

## ETUDE AUDIPRESSE ONE

### L'audience de la Presse en France de Juillet 2012 à Juin 2013

AudiPresse publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période allant du 1<sup>er</sup> juillet 2012 au 30 juin 2013. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.508 individus représentatifs de la population française des 15 ans et plus.

### La Presse, un media de référence

#### Couverture mensuelle du media Presse (en milliers de lecteurs)

2012/2013	2012	2011/2012
<b>49 797</b>	49 748	49 784

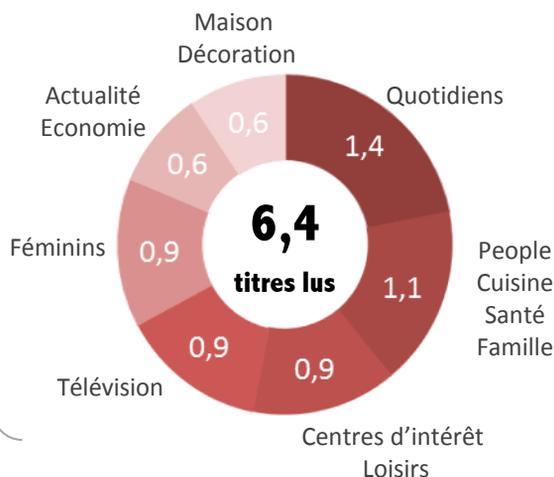
Avec 49,8 millions de lecteurs chaque mois, soit 97% de la population, la presse est **un media puissant**.

#### Nombre moyen de titres lus\*

2012/2013	2012	2011/2012
<b>6,4</b>	6,4	6,3

Le nombre moyen de titres lus\* a progressé de **+0,2%** sur un an.

### Un panier de lecture varié



Les Français lisent en moyenne 6,4 titres différents, parmi lesquels on retrouve en moyenne 1,4 quotidiens et 5,0 magazines.

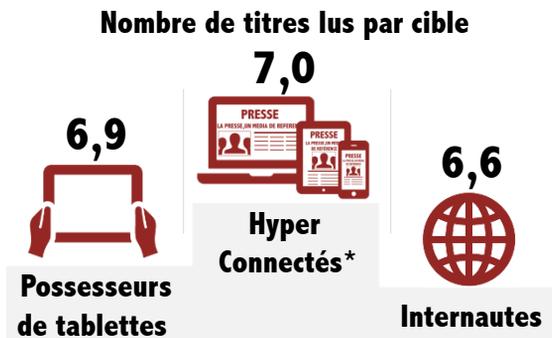
Parmi les gros lecteurs de presse, on trouve les **femmes** et les **individus âgés de 35 à 49 ans**, avec respectivement **7,1** et **6,6** titres lus en moyenne.

\* Univers constant de titres étudiés sur les 3 périodes 2012/2013, 2012 et 2011/2012.

## Les Hyper-connectés surconsommment la Presse Papier

Ce n'est pas parce que l'on est friand de nouvelles technologies que l'on délaisse la lecture de la presse papier pour autant.

Pour preuve, le nombre de titres lus par les internautes, les possesseurs de tablette ainsi que par les « hyper-connectés » (\*possesseurs à la fois d'un ordinateur, d'une tablette et d'un smartphone) est supérieur à la moyenne.

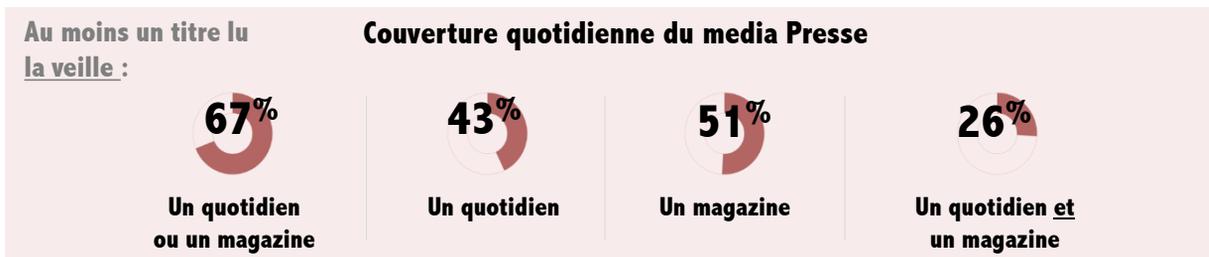


## Les modes de lecture de la presse

### Plus de 2/3 des Français lisent la Presse chaque jour

Chaque jour, 34,4 millions de personnes, soit 67% de la population âgée de 15 ans et plus, lisent au moins un titre de presse. Chaque jour ils sont 43% à lire au moins un quotidien (près de 22 millions) et 51% à lire au moins un magazine (près de 26 millions).

Enfin, plus du ¼ des français (13,4 millions) lisent chaque jour à la fois un magazine et un quotidien.



