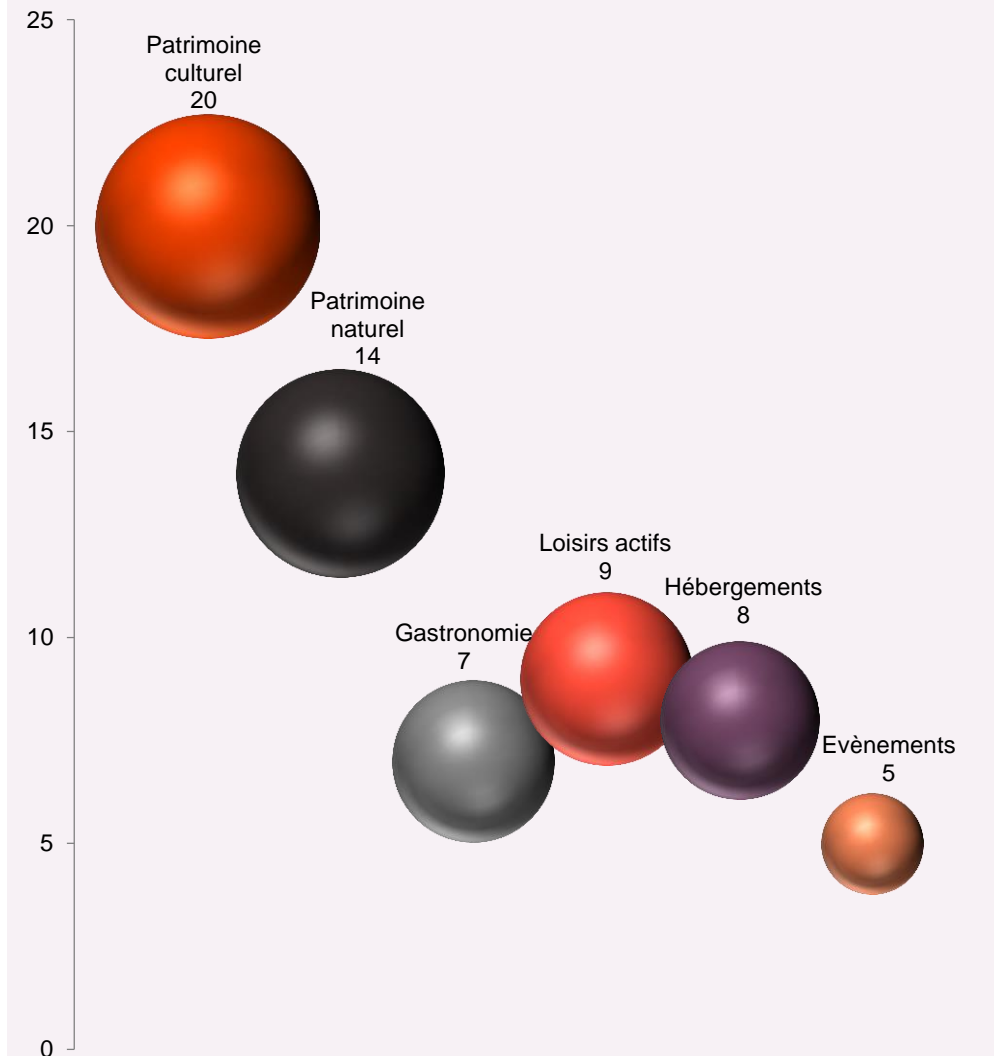


SUJETS : PERIGORD VERT

Répartition par sujet - top 20

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUIVALE NT PUB.;
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	11	20,02	184 512 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	9	18,18	123 602 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	7	13,79	124 628 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	6	10,98	128 802 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	6	7,95	97 306 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	5	3,46	85 800 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	5	9,63	83 229 €
GASTRONOMIE - Foie gras	5	9,92	56 661 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	5	7,30	45 574 €
EVENEMENTS - Autres	5	5,12	39 185 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	4	5,76	98 298 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	4	11,79	86 814 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	4	10,76	72 619 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	4	2,77	55 079 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	4	2,15	4 386 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	3	8,76	40 479 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	3	5,26	30 848 €
GASTRONOMIE - Truffes	2	6,76	37 279 €
GASTRONOMIE - Sauce Périgueux	2	2,14	34 390 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	2	4,68	28 275 €

