

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 25 septembre 2014

ONE
AUDIPRESSE

ETUDE AUDIPRESSE ONE

L'audience de la Presse en France

de Juillet 2013 à Juin 2014

AudiPresse publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période allant du 1^{er} juillet 2013 au 30 juin 2014. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.293 individus représentatifs de la population française des 15 ans et plus.

Depuis 2013, les résultats d'audience de la presse incluent les lectures des titres en version pdf.

La Presse, un media puissant

Couverture mensuelle du media Presse (en milliers de lecteurs)

2013/2014	2013	2012/2013
49 692	49 698	49 797

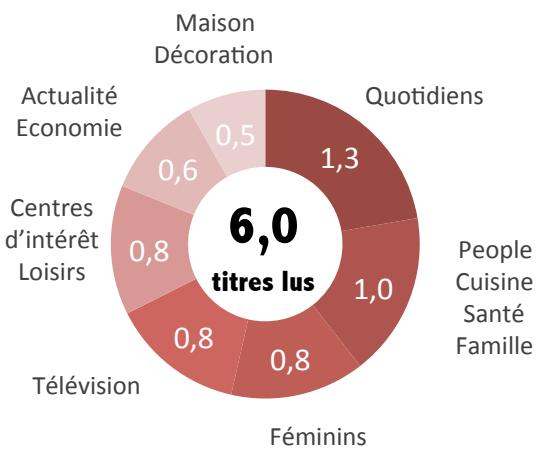
La presse reste un **média puissant** : 49,7 millions des Français lisent la presse chaque mois, soit 97% de la population.

Nombre moyen de titres lus*

2013/2014	2013	2012/2013
6,0	6,1	6,3

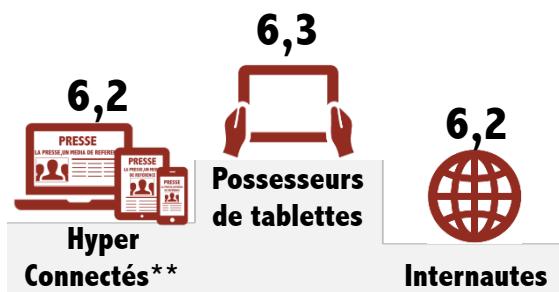
* Univers constant de titres étudiés sur les 3 périodes 2013/2014, 2013 et 2012/2013.

Un panier de lectures varié



En moyenne, les Français lisent toujours 6 titres différents, avec en moyenne 1,3 quotidiens et 4,7 magazines. Les **femmes** se démarquent de l'ensemble, **avec 6,6 titres lus en moyenne**.

Les **friands de nouvelles technologies** sont également de grands consommateurs de la presse papier.



** Possesseurs d'un ordinateur, d'un smartphone et d'une tablette.

L'émergence des « Social Readers »

Les **inscrits sur Facebook, Twitter ou Google +** montrent une véritable **appétence pour la presse papier** : le nombre de titres lus en moyenne par ces cibles est supérieur à la moyenne. **Cet engouement pour la presse papier est encore plus marqué auprès des réguliers de ces réseaux sociaux**, notamment ceux de Google + et de Twitter.

Cet attrait pour la presse se retrouve également dans la fréquentation des réseaux sociaux. Parmi les inscrits consultant régulièrement au moins un de ces trois réseaux sociaux, 36% suivent des pages ou sont abonnés à un fil de marques de presse.

Nombre de titres lus par les « Social Readers » réguliers*

7,4
(ind.124**)

6,8
(ind.114**)



Google +

6,1
(ind.102**)



Facebook

*Réguliers : Consultent le réseau social au moins une fois par jour
**Ensemble population 6,0 titres lus en moyenne

Les modes de lecture de la presse

¼ des Français lisent chaque jour un quotidien et un magazine

Chaque jour, 33,3 millions de personnes, soit 65% de la population âgée de 15 ans et plus, lisent au moins un titre de presse. Chaque jour, ils sont 41% à lire au moins un quotidien (près de 21,1 millions) et 49% à lire au moins un magazine (plus de 25,1 millions).

Enfin, ¼ des français (12,9 millions) lisent chaque jour à la fois un magazine et un quotidien.