## Les lieux de lecture



Hormis la presse tv dont la lecture se fait naturellement à domicile (91%), **la lecture de la presse se fait aussi en dehors du domicile (29% des lectures)** : dans les transports (5.1%), sur le lieu de travail (8.5%), chez des parents ou des amis (6.1%) ou dans une salle d'attente (4.2%)... même si le lieu privilégié reste chez soi (71%).

## Les reprises en main



Les quotidiens régionaux sont en moyenne repris en main 2,0 fois, les quotidiens nationaux, 1,9 fois, les titres de la Presse Gratuite d'Information 1,2 fois, ceux de la Presse Hebdomadaire Régionale 3,0 fois. Les magazines hebdomadaires, hors presse Télévision, sont repris en main 2,9 fois (8,8 fois pour les hebdomos TV). Les mensuels, le sont 4,6 fois et les bimestriels 5,3 fois en moyenne.

## La lecture Print et Numérique des marques de presse

### L'envolée des équipements mobiles mesurée dans ONE

**L'équipement en tablettes a été multiplié par 2,5 en un an**



L'engouement pour les devices mobiles permettant, entre autres choses, d'accéder à de la lecture de presse en ligne, ne se dément pas.

Ce sont plus de 40% des français qui sont en 2012/2013 équipés d'un smartphone (20,7 millions d'individus). Cela représente une progression de 12% en 6 mois et de 26% en 1 an.

Du côté des tablettes numériques, la croissance est vertigineuse : 16,7% des français en possèdent une en 2012/2013 soit 8,6 millions d'individus (x 2,5 en 1 an).

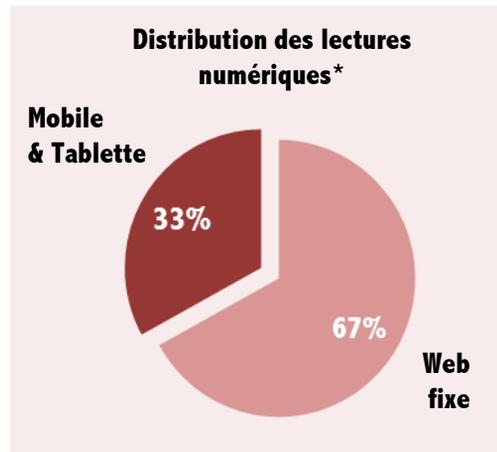
### L'ère du Multi Reading se confirme

**1/3 des lectures numériques s'effectue sur Mobile et Tablette**

Les lectures digitales suivent la même progression que celle de l'équipement. Si au global, le volume de lectures numériques progresse de +14% par rapport au dernier cumul ONE publié, c'est du côté des lectures via mobiles et tablettes que l'on trouve le plus grand dynamisme (+24% vs ONE 2012). Désormais les lectures « Mobile & Tablette » représentent le tiers du total des lectures numériques.

Ce sont 45% des français, soit 23,1 millions, qui lisent aujourd'hui au moins un titre de presse en version numérique, et ce au minimum une fois par mois, que ce soit au travers d'un site internet, d'un site mobile, d'une application pour mobile ou tablette ou d'une version pdf téléchargée quel qu'en soit le support.

Cette progression des lectures numériques se fait de plus en synergie avec la lecture des titres de presse en version papier :



**54% des individus qui lisent un titre en version numérique, lisent aussi le même titre dans sa version papier d'origine.**



\*Distribution en structure de la somme des pénétrations des marques de presse sur Web fixe et Mobile & Tablette.

