

BILAN DE MEDIATISATION



CDT DORDOGNE PERIGORD – 3^{ème} trimestre 2018



CHIFFRES CLÉS

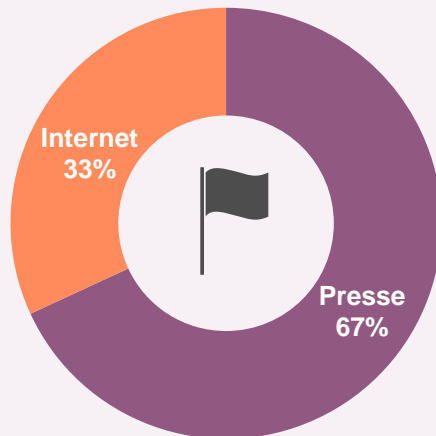
CHIFFRES CLÉS

Répartition par type de média

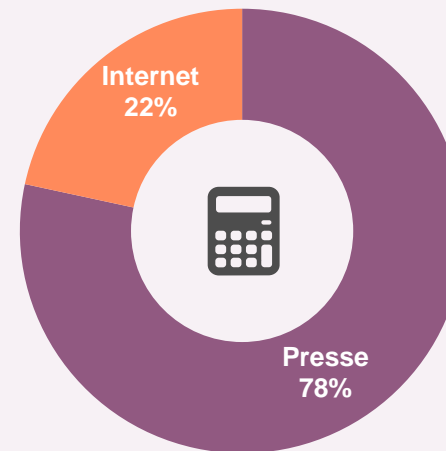
TYPE DE MÉDIA	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
 Presse	79	60	53,40	761 050 €
 Internet	37	33	24,43	209 913 €
Total	116	93	77,83	970 963 €

