****

**Note méthodologique**

**Etude ONE 2017**

Sommaire

[1. Objectifs de l’étude ONE - 3 -](#_Toc509498652)

[2. Univers de l’étude - 3 -](#_Toc509498653)

[3. Recrutement - 3 -](#_Toc509498654)

[3.1 Déroulement - 3 -](#_Toc509498655)

[3.2 Plan de sondage - 4 -](#_Toc509498656)

[3.3 Base d’enquête - 4 -](#_Toc509498657)

[3.4 Gestion des appels et classement des numéros - 5 -](#_Toc509498658)

[3.5 Système de motivation et de relances - 6 -](#_Toc509498659)

[3.6 Questionnaire de recrutement - 6 -](#_Toc509498660)

[4. Echantillon - 7 -](#_Toc509498661)

[4.1 Qualification - 7 -](#_Toc509498662)

[4.2 Quotas - 8 -](#_Toc509498663)

[5. Recueil d’audience - 8 -](#_Toc509498664)

[5.1 Questionnaire presse - 8 -](#_Toc509498665)

[5.2 Versions numériques - 10 -](#_Toc509498666)

[6. Recueil des Media Marché - 12 -](#_Toc509498667)

[7. Terrain de l’étude - 13 -](#_Toc509498668)

[7.1 Terrain réalisé - 13 -](#_Toc509498669)

[7.2 Les briefings et les contrôles - 14 -](#_Toc509498670)

[7.2.1 Les briefings et les contrôles téléphoniques (CATI) - 14 -](#_Toc509498671)

[7.2.2 Les contrôles téléphoniques à postériori - 14 -](#_Toc509498672)

[8. Redressement de l’échantillon - 14 -](#_Toc509498673)

[9. Modélisation de l’audience / Interruption de parution - 15 -](#_Toc509498674)

[10. Restitutions des résultats ONE - 16 -](#_Toc509498675)

[10.1 Règle de publication - 16 -](#_Toc509498676)

[10.2 Significativité des résultats - 16 -](#_Toc509498677)

[Liste des titres dans ONE 2017 - 18 -](#_Toc509498678)

[Changements des titres étudiés au 30 Juin 2017 - 34 -](#_Toc509498679)

# Objectifs de l’étude ONE

L’étude ACPM ONE est l’étude d’audience unique de référence des marques de Presse en France.

Elle a pour objectif de mesurer la lecture de la presse et de ses versions numériques, de quantifier l’audience des principaux titres de presse et de qualifier leur lectorat.

Elle est réalisée par l’ACPM à la demande de toutes les familles de Presse Grand Public :

* Presse Quotidienne Régionale (PQR)
* Presse Quotidienne Nationale (PQN)
* Presse Gratuite d’Information (PGI)
* Presse Hebdomadaire Régionale (PHR)
* Presse Magazine

# Univers de l’étude

L’univers de l’étude est constitué des individus résidant en France métropolitaine, âgés de 15 ans[[1]](#footnote-1) ou plus, sur une base annuelle et nationale.

Cette population a été estimée au 1er janvier 2017 par le CESP à 52 440 000 personnes, à partir des données de l’INSEE disponibles les plus récentes :

* Le Bilan Démographique au 1er janvier 2017 pour la réactualisation des effectifs par sexe et par âge
* L'Enquête Emploi 2014 pour la structure par PCS, l'effectif du foyer et la proportion de ménagères
* Le Recensement de 2013 pour le taux d’appartenance à un ménage ordinaire par année de naissance et la structure par catégorie d’habitat
* Les estimations INSEE au 13 janvier 2017 pour la répartition par région INSEE

# Recrutement

Cette phase s’effectue par **téléphone** et aboutit à l’envoi d’un questionnaire en ligne pour les internautes éligibles CAWI[[2]](#footnote-2) (voir ci-après les critères d’éligibilité).

## Déroulement

Les individus sont appelés à leur domicile principal de 17 heures à 21 heures du lundi au vendredi (10 heures à 16 heures le samedi). Les appels sur mobiles peuvent également être faits dans la journée (12 heures à 17 heures). La recherche s’effectue directement auprès de la personne qui prend l’appel si elle est qualifiée pour répondre (personne de plus de 15 ans).

Lors du recrutement, si la personne contactée est éligible CAWI, l’enquêteur propose l’envoi d’un lien comprenant l’accès aux questionnaires. Un dispositif technique permet de passer instantanément du questionnaire CATI au questionnaire CAWI par l’envoi d’un lien, et d’utiliser les réponses obtenues lors de la phase téléphonique comme filtres pour la phase auto-administrée.

## Plan de sondage

Le plan de sondage est un plan à deux degrés :

Premier degré :

* Stratification : département x catégories d’agglomérations [[3]](#footnote-3) x poids de l’arrondissement
* Détermination du nombre de recrutement à réaliser par département, catégorie d’agglomération et arrondissement
* Tirage aléatoire de numéros de téléphone dans chacune des strates du plan de sondage

Deuxième degré :

* Désignation de la personne à interroger selon la méthode des quotas
* Objectifs de recrutement suivis au niveau national pour l’ensemble de l’échantillon:
	+ Sexe x âge (15-34 ans/ 35-59 ans / 60 ans ou +)
	+ Sexe x actif / inactif
	+ Contrôle du jour nommé

En début de terrain, les objectifs de recrutement sont gérés sur la base d’hypothèses de taux de réponses. En cours de terrain, les objectifs sont ajustés en fonction des taux de réponse effectifs.

## Base d’enquête

La réalisation du recrutement est organisée selon les modalités suivantes, pour tenir compte des spécificités techniques des installations téléphoniques et optimiser les modes d’accès, ceci qui permet de toucher un public le plus complet possible:

* Lignes téléphoniques classiques : les numéros sont obtenus par déclinaison (c’est-à-dire par la modification du dernier chiffre de celui-ci) des bases adresses disponibles de France Telecom/Orange.
* Listes rouges : Les numéros générés comme ci-dessus permettent de joindre naturellement des individus n’apparaissant dans aucune base.
* Dégroupés totaux : numéros ayant des racines particulière (09xxx) ou des intitulés plus traditionnels (01xx, 02xx, …) attribués par des opérateurs proposant un abonnement couplé à Internet et au téléphone. Ces numéros sont générés de manière à tenir compte du poids de chacun des opérateurs.
* Lignes mobile (25% de l’échantillon CATI): numéros commençant par 06 ou 07 et permettant de recruter des interviewés sur téléphone mobile pour prendre en compte l’évolution des comportements et toucher les cibles les plus difficiles. Ces numéros sont générés de manière à tenir compte du poids de chacun des opérateurs.
* Exclusifs mobiles : certains foyers choisissent de ne disposer d’aucune ligne fixe et utilisent exclusivement leur téléphone mobile. On leur propose aussi de participer à l’étude ONE. Les exclusifs mobiles sont identifiés dans l’échantillon d’appel sur lignes mobiles (voir ci-dessus)

## Gestion des appels et classement des numéros

Les appels téléphoniques sont classés en fonction du résultat obtenu selon les modalités suivantes :



**Consignes relatives aux appels sur numéros de téléphone fixe** :

Au premier appel, l’enquêteur doit prendre la composition du foyer en caractérisant chaque individu de 15 ans ou plus selon trois critères (sexe, âge en trois classes, actif/inactif).

Cette première étape a pour objectif :

* D’optimiser les chances d’obtenir une interview auprès des individus les plus difficiles à interroger
* De gérer les rappels en fonction des quotas recherchés et de ne pas appeler inutilement un numéro si aucune personne du foyer ne correspond à ces quotas

Si dans le foyer, aucune personne ne correspond aux quotas à respecter au moment de l’appel, le numéro est maintenu dans la base exploitable. Il sera rappelé ultérieurement (avec possibilité de prise de rendez-vous).

**Consignes relatives aux appels sur numéros de téléphone mobile** :

L’enquêteur s’assure au préalable que l’interviewé est dans de bonnes conditions pour réaliser l’interview.

Seul l’utilisateur principal du téléphone mobile peut être recruté.

Lors de la prise de contact, si la personne n’a pas de temps, l’enquêteur doit essayer de poser *à minima* les questions suivantes :

* Utilisateur principal du téléphone
* Sexe, âge en trois classe, actif/inactif

L’appel sur un mobile professionnel est possible à partir du moment où la personne contactée en dispose et peut s’en servir pour des motifs personnels.

## Système de motivation et de relances

Afin de motiver les personnes recrutées, il est proposé dans la présentation de l’étude la participation à une loterie permettant de gagner l’un des 800 chèques cadeau d’une valeur de 50 euros répartis sur l’année.

