

ETUDE AUDIPRESSE ONE

L'audience de la Presse en France de Janvier à Décembre 2014

AudiPresse publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2014. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.193 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)

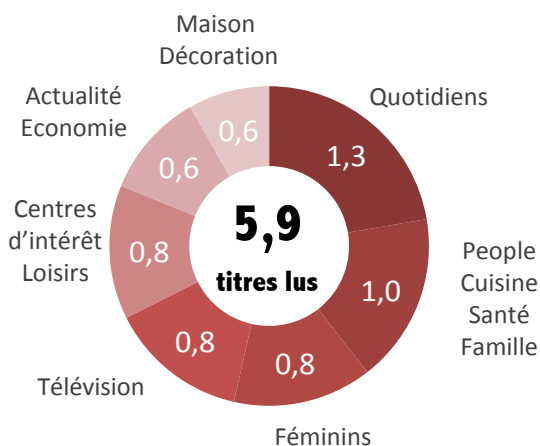
2014	2013/2014	2013
49 498	49 692	49 698

Avec 49,5 millions de lecteurs chaque mois, soit 96% de la population, le Presse s'inscrit comme un media de référence dans le paysage français.

Nombre moyen de titres lus

2014	2013/2014	2013
5,9	6,0	6,1

Un panier de lectures varié

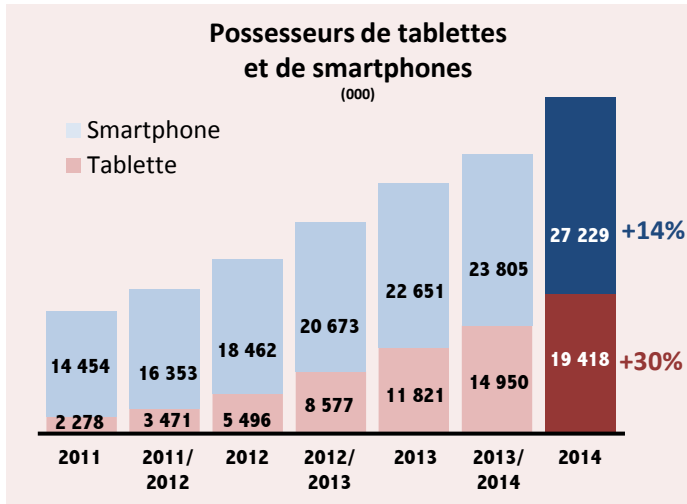


Les Français lisent en moyenne **5,9 titres différents, avec en moyenne 1,3 quotidiens et 4,6 magazines.**

Les **femmes** lisent plus de titres que l'ensemble (**6,5 titres en moyenne**). C'est également le cas des **urbains et des 35-49 ans**, qui lisent en moyenne **respectivement 6,1 titres et 6,0 titres.**

ONE montre l'essor continu des outils de lecture numérique

D'année en année, l'équipement numérique des Français n'a de cesse de progresser, que ce soit pour les smartphones ou les tablettes.



En 2014, plus de la moitié des Français (53%) sont équipés d'un smartphone (27,2 millions d'individus), soit une progression de 14% sur 6 mois.

L'équipement en tablette connaît également une forte hausse avec 38% de Français équipés de ce device (19,4 millions d'individus), soit une progression de 30% sur 6 mois.

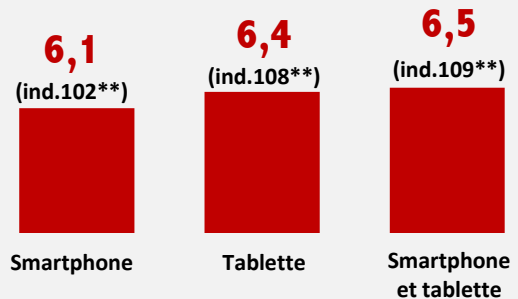
Les Français sont d'ailleurs de plus en plus nombreux à posséder plusieurs devices : c'est ainsi 26% de la population qui détient à la fois un ordinateur, un smartphone et une tablette (13,4 millions d'individus), soit une progression de 41% sur 6 mois.

Les Internautes réguliers sur smartphone et tablette sont de grands consommateurs de la presse papier

Il n'y a pas d'opposition entre la progression des usages digitaux et la lecture de la presse papier. Ainsi, on retrouve parmi les lecteurs de presse des Internautes réguliers* utilisant pour leur connexion smartphones ou tablettes. Ceux lisant le plus grands nombres de titres (6,5 – ind. 109) sont les mêmes que ceux qui utilisent à la fois leur smartphone et leur tablette comme device de connexion à Internet.

*Internautes réguliers : Se connectent à Internet tous les jours ou presque
 **Ensemble population 5,9 titres lus en moyenne

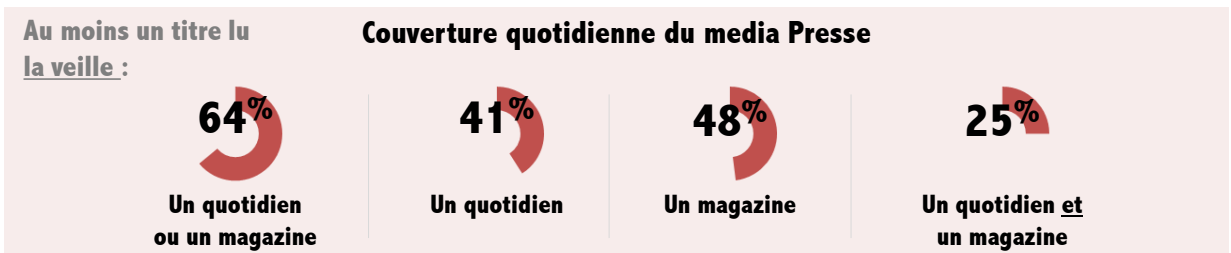
Nombre de titres lus par les Internautes réguliers* qui se sont connectés la veille sur ...