	2012/2013					2012	2011/2012
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Agrégats de Presse Quotidienne (LNM / LDP)</b>							
PQR66 <sup>1</sup> (LNM)	<b>18 795</b>	36,7	9 402	9 393	3 797	18 816	18 622
PQR du 7 <sup>ème</sup> jour <sup>2</sup> (LDP)	<b>16 844</b>	32,9	8 346	8 498	3 488	17 031	16 829
PQN / PGI <sup>3</sup> (LNM)	<b>11 955</b>	23,3	6 920	5 005	3 754	11 968	12 091
dont : PQN (LNM)	<b>7 835</b>	15,3	4 936	2 899	2 342	7 799	7 788
dont : PGI (LNM)	<b>5 921</b>	11,5	3 103	2 818	2 044	5 917	6 032
PQN du 7 <sup>ème</sup> jour <sup>4</sup> (LDP)	<b>4 852</b>	9,5	3 163	1 689	1 263	4 827	4 774
PHR <sup>5</sup> (LDP)	<b>7 598</b>	14,8	3 730	3 867	1 636	7 732	7 499
<b>PQR<sup>6</sup> (LNM)</b>							
L'Alsace / Le Pays*	<b>338</b>	0,7	170	168	65	344	351
Le Berry Républicain	<b>118</b>	0,2	55	63	16	115	103
Le Bien Public	<b>191</b>	0,4	98	93	40	213	196
La Charente Libre	<b>151</b>	0,3	78	73	28	156	159
Corse Matin	<b>161</b>	0,3	80	82	38	161	173
Le Courrier de l'Ouest	<b>372</b>	0,7	174	198	67	358	340
Le Courrier Picard	<b>317</b>	0,6	165	153	66	308	301
Le Dauphiné*	<b>992</b>	1,9	484	507	210	991	978
La Dépêche du Midi	<b>787</b>	1,5	413	374	176	784	754
Les DNA / Dernières Nouvelles d'Alsace	<b>552</b>	1,1	280	272	101	556	548
L'Est Républicain	<b>597</b>	1,2	295	302	116	599	581
L'Indépendant	<b>251</b>	0,5	121	130	58	232	221
Le Journal de la Haute-Marne	<b>93</b>	0,2	44	49	12	86	84
Le Journal du Centre	<b>104</b>	0,2	50	54	17	110	110
Le Journal de Saône-et-Loire	<b>220</b>	0,4	107	112	35	196	206
Le Maine Libre	<b>151</b>	0,3	69	82	28	170	159
Midi Libre	<b>616</b>	1,2	297	319	122	626	647
La Montagne	<b>649</b>	1,3	333	316	112	626	641
Nice Matin*	<b>401</b>	0,8	203	198	96	410	390
La Nouvelle République	<b>632</b>	1,2	322	310	115	628	650
Ouest France	<b>2 560</b>	5,0	1 287	1 273	501	2 539	2 551
Paris Normandie	<b>251</b>	0,5	115	136	50	257	248
Le Populaire du Centre	<b>132</b>	0,3	73	59	29	124	134
Le Progrès*	<b>901</b>	1,8	448	453	183	853	851
La Provence	<b>644</b>	1,3	327	317	133	640	617
Le Républicain Lorrain	<b>499</b>	1,0	239	260	87	504	503
Sud Ouest	<b>1 124</b>	2,2	555	569	244	1 132	1 089
Le Télégramme	<b>678</b>	1,3	344	333	152	655	637
L'Union / L'Ardennais*	<b>430</b>	0,8	207	223	78	429	438
Var Matin	<b>266</b>	0,5	142	124	45	280	278
La Voix du Nord	<b>1 147</b>	2,2	546	601	209	1 158	1 120
Vosges Matin	<b>144</b>	0,3	83	62	31	152	146
L'Yonne Républicaine	<b>124</b>	0,2	66	59	25	125	135

<sup>1</sup> PQR66 est le couplage de l'ensemble des titres de Presse Quotidienne Régionale (Les titres de la Presse Régionale sont mesurés sur leur zone de diffusion).

<sup>2</sup> PQR du 7<sup>ème</sup> jour : Presse Quotidienne Régionale du 7<sup>ème</sup> jour.

<sup>3</sup> PQN : Presse Quotidienne Nationale ; PGI : Presse Gratuite d'Information (Les titres de la PGI sont mesurés sur leur zone de diffusion).

<sup>4</sup> PQN du 7<sup>ème</sup> jour : Presse Quotidienne Nationale du 7<sup>ème</sup> jour.

<sup>5</sup> PHR : Presse Hebdomadaire Régionale.

<sup>6</sup> PQR : Presse Quotidienne Régionale.

\* Couplage

	2012/2013					2012	2011/2012
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>PQR du 7<sup>ème</sup> jour (LDP)</b>							
Corse Matin Dimanche	188	0,4	95	93	46	182	193
Le Courrier de l'Ouest Dimanche	302	0,6	139	162	54	292	297
Le Courrier Picard Dimanche	338	0,7	171	167	68	351	318
Le Dauphiné Dimanche*	1 289	2,5	599	690	276	1 289	1 213
La Dépêche du Dimanche	912	1,8	460	451	202	922	938
Les Dernières Nouvelles du Lundi	498	1,0	259	238	104	508	507
Dimanche Ouest France	1 878	3,7	965	914	389	1 910	1 928
L'indépendant Dimanche	313	0,6	155	158	73	301	296
Midi Libre Dimanche	749	1,5	358	392	142	783	803
La Montagne Dimanche	674	1,3	334	339	137	658	616
Nice Matin Dimanche*	414	0,8	215	199	100	430	416
La Nouvelle République du Dimanche	371	0,7	204	167	69	397	393
Le Progrès Dimanche*	1 131	2,2	553	577	225	1 099	1 130
La Provence Dimanche	726	1,4	395	331	155	734	678
Sud Ouest Dimanche	1 170	2,3	572	597	262	1 161	1 154
Le Télégramme Dimanche	565	1,1	302	263	123	539	540
L'Union / L'Ardennais Dimanche*	390	0,8	193	197	63	396	393
Var Matin Dimanche	313	0,6	150	163	64	342	347
La Voix du Nord Lundi	1 289	2,5	601	688	271	1 340	1 280
<b>PQN/ PGI (LNM)</b>							
20 minutes	4 376	8,5	2 309	2 066	1 504	4 353	4 377
Aujourd'hui en France / Le Parisien*	2 474	4,8	1 417	1 056	677	2 537	2 439
La Croix	411	0,8	188	222	74	373	360
Direct Matin Ile de France	1 597	3,1	817	780	557	1 584	1 612
Direct Matin National <sup>1</sup>	2 574	5,0	1 331	1 243	841	2 686	2 824
Les Echos	493	1,0	318	175	271	445	444
L'Equipe	2 113	4,1	1 794	320	626	2 175	2 206
Le Figaro	1 332	2,6	762	570	419	1 233	1 187
L'Humanité	343	0,7	215	128	78	284	245
Libération	825	1,6	510	315	369	863	941
Metronews <sup>2</sup>	2 866	5,6	1 554	1 311	962	2 804	2 923
Le Monde	1 910	3,7	1 154	756	726	1 861	1 922
Paris-Turf	251	0,5	191	60	54	252	263
Paris Courses / Bilto / Tiercé Magazine / WeekEnd*	347	0,7	245	101	40	397	-
<b>PQN du 7<sup>ème</sup> jour (LDP)</b>							
Aujourd'hui en France Dimanche / Le Parisien Dimanche*	2 180	4,3	1 198	982	524	2 042	1 922
L'Equipe Dimanche	2 509	4,9	2 035	474	678	2 544	2 575
Le Journal du Dimanche	1 089	2,1	575	514	312	1 119	1 171
<b>PHR (LDP)</b>							
PHR National*	6 836	13,3	3 214	3 622	1 412	6 906	6 678