Au moins un titre lu la veille :

65%

Un quotidien ou un magazine

Couverture quotidienne du media Presse

41%

Un quotidien

49%

Un magazine

25%

Un quotidien et un magazine

La presse papier est aussi un média lu en mobilité



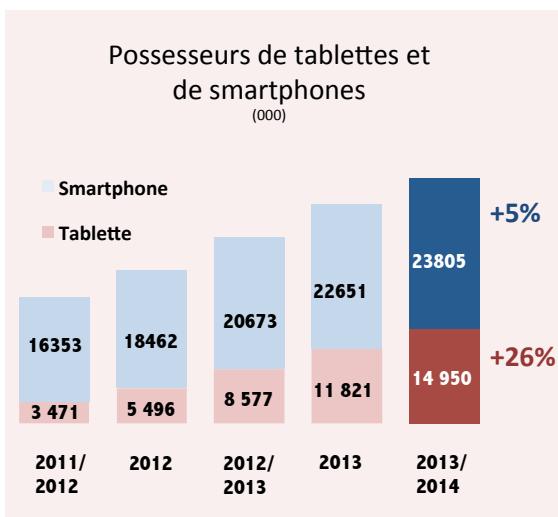
La lecture de la presse (hormis la presse tv) se fait avant tout **au domicile (69% des lectures)**. Parmi les **lectures hors domicile (31%)**, vient d'abord le lieu de travail (11,0%), suivi d'une lecture dans les transports (6,3%), chez des parents ou des amis (6,2%) ou dans une salle d'attente (5,2%). Quant à la presse tv, la lecture au domicile est largement privilégiée (94%).

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 3,1 fois. Quant à la presse magazine, les hebdomadaires, hors presse Télévision, sont repris en main 3,2 fois (9,1 fois pour les hebdomadaires TV). Les mensuels le sont 5,1 fois en moyenne et les bimestriels 6,2 fois en moyenne.

L'essor continu des outils de lecture numérique



L'équipement numérique des Français continue de progresser, et notamment celui en tablettes.

Sur la saison 2013/2014, **29% des Français sont équipés d'une tablette** (14,9 millions d'individus), soit une progression de 26% sur 6 mois, et de 75% sur 1 an.

Quant au smartphone, 46% des Français en sont équipés (23,8 millions d'individus), soit 5% de plus par rapport aux six mois précédents et 15% de plus par rapport à l'année précédente.

Ainsi, de plus en plus de Français sont équipés à la fois d'un ordinateur, d'un smartphone et d'une tablette : **ces Hyper Connectés représentent 18% de la population**, soit 9,5 millions d'individus.

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 35.293 interviews du 1er juillet 2013 au 30 juin 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 auditee 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 hebdomadiers, 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.

L'audience des Quotidiens (1/2)

	2013/2014**					2013	2012/2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Agrégats de Presse Quotidienne (LNM / LDP)							
PQR66 ¹ (LNM)	18 127	35,2	9 184	8 943	3 869	18 484	18 795
PQR du 7 ^{ème} jour ² (LDP)	15 925	30,9	7 978	7 947	3 460	16 426	16 844
PQN / PGI ³ (LNM)	11 751	22,8	6 705	5 046	3 833	11 906	11 955
dono : PQN (LNM)	7 962	15,5	4 918	3 044	2 494	7 944	7 835
dono : PGI (LNM)	5 514	10,7	2 847	2 666	1 940	5 734	5 921
PQN du 7 ^{ème} jour ⁴ (LDP)	4 303	8,4	2 796	1 507	1 150	4 551	4 852
PHR ⁵ (LDP)	7 517	14,6	3 883	3 635	1 709	7 493	7 598
PQR⁶ (LNM)							
Ouest France	2 553	5,0	1 285	1 268	534	2 524	2 560
La Voix du Nord	1 067	2,1	530	538	215	1 095	1 147
Sud Ouest	1 053	2,0	503	550	231	1 033	1 124
Le Dauphiné*	1 014	2,0	517	496	205	1 016	992
Le Progrès*	828	1,6	441	387	173	872	901
La Dépêche du Midi	771	1,5	393	378	190	771	787
La Nouvelle République	651	1,3	322	329	131	651	632
La Montagne	648	1,3	314	334	127	660	649
Le Télégramme	633	1,2	295	338	135	649	678
La Provence	599	1,2	334	265	143	610	644
L'Est Républicain / Le Pays*	575	1,1	298	278	122	605	597
Les DNA / Dernières Nouvelles d'Alsace	549	1,1	270	279	111	559	552
Midi Libre	549	1,1	315	234	122	612	616
Le Républicain Lorrain	470	0,9	232	238	90	481	499
L'Union / L'Ardennais*	389	0,8	195	195	75	419	430
Nice Matin*	380	0,7	193	187	93	369	401
Le Courrier de l'Ouest	334	0,6	182	152	69	369	372
Le Courrier Picard	297	0,6	153	143	61	307	317
Var Matin	273	0,5	137	135	57	266	266
L'Alsace*	271	0,5	124	147	61	291	338
L'Indépendant	251	0,5	117	133	51	268	251
Le Journal de Saône-et-Loire	225	0,4	113	112	45	218	220
Paris Normandie	221	0,4	137	84	49	232	251
Le Bien Public	167	0,3	99	69	37	167	191
Le Populaire du Centre	161	0,3	77	84	33	153	132
Corse Matin	159	0,3	85	75	35	160	161
La Charente Libre	145	0,3	71	74	31	150	151
L'Yonne Républicaine	139	0,3	67	71	23	130	124
Vosges Matin	125	0,2	72	53	31	125	144
Le Journal du Centre	113	0,2	56	57	17	106	104
Le Berry Républicain	110	0,2	55	55	18	110	118
Le Journal de la Haute-Marne	89	0,2	42	47	16	96	93

