

# AUDIT ONE PRESSE

**NOTE METHODOLOGIQUE 2014**

## Sommaire

- Population de référence	4
- Méthodologie et plan de sondage	4
- Modalités de recrutement	6
- Questionnaires de recrutement	7
- Questionnaire d'audience	8
• Organisation	8
• Cheminement	9
• Versions numériques	10
- Questionnaire media marché	11
- Terrain de l'étude 2014	12
• Echantillon réalisé	12
• Briefings et contrôles	14
- Significativité des résultats	15
- Listes des titres étudiés et publiés	17
• Presse Quotidienne Régionale - Semaine	17
• Presse Quotidienne Régionale – 7 <sup>ème</sup> jour	18
• Presse Quotidienne Nationale - Presse Hippique	18
• Presse Quotidienne Nationale du 7 <sup>ème</sup> jour	19
• Presse Gratuite d'Information	19
• Presse Hebdomadaire Régionale	19
• Presse Magazine	23
• Suppléments magazines	25
• Versions numériques des titres de presse	28

## ***Présentation de l'étude AudiPresse ONE***

L'étude ONE est l'étude d'audience unique de référence de la 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 AudiPresse à la demande de toutes les familles de Presse Grand Public (Presse Quotidienne Régionale, Presse Quotidienne Nationale, Presse Gratuite d'Information, Presse Quotidienne Hippique, Presse Hebdomadaire Régionale et Presse Magazine).

Parmi les particularités les plus importantes de cette étude, on peut citer :

- Le caractère multimodal du recrutement des interviewés (téléphone et face à face) et d'administration des questionnaires (Internet et face à face),
- Un échantillon national de plus de 35 000 personnes,
- Un questionnement sur les publications diffusées dans les lieux de vie (départements fréquentés par l'individu au cours des 30 derniers jours),
- Un questionnement sur les lectures numériques des titres de presse.

La réalisation de l'étude a été confiée à deux des plus grands instituts de sondage officiant en France : Ipsos MediaCT, institut leader sur l'étude et TNS Sofres, qui réalisent chacun la moitié du terrain.

## Population de référence de l'étude ONE

La **population de référence** est constituée des individus résidant en France, âgés de 15 ans<sup>1</sup> et plus. L'estimation de cette population est calculée à partir des données de l'INSEE les plus récentes :

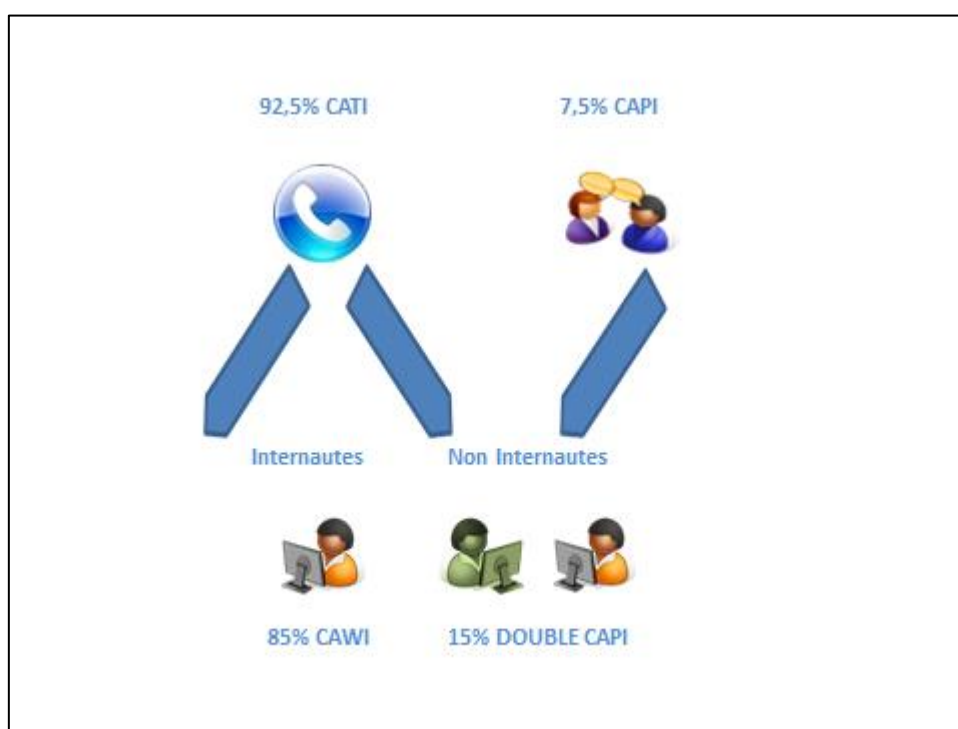
- Le Bilan Démographique au 1<sup>er</sup> janvier 2014 pour la réactualisation des effectifs par sexe et par âge
- L'Enquête Emploi 2012 pour la structure par PCS, l'effectif du foyer et la proportion de ménagères
- Le Recensement de 2009 et 2010 pour le taux d'appartenance à un ménage ordinaire par année de naissance et la structure par catégorie d'habitat
- Les estimations INSEE au 1<sup>er</sup> janvier 2013 pour la répartition par région INSEE

