

# BILAN DE MEDIATISATION



CDT DORDOGNE PERIGORD – 2<sup>ème</sup> trimestre 2018



# CHIFFRES CLÉS

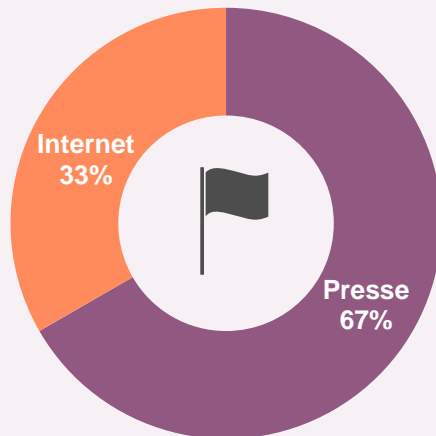
# CHIFFRES CLÉS

## Répartition par type de média

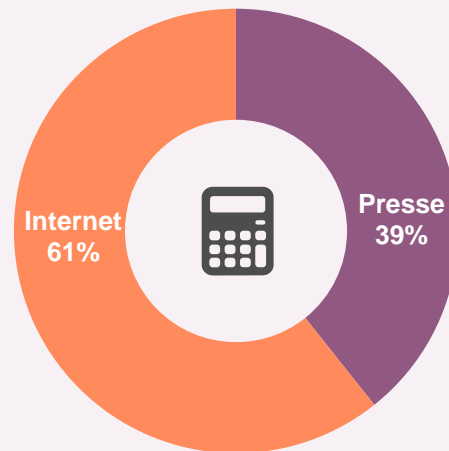
TYPE DE MÉDIA	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
 Presse	54	43	44,69	254 116 €
 Internet	27	23	51,31	392 508 €
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>66</b>	<b>96,00</b>	<b>646 624 €</b>

\* En nb de pages

## Répartition du volume



## Répartition de l'équivalent publicitaire



# CALENDRIER DE MEDIATISATION

**01/04**

✓ Dossier de 7 pages rédigé par Bruno Marty dans SUP Magazine : « *La suprême balade des sept châteaux* » (27 160 €).  
 ✓ Le Monde du Camping Car Hors Série nous offre une promenade sur deux pages « *De la vallée de la Vézère à celle de la Dordogne* » (12 440 €).

**09/04**

✓ « *Coins choisis en Perigord* » (164 721 €), publié sur [www.paperblog.fr](http://www.paperblog.fr) et repris par le site [lacavedebobosse.blogspot.com](http://lacavedebobosse.blogspot.com) (84 906 €).

**01/05**

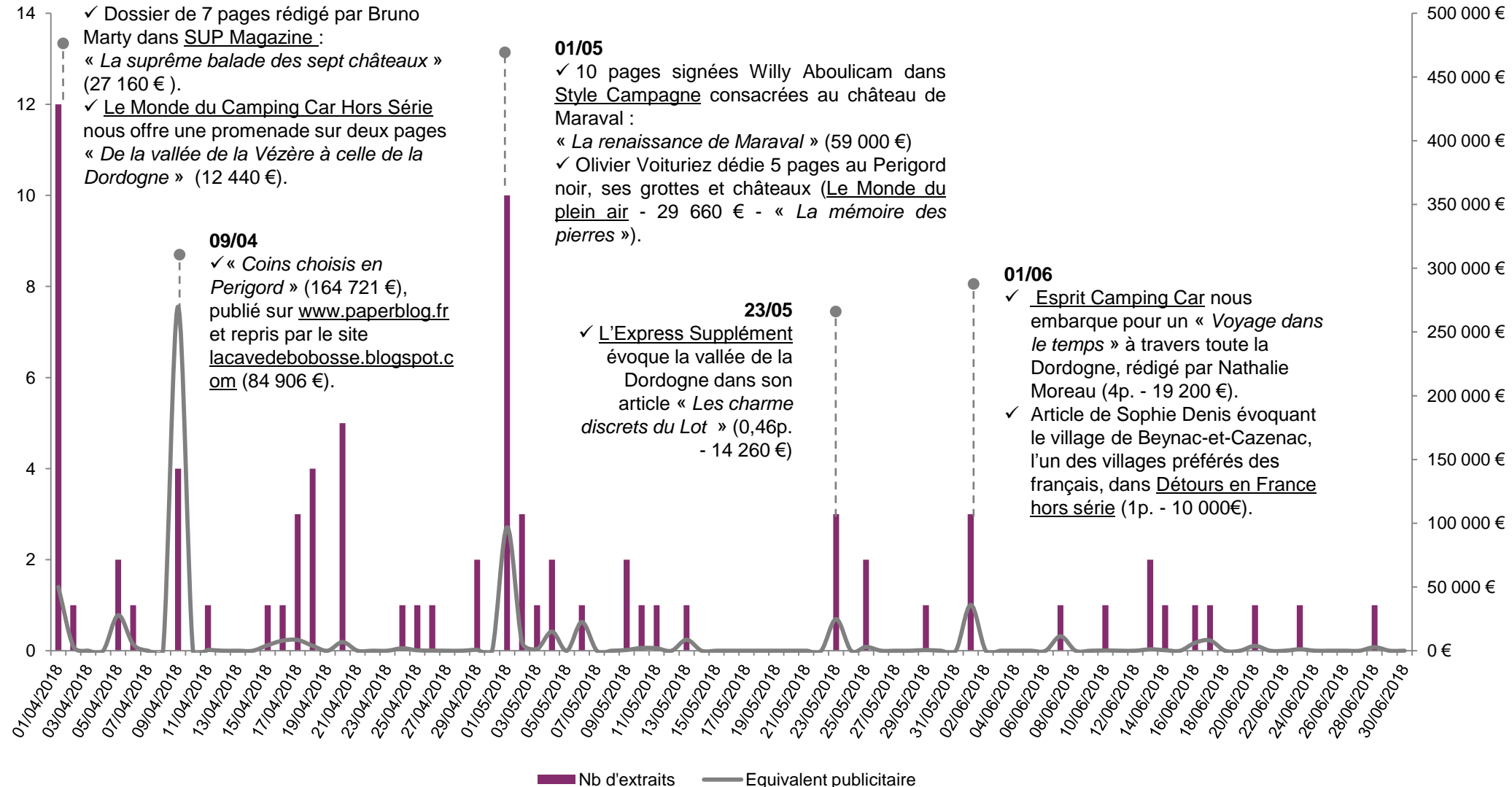
✓ 10 pages signées Willy Aboulicam dans Style Campagne consacrées au château de Maraval : « *La renaissance de Maraval* » (59 000 €)  
 ✓ Olivier Voituriez dédie 5 pages au Perigord noir, ses grottes et châteaux (Le Monde du plein air - 29 660 € - « *La mémoire des pierres* »).