Les modes de lecture de la presse

64% des Français lisent la Presse chaque jour

Chaque jour, 64% de la population âgée de 15 ans et plus lit au moins un titre de presse, soit 33,0 millions d'individus. Ils sont ainsi 21,1 millions à lire au moins un quotidien (41%) et 24,7 millions à lire au moins un magazine (48%). Ils sont 12,7 millions à lire chaque jour à la fois au moins un quotidien et un magazine, soit 25% des Français.



La presse papier est aussi un média lu en mobilité

Hormis la presse tv, majoritairement consultée au domicile (94%), **la presse est lue hors du domicile à hauteur de 32% (vs 68% au domicile)**. Ainsi, 11,4% des lectures ont lieu sur le lieu de travail, 6,5% chez des parents ou amis, 6,3% dans les transports et 5,3% dans une salle d'attente.

Des lecteurs multiples



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 3,2 fois. Quant à la presse magazine, les hebdomadaires, hors presse Télévision, sont repris en main 3,0 fois (9,2 fois pour les hebdomadaires TV). Les mensuels le sont 4,4 fois en moyenne et les bimestriels 4,6 fois en moyenne.

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 35.193 interviews du 1er janvier au 31 décembre 2014 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.

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

Définition des Indicateurs Presse

Lecture Dernière Période (LDP) Nombre de lecteurs d'au moins un numéro d'un titre de presse en papier ou en pdf 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 aux questions sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les n derniers numéros parus en version papier et sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les n derniers numéros parus en version pdf. 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.

	2014					2013/2014	2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	
Agrégats de Presse Quotidienne (LNM / LDP)							
PQR66 ¹ (LNM)	18 030	35,0	9 164	8 865	3 777	18 127	18 484
PQR du 7 ^{ème} jour ² (LDP)	15 802	30,7	7 963	7 839	3 362	15 925	16 426
PQN / PGI ³ (LNM)	11 740	22,8	6 684	5 056	3 767	11 751	11 906
dont : PQN (LNM)	8 000	15,5	5 012	2 989	2 486	7 962	7 944
dont : PGI (LNM)	5 546	10,8	2 822	2 724	1 904	5 514	5 734
PQN du 7 ^{ème} jour ⁴ (LDP)	4 537	8,8	3 064	1 473	1 201	4 303	4 551
PHR ⁵ (LDP)	7 288	14,2	3 741	3 547	1 607	7 517	7 493
PQR⁶ (LNM)							
Ouest France	2 527	4,9	1 280	1 247	524	2 553	2 524
Sud Ouest	1 134	2,2	545	589	230	1 053	1 033
La Voix du Nord	1 133	2,2	543	591	196	1 067	1 095
Le Dauphiné*	950	1,8	488	462	192	1 014	1 016
Le Progrès*	832	1,6	426	406	160	828	872
La Dépêche du Midi	745	1,4	400	345	191	771	771
Le Télégramme	668	1,3	324	343	139	633	649
La Montagne	663	1,3	319	344	119	648	660
La Nouvelle République	647	1,3	329	318	129	651	651
La Provence	596	1,2	328	268	138	599	610
Les DNA / Dernières Nouvelles d'Alsace	566	1,1	266	300	119	549	559
L'Est Républicain / Le Pays*	545	1,1	281	265	112	575	605
Midi Libre	501	1,0	289	212	127	549	612
Le Républicain Lorrain	483	0,9	240	243	89	470	481
L'Union / L'Ardennais*	380	0,7	190	191	74	389	419
Nice Matin*	369	0,7	195	174	92	380	369
Le Courrier de l'Ouest	329	0,6	193	137	63	334	369
Le Courrier Picard	325	0,6	168	156	66	297	307
Var Matin	270	0,5	146	125	56	273	266
L'Alsace	260	0,5	128	133	54	271	291
L'Indépendant	237	0,5	123	114	51	251	268
Paris Normandie	237	0,5	135	102	53	221	232
Le Journal de Saône-et-Loire	209	0,4	109	101	40	225	218
Le Bien Public	163	0,3	95	68	37	167	167
La Charente Libre	157	0,3	79	78	35	145	150
Corse Matin	155	0,3	76	79	38	159	160
Le Populaire du Centre	154	0,3	68	85	35	161	153
L'Yonne Républicaine	141	0,3	68	73	26	139	130
Vosges Matin	133	0,3	68	66	31	125	125
Le Journal du Centre	118	0,2	55	63	18	113	106
Le Berry Républicain	113	0,2	57	56	19	110	110
Le Journal de la Haute-Marne	86	0,2	38	49	15	89	96

¹ PQR66 est le couplage de l'ensemble des titres de Presse Quotidienne Régionale (Les titres de la Presse Régionale sont mesurés sur leurs zones de diffusion).

² PQR du 7^{ème} jour : Presse Quotidienne Régionale du 7^{ème} jour.