Un système de relances a été mis en place afin d’optimiser le taux de réponse selon le schéma suivant :

|  |  |
| --- | --- |
| **Jour d'intervention** | **Type de relance** |
| **Jour J** | **Recrutement CATI et envoi du lien** |
| **J+2** | **Relance par mail** |
| **J+3** | **Relance par mail** |
| **J+4** | **Relance téléphonique jusqu'au contact** |
| **J+6** | **Nouvelle relance mail si la relance téléphonique n'a pas donné lieu à un refus ou si nouvel envoi du lien** |
| **J+7** | **Idem** |

## Questionnaire de recrutement

Les questions posées dans le questionnaire de recrutement sont les suivantes :

* **Composition rapide du foyer** (pour identifier la personne la plus intéressante à interroger en termes de quotas)
	+ Sexe
	+ Age
	+ Activité des 15 ans et plus résidant au domicile)
* **Question Internet (Recrutement téléphonique)**
	+ Accès de connexion sur ordinateur/smartphone/tablette
	+ Habitude de connexion sur ordinateur/smartphone/tablette
	+ Date de dernière connexion sur ordinateur/smartphone/tablette
* **Lieux de Vie**[[4]](#footnote-4)
	+ Départements de résidence de l’individu
	+ Départements de travail ou d’études
	+ Départements professionnels fréquents
	+ Départements où l’individu dispose d’une résidence secondaire
	+ Départements où l’individu a des « attaches » (familiales…)
	+ Départements où il se rend régulièrement pour les weekends ou les vacances
	+ Départements où il s’est rendu au cours des 30 derniers jours (ex : vacances)
* Présence d’enfants de moins de 15 ans
* Profession de la personne recrutée
* Profession de la personne de référence du foyer (si différente)
* Niveau d’études
* Revenus du foyer
* Habitat
* Téléphonie (équipement/opérateur)
* Automobile
* Responsable des achats
* Confirmation et identification du numéro appelé (Orange/Autre opérateur/Liste rouge)
* Saisie de l’adresse email
* Présentation du questionnaire CAWI

# Echantillon

La taille théorique de l’échantillon total des répondants est de 30 000, avec un effectif minimum de 260 interviews fixé par département. La structure globale de l’échantillon est gérée par Ipsos Connect pour être conforme à la structure de la population des 15 ans ou plus.

L’échantillon annuel est réparti avec des objectifs de quotas et de répartition géographique propres à chacun correspondant à chaque semestre. Les personnes interviewées via un lien Internet (100% CAWI du 1er janvier 2017 au 31 décembre 2017)



## Qualification

Dans ce document, les interviewés sont dénommés « Internautes » et qualifiés de la manière suivante :

* **Internautes**: Personnes de 15 ans et plus (nées en 2003 et avant) qui déclarent avoir utilisé Internet chez eux ou ailleurs « Il y a moins d’1 mois », qui disposent d’un ordinateur ou d’une tablette tactile ou d’un smartphone et d’une adresse courriel permettant de recevoir un lien Internet ainsi qu’une liaison à haut débit nécessaire au bon déroulement de l’interview.

## Quotas

L’étude ONE est théoriquement constituée de 30 000 questionnaires d’audience complets en respectant les quotas suivants :

* Sexe x Activité en 4 positions (Homme actif ; Homme inactif ; Femme active ; Femme inactive)
* Sexe x Age en 6 positions (Homme 15 à 34 ans ; Femme 15 à 34 ans ; Homme 35 à 59 ans ; Femme 35 à 59 ans ; Homme 60 ans et + ; Femme 60 ans et +)

Un plan de sondage est établi avec les objectifs suivants :

* Nombre d’interviews par département
* Départements X catégories d’agglomération X poids de l’arrondissement
* Jour de remplissage du questionnaire d’audience

# Recueil d’audience

Le recueil d’audience est réalisé via u**n questionnaire en ligne** qui est consacré à l’audience de la presse et à la consultation des versions numériques des titres de presse.

A noter qu’il peut être rempli en plusieurs fois au cours de la même journée mais doit être validé avant 3 heures du matin (homogénéité des questionnements sur les lectures de la veille).

Pour rappel, la totalité des interviews sont réalisées en 100% CAWI.

## Questionnaire presse

Le questionnaire presse débute par une question filtre (lecture 12 derniers mois). Cette question est posée pour l’ensemble des titres mesurés dans l’étude ONE. Seuls les titres passant ce filtre sont étudiés plus avant dans le questionnaire.

*« Avez-vous personnellement lu, parcouru ou consulté, au cours des 12 derniers mois… ? »*

Pour cette question, les titres sont présentés aux interviewés en utilisant leur logo ainsi qu’une « base line » reprenant le titre exact de la publication. Les logos des titres sont regroupés par familles thématiques qui sont présentés dans l’ordre suivant :

* Presse Quotidienne Régionale (PQR)
* Presse Quotidienne Nationale (PQN)
* Presse Gratuite d’Information (PGI)
* Presse Quotidienne Régionale du 7ème jour (PQR7)
* Presse Quotidienne Nationale du 7ème jour (PQN7)
* Presse Hebdomadaire Régionale (PHR)
* Magazine (avec rotation des familles)

Au sein de chaque famille, les titres sont présentés dans un ordre aléatoire. Ce système de rotation vise à limiter les effets d’ordre.

Pour la presse magazine, un système de rotation est aussi instauré entre les familles thématiques de ces titres, ils sont classés en 15 thématiques :

**15 thématiques pour les magazines dans ONE 2017**



* Le nombre de titres est variable selon les thématiques : de 3 à 22 titres par thématiques en 2017. Ces thématiques sont elles-mêmes regroupées en 6 séquences (de 18 à 22 titres par séquence).
* L'ordre de présentation des séquences est aléatoire, l'ordre des thématiques à l'intérieur des séquences est aléatoire également, tout comme l'ordre des titres à l'intérieur des thématiques pour éliminer les effets d’ordre.

Pour cette question (lecture 12 derniers mois), les logos des titres sont présentés simultanément par groupe de 3 à 6 par écran en fonction du nombre de titre dans la famille. L’interviewé doit obligatoirement donner une réponse OUI/NON pour chaque titre avant de passer à l’écran suivant.

Un écran de transition précisant les éléments essentiels de la question filtre (lecture 12 derniers mois, …) apparait avant la présentation des quotidiens, puis trois fois au cours du défilement des logos des magazines afin de rappeler les principales consignes de l’étude. De même, des relances visuelles apparaissent régulièrement à l’écran pour rappeler à l’interviewé ce qui est pris en compte dans la question sur la lecture au cours des 12 derniers mois.

Pour la suite du questionnaire, seuls les titres lus au cours des 12 derniers mois reviennent à l’écran. L’ordre de présentation des titres est le même que dans la question filtre, à l’exception des magazines qui sont regroupés par périodicité. Le premier titre lu détermine l’ordre de présentation des titres selon la périodicité.

Les questions posées sont les suivantes :

* Habitudes de lecture

*« Avez-vous l’habitude personnellement de lire, parcourir ou consulter … ? »*

🡺 Pour les titres lus au cours des 12 derniers mois

* Date de dernière lecture (DDL[[5]](#footnote-5))

*« Sans parler d’aujourd’hui, quand pour la dernière fois, avez-vous personnellement lu, parcouru ou consulté … ? »*

🡺 Pour les titres lus au cours des 12 derniers mois

* Nombre de numéros lus (LNM[[6]](#footnote-6) – quotidiens uniquement)

*« Hormis l’édition du dimanche […], au cours des 7 derniers jours, il est paru [N] numéros de chacun des journaux suivants. Personnellement, combien en avez-vous, lu parcouru ou consulté … ? »*

🡺 Pour les titres lus au cours des 7 derniers jours

* Provenance du dernier numéro lu

*« Hormis l’édition du [….], au cours des 7 derniers jours, il est paru [N] numéros de chacun des journaux suivants. Personnellement, combien en avez-vous, lu parcouru ou consulté … ? »*

🡺 La question est posée pour les quotidiens lus au cours des 7 derniers jours et les autres périodicités lues en LDP; Les items de la question de provenance sont différents pour la presse payante et la presse gratuite

* Comportements de lecture (Si titre(s) lus la veille)
	+ Nombre de numéros différents lus la veille

*« Hier, avez-vous lu, parcouru ou consulté un seul ou plusieurs exemplaires du journal suivants ? »*

* + Nombre de prises en main la veille

*« Toujours hier, combien de fois avez-vous pris en mains l’exemplaire [le plus récent] du journal suivant pour le lire, le parcourir, ou le consulter, que ce soit chez vous ou ailleurs »*

* + Heures de lecture la veille (sauf presse magazine)

*« A quelle(s) heure(s) avez-vous pris en main cet exemplaire ? Pensez à toutes les fois où vous avez pu le lire, le parcourir ou le consulter au cours de la journée d’hier. »*

* + Lieux de lecture la veille

*« Où avez-vous pris en main cet exemplaire ? Pensez à toutes les fois où vous avez pu le lire, le parcourir ou le consulter au cours de la journée d’hier.»*

* + Durée de lecture la veille (sauf presse magazine)

*« Hier, combien de temps au total l’avez-vous en entre les mains ?»*

Pour chacune de ces questions, chaque titre est présenté individuellement avec son logo.

Pour les quotidiens et magazines gratuits qui ne paraissent pas pendant 6 semaines consécutives, les questions de date de dernière lecture et de nombre de numéros lus ne sont pas posées pendant cette période et la question d’habitude est posée en faisant référence au reste de l’année.

## Versions numériques

Les interviewés sont aussi interrogés via un lien Internet sur leur fréquentation des versions numériques des titres de presse. Ces indicateurs sont utilisés dans le cadre de ONE Global (service de calcul de l’audience des marques de presse issu de la fusion des études ONE et le Panel unique de Médiamétrie – Internet Global[[7]](#footnote-7). Les indicateurs déclaratifs de fréquentation des versions numériques de presse recueillis dans ONE servent de variables de pont à cette fusion dont ONE est l’étude receveuse.