<sup>1</sup> L'audience de cet agrégat correspond à l'audience dédoublée des différentes éditions de Direct Matin, y compris de Direct Matin Ile de France.

<sup>2</sup> Ce titre a été étudié sous le nom de Metro de juillet 2012 à juin 2013.

\* Couplage

	2012/2013					2012	2011/2012
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Hebdomadaires (LDP)</b>							
01net Micro Hebdo <sup>1</sup>	901	1,8	712	188	334	866	801
A Nous Réseau <sup>2</sup>	467	0,9	171	295	176	378	395
L'Argus	789	1,5	611	178	222	766	768
Auto Plus	2 134	4,2	1 672	461	699	2 039	2 047
Challenges	567	1,1	366	201	213	570	585
Closer	3 332	6,5	914	2 418	635	3 440	3 318
Courrier International	916	1,8	517	400	403	880	887
Elle	2 152	4,2	421	1 732	641	2 069	2 000
L'Equipe Magazine	2 318	4,5	1 868	449	673	2 287	2 196
L'Express	2 078	4,1	1 103	975	655	2 129	2 144
Femme Actuelle	4 790	9,3	1 108	3 682	925	5 105	4 967
Le Figaro Magazine	1 932	3,8	950	982	496	1 800	1 709
France Dimanche	1 313	2,6	448	865	134	1 400	1 423
France Football	1 202	2,3	1 020	182	276	1 162	
Gala	2 099	4,1	471	1 628	483	2 145	2 160
Grazia	862	1,7	123	738	229	803	840
Ici Paris	1 349	2,6	387	961	140	1 481	1 429
Les Inrockuptibles	440	0,9	278	162	191	462	
M le magazine du Monde	1 611	3,1	904	707	536	1 384	1 483
Madame Figaro	1 390	2,7	449	941	308	1 360	1 312
Marianne	1 478	2,9	868	610	478	1 561	1 697
Maxi	2 232	4,4	494	1 738	320	2 250	2 145
Nous Deux	1 276	2,5	315	961	105	1 318	1 270
Le Nouvel Observateur	2 422	4,7	1 276	1 146	775	2 313	2 418
L'Officiel des Spectacles	424	0,8	168	257	150	417	472
Paris Match	3 686	7,2	1 354	2 332	849	3 825	3 766
Pariscopes	298	0,6	120	179	95	300	300
Pèlerin	764	1,5	285	478	65	782	871
Le Point	2 101	4,1	1 101	1 000	631	2 105	1 977
Point de Vue	799	1,6	189	610	120	893	906
Public	2 445	4,8	609	1 836	426	2 526	2 493
Rustica	1 156	2,3	460	697	215	1 146	1 172
Télé 7 Jours	5 551	10,8	2 635	2 916	1 018	5 531	5 418
Télé Loisirs	4 599	9,0	2 141	2 458	1 023	4 720	4 643
Télé Magazine	1 199	2,3	579	619	219	1 108	934
Télé Poche	2 163	4,2	932	1 231	366	2 370	2 454
Télé Star	3 952	7,7	1 740	2 212	777	4 282	4 299
Télé Z	4 897	9,6	2 196	2 701	825	5 064	5 007
Télé câble Sat Hebdo	1 839	3,6	969	869	370	1 851	1 861
Télérama	2 427	4,7	1 118	1 309	979	2 405	2 521
TV Magazine	15 604	30,4	7 222	8 382	2 818	15 890	15 866
Version Femina	8 261	16,1	2 812	5 448	1 498	8 114	8 109
La Vie	555	1,1	228	327	101	622	643
Voici	3 115	6,1	887	2 228	655	3 343	3 332
VSD	968	1,9	448	520	255	1 026	1 073

<sup>1</sup> Ce titre a été étudié sous le libellé 01net Micro Hebdo, anciennement appelé Micro Hebdo de juillet 2012 à juin 2013.

