

BILAN DE MEDIATISATION



CDT DORDOGNE PERIGORD – 4^{ème} trimestre 2018



CHIFFRES CLÉS

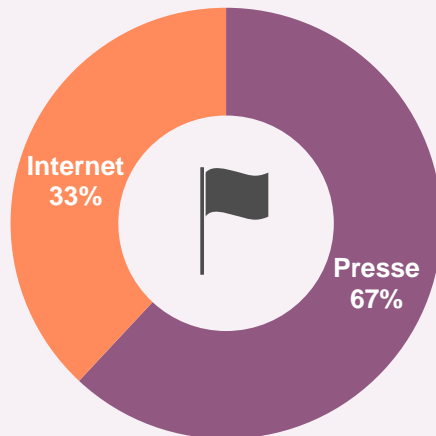
CHIFFRES CLÉS

Répartition par type de média

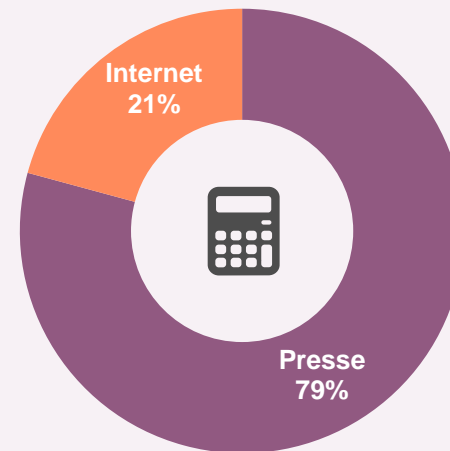
TYPE DE MÉDIA	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
 Presse	70	52	38,41	773 384 €
 Internet	43	32	25,89	202 946 €
Total	113	84	64,30	976 330 €

