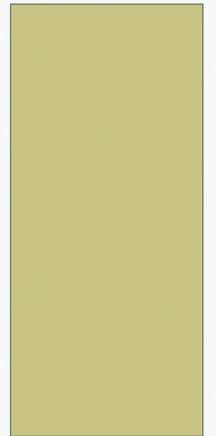


LA REVUE DE PRESSE

PR. CHAIMAE KHALLOUQ



- La revue de presse est un outil de synthèse qui regroupe des informations issues de différents médias autour d'un thème ou d'un sujet précis. Elle permet d'avoir une vision panoramique sur une thématique donnée et d'identifier les différents angles de traitement journalistiques.
- **Informer** : Proposer une vision d'ensemble sur un sujet pour une prise de décision éclairée.
- **Analyser** : Comparer les points de vue des différentes sources pour comprendre les enjeux et les divergences.
- **Synthétiser** : Résumer les informations les plus pertinentes de manière concise.

UN ANGLE DE TRAITEMENT

- Est la manière dont un sujet est abordé dans un article, un reportage, ou une revue de presse. C'est le point de vue ou la perspective choisie pour traiter une information.
- par exemple, pour une information sur l'intelligence artificielle, l'angle peut être :
- **Économique** : Centré sur les impacts économiques (ex. : l'impact de l'intelligence artificielle sur le marché de l'emploi).
- **Social** : Focalisé sur les répercussions sociales (ex. : l'IA et les inégalités d'accès aux technologies).
- **Scientifique** : Met en avant les avancées techniques et les défis de la recherche (ex. : les nouvelles innovations en IA et leurs applications médicales).

L'IMPORTANCE DE L'ANGLE DE TRAITEMENT

- **Structurer l'information** et éviter une approche trop générale ou confuse,
- **Répondre aux attentes du public cible,**
- **Créer un impact** en guidant la perception du lecteur ou du spectateur.
- En somme, choisir un angle de traitement, c'est décider du **fil conducteur** de l'article ou de la présentation, permettant de donner une vision claire et engageante du sujet abordé.

LE TON?

- Le ton dans une revue de presse se réfère aux différents styles et attitudes que les médias adoptent dans leurs articles. La tonalité est cruciale car elle influence la perception du lecteur sur un sujet.
- **1. Ton neutre:** Présente les faits de manière objective
- **2. Ton critique:** Exprime un désaccord ou une inquiétude à propos d'un sujet, souvent en soulignant des problèmes ou des erreurs.
- **3. Ton positif:** Met en avant les aspects favorables d'une situation ou d'une action, souvent pour encourager ou motiver.
- **4. Ton alarmiste:** Cherche à susciter une réaction émotionnelle forte, souvent en amplifiant des menaces ou des dangers. Ex: Les urgences environnementales ou sanitaires
- **5. Ton satirique/** Utilise l'ironie ou l'humour pour critiquer des actions, des décisions ou des comportements.

QUI L'ÉCRIT?

La rédaction d'une revue de presse est généralement réalisée par des professionnels de la communication, de l'information, ou de la veille stratégique.

- **Journalistes ou rédacteurs spécialisés**
- **Responsable de la veille stratégique**
- **Consultants en intelligence économique**
- **Analystes d'opinion publique**
- **Chargés de relations presse**

LE PUBLIC CIBLE D'UNE R.P

- **Les dirigeants et cadres de l'entreprise:** Ces responsables ont besoin d'informations stratégiques pour la prise de décision rapide pour anticiper les évolutions. Une revue de presse quotidienne ou hebdomadaire, pour assurer une veille constante
- **Les équipes de marketing, de communication, de relations publiques:** Comprendre le marché, identifier les tendances de consommation, et suivre la concurrence. revue hebdomadaire ou mensuelle, permettant des analyses de fond sur les tendances.
- **Les chercheurs ou universitaires** Une revue de presse thématique ou comparative pour offrir des analyses nuancées et une diversité de points de vue. Une R.P Ponctuelle (liée à une étude ou recherche spécifique) ou périodique pour une veille continue.