<sup>2</sup> L'audience de ce couplage correspond à l'audience dédoublée des 4 éditions du titre A Nous ! (A Nous Paris, A Nous Lille, A Nous Lyon et A Nous Aix – Marseille).

	2012/2013					2012	2011/2012
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Mensuels (LDP)</b>							
Alternatives Economiques	813	1,6	456	357	358	739	819
L'Ami des Jardins et de la Maison	1 479	2,9	519	960	371	1 465	1 350
Auto Moto	2 251	4,4	1 753	497	641	2 314	2 278
L'Automobile Magazine	1 937	3,8	1 543	394	663	2 035	2 092
Avantages	1 863	3,6	280	1 583	574	1 832	1 861
Biba	1 135	2,2	132	1 003	400	1 079	1 100
Bien-Etre & Santé	1 441	2,8	325	1 117	233	1 369	1 208
Ca M'Intéresse	3 164	6,2	1 501	1 663	1 055	3 176	3 150
Capital	1 940	3,8	1 138	802	853	1 913	1 915
Le Chasseur Français	1 741	3,4	1 018	723	319	1 775	1 718
Cosmopolitan	1 798	3,5	297	1 502	650	1 779	1 832
Cuisine Actuelle	4 014	7,8	905	3 109	947	3 950	3 893
Dossier Familial	2 117	4,1	733	1 384	452	2 095	2 044
Enjeux les Echos	767	1,5	504	263	417	753	730
L'Expansion	513	1,0	321	192	246	512	492
Femme Actuelle Jeux	2 167	4,2	554	1 613	382	2 225	2 246
FHM	484	0,9	405	79	158	511	548
Geo	4 079	8,0	2 058	2 021	1 302	4 225	4 268
Glamour	1 520	3,0	200	1 320	406	1 523	1 553
GQ	473	0,9	317	156	201	446	382
Historia	1 277	2,5	720	556	400	1 282	1 221
Intérêts Privés	444	0,9	224	220	118	388	391
Management	372	0,7	230	142	233	404	403
Marie Claire	2 827	5,5	512	2 314	835	2 771	2 855
Marie France	1 205	2,3	179	1 026	290	1 282	1 416
Mieux Vivre Votre Argent	1 009	2,0	626	383	354	970	952
Modes & Travaux	2 741	5,3	501	2 240	679	2 794	2 606
Mon Jardin & Ma Maison	1 764	3,4	572	1 192	455	1 781	1 687
National Geographic	1 809	3,5	1 048	761	617	1 713	1 683
Notre Temps	3 603	7,0	1 083	2 521	366	3 635	3 621
Parents	1 808	3,5	385	1 423	526	1 943	2 071
Le Particulier	1 664	3,2	824	840	391	1 582	1 580
Pleine Vie	2 740	5,3	697	2 044	263	2 877	2 931
Première	983	1,9	495	488	373	1 003	1 074
Prima	2 034	4,0	265	1 769	468	2 029	1 986
Psychologies Magazine	2 497	4,9	711	1 786	991	2 568	2 631
Questions de Femmes	518	1,0	62	456	114	532	578
Réponse à Tout !	1 069	2,1	489	580	296	1 144	1 168
Le Revenu Placements	498	1,0	324	175	198	543	500
La Revue Nationale de la Chasse	907	1,8	607	300	135	862	786
Rock and Folk	594	1,2	411	183	223	608	623
Santé Magazine	3 156	6,2	786	2 370	717	3 435	3 338
Science et Vie	3 829	7,5	2 349	1 479	1 307	3 832	3 683
Sciences et Avenir	2 555	5,0	1 575	980	893	2 489	2 487
Sélection Reader's Digest	779	1,5	356	423	116	842	902
Sport Auto	989	1,9	859	130	254	1 014	1 020
Studio Magazine - Ciné Live	713	1,4	380	334	245	766	855
Système D	1 280	2,5	772	509	454	1 214	1 152
Télé 7 Jeux	2 570	5,0	1 017	1 553	526	2 668	2 772
TGV Magazine	1 076	2,1	598	477	500	1 082	1 126
Top Santé	2 778	5,4	683	2 095	640	3 108	3 030
Vogue	1 433	2,8	336	1 098	301	1 378	1 290