**23/05**

✓ L'Express Supplément évoque la vallée de la Dordogne dans son article « *Les charme discrets du Lot* » (0,46p. - 14 260 €)

**01/06**

✓ Esprit Camping Car nous embarque pour un « *Voyage dans le temps* » à travers toute la Dordogne, rédigé par Nathalie Moreau (4p. - 19 200 €).  
 ✓ Article de Sophie Denis évoquant le village de Beynac-et-Cazenac, l'un des villages préférés des français, dans Détours en France hors série (1p. - 10 000€).





# MÉDIATISATION PRESSE

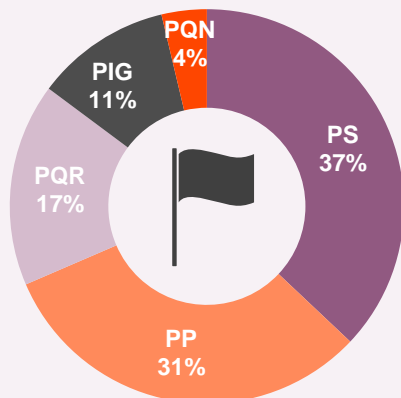
# MÉDIATISATION EN PRESSE 1/5

## Répartition par type de presse

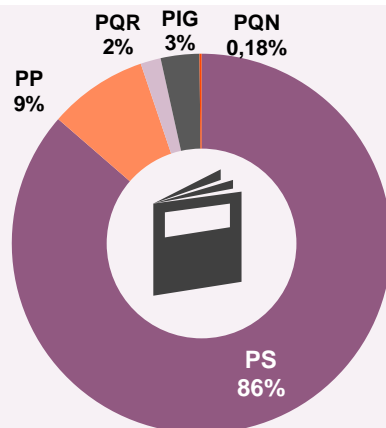
TYPE DE PRESSE***	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	DIFFUSION AGRÉGÉE**
PS	20	15	38,60	177 540 €	12 940
PP	17	13	3,77	11 576 €	39 139
PQR	9	8	0,77	27 130 €	822 195
PIG	6	5	1,47	28 995 €	473 909
PQN	2	2	0,08	8 875 €	258 748
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>43</b>	<b>44,69</b>	<b>254 116 €</b>	<b>1 606 931</b>