³ PQN : Presse Quotidienne Nationale ; PGI : Presse Gratuite d'Information (Les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion).

⁴ PQN du 7^{ème} jour : Presse Quotidienne Nationale du 7^{ème} jour.

⁵ PHR : Presse Hebdomadaire Régionale.

⁶ PQR : Presse Quotidienne Régionale.

* Couplage

	2014					2013/2014	2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+I	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR du 7^{ème} jour (LDP)							
Dimanche Ouest France	1 841	3,6	985	856	400	1 844	1 847
La Voix du Nord Lundi	1 220	2,4	585	635	219	1 199	1 244
Le Dauphiné Dimanche*	1 198	2,3	610	588	272	1 265	1 269
Le Progrès Dimanche*	1 117	2,2	531	585	244	1 086	1 146
Sud Ouest Dimanche	1 105	2,1	527	577	225	1 069	1 096
La Dépêche du Dimanche	838	1,6	449	390	205	878	886
La Provence Dimanche	676	1,3	366	310	178	637	613
Midi Libre Dimanche	660	1,3	343	318	151	720	764
La Montagne Dimanche	616	1,2	300	316	125	648	680
Le Télégramme Dimanche	566	1,1	265	301	112	528	555
Le Républicain Lorrain Lundi Matin	540	1,0	287	253	96	531	529
Les Dernières Nouvelles du Lundi	520	1,0	251	269	123	501	532
Nice Matin Dimanche*	366	0,7	207	159	91	400	383
La Nouvelle République du Dimanche	356	0,7	194	162	77	373	386
Le Courrier Picard Dimanche	324	0,6	165	159	66	294	294
L'Union / L'Ardennais Dimanche*	317	0,6	162	154	61	329	361
L'indépendant Dimanche	293	0,6	135	158	59	301	316
Corse Matin Dimanche	174	0,3	79	95	46	186	185
PQN/ PGI (LNM)							
20 minutes	3 990	7,8	2 036	1 955	1 416	4 048	4 239
Direct Matin National ¹	2 566	5,0	1 304	1 262	812	2 528	2 526
Metronews ²	2 487	4,8	1 290	1 197	813	2 334	2 601
Le Parisien/Aujourd'hui en France*	2 373	4,6	1 363	1 011	666	2 451	2 519
L'Equipe	2 197	4,3	1 888	309	696	2 155	2 132
Le Monde	2 174	4,2	1 276	898	862	2 023	1 944
Direct Matin Ile de France	1 549	3,0	775	774	526	1 510	1 616
Le Figaro	1 539	3,0	914	624	477	1 445	1 393
Libération	940	1,8	567	373	413	896	828
Les Echos	560	1,1	373	187	305	558	528
La Croix	480	0,9	190	290	102	478	432
L'Humanité	331	0,6	200	131	86	345	377
Paris Courses / Bilto / Tiercé Magazine / WeekEnd*	313	0,6	228	85	43	337	350
Paris-Turf	216	0,4	187	29	41	229	248
PQN du 7^{ème} jour (LDP)							
L'Equipe Dimanche	2 643	5,1	2 166	478	785	2 434	2 355
Le Parisien Dimanche/Aujourd'hui en France Dimanche*	1 656	3,2	921	736	390	1 631	2 009
Le Journal du Dimanche	1 049	2,0	559	490	283	1 009	1 075
PHR (LDP)							
PHR National*	6 632	12,9	3 312	3 320	1 401	6 795	6 743

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

² Ce titre, précédemment intitulé Metro, a été étudié sous le titre Metronews avec un nouveau logo à partir du 1^{er} juillet 2013

* Couplage

	2014					2013/2014	2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Hebdomadaires (LDP)							
TV Magazine*	14 134	27,5	6 583	7 551	2 645	14 443	15 124
Version Femina*	7 633	14,8	2 661	4 972	1 414	7 766	8 174
Télé 7 Jours	5 264	10,2	2 464	2 800	1 046	5 335	5 373
Télé Z	4 431	8,6	2 127	2 304	724	4 602	4 681
Femme Actuelle	4 240	8,2	981	3 259	863	4 362	4 447
Télé Loisirs	4 104	8,0	1 906	2 198	884	4 327	4 474
Paris Match	3 636	7,1	1 358	2 278	887	3 482	3 442
Télé Star	3 286	6,4	1 422	1 865	654	3 564	3 829
Closer	2 959	5,7	880	2 079	662	3 082	3 090
Voici	2 884	5,6	857	2 027	664	2 893	2 949
Télérama	2 566	5,0	1 176	1 390	970	2 562	2 435
Le Nouvel Observateur	2 469	4,8	1 287	1 181	782	2 454	2 423
Public	2 082	4,0	565	1 516	451	2 253	2 366
L'Equipe Magazine	2 045	4,0	1 689	356	603	2 080	2 179
Elle	2 024	3,9	381	1 643	636	2 101	2 153
Auto Plus	2 000	3,9	1 585	415	609	2 017	2 120
L'Express	1 998	3,9	1 078	920	654	1 993	2 001
Le Point	1 993	3,9	1 102	891	630	1 946	1 928
Gala	1 981	3,8	451	1 530	495	2 048	2 094
Télé Poche	1 961	3,8	885	1 076	366	1 959	2 044
Maxi	1 944	3,8	404	1 540	290	1 918	1 989
Télécâble Sat Hebdo	1 781	3,5	916	864	354	1 794	1 832
Le Figaro Magazine	1 770	3,4	858	912	484	1 777	1 875
M le magazine du Monde	1 618	3,1	873	745	562	1 613	1 648
Madame Figaro	1 312	2,5	368	944	329	1 286	1 290
Ici Paris	1 296	2,5	363	932	162	1 203	1 212
Le Parisien Magazine/Aujourd'hui en France Magazine*	1 282	2,5	688	594	330	1 282	-
France Football	1 209	2,3	1 053	156	284	1 256	1 274
Télé Magazine	1 205	2,3	571	634	194	1 235	1 202
France Dimanche	1 145	2,2	392	752	143	1 229	1 281
Nous Deux	1 128	2,2	244	885	109	1 128	1 240
Marianne	1 089	2,1	628	462	384	1 259	1 439
Rustica	1 070	2,1	480	590	178	1 085	1 145
Courrier International	994	1,9	555	438	426	1 009	971
VSD	788	1,5	348	440	220	779	881
Pèlerin	746	1,4	294	452	103	753	751
Grazia	731	1,4	124	607	198	797	888
L'Argus	719	1,4	561	157	244	663	755
Point de Vue	699	1,4	186	514	137	749	770
Challenges	579	1,1	374	205	228	586	611
La Vie	552	1,1	228	324	97	591	572
Les Inrockuptibles	480	0,9	312	168	239	481	454
A Nous Réseau ¹	465	0,9	204	261	153	438	499
L'Officiel des Spectacles	381	0,7	143	238	107	399	431