* En nb de pages

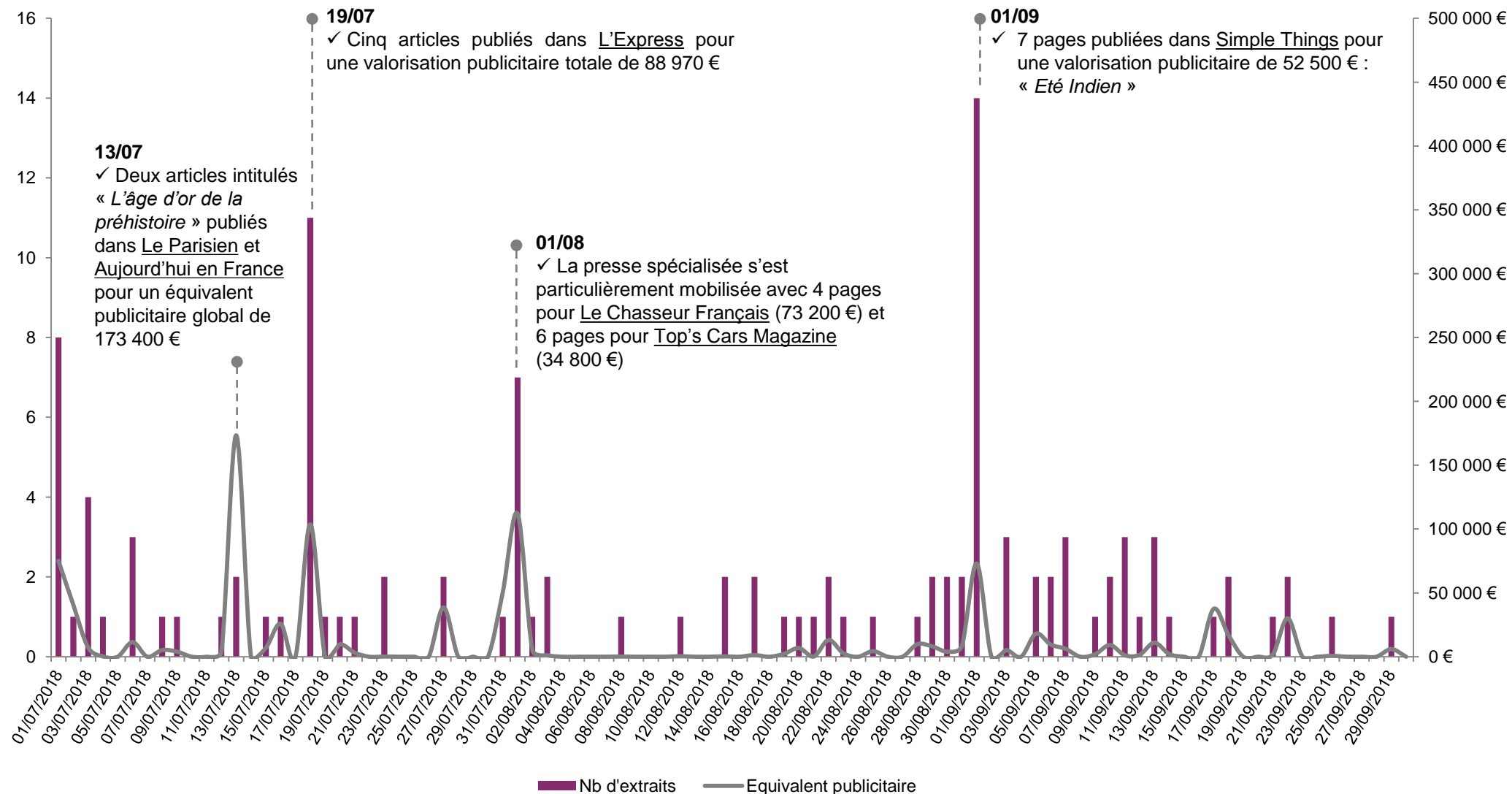
Répartition du volume



Répartition de l'équivalent publicitaire



CALENDRIER DE MEDIATISATION





MÉDIATISATION PRESSE

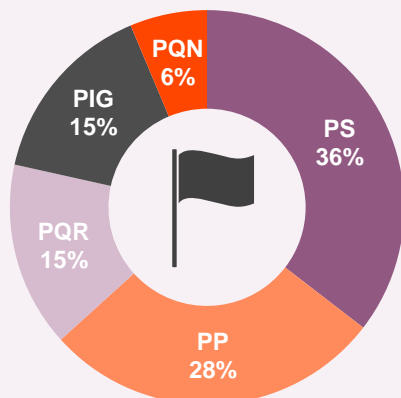
MÉDIATISATION EN PRESSE 1/5

Répartition par type de presse

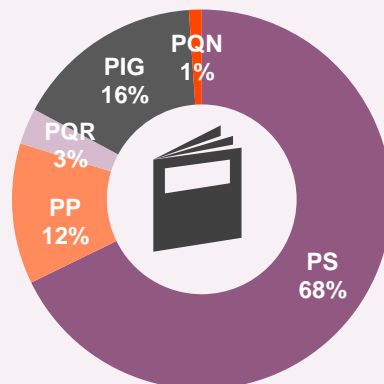
TYPE DE PRESSE***	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	DIFFUSION AGRÉGÉE**
PS	28	25	36,19	393 208 €	6 341 792
PP	22	17	6,40	18 540 €	16 249
PIG	12	8	8,58	273 061 €	1 284 280
PQR	12	7	1,65	26 434 €	1 220 928
PQN	5	3	0,58	49 807 €	485 544
Total	79	60	53,40	761 050 €	9 348 793

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

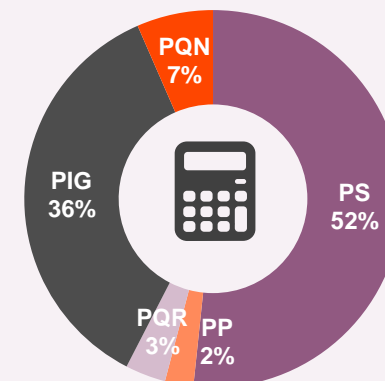
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