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

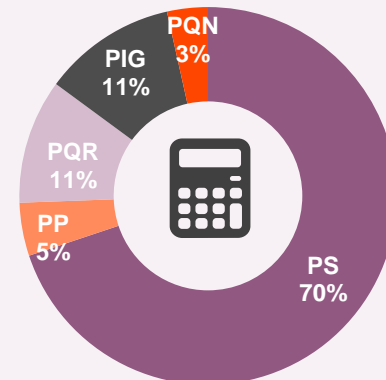
### Répartition du volume



### Répartition de l'espace rédactionnel



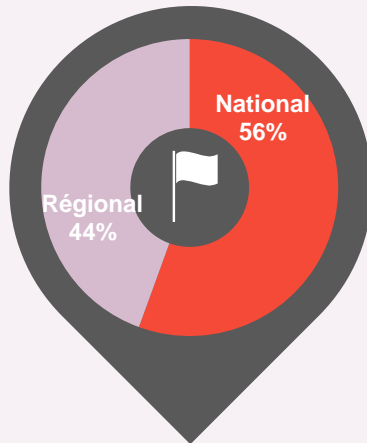
### Répartition de la valorisation



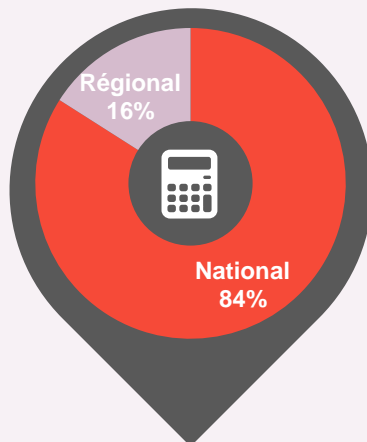
# MÉDIATISATION EN PRESSE 2/5

## Niveau de diffusion

*en volume de retombées*

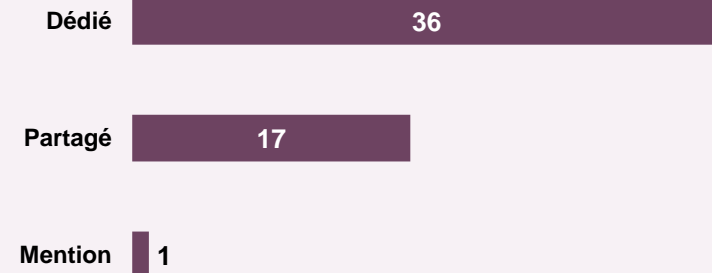


*en valorisation publicitaire*

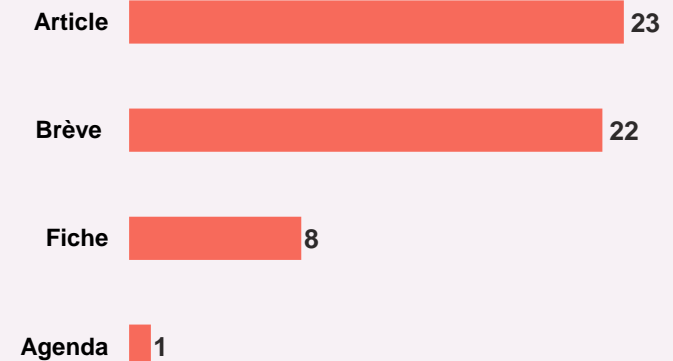


## Indicateurs de visibilité

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	17	2,32	65 000 €
2	Tourisme-Voyages	8	16,77	76 540 €
3	Gastronomie-Vins-Cuisine	7	3,07	14 380 €
4	Entreprise-Economie-Finances	6	1,69	4 369 €
5	Agriculture-Pêche	5	0,24	632 €
6	Maison-Décoration-Arts de vivre	2	11,00	59 000 €
7	Sports-Sports de loisirs	2	7,10	27 620 €
8	Tourisme-Sport-Loisirs	2	0,21	1 011 €
9	Bricolage-Jardinage	1	0,66	-
10	Industries-Énergies	1	0,44	2 715 €




\* 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 VIE ECONOMIQUE	5	0,69	869 €
2	TERRE DE VINS	3	0,22	1 210 €
3	SUD OUEST GOURMAND SUPPLEMENT	2	1,95	6 240 €
4	LA REVUE DU VIN DE FRANCE	2	0,90	6 930 €
5	L'EXPRESS (SUPPLEMENT)	2	0,73	22 630 €
6	LA MONTAGNE	2	0,36	15 120 €
7	COUNTRY & HOTELS	2	0,30	-
8	STYLE CAMPAGNE	1	10,00	59 000 €
9	C'MAISON & JARDIN	1	1,00	-
10	C'MAISON & JARDIN HORS SERIE	1	0,66	-

\* En nb de pages

# MÉDIATISATION EN PRESSE 5/5



## Top 10 des journalistes - en espace rédactionnel



### 1. Willy Aboulicam – STYLE CAMPAGNE

– 1 retombée  
– **10 pages** – 59 000 €



### 2. Buno Marty

– SUP MAGAZINE  
– 1 retombée – **7 pages** – 27 160 €



### 3. Olivier Voituriez

– LE MONDE DU PLEIN AIR  
– 1 retombée – **5 pages** – 29 660 €



### 4. Lise Chastang – PAYS DU LIMOUSIN

– 1 retombée – **4,33 pages** – 4 330 €



### 5. Nathalie Moreau – ESPIT CAMPING CAR

– 1 retombée – **4 pages** – 19 200 €



### 6. Charlie Ray

– SUD OUEST GOURMAND SUPPLEMENT  
– 1 retombée – **1 page** – 3 200 €



### 7. Sophie Denis

– DETOURS EN FRANCE HORS SERIE  
– 1 retombée – **1 page** – 10 000 €



### 8. K.V. – LA REVUE DU VIN DE FRANCE

– 1 retombées – **0,88 pages** – 6 776 €



### 9. Emmy Martens

– L'EXPRESS (SUPPLEMENT)  
– 1 retombée – **0,46 pages** – 14 260 €



### 10. Laura Fernandez Rodriguez

– CARACTERE  
– 1 retombée – **0,44 pages** – 2 715 €



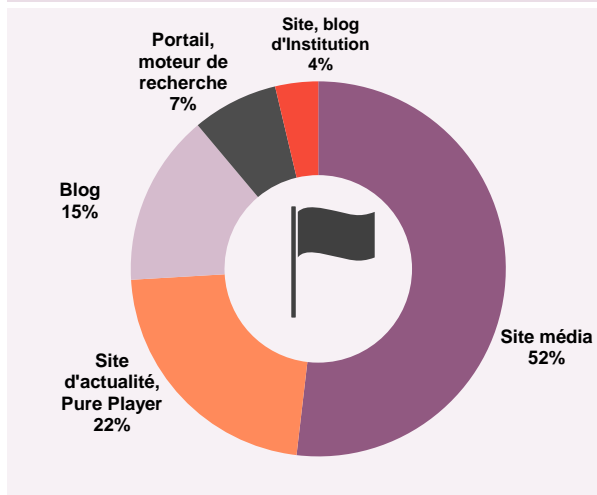
# MÉDIATISATION SUR LE WEB

# MÉDIATISATION SUR LE WEB 1/5

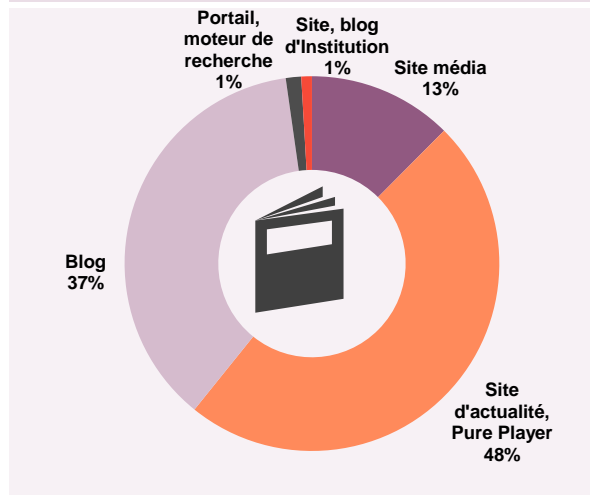
## Répartition par type de site

TYPE DE SITE	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Site média	14	12	6,39	50 857 €
Site d'actualité, Pure Player	6	4	24,80	232 135 €
Blog	4	4	18,97	95 291 €
Portail, moteur de recherche	2	2	0,68	6 293 €
Site, blog d'institution	1	1	0,47	7 932 €
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>23</b>	<b>51,31</b>	<b>392 508 €</b>

