

La presse

Les agences de presse collectent les nouvelles, les trient et les diffusent (AFP, UPI, Tass ou Reuter). Les journalistes de la presse d'information et de la presse d'opinion écrivent leurs articles pour des quotidiens ou des journaux périodiques.

Les métiers de la presse

Administrateur - Annonceur - Chef d'enquêtes - Chroniqueur - Collaborateur - Conseiller - Correspondant - Courrier - Critique - Dessinateur - Directeur administratif - Directeur artistique - Directeur commercial - Directeur de publication - Directeur de la publicité - Documentaliste - Échotier - Envoyé spécial - Feuilletonniste - Illustrateur - Journaliste - Photographe - Pigiste - Publiciste - Rédacteur - Rédacteur en chef - Reporter - Secrétaire de rédaction - Sténo-rédacteur.

Les articles

Analyse (fém.). Commentaire d'une situation, d'un événement, afin de les clarifier.

Billet (masc.). Article présentant une vision personnelle, humoristique, d'un sujet.

Brève (fém.). Petite information de 10 à 15 lignes, sans titre.

Chronique (fém.). Article régulier exprimant l'opinion du chroniqueur sous une forme moraliste, à propos d'un fait d'actualité.

Communiqué (masc.). Article venant d'une institution pour communiquer une opinion, une déclaration.

Compte rendu (masc.). Récit d'une réunion (assemblée générale, colloque, congrès...).

Critique (fém.). Article exprimant une opinion sur un film, un livre, un concert, une pièce de théâtre, une émission...

Écho (masc.). Petite information de 10 à 20 lignes, de caractère anecdotique.

Éditorial (masc.). Commentaire du rédacteur sur l'actualité.

Enquête (fém.). Article rédigé autour d'un thème, qui apporte le maximum d'informations sur le sujet.

Fait divers (masc.). Récit d'un incident ou d'un accident, d'un meurtre...

Filet (masc.). Petit article de 20 à 25 lignes, titré.

Interview (fém.). Article présentant le point de vue d'une personnalité à travers ses réponses à des questions.

Montage (masc.). Article rédigé à partir d'un ensemble de dépêches d'agences.

Portrait (masc.). Présentation d'un personnage par le récit de sa vie.

Reportage (masc.). Récit d'un événement ou description d'une situation.

Revue de presse (fém.). Montage d'extraits d'autres journaux sur un sujet donné.

Pour être plus précis

Verbes		Adjectifs
Abonner	Monter	Encadré
Boucler	Ordonner	Événementiel
Calibrer	Paginer	Fictif
Commenter	Rédiger	Impartial
Communiquer	Révéler	Incitatif
Composer	Sélectionner	Incisif
Couvrir	Tirer	Journalistique
Diffuser	Titrer	Lisible
Distribuer		Local
Focaliser		Mondial
Hiérarchiser	Accrédité	Moral
Informar	Analytique	Neutre
Insérer	Bref	Objectif
Interpeller	Crédible	Partisan
Interroger	Critique	Polémique
Interviewer	Daté	Sensationnel
Justifier	Démystifié	Sentencieux
	Diversifié	Spécialisé

La publicité

La publicité est l'ensemble des moyens employés pour faire connaître un événement, une entreprise, pour vendre un produit. Trois catégories de fonctions sont mises en œuvre : la fonction commerciale de conseil, d'études et de recherche ; la fonction de création du message ; la fonction de production.

Le vocabulaire de la publicité

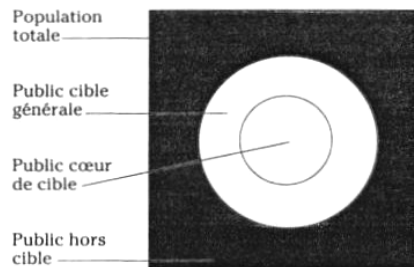
Accroche (fém.). Phrase choc destinée à attirer l'attention dans une annonce.

Audience (fém.). Nombre de lecteurs, d'auditeurs, de spectateurs, de télé-spectateurs touchés par un média.

Board (masc.). Tableau sur lequel un publicitaire expose un projet de campagne à un annonceur.

Brief création (masc.). Réunion entre commerciaux et créatifs d'une agence pour mettre au point la réalisation d'une campagne.

Cible (fém.). Ensemble des personnes présentant les caractéristiques requises pour être concernées par une campagne de publicité.



Concept (masc.). Thème central ou philosophie générale d'une campagne.