* En nb de pages

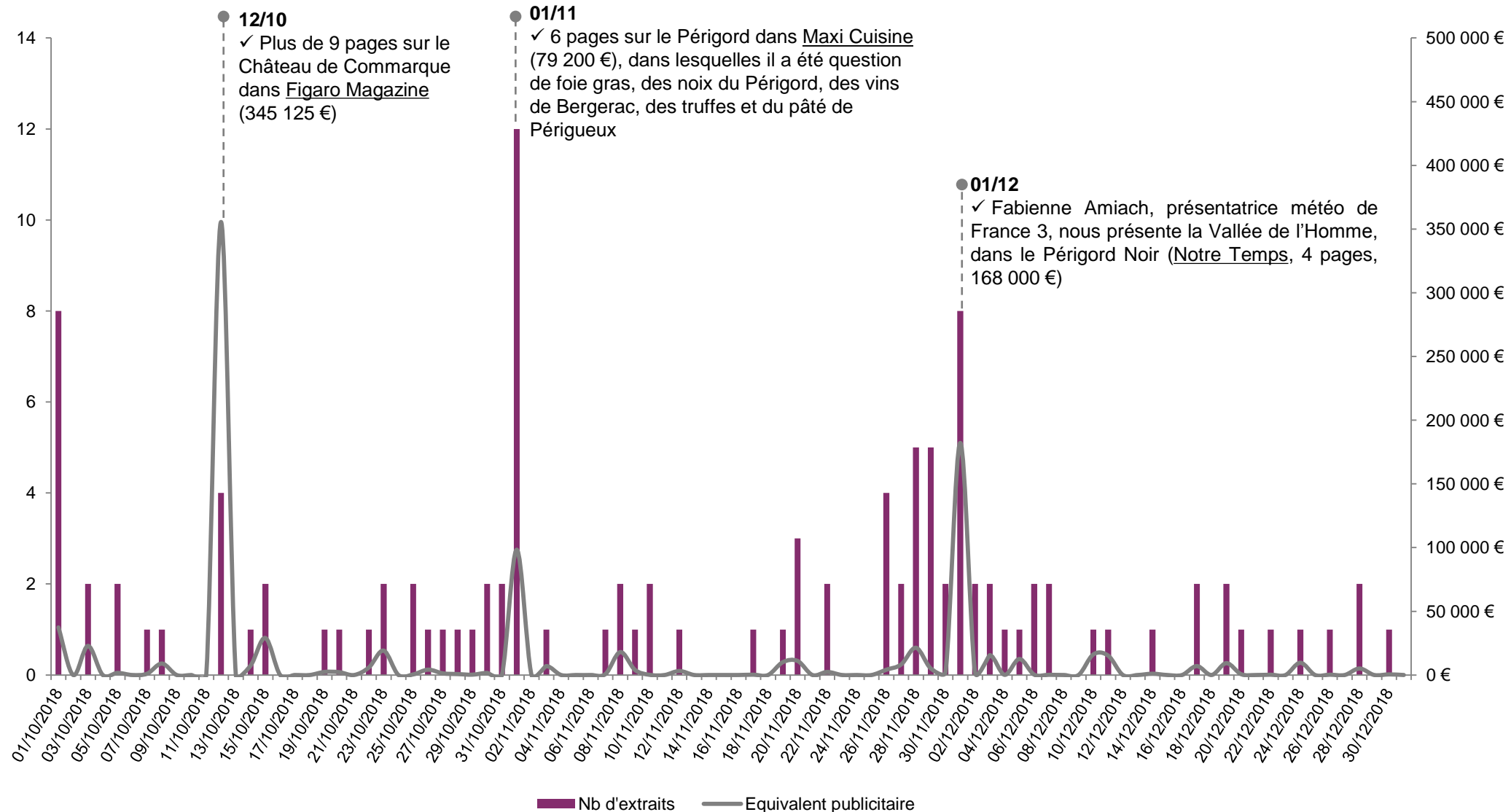
Répartition du volume



Répartition de l'équivalent publicitaire



CALENDRIER DE MEDIATISATION





MÉDIATISATION PRESSE

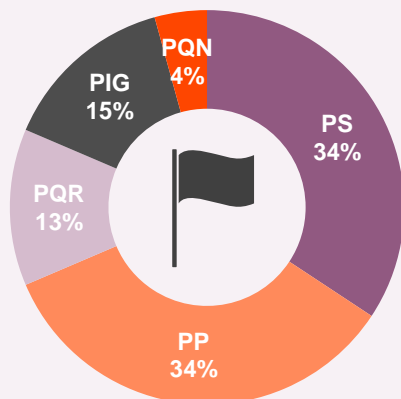
MÉDIATISATION EN PRESSE 1/5

Répartition par type de presse

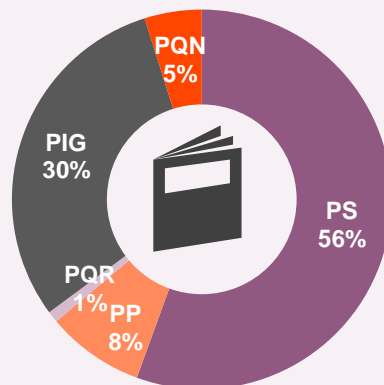
TYPE DE PRESSE***	NOMBRE DE RETOMBÉES	NOMBRE DE SUPPORTS	ESPACE RÉDACTIONNEL*	ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE	DIFFUSION AGRÉGÉE**
PS	24	18	21,34	345 248 €	7 907 889
PP	24	18	3,20	4 881 €	116 086
PIG	10	7	11,63	388 861 €	554 060
PQR	9	7	0,37	8 177 €	1 564 261
PQN	3	2	1,87	26 217 €	127 389
Total	70	52	38,41	773 384 €	10 269 685