Le cheminement du questionnaire de consultation des versions numériques de presse :

1. Questions Filtre

Nous utilisons la formulation suivante « *Vous êtes-vous personnellement connecté(e) ou avez-vous consulté au cours des 12 derniers mois une version numérique de [marque de Presse] …* » en affichant le nom de la marque de Presse, le logo du site, d’une application (tablette ou mobile) de la marque de Presse, avec réponse OUI/NON pour chaque marque de presse, puis détaillée selon la version :

* Les sites Internet accessibles depuis un ordinateur
* Les sites Internet accessibles sur un téléphone mobile
* Les sites Internet accessibles sur une tablette tactile
* Les applications téléchargeables sur un téléphone mobile
* Les applications téléchargeables sur une tablette tactile
* Les versions numériques des journaux ou magazine téléchargeables (format PDF)

L’ordre de présentation des différentes familles suit l’ordre de présentation de la partie presse, avec présentation aléatoire des versions numériques au sein d’une même famille.

* PQR: elles sont présentées :
* dans les départements où résident et où travaillent l’interviewé (pour les versions numériques avec moins de 100 000 visiteurs uniques source Médiamétrie)
* dans les départements de lieux de vie fréquentés par l’interviewé (de 100 000 à 500 000 visiteurs uniques source Médiamétrie)
* à tous les interviewés CAWI, France entière (500 000 Visiteurs Uniques ou plus source Médiamétrie)
* PQN
* PGI
* PHR
* Magazines
1. Pour chaque version numérique consultée au cours des 12 derniers mois, nous posons ensuite les deux questions suivantes :
* Habitude de connexion
* Date de dernière connexion

Pour la consultation des sites ou des applications, la formulation de la question et les items sont identiques quelles que soit la périodicité du titre.

*« Pour chacune des versions numériques suivantes, indiquez quand pour la dernière fois vous l’avez consultée ou vous vous êtes connectée ?*

* *Hier*
* *Il y a moins de 8 jours*
* *Il y 8 à 15 jours*
* *Il y 15 à 30 jours*
* *Il y a plus de 30 jours »*

Pour les éditions PDF des journaux ou des magazines téléchargeables sur un ordinateur, un téléphone mobile ou une tablette, les questions posées sont identiques à celles des éditions papier :

* Habitude de lecture
* Date de dernière lecture
* Nombre de numéros lus sur les 5 ou 6 numéros parus au cours des 7 derniers jours (uniquement pour les quotidiens)

# Recueil des Media Marché

Nous proposons **3 questionnaires Média Marché** consacrés aux autres médias (habitudes Radio-TV, cinéma), aux styles de vie, aux centres d’intérêt et à la consommation à la fin du questionnaire d’audience. Ces questionnaires peuvent être remplis en une ou plusieurs fois sans contrainte de temps.

**Un questionnaire pluri media** qui est composé de questions sur les chapitres suivants :

* Habitudes d’écoute de la Radio
* Habitudes d’écoute de la télévision
* Consultation des petites annonces
* Fréquentation du cinéma
* Fréquentation des réseaux sociaux

**Deux questionnaires media marché**qui abordent les sujets suivants :

1. Questionnaire marché 1 :
* Déplacements / Vacances
* Automobile / 2 roues
* Achats (comportements, fréquentation, dépenses…)
* Equipements nouvelles technologies
* Logement/Patrimoine
* Activités de Loisirs, centres d’intérêts culturels et sportifs
1. Questionnaire marché 2 :
* Hygiène/Beauté
* Vêtements/Accessoires
* Boissons (soft, alcoolisées)
* Alimentation
* Santé
* Style de vie

Ces 3 questionnaires sont proposés aux interviewés ayant complété entièrement le questionnaire d’audience. Dans les questionnaires marché 1 et marché 2, les sujets sont en rotation de manière à optimiser le nombre de répondants sur chacun des sujets. Les réponses sont utilisées dans le cadre de l’étude ONE Market.

# Terrain de l’étude

## Terrain réalisé

Le terrain de l’enquête s’est déroulé du 1er janvier au 31 décembre 2017. L’échantillon total réalisé pour le cumul 1 an 2017 est de 30 038 interviews.



## Les briefings et les contrôles

Tous les briefings sont animés par l’encadrement de l’institut et se déroulent en présence des permanents du CESP. Le CESP veille à l’homogénéité des consignes d’enquête.

### Les briefings et les contrôles téléphoniques (CATI)

Concernant le recrutement téléphonique, les enquêteurs font l’objet d’écoutes en situation réelle de recrutement.

De janvier à décembre 2017, le CESP a réalisé 39 sessions d’écoutes au cours desquelles il a contrôlé 89 enquêteurs et écouté 391 interviews de recrutement pour Ipsos.

### Les contrôles téléphoniques à postériori

Le CESP a aussi effectué des contrôles à postériori, c’est-à-dire en rappelant les individus ayant été recrutés par téléphone et ayant répondu au questionnaire en ligne au cours d’une période donnée, choisie après sa réalisation.

Lors de cette phase de contrôles, le CESP a demandé à Ipsos de fournir les questionnaires d’audience terminés ainsi que les questionnaires de recrutement téléphoniques associés pour le CAWI.

Pour effectuer ces contrôles, le CESP a tiré aléatoirement un certain nombre de questionnaires et a rappelé les interviewés pour un contrôle sur une partie des renseignements signalétiques contenus dans le questionnaire ainsi que quelques points vérifiables sur l’audience (abonnements foyer, habitudes régulières)

Le CESP a effectué ces contrôlés sur le premier semestre 2017. Il a été demandé à Ipsos de transmettre au CESP tous les questionnaires retournés du 15 au 31 mai 2017.

Ipsos a livré 1067 questionnaires et le CESP a tiré aléatoirement 200 questionnaires soit 19% de l’échantillon livré.

Au total, 145 questionnaires ont été contrôlés (73% de l’échantillon tiré aléatoirement) et aucun questionnaire n’a fait l’objet d’une demande d’annulation.

# Redressement de l’échantillon

Les objectifs de redressement régionaux et départementaux sont calculés par CESP sur la base des résultats du recensement INSEE (Enquête Annuelle de Recensement). Le redressement est réalisé par Ipsos Observer.

La proportion d’internautes est issue de quatre vagues O.U.I (Observatoire des Usages Internet).

Le redressement est réalisé en une seule fois à plusieurs niveaux :

* Redressement **par département** selon les critères suivants :
	+ Sexe
	+ Age (15-34 ans, 35-49 ans, 50 ans ou plus)
	+ PCS de l’interviewé (actifs PCS+, actif PCS-, inactifs)
	+ Catégorie d’agglomération (rural, 2 à 20 000, 20 0001 à 100 000, plus de 100 000, agglomération de Paris)

A noter que pour ce critère, la structure de la population a été calculée sur la base de la définition des Unités Urbaines de l’INSEE de 2010.

* Redressement **par région** selon les critères suivants :
	+ Age (15-34 ans, 35-49 ans, 50 – 59 ans, 60 – 69 ans ou 70 ans et plus) x Sexe
* Redressement **au niveau national** selon les critères suivants :
	+ Ages (15-34 ans, 35-49 ans, 50 – 59 ans, 60 – 69 ans ou 70 ans et plus) x Sexe
	+ PCS du chef de famille
	+ PCS de l’interviewé
	+ Effectif du foyer
	+ Jour nommé
	+ Mois d’enquête

# Modélisation de l’audience / Interruption de parution

Certains titres gratuits ne paraissent pas durant l’été sur une période de six semaines environ (entre mi-juillet et fin d’août). A la demande de l’ACPM, l’institut Ipsos a élaboré une modélisation au sein de l’enquête ONE : neutralisation de la mesure d’audience de ces titres sur cette période de non-parution et modélisation sur la base de celle observée sur le reste de l’année.

Les questions sur la lecture 12 mois et l’habitude de lecture (avec un libellé adapté) sont maintenues dans le questionnaire ONE pendant cette période de non-parution pour les gratuits et utilisées pour modéliser les données d’audience.

L’objectif de la modélisation est de produire, sur une base 12 mois, les audiences de ces titres concernés, en termes de niveaux, de structures de lectorat, de duplications pour l’ensemble et par cibles, identiques à celles mesurées sur une base 10,5 mois correspondant à leur période de parution. Les audiences des autres titres sont mesurées sur une base 12 mois et ne sont pas modifiées.

***Caractéristiques de la modélisation :***

* La méthode de modélisation utilisée est une imputation par sosies.
* Chaque titre gratuit fait l’objet d’une imputation spécifique indépendante des autres
* Les imputations sont réalisées sur les lecteurs 12 mois, par strate (hommes/femmes)
* Les variables intervenant dans le calcul de la distance entre receveurs (individus interrogés pendant la période de non-parution) et donneurs (individus interrogés le reste de l’année) sont les suivantes :
	+ - Age
		- Activité individu
		- PCS individu
		- Niveau d’études
		- Activité chef
		- PCS Chef
		- Taille de foyer
		- Présence d’enfants de moins de 15 ans
		- Revenus
		- Tailles d’agglomération
		- Région INSEE
		- Région UDA
		- Habitude de lecture du titre modélisé : contrainte forte
* Les habitudes de lecture des autres titres sont des variables de contrôle

# Restitutions des résultats ONE

Pour l’étude ONE, il y a deux publications par an (cumul 12 mois).

* En avril : cumul de l’année civile précédente (janvier à décembre)
* En septembre : cumul de l’année intermédiaire (juillet-juin)

L’accès aux résultats se fait via des logiciels de média planning commercialisés par des sociétés spécialisées. Ces logiciels permettent la création libre de cibles. Par ailleurs, les résultats synthétiques de l’étude sont accessibles sur le site ACPM.