¹ 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).

* Couplage

	2014					2013/2014	2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP-H	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	
Magazines Bimensuels (LDP)							
Télé 2 Semaines	3 357	6,5	1 408	1 949	641	3 522	3 760
TV Grandes Chaînes	2 396	4,7	967	1 430	433	2 539	2 715
01Net	1 684	3,3	1 308	376	588	1 641	1 520
Oops !	1 609	3,1	428	1 181	299	1 879	2 016
L'Auto Journal	1 187	2,3	1 023	163	419	1 194	1 198
Gourmand	710	1,4	158	552	168	660	764
Magazines Mensuels (LDP)							
Cuisine Actuelle	4 037	7,8	911	3 127	947	3 954	3 958
Science et Vie	3 940	7,7	2 272	1 668	1 401	3 757	3 672
GEO	3 696	7,2	1 812	1 885	1 312	3 753	3 918
Santé Magazine	3 213	6,2	825	2 388	698	3 081	2 984
Notre Temps	3 152	6,1	935	2 217	281	3 274	3 437
Ca M'Intéresse	3 036	5,9	1 363	1 673	1 145	3 058	3 084
Top Santé	2 940	5,7	721	2 219	671	2 612	2 463
Sciences et Avenir	2 669	5,2	1 605	1 064	997	2 520	2 491
Pleine Vie	2 527	4,9	603	1 925	254	2 535	2 633
Modes & Travaux	2 506	4,9	419	2 087	601	2 468	2 522
Télé 7 Jeux	2 416	4,7	944	1 472	455	2 430	2 512
Marie Claire	2 413	4,7	390	2 023	726	2 517	2 691
Psychologies Magazine	2 308	4,5	634	1 674	967	2 329	2 394
Auto Moto	2 138	4,2	1 700	438	590	2 207	2 175
Femme Actuelle Jeux	2 025	3,9	494	1 531	371	2 033	2 112
National Geographic	1 916	3,7	1 165	750	673	1 779	1 778
L'Automobile Magazine	1 907	3,7	1 564	343	661	1 855	1 819
Capital	1 882	3,7	1 086	796	798	1 910	1 967
Avantages	1 824	3,5	267	1 557	562	1 814	1 829
Prima	1 762	3,4	213	1 550	421	1 763	1 901
Le Particulier	1 746	3,4	899	847	415	1 809	1 729
Dossier Familial	1 687	3,3	620	1 067	360	1 992	2 089
Le Chasseur Français	1 598	3,1	1 021	578	248	1 657	1 723
Mon Jardin & Ma Maison	1 594	3,1	525	1 070	403	1 578	1 642
Bien-Etre & Santé	1 567	3,0	411	1 156	277	1 372	1 348
Cosmopolitan	1 556	3,0	195	1 361	543	1 563	1 711
Jeux Vidéo Magazine	1 311	2,5	1 110	201	229	1 403	-
L'Ami des Jardins et de la Maison	1 305	2,5	448	857	319	1 283	1 371
Vogue	1 296	2,5	249	1 047	345	1 370	1 448
Glamour	1 208	2,3	115	1 093	318	1 244	1 386
Système D	1 202	2,3	716	486	412	1 164	1 253
TGV Magazine	1 194	2,3	625	569	536	1 142	1 078
Marie France	1 107	2,2	200	907	268	1 111	1 155
Biba	1 025	2,0	116	908	353	1 018	1 106
Première	948	1,8	454	493	363	962	1 023
Mieux Vivre Votre Argent	873	1,7	500	373	299	944	981
Alternatives Economiques	862	1,7	481	381	360	858	827
Be	815	1,6	99	716	190	986	1 124
Réponse à Tout !	791	1,5	335	456	242	913	999
La Revue Nationale de la Chasse	733	1,4	515	218	114	754	823
Enjeux les Echos	724	1,4	485	239	363	698	749
Sport Auto	679	1,3	599	80	160	694	820
Studio Magazine - Ciné Live	647	1,3	334	313	243	660	708