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

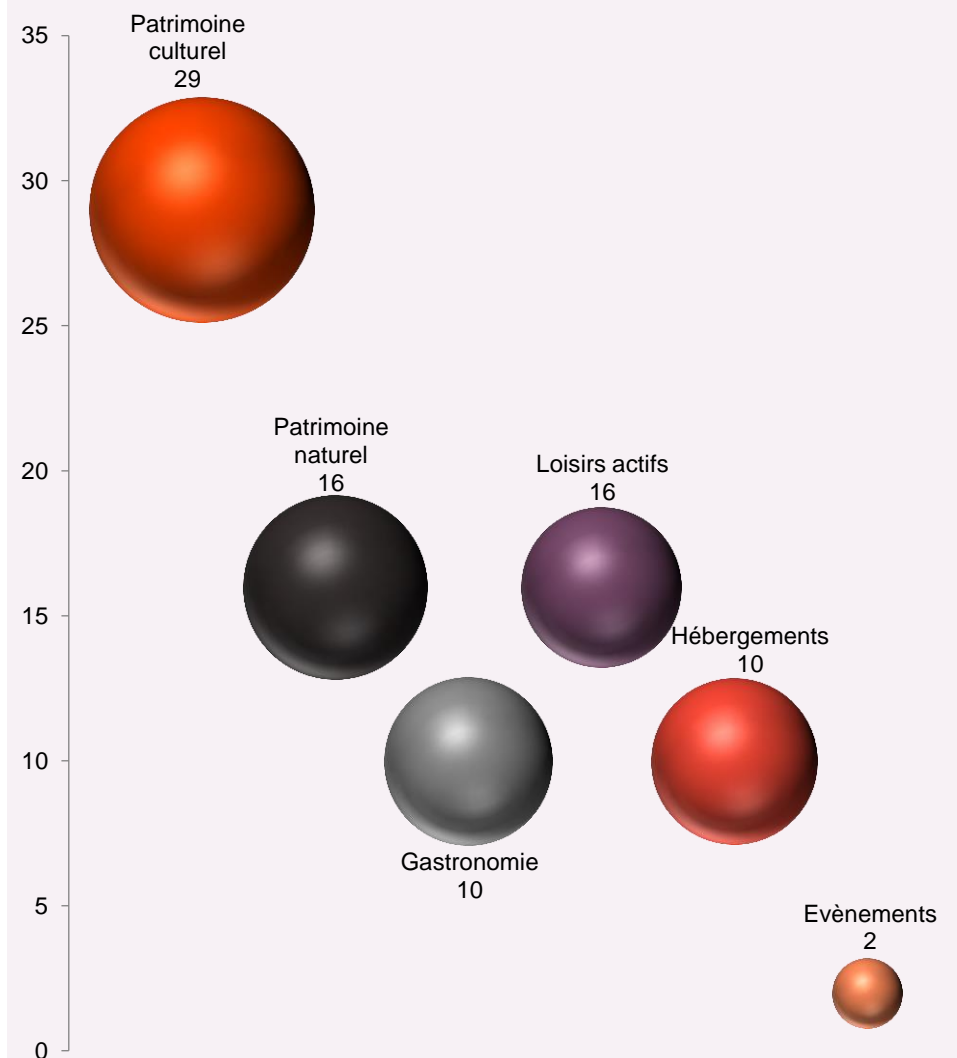


SUJETS : PERIGORD BLANC

Répartition par sujet

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUIVALE NT PUB.:
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	13	19,60	199 972 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	13	28,24	196 807 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	12	20,65	166 505 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	8	14,19	100 959 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	7	18,96	205 504 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	7	21,43	178 980 €
GASTRONOMIE - Foie gras	7	14,96	125 120 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	7	14,64	94 841 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	6	14,55	114 069 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	6	11,46	59 150 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	5	12,35	166 835 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	13,17	113 661 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	5	11,50	85 625 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	5	11,67	67 641 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	5	6,49	55 632 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	5	1,72	10 111 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	4	11,79	123 809 €
GASTRONOMIE - Autres	3	10,59	111 363 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	3	5,74	78 935 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	3	10,12	62 748 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	3	1,93	4 930 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	2	4,76	99 801 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	2	5,40	67 353 €

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





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.

LEXIQUE 4/6

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.



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