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

** Depuis le cumul 2013, l'audience inclut les versions pdf

L'audience des Quotidiens (2/2)

	2013/2014**					2013	2012/2013
	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	1 844	3,6	994	849	406	1 847	1 878
Le Dauphiné Dimanche*	1 265	2,5	633	632	291	886	912
La Voix du Nord Lundi	1 199	2,3	590	609	244	1 244	1 289
Le Progrès Dimanche*	1 086	2,1	536	550	258	1 146	1 131
Sud Ouest Dimanche	1 069	2,1	497	572	232	1 096	1 170
La Dépêche du Dimanche	878	1,7	431	447	211	1 269	1 289
Midi Libre Dimanche	720	1,4	380	339	158	764	749
La Montagne Dimanche	648	1,3	319	329	124	680	674
La Provence Dimanche	637	1,2	345	291	173	613	726
Le Républicain Lorrain Lundi Matin	531	1,0	288	243	108	529	-
Le Télégramme Dimanche	528	1,0	242	286	113	555	565
Les Dernières Nouvelles du Lundi	501	1,0	250	251	111	532	498
Nice Matin Dimanche*	400	0,8	203	197	89	383	414
La Nouvelle République du Dimanche	373	0,7	187	186	81	386	371
L'Union / L'Ardennais Dimanche*	329	0,6	162	167	69	361	390
L'indépendant Dimanche	301	0,6	140	161	61	316	313
Le Courier Picard Dimanche	294	0,6	164	130	69	294	338
Corse Matin Dimanche	186	0,4	93	94	47	185	188
PQN/PGI (LNM)							
20 minutes	4 048	7,9	2 098	1 950	1 454	4 239	4 376
Direct Matin National ¹	2 528	4,9	1 265	1 263	833	2 526	2 574
Aujourd'hui en France / Le Parisien*	2 451	4,8	1 363	1 087	702	2 519	2 474
Metronews ²	2 334	4,5	1 208	1 125	792	2 601	2 866
L'Equipe	2 155	4,2	1 823	332	708	2 132	2 113
Le Monde	2 023	3,9	1 171	852	824	1 944	1 910
Direct Matin Ile de France	1 510	2,9	736	775	542	1 616	1 597
Le Figaro	1 445	2,8	834	611	432	1 393	1 332
Libération	896	1,7	547	349	395	828	825
Les Echos	558	1,1	357	200	279	528	493
La Croix	478	0,9	193	285	98	432	411
L'Humanité	345	0,7	210	135	93	377	343
Paris Courses / Bilto / Tiercé Magazine / WeekEnd*	337	0,7	228	109	45	350	347
Paris-Turf	229	0,4	190	39	34	248	251
PQN du 7^{ème} jour (LDP)							
L'Equipe Dimanche	2 434	4,7	1 945	488	718	2 355	2 509
Aujourd'hui en France Dimanche / Le Parisien Dimanche*	1 631	3,2	865	766	398	2 009	2 180
Le Journal du Dimanche	1 009	2,0	517	492	272	1 075	1 089
PHR (LDP)							
PHR National*	6 795	13,2	3 436	3 360	1 500	6 743	6 836