## Règle de publication

Les résultats sont publiés sur la base d’un cumul annuel au niveau national.

Pour la presse papier/version PDF, les règles de publication par titre ou par agrégat sont les suivantes :

* Pour les quotidiens : 100 lecteurs LDP minimum dans l’échantillon brut
* Pour toutes les autres périodicités : 200 lecteurs LDP minimum dans l’échantillon brut

Pour le calcul de ces règles, nous prenons en compte une marge d’erreur de 95%.

Pour les versions numériques : aucun indicateur d’audience publié

L'ACPM attire l'attention des utilisateurs sur le taux de circulation de certains titres dont les résultats peuvent être influencés par des éléments extérieurs à la mesure d'audience. Ainsi pour les taux de circulation les plus élevés l'ACPM recommande d'analyser les résultats avec précaution.

##  Significativité des résultats

Comme pour tout résultat établi sur la base d'un sondage, il faut tenir compte, dans l'interprétation du résultat, de la marge d'erreur statistique, liée à l'échantillonnage.

Pour un résultat donné, on calcule la marge d'erreur ainsi :

Soit M : Effectif de la population étudiée

 m : Effectif de l'échantillon

 eY : Estimation d'un effectif de lecteurs du titre Y

 p : Pénétration 

On dit alors que dans 95 cas sur 100 ("Intervalle de confiance à 95%"), le nombre de lecteurs du titre Y, eY, dont la pénétration est p, est compris entre :

 et 

Prenons un exemple :

Titre *Exemple*

 M = 52 440 000 m = 30 038

 e*Exemple* = 1 500 000

p = 2,9%

Il y a 95% de chances que le nombre de lecteurs de *Exemple* soit compris entre :

$$1500000-1.96 ×52440000×\sqrt{\frac{0.029×0.971}{30038}}$$

ET

$$1500000+1.96 ×52440000×\sqrt{\frac{0.029×0.971}{30038}}$$

C’est-à-dire entre : 1 400 484 et 1 599 516 lecteurs

Si on compare les résultats qui portent sur deux échantillons dont une partie des questionnaires est commune, il est nécessaire de prendre en considération la période commune aux deux enquêtes sur laquelle l’écart est nul, par construction.

Soit P16-17: pénétration de juillet 2016 à juin 2017 n16/17: 32 710

P17: pénétration de janvier à décembre 2017 n17: 30 038

p : pénétration moyenne où$ p=\frac{P17×n17+P16-17×P16-17}{n17+n16-17}$

Sous l’hypothèse de quasi-égalité des tailles d’échantillon de chacun des trois semestres composant les deux années glissantes, on démontre que :

$$P\_{17}\ne P\_{16-17} si \left|P\_{17- }P\_{16-17}\right| \geq \frac{1.96}{\sqrt{2}} \sqrt{\frac{1}{n\_{17}}+\frac{1}{n\_{16-17}}}\sqrt{P(1-p)}$$

- pour une comparaison sur l’ensemble de la population de l’enquête, on aura donc :

$$P\_{17}\ne P\_{16-17} si \left|P\_{17- }P\_{16-17}\right| \geq 0.0104\sqrt{P(1-p)}$$

- pour une comparaison sur des segments de la population de l’enquête, on appliquera la formule complète :

$$P\_{17}\ne P\_{16-17} si \left|P\_{17- }P\_{16-17}\right| \geq 1.386\sqrt{\frac{1}{n\_{17}}+\frac{1}{n\_{16-17}}}\sqrt{P(1-p)}$$

où n17  et n16-17 représentent les tailles des échantillons réalisés sur les deux périodes pour le segment considéré.

# Liste des titres dans ONE 2017

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Régionale - Semaine** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[8]](#footnote-8)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| L'Alsace | 67-68 | Nice Matin | 04-06-83 |
| L'Ardennais | 08 | Nord Eclair | 59-62 |
| Le Berry Républicain | 18 | Nord Littoral | 59-62 |
| Le Bien Public | 21 | La Nouvelle République  | 16-18-36-37-41-45-49-79-85-86 |
| Centre Presse Le Journal de L'Aveyron | 12 | La Nouvelle République des Pyrénées | 32-65 |
| Centre Presse Le Quotidien de La Vienne | 86 | Ouest France | 14-17-22-27-28-29-35-44-49-50-53-56-61-72-76-79-85 |
| Corse Matin | 20 | Paris Normandie | 27-76 |
| Charente Libre | 16-17-24-79-86-87 | Le Parisien | 02-27-28-45-60-75-77-78-80-89-91-92-93-94-95 |
| Le Courrier de l'Ouest | 44-49-53-72-79-85 | Le Petit Bleu d'Agen | 47 |
| Le Courrier Picard | 02-60-62-76-80 | Le Populaire du Centre | 19-23-87 |
| Le Dauphiné Libéré | 01-04-05-07-26-38-73-74 | La Presse de la Manche | 50 |
| La Dépêche du Midi | 09-11-12-31-32-46-47-65-81-82 | Presse Océan | 44-49-56-85 |
| Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace | 57-67-68 | Le Progrès | 01-38-69 |
| La Dordogne Libre | 24 | Le Progrès de Fécamp | 76 |
| L'Echo édition Corrèze | 19 | Le Progrès-Les Dépêches | 39 |
| L'Echo édition Creuse | 23 | La Provence | 04-13-30-83-84 |
| L'Echo édition Dordogne | 24 | Le Républicain Lorrain | 54-55-57-67 |
| L'Echo édition Haute-Vienne | 87 | La République des Pyrénées | 32-40-64-65 |
| L'Echo édition La Marseillaise | 36 | La République du Centre | 28-41-45 |
| L'Echo Républicain | 28-78-91 | Sud Ouest | 16-17-24-32-33-40-47-64-65 |
| L'Eclair appelé également L'Eclair Pyrénées | 32-40-64-65 | Le Télégramme | 22-29-35-56 |
| L'Est Eclair | 10 | La Tribune-Le Progrès | 42-43 |
| L'Est Républicain | 25-39-54-55-70-90 | L'Union | 02-08-51 |
| L'Eveil de la Haute-Loire | 43 | Var Matin, l'édition de Nice Matin diffusée dans le Var | 83 |
| Le Havre Presse | 76 | Vaucluse Matin, l'édition du Dauphiné Libéré diffusée dans le Vaucluse | 84 |
| L'Indépendant | 11-34-66 | La Voix du Nord | 02-59-62-80 |
| Le Journal de la Haute-Marne | 52 | Vosges Matin | 88 |
| Le Journal de Saône-et-Loire | 71 | L'Yonne Républicaine | 21-45-58-77-89 |
| Le Journal du Centre | 03-18-58 |  |  |
| Libération Champagne | 10 |  |  |
| Le Maine Libre | 61-72 |  |  |
| La Marseillaise | 04-13-30-83-84 |  |  |
| Midi Libre | 07-11-12-30-34-48-66 |  |  |
| Monaco Matin, l'édition de Nice Matin diffusée à Monaco | 06 |  |  |
| La Montagne | 03-15-19-23-43-63-87 |  |  |
|  |  |  |  |
| **Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Régionale - 7ème jour** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[9]](#footnote-9)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| L'Alsace Lundi | 67-68 | Monaco Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée à Monaco | 6 |
| L'Ardennais Dimanche | 08 | La Montagne Dimanche | 03-15-19-23-43-63-87 |
| Le Berry Républicain Dimanche | 18 | Nice Matin Dimanche | 04-06-83 |
| Le Bien Public Dimanche | 21 | Nord Eclair Lundi | 59-62 |
| Centre Presse Aveyron Dimanche | 12 | Nord Littoral Lundi | 59-62 |
| Corse Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée en Corse | 20 | Normandie Dimanche | 27-76 |
| Le Courrier de l'Ouest Dimanche | 44-49-53-72-79-85 | La Nouvelle République du Dimanche | 16-18-36-37-41-45-49-79-85-86 |
| Le Courrier Picard Dimanche | 02-60-62-76-80 | Le Parisien Dimanche | 02-27-28-45-60-75-77-78-80-89-91-92-93-94-95 |
| Le Dauphiné Libéré Dimanche | 01-04-05-07-26-38-73-74-84 | Le Petit Bleu Dimanche | 47 |
| La Dépêche du Dimanche | 09-11-12-31-32-46-47-65-81-82 | Le Populaire du Centre Dimanche | 19-23-87 |
| Dimanche Ouest France | 14-17-22-27-28-29-35-44-49-50-53-56-61-72-76-79-85 | La Presse de la Manche Dimanche | 50 |
| Dimanche/La Tribune/Le Progrès | 42-43 | Presse Océan Dimanche | 44-49-56-85 |
| Les DNA du Lundi / Les Dernières Nouvelles du Lundi | 57-67-68 | Le Progrès, édition du dimanche  | 01-38-39-69 |
| L'Echo Républicain Dimanche | 28-78-91 | La Provence Dimanche | 04-13-30-83-84 |
| L'Est Eclair Dimanche | 10 | Le Républicain Lorrain Lundi Matin | 54-55-57-67 |
| L'Est Républicain Lundi | 25-39-54-55-70-90 | La République du Centre Dimanche | 28-41-45 |
| La Haute Marne Dimanche | 52 | Le Progrès-Les Dépêches Dimanche | 39 |
| Havre Dimanche  | 76 | Sud Ouest Dimanche | 16-17-24-32-33-40-47-64-65 |
| L'Indépendant Dimanche | 11-34-66 | Le Télégramme du Dimanche | 22-29-35-56 |
| Le Journal de Saône et Loire Dimanche | 71 | L'Union Dimanche | 02-08-51 |
| Le Journal du Centre Dimanche | 03-18-58 | Var Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée dans le Var | 83 |
| Libération Champagne Dimanche | 10 | Vaucluse Matin Dimanche, l'édition du Dauphiné Libéré Dimanche diffusée dans le Vaucluse | 84 |
| Le Maine Libre Dimanche | 61-72 | Vosges Matin lundi | 88 |
| Midi Libre Dimanche | 07-11-12-30-34-48-66 | La Voix du Nord, édition du lundi | 02-59-62-80 |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Nationale**  |
| Aujourd'hui en France | Le Monde |
| La Croix | Libération |
| Les Echos, le quotidien de l'économie | Le Figaro |
| L'Equipe | L'Humanité |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Nationale du 7ème jour – Presse Hebdomadaire Nationale** |
| Aujourd'hui en France Dimanche | Midi Olympique paraissant le lundi |
| L'Equipe du Dimanche | Midi Olympique paraissant le vendredi |
| Le Journal du Dimanche |  |