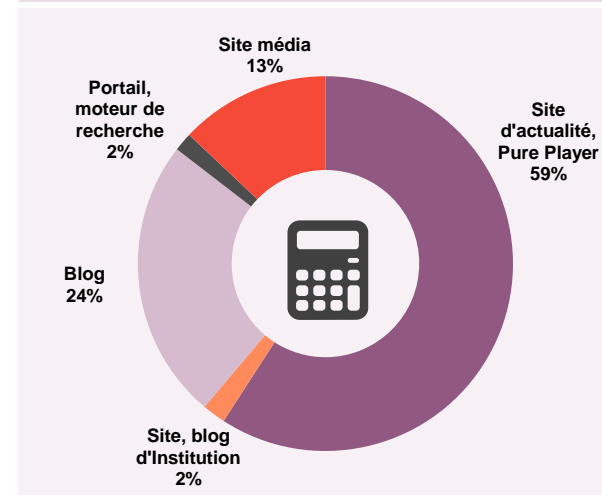
### Répartition du volume



### Répartition de l'espace rédactionnel



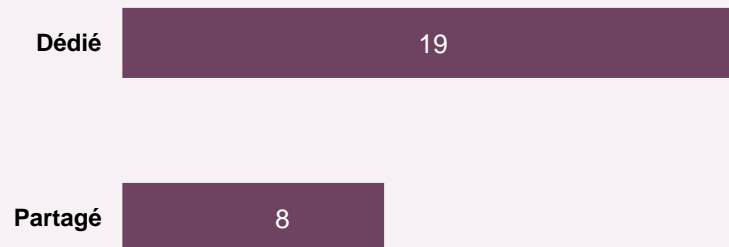
### Répartition de la valorisation



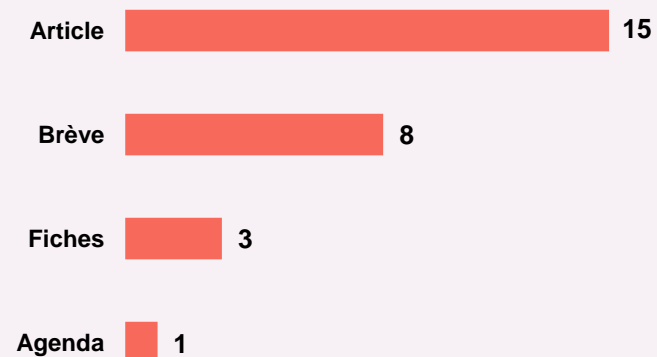
# MÉDIATISATION SUR LE WEB 2/5

## 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
<b>1</b>	<b>Informations générales</b>	<b>17</b>	<b>27,63</b>	<b>255 688 €</b>
<b>2</b>	<b>Gastronomie-Vins-Cuisine</b>	<b>4</b>	<b>19,42</b>	<b>92 633 €</b>
<b>3</b>	<b>Arts-Culture</b>	<b>1</b>	<b>2,19</b>	<b>22 531 €</b>
<b>4</b>	<b>Alimentation-Restaurant</b>	<b>1</b>	<b>1,02</b>	<b>5 335 €</b>
<b>5</b>	<b>Entreprise-Economie-Finances</b>	<b>1</b>	<b>0,47</b>	<b>7 932 €</b>
<b>6</b>	<b>Économie-Finances</b>	<b>1</b>	<b>0,28</b>	<b>5 101 €</b>
<b>7</b>	<b>Sciences-Techniques</b>	<b>1</b>	<b>0,19</b>	<b>2 129 €</b>
<b>8</b>	<b>Société-Famille-Social</b>	<b>1</b>	<b>0,11</b>	<b>1 159 €</b>

\* 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	<a href="http://www.paperblog.fr">www.paperblog.fr</a>	3	19,99	184 987 €
2	<a href="http://l-echo.info">l-echo.info</a>	2	0,89	8 236 €
3	<a href="http://www.terredevins.com">www.terredevins.com</a>	2	1,49	7 107 €
4	<a href="http://lacavedebobosse.blogspot.com">lacavedebobosse.blogspot.com</a>	1	17,80	84 906 €
5	<a href="http://www.claireenfrance.fr">www.claireenfrance.fr</a>	1	2,19	22 531 €
6	<a href="http://www.bernieshoot.fr">www.bernieshoot.fr</a>	1	2,43	22 487 €
7	<a href="http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr">france3-regions.blog.francetvinfo.fr</a>	1	0,93	8 606 €
8	<a href="http://actu.fr">actu.fr</a>	1	0,87	8 051 €
9	<a href="http://www.caissedesdepots.fr">www.caissedesdepots.fr</a>	1	0,47	7 932 €
10	<a href="http://www.ladepeche.fr">www.ladepeche.fr</a>	1	0,68	6 293 €

\* En nb de pages

# MÉDIATISATION SUR LE WEB 5/5



## Top des rédacteurs web identifiés - en espace rédactionnel



### 1. Bruno Bosselin

– [lacavedebobosse.blogspot.com](http://lacavedebobosse.blogspot.com) /  
[www.paperblog.fr](http://www.paperblog.fr)

– 4 retombées – **37,79 pages** – 269 893 €



### 2. Bernie – [bernieshoot.fr](http://bernieshoot.fr)

– 1 retombée – **2,43 pages** – 22 487 €



### 3. Frédérique Hermine – [www.terredevins.com](http://www.terredevins.com)

– 2 retombées – **1,49 pages** – 7 107 €



### 4. Paul Brunet – [www.lhotellerie-restauration.fr](http://www.lhotellerie-restauration.fr)

– 1 retombée – **1,02 pages** – 5 335 €



### 5. Jean-Pierre Stahl

– [france3-regions.blog.francetvinfo.fr](http://france3-regions.blog.francetvinfo.fr)