-

LES TYPES DES REVUES DE PRESSE

REVUE DE PRESSE THÉMATIQUE

- Regroupe des articles autour d'un sujet ou d'une problématique précise (par exemple : intelligence artificielle, droits de l'homme, éducation, environnement).
- **Objectif**
Elle permet d'avoir une vision globale sur un thème donné, en réunissant des points de vue divers, en identifiant les tendances et en analysant les perspectives qui se dégagent.
- **Utilisation**
La R.P thématique est souvent utilisée par les entreprises pour une veille sectorielle (par exemple dans le domaine technologique) ou par les institutions pour suivre les problématiques d'un domaine précis (santé, énergie)

REVUE DE PRESSE ÉVÉNEMENTIELLE

- Est centrée sur un événement particulier (exemple : une élection, une conférence internationale, un scandale économique).
- **Objectif**
Donner une vue d'ensemble sur l'événement en question et observer comment il est couvert par différents médias.
- **Utilisation**
Utile pour suivre les crises ou les sujets à fort impact médiatique (crises humanitaires, élections), elle aide les responsables de la communication à saisir les impacts de l'événement sur l'opinion publique.

REVUE DE PRESSE COMPARATIVE

Consiste à sélectionner des articles sur un même sujet et à mettre en parallèle les différents angles, points de vue, et traitements proposés par les sources.

- **Objectif**

Identifier les divergences d'analyse ou de ton entre plusieurs médias pour révéler les biais ou partis pris éditoriaux. Ce type de revue vise une analyse critique.

- **Utilisation**

Très utile pour analyser les différences d'interprétation (par exemple, un média économique et un média environnemental peuvent avoir des approches divergentes sur un sujet écologique).

REVUE DE PRESSE D'OPINION

- Il s'agit d'une revue de presse qui se concentre sur des articles d'opinion pour analyser les points de vue de divers experts, chroniqueurs ou éditorialistes sur un même sujet.
- **Objectif**
Mettre en lumière les arguments et contre-arguments autour d'une problématique, souvent complexe, en regroupant des perspectives variées d'acteurs influents.
- **Utilisation**
Souvent utilisée dans le secteur politique et économique, elle aide à comprendre les arguments en jeu et les différentes positions au sein du débat public.

REVUE DE PRESSE INSTITUTIONNELLE

- Ce type de revue de presse est destiné à une institution, souvent pour faire le suivi des sujets médiatiques qui la concernent directement ou indirectement.
- **Objectif**
Surveiller l'image et l'impact de l'institution dans les médias pour réagir rapidement aux informations défavorables ou pour mieux comprendre les enjeux médiatiques.
- **Utilisation**
Indispensable pour les services de communication, cette revue de presse insiste sur la réputation essentielle pour le pilotage des relations publiques

MÉTHODOLOGIE DE LA REVUE DE PRESSE

1. SÉLECTION DU SUJET

Définissez précisément le sujet ou la question de recherche pour éviter de vous disperser.

2. RECHERCHE DE SOURCES

- Variez les supports (presse écrite, magazines, blogs, etc.).
- Diversifiez les perspectives (quotidiens nationaux et internationaux, sites spécialisés).
- Évaluez la fiabilité et la pertinence des sources

3. LECTURE ET ANALYSE DES ARTICLES

- Lisez chaque article en notant les informations importantes.
- Identifiez le ton de l'article, les points de vue et les partis pris éventuels.
- Notez les informations factuelles, les opinions exprimées, et les angles de traitement.

4. SYNTHÈSE

- Classez les informations par thèmes ou sous-thèmes.
- Comparez les points de vue pour faire ressortir les convergences et divergences.
- Résumez chaque article en une phrase ou deux

5. RÉDACTION

Une introduction qui présente le sujet et l'objectif de la revue de presse.

Le Corps de la revue de presse

- Organisez les informations par ordre de pertinence ou chronologique.
- Classement thématique : chaque sous-partie peut correspondre à un aspect du sujet.
- Comparaison des points de vue, analyse des tendances et mise en lumière des divergences.
- Intégrez des citations courtes si nécessaire pour appuyer vos propos.

Conclusion

- Synthèse finale et ouverture vers d'autres questions ou perspectives éventuelles.

LES CRITÈRES D'UNE BONNE REVUE DE PRESSE

- **Objectivité et analyse** : L'auteur doit éviter de prendre parti et analyser les articles de manière objective.
- **Capacité de synthèse** : La revue de presse doit être concise, en évitant de paraphraser les articles.
- **Clarté et concision** : La revue de presse doit être bien organisée et bien synthétisée.