Elle est estimée à 51 483 000 individus au 1<sup>er</sup> janvier 2014

## Méthodologie et plan de sondage de l'étude ONE

L'étude d'audience ONE est composée de **deux échantillons** distincts :

- Les personnes interviewées via un lien Internet (CAWI - 85% des interviewés)
- Les personnes interviewées en face à face (DOUBLE CAPI - 15% des interviewés)



**CAWI** : Computer Assisted Web Interview (Interview envoyée par un lien Internet et rempli en auto administré par l'interviewé)

**CAPI** : Computer Assisted Personal Interview (Interview réalisée sur tablette à domicile avec un écran dédié à l'interviewé)

<sup>1</sup> Nés en 1999 et avant

Le **recrutement** de ces échantillons est réalisé :

- Par téléphone (92,5%), pour la totalité des personnes interviewées via un lien Internet et pour environ la moitié des personnes interviewées en face à face (prise de rendez-vous avec un enquêteur en face à face)
- En porte à porte (7,5%) pour l'autre moitié des personnes interviewées en face à face

Dans ce document, les échantillons sont dénommés « Internaute » et « Non Internaute » et qualifiés de la manière suivante :

- **Internaute**: Personne de 15 ans et plus (née en 1999 et avant) qui déclare avoir utilisé Internet chez lui ou ailleurs « Il y a moins d'1 mois », qui dispose d'un ordinateur ou d'une tablette tactile 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.
- **Non Internaute**: Personne de 15 ans et plus (née en 1999 et avant) ne répondant pas aux critères d'éligibilité des Internautes décrits ci-dessus.

L'étude ONE est théoriquement constituée de **35 000 questionnaires d'audience complets** (29 750 auprès d'internautes et de 5 250 auprès de non Internaute) en respectant les quotas suivants :

**- Pour l'échantillon recruté en face à face à domicile (Non Internaute):**

- Sexe,
- Age en 2 positions (15/49 ans ; 50 ans et +),
- Activité en 2 positions (actif ; inactif).

**- Pour l'échantillon recruté par téléphone (Internaute ou Non internaute) :**

- 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 +).

**- Pour les 2 échantillons, un plan de sondage est établi avec les objectifs suivants :**

- Nombre d'interviews par département,
- Département x taille de l'agglomération de résidence,
- Jour d'interview (non internaute),
- Jour de remplissage du questionnaire d'audience (internaute).

## ***Les modalités des recrutements téléphoniques et des recrutements face à face de l'étude AudiPresse ONE***

### **Recrutement téléphonique**

La filière de recrutement téléphonique représente 92,5% des personnes recrutées sur l'étude ONE.

Toutefois, pour tenir compte des spécificités techniques des installations téléphoniques mais aussi optimiser les modes d'accès et permettre de toucher un public le plus complet possible, le recrutement téléphonique est organisé en distinguant les sous catégories suivantes :

- 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.
- Lignes mobile (20% 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)

### **Recrutement direct en face à face**

Parallèlement, les 7,5% d'interviews restantes sont recrutées directement en face à face par des enquêteurs envoyés dans des communes tirées au sort où chaque enquêteur doit réaliser 4 interviews dans la journée sur la base de quotas précis.