|  |
| --- |
| **Liste des titrés étudiés - Presse Gratuite d’Information** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[10]](#footnote-10)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| 20 Minutes | 06-13-31-33-34-35-38-44-59-67-69-75-77-78-91-92-93-94-95-42-54-57-83-30-76  | CNEWS Matin - édition Lille | 59 |
| CNEWS Matin | 75-77-78-91-92-93-94-95-27-28-45-51-60-76 | CNEWS Matin - Lyon Plus | 69 |
| CNEWS Matin - Bordeaux 7 | 33 | CNEWS Matin - Montpellier Plus | 34 |
| CNEWS Matin - édition Côte d'Azur | 06 | CNEWS Matin - édition Strasbourg | 67 |
| CNEWS Matin – édition Grand Ouest | 35-44 | CNEWS Matin - édition Toulouse | 31 |
| CNEWS Matin - édition Provence | 13 |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale** |
| **Titre** | **Zone d’étude** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| 54 Hebdo | 54 | Le Nouvelliste | 87 |
| L'Abeille | 55-88-52 | La Gazette de la Haute-Loire | 43 |
| L'Abeille de la Ternoise | 80-62 | La Gazette du Midi | 31 |
| Les Affiches de Grenoble et du Dauphiné | 38 | L'Observateur de Beauvais | 60 |
| L'Agathois | 34 | L'Observateur du Cambrésis  | 59-62 |
| Terres et Territoires, anciennement appelé Horizons Nord Pas de Calais | 59-62 | L'Observateur du Douaisis  | 59-62 |
| Les Alpes Mancelles | 72 | L'Observateur du Valenciennois  | 59 |
| Alpes et Midi | 05 | Oise Hebdo | 60 |
| L'Angérien Libre | 17 | L'Opinion Indépendante  | 31 |
| L'Ami hebdo - L'Ami des Foyers Chrétiens | 57-67-68 | L'Orne Combattante  | 14-61 |
| L'Ami hebdo - L'Ami du Peuple | 67-68 | Orne Hebdo | 61-72 |
| L'Auxois Libre - La Bourgogne Libre | 21 | Le Patriote Beaujolais  | 01-69-71 |
| L'Avenir | 16 | Le Pays d'Entre Loire et Rhône | 42-69 |
| l'Avenir Côte d'Azur | 06 | Le Pays Gessien | 1 |
| L'Avenir de l'Artois  | 62 | Le Pays Malouin  | 35 |
| Le Bonhomme Picard  | 60-80 | Le Pays Roannais | 42-69-71-03 |
| Tribune-Bulletin Côte d'Azur  | 06 | Le Penthièvre | 22 |
| Le Bulletin de l'Arrondissement de Rouen  | 76 | Le Perche | 28-61-72 |
| Bulletin d'Espalion | 12 | Le Petit Bleu | 22 |
| Le Chatillonnais et l'Auxois | 21 | Le Petit Journal  |  9-11-12-31-46-47-65-66-82 |
| Chronique Républicaine  | 35 | Les Petites Affiches des Alpes Maritimes | 06 |
| Eco de l'Ain | 01 | Le Démocrate Vernonnais  | 27 |
| L'Hebdo du Finistère | 29 | La Dépêche  | 27 |
| Le Courrier Liberté | 38 | La Dépêche du Bassin  | 33 |
| Le Courrier - La Gazette (ou Le Courrier d'Hirson) | 02-08 | Drôme Hebdo (Drôme Info Hebdo) | 26 |
| Le Courrier Cauchois | 76 | L'Echo d'Ancenis et du Vignoble | 44-49 |
| Le Courrier de Fourmies  | 59 | L'Echo Charitois | 58-18 |
| Le Courrier de la Mayenne | 53 | L'Echo - Le Régional | 95 |
| Le Courrier de l'Eure | 27 | L'Echo - Le Valentinois | 07-26 |
| Le Courrier de Mantes | 78 | L'Echo de Brou  | 28 |
| Le Courrier des Yvelines | 78 | L'Echo de la Lys | 62 |
| Le Courrier du Loiret | 45-28-91 | L'Echo de la Presqu'Île | 44-56 |
| Le Courrier du Pays de Retz | 44 | L'Echo de l'Armor et de l'Argoat  | 22 |
| Courrier Français | 16-17-23-24-37-40-47-82-85-86-87-32-34 | L'Echo de l'Ouest  | 44-85 |
| Le Courrier Indépendant | 22-56 | L'Echo du Berry | 18-36 |
| Le Courrier Vendéen | 85 | Echo du Thelle | 60 |
| Le Crestois - Journal de la Vallée | 26 | L'Echo de Vibraye | 41-72 |
| Voix de la Haute Marne | 52 | L'Echo du Tarn | 81 |
| Croix du Nord | 59-62 | Les Echos du Touquet  | 62 |
|  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[11]](#footnote-11)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| Le Démocrate Indépendant | 24 | Les Nouvelles - L'Echo Fléchois | 53-72 |
| L'Eclaireur Vimeu | 80 | Le Phare de Ré | 17 |
| L'Eclaireur (Chateaubriand) | 35-44 | Le Ploërmelais | 56 |
| L’Affranchi | 52 | Le Poher  | 22-29 |
| L'Eclaireur - La Dépêche | 60-76 | Pontivy-Journal | 56 |
| L'Eclaireur du Gatinais | 45-77 | La Presse d'Armor | 22 |
| L'Essor de la Loire  | 42 | La Presse de Gray | 70 |
| L'Essor du Rhône | 69 | La Presse de Vesoul | 70 |
| L'Essor Bigourdan  | 65 | Le Progrès Saint Affricain | 12 |
| L'Essor Sarladais | 24 - 46 | Le Publicateur Libre | 53-61 |
| L'Essor Savoyard  | 74-73 | Le Régional de Cosne et du Charitois, anciennement appelé Le Régional de Cosne | 18-45-58 |
| Eure Infos | 27 | La Renaissance  | 71 |
| L'Eveil de Lisieux-Côte  | 14 | La Renaissance Lochoise | 37 |
| L'Eveil de Pont Audemer  | 27 | Le Républicain de l'Essonne | 91 |
| L'Eveil Normand | 27 | Le Républicain Lot et Garonne | 47 |
| Le Faucigny | 74 | Le Républicain Sud Gironde  | 33 |
| La Gazette (de Thiers) | 63-42 | Le Républicain d'Uzès et du Gard  | 30 |
| La Gazette Ariégeoise | 9 | La République de Seine et Marne  | 45-89-77-91 |
| La Gazette de la Manche d'Ille-et-Vilaine et Mayenne | 35-50 | Le Résistant  | 33 |
| La Gazette de Montpellier  | 34 | Le Réveil de Berck | 62 |
| La Gazette de Nîmes | 30 | Le Réveil du Midi | 30 |
| La Gazette du Centre Morbihan | 56 | Le Réveil | 60-76-80 |
| La Gazette du Val d'Oise | 95 | Le Réveil Républicain | 72 |
| Haut Anjou | 49-53 | Le Réveil Vivarais - Vallée du Rhône - Pilat | 07-42-26-38 |
| Haute Gironde | 33 | Le Réveil Normand | 27-61 -28 |
| Haute Saintonge | 17 | La Ruche | 43-63-15 |
| Hebdo de Charente Maritime | 17 | Les Sables / Vendée Journal | 85 |
| L'Hebdo de l'Ardèche | 07 | La Sambre - la Frontière | 59 |
| L'Hebdo de Sèvre et Maine | 44-49-85 | La Savoie | 73 |
| Hebdo des Savoie | 73-74 | La Semaine dans le Boulonnais | 62 |
| L'Hebdomadaire d'Armor | 22-35 | La Semaine des Pyrénées | 65-32 |