– 1 retombée – **0,93 page** – 8 606 €



### 6. D.B. – [actu.fr](http://actu.fr)

– 1 retombée – **0,87 page** – 8 051 €



### 7. Ewen Cousin – [l-echo.info](http://l-echo.info)

– 1 retombée – **0,68 page** – 6 293 €



### 8. Nicolas Stoufflet – [www.franceinter.fr](http://www.franceinter.fr)

– 1 retombée – **0,38 page** – 3 517 €



### 9. Léonor Lumineau – [www.capital.fr](http://www.capital.fr)

– 1 retombée – **0,28 page** – 5 101 €



### 10. Jean-Yves Vif – [www.lejdc.fr](http://www.lejdc.fr)

– 1 retombée – **0,14 page** – 1 296 €








# MÉDIATISATION DES MESSAGES




# MÉDIATISATION DES MESSAGES

## Répartition par territoire

TERRITOIRE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
PERIGORD NOIR - Autres	29	62,77	440 271 €
PERIGORD POURPRE - Bergerac	22	12,18	68 083 €
PERIGORD NOIR - Montignac-Lascaux	20	17,16	102 296 €
PERIGORD NOIR - Sarlat-Vallée Dordogne	19	75,99	453 562 €
PERIGORD POURPRE - Vignoble de Bergerac	18	11,18	72 883 €
PERIGORD VERT - Autres	15	24,35	216 598 €
PERIGORD POURPRE - Autres	12	26,08	134 943 €
PERIGORD NOIR - Les Eyzies-Vallée Vézère	10	50,87	339 166 €
PERIGORD	9	3,92	31 010 €
PERIGORD BLANC - Périgueux	5	5,91	29 045 €
PERIGORD BLANC - Autres	4	2,38	13 768 €
PERIGORD BLANC - Vallée de l'Isle	2	0,30	378 €
PERIGORD VERT - Parc Naturel régional Périgord Limousin	1	0,38	3 517 €
PERIGORD VERT - Brantôme	1	0,44	2 715 €
PERIGORD VERT - Nontron	1	0,44	2 715 €

# MÉDIATISATION DES MESSAGES

## Répartition par sujet - top 30

TYPE DE SUJET	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE REDACTIONNEL	 EQUIVALENT PUBLICITAIRE
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux</b>	32	44,27	253 972 €
<b>GASTRONOMIE - Vins de Bergerac</b>	26	13,79	84 931 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4</b>	18	16,29	103 852 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Autres</b>	16	45,96	305 929 €
<b>PATRIMOINE NATUREL - Autres</b>	13	53,94	326 158 €
<b>PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins</b>	10	15,16	107 187 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire</b>	10	16,65	84 277 €
<b>LOISIRS ACTIFS - Autres</b>	9	14,04	56 747 €
<b>PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression</b>	8	15,18	84 620 €
<b>GASTRONOMIE - Truffes</b>	7	12,35	93 446 €
<b>GASTRONOMIE - Autres</b>	7	5,55	47 784 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux</b>	6	49,39	317 077 €
<b>LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques</b>	6	12,23	55 407 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés</b>	4	40,39	268 217 €
<b>HEBERGEMENTS - Restaurants</b>	4	17,02	97 495 €
<b>GASTRONOMIE - Foie gras</b>	4	11,92	73 685 €
<b>HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes</b>	3	11,17	63 770 €
<b>GASTRONOMIE - Fraises du Périgord</b>	3	6,44	35 037 €
<b>EVENEMENTS - Autres</b>	3	4,36	34 593 €
<b>HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings</b>	3	6,66	29 660 €
<b>HEBERGEMENTS - Hôtels</b>	3	6,02	28 035 €
<b>GASTRONOMIE - Noix du Périgord</b>	3	3,92	28 025 €
<b>AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord</b>	2	0,19	239 €
<b>GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic</b>	1	5,00	29 660 €
<b>LOISIRS ACTIFS - Golf</b>	1	1,00	3 500 €
<b>PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire</b>	1	1,00	3 500 €
<b>GASTRONOMIE - Marrons du Périgord</b>	1	0,49	2 337 €
<b>GASTRONOMIE - Musées</b>	1	0,21	1 943 €
<b>LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques</b>	1	0,31	984 €
<b>LOISIRS ACTIFS - Véloroute</b>	1	0,21	265 €

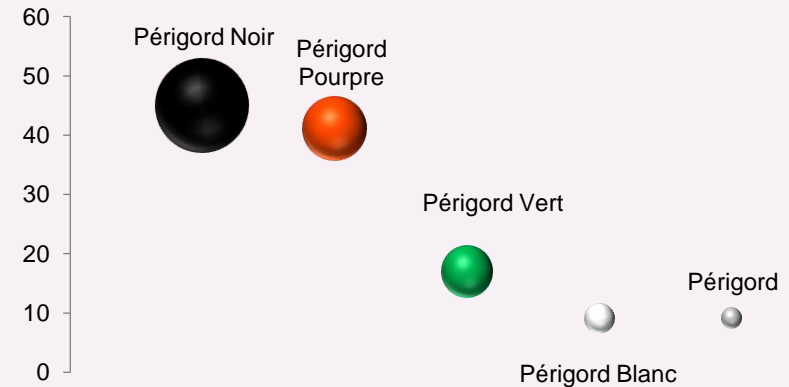
# MÉDIATISATION DES MESSAGES

## Répartition par territoire

TERRITOIRE	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Périgord Noir	45	85,02	555 787 €
Périgord Pourpre	41	39,52	212 314 €
Périgord Vert	17	25,17	222 830 €
Périgord Blanc	9	8,12	39 561 €
Périgord	9	3,92	31 010 €

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

Vol. de retombées

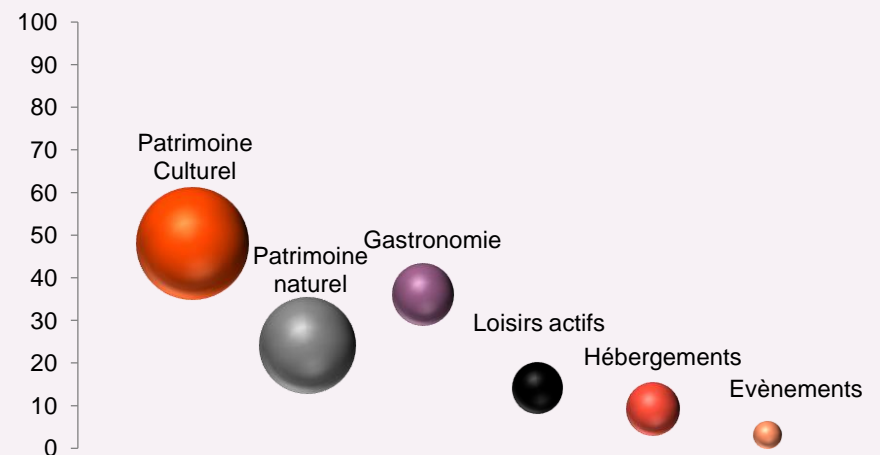


## Répartition par sujet

SUJET	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Patrimoine Culturel	48	84,08	557 831 €
Patrimoine naturel	24	67,88	416 251 €
Gastronomie	36	23,32	167 688 €
Loisirs actifs	14	24,13	111 203 €
Hébergements	9	23,85	121 465 €
Evènements	3	4,36	34 593 €