¹ L'audience de cet agrégat correspond à l'audience dédupliquée 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

** Depuis le cumul 2013, l'audience inclut les versions pdf

L'audience des Magazines (1/3)

Magazines Hebdomadaires (LDP)	2013/2014**					2013	2012/2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
TV Magazine*	14 443	28,1	6 701	7 741	2 826	15 124	15 604
Version Femina*	7 766	15,1	2 617	5 148	1 449	8 174	8 261
Télé 7 Jours	5 335	10,4	2 439	2 897	1 118	5 373	5 551
Télé Z	4 602	8,9	2 215	2 387	789	4 681	4 897
Femme Actuelle	4 362	8,5	1 005	3 357	894	4 447	4 790
Télé Loisirs	4 327	8,4	1 912	2 415	971	4 474	4 599
Télé Star	3 564	6,9	1 521	2 043	745	3 829	3 952
Paris Match	3 482	6,8	1 359	2 123	837	3 442	3 686
Closer	3 082	6,0	916	2 166	697	3 090	3 332
Voici	2 893	5,6	847	2 046	651	2 949	3 115
Télérama	2 562	5,0	1 188	1 373	986	2 435	2 427
Le Nouvel Observateur	2 454	4,8	1 312	1 142	775	2 423	2 422
Public	2 253	4,4	574	1 679	467	2 366	2 445
Elle	2 101	4,1	429	1 672	696	2 153	2 152
L'Equipe Magazine	2 080	4,0	1 678	402	610	2 179	2 318
Gala	2 048	4,0	481	1 567	471	2 094	2 099
Auto Plus	2 017	3,9	1 617	400	656	2 120	2 134
L'Express	1 993	3,9	1 104	889	631	2 001	2 078
Télé Poche	1 959	3,8	845	1 114	365	2 044	2 163
Le Point	1 946	3,8	1 133	813	631	1 928	2 101
Maxi	1 918	3,7	388	1 531	274	1 989	2 232
Télécâble Sat Hebdo	1 794	3,5	894	900	375	1 832	1 839
Le Figaro Magazine	1 777	3,5	870	907	446	1 875	1 932
M le magazine du Monde	1 613	3,1	865	748	597	1 648	1 611
Madame Figaro	1 286	2,5	408	877	318	1 290	1 390
Aujourd'hui en France Magazine/Le Parisien Magazine*	1 282	2,5	667	615	347	-	-
Marianne	1 259	2,4	746	513	464	1 439	1 478
France Football	1 256	2,4	1 078	178	285	1 274	1 202
Télé Magazine	1 235	2,4	575	660	233	1 202	1 199
France Dimanche	1 229	2,4	376	853	135	1 281	1 313
Ici Paris	1 203	2,3	343	860	143	1 212	1 349
Nous Deux	1 128	2,2	236	892	110	1 240	1 276
Rustica	1 085	2,1	489	596	188	1 145	1 156
Courrier International	1 009	2,0	585	424	463	971	916
Grazia	797	1,5	117	680	207	888	862
VSD	779	1,5	371	408	200	881	968
Pèlerin	753	1,5	306	448	82	751	764
Point de Vue	749	1,5	179	570	130	770	799
L'Argus	663	1,3	522	141	231	755	789
La Vie	591	1,1	224	367	97	572	555
Challenges	586	1,1	398	188	209	611	567
Les Inrockuptibles	481	0,9	314	167	238	454	440
A Nous Réseau ¹	438	0,9	159	280	172	499	467
L'Officiel des Spectacles	399	0,8	166	233	124	431	424

¹ L'audience de ce couplage correspond à l'audience dédupliquée des 4 éditions du titre A Nous ! (A Nous Paris, A Nous Lille, A Nous Lyon et A Nous Aix – Marseille).