	2014					2013/2014	2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+I	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Mensuels (suite et fin) (LDP)							
Sélection Reader's Digest	576	1,1	276	300	77	586	679
GQ	550	1,1	361	189	215	517	481
Rock and Folk	535	1,0	375	160	209	540	546
Management	506	1,0	289	217	317	416	379
L'Expansion	474	0,9	300	174	197	535	535
Questions de Femmes	460	0,9	45	415	108	432	479
Le Revenu Placements	458	0,9	302	156	191	448	434
Intérêts Privés	342	0,7	208	134	90	416	459
Magazines Bimestriels (LDP)							
Marmiton	3 621	7,0	1 074	2 547	1 022	3 337	2 879
Art & Décoration	3 005	5,8	958	2 046	951	3 021	3 166
Maison et Travaux	2 867	5,6	1 065	1 802	964	2 857	2 966
Elle Décoration	2 128	4,1	416	1 711	733	2 074	2 023
Parents	2 075	4,0	404	1 670	654	2 115	-
Marie Claire Maison	1 968	3,8	347	1 621	664	1 926	2 023
Marie Claire Idées	1 830	3,6	236	1 593	568	1 765	1 813
Maxi Cuisine	1 803	3,5	352	1 450	362	1 832	-
Détente Jardin	1 468	2,9	547	921	341	1 452	1 463
Le Journal de la Maison	1 242	2,4	312	930	440	1 201	1 217
Cuisine et Vins de France	1 227	2,4	461	767	434	1 280	1 334
Elle à Table	1 153	2,2	229	923	432	1 144	1 183
Famili	1 071	2,1	127	944	303	1 073	1 165
Maison Créative	1 030	2,0	260	769	346	1 002	1 106
Infobébés / Infocrèche ¹	1 006	2,0	128	878	308	972	1 015
Famille et Education	983	1,9	259	724	410	936	1 056
Maisons Côté Sud	876	1,7	267	609	366	864	913
Infobébés	861	1,7	108	752	259	806	824
Maisons Côté Ouest	856	1,7	271	586	371	799	776
Prima Maison	769	1,5	114	655	200	697	745
Campagne Décoration	756	1,5	196	560	242	670	682
Régal	727	1,4	205	522	251	691	688
Détours en France	725	1,4	282	443	206	769	846
AD Architectural Digest	552	1,1	236	316	271	496	462
Votre Beauté	507	1,0	46	461	98	483	549
Maison Française Magazine	409	0,8	110	299	146	437	517
Infocrèche	358	0,7	49	309	125	378	461
Magazines Trimestriels (LDP)							
Vies de Famille	6 015	11,7	1 581	4 434	1 450	6 603	7 173
Du Côté de Chez Vous	3 051	5,9	1 293	1 758	1 054	2 961	-
Maisons Côté Est	525	1,0	142	383	228	510	481

¹ L'audience de ce couplage correspond à l'audience dédupliée des titres Infobébés et Infocrèche



AUDIPRESSE ONE GLOBAL V1 2015

L'audience globale des marques de presse ONE 2014 // MNR-PIM Médiamétrie Janvier 2015

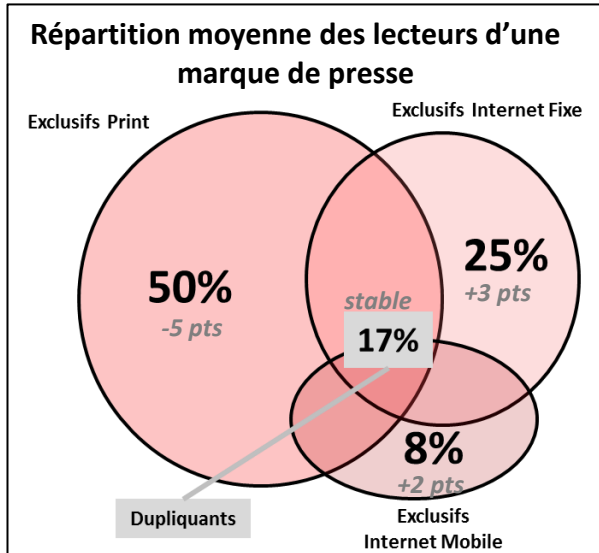
AudiPresse publie la première vague 2015 des résultats d'audience ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse. Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir des trois études de référence avec AudiPresse ONE pour le print, le panel Internet Fixe Médiamétrie//NetRating et le Panel Internet Mobile de Médiamétrie. Les résultats print proviennent de ONE 2014 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-PIM de janvier 2015.

Les chiffres clés d'AudiPresse ONE Global V1 2015

L'audience moyenne des marques de presse en hausse de 4,0%

L'audience globale des marques de presse Print + Numérique connaît une hausse de 4% par rapport à la vague précédente. Sur un an (vs ONE Global V1 2014), cette progression s'élève à 12%.

Si les évènements de janvier 2015 ont impacté les audiences, ces évolutions sont également le reflet du développement continu de l'Internet mobile pour la lecture des marques de presse.