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

Vol. de retombées





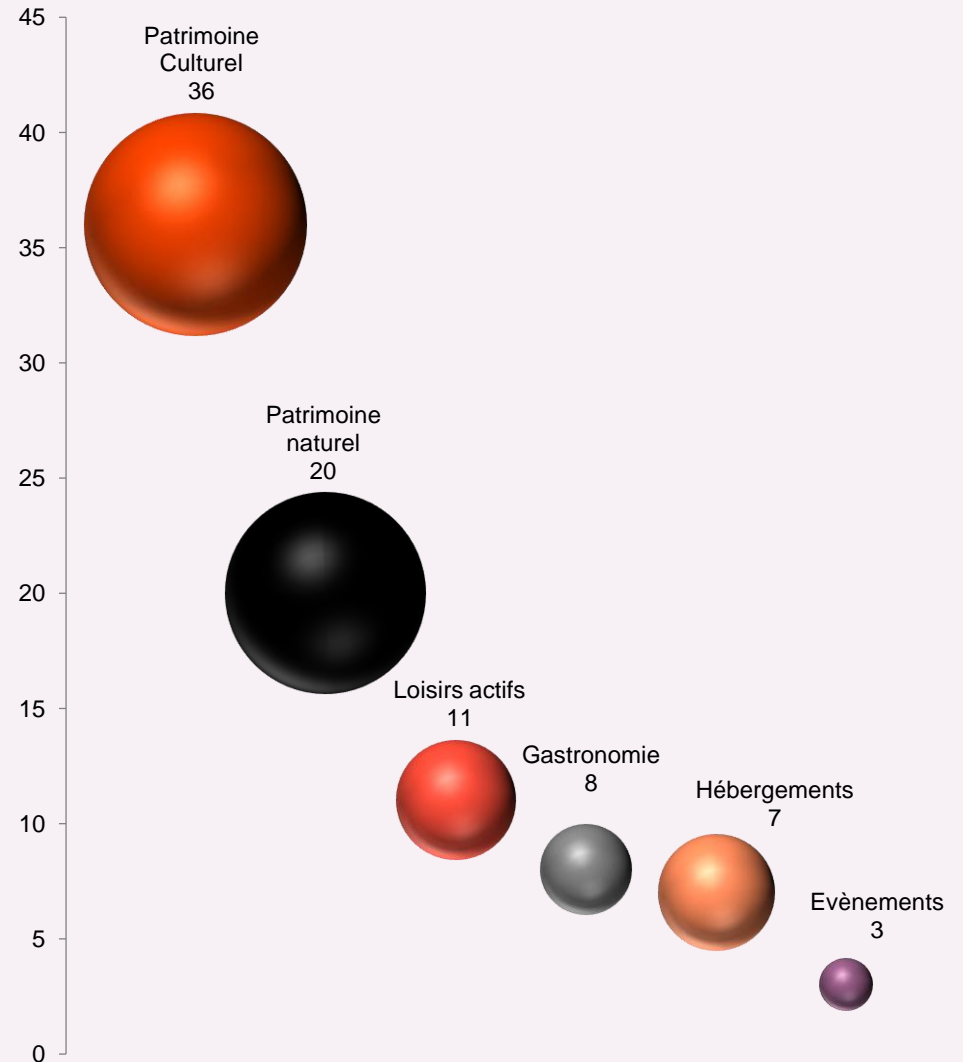
# MÉDIATISATION DES SUJETS

# SUJETS : PÉRIGORD NOIR

## Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	23	41,68	221 569 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	18	16,29	103 852 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	11	53,46	322 181 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	11	44,24	290 485 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	10	16,65	84 277 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	9	15,09	98 997 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	7	13,55	69 536 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	7	13,45	53 950 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	6	49,39	317 077 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	5	11,85	51 891 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	4	40,39	268 217 €
GASTRONOMIE - Truffes	4	11,89	85 607 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	4	6,09	38 988 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	3	16,00	92 160 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	11,43	71 347 €
EVENEMENTS - Autres	3	4,36	34 593 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	3	6,66	29 660 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	2	10,17	59 000 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	5,00	22 700 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	5,00	29 660 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	5,00	29 660 €
GASTRONOMIE - Autres	1	2,43	22 487 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	2,43	22 487 €
LOISIRS ACTIFS - Golf	1	1,00	3 500 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	3 500 €
GASTRONOMIE - Musées	1	0,21	1 943 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	1	0,31	984 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	1	0,21	265 €