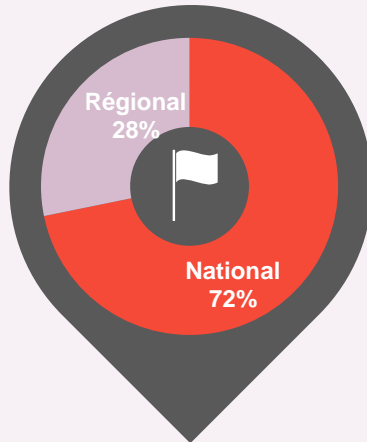
Répartition de la valorisation



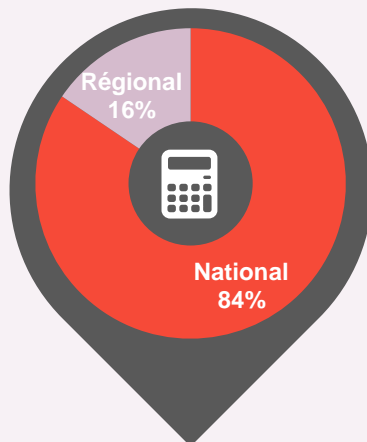
MÉDIATISATION EN PRESSE 2/5

Niveau de diffusion

en volume de retombées

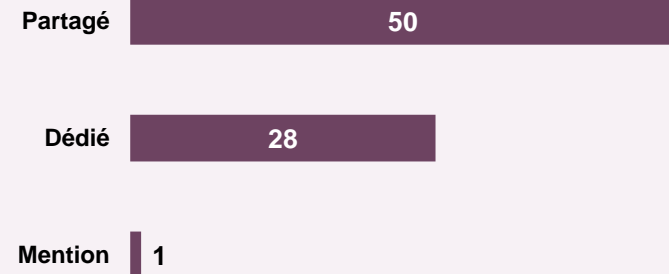


en valorisation publicitaire

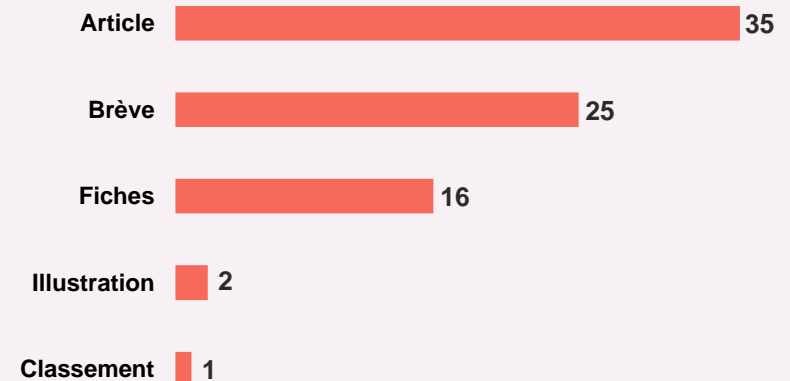


Indicateurs de visibilité

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	29		10,81		349 302 €
2	Mode-Beauté-Féminins	9		14,94		164 980 €
3	Entreprise-Economie-Finances	6		1,43		1 879 €
4	Gastronomie-Vins-Cuisine	5		1,05		10 906 €
5	Alimentation-Restaurant	5		2,03		4 709 €
6	Agriculture-Pêche	4		0,68		2 711 €
7	Tourisme-Voyages	3		6,70		60 780 €
8	Arts-Culture	3		1,17		12 495 €
9	Télévision-Radio	3		0,12		3 440 €
10	Sports-Sports de loisirs	2		4,19		76 677 €

* 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	L'EXPRESS	5	2,87	88 970 €
2	LA VIE ECONOMIQUE	4	1,28	1 613 €
3	AUJOURD'HUI EN FRANCE	3	0,37	43 290 €
4	LE CHASSEUR FRANCAIS	2	4,19	76 677 €
5	SIMPLE THINGS	2	7,13	53 475 €
6	LE PARISIEN	2	0,11	10 670 €
7	CHARENTE LIBRE	2	1,18	7 065 €
8	LA MONTAGNE	2	0,10	4 200 €
9	LA DEPECHE DU MIDI	2	0,16	3 602 €
10	TELE LOISIRS	2	0,07	2 030 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION EN PRESSE 5/5



Top 10 des journalistes - en espace rédactionnel



1. **Amandine Bessard** – SIMPLE THINGS
– 1 retombée – **7 pages** – 52 500 €



2. **Patrick Lucas** – TOP'S CAR MAGAZINE
– 1 retombée – **6 pages** – 34 800 €



3. **Nicolas Montard** – LE PARISIEN MAGAZINE
/ AUJOURD'HUI EN FRANCE
– 2 retombées – **5,10 pages** – 173 400 €



4. **Sofia Amor** – NOUS DEUX
– 1 retombée – **5 pages** – 50 500 €



5. **Sophie Denis** – DETOURS EN FRANCE
HORS SERIE
– 1 retombée – **5 pages** – 50 000 €



6. **Valérie Chansel** – LE CHASSEUR FRANCAIS
– 1 retombée – **4 pages** – 73 200 €



7. **Sophie Javaux** – MAXI
– 1 retombée – **2 pages** – 40 600 €



8. **Robin Coudeville** – RUSTICA HEBDO
– 1 retombée – **2 pages** – 29 000 €



9. **J.C.C.** – L'EXPRESS
– 3 retombées – **1,34 pages** – 41 540 €



10. **Clémentine Vieillard-Baron** – HISTORIA
– 1 retombée – **1 page** – 11 000 €



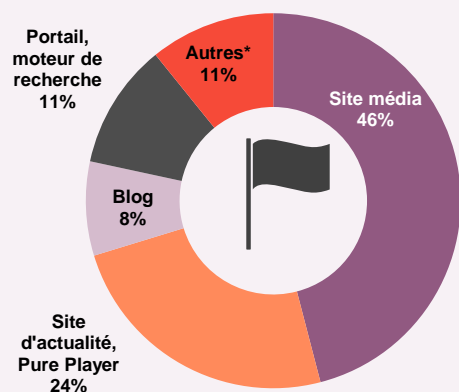
MÉDIATISATION SUR LE WEB

MÉDIATISATION SUR LE WEB 1/5

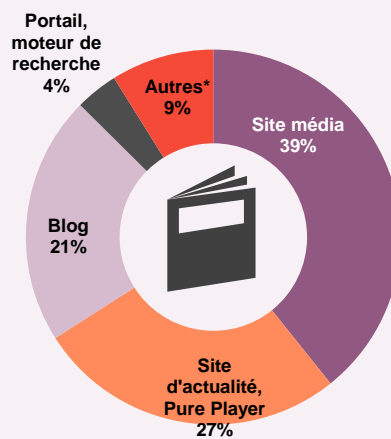
Répartition par type de site

TYPE DE SITE	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Site média	17	15	9,59	80 607 €
Site d'actualité, Pure Player	9	8	6,52	58 251 €
Portail, moteur de recherche	4	3	0,90	8 329 €
Blog	3	3	5,25	45 944 €
Autres*	4	4	2,17	16 782 €
Total	37	33	24,43	209 913 €

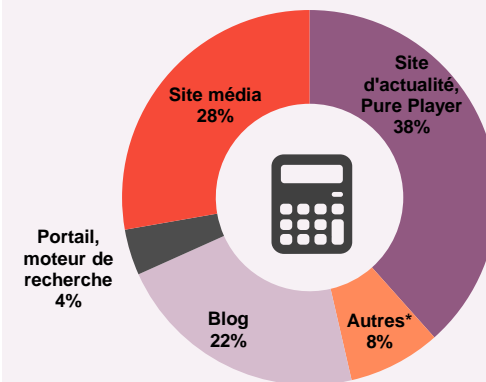
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



