

AUDIPRESSE ONE GLOBAL V2 2015

L'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2014 // MNR - Médiamétrie - Données Avril 2015

L'ARRIVÉE DE L'AUDIENGE TABLETTE DANS ONE GLOBAL

A l'occasion de cette deuxième vague de publication de l'année 2015, l'étude ONE Global intègre désormais aussi l'audience des marques de presse sur tablette. Avec cette innovation, tout l'écosystème des marques de presse est présent dans ONE Global au travers des 4 supports : print, ordinateur, mobile et tablette.

DES RÉSULTATS ENRICHIS : L'AUDIENGE ONE GLOBAL 4 SUPPORTS

ONE Global mesure donc la totalité de l'audience des marques de presse. Sur cette vague, l'apport d'audience exclusive amenée par les lectures/consultations sur tablette est ainsi estimé à 7% en moyenne sur les marques concernées.

UN DISPOSITIF MÉTHODOLOGIQUE INCHANGÉ

Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir des quatre études de référence avec AudiPresse ONE pour le print, le panel Internet Fixe Médiamétrie//NetRatings, le Panel Internet Mobile et le Panel Tablette de Médiamétrie.

Les résultats print proviennent de ONE 2014 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-Panel Internet Mobile-Panel Tablette Médiamétrie d'avril 2015.

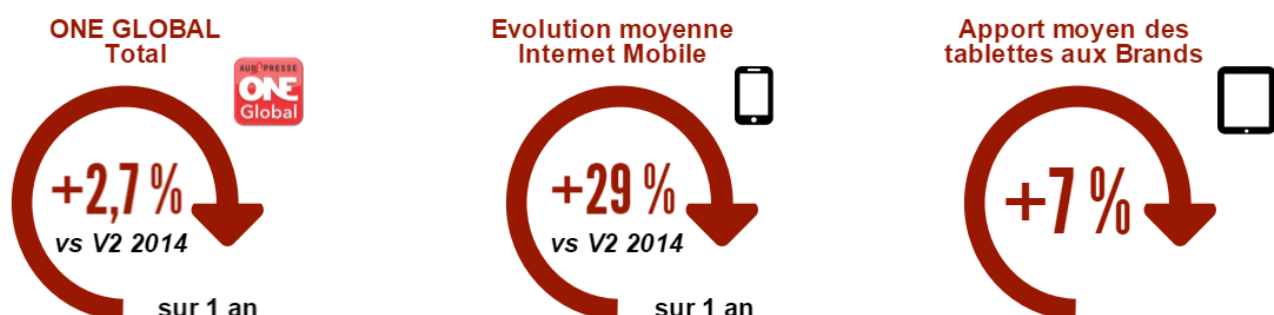
AUDIENGE GLOBALE

des marques de presse

L'audience moyenne des marques de presse en hausse de 2,7% sur un an

L'audience globale des marques de presse Print + Numérique affiche une évolution de +2,7% par rapport à ONE Global V2 2014. Cette hausse est portée en particulier par l'arrivée de la tablette dans la mesure numérique.

A périmètre équivalent (sans le Panel Tablette), l'audience moyenne des marques de presse est également en hausse sur 1 an (+0.4%). A univers constant, c'est le mobile qui connaît l'évolution la plus sensible, à +29%.