* Couplage

** Depuis le cumul 2013, l'audience inclut les versions pdf

L'audience des Magazines (2/3)

	2013/2014**					2013	2012/2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Bimensuels (LDP)							
Télé 2 Semaines	3 522	6,8	1 462	2 061	671	3 760	3 853
TV Grandes Chaînes	2 539	4,9	1 017	1 522	470	2 715	2 749
Oops !	1 879	3,6	515	1 364	289	2 016	2 218
01Net	1 641	3,2	1 251	390	619	1 520	-
L'Auto Journal	1 194	2,3	1 018	176	433	1 198	1 213
Gourmand	660	1,3	154	506	189	764	943
Magazines Mensuels (LDP)							
Cuisine Actuelle	3 954	7,7	851	3 103	946	3 958	4 014
Science et Vie	3 757	7,3	2 167	1 589	1 354	3 672	3 829
GEO	3 753	7,3	1 900	1 853	1 301	3 918	4 079
Notre Temps	3 274	6,4	958	2 316	296	3 437	3 603
Santé Magazine	3 081	6,0	768	2 313	702	2 984	3 156
Ca M'Intéresse	3 058	5,9	1 341	1 716	1 008	3 084	3 164
Top Santé	2 612	5,1	615	1 997	636	2 463	2 778
Pleine Vie	2 535	4,9	536	1 999	258	2 633	2 740
Sciences et Avenir	2 520	4,9	1 519	1 001	925	2 491	2 555
Marie Claire	2 517	4,9	455	2 062	757	2 691	2 827
Modes & Travaux	2 468	4,8	401	2 067	570	2 522	2 741
Télé 7 Jeux	2 430	4,7	949	1 481	468	2 512	2 570
Psychologies Magazine	2 329	4,5	676	1 653	1 009	2 394	2 497
Auto Moto	2 207	4,3	1 735	472	614	2 175	2 251
Femme Actuelle Jeux	2 033	3,9	505	1 528	364	2 112	2 167
Dossier Familial	1 992	3,9	744	1 248	486	2 089	2 117
Capital	1 910	3,7	1 084	826	769	1 967	1 940
L'Automobile Magazine	1 855	3,6	1 488	367	604	1 819	1 937
Avantages	1 814	3,5	240	1 573	550	1 829	1 863
Le Particulier	1 809	3,5	944	865	431	1 729	1 664
National Geographic	1 779	3,5	1 121	658	627	1 778	1 809
Prima	1 763	3,4	207	1 556	429	1 901	2 034
Le Chasseur Français	1 657	3,2	1 029	628	284	1 723	1 741
Mon Jardin & Ma Maison	1 578	3,1	479	1 100	437	1 642	1 764
Cosmopolitan	1 563	3,0	219	1 344	531	1 711	1 798
Bien-Etre & Santé	1 372	2,7	327	1 045	248	1 348	1 441
Vogue	1 370	2,7	286	1 084	337	1 448	1 433
L'Ami des Jardins et de la Maison	1 283	2,5	422	861	331	1 371	1 479
Glamour	1 244	2,4	162	1 082	299	1 386	1 520
Système D	1 164	2,3	725	439	376	1 253	1 280
TGV Magazine	1 142	2,2	645	497	551	1 078	1 076
Marie France	1 111	2,2	207	904	253	1 155	1 205
Biba	1 018	2,0	140	878	379	1 106	1 135
Be	986	1,9	119	867	228	1 124	1 145
Première	962	1,9	488	473	393	1 023	983
Mieux Vivre Votre Argent	944	1,8	555	389	315	981	1 009
Réponse à Tout !	913	1,8	402	511	244	999	1 069
Alternatives Économiques	858	1,7	478	380	365	827	813
La Revue Nationale de la Chasse	754	1,5	526	228	127	823	907
Enjeux les Echos	698	1,4	469	229	329	749	767
Sport Auto	694	1,3	608	87	168	820	989
Studio Magazine - Ciné Live	660	1,3	364	297	256	708	713
Selection Reader's Digest	586	1,1	286	300	74	679	779

** Depuis le cumul 2013, l'audience inclut les versions pdf

L'audience des Magazines (3/3)