	2012/2013					2012	2011/2012
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
<b>Magazines Bimensuels (LDP)</b>							
L'Auto Journal	1 213	2,4	1 004	209	454	1 172	1 171
Gourmand <sup>1</sup>	943	1,8	228	715	215	968	944
Oops !	2 218	4,3	597	1 621	350	2 366	2 236
Télé 2 Semaines	3 853	7,5	1 690	2 163	730	4 263	4 441
TV Grandes Chaînes	2 749	5,4	1 145	1 605	535	2 823	2 788
<b>Magazines Bimestriels (LDP)</b>							
AD Architectural Digest	491	1,0	197	294	273	455	483
Art & Décoration	3 383	6,6	1 111	2 272	1 099	3 488	3 291
Campagne Décoration	778	1,5	167	611	216	799	703
Du Côté de Chez Vous	2 762	5,4	1 179	1 583	884	2 681	2 483
Cuisine et Vins de France	1 336	2,6	540	796	479	1 324	1 326
Détente Jardin	1 526	3,0	520	1 006	368	1 651	1 562
Détours en France	869	1,7	347	522	224	851	838
Elle Décoration	2 154	4,2	417	1 736	733	2 247	2 151
Elle à Table	1 134	2,2	216	918	423	1 131	1 138
Enfant Magazine	1 456	2,8	186	1 270	406	1 345	
Famili	1 282	2,5	176	1 106	362	1 353	1 310
Famille et Education	1 051	2,1	280	771	393	963	978
Infobébés	872	1,7	112	760	235	945	971
Infocrèche	489	1,0	56	432	143	537	568
InfoBébés / InfoCrèche <sup>2</sup>	1 066	2,1	152	914	298	1 157	1 210
Le Journal de la Maison	1 332	2,6	293	1 039	470	1 365	1 310
Maison Créative	1 159	2,3	284	876	367	1 223	1 223
Maison Française	543	1,1	158	385	151	534	514
Maison et Travaux	3 112	6,1	1 108	2 004	1 024	3 073	2 865
Maisons Côté Ouest	866	1,7	259	607	344	892	871
Maisons Côté Sud	1 073	2,1	370	703	404	1 067	970
Marie Claire Idées	1 930	3,8	276	1 654	589	1 925	1 927
Marie Claire Maison	2 044	4,0	353	1 691	673	2 015	1 956
Prima Maison	834	1,6	109	725	215	835	770
Régal	690	1,3	175	515	233	681	619
Viva Déco	409	0,8	83	326	109	466	460
Votre Beauté	614	1,2	91	523	120	599	563
<b>Magazines Trimestriels (LDP)</b>							
Maisons Côté Est	474	0,9	130	344	170	474	453
Vies de Famille	7 437	14,5	2 006	5 431	1 873	7 569	
<b>Résultats Provisoires sur 6 mois<sup>3</sup> (LDP)</b>							
Be (Mensuel)	1 145	2,2	160	986	312		
Marmiton (Bimestriel)	2 713	5,3	893	1 820	777		
Maxi Cuisine (Mensuel)	1 211	2,4	193	1 018	239		

<sup>1</sup> Ce titre a été étudié sous le nom Vie Pratique Gourmand de juillet à décembre 2012.

<sup>2</sup> L'audience de ce couplage correspond à l'audience dédoublée des titres Infobébés et Infocrèche.

<sup>3</sup> Ces titres ont changé de périodicité en janvier 2013. Ils ont fait l'objet d'une injection de données sur la période manquante (2ème semestre 2012) à partir des données recueillies au 1er semestre 2013. Cette injection permet à ces titres de figurer dans la bande de media planning presse.

Marques <sup>1</sup> Juillet 2012 / Juin 2013	Brand Global <sup>2</sup>	dont Print 30 jours <sup>3</sup>	dont Digital <sup>4</sup>	dont Mobile & Tablette <sup>5</sup>
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
20 Minutes	13 070	11 121	4 885	2 264
L'Alsace / Le Pays	1 042	968	281	54
Aujourd'hui en France / Le Parisien	10 249	8 041	4 347	1 723
L'Auto Journal	2 693	2 352	681	147
Auto Plus	6 571	6 129	1 439	453
Be	2 164	1 990	386	194
Le Berry Républicain	247	242	50	7
Le Bien Public	478	440	182	38
Capital	2 474	1 946	824	175
Challenges	1 753	1 496	518	136
La Charente Libre	376	351	142	23
Closer	9 311	8 696	2 067	1 159
Corse Matin	316	313	81	34
Cosmopolitan	2 032	1 801	548	237
Côté Maison	1 231	1 000	278	52
Cuisine Actuelle	4 693	4 019	1 129	134
Le Courrier de l'Ouest	918	901	95	10
Le Courrier Picard	934	892	226	33
Courrier International	2 948	2 480	1 066	221
La Croix	1 710	1 400	578	114
Le Dauphiné	2 806	2 688	524	94
La Dépêche du Midi	2 539	2 169	999	170
Les DNA / Dernières Nouvelles d'Alsace	1 246	1 157	356	53
Les Echos	3 727	2 636	1 931	531
Elle	7 920	7 472	1 271	503
Elle à Table	976	692	391	105
L'Equipe	11 499	9 779	6 072	2 882
L'Est Républicain	1 425	1 371	270	39
L'Expansion	796	517	395	86
L'Express	7 753	6 422	2 596	680
Famili	1 097	798	430	65

<sup>1</sup> Compositions des marques de presse disponibles dans la note méthodologique (en téléchargement sur le site [www.audipresse.fr](http://www.audipresse.fr))

<sup>2</sup> Indicateur Brand Global : Croisement entre les lecteurs 30 derniers jours des titres de presse et les habitudes de fréquentation (au moins une fois par mois) des versions numériques.