EVOLUTION D'AUDIENCE PAR FAMILLE

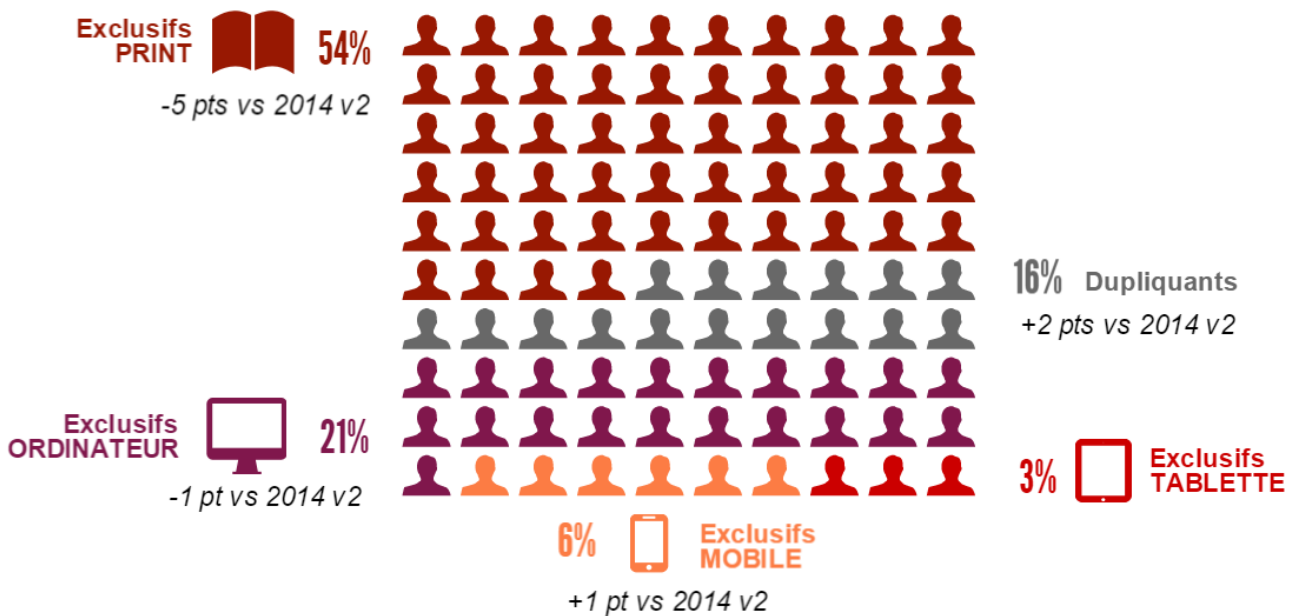
sur un an (2015 V2 vs 2014 V2)

	Avec Tablette	Sans Tablette
Quotidiens Régionaux (PQR66)	+ 1,7%	+ 0,8%
Quotidiens Nationaux	+ 6,8%	+ 2,9%
Hebdomadaires Régionaux (Total PHR)		- 4,5%
Total Magazines	+ 1,9%	- 0,4%
Magazines News	+ 8,9 %	+ 1,8%
Magazines Actualité / Economie		+ 8,2%
Magazines Féminins	- 1,8%	- 2,8%
Magazines People		- 1,4%
Magazines Santé / Famille		+ 4,9%
Magazines Loisirs / Centres d'intérêts		- 9,3%
Magazines Télévision	+ 3,9%	- 1,8%

A univers de
marques constant

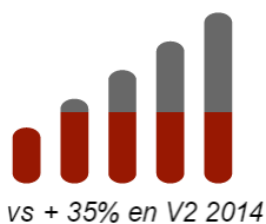
RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS

d'une marque de presse



APPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE

du digital



+ 43 %

Pour 100 lecteurs Print en moyenne, le digital apporte 43 lecteurs supplémentaires.

LA LECTURE DIGITALE

selon les profils



65%

des Français, soit 33 millions d'individus, lisent au moins une marque de presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette)

NOUVEAU

FOCUS TABLETTE

Près de 10 millions de Français lecteurs de presse sur tablette



18%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur tablette

Tablonautes sur au moins une marque de presse

	Cibles	Ind.
	Hommes CSP+	164
	CSP+	161
	25-49 ans avec enfant de moins de 15 ans	159
	25-49 ans	141
	Actifs	133