Répartition de la valorisation



*Autres : Site, Blog d'Institution, Site marchand

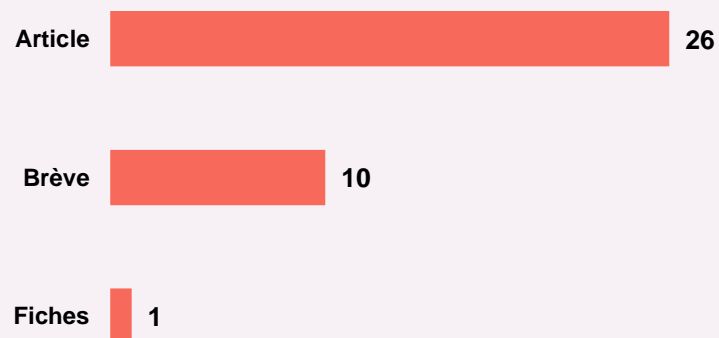
MÉDIATISATION SUR LE WEB 2/5

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	14	9,98	92 355 €
2	Tourisme-Sport-Loisirs	7	1,47	7 509 €
3	Arts-Culture	3	2,67	27 469 €
4	Agriculture-Pêche	3	0,83	2 690 €
5	Entreprise-Economie-Finances	2	0,62	9 874 €
6	Gastronomie-Vins-Cuisine	1	4,01	29 365 €
7	Politique	1	1,60	15 784 €
8	Tourisme-Voyages	1	1,21	12 775 €
9	Mode-Beauté-Féminins	1	0,38	4 312 €
10	Droit-Social	1	0,77	3 130 €

* 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	l-echo.info	8	7,11	65 796 €
2	www.paperblog.fr	6	9,00	83 286 €
3	france3-regions.francetvinfo.fr	6	4,99	46 177 €
4	www.ladepeche.fr	6	2,12	19 618 €
5	www.hominides.com	3	5,41	25 248 €
6	www.charentelibre.fr	2	2,70	24 986 €
7	www.lejournaldesarts.fr	2	2,35	24 177 €
8	www.lamontagne.fr	2	2,27	21 007 €
9	www.lepopulaire.fr	2	1,90	17 583 €
10	www.rfi.fr	2	1,05	9 717 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION SUR LE WEB 5/5



Top des rédacteurs web identifiés - en espace rédactionnel



1. **Gilles Pudlowski** – www.gillespudlowski.com
– 1 retombée – **4,01 pages** – 29 365 €



2. **Nicolas Montard** – www.leparisien.fr
– 1 retombée – **2,79 pages** – 25 819 €



3. **Natacha Haas Guégo** – www.euroactiv.fr
– 1 retombée – **1,60 pages** – 15 784 €



4. **Fabrice Gil** – www.quotidien-libre.fr
– 2 retombées – **1,51 pages** – 13 974 €



5. **Julie Tejerizo** – www.l-echo.info
– 1 retombée – **1,05 pages** – 9 717 €



6. **Philippe Jolivet** – www.l-echo.info
– 1 retombée – **0,78 page** – 7 218 €



7. **Y. Zerbini** – www.legifrance.gouv.fr
– 1 retombée – **0,77 page** – 3 130 €



8. **Michel Zordan** – michel-zordan.over-blog.com
– 1 retombée – **0,66 page** – 6 790 €



9. **Bernard Thomasson** – www.francetvinfo.fr
– 1 retombée – **0,64 page** – 5 923 €



10. **Frank Stassi** – www.businessmarches.com –
1 retombée – **0,58 page** – 9 789 €



MÉDIATISATION DES MESSAGES




MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
PERIGORD NOIR - Montignac-Lascaux	36	30,49	454 135 €
PERIGORD POURPRE - Vignoble de Bergerac	35	20,21	189 033 €
PERIGORD POURPRE - Bergerac	19	14,91	178 189 €
PERIGORD NOIR - Sarlat-Vallée Dordogne	15	24,15	312 830 €
PERIGORD NOIR - Autres	10	3,86	47 782 €
PERIGORD NOIR - Les Eyzies-Vallée Vézère	9	9,89	225 478 €
PERIGORD POURPRE - Autres	7	13,73	262 465 €
PERIGORD BLANC - Périgueux	6	8,18	50 538 €
PERIGORD VERT - Brantôme	4	7,51	52 095 €
PERIGORD VERT - Nontron	4	7,76	40 637 €
PERIGORD VERT - Autres	3	1,05	33 540 €
PERIGORD	3	0,48	3 882 €
PERIGORD BLANC - Autres	2	3,22	78 420 €
PERIGORD VERT - Parc Naturel régional Périgord Limousin	2	6,52	37 913 €
PERIGORD VERT - Vallée de la Dronne	2	6,52	37 913 €
PERIGORD POURPRE - Pays des Bastides	1	5,00	50 000 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par sujet - top 30