	2013/2014**					2013	2012/2013
	Ensemble		dont : Hommes	dont : Femmes	dont : CSP+i	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén. (%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Mensuels (suite et fin) (LDP)							
Rock and Folk	540	1,0	362	179	219	546	594
L'Expansion	535	1,0	353	181	220	535	513
GQ	517	1,0	335	182	199	481	473
Le Revenu Placements	448	0,9	307	140	177	434	498
Questions de Femmes	432	0,8	44	388	100	479	518
Management	416	0,8	240	176	229	379	372
Intérêts Privés	416	0,8	242	174	110	459	444
Magazines Bimestriels (LDP)							
Marmiton	3 337	6,5	1 016	2 320	958	2 879	2 713
Art & Décoration	3 021	5,9	969	2 052	954	3 166	3 383
Maison et Travaux	2 857	5,5	1 077	1 780	953	2 966	3 112
Elle Décoration	2 074	4,0	426	1 648	751	2 023	2 154
Marie Claire Maison	1 926	3,7	356	1 570	615	2 023	2 044
Marie Claire Idées	1 765	3,4	239	1 526	589	1 813	1 930
Détente Jardin	1 452	2,8	546	906	353	1 463	1 526
Cuisine et Vins de France	1 280	2,5	514	766	459	1 334	1 336
Le Journal de la Maison	1 201	2,3	294	907	434	1 217	1 332
Elle à Table	1 144	2,2	232	911	431	1 183	1 134
Famili	1 073	2,1	139	934	301	1 165	1 282
Maison Créative	1 002	1,9	265	737	334	1 106	1 159
InfoBébés / InfoCrèche ¹	972	1,9	146	826	297	1 015	1 066
Famille et Education	936	1,8	247	689	365	1 056	1 051
Maisons Côté Sud	864	1,7	272	593	381	913	1 073
Infobébés	806	1,6	115	690	244	824	872
Maisons Côté Ouest	799	1,6	263	536	337	776	866
Détours en France	769	1,5	311	458	218	846	869
Prima Maison	697	1,4	72	625	204	745	834
Régal	691	1,3	226	465	259	688	690
Campagne Décoration	670	1,3	151	519	214	682	778
AD Architectural Digest	496	1,0	206	290	247	462	491
Votre Beauté	483	0,9	46	438	97	549	614
Maison Française Magazine ²	437	0,8	148	289	158	517	543
Infocrèche	378	0,7	54	324	111	461	489
Magazines Trimestriels (LDP)							
Vies de Famille	6 603	12,8	1 749	4 854	1 612	7 173	7 437
Maisons Côté Est	510	1,0	154	356	210	481	474
Résultats provisoires sur 6 mois (LDP)							
Jeux Vidéo Magazine (Mensuel) ³	1 403	2,7	1 154	249	290	-	-
Maxi Cuisine (Bimestriel) ⁴	1 832	3,6	332	1 501	351	-	-
Parents (Bimestriel) ⁴	2 115	4,1	423	1 691	664	-	-
Du Côté de Chez Vous (Trimestriel) ⁴	2 961	5,8	1 217	1 743	966	-	-

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

² Ce titre a été étudié sous le nom Maison Française jusqu'au 31 décembre 2013

³ Nouveau titre. Ce titre a fait l'objet d'une procédure d'injection de données sur la période manquante (2^{ème} sem. 2013) à partir des données recueillies (1^{er} sem. 2014).

⁴ Ces titres ont changé de périodicité au 1er janvier 2014. Ces titres ont fait l'objet d'une procédure d'injection de données sur la période manquante (2^{ème} sem. 2013) à partir des données recueillies (1^{er} sem. 2014).

** Depuis le cumul 2013, l'audience inclut les versions pdf



AUDIPRESSE ONE GLOBAL V3 2014

L'audience globale des marques de presse ONE 2013/2014 // MNR-PIM Médiamétrie Avril 2014

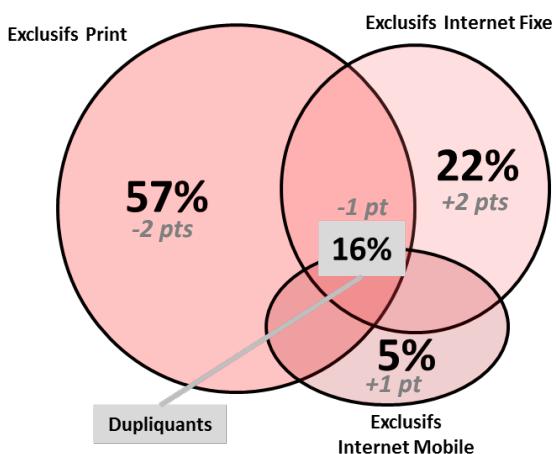
AudiPresse publie la troisième vague 2014 des résultats d'audience AudiPresse ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse. Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir des trois études de référence, AudiPresse ONE pour le print, le panel Internet Fixe Médiamétrie//NetRating et le Panel Internet Mobile de Médiamétrie.

Les résultats print proviennent du cumul ONE 2013/2014 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-PIM d'avril 2014.