Tablonautes Exclusifs

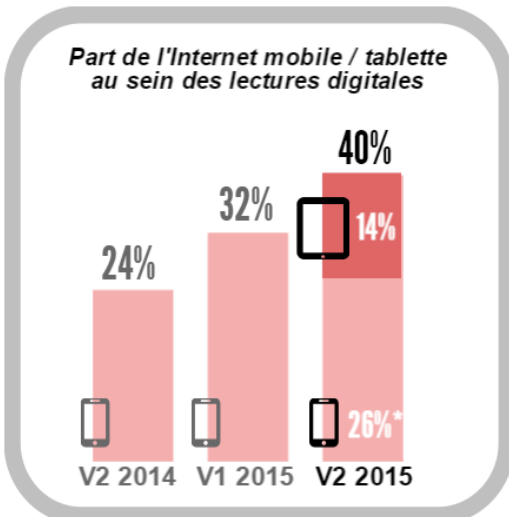
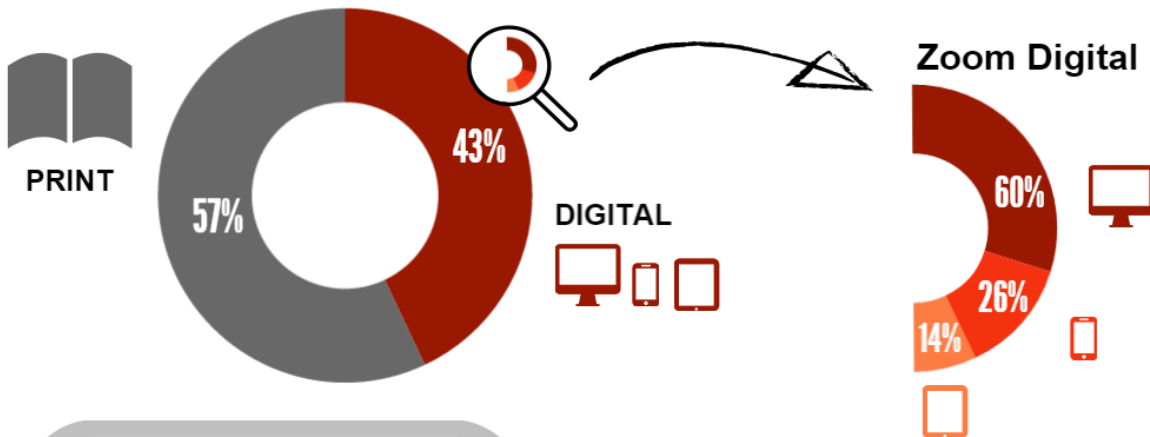
	Cibles	Ind.
	Ménagères avec enfant de moins de 15 ans	150
	50-64 ans	145
	CSP+	138
	Agg. Paris	122
	Femmes	111



RÉPARTITION DES LECTURES

par mode de consultation

Les lectures presse sur papier représentent 57% des lectures, contre 43% pour les lectures digitales (ordinateur, mobile ou tablette).



Parmi les modes d'accès digitaux à la presse, l'ordinateur reste le support privilégié : il représente 60% des lectures numériques. Les lectures sur mobile sont à 26% et les lectures sur tablette à 14%.

Les lectures sur les supports de mobilité (mobile ou tablette) continuent de progresser. Sur cette dernière vague, elles représentent 40% des lectures numériques des marques de presse.

* Attention, l'audience des tablettes n'était pas publiée auparavant ce qui modifie l'univers de référence.

PRÉSENTATION DE L'ETUDE 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, du panel Internet Mobile et du panel Tablette 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-Médiamétrie à chaque publication.

PROCHAINES PUBLICATIONS

- ONE GLOBAL V3 2015 (ONE 2014-2015/MNR-Médiamétrie - données Juin 2015) : 24 Septembre 2015
- ONE GLOBAL V4 2015 (ONE 2014-2015/MNR-Médiamétrie - données Octobre 2015) : 14 Janvier 2016

Source : AUDIPRESSE ONE GLOBAL - produit par Médiamétrie, basé sur les données AUDIPRESSE ONE 2014- MEDIAMETRIE//NETRATINGS - MEDIAMETRIE - Données Avril 2015, Copyright AudiPresse



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)