Dans les communes ou agglomérations qui risquent d'apparaître plusieurs fois dans l'année (plus de 50 000 habitants), l'enquêteur face à face dispose en outre d'une feuille d'Iris (ensemble d'îlots) qui lui alloue un secteur de recrutement. Ces feuilles d'Iris sont donc garantes d'une bonne dispersion géographique sur les communes importantes.

## **Les questionnaires de l'étude AudiPresse ONE**

### **Le questionnaire de recrutement téléphonique :**

Les individus sont appelés à domicile de 17 heures à 21 heures (10 heures à 16 heures le samedi et certains jours fériés).

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)

### Critères de questionnement :

- Composition rapide du foyer (sexe/âge/activité des 15 ans et plus résidant au numéro appelé) pour identifier la personne la plus intéressante à interroger en termes de quotas
- Qualification Internaute/Non Internaute
- Lieux de Vie : Cette question porte sur les départements fréquentés par l'individu en dehors de son département de résidence. Elle traduit toutes les occurrences de mobilité et permet de retracer les lectures correspondant au département de travail ou d'études, aux départements de déplacements fréquents, aux départements où l'individu dispose d'une résidence secondaire, aux départements où l'individu a des « attaches » (familiales par exemple), aux départements où il passe des week-end fréquents ou de courts séjours. Après avoir inventorié ces départements avec l'interviewé (3 au maximum par item) on intègre ceux où il s'est rendu au cours des 30 derniers jours. On ajoute aussi les départements où l'individu s'est rendu en vacances (plus de 4 jours) au cours des 30 derniers jours. Dès lors, les titres de presse spécifiques à ces départements apparaîtront lors du remplissage du questionnaire d'audience.
- Présence d'enfants de moins de 15 ans
- Profession de la personne recrutée
- Profession de la personne de référence (si différente)
- Niveau d'instruction
- Revenus du foyer
- Habitat
- Téléphonie mobile (possession/opérateur)
- Tablette (possession/marque)
- Voiture(s)
- Responsable des achats
- Confirmation et identification du numéro appelé (Orange/Autre opérateur/Liste rouge)
- Prise de coordonnées courriel

### **Le questionnaire de recrutement en face à face :**

En journée y compris le samedi et le dimanche (la commune d'intervention et le jour d'interview sont des critères imposés) mais sans contrainte horaire.

### **Eligibilité pour le recrutement direct en face à face**

- Vérification du domicile principal
- Vérification de la qualification Non Internaute
- Vérification du quota (sexe/âge/activité)

Le reste de la partie recrutement est administré par l'enquêteur sur une tablette tactile avec un clavier. Les questions sont identiques à celles du questionnaire téléphonique.

## **Le questionnaire d'audience**

### **Organisation**

Quel que soit le mode de recrutement et/ou d'administration du questionnaire, celui-ci est rigoureusement identique<sup>2</sup> dans les 2 filières (CAWI et CAPI).

Dans le cadre du remplissage par lien Internet, tout questionnaire d'audience débuté doit être terminé le même jour ou avant 3 heures du matin le lendemain (homogénéité des questionnements sur les lectures de la veille)

Ce questionnaire est structuré de la manière suivante :

Pour commencer, on pose la question Filtre pour les familles de presse ci-dessous et dans un ordre fixe entre les familles, les titres étant en rotation:

- Quotidiens Régionaux sur leurs zones de diffusion (département de résidence, département de travail et lieux de vie),
- Quotidiens Nationaux
- Quotidiens Gratuits sur leurs zones de diffusion (département de résidence, département de travail et lieux de vie),
- Quotidiens Hippiques
- Quotidiens Régionaux du 7<sup>ème</sup> jour sur leurs zones de diffusion (département de résidence, département de travail et lieux de vie),
- Quotidiens Nationaux du 7<sup>ème</sup> jour
- Presse Hebdomadaire Régionale sur ses zones de diffusion (département de résidence, département de travail et lieux de vie),
- Magazines (département de résidence, département de travail et lieux de vie pour les suppléments régionaux TV Magazine, Version Femina et les magazines à diffusion régionale)

---

<sup>2</sup> Les libellés des questions, les visuels affichés (taille, nombre, disposition) et les items de réponses proposés aux interviewés face à face sont rigoureusement identiques à ceux proposés lors de l'interview via Internet. Les enquêteurs face à face doivent par ailleurs respecter une neutralité absolue lors de l'administration du questionnaire.



