

Consignes de travail

Après avoir visionné le reportage sur les supérettes, vous rédigerez le lancement du reportage. Vous jouerez le rôle du présentateur du journal télévisé qui introduit le reportage. Le lancement d'un reportage contient les éléments suivants :

- une accroche: elle attire l'attention du téléspectateur par des procédés variés, souvent en relatant un fait ou un chiffre surprenant évoqué dans le reportage ;
- des éléments de cadrage: le lieu, la date, les acteurs ou d'autres éléments de contexte ;
- une problématique: elle présente l'angle sous lequel le sujet a été traité dans le reportage et prend la forme d'un questionnement ou d'une affirmation ;
- des auteurs: le présentateur évoque en fin de lancement le nom des journalistes qui ont réalisé le reportage.

Consignes de travail

Après avoir visionné le reportage sur les supérettes, vous rédigerez le lancement du reportage. Vous jouerez le rôle du présentateur du journal télévisé qui introduit le reportage. Le lancement d'un reportage contient les éléments suivants :

- une accroche: elle attire l'attention du téléspectateur par des procédés variés, souvent en relatant un fait ou un chiffre surprenant évoqué dans le reportage ;
- des éléments de cadrage: le lieu, la date, les acteurs ou d'autres éléments de contexte ;
- une problématique: elle présente l'angle sous lequel le sujet a été traité dans le reportage et prend la forme d'un questionnement ou d'une affirmation ;
- des auteurs: le présentateur évoque en fin de lancement le nom des journalistes qui ont réalisé le reportage.

Le lancement de David Pujadas

Notre enquête pour terminer sur cette nouvelle donne pour faire ses courses aujourd'hui. Depuis une trentaine d'années tout paraissait simple. D'un côté le petit commerce, de l'autre les hypermarchés ; les rôles étaient bien répartis. Mais voilà que les superettes font leur grand retour. Ces petits supermarchés peuvent-ils supplanter le gigantisme des grandes surfaces ?
Enquête de Justine Weyl et Daniel Levy.

Propositions de corrigé (Variante académique, Niveau Première)

Après avoir failli disparaître, les superettes font leur grand retour dans les centres-villes depuis vingt ans. Pour accroître leur pouvoir de marché, les entreprises du secteur de la distribution privilégient l'implantation de supérettes dans les centres-villes. Comment expliquer cette stratégie de différenciation de leur l'offre ? Les supérettes peuvent-elles supplanter les grandes surfaces dans les stratégies de croissance des entreprises du secteur de la distribution ? Nous étudierons tout d'abord les atouts des supérettes (1^{ère} partie) puis leurs handicaps par rapport aux grandes surfaces (2^{ième} partie).