Audience moyenne des marques par famille de presse		
	ONE Global V1 2015 (000)	ONE Global V1 2014 (000)
Quotidiens Régionaux (PQR66)	42 795	41 466
Hebdomadaires Régionaux (Total PHR)	13 300	13 637
Quotidiens Nationaux	11 844	10 084
Magazines News	11 072	9 584
Magazines Télévision	10 617	10 480
Magazines People	9 737	10 382
Magazines Féminins	6 760	6 464
Magazines Actualité / Economie	5 370	4 691
Magazines Loisirs / Centres d'intérêts	4 104	3 673
Magazines Santé / Famille	3 016	2 974

65% des Français lisent au moins une marque de presse dans sa version digitale (fixe ou mobile).

Si le lectorat de la presse digitale semble a priori plus jeune et plus masculin (69% des hommes lisent au moins une version digitale vs 62% sur les femmes, ce chiffre s'élevant à 81% auprès des 15-34 ans), **cela ne reflète qu'une partie des nouvelles habitudes de l'ensemble de la population française.** Ainsi, les femmes âgées de 15 à 34 ans sont 82% à lire la presse numérique contre 80% pour les hommes du même âge. Cette lecture en digital monte à 93% auprès des hommes de moins de 50 ans CSP++. Cependant, la lecture digitale est désormais totalement démocratisée. A titre d'exemple, **77% des femmes de moins de 50 ans responsables des achats du foyer lisent au moins une version digitale de presse.**

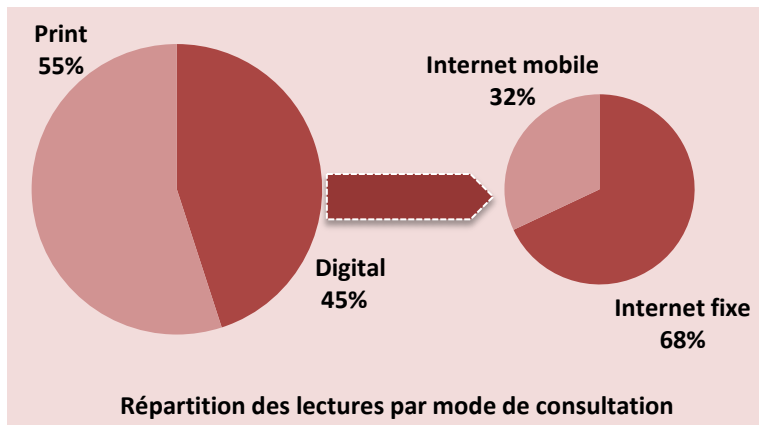
L'apport exclusif moyen d'audience du digital :

Pour 100 lecteurs Print en moyenne, le digital apporte 51 lecteurs supplémentaires.

51%



vs 38% en V1 2014

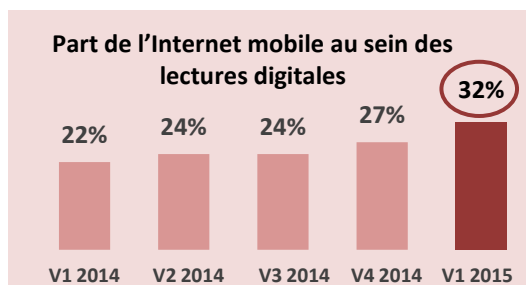


La presse digitale devient de plus en plus présente dans les habitudes de lecture des Français. En effet, **les lectures numériques représentent actuellement 45% des lectures.**

La **lecture papier** reste toutefois majoritaire : elle représente **55% des lectures.**

L'Internet mobile continue sa progression et représente maintenant près d'un tiers des lectures digitales.

En 1 an, l'Internet mobile a connu une progression de 10 points (32% en janvier 2015 vs 22% en janvier 2014).



Présentation de l'étude AUDIPRESSE ONE GLOBAL

ONE Global est le résultat d'une **fusion des données d'audience** Print de ONE avec les données Médiamétrie//NetRatings de l'Internet Fixe et du panel Internet Mobile de Médiamétrie.

La méthode de fusion a été établie et validée par **AudiPresse et Médiamétrie avec le soutien méthodologique du CESP. La production de cette fusion est réalisée par Médiamétrie.**

Cette approche constitue une base de données unique pour **mesurer l'audience globale sur cibles et planifier des dispositifs sur les différentes plateformes** print et numériques des marques de presse étudiées dans ONE.

L'étude ONE reste l'étude de référence de la presse.

Les résultats ONE Global sont publiés **4 fois par an** avec une mise à jour des données ONE Print **2 fois par an** et une mise à jour des données numériques MNR-PIM à chaque publication.

Prochaines publications

- ONE GLOBAL V2 2015 (ONE 2014/MNR-PIM Avril 2015) : 09 Juillet 2015
- ONE GLOBAL V3 2015 (ONE 2014-2015/MNR-PIM Juillet 2015) : 24 Septembre 2015
- ONE GLOBAL V4 2015 (ONE 2014-2015/MNR-PIM Octobre 2015) : 14 Janvier 2016

Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et +)