Pour la presse magazine les titres sont organisés en familles. Les familles sont regroupées en séquences. L'ordre de présentation des séquences est aléatoire, l'ordre des familles à l'intérieur des séquences est aléatoire également tout comme l'ordre des titres à l'intérieur des familles pour éliminer les effets d'ordre.

Séquence 1	Séquence 2	Séquence 3	Séquence 4	Séquence 5	Séquence 6
Féminins 22 titres et Version Femina régional	Maison / Jardin / Décoration 21 Santé 3	Information 13 Cuisine 7	Economie / Patrimoine 10 Télévision 11 + TV Mag	Parentaux 6 Savoirs 7 Loisirs Seniors 5 Voyages 4	Automobile 6 Cinéma / Photo / Musique 6 Masculins / Sport 3 People 7
23 titres	24 titres	20 titres	22 titres	22 titres	22 titres
<b>Féminins</b>	<b>Maison / Jardin / Décoration</b>	<b>Information</b>	<b>Economie / Patrimoine</b>	<b>Parentaux</b>	<b>Automobile</b>
Avantages	Rustica	Courrier International	Challenges	Parents	Auto Plus
Be	L'Ami des Jardins et de la Maison	L'Express	Alternatives Economiques	Famili	L'Argus
Biba	Mon Jardin et Ma Maison	La Vie	Capital	Famille et Education	L'Auto-Journal
Cosmopolitan	Système D	Le Figaro Magazine	Enjeux les Echos	Infobébés	Auto Moto
Elle	AD Architectural Digest	M, le magazine du Monde	L'Expansion	Infocrèche	L'Automobile Magazine
Femme Actuelle	Art et Décoration	Le Nouvel Observateur	Le Particulier	Vies de Famille	Sport Auto
Femme Actuelle Jeux	Campagne Décoration	Le Point	Le Revenu Placements	<b>Savoirs</b>	<b>Cinéma / Photo / Musique</b>
Gala	Détente Jardin	Marianne	Management	Ca M'intéresse	A Nous Paris, Lyon, ..
Glamour	Du Côté de Chez Vous	Paris Match	Mieux Vivre Votre Argent	Dossier Familial	L'Officiel des Spectacles
Grazia	Elle Décoration	Pèlerin	Intérêts Privés	Réponse à Tout	Pariscope
Madame Figaro	Le Journal de la Maison	VSD	<b>Télévision</b>	Science et Vie	Première
Marie Claire	Maison Créative	Les Inrockuptibles	Télé 7 Jours	Sciences et Avenir	Rock and Folk
Marie France	Maison et Travaux	Aujourd'hui en France Magazine	Télé Loisirs	Jeux Vidéo Magazine	Studio Magazine - Ciné Live
Maxi	Maison Française Magazine	Le Parisien Magazine	Télé Magazine	O'1net	<b>Masculins / Sport</b>
Modes et Travaux	Maisons Côté Ouest	<b>Cuisine</b>	Télé Poche	<b>Loisirs Seniors</b>	France Football
Nous Deux	Maisons Côté Sud	Gourmand	Télé Star	La Revue Nationale de la Chasse	L'Equipe Magazine
Prima	Marie Claire Idées	Cuisine Actuelle	Télé Z	Le Chasseur Français	QQ
Questions de Femmes	Marie Claire Maison	Cuisine et Vins de France	Télévisible Sat Hebdo	Notre Temps	<b>People</b>
Version Femina	Prima Maison	Elle à Table	Télérama	Pleine Vie	Closer
Vogue	Maisons Côté Est	Maxi Cuisine	TV Magazine Le Figaro	Sélection Reader's Digest	France Dmranche
Votre Beauté	Viva Déco	Régal	Télé 2 Semaines	<b>Voyages</b>	Ici Paris
Stylist	<b>Santé</b>	Marmiton	TV Grandes Chaînes	Géo	Point de Vue
Psychologies Magazine	Bien-Être et Santé		Télé 7 Jeux	National Geographic	Public
Vanity Fair	Santé Magazine			TGV Magazine	Voici
	Top Santé			Détours en France	Oops !