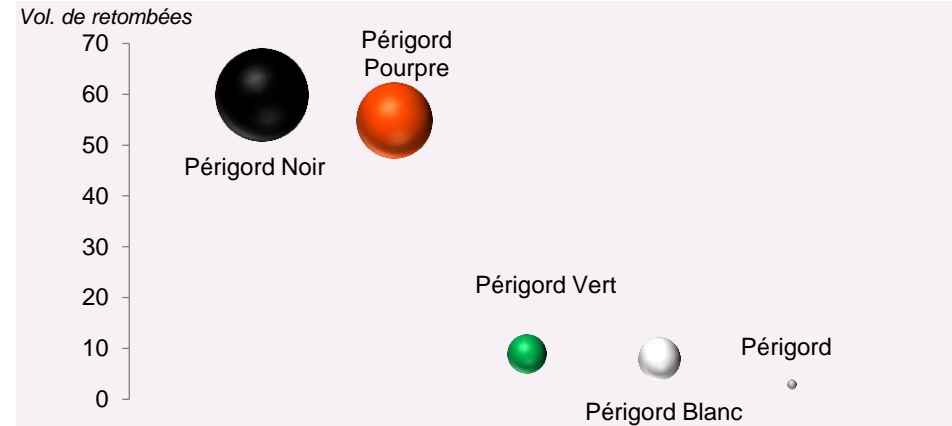
TYPE DE SUJET	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE REDACTIONNEL	 EQUIVALENT PUBLICITAIRE
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	46	26,66	247 009 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	27	15,80	315 349 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	19	25,01	300 290 €
GASTRONOMIE - Autres	15	27,13	352 487 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	12	17,82	297 837 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	12	20,03	274 553 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	10	21,32	310 007 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	10	18,34	265 218 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	10	12,88	146 039 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	9	21,30	366 344 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	9	14,07	263 086 €
GASTRONOMIE - Foie gras	7	10,79	140 620 €
HEBERGEMENTS - Autres	7	9,74	84 723 €
EVENEMENTS - Autres	6	1,72	16 295 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	9,67	117 437 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	5	12,85	98 143 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	5	4,36	63 230 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	4	7,67	61 417 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	3	7,38	53 475 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	3	7,24	37 524 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	3	0,63	6 684 €
HEBERGEMENTS - Résidences de tourisme	2	7,13	53 475 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	2	2,36	51 760 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	2	2,75	47 541 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	2	2,66	44 551 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	2	2,34	42 337 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	2	0,10	357 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	5,00	50 000 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	2,00	40 600 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	2,00	40 600 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Périgord Noir	60	56,61	773 404 €
Périgord Pourpre	55	37,67	515 552 €
Périgord Vert	9	9,80	88 359 €
Périgord Blanc	8	11,40	128 958 €
Périgord	3	0,48	3 882 €

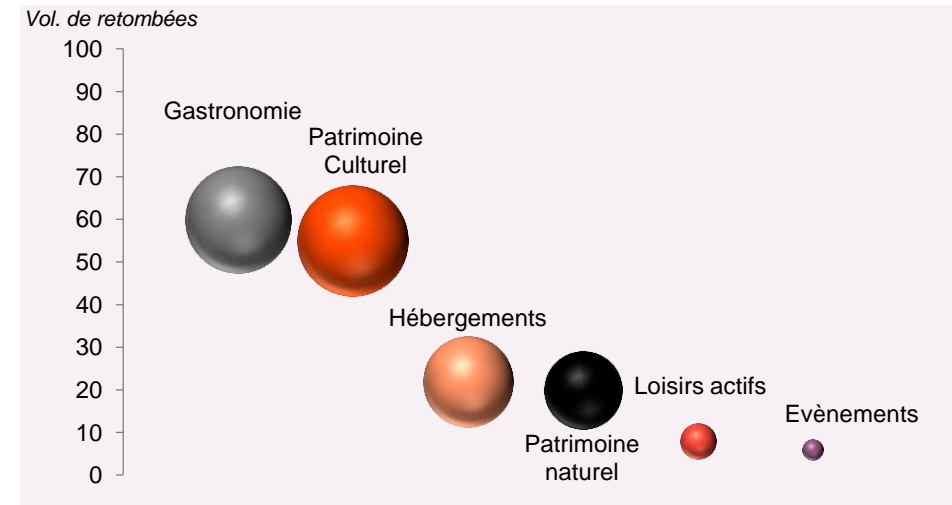
Mapping des territoires - (aire en fonction de l'esp.rédac.)



Répartition par sujet

SUJET	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Gastronomie	60	45,03	602 521 €
Patrimoine Culturel	55	48,83	695 244 €
Hébergements	22	32,51	425 995 €
Patrimoine naturel	20	24,15	396 810 €
Loisirs actifs	8	4,99	69 914 €
Evènements	6	1,72	16 295 €