<sup>3</sup> Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

<sup>4</sup> Indicateur Digital : Habitudes de fréquentation des versions numériques « au moins une fois par mois ».

<sup>5</sup> Indicateur Mobile & Tablette : Habitudes de fréquentation des versions Mobile & Tablette « au moins une fois par mois ».

Marques <sup>1</sup> Juillet 2012 / Juin 2013	Brand Global <sup>2</sup>	dont Print 30 jours <sup>3</sup>	dont Digital <sup>4</sup>	dont Mobile & Tablette <sup>5</sup>
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Femme Actuelle	15 035	14 544	1 649	228
France Football	3 295	2 602	1 526	594
Le Figaro	10 609	8 593	4 449	1 651
Gala	7 910	7 606	687	147
Geo	4 718	4 085	967	111
Glamour	1 686	1 523	396	179
Grazia	2 728	2 509	541	265
L'Indépendant	1 344	1 284	253	41
Infobébés	1 049	769	411	51
Les Inrockuptibles	1 825	1 446	809	203
Le Journal du Centre	259	256	39	8
Le Journal de la Haute-Marne	188	188	11	0
Le Journal de Saône et Loire	497	465	214	22
Le Journal du Dimanche	2 976	2 614	568	108
Libération	6 705	4 616	3 947	1 201
Le Maine Libre	383	378	61	12
Madame Figaro	3 572	3 314	449	93
Marianne	4 837	4 292	1 272	280
Marie Claire	4 080	3 793	547	92
Marie Claire Maison	1 281	1 054	304	50
Metronews	9 000	8 306	1 781	792
Midi Libre	2 250	2 007	703	149
Midi Olympique	1 511	1 034	842	344
Mieux Vivre Votre Argent	1 141	1 011	238	35
Le Monde	12 005	8 582	7 677	3 474
La Montagne	1 411	1 343	296	55
Nice Matin	1 151	1 083	301	83
Notre Temps	3 792	3 606	385	22
Le Nouvel Observateur	7 575	6 450	2 503	592
La Nouvelle République	1 585	1 475	507	90

<sup>1</sup> Compositions des marques de presse disponibles dans la note méthodologique (en téléchargement sur le site [www.audipresse.fr](http://www.audipresse.fr))

<sup>2</sup> Indicateur Brand Global : Croisement entre les lecteurs 30 derniers jours des titres de presse et les habitudes de fréquentation (au moins une fois par mois) des versions numériques.

<sup>3</sup> Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

<sup>4</sup> Indicateur Digital : Habitudes de fréquentation des versions numériques « au moins une fois par mois ».

<sup>5</sup> Indicateur Mobile & Tablette : Habitudes de fréquentation des versions Mobile & Tablette « au moins une fois par mois ».

Marques <sup>1</sup> Juillet 2012 / Juin 2013	Brand Global <sup>2</sup>	dont Print 30 jours <sup>3</sup>	dont Digital <sup>4</sup>	dont Mobile & Tablette <sup>5</sup>
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Ouest France	6 329	5 607	2 142	401
Parents	2 052	1 808	456	83
Paris Match	11 985	11 659	864	199
Paris Normandie	958	927	131	33
Paris-Turf	917	734	342	56
Le Point	6 937	5 683	2 521	851
Le Populaire du Centre	326	316	59	19
Le Progrès	2 595	2 384	692	109
La Provence	2 188	1 973	644	164
PQR66	40 236	38 739	12 380	3 405
Première	1 484	989	692	241
Psychologies Magazine	2 825	2 501	601	125
Public	6 619	6 114	1 673	1 024
Le Républicain Lorrain	1 178	1 129	288	45
Sud Ouest	3 339	2 983	1 112	268
Télé 2 Semaines	6 369	4 983	1 828	410
Télé 7 Jours	11 287	10 186	2 144	1 414
Télé Loisirs	10 750	7 894	4 461	1 947
Le Télégramme	1 748	1 469	581	113
Télérama	4 449	3 870	1 408	460
Top Santé	3 318	2 782	717	70
Total PHR	14 153	13 303	2 430	527
L'Union / L'Ardennais	970	913	274	53
Var Matin	916	857	228	48
Version Femina	11 992	11 855	364	50
Vogue	1 635	1 437	459	208
Voici	10 617	10 107	1 368	353
La Voix du Nord	3 117	2 775	1 067	211
Vosges Matin	353	350	35	7
L'Yonne Républicaine	334	319	68	14

<sup>1</sup> Compositions des marques de presse disponibles dans la note méthodologique (en téléchargement sur le site [www.audipresse.fr](http://www.audipresse.fr))

<sup>2</sup> Indicateur Brand Global : Croisement entre les lecteurs 30 derniers jours des titres de presse et les habitudes de fréquentation (au moins une fois par mois) des versions numériques.