| L'Impartial (Les Andelys) | 27 | La Semaine du Minervois | 11-34 |
| L'Impartial de la Drôme (Romans) | 26 | La Semaine du Pays Basque | 64 |
| L'Indépendant du Pas de Calais | 62 | La Semaine du Roussillon | 66 |
| L'Indicateur des Flandres | 59 | Le Semeur Hebdo | 63 |
| L'Informateur | 76-80 | 7 jours / Les Petites Affiches de Bretagne  | 35 |
| Les Infos Pays de Ploërmel | 35-56 | Le Tarn Libre  | 81 |
| Les Infos Pays de Redon | 35-44-56 | Courrier de Gironde | 33 |
| Tout Lyon Affiches | 69 | La Thiérache  | 02-08 |
|  |  |  |  |
| **Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[12]](#footnote-12)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| Le Journal de Vitré (l'hebdomadaire régional de Vitré) | 35 | Le Trégor | 22 |
| Le Journal d'Abbeville | 80 | La Tribune (l'hebdomadaire régional ...) | 07-26-84 |
| Le Journal de Civray  | 86 | L'Essor- Tribune, anciennement appelé La Tribune de Vienne et de l'Isère | 38 |
| Le Journal de la Corse | 20 | La Tribune Républicaine | 01 |
| Journal de la Cotière | 01 | Val de Marne Infos | 94 |
| Le Journal Tournon-Tain | 07 | La Vie Corrézienne  | 19 |
| Le Journal du Diois et de la Drôme | 26 | La Vie Nouvelle  | 73 |
| Le Journal de Gien | 18-45-58-89 | La Vie Quercynoise | 46 |
| Le Journal de Ham | 80 | Le Villefranchois | 12 |
| Le Journal de l'Orne  | 61 | La Voix - Le Bocage | 14 |
| Journal de Millau  | 12 | Voix de l'Ain | 01 |
| Le Journal de Montreuil | 62 | La Voix du Cantal | 15 |
| Le Journal des Flandres  | 59 | Voix du Gers | 32 |
| Le Journal d'Ici | 81 | Voix du Jura | 39 |
| Le Journal du Médoc | 33 | Voix du Midi | 31 |
| Le Journal du Pays Yonnais  | 85 | La Voix du Sancerrois | 18-58 |
| La Libération du Comminges | 31 | Vaucluse Hebdo, anciennement appelé l'Hebdo - Le Comtadin | 84 |
| Le Journal Toulousain | 31-82 | La Renaissance du Loir et Cher | 41 |
| Liberté - Le Bonhomme Libre | 14 | L'Eveil Hebdo | 43-48-07 |
| La Liberté - L'Homme de Bronze - Le Commercial Provence | 13-30-84 | Echo d'Ile-de-France | 92-93-94 |
| Paris Normandie - Liberté Dimanche, anciennement appelé Liberté Dimanche | 27-76 | La Croix du Midi | 11-30-34-66 |
| Liberté Hebdo | 59-62 | Le Journal du Bugey | 01 |
| La Liberté de l'Yonne  | 89 | La Concorde | 79 |
| Le Littoral de la Charente Maritime | 17 | La Semaine de l'Allier | 03 |
| La Lozère Nouvelle  | 48 | La Semaine de Metz - Thionville - Moselle | 54-57 |
| La Manche Libre  | 14-50 | Les Potins d'Angèle | 69 |
| La Marne  | 77 | Haute Provence Info | 04 |
| La Maurienne | 73 | L'Observateur de l'Avesnois | 59 |
| Le Mémorial de l'Isère  | 38 | L'Observateur de l'Arrageois | 62 |
| Le Messager | 74 | Le Petit Courrier - L'Echo de la Vallée du Loir | 72 |
| L'Action Républicaine | 28-61 | La Gazette du Comminges | 31 |
| Toutes les Nouvelles (l'hebdomadaire ...) | 78 | La Voix des Sports | 02-59-62-80 |
| Le Travailleur Catalan | 66 | Le Régional | 13 |
| L'Indépendant de l'Yonne | 89 | La Semaine de Nancy | 54 |
| Les Nouvelles de Falaise | 14 | Les Informations Dieppoises  | 76 |
|  |  | Le Journal d'Elbeuf | 76 |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[13]](#footnote-13)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| Le Pays Briard  | 77 | Tribune de Lyon | 69 |
| Le Pays d'Auge | 14-27-61 | L'Aisne Nouvelle | 02 |
| La Renaissance - Le Bessin | 14 | L'Indépendant du Louhannais et du Jura | 39-71 |
| La Semaine des Ardennes | 08 | L'echo du mardi - Les Petites affiches de Vaucluse | 84 |
| La Tarentaise hebdo | 73 | L'Informateur Corse Nouvelle | 20 |
| Le Petit Bastiais | 20 | La Terre de chez nous | 25-90 |
| Le Réveil Cantalien | 15 | La Montagne des Hautes-Pyrénées | 65 |
| Le Phare Dunkerquois | 59 | Eco Savoie Mont Blanc, anciennement appelé Eco des Pays de Savoie | 73-74 |
| L'Echo Béarnais | 64 | Le Petit Niçois | 06 |
| L'Echo des Vosges | 88 | Le Cannois | 06 |
| L'Echo Sarthois | 72 | L'Axonais | 02 |
| Les Affiches de la Haute Saône | 70 |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Magazine** |
| 01net | Gala |
| Aujourd'hui en France Magazine / Le Parisien Magazine | GEO |
| AD Architectural Digest | Glamour |
| A Nous Paris | Gourmand |
| Alternatives Economiques | GQ |
| L’Ami des Jardins & de la Maison | Grazia |
| L'Argus | Happinez |
| Art & Décoration | Ici Paris |
| L'Auto-Journal | Les Inrockuptibles |
| Auto Moto | Le Journal de la Maison |
| Auto Plus | M, le Magazine du Monde |
| L’Automobile Magazine | Madame Figaro |
| Avantages | Maison Créative |
| Biba | Maison et Travaux |
| Bien-Être & Santé  | Maisons Côté Ouest |
| Ça m'intéresse | Maisons Côté Sud |
| Campagne Décoration | Management |
| Capital | Marianne |
| Challenges | Marie Claire |
| Le Chasseur Français | Marie Claire Idées |
| Closer | Marie Claire Maison |
| Cosmopolitan | Marie France |
| Courrier International | Marmiton |
| Cuisine Actuelle | Maxi |
| Cuisine et Vins de France | Maxi Cuisine |
| Détente Jardin | Mieux Vivre Votre Argent |
| Détours en France | Modes & Travaux |
| Dossier Familial | Mon Jardin & ma Maison |
| Les Echos Week-End | National Geographic |
| Elle | Notre Temps |
| Elle Décoration | Nous Deux |
| Elle à Table | L’Obs |
| L’Equipe Le Magazine | Parents |
| L'Express | Paris Match |
| Magicmaman | Le Particulier |
| Famille et Education - Magazine de l'APPEL | Pèlerin |
| Femme Actuelle | Pleine Vie |
| Femme Actuelle Jeux | Le Point |
| Le Figaro Magazine | Pomme D'Api |
| France Dimanche | Popi |
| France Football | Première |