Brand One Global ¹	ONE Global V2 2015					ONE Global V2 2014*
	Brand ONE Global ²	dont Print ³	Dont Ordinateur ⁴	Dont Mobile ⁵	Dont Tablette ⁶	Brand ONE Global ⁷
	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR66	42 078	37 660	15 738	9 098	4 929	41 371
Le Figaro	18 276	8 749	9 463	4 110	2 681	16 537
20 Minutes	17 974	10 916	6 731	3 777	2 559	15 367
Femme Actuelle	16 915	13 582	3 647	921	1 204	16 511
Le Monde	16 206	9 097	7 537	3 778	2 587	14 909
Télé Loisirs	15 658	7 124	6 309	3 862	2 783	14 723
Le Parisien/Aujourd'hui en France	14 993	8 097	6 228	3 153	1 724	14 494
L'Equipe	14 249	9 475	5 359	4 234	1 818	13 497
Le Nouvel Observateur	13 637	6 294	6 474	2 553	1 991	12 295
L'Express	13 566	6 256	6 147	2 304	2 427	11 518
Total PHR	13 111	12 370	1 507	-	-	13 727
Paris Match	12 724	11 426	1 619	506	-	11 680
Marmiton	12 186	2 528	6 612	2 742	3 139	-
Télé 7 Jours	11 875	9 633	1 723	1 107	1 119	10 939
Voici	11 208	9 398	2 306	525	-	11 150
Version Femina	11 022	10 914	240	-	-	11 678
Metronews	10 653	6 887	3 140	2 391	-	10 487
Closer	9 971	8 522	1 859	760	-	10 049
Le Point	9 905	5 606	3 692	1 461	1 164	9 103
Elle	9 503	7 312	2 522	746	-	9 010
Ouest-France	8 885	5 809	3 595	1 234	-	8 496
Gala	8 517	7 113	1 753	306	-	8 208
Public	7 589	5 459	2 156	1 205	-	7 976
Direct Matin	6 908	6 795	261	-	-	6 911
Libération	6 809	4 722	2 402	1 098	-	7 152
Auto Plus	6 717	5 811	1 281	411	-	6 778
Les Echos	6 681	2 865	3 117	1 049	1 074	6 165
Télérama	5 370	4 064	1 654	496	-	4 802
Télé 2 Semaines	5 355	4 384	922	336	-	5 978
Marie Claire	4 911	3 371	1 622	327	-	4 981
Sud Ouest	4 718	2 903	1 953	1 023	-	4 602
Top Santé	4 313	2 940	1 221	502	-	3 406
La Voix du Nord	4 287	2 736	1 738	788	-	4 383
La Dépêche du Midi	4 148	1 990	2 314	777	-	4 144
GEO	3 897	3 696	308	-	-	4 212
Notre Temps	3 882	3 152	1 015	-	-	3 905
Le Dauphiné	3 528	2 598	1 126	612	-	3 494

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 – Médiamétrie - données Avril 2015

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

⁴ Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR Avril 2015)

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

⁶ Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Avril 2015)

⁷ Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Avril 2014

* En 2014, la valeur des Brands n'incluait pas les données Tablette



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)