<sup>3</sup> Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

<sup>4</sup> Indicateur Digital : Habitudes de fréquentation des versions numériques « au moins une fois par mois ».

<sup>5</sup> Indicateur Mobile & Tablette : Habitudes de fréquentation des versions Mobile & Tablette « au moins une fois par mois ».

## Présentation de l'étude ONE

L'étude ONE est l'étude d'audience de référence de la Presse en France. Elle est réalisée par AudiPresse à la demande de toutes les familles de Presse et étudie près de 250 titres de presse et agrégats (regroupements de titres).

Les deux instituts partenaires d'AudiPresse, IPSOS Media CT et TNS Sofres ont réalisé 35.508 interviews du 1<sup>er</sup> juillet 2012 au 30 juin 2013 auprès d'une population de 15 ans et plus résidant en France, soit 100 interviews par jour ou près de 3.000 interviews par mois en moyenne.

L'étude ONE c'est aussi une méthodologie innovante qui combine le recrutement et la qualification par téléphone et l'interrogation via un lien Internet ou en face à face.

La note méthodologique ainsi que la description détaillée de la population de référence sont disponibles en téléchargement sur le site [www.audipresse.fr](http://www.audipresse.fr).

L'étude ONE, en tant qu'étude d'audience de référence, est contrôlée et auditée par le CESP.

## Définition des Indicateurs Presse

**Lecture Dernière Période (LDP)** Nombre de lecteurs d'au moins un numéro d'un titre de presse pendant une période de temps correspondant à sa périodicité (un jour pour les quotidiens, une semaine pour les hebdomadaires, 15 jours pour les bimensuels, 30 jours pour les mensuels, etc.). La LDP se calcule à partir de la Date de Dernière Lecture.

**Lecture au Numéro Moyen (LNM)** Nombre moyen de lecteurs par numéro au cours des 7 derniers jours. Cet indicateur se calcule à partir des réponses à la question sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les n derniers numéros parus. Cet indicateur est utilisé par la Presse Quotidienne.

**Couverture Mensuelle** Nombre d'individus (exprimé en milliers ou en pourcentage de la population étudiée) ayant déclaré avoir lu un titre de presse au moins une fois au cours du dernier mois écoulé.

## Définition des Indicateurs Numériques

**Brand Global** Croisement entre les lecteurs 30 derniers jours des titres de presse et les habitudes de fréquentation (au moins une fois par mois) des versions numériques.

**Brand Regular** Croisement entre les habitudes de lecture (au moins une fois par mois) des titres de presse et les habitudes de fréquentation (au moins une fois par mois) des versions numériques.

**Digital** Fréquentation au moins une fois par mois d'au moins une version numérique de la marque parmi le site, le site mobile, le site tablette, l'application mobile ou l'application tablette.

**Web** Fréquentation au moins une fois par mois d'au moins un des sites Web (sur ordinateur) de la marque.

**Mobile & Tablette** Fréquentation au moins une fois par mois d'au moins une version numérique parmi le site mobile, le site tablette, l'application mobile ou l'application tablette.

**Sites** Fréquentation au moins une fois par mois d'au moins un des sites parmi le site internet, le site mobile ou le site tablette.

**Appis** Fréquentation au moins une fois par mois d'une des applications parmi l'application mobile ou l'application tablette.

**Print** Lecture, au moins une fois par mois, d'au moins un titre de la marque, en version papier ou en version téléchargeable (PDF).

# AUDI **ONE** PRESSE

## A propos d'AudiPresse

**AudiPresse SAS est la société d'études interprofessionnelle de mesure d'audience de la presse créée en 2007.**

L'Assemblée des Actionnaires, l'organe de direction d'AudiPresse, est composée des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour le SPQR, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR et de la presse magazine gratuite d'information pour l'ADPGI.

La vocation d'AudiPresse est la réalisation d'études d'audience des marques de presse à destination de ses membres, des agences et des annonceurs. Les deux principales études publiées par AudiPresse sont ONE, qui mesure l'audience nationale de toute la presse sur l'ensemble des cibles, et AudiPresse PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et les foyers à hauts revenus.

## Contacts

**Pierre Conte**, Président

**Nicolas Cour**, Directeur Général [nc@audipresse.fr](mailto:nc@audipresse.fr)

**Gilbert Saint Joanis**, Directeur des Etudes [gsj@audipresse.fr](mailto:gsj@audipresse.fr)

Standard 01 44 50 02 70