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





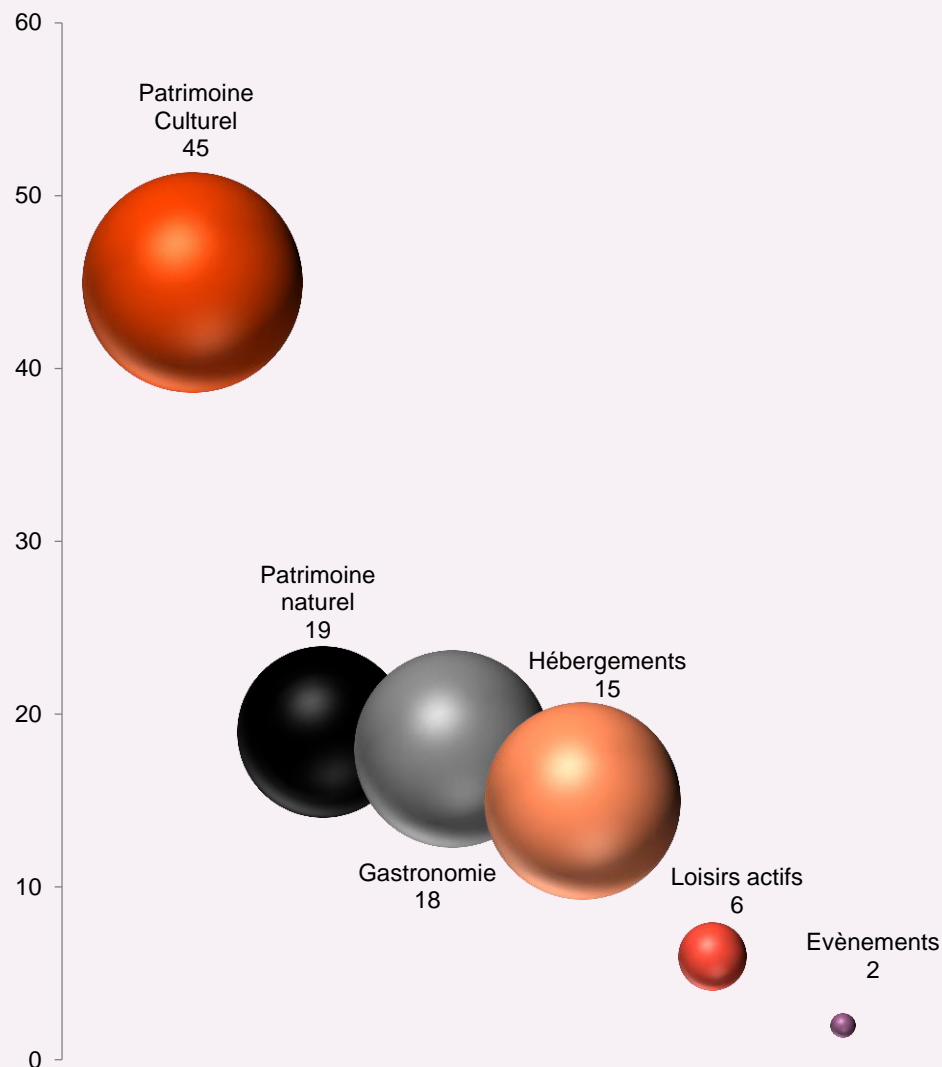
MÉDIATISATION DES SUJETS

SUJETS : PÉRIGORD NOIR

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	27	15,80	315 349 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	13	16,82	218 434 €
GASTRONOMIE - Autres	12	25,17	322 751 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	11	17,49	287 607 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	10	18,97	263 666 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	9	12,55	135 809 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	8	20,97	356 114 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	8	16,17	259 887 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	8	17,28	248 667 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	6	13,26	250 404 €
GASTRONOMIE - Foie gras	6	10,48	131 010 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	6	13,66	129 671 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	9,67	117 437 €
HEBERGEMENTS - Autres	4	9,57	83 537 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	4	3,31	53 514 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	3	7,52	37 913 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	2	7,25	52 500 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	2	2,36	51 760 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	2	2,66	44 551 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	2	6,78	42 018 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	2	0,48	6 564 €
EVENEMENTS - Autres	2	0,48	5 768 €
HEBERGEMENTS - Résidences de tourisme	1	7,00	52 500 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	2,00	40 600 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	1	2,00	40 600 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	2,00	40 600 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	2,00	40 600 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	1	6,00	34 800 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	1	0,30	9 600 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	1	0,66	3 951 €