Attention : compte tenu des circonstances du recueil de la donnée MNR par Médiamétrie aux mois de mai et juin 2014, la fusion initialement prévue avec les données MNR de juin n'a pu atteindre les critères de qualité définis par le CESP. La fusion AudiPresse ONE Global V3 2014 est donc réalisée sur la donnée d'avril 2014.

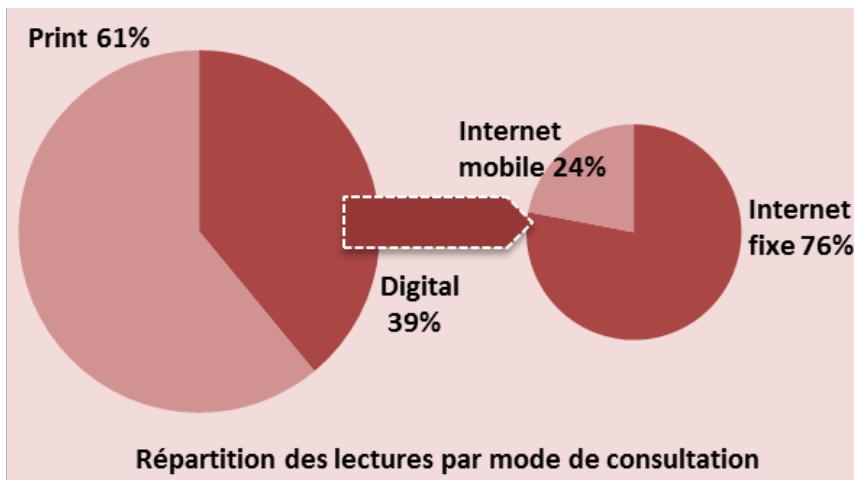
Les chiffres clés d'AudiPresse ONE Global V3 2014

Stabilité des audiences des marques de presse



L'audience globale des marques de presse Print + Numérique est stable par rapport aux résultats de la vague précédente (-0,07%).

A noter, en comparaison avec la V2 publiée également sur la donnée MNR/PIM d'avril 2014, les évolutions constatées reposent essentiellement sur les nouvelles données presse ONE 2013/2014. Ce changement fait en particulier évoluer les taux de duplications (communs / exclusifs).



La lecture papier reste majoritaire. En moyenne elle représente 61% des lectures d'une marque de presse (vs 63% il y a 3 mois).

Les lectures digitales avec 39% des lectures (vs 37%) continuent donc de progresser.

Des lecteurs « multi-readers » : Plus d'1/3 des lecteurs d'une marque en numérique la lisent aussi en Print



35%

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 Internet Fixe de Médiamétrie//NetRatings 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 remplacent les indicateurs d'habitudes de consultation anciennement publiés dans ONE.

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 (à l'exception de cette V3 compte tenu des circonstances de recueil du panel MNR de mai et juin 2014).

Brand One Global ¹	Brand ONE Global ² 30 jours	Dont		
		Print 30 jours ³	Internet Fixe ⁴ 30 jours	Internet Mobile ⁵ 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	41 231	37 966	15 354	5 511
Le Figaro	16 752	8 574	9 388	3 237
Femme Actuelle	16 438	13 765	4 118	475
20 Minutes	15 342	11 015	5 412	1 994
Le Monde	15 298	9 041	7 964	3 202
Télé Loisirs	14 575	7 472	6 801	3 390
Aujourd'hui en France / Le Parisien	14 570	8 272	6 328	3 229
Total PHR	13 815	12 590	2 169	-
L'Equipe	13 523	9 551	5 089	3 678
Le Nouvel Observateur	12 355	6 361	6 754	1 742
Paris Match	11 895	11 493	798	-
L'Express	11 502	6 326	5 993	1 373
Voici	11 102	9 490	2 111	417
Marmiton	10 748	2 251	7 728	2 279
Télé 7 Jours	10 745	9 909	324	1 087
Closer	10 279	8 599	2 220	615
Metronews*	9 931	6 653	2 879	1 748
Le Point	9 239	5 494	4 015	1 325
Elle	9 092	7 351	2 219	482
Ouest-France	8 753	5 825	3 685	990
Gala	8 180	7 340	1 238	-
Public	7 887	5 674	2 579	1 026
Libération	7 260	4 668	3 218	949
Direct Matin	6 896	6 722	431	-
Auto Plus	6 625	6 002	1 064	379
Les Echos	6 316	2 836	3 495	1 202
Télé 2 Semaines	5 721	4 610	1 090	349
Télérama	4 972	3 983	1 392	414
Marie Claire	4 832	3 405	1 840	-
Sud Ouest	4 503	2 876	1 925	787
La Voix du Nord	4 310	2 660	1 703	859
La Dépêche du Midi	4 161	2 033	2 343	649
GEO	4 042	3 753	462	-
Première	3 952	962	2 711	683