Brand One Global ¹	ONE Global V1 2015				ONE Global V4 2014
	Brand ONE Global ² 30 jours	dont Print 30 jours ³	Dont Internet Fixe ⁴ 30 jours	Dont Internet Mobile ⁵ 30 jours	Brand ONE Global ⁶ 30 jours
One 2014//MNR Janvier 2015//Panel Internet Mobile Janvier 2015	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	42 795	37 660	17 722	12 094	41 352
20 Minutes	19 009	10 916	8 812	5 247	15 708
Le Figaro	18 908	8 749	10 420	5 684	17 043
Le Parisien/Aujourd'hui en France	18 314	8 097	9 464	5 795	14 767
Le Monde	18 134	9 097	10 274	5 813	15 094
Femme Actuelle	16 130	13 582	3 552	938	16 532
Télé Loisirs	15 246	7 124	7 012	4 689	14 589
Le Nouvel Observateur	14 516	6 294	8 227	3 520	12 876
L'Express	14 220	6 256	7 788	3 340	12 121
L'Equipe	13 519	9 475	5 209	3 981	13 772
Paris Match	13 348	11 426	2 394	676	12 213
Total PHR	13 300	12 370	1 870	-	13 436
Metronews*	12 705	6 887	4 982	3 491	10 755
Le Point	11 679	5 606	6 006	2 603	9 364
Marmiton	11 418	2 528	7 605	3 232	11 581
Voici	11 415	9 398	2 645	571	11 218
Télé 7 Jours	11 404	9 633	1 610	1 187	11 765
Version Femina	11 093	10 914	248	-	-
Libération	10 033	4 722	5 261	2 617	6 935
Closer	9 978	8 522	1 913	668	10 448
Ouest-France	9 949	5 809	4 452	1 758	9 077
Elle	9 800	7 312	2 621	1 013	9 387
Gala	8 635	7 113	1 917	363	8 381
Public	7 819	5 459	2 431	1 387	7 772
Les Echos	7 755	2 865	4 875	1 610	7 158
Auto Plus	6 997	5 811	1 785	334	7 273
Direct Matin	6 943	6 795	372	-	6 887
Télérama	5 622	4 064	2 057	536	5 100
Sud Ouest	5 406	2 903	2 621	1 331	4 740
La Dépêche du Midi	5 254	1 990	2 877	1 477	4 136
Télé 2 Semaines	5 201	4 384	933	-	5 745
La Voix du Nord	4 722	2 736	2 078	1 108	4 329
Marie Claire	4 684	3 371	1 394	415	4 826
Top Santé	4 372	2 940	1 377	422	4 007
GEO	4 050	3 696	526	-	3 977

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Janvier 2015 – PIM Janvier 2015

³ Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

⁴ Indicateur Internet Fixe 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR Janvier 2015)

⁵ Indicateur Internet Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Janvier 2015)

⁶ Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Octobre 2014 – PIM Octobre 2014

* Cette marque, précédemment intitulée Metro, a été étudiée sous le titre papier Metronews avec un nouveau logo à partir du 1^{er} juillet 2013

Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et +)

Brand One Global ¹	ONE Global V1 2015				ONE Global V4 2014
	Brand ONE Global ²	dont Print 30 jours ³	Dont Internet Fixe ⁴	Dont Internet Mobile ⁵	Brand ONE Global ⁶
	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Le Dauphiné	3 944	2 598	1 400	810	3 609
Marianne	3 872	3 197	867	288	3 797
Notre Temps	3 857	3 152	1 044	-	4 008
Courrier International	3 586	2 740	1 228	362	3 175
Challenges	3 394	1 533	1 768	542	3 650
Les Inrockuptibles	3 285	1 561	1 691	717	2 371
Midi Libre	3 209	1 867	1 407	702	2 928
Première	3 168	948	2 064	506	3 334
Le Progrès	3 117	2 277	1 047	504	2 951
Psychologies Magazine	3 042	2 308	966	-	3 444
Cosmopolitan	3 028	1 556	1 371	622	3 114
Capital	2 987	1 882	1 355	-	2 923
Le Journal du Dimanche	2 981	2 252	924	-	2 712
Rustica	2 920	2 759	394	-	3 349
Grazia	2 873	2 288	743	-	2 966
Parents	2 804	1 546	1 185	468	2 969
La Provence	2 230	1 829	554	338	2 184
La Nouvelle République	2 223	1 508	1 091	426	2 034
Le Télégramme	2 034	1 456	900	-	2 436
La Croix	1 978	1 541	716	-	1 916
Côté Maison	1 843	934	977	-	1 954
L'Est Républicain	1 836	1 243	768	418	1 612
La Montagne	1 752	1 364	726	-	1 606
L'Indépendant	1 730	1 247	749	-	-
Système D	1 558	1 202	514	-	1 565
Glamour	1 553	1 208	388	-	1 616
Nice Matin	1 432	967	415	473	-
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 413	1 129	594	-	1 358
Le Républicain Lorrain	1 251	1 057	400	-	-
Le Courrier Picard	1 145	867	517	-	1 094
Paris Normandie	1 060	845	451	-	-
Famili	1 029	683	485	-	1 065
GQ	878	550	449	-	939
Le Bien Public	556	374	369	-	633
La Charente Libre	507	327	366	-	-

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Janvier 2015 – PIM Janvier 2015

³ Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

⁴ Indicateur Internet Fixe 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR Janvier 2015)

⁵ Indicateur Internet Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Janvier 2015)

⁶ Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Octobre 2014 – PIM Octobre 2014