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

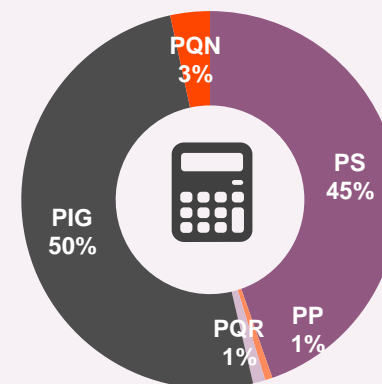
Répartition du volume



Répartition de l'espace rédactionnel



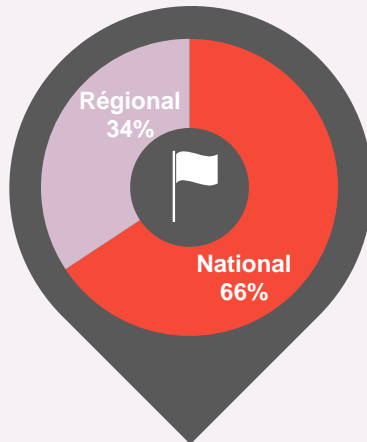
Répartition de la valorisation



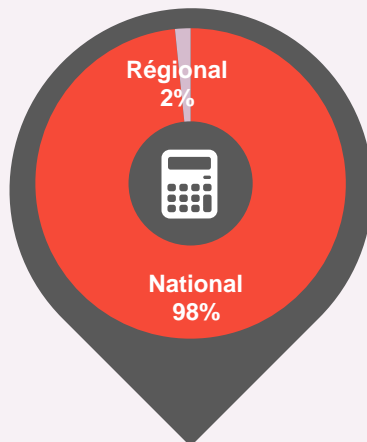
MÉDIATISATION EN PRESSE 2/5

Niveau de diffusion

en volume de retombées

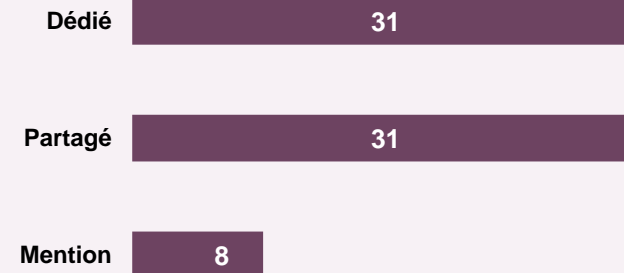


en valorisation publicitaire

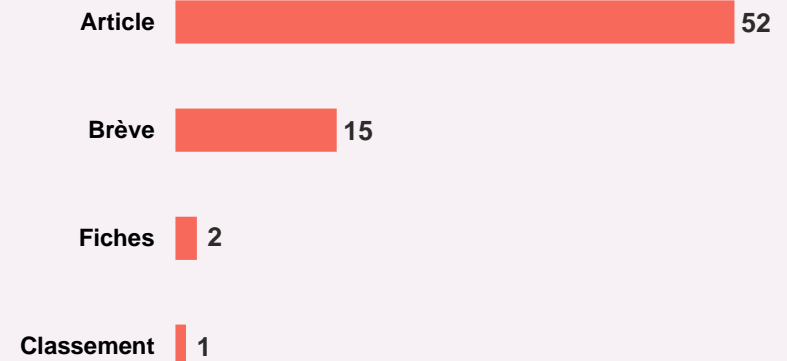


Indicateurs de visibilité

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	23	14,04	423 255 €
2	Gastronomie-Vins-Cuisine	10	12,03	118 500 €
3	Agriculture-Pêche	6	0,30	1 549 €
4	Agences de presse	6	1,82	-**
5	Tourisme-Sport-Loisirs	4	0,38	1 540 €
6	Arts-Culture	3	1,32	3 291 €
7	Entreprise-Economie-Finances	3	0,29	365 €
8	Société-Famille-Social	2	4,06	170 520 €
9	Mode-Beauté-Féminins	2	0,48	37 296 €
10	Télévision-Radio	2	1,14	11 060 €




* En nb de pages

** Les agences de presse n'ont pas de tarif publicitaire

MÉDIATISATION EN PRESSE 4/5



Top 10 des supports de presse - en volume de retombées

		 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
1	RELAXNEWS	4	0,80	-**
2	LA REVUE DU VIN DE FRANCE	3	0,38	2 926 €
3	LA DEPECHE DU MIDI	3	0,06	1 351 €
4	LA VIE ECONOMIQUE	3	0,29	365 €
5	FIGARO MAGAZINE	2	9,40	352 500 €
6	NOTRE TEMPS	2	4,06	170 520 €
7	VERSION FEMINA	2	0,48	37 296 €
8	LE FIGARO.FR LA MATINALE	2	1,73	16 627 €
9	LE POINT HORS SERIE	2	0,36	9 972 €
10	ARCADES NOUVELLE AQUITAINE	2	1,15	2 415 €

* En nb de pages

** Les agences de presse n'ont pas de tarif publicitaire

MÉDIATISATION EN PRESSE 5/5



Top 10 des journalistes - en espace rédactionnel



1. Ghislain de Montalembert – FIGARO MAGAZINE – 1 retombée – **9,15 pages** – 343 125 €



2. Sophie Javeaux – MAXI CUISINE – 1 retombée – **6 pages** – 79 200 €



3. Laure Goy – TERRE DE VINS – 2 retombées – **4,13 pages** – 22 715 €



4. Frédérique Odasso – NOTRE TEMPS – 1 retombée – **4 pages** – 168 000 €



5. Pauline Boyer – LE FIGARO.FR LA MATINALE – 1 retombée – **1,68 page** – 16 146 €



6. Marie Huret – MARIANNE – 1 retombée – **1,37 page** – 22 742 €



7. Benedicte Flye Sainte Marie – TELE MAGAZINE – 1 retombée – **1 page** – 7 000 €



8. Catherine Saguès – ARCADES NOUVELLE AQUITAINE – 1 retombée – **1 page** – 2 100 €



9. Francois Xavier Salle – LA PASSION DES COUTEAUX – 1 retombée – **1 page** – NC*



10. R. L. – LA REVUE DU VIN DE FRANCE – 1 retombée – **0,27 page** – 2 079 €



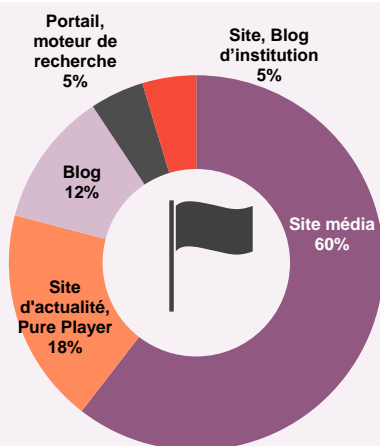
MÉDIATISATION SUR LE WEB

MÉDIATISATION SUR LE WEB 1/5

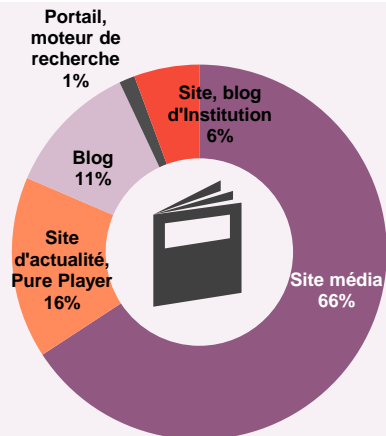
Répartition par type de site

TYPE DE SITE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 NOMBRE DE SUPPORTS	 ESPACE RÉDACTIONNEL*	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
Site média	26	16	17,03	131 065 €
Site d'actualité, Pure Player	8	8	4,06	33 238 €
Blog	5	5	2,99	19 707 €
Site, Blog d'institution	2	2	1,46	15 697 €
Portail, moteur de recherche	2	1	0,35	3 239 €
Total	43	32	25,89	202 946 €