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

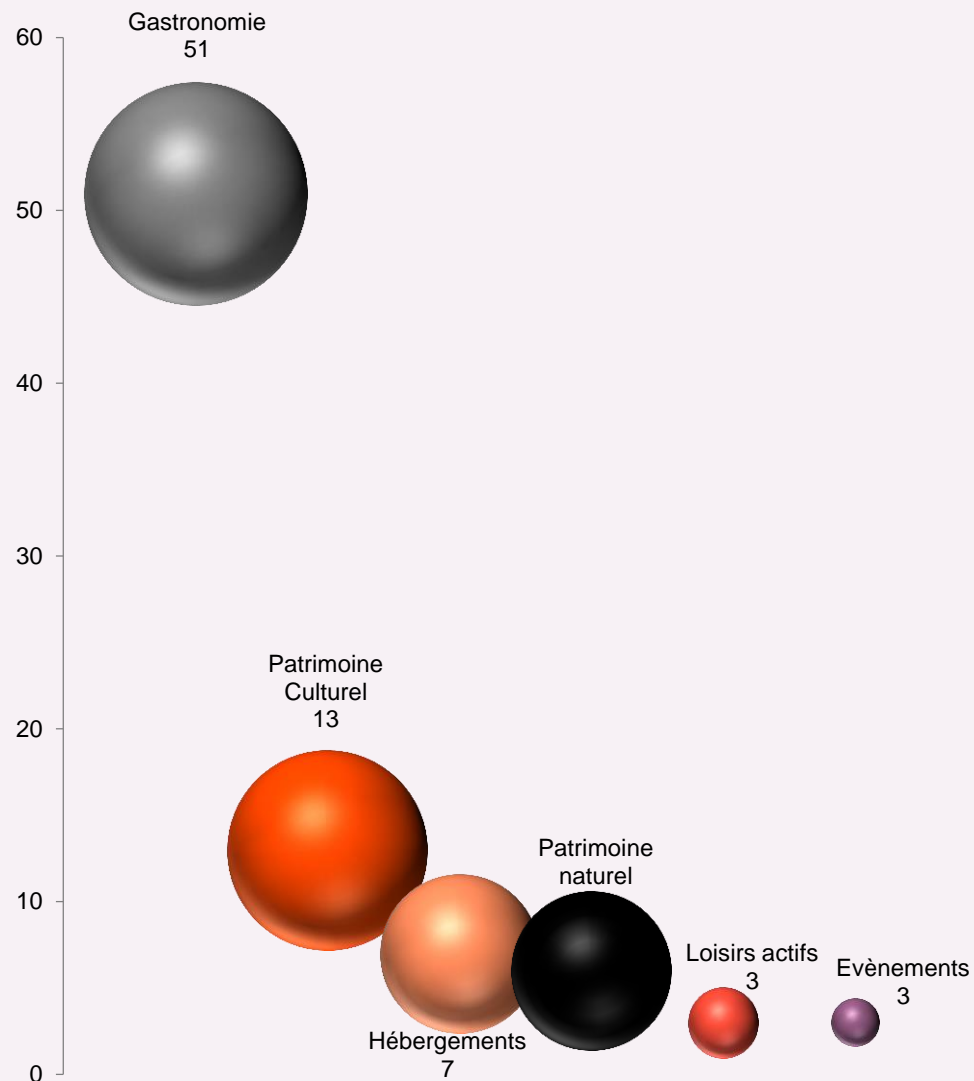


SUJETS : PÉRIGORD POURPRE

Répartition par sujet

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	44	21,87	210 426 €
GASTRONOMIE - Autres	8	15,00	220 292 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	8	16,60	186 699 €
GASTRONOMIE - Foie gras	7	10,79	140 620 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	6	19,04	284 139 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	6	16,41	277 732 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	6	11,27	181 427 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	5	15,89	274 619 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	5	10,42	143 450 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	4	13,10	248 800 €
GASTRONOMIE - Truffes	4	9,60	116 737 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	3	7,89	199 219 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	3	11,52	87 913 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	3	6,89	54 199 €
EVENEMENTS - Autres	3	1,47	13 277 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	2	2,36	51 760 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	2	3,05	50 317 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	2	2,75	47 541 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	2	6,52	37 913 €
HEBERGEMENTS - Autres	2	2,87	26 559 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	5,00	50 000 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	2,00	40 600 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	2,00	40 600 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	1	2,00	40 600 €
LOISIRS ACTIFS - Sports aquatiques	1	2,00	40 600 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	1	6,00	34 800 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	1	0,25	988 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	1	0,15	120 €