### Le cheminement du questionnaire d'audience presse

Pour tous les titres ayant passé le filtre 12 mois, le questionnaire défile, par famille de presse (PQR PQN, Presse Quotidienne Hippique, Presse gratuite, Presse hebdomadaire nationale, Presse hebdomadaire régionale) et par périodicité pour la Presse magazine :

- ① Habitudes de lecture<sup>3</sup>
- ② Date de dernière lecture (DDL<sup>4</sup>) + complément de DDL pour les quotidiens
- ③ Le nombre de numéros lus au cours des 7 derniers jours (LNM<sup>5</sup> – quotidiens uniquement)
- ④ Provenance (La question est posée pour les quotidiens lus au cours des 7 derniers jours et les autres titres lus en LDP; Les items de la question de provenance sont différents pour la presse payante et la presse gratuite)
- ⑤ Comportements de lecture (Si titre(s) lus la veille)
  - Nombre de numéros différents lus la veille
  - Nombre de prises en main la veille
  - Heures de lecture la veille (sauf presse magazine)
  - Lieux de lecture la veille
  - Durée de lecture la veille (sauf presse magazine)

<sup>3</sup> Pour les titres de la presse magazine, les titres sont regroupés par périodicité à partir de la question d'habitudes de lecture. La périodicité du 1<sup>er</sup> titre passant le Filtre fixe l'ordre des périodicités.

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> **Lecture au Numéro Moyen**: Cet indicateur d'audience se calcule de la manière suivante : Nombre de numéros lus parmi ceux parus au cours des 7 derniers jours précédant l'interview. Elle est utilisée pour les quotidiens.

## **L'étude des versions numériques de presse**

Le public interrogé via un lien Internet est aussi interrogé sur sa 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, MNR<sup>6</sup> et PIM<sup>7</sup>).

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:**

Les versions numériques sont présentées par famille de presse et selon un ordre prédéterminé identique à celui de la question Filtre des titres papier.

- Quotidiens régionaux : elles sont présentées :
  - Dans le département où réside et où travaille l'interviewé (pour les versions numériques affichant moins de 100 000 visiteurs uniques source MNR ou PIM)
  - Dans les départements de lieux de vie fréquentés par l'interviewé au cours des 30 derniers jours (de 200 000 à 500 000 visiteurs uniques source MNR ou PIM)
  - A tous les interviewés CAWI, France entière (à partir de 500 000 Visiteurs Uniques minimum source MNR ou PIM)
- Quotidiens nationaux et Hippiques,
- Quotidiens gratuits (à tous les interviewés CAWI France entière),
- Presse hebdomadaire régionale (département de résidence, département de travail),
- Magazines

Un écran présente le chapitre, inventorie les types de versions numériques existantes :

- 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),

et énumère tous les lieux possibles de connexion (chez soi, au travail ou ailleurs) de manière à couvrir toutes les situations de contact.

### Connexion 12 mois (question Filtre):

On utilise 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 a minima avec éventuellement le logo d'une application (tablette ou mobile) de la marque de Presse.

Après le Filtre on identifie la (les) version(s) numérique(s) consultée(s).

Celles-ci sont au nombre de six<sup>8</sup>:

- |                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| • Sites Internet                    | • Applications Téléphones Mobiles |
| • Sites Internet Téléphones Mobiles | • Applications Tablettes          |
| • Sites Internet Tablettes          | • Editions Téléchargeables (PDF)  |

---

<sup>6</sup> Mediametrie Net Ratings

<sup>7</sup> Panel Internet Mobile

<sup>8</sup> Chaque marque de presse présente dans l'étude est étudiée sur les seules versions numériques existantes sur la marque. Pour les consulter, par marque de presse, merci de vous rendre pages 28 et suite du présent document

On pose ensuite une question d'habitude de connexion puis de date de dernière connexion pour chaque type de version numérique consultée.

On questionne enfin sur le nombre d'éditions téléchargeables lues parmi celles parues au cours des 7 derniers jours.

### ***Le questionnaire media marché***

A la fin du questionnaire d'audience CAWI (Internautes), on propose à l'interviewé de compléter 1 questionnaire pluri-medias et 2 questionnaires marché via le même lien Internet. Contrairement au questionnaire d'audience, ceux-ci peuvent être complétés sur plusieurs jours.