|  |
| --- |
| **Liste des titres étudiés - Presse Magazine** |
| Prima | Télé Loisirs |
| Psychologies Magazine | Télé Magazine |
| Public | Télé Poche |
| Régal | Télé Star |
| Réponse à Tout ! | Télé Z |
| Le Revenu Placements | Télécâble Sat Hebdo |
| Rock and Folk | Télérama |
| Rustica | Top Santé |
| Santé Magazine | TV Grandes Chaînes |
| Science & Vie | Vanity Fair |
| Sciences et Avenir | La Vie |
| So Foot | Vies de Famille |
| Sport Auto | Vivre Côté Paris |
| Studio Magazine - Ciné Live | Vogue |
| Stylist | Voici |
| Système D | VSD |
| Télé 2 Semaines |  |
| Télé 7 Jours |  |
| Télé 7 Jeux |  |

|  |
| --- |
| **Liste des suppléments étudiés - TV Magazine** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[14]](#footnote-14)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| TV Magazine L'Aisne Nouvelle, le **supplément TV** de L'Aisne Nouvelle du jeudi | 02 | TV Magazine Centre France le **supplément TV** de L'Echo Républicain du samedi | 28 |
| TV Magazine L'Alsace, le supplément TV de L'Alsace du samedi | 67-68 | TV Magazine L'Est Eclair - Libération Champagne, le **supplément TV** de L'Est Eclair et de Libération Champagne du samedi | 10 |
| TV MagazineArdennes, le **supplément TV** de L'Union et de L'Ardennais du samedi | 08 | TV Magazine L'Est Républicain, le **supplément TV** de L'Est Républicain du dimanche | 25-54-55-70-90 |
| TV Magazine Le Bien Public le **supplément TV** du Bien Public Dimanche  | 21 | TV Magazine L'Eveil de La Haute-Loire, le **supplément TV** de L'Eveil de La Haute-Loire du vendredi | 43 |
| TV Magazine Centre France, le **supplément TV** de La Montagne Dimanche | 3-15-19-23-43-63 | TV Magazine Le Figaro, le **supplément TV** du Figaro du vendredi et du samedi | France Entière |
| TV Magazine Centre France, le **supplément TV** du Berry Républicain Dimanche | 18 | TV Magazine Le Journal de la Haute-Marne Dimanche, le **supplément TV** du Journal de la Haute-Marne Dimanche | 52 |
| TV Magazine Centre France, le **supplément TV** du Journal du Centre Dimanche | 58 | TV Magazine La Manche Libre, le **supplément TV** de La Manche Libre du samedi | 50 |
| TV Magazine Centre France, le **supplément TV** du Populaire du Centre Dimanche | 87 | TV Magazine La Marseillaise, le **supplément TV** de La Marseillaise du samedi | 04-13-30-83-84 |
| TV Magazine Centre France, le **supplément TV** de La République du Centre du samedi | 28-45 | TV Magazine, le **supplément TV** de Midi Libre Dimanche, l'Indépendant Dimanche et Centre Presse Le Journal de l'Aveyron du Samedi | 11-12-30-34-48-66 |
| TV Magazine Charente Libre, le **supplément TV** de Charente Libre du samedi | 16 | TV Magazine Nice Matin, le **supplément TV** de Nice Matin du samedi | 06 |
| TV Magazine Corse Matin, le **supplément TV** de Corse Matin du samedi | 20 | TV Magazine Nord - Pas de Calais, le **supplément TV** de La Voix du Nord, Nord Eclair du vendredi | 62 |
| TV Magazine Courrier Picard, le **supplément TV** du Courrier Picard du samedi | 02-60-80 | TV Magazine Nord - Pas de Calais, le **supplément TV** de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi | 59 |
| TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche, le **supplément TV** du Dauphiné Libéré Dimanche | 01-5-7-26-38-73-74-84 | TV Magazine la Nouvelle République, le **supplément TV** de la Nouvelle République et de Centre Presse le Quotidien de la Vienne du samedi | 86 |
| TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès, le **supplément TV** de Dimanche La Tribune - Le Progrès | 42-43 | TV Magazine La Nouvelle République des Pyrénées, le **supplément TV** de La Nouvelle République des Pyrénées du jeudi | 65 |
| TV Magazine Dimanche Saône et Loire, le **supplément TV** du Journal de Saône et Loire Dimanche | 71 | TV Magazine La Nouvelle République, le **supplément TV** de La Nouvelle République du samedi | 36-37-41-79 |
| TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace, le **supplément TV** des DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi | 67-68 | TV Magazine Ouest, le **supplément TV** de Ouest France du vendredi | 14-22-29-35-44-49-50-53-56-61-72-85 |
| TV Magazine La Dépêche du Dimanche, le **supplément TV** de La Dépêche du Dimanche | 09-11-12-31-32-46-47-65-81-82 | TV Magazine Le Républicain Lorrain, le **supplément TV** du Républicain Lorrain du mercredi | 54-57 |
| TV Magazine Ouest, le **supplément TV** de Presse Océan du samedi | 44 | TV Magazine Le Républicain, le **supplément TV** du Républicain du jeudi | 91 |
| TV Magazine Ouest, le **supplément TV** du Courrier de L'Ouest du samedi | 49-79 | TV Magazine, le **supplément TV** de La République des Pyrénées et L’Eclair des Pyrénées du samedi | 64-65 |
| TV Magazine Ouest, le **supplément TV** du Maine Libre du samedi | 72 | TV Magazine Sud Ouest Dimanche, le **supplément TV** de Sud Ouest Dimanche | 16-17-24-32-33-40-47-64 |
| TV Magazine Paris Normandie, le **supplément TV** de Paris Normandie du samedi | 27 |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des suppléments étudiés - TV Magazine** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[15]](#footnote-15)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| TV Magazine, le **supplément TV** de Paris Normandie, du Havre Libre, du Havre Presse et du Progrès de Fécamp du samedi | 76 | TV Magazine Le Télégramme, le **supplément TV** du Télégramme du samedi | 22-29-56 |
| TV Magazine le Parisien, le **supplément TV** du Parisien du vendredi | 60-75-77-78-91-92-93-94-95 | TV Magazine L'Union, le **supplément TV** de L'Union du samedi | 02-51 |
| TV Magazine Le Petit Bleu Dimanche, le **supplément TV** du Petit Bleu Dimanche | 47 | TV Magazine Centre France, le **supplément TV** de L'Yonne Républicaine du samedi | 89 |
| TV Magazine La Presse de la Manche, le **supplément TV** de la Presse de la Manche du samedi | 50 | TV Magazine Var Matin, le **supplément TV** de Var Matin - Nice Matin du samedi | 83 |
| TV Magazine La Provence, le **supplément TV** de La Provence du samedi | 04-13-84 | TV Magazine Vaucluse Matin - le Dauphiné Libéré, le **supplément TV** de Vaucluse Matin Dimanche | 84 |
| TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches, le **supplément TV** du Progrès - Les Dépêches du dimanche | 39 | TV Magazine Vosges Matin, le **supplément TV** de Vosges Matin du dimanche | 88 |
| TV Magazine Le Progrès, le **supplément TV** du Progrès du dimanche | 01-69 |  |  |

|  |
| --- |
| **Liste des suppléments étudiés - Version Femina** |
| **Titre** | **Zone d’étude[[16]](#footnote-16)** | **Titre** | **Zone d’étude** |
| Version Femina Centre France, le supplément magazine de la Montagne Dimanche | 03-15-19-23-43-63 | Version Femina, le supplément magazine de Nord Eclair du samedi | 59-62 |
| Version Femina Centre France, le supplément magazine du Berry Républicain Dimanche | 18 | Version Femina, le supplément magazine de Nord Littoral du samedi | 62 |
| Version Femina Centre France, le supplément magazine du Journal du Centre Dimanche | 58 | Version Femina, le supplément magazine de Paris Normandie du samedi | 27 |
| Version Femina Centre France, le supplément magazine du Populaire du Centre Dimanche | 87 | Version Femina, le supplément magazine de Paris Normandie, du Havre Libre, du Havre Presse et du Progrès de Fécamp du samedi | 76 |
| Version Femina, le supplément magazine de Corse Matin du samedi | 20 | Version Femina, le supplément magazine de Presse Océan Dimanche | 44 |
| Version Femina, le supplément magazine des DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi | 67-68 | Version Femina, le supplément magazine du Républicain Lorrain du Vendredi | 57-54 |
| Version Femina, le supplément magazine de la Dépêche du Dimanche | 09-11-12-31-32-46-47-65-81-82 | Version Femina, le supplément magazine de Sud Ouest Dimanche | 16-17-24-32-33-40-47-64 |
| Version Femina, le supplément magazine de La Provence du samedi | 04-13-84 | Version Femina, le supplément magazine de Var Matin Dimanche | 83 |
| Version Femina, le supplément magazine de Dimanche La Tribune - Le Progrès  | 42 | Version Femina, le supplément magazine de Vaucluse Matin Dimanche | 84 |
| Version Femina, le supplément magazine de La Voix du Nord du samedi | 02-59-62-80 | Version Femina, le supplément magazine de Vosges Matin du dimanche | 88 |
| Version Femina, le supplément magazine de L'Alsace du samedi ou du jeudi pour les abonnés | 67-68 | Version Femina, le supplément magazine du Progrès - Les Dépêches du dimanche | 39 |
| Version Femina, le supplément magazine de L'Est Eclair et de Libération Champagne du dimanche | 10 | Version Femina, le supplément magazine du Bien Public Dimanche | 21 |
| Version Femina, le supplément magazine de L'Est Républicain du dimanche | 25-54-55-70-90 | Version Femina, le supplément magazine du Courrier Picard du vendredi | 02-60-80 |
| Version Femina, le supplément magazine de l'Indépendant Dimanche | 11-66 | Version Femina, le supplément magazine du Dauphiné Libéré du dimanche | 01-05-07-26-38-73-74 |
| Version Femina, le supplément magazine de L'Union du samedi | 02-51 | Version Femina, le supplément magazine du Journal de Saône et Loire Dimanche | 71 |
| Version Femina Ardennes, le supplément magazine de L'Union et de L'Ardennais du samedi | 08 | Version Femina, le supplément magazine du Journal du Dimanche | 14-60-75-77-78-91-92-93-94-95 |
| Version Femina Centre France, le supplément magazine de L'Yonne Républicaine du mercredi | 89 | Version Femina, le supplément magazine du Progrès du dimanche | 01-69 |
| Version Femina, le supplément magazine de Midi Libre Dimanche | 11-12-30-34-48-66 | Version Femina, le supplément magazine du Télégramme Dimanche  | 22-29-56 |
| Version Femina, le supplément magazine de Nice-Matin Dimanche | 04-06-83 |  |  |