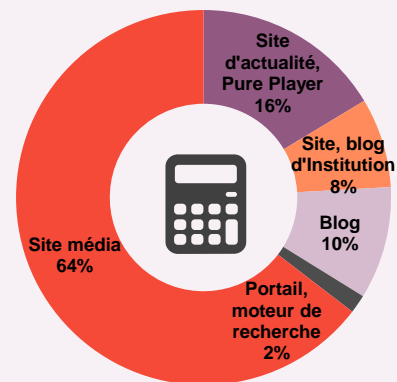
Répartition du volume



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	11,00	101 794 €
2	Gastronomie-Vins-Cuisine	8	9,12	56 721 €
3	Agriculture-Pêche	4	1,38	4 706 €
4	Arts-Culture	2	0,62	3 568 €
5	Alimentation-Restauration	2	0,33	1 068 €
6	Société-Famille-Social	1	1,60	14 837 €
7	Sciences-Techniques	1	1,12	12 551 €
8	Tourisme-Voyages	1	0,48	5 068 €
9	People	1	0,24	2 632 €

* 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	france3-regions.francetvinfo.fr	5	6,19	57 282 €
2	www.terredevins.com	4	4,46	21 274 €
3	l-echo.info	2	1,40	12 956 €
4	portail.free.fr	2	0,35	3 239 €
5	www.rayon-boissons.com	2	0,33	1 068 €
6	www.larvf.com	2	0,27	875 €
7	www.avosassiettes.fr	1	1,92	15 356 €
8	www.grelinettecassolettes.com	1	2,08	15 232 €
9	www.notretemps.com	1	1,60	14 837 €
10	www.inrees.com	1	1,12	12 551 €

* En nb de pages

MÉDIATISATION SUR LE WEB 5/5



Top des rédacteurs web identifiés - en espace rédactionnel



1. **Pascal Faiseaux** – france3-regions.francetvinfo.fr – 3 retombées
– **3,39 pages** – 31 371 €



2. **Frédérique Odasso** – www.notretemps.com
– 1 retombée – **1,60 page** – 14 837 €



3. **Laura Bernaulte** – www.terredevins.com
– 2 retombées – **1,50 page** – 7 155 €



4. **Mélanie Chéreau** – www.inrees.com
– 1 retombée – **1,12 page** – 12 551 €



5. **P. Pautiers** – l-echo.info – 1 retombée
– **0,97 page** – 8 976 €



6. **Caroline Hubert** – france3-regions.francetvinfo.fr – 1 retombée – **0,96 page**
– 8 884 €



7. **Mathieu Delaunay** – www.ladepeche.fr
– 1 retombée – **0,80 page** – 7 403 €



8. **Marc Sabaté** – lully-conseil.blogspot.com
– 1 retombée – **0,58 page** – 1 880 €



9. **Aude Bressolie** – www.arboriculture-fruitiere.com – 1 retombée – **0,53 page** – 1 951 €



10. **Chloé Chamouton** – www.i-love-emotion.com
– 1 retombée – **0,48 page** – 5 068 €



MÉDIATISATION DES MESSAGES




MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE RÉDACTIONNEL	 ÉQUIVALENT PUBLICITAIRE
PERIGORD POURPRE - Vignoble de Bergerac	37	21,28	178 160 €
PERIGORD	21	7,03	67 554 €
PERIGORD NOIR - Sarlat-Vallée Dordogne	18	23,31	501 449 €
PERIGORD NOIR - Montignac-Lascaux	12	9,79	216 328 €
PERIGORD BLANC - Périgueux	12	11,33	142 709 €
PERIGORD VERT - Nontron	11	10,18	113 045 €
PERIGORD POURPRE - Bergerac	11	9,77	101 171 €
PERIGORD NOIR - Autres	8	3,20	16 114 €
PERIGORD NOIR - Les Eyzies-Vallée Vézère	7	13,38	390 567 €
PERIGORD POURPRE - Autres	4	2,09	28 280 €
PERIGORD VERT - Brantôme	1	1,00	2 100 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par sujet - top 30