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

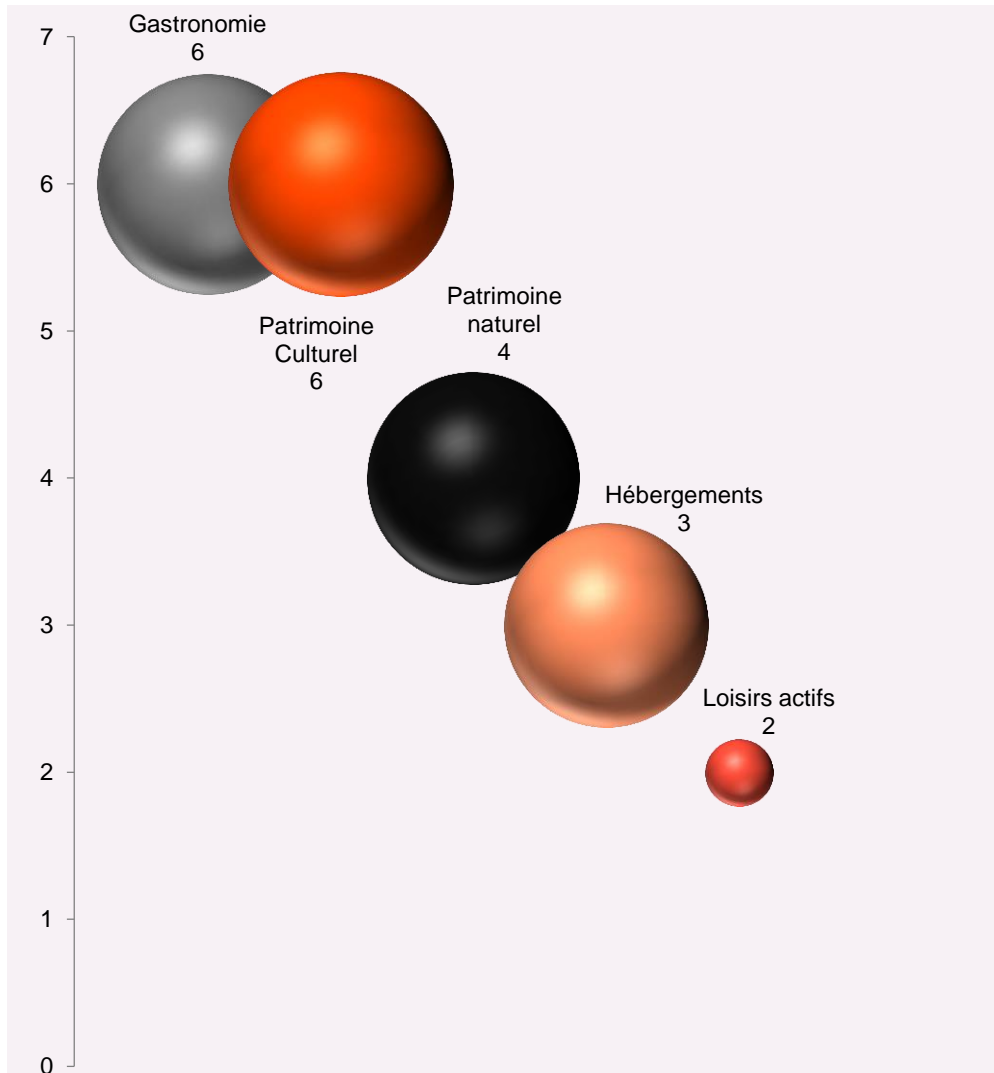


SUJETS : PÉRIGORD VERT

Répartition par sujet

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Autres	4	7,64	69 131 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	4	7,85	49 403 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	3	6,96	64 560 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	3	6,99	48 981 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	3	6,85	48 143 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	3	6,85	48 143 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	3	6,85	48 143 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	6,83	47 523 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	3	6,61	41 693 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	3	7,24	37 524 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	6,33	45 030 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	2	6,31	44 410 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	2	0,75	7 732 €
GASTRONOMIE - Truffes	1	6,00	34 800 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	1	6,00	34 800 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	1	6,00	34 800 €
HEBERGEMENTS - Hébergements insolites	1	0,66	3 951 €
HEBERGEMENTS - Villages de vacances	1	0,66	3 951 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	1	0,66	3 951 €

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

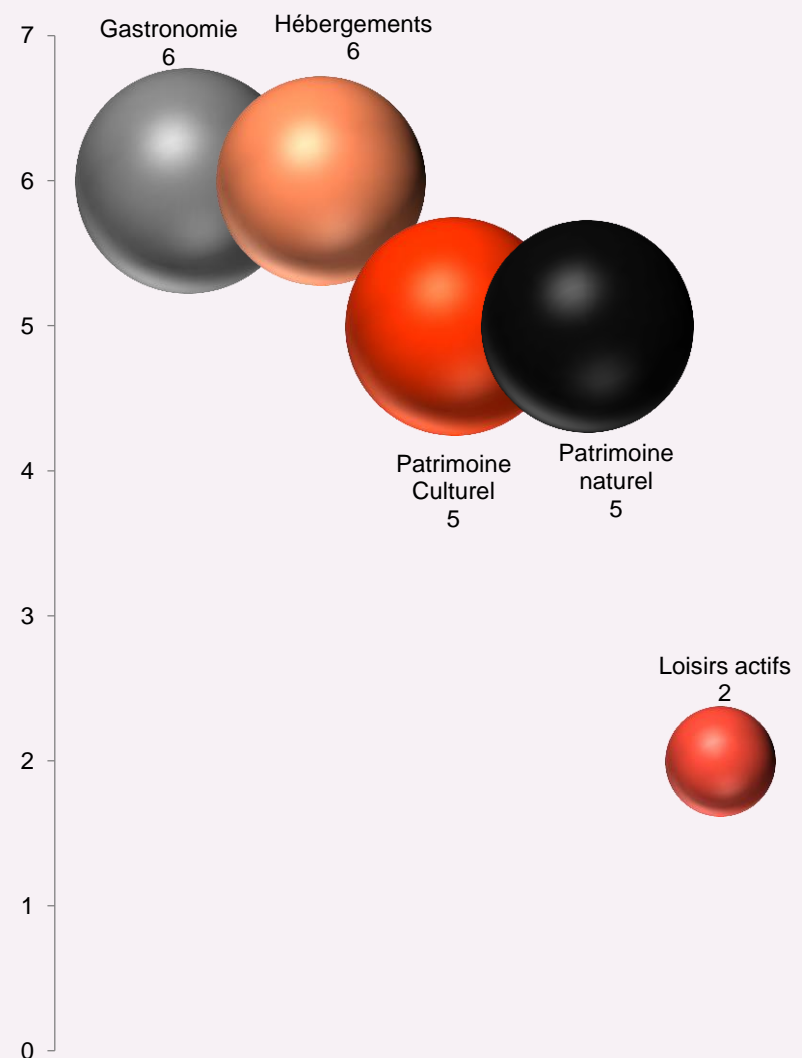


SUJETS : PÉRIGORD BLANC

Répartition par sujet - top 20

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	5	10,52	123 551 €
GASTRONOMIE - Foie gras	4	9,74	116 333 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	4	9,44	86 570 €
GASTRONOMIE - Autres	4	8,66	83 790 €
GASTRONOMIE - Truffes	3	9,22	113 220 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	3	8,78	82 618 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	3	8,00	79 838 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	3	8,52	78 513 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	3	8,14	76 115 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	3	7,30	45 131 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées cyclotouristiques	2	2,66	44 551 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	2	2,66	44 551 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	2	6,78	42 018 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	2	6,52	37 913 €
PATRIMOINE CULTUREL - Tourisme religieux	2	6,52	37 913 €
HEBERGEMENTS - Autres	2	0,86	7 958 €
GASTRONOMIE - Caviar de Neuvic	1	2,00	40 600 €
GASTRONOMIE - Oies du Périgord	1	2,00	40 600 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	2,00	40 600 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	2,00	40 600 €

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