Composition des Brands ONE Global

Liste des Brands						
Libellé Brand	Titre(s)				Internet Fixe	Internet Mobile
20 Minutes	20 Minutes				Brand 20 Minutes	Brand 20 Minutes
Auto Plus	Auto Plus				Brand Auto Plus	Brand Auto Plus
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public		Brand Le Bien Public	
Capital	Capital				Brand Capital	
Challenges	Challenges				Brand Challenges	Brand Challenges
La Charente Libre	La Charente Libre	TV Magazine Charente Libre			Brand La Charente Libre	
Closer	Closer				Brand Closer	Brand Closer
Cosmopolitan	Cosmopolitan				Brand Cosmopolitan	Brand Cosmopolitan
Côté Maison	Maison Française Magazine	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Maisons Côté Est	Brand Côté Maison	
Courrier International	Courrier International				Brand Courrier International	Brand Courrier International
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Dimanche	Tv Magazine Courrier Picard		Brand Courrier Picard	
La Croix	La Croix				Brand La Croix	
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré	Le Dauphiné Libéré Dimanche	TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche		Brand Le Dauphiné	Brand Le Dauphiné
	Vaucluse Matin	Vaucluse Matin Dimanche	TV Magazine Vaucluse Matin - le Dauphiné Libéré			
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Midi Dimanche		Brand La Dépêche du Midi	Brand La Dépêche du Midi
Direct Matin	Direct Matin National				Brand Direct Matin	
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace du lundi	TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace		Brand Dernières Nouvelles d'Alsace	

Composition des Brands ONE Global

Liste des Brands						
Libellé Brand	Titre(s)				Internet Fixe	Internet Mobile
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Enjeux les Echos			Brand Les Echos	Brand LesEchos
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table		Brand Elle	Brand Elle
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine		Brand l'Equipe	Brand l'Equipe
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain lundi	TV Magazine L'Est Républicain		Brand L'Est Républicain	
	Le Pays	Le Pays Lundi				
L'Express	L'Express				Brand l'Express	Brand l'Express
Famili	Famili				Brand Famili	
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle		Brand Femme actuelle	Brand Femme actuelle Hello coton
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro	Brand Le Figaro	Brand Le Figaro
Gala	Gala				Brand Gala	Brand Gala
GEO	GEO				Brand GEO	
Glamour	Glamour				Brand Glamour	
GQ	GQ				Brand GQ	
Grazia	Grazia				Brand Grazia	
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand Les Inrockuptibles	Brand Les Inrockuptibles
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine L'Indépendant		Brand l'Indépendant	
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche				Brand du Journal du Dimanche	
Libération	Libération				Brand Libération	Brand Libération
Marianne	Marianne				Brand Marianne	Brand Marianne
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire	Brand Marie Claire
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton	Brand Marmiton
Metronews	Metronews				Brand Metronews	Brand Metronews

Composition des Brands ONE Global

Liste des Brands						
Libellé Brand	Titre(s)				Internet Fixe	Internet Mobile
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche		Brand Midi Libre	Brand Midi Libre
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde			Brand Le Monde	Brand Le Monde
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne	
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin		Brand Nice Matin	Brand Nice Matin
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche				
Notre Temps	Notre Temps				Brand Notre Temps	
Le Nouvel Observateur	Le Nouvel Observateur				Brand Nouvel Observateur	Brand Nouvel Observateur
La Nouvelle République	La Nouvelle République	La Nouvelle République du Dimanche	TV Magazine la Nouvelle République - Centre Presse	TV Magazine La Nouvelle République	Brand La Nouvelle République	Brand La Nouvelle République
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest		Brand Ouest France	Brand Ouest France
Parents	Parents	Infobébés/ Infocrèches			Brand Parents	Brand Parents
Paris Match	Paris Match				Brand Match	Brand Match
Paris Normandie	Paris Normandie	Normandie Dimanche	TV Magazine Paris Normandie	TV Magazine, Paris Normandie	Brand Paris Normandie	
Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien Dimanche / Aujourd'hui en France Dimanche	TV Magazine le Parisien	Le Parisien Magazine / Aujourd'hui en France Magazine	Brand Le Parisien	Brand Le Parisien
Le Point	Le Point				Brand Le Point	Brand Le Point
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine sauf le figaro		Pack PQR 66	Pack PQR66
Première	Première				Brand Première	Brand Première

Composition des Brands ONE Global

Liste des Brands						
Libellé Brand	Titre(s)				Internet Fixe	Internet Mobile
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès		Brand Le Progrès	Brand Le Progrès
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès			
	Le Progrès-Les Dépêches		TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches			
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence		Brand La Provence	Brand La Provence
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine				Brand Psychologies	
Public	Public				Brand Public	Brand Public
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain		Brand Le Républicain Lorrain	
Rustica	Rustica				Brand Rustica	
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche		Brand Sud Ouest	Brand Sud Ouest
Système D	Système D				Brand Système D	
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines				Brand Télé 2 semaines	
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux			Brand Télé 7 Jours	Brand Télé 7 Jours
Télé Loisirs	Télé Loisirs				Brand Télé Loisirs	Brand Télé Loisirs
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme		Brand Le Télégramme	
Télérama	Télérama				Brand Télérama	Brand Télérama
Top Santé	Top Santé				Brand Top Santé	Brand Top Santé
Total PHR	Total PHR				Pack PHR	
Version Femina	Version Femina				Brand Version Femina	
Voici	Voici				Brand Voici	Brand Voici
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord Samedi	TV Magazine Nord - Pas de Calais		Brand La Voix du Nord	Brand la Voix du Nord

AUDI 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 nationale 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

Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes gsj@audipresse.fr

Standard 01 44 50 02 70