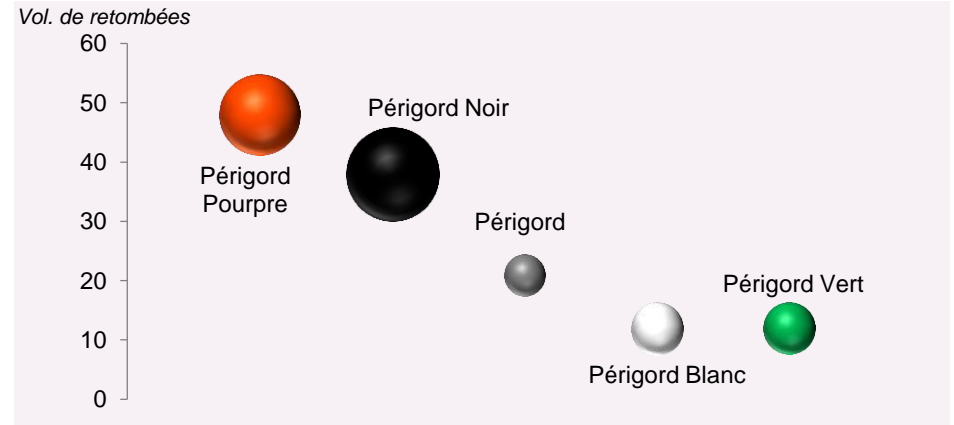
TYPE DE SUJET	 NOMBRE DE RETOMBÉES	 ESPACE REDACTIONNEL	 EQUIVALENT PUBLICITAIRE
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	37	21,30	180 093 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	18	21,65	598 122 €
GASTRONOMIE - Truffes	13	9,77	92 339 €
EVENEMENTS - Autres	11	3,32	20 483 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	10	5,40	180 595 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	10	5,69	48 055 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	10	4,18	33 845 €
GASTRONOMIE - Foie gras	8	10,21	122 346 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	8	9,80	111 367 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	5	1,25	6 532 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	4	4,96	201 466 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	4	6,03	185 709 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	4	0,41	957 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	3	4,19	168 473 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	3	2,79	17 176 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	2	1,10	7 837 €
GASTRONOMIE - Autres	2	0,25	3 611 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	2	0,31	2 171 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	1	4,00	168 000 €
GASTRONOMIE - Pâté de Périgueux	1	6,00	79 200 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	1	1,37	22 742 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	1	4,00	22 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	1	1,68	16 146 €
EVENEMENTS - Festival international du mime de Périgueux	1	0,28	7 756 €
GASTRONOMIE - Marrons du Périgord	1	1,00	7 000 €
HEBERGEMENTS - Autres	1	0,07	2 940 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	1	0,07	2 940 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	0,10	837 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	0,10	273 €

MÉDIATISATION DES MESSAGES

Répartition par territoire

TERRITOIRE	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Périgord Pourpre	48	26,71	224 627 €
Périgord Noir	38	35,62	729 891 €
Périgord	21	7,03	67 554 €
Périgord Blanc	12	11,33	142 709 €
Périgord Vert	12	11,18	115 145 €

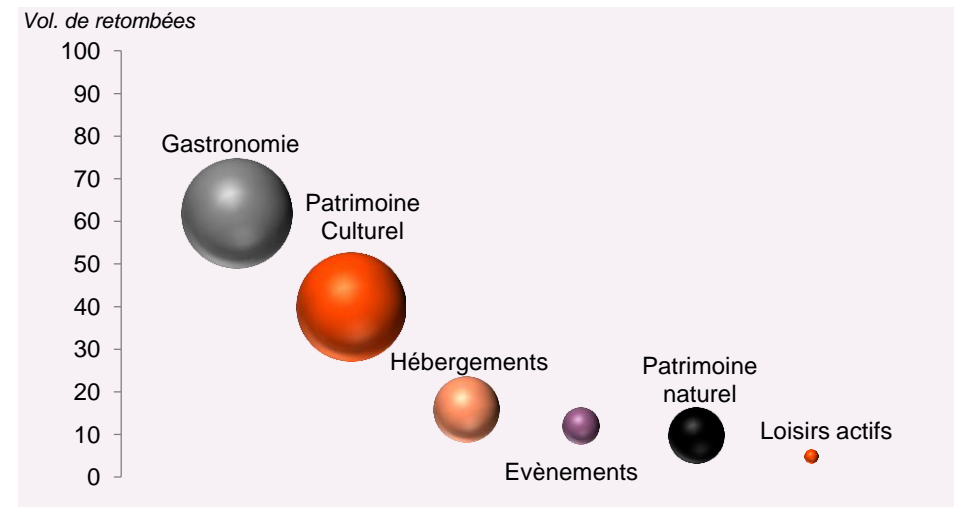
Mapping des territoires - (aire en fonction de l'esp.rédac.)



Répartition par sujet

SUJET	NOMBRE DE RETOMBÉES	ESPACE REDACTIONNEL	EQUIVALENT PUBLICITAIRE
Gastronomie	62	32,88	266 180 €
Patrimoine Culturel	40	31,70	682 402 €
Hébergements	16	11,42	256 948 €
Evènements	12	3,60	28 239 €
Patrimoine naturel	10	8,28	194 341 €
Loisirs actifs	5	0,48	3 897 €