Esquisse (rough) (fém.). Croquis réalisé au feutre, brouillon à une annonce.

Média (masc.). Support de publicité. Les publicitaires distinguent cinq médias : la presse, la radio, le cinéma, la télévision, l'affichage.

Régie (fém.). Société chargée de commercialiser les espaces de publicité d'un ou de plusieurs médias.

Rush (masc.). Prises de vues avant le montage du film publicitaire.

Les supports publicitaires

Affichage - Ballons - Banderole aérienne - Boîte d'allumettes - Carte de crédit - Catalogue - Chèque - Cinéma - Dépliant - Encart - Enseigne lumineuse - Épinglettes - Exposition - Foire - Hommesandwich - Logotype - Minitel - Plaque - Presse - Prospectus - Publipostage - Radio - Sac - Salon - Spot - T-shirt - Télécarte - Télévision - Ticket.

La campagne publicitaire

Après la recherche de motivation, le publicitaire détermine le positionnement du produit en fonction de l'attente du public et en tenant compte des produits concurrents. Ensuite le choix de l'axe détermine le créneau qu'empruntera le message publicitaire, le slogan qu'on retrouvera d'un média à l'autre pendant la campagne publicitaire.

Pour être plus précis

Verbes		
Annoncer	Lancer	Clandestin
Attirer	Négocier	Créatif
Communiquer	Persuader	Douteux
Concevoir	Promouvoir	Déloyal
Concurrer	Séduire	Écrit
Conditionner	Sonder	Efficace
Conduire	Valoriser	Imaginatif
Conquérir	Vendre	Mensonger
Convaincre		Novateur
Déclencher	Adjectifs	Performant
Diffuser	Abusif	Potentiel
Impliquer	Attrayant	Publicitaire
Inventer	Chaleureux	Rentable
	Ciblé	Visuel

LES MÉTIERS DE LA PUBLICITÉ

<i>Métier</i>	<i>Activités</i>	<i>Réalisations</i>
Chef de publicité d'agence Directeur de la clientèle	<ul style="list-style-type: none"> - négociation des conditions de service de l'agence pour la prospection de nouveaux clients ou de nouveaux budgets, - élaboration d'un plan de campagne pour chaque produit, - contrôle de la création et de la fabrication des produits publicitaires 	cahier de références, argumentaire de vente des services de l'agence, <i>copy strategy</i> , échéancier, plan campagne
Chargé - d'études publicitaires	<ul style="list-style-type: none"> - conception des études de marché pour la préparation de la campagne, - réalisation des études : sélection des enquêteurs, prise de rendez-vous avec les personnes à sonder, exploitation des résultats 	questionnaire, guide d'enquête, guide d'analyse, planning d'opérations, devis d'étude, test projectif
Directeur artistique	<ul style="list-style-type: none"> - collecte de l'information nécessaire à l'élaboration du message publicitaire, - conception de l'approche publicitaire, - mise en forme des visuels de différents supports, composition de l'image principale et des encarts produit, choix du dessinateur, surveillance des prises de vues, préparation du <i>storyboard</i>, élaboration des projets de décoration des magasins 	crayonné, maquette d'annonce, instructions de prise de vue, - visuel -, <i>storyboard</i> , <i>rushes</i>
Concepteur rédacteur	<ul style="list-style-type: none"> - conception et rédaction des messages publicitaires dans le cadre de la campagne, élaboration des titres et du descriptif sommaire de l'image, de la signature, des intertitres, des textes des communiqués, - préparation matérielle du message écrit et audiovisuel, préparation de la maquette, du message audiovisuel 	scénario, accroche, slogan, intertitre, dialogue, tract, maquette
Responsable plan média	<ul style="list-style-type: none"> - élaboration de la stratégie média : analyse des informations disponibles, définition des objectifs médias, - élaboration du plan média : sélection des supports de presse, de radio, des réseaux d'affichage, des espaces de publicité télédiffusée, des programmes de distribution des firmes publicitaires 	proposition de stratégie média, tableau de comparaison des supports, plan média, <i>booklet</i>
Chef de production	<ul style="list-style-type: none"> - organisation de la fabrication des messages publicitaires imprimés, préparation de la production des matériels publicitaires audiovisuels, - fabrication des matériels imprimés, réalisation des films, des bandes sonores, - diffusion des documents publicitaires imprimés et des messages audiovisuels 	<i>script</i> , épreuves photogravées, bon de commande, bon à tirer, budget réalisation, enregistrement vidéo, <i>spot</i> publicitaire