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

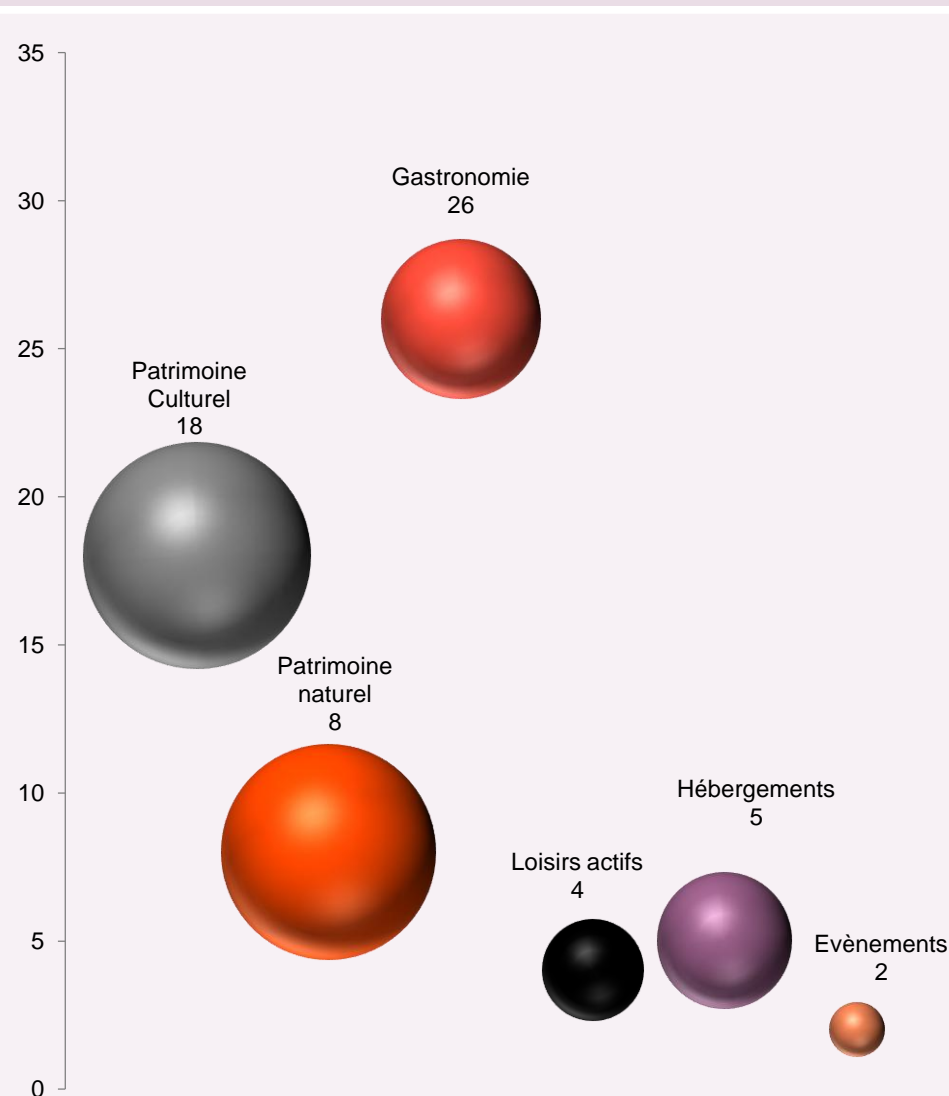


# SUJETS : PÉRIGORD POURPRE

## Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	25	12,79	81 731 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	15	15,26	88 002 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	11	13,36	74 439 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	6	21,41	104 521 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	5	20,97	101 239 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	5	12,68	71 093 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	4	11,68	67 593 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	4	12,00	64 800 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	3	26,80	133 766 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	9,49	51 197 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	3	7,02	38 495 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	3	6,49	35 497 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	3	6,44	35 037 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	3	6,02	28 035 €
GASTRONOMIE - Autres	3	1,15	8 270 €
GASTRONOMIE - Truffes	2	9,00	48 860 €
EVENEMENTS - Autres	2	1,93	12 106 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	2	0,19	239 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	1	17,80	84 906 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	5,00	29 660 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	5,00	29 660 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	1	1,00	4 770 €
LOISIRS ACTIFS - Golf	1	1,00	3 500 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	3 500 €
GASTRONOMIE - Marrons du Périgord	1	0,49	2 337 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	0,49	2 337 €
LOISIRS ACTIFS - Vélouroute	1	0,21	265 €