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





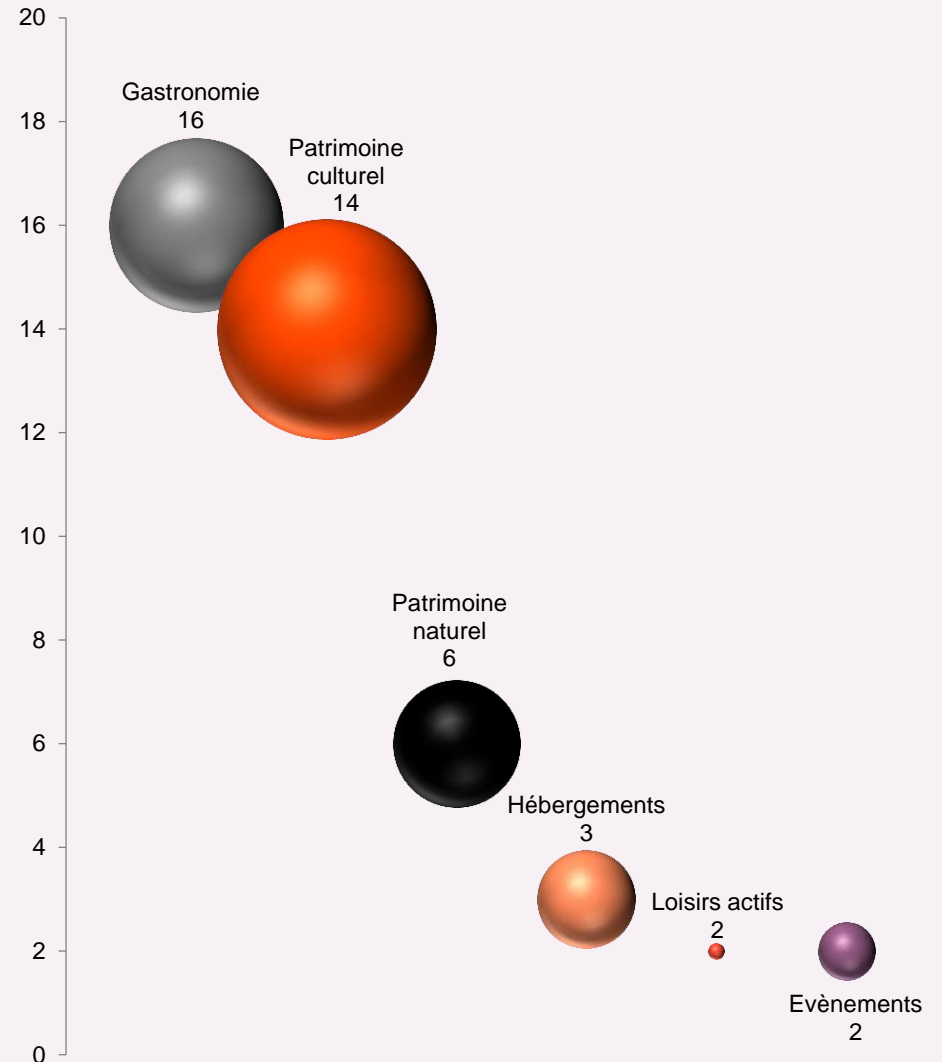
MÉDIATISATION DES SUJETS

SUJETS : PÉRIGORD NOIR

Répartition par sujet - top 30

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Truffes	10	9,49	91 187 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	10	5,69	48 055 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	5	15,19	535 576 €
PATRIMOINE NATUREL - Parcs et jardins	4	6,03	185 709 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	4	7,30	91 230 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	7,14	96 290 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	2	7,00	86 700 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	2	1,79	15 076 €
EVENEMENTS - Autres	2	1,40	12 956 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	2	0,90	5 090 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	1	4,00	168 000 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	4,00	168 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	1	4,00	168 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Préhistoire	1	4,00	168 000 €
GASTRONOMIE - Pâté de Périgueux	1	6,00	79 200 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villages classés	1	1,68	16 146 €
GASTRONOMIE - Marrons du Périgord	1	1,00	7 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	7 000 €
HEBERGEMENTS - Autres	1	0,07	2 940 €
LOISIRS ACTIFS - Randonnées pédestres	1	0,07	2 940 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	1	0,17	876 €
HEBERGEMENTS - Campings-Caravanings	1	0,10	273 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	1	0,04	116 €