Cette seconde partie de l'enquête aborde les sujets suivants :

- Questionnaire pluri-medias :
  - Habitudes d'écoute de la Radio,
  - Habitudes d'écoute de la télévision,
  - Consultation des petites annonces,
  - Fréquentation du cinéma,
  - Fréquentation des réseaux sociaux.
  
- 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.
  
- 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

## ***Le terrain de l'étude AudiPresse ONE 2013/2014***

### ***L'échantillon réalisé***

Le terrain de l'enquête s'est déroulé du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2014.

L'échantillon total réalisé pour le cumul 2014 est de 35 193 interviews réparties en :

- 29 957 individus interrogés via un lien Internet CAWI (Internaute<sup>9</sup>)
- 5 236 individus interrogés directement en face à face CAPI (non Internaute<sup>9</sup>)

	Population brute (Echantillon réalisé)		Population pondérée (Estimation INSEE)	
	Effectif	Pén %	Milliers	Pén %
<b>Ensemble</b>	35 193	<b>100,0%</b>	51 483	<b>100,0%</b>
<b>Sexe (Q<sup>10</sup> / R<sup>11</sup>)</b>				
Homme	17 117	48,6%	24665	47,9%
Femme	18 076	51,4%	26818	52,1%
<b>Age (Q / R)</b>				
15 à 24 ans	5 294	15,0%	7319	14,2%
25 à 34 ans	4 912	14,0%	7652	14,9%
35 à 49 ans	8 732	24,8%	12516	24,3%
50 à 64 ans	9338	26,5%	12287	23,9%
65 ans et plus	6917	19,7%	11709	22,7%
<b>Individu</b>				
Ménagère	15 338	43,6%	23111	44,9%
Personne de Référence	18 946	53,8%	28013	54,4%
Responsable des achats	23 591	67,0%	35434	68,8%
<b>PCS Individu (Q / R)</b>				
Actifs	20 132	57,2%	28 763	55,9%
Inactifs	15 061	42,8%	22 760	44,2%
<b>PCS Personne de Référence (R)</b>				
Actifs	23 647	67,2%	33 042	64,2%
Inactifs	11 546	32,8%	18 441	35,8%
<b>Taille du Foyer (Q / R)</b>				
1 personne	6 991	19,9%	9951	19,3%
2 personnes	12 307	35,0%	17850	34,7%
3 personnes	5 930	16,8%	9077	17,6%
4 personnes	6 666	18,9%	9275	18,0%
5 personnes et +	3 299	9,4%	5330	10,4%
<b>Présence d'enfants de moins de 15 ans</b>				
Oui	10 510	29,9%	15427	30,0%
Non	24 683	70,1%	36056	70,0%

<sup>9</sup> Voir définition page 5 du présent document

<sup>10</sup> Variable de quota

<sup>11</sup> Variable de redressement

	Population brute (Echantillon réalisé)		Population pondérée (Estimation INSEE)	
	Effectif	Pén %	Milliers	Pén %
<b>Ensemble</b>	<b>35 193</b>	<b>100,0%</b>	<b>51 483</b>	<b>100,0%</b>
<b>Revenus du Foyer</b>				
Moins de 9 000 euros par an	975	2,8%	1865	3,6%
De 9 000 à moins de 12 000 euros par an	1 540	4,4%	2968	5,8%
De 12 000 à moins de 18 000 euros par an	3 376	9,6%	5922	11,5%
De 18 000 à moins de 24 000 euros par an	4 524	12,9%	6849	13,3%
De 24 000 à moins de 36 000 euros par an	7 880	22,4%	11067	21,5%
De 36 000 à moins de 45 000 euros par an	5 153	14,6%	6962	13,5%
De 45 000 à moins de 65 000 euros par an	5 274	15,0%	6738	13,1%
65 000 euros et plus	2 810	8,0%	3 698	7,2%
Refus/NSP	3 661	10,4%	5 414	10,5%
<b>Régions UDA</b>				
IDF/BP Est/BP Ouest	11 976	34,0%	18 263	35,5%
Nord	1 598	4,5%	3203	6,2%
Ouest	4 344	12,3%	7049	13,7%
Est	3 385	9,6%	4392	8,5%
Sud Ouest	5 271	15,0%	5768	11,2%
Sud Est/Méditerranée	8 619	24,5%	12 807	24,9%
<b>Jour d'interview (Q / R)</b>				
Lundi	4 925	14,0%	7356	14,3%
Mardi	5 482	15,6%	7353	14,3%
Mercredi	5 504	15,6%	7355	14,3%
Jeudi	4 908	13,9%	7359	14,3%
Vendredi	4 836	13,7%	7357	14,3%
Samedi	4 917	14,0%	7354	14,3%
Dimanche	4 621	13,1%	7349	14,3%