Brand One Global ¹	ONE Global V2 2015					ONE Global V2 2014*
	Brand ONE Global ²	dont Print ³	Dont Ordinateur ⁴	Dont Mobile ⁵	Dont Tablette ⁶	Brand ONE Global ⁷
One 2014//MNR Avril 2015//Panel Internet Mobile Avril 2015//Panel Tablette Avril 2015	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours	30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Psychologies Magazine	3 527	2 308	1 246	386	-	3 465
Rustica	3 434	2 759	1 054	-	-	-
Marianne	3 336	3 197	261	-	-	4 236
Challenges	3 247	1 533	1 627	474	-	3 156
Courrier International	3 202	2 740	733	262	-	2 900
France Football	3 113	2 795	337	400	-	-
Le Progrès	3 036	2 277	1 007	392	-	3 064
Première	2 983	948	1 718	583	-	3 998
Cosmopolitan	2 981	1 556	1 224	596	-	3 860
Parents	2 849	1 546	1 164	475	-	3 094
Le Journal du Dimanche	2 754	2 252	645	-	-	2 599
Grazia	2 754	2 288	558	146	-	3 141
Midi Libre	2 752	1 867	1 119	455	-	2 834
Capital	2 683	1 882	874	182	-	2 824
Les Inrockuptibles	2 409	1 561	870	476	-	2 016
La Nouvelle République	2 184	1 508	903	414	-	2 111
La Provence	2 059	1 829	479	-	-	2 225
Le Télégramme	2 028	1 456	768	283	-	2 222
La Montagne	1 868	1 364	714	268	-	1 610
Côté Maison	1 796	934	933	-	-	1 973
La Croix	1 793	1 541	453	-	-	1 728
L'Est Républicain	1 607	1 243	534	277	-	1 663
Système D	1 566	1 202	555	-	-	-
L'Indépendant	1 461	1 247	462	-	-	1 466
Les DNA/Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 380	1 129	481	-	-	1 453
Glamour	1 362	1 208	239	-	-	1 755
Nice Matin	1 281	967	386	333	-	1 070
Le Républicain Lorrain	1 230	1 057	348	-	-	-
Paris Normandie	1 052	845	388	-	-	-
Le Courrier de l'Ouest	989	869	284	-	-	-
Le Courrier Picard	987	867	262	-	-	1 073
Famili	962	683	375	-	-	1 037
L'Alsace	961	764	333	-	-	1 131
L'Union / L'Ardennais	906	828	256	-	-	1 018
GQ	875	550	419	-	-	983
Le Journal de Saône et Loire	717	514	461	-	-	653
Le Bien Public	615	374	438	-	-	673
La Charente Libre	483	327	325	-	-	648

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 – Médiamétrie - données Avril 2015

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

⁴ Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR Avril 2015)

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

⁶ Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie Avril 2015)

⁷ Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2014 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données Avril 2014

* En 2014, la valeur des Brands n'inclut pas les données Tablette

COMPOSITION DES BRANDS



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Ordinateur	Mobile	Tablette
20 Minutes	20 Minutes				Brand 20 Minutes	Brand 20 Minutes	Brand 20 Minutes
Auto Plus	Auto Plus				Brand Auto Plus	Brand Auto Plus	
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace		Brand L'Alsace		
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public		Brand Le Bien Public		
Capital	Capital				Brand 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		
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Dimanche	TV Magazine Ouest		Brand Le Courrier de l'Ouest		
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 Le 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		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		



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Ordinateur	Mobile	Tablette
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Enjeux les Echos			Brand Les Echos	Brand Les Echos	Brand Les Echos
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	Brand L'Equipe
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain lundi	TV Magazine L'Est Républicain		Brand L'Est Républicain	Brand L'Est Républicain	
	Le Pays	Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express				Brand L'Express	Brand L'Express	Brand L'Express
Famili	Famili				Brand Famili		
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle		Brand Femme Actuelle Hellocton	Brand Femme Actuelle	Brand Femme Actuelle
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro	Brand Le Figaro	Brand Le Figaro	Brand Le Figaro
France Football	France Football				Brand France Football	Brand France Football	
Gala	Gala				Brand Gala	Brand Gala	
GEO	GEO				Brand GEO		
Glamour	Glamour				Brand Glamour		
GQ	GQ				Brand GQ		
Grazia	Grazia				Brand 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 de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire Dimanche	TV Magazine Saône et Loire Dimanche		Brand Le Journal de Saône et Loire		
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche				Brand Le Journal du Dimanche		
Libération	Libération				Brand Libération	Brand Libération	
Marianne	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	Brand Marmiton
Metronews	Metronews				Brand Metronews	Brand Metronews	

COMPOSITION DES BRANDS



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Ordinateur	Mobile	Tablette
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	Brand Le Monde
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne	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	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	Brand Le Parisien
Le Point	Le Point				Brand 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	Pack PQR66
Première	Première				Brand Première	Brand Première	



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)			Ordinateur	Mobile	Tablette	
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		
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine				Brand Psychologies	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	Brand Télé 2 semaines	
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux			Brand Télé 7 Jours	Brand Télé 7 Jours	Brand Télé 7 Jours
Télé Loisirs	Télé Loisirs				Brand 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				
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	



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