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

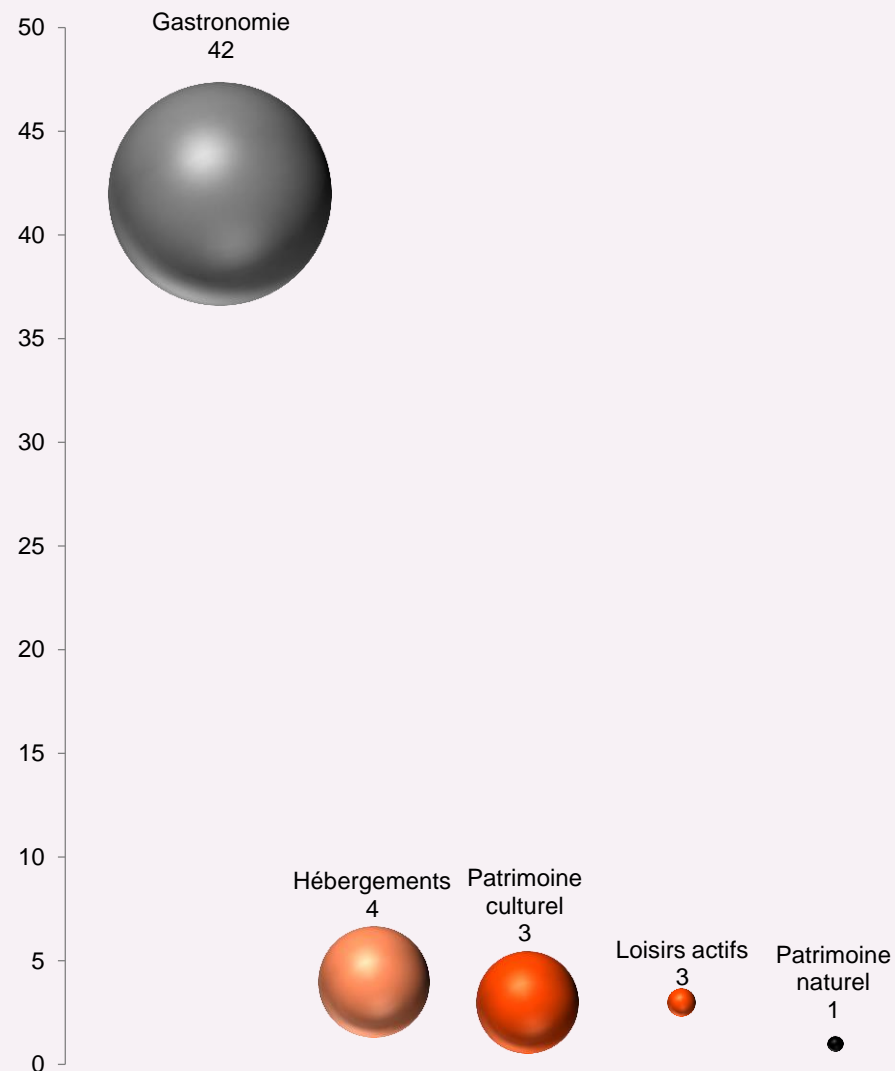


SUJETS : PÉRIGORD POURPRE

Répartition par sujet

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	37	21,30	180 093 €
GASTRONOMIE - Truffes	5	8,07	86 141 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	7,17	88 910 €
LOISIRS ACTIFS - Autres	3	0,37	841 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	2	4,13	23 203 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	2	0,61	6 271 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	6,00	79 200 €
GASTRONOMIE - Pâté de Périgueux	1	6,00	79 200 €
HEBERGEMENTS - Chambres d'hôtes	1	1,37	22 742 €
HEBERGEMENTS - Gîtes	1	4,00	22 000 €
GASTRONOMIE - Marrons du Périgord	1	1,00	7 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	1	1,00	7 000 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	1,00	7 000 €
HEBERGEMENTS - Restaurants	1	0,48	5 068 €
GASTRONOMIE - Autres	1	0,13	2 951 €
AUTRES - Aéroport de Bergerac Dordogne Périgord	1	0,14	1 296 €
PATRIMOINE NATUREL - Autres	1	0,11	1 018 €