|  |
| --- |
| **Versions numériques des titres de Presse** |
| **Famille** | **Support** | **Sites Internet PC** | **Sites InternetTél mobile** | **Sites InternetTablette** | **ApplicationTél mobile** | **ApplicationTablette** | **Edition téléchargeable****(PDF)** |
| PQR | **Les versions numériques de L'Ami hebdo - L'Ami du Peuple** | x | x | x |  |  | x |
| PQR | **Les versions numériques des Alpes Mancelles** | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Ardennais | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de La Voix du Cantal | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de Centre Presse Aveyron | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Centre Presse | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Corse Matin | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Courrier Indépendant | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Courrier Liberté | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Courrier du Pays de Retz | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Courrier Vendéen | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques des Dernières Nouvelles d'Alsace | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Démocrate Vernonnais | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Alsace | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Echo de l'Armor et de l'Argoat | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Echo Républicain | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Echo - Le Régional | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Eveil de Pont-Audemer | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de Croix du Nord | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Echo - Le Valentinois | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Echo de la Presqu'Île | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Est Eclair | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Eclaireur - La Dépêche | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques del'Est Republicain | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Eveil de la Haute Loire | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Eveil Normand | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Eveil de Lisieux-Côte | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Indépendant | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Union | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de l'Yonne Républicaine | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de la Charente Libre | x |  | x | x | x | x |
|  |
| **Versions numériques des titres de Presse** |
| PQR | Les versions numériques de Monaco Matin | x |  | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Dépêche du Midi | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de La Dordogne libre | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de La Gazette du Centre Morbihan | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Gazette de Nîmes |  |  |  |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Gazette de la Manche d'Ille-et-Vilaine et Mayenne | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Journal d'Elbeuf | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Indépendant du Pas-de-Calais | x |  |  |  |  |  |
| PQR | Les versions numériques de Libération Champagne | x |  | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Littoral de la Charente Maritime |  |  |  |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Marseillaise | x |  | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Montagne | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de la Presse de la Manche | x |  | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Renaissance - Le Bessin | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de la République des Pyrénées | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de la République du Centre | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Républicain de l'Essonne | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de Tout Lyon Affiches | x | x | x |  |  |  |
| PQR | Les versions numériques de la Voix du Nord | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Berry Républicain | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Bien Public | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Courrier de l'Ouest | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Courrier Picard | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Dauphiné Libéré | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Journal de la Haute Marne | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Journal du Centre | x | x | x | x | x  | x |
| PQR | Les versions numériques duMaine Libre | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques des Nouvelles - L'Echo Fléchois | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Populaire du Centre | x | x | x | x |  x | x |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Versions numériques des titres de Presse** |
| **Famille** | **Support** | **Sites Internet PC** | **Sites InternetTél mobile** | **Sites InternetTablette** | **ApplicationTél mobile** | **ApplicationTablette** | **Edition téléchargeable****(PDF)** |
| PQR | Les versions numériques du Petit Bleu d'Agen | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Ploërmelais | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Petit Courrier - L'Echo de la Vallée du Loir | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques de La Nouvelle République des Pyrénées | x | x | x |  |  | x |
| PQR | Les versions numériques du Progrès | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Journal de Saône-et-Loire | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Vosges Matin | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques duRépublicain Lorrain | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Républicain Sud Gironde | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques du Télégramme | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Var Matin | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Midi Libre | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques deNice Matin | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques deNord Eclair | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques deNord Littoral | x |  | x | x |  | x |
| PQR | Les versions numériques dela Nouvelle République | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Ouest France | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques deParis Normandie | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques dePresse Océan | x |  | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de Sud Ouest | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques dela Provence | x | x | x | x | x | x |
| PQR | Les versions numériques de L'Echo | x | x | x |  |  |  |
| PQN | Les versions numériques de La Croix | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques des Echos | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques de l'Equipe | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques duFigaro | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques deLibération | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques du Monde | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques du Parisien | x | x | x | x | x | x |
| PQN | Les versions numériques d’Aujourd'hui en France, l'édition nationale du Parisien |  |  |  |  |  | x |
| PQN7 | Les versions numériques duJournal du Dimanche | x | x | x | x | x | x |
| PQN7 | Les versions numériques du Parisien Dimanche |  |  |  |  |  | x |
| PQN7 | Les versions numériques d’Aujourd'hui en France Dimanche, l'édition nationale du Parisien Dimanche |  |  |  |  |  | x |
| PQN7 | Les versions numériques de L'Equipe du Dimanche |  |  |  |  |  | x |
| PGI | Les versions numériques de 20 Minutes | x | x | x | x | x | x |
| PGI | Les versions numériques de Direct Matin | x | x | x | x | x | x |
| **Versions numériques des titres de Presse** |
| **Famille** | **Support** | **Sites Internet PC** | **Sites InternetTél mobile** | **Sites InternetTablette** | **ApplicationTél mobile** | **ApplicationTablette** | **Edition téléchargeable****(PDF)** |
| Presse Mag | Les versions numériques de Auto Moto | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Auto Plus | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Biba | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques deCapital | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques deChallenges | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Closer | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Cosmopolitan | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Côté Maison | x | x | x | x | x |  |
| Presse Mag | Les versions numériques de Courrier International | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Cuisine Actuelle | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Elle | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Elle Décoration |  |  |  |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Elle à Table | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de l'Expansion | x | x | x | x | x X | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de l'Express | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Famili Magicmaman | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Femme actuelle | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de France Football | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Gala | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Géo | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Glamour | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de GQ | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Grazia | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques des Inrockuptibles | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Madame Figaro | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Magicmaman | x | x | x | x |  |  |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marianne | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marie Claire | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marie France | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Maisons Côté Ouest |  |  |  |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Maisons Côté Sud |  |  |  |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marie Claire Maison | x | x | x | x | x | x |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Version Numérique des titres de Presse |
| **Famille** | **Support** | **Sites Internet PC** | **Sites InternetTél mobile** | **Sites InternetTablette** | **ApplicationTél mobile** | **ApplicationTablette** | **Edition téléchargeable****(PDF)** |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marie Claire Idées | x | x | x |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Marmiton | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Maxi | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Mieux Vivre Votre Argent | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques deMomes | x |  |  |  |  |  |
| Presse Mag | Les versions numériques de Notre Temps | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques du L’Obs | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Parents | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Paris Match | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques du Particulier | x | x | x | x | x  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques du Point | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Première | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Prima | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Psychologies | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Public | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Rustica | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Santé Magazine | x | x | x |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Sciences et Avenir | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de So Foot | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les version numériques de Système D | x | x | x |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Télé 2 semaines | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Télé 7 Jours | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Télé Loisirs | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Télé Star | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Télérama | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Top Santé | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Vanity Fair | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Vogue | x | x | x | x |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Version Femina | x | x | x |  |  |  |
| Presse Mag | Les versions numériques de Voici | x | x | x | x | x | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Aujourd'hui en France Magazine |  |  |  |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques du Parisien Magazine |  |  |  |  |  | x |
| Presse Mag | Les versions numériques de Vivre Côté Paris |  |  |  |  |  | x |

# Changements des titres étudiés au 30 Juin 2017

|  |
| --- |
| * **Changement de libellé**
 |
|  |
| **Presse Gratuite d’information** |
| CNEWS Matin, anciennement appelé Direct Matin |
| CNEWS Matin - Bordeaux 7, anciennement appelé Direct Matin - Bordeaux 7 |
| CNEWS Matin - édition Lille, anciennement appelé Direct Matin - édition Lille |
| CNEWS Matin - Montpellier Plus, anciennement appelé Direct Matin - Montpellier Plus |
| CNEWS Matin - édition Côte d'Azur, anciennement appelé Direct Matin - édition Côte d'Azur |
| CNEWS Matin - édition Strasbourg, anciennement appelé Direct Matin - édition Strasbourg |
| CNEWS Matin - édition Toulouse, anciennement appelé Direct Matin - édition Toulouse |
| CNEWS Matin - Lyon Plus, anciennement appelé Direct Matin - Lyon Plus |
| CNEWS Matin – édition Grand Ouest, anciennement Direct Matin – édition Grand Ouest |
| CNEWS Matin - édition Provence, anciennement appelé Direct Matin - édition Provence |
| **Presse Hebdomadaire Régionale** |
| **L'Avenir - Le Confolentais, anciennement appelé L'Avenir** |
| L'Echo Drôme Ardèche, anciennement appelé L'Echo - Le Valentinois |
| **Presse Magazine** |
| Magicmaman anciennemment appelé Magicmaman |

|  |
| --- |
| * **Suppression des titres**
 |
|  |
| **Presse Hebdomadaire Régionale** |
| Le Confolentais |
| **Presse Magazine** |
| A Nous Aix - Marseille, le magazine urbain gratuit |
| A Nous Lille, le magazine urbain gratuit |
| A Nous Lyon, le magazine urbain gratuit |
| Du Côté de Chez Vous, le magazine des magasins Leroy Merlin |
| L’Officiel des Spectacles |
| Oops ! |
| Questions de Femmes |
| L'Usine Nouvelle |

1. Nés en 2003 et avant [↑](#footnote-ref-1)
2. CAWI : Computer Assisted Web Interview (Interview envoyée par un lien Internet et rempli en auto administré par l’interviewé) [↑](#footnote-ref-2)
3. Sources Recensement 2011 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ce sont des départements fréquentés par l’individu en dehors de son département de résidence. Ainsi, les titres de presse spécifiques à ces départements apparaîtront lors du remplissage du questionnaire d’audience. [↑](#footnote-ref-4)
5. Les réponses à la **Date de Dernière Lecture** permettent de calculer la **LDP** (Lecture Dernière Période): Nombre de lecteurs d'au moins un numéro d'un titre de presse pendant une période de temps correspondant à sa périodicité. (1 jour pour les quotidiens, 1 semaine pour les hebdomadaires, 15 jours pour les bimensuels, 30 jours pour les mensuels, 2 mois pour les bimestriels et 3 mois pour les trimestriels). A partir du cumul 2013, la consultation d’une version numérique téléchargeable d’un titre (PDF) dans la période de temps correspondant à sa périodicité, est intégrée à la LDP de ce même titre. [↑](#footnote-ref-5)
6. **Lecture au Numéro Moyen** : Cet indicateur d'audience se calcule de la manière suivante : Lecteurs au cours de 7 derniers jours pondérés par le nombre de numéros lus parmi ceux parus au cours des 7 derniers jours. Elle est utilisée pour les quotidiens. [↑](#footnote-ref-6)
7. **Panel Unique de Médiamétrie :** il s’agit d’un Panel unique de plus de 30 000 individus de 2 ans et plus, dont plus de 4 000 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateurs et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale. De cette mesure globale découlent les résultats d’audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure d’Audience Internet Global prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l’ensemble des sites et applications. [↑](#footnote-ref-7)
8. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-8)
9. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-9)
10. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-10)
11. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-11)
12. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-12)
13. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-13)
14. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-14)
15. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-15)
16. Départements étudiés au 1er janvier 2016 [↑](#footnote-ref-16)