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

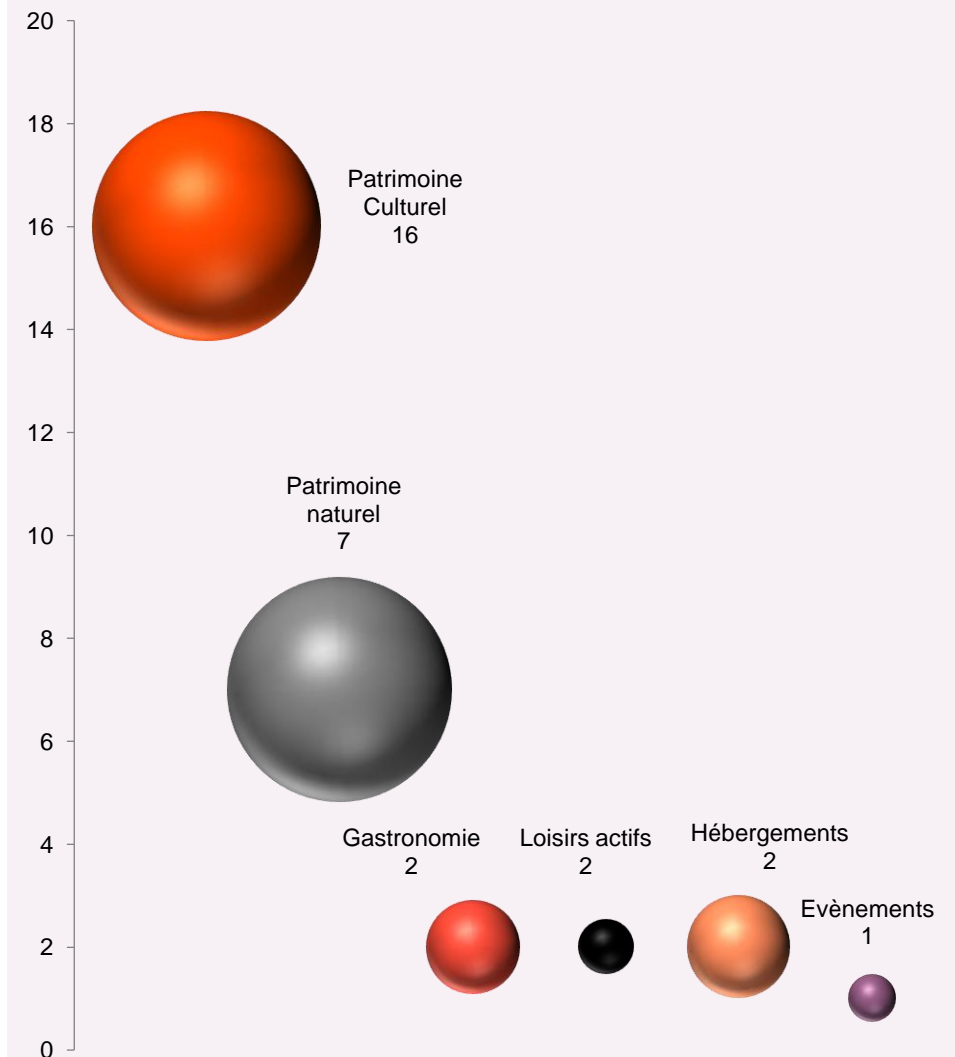


# SUJETS : PÉRIGORD VERT

## Répartition par sujet - top 20

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	12	6,28	47 233 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	10	6,54	33 203 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	6	20,08	189 199 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	4	5,28	32 833 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	3	19,18	171 738 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	3	5,68	28 993 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	3	4,89	27 436 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	2	21,80	183 921 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	5,00	22 700 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	1	17,80	164 721 €
GASTRONOMIE - Foie gras	1	4,00	19 200 €
GASTRONOMIE - Truffes	1	4,00	19 200 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	0,38	3 517 €
EVENEMENTS - Autres	1	1,00	3 500 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	1,00	3 500 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	1	1,00	3 500 €
LOISIRS ACTIFS - Golf	1	1,00	3 500 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	3 500 €
GASTRONOMIE - Musées	1	0,21	1 943 €

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



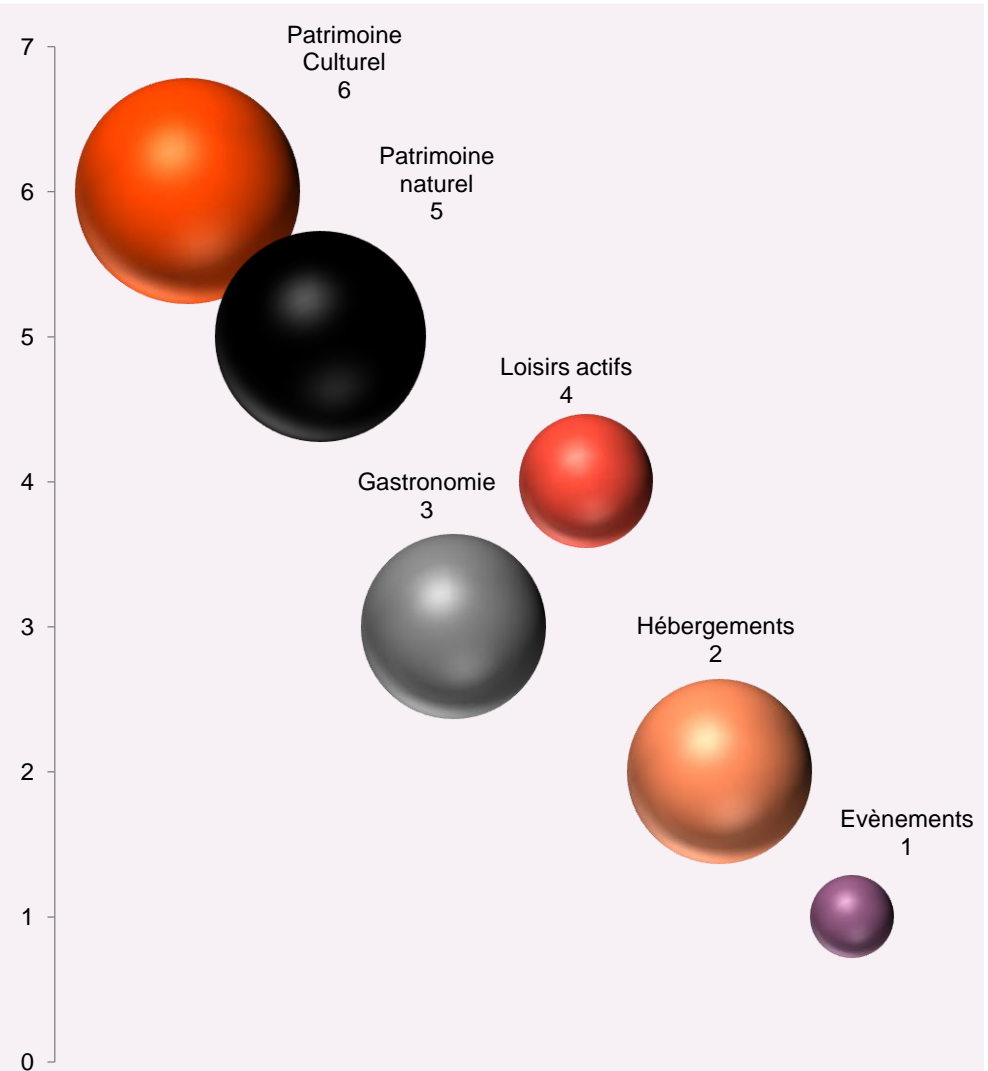


# SUJETS : PÉRIGORD BLANC

## Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	4	6,87	32 951 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	4	6,44	27 615 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	4	2,47	9 330 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	4	2,57	8 415 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	3	6,00	24 900 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	5,00	22 700 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	2	5,00	22 700 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	2	1,38	5 717 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	2	2,00	5 700 €
GASTRONOMIE - Autres	1	0,13	
GASTRONOMIE - Foie gras	1	4,00	19 200 €
GASTRONOMIE - Truffes	1	4,00	19 200 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	1	4,00	19 200 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	1	4,00	19 200 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	1	0,87	8 051 €
EVENEMENTS - Autres	1	1,00	3 500 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	1,00	3 500 €
LOISIRS ACTIFS - Golf	1	1,00	3 500 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	3 500 €
LOISIRS ACTIFS - Véloroute	1	0,21	265 €

## 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.

## 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**<sup>®</sup>  
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*