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

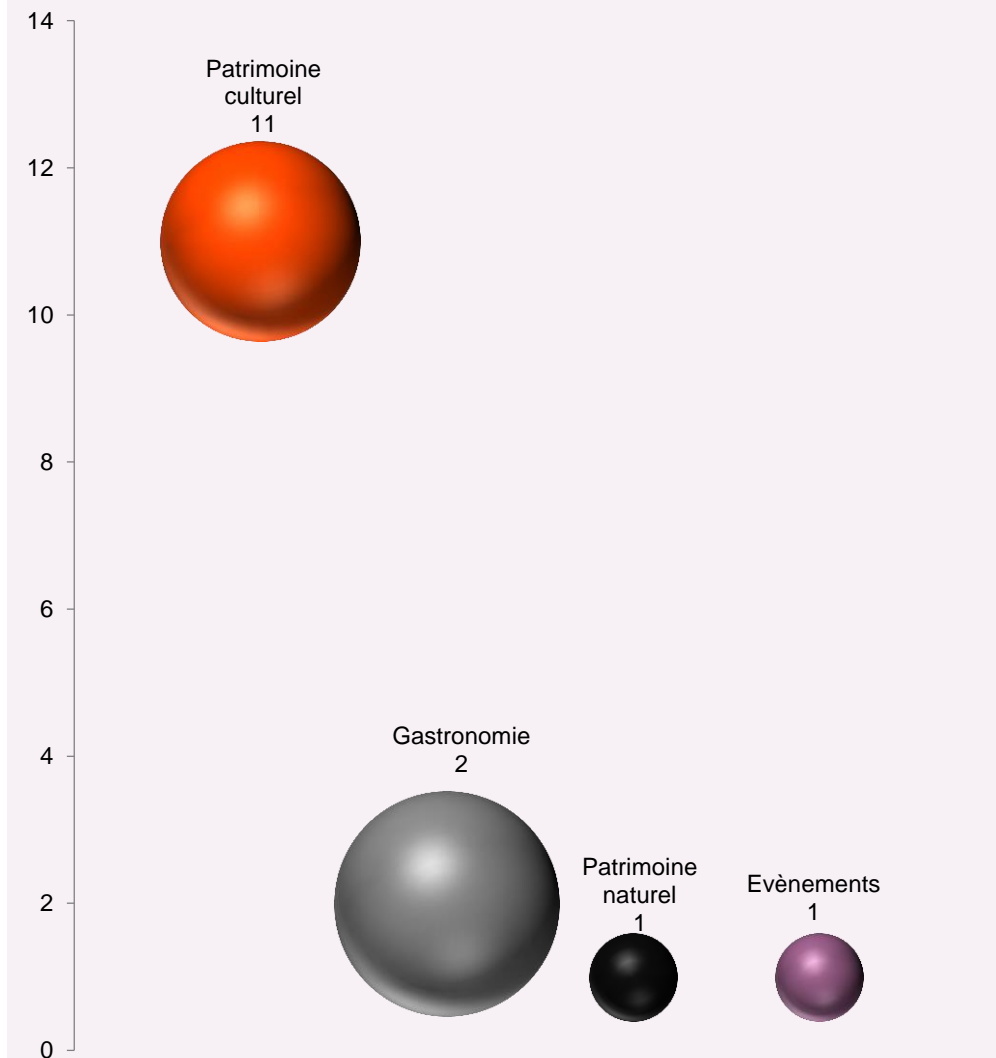


SUJETS : PÉRIGORD VERT

Répartition par sujet

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	10	4,18	33 845 €
GASTRONOMIE - Foie gras	2	6,53	83 439 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	6,00	79 200 €
GASTRONOMIE - Pâté de Périgueux	1	6,00	79 200 €
GASTRONOMIE - Truffles	1	6,00	79 200 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	1	6,00	79 200 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	1	1,00	2 100 €
PATRIMOINE NATUREL - Grottes et gouffres à compression	1	1,00	2 100 €
EVENEMENTS - Autres	1	1,00	-

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

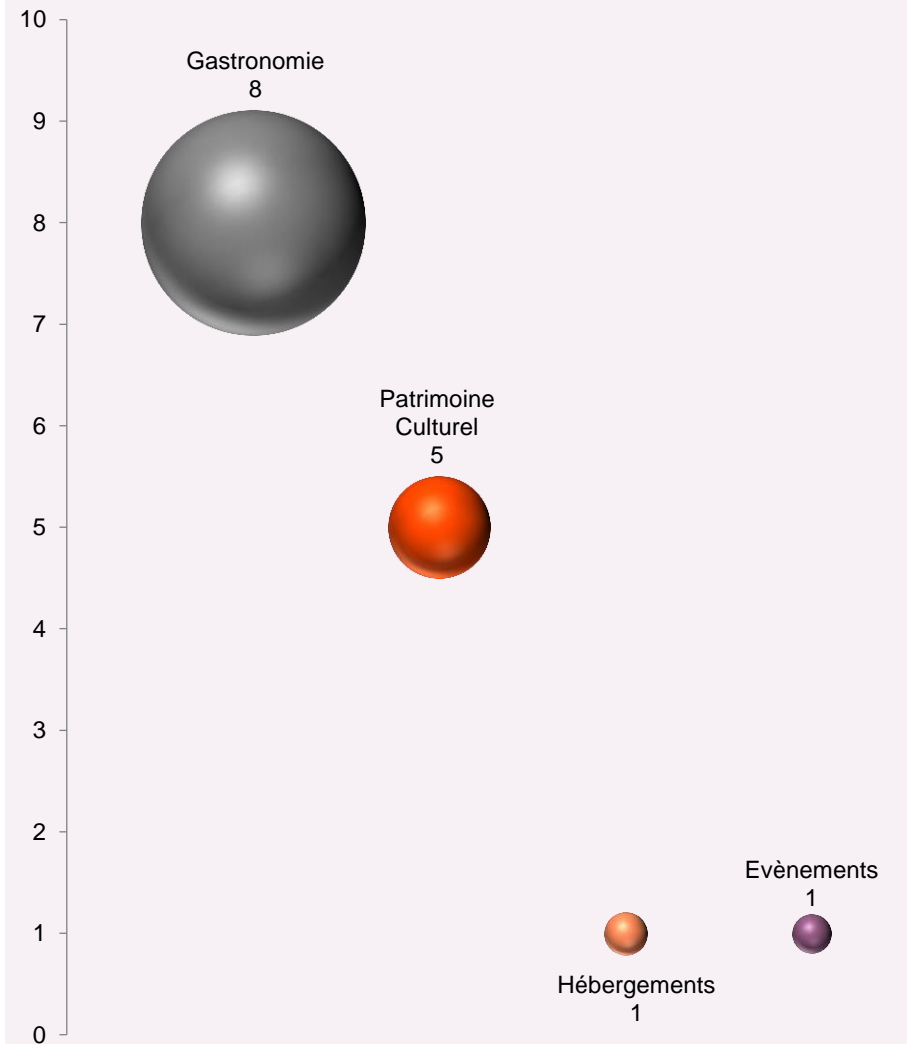


SUJETS : PÉRIGORD BLANC

Répartition par sujet - top 20

SUJET	NB DE RM	ESPACE REDAC.	EQUI. PUB.
GASTRONOMIE - Truffes	6	8,17	86 978 €
GASTRONOMIE - Foie gras	3	7,53	90 939 €
GASTRONOMIE - Vins de Bergerac	2	7,00	86 700 €
GASTRONOMIE - Noix du Périgord	1	6,00	79 200 €
GASTRONOMIE - Pâté de Périgueux	1	6,00	79 200 €
HEBERGEMENTS - Hôtels	1	0,35	27 195 €
PATRIMOINE CULTUREL - Châteaux	1	0,35	27 195 €
PATRIMOINE CULTUREL - Lascaux 4	1	0,96	8 884 €
EVENEMENTS - Festival international du mime de Périgueux	1	0,28	7 756 €
PATRIMOINE CULTUREL - Couteau de Nontron	1	0,53	4 239 €
GASTRONOMIE - Fraises du Périgord	1	0,10	837 €
PATRIMOINE CULTUREL - Villes d'art et d'histoire	1	0,10	837 €
PATRIMOINE CULTUREL - Autres	1	0,04	158 €

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.

- 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