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédupliquée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Avril 2014 – PIM Avril 2014

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 Avril 2014)

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

Brand One Global ¹	Brand ONE Global ² 30 jours	dont Print 30 jours ³	Dont Internet Fixe ⁴ 30 jours	Dont Internet Mobile ⁵ 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Marianne	3 781	3 621	329	-
Notre Temps	3 770	3 274	776	-
Cosmopolitan	3 733	1 563	2 181	567
Rustica	3 563	2 830	1 062	-
Top Santé	3 537	2 612	866	278
Le Dauphiné	3 499	2 704	1 186	420
Psychologies Magazine	3 446	2 329	1 371	-
Challenges	3 233	1 571	1 666	322
Le Progrès	3 027	2 302	972	327
Grazia	3 022	2 338	893	-
Courrier International	2 999	2 713	624	-
Midi Libre	2 824	1 912	1 148	387
Capital	2 804	1 910	1 062	-
Parents	2 758	1 612	1 062	380
Le Journal du Dimanche	2 552	2 151	540	-
La Provence	2 257	1 811	629	242
Le Télégramme	2 235	1 423	963	281
Les Inrockuptibles	2 201	1 511	780	220
La Nouvelle République	2 164	1 498	975	291
Côté Maison	1 971	851	1 177	-
La Croix	1 855	1 539	586	-
Glamour	1 630	1 244	534	-
La Montagne	1 608	1 344	595	-
L'Est Républicain	1 572	1 256	624	-
L'Indépendant	1 468	1 253	440	-
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 434	1 171	538	-
Système D	1 411	1 164	403	-
Be	1 246	986	341	-
Nice Matin	1 086	959	315	-
Le Courrier Picard	1 056	869	397	-
GQ	1 028	517	646	-
L'Union / l'Ardennais	1 020	871	376	-
Famili	999	664	441	-
Le Bien Public	675	382	480	-
Le Journal de Saône et Loire	674	517	390	-

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédupliquée ONE 2013/2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR Avril 2014 – PIM Avril 2014

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 Avril 2014)

⁵ Indicateur Internet Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Avril 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
Aujourd'hui en France/Le Parisien	Aujourd'hui en France / Le Parisien	Aujourd'hui en France Dimanche / Le Parisien Dimanche	TV Magazine le Parisien	Aujourd'hui en France Magazine/Le Parisien Magazine	Brand Le Parisien	Brand Le Parisien
Auto Plus	Auto Plus				Brand Auto Plus	Brand Auto Plus
Be	Be				Brand Be	
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
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	
Le Courier Picard	Le Courier Picard	Le Courier Picard Dimanche	Tv Magazine Courrier Picard		Brand Courier 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 Dimanche	TV Magazine La Dépêche du 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 Hellcoton
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro	Brand Figaro	Brand Le Figaro
Gala	Gala				Brand Gala	
GEO	GEO				Brand Géo	
Glamour	Glamour				Brand Glamour	
GQ	GQ				Brand GQ	
Grazia	Grazia				Brand Grazia	
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimache	TV Magazine L'Indépendant		Brand L'Independant	
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand Les Inrockuptibles	Brand Les Inrockuptibles
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche				Brand du Journal du Dimanche	
Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire Dimanche	TV Magazine Saône et Loire Dimanche		Brand Journal de Saône et Loire	
Libération	Libération				Brand Libération	Brand Libération
Marianne	Marianne				Brand Marianne	

Composition des Brands ONE Global

Liste des Brands						
Libellé Brand	Titre(s)				Internet Fixe	Internet Mobile
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire	
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton	Brand Marmiton
Metronews	Metronews				Brand Metronews	Brand Metronews
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, IMidi 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	
	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/Inf ocrèches			Brand Parents	Brand Parents
Paris Match	Paris Match				Brand Match	
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	Parent 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
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	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	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	
L'Union / l'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine Ardennes		Brand L'Union	
	l'Ardennais	l'Ardennais Dimanche	TV Magazine L'Union			
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



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

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

Standard 01 44 50 02 70