## **Les briefings et les contrôles**

Tous les briefings sont animés par l'encadrement de chaque 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 face à face (CAPI)**

Lors de chaque briefing CAPI, le CESP vérifie, au cours d'un test d'aptitude appelé « atelier », que des enquêteurs (nouveaux en particulier), sélectionnés par les 3 instances (AudiPresse, instituts et CESP), appliquent correctement les consignes.

Les enquêteurs sont ensuite accompagnés à tour de rôle sur des points d'enquête ou des rendez-vous face à face pour estimer la qualité de leur travail.

Sur la période de janvier à décembre 2014, 10 briefings face à face (5 pour IPSOS et 5 pour TNS Sofres) ont réuni 108 enquêteurs (54 pour IPSOS et 54 pour TNS Sofres). Au total, 7 enquêteurs ont été accompagnés (6,5% des enquêteurs briefés) et 22 questionnaires contrôlés lors de ces accompagnements.

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

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

Sur la période de janvier à décembre 2014, 5 briefings pour le recrutement téléphonique (2 pour IPSOS, 3 pour TNS Sofres) ont réuni 178 enquêteurs (69 pour IPSOS et 109 pour TNS Sofres). Au total, 154 enquêteurs ont été écoutés au moins une fois (86,5% des enquêteurs briefés). Ces écoutes ont donné lieu à 297 recrutements (264 recrutements CAWI et 33 rendez-vous CAPI).

### **Les contrôles téléphoniques à posteriori**

Le CESP a aussi effectué des contrôles à posteriori, c'est-à-dire en rappelant les individus ayant été recrutés par téléphone et ayant répondu au questionnaire en ligne ou recrutés en face à face pour un questionnaire administré par un enquêteur.

Lors de cette phase de contrôles, le CESP a demandé aux instituts de fournir les questionnaires d'audience terminés au cours de périodes données ainsi que les questionnaires de recrutement téléphoniques associés pour le CAWI ou le CAPI rendez-vous. Les périodes de référence ont été choisies après leur réalisation.

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

Sur la période de janvier à décembre 2014, le CESP a contrôlé 2 périodes de terrain de l'étude ONE (du 19 au 31 mai 2014 et du 22 au 30 septembre 2014).

Les instituts ont livré 2 010 questionnaires (1 817 questionnaires CAWI et 193 questionnaires CAPI) et le CESP a tiré aléatoirement 501 questionnaires (356 questionnaires CAWI et 145 questionnaires CAPI) soit 25% de l'échantillon livré.

Au total, 401 questionnaires ont été contrôlés (80% de l'échantillon tiré aléatoirement) et 9 questionnaires ont été annulés.

## La significativité des résultats de l'étude AudiPresse ONE

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

$e_Y$  : Estimation d'un effectif de lecteurs du titre Y

p : Pénétration ( $p = \frac{e_Y}{M}$ )

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

$$e_Y - 1,96 \times M \times \sqrt{\frac{p \times (1-p)}{m}} \quad \text{et} \quad e_Y + 1,96 \times M \times \sqrt{\frac{p \times (1-p)}{m}}$$

Exemple :

Titre *Exemple*

M = 51 483 000

m = 35 193

$e_{\text{Exemple}} = 1 493 000$

p = 2,9%

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

$$1493000 - 1,96 \times 51483000 \times \sqrt{\frac{0,029 \times 0,971}{35193}}$$

et

$$1493000 + 1,96 \times 51483000 \times \sqrt{\frac{0,029 \times 0,971}{35193}}$$

C'est-à-dire entre : 1 403 000 et 1 583 000 lecteurs

## **Significativité des résultats de l'étude AudiPresse ONE** **Cas où une partie des questionnaires est commune**

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  $P_{13/14}$ : pénétration de juillet 2013 à juin 2014  $n_{13/14}$ : 35 293  
 $P_{14}$ : pénétration de janvier à décembre 2014  $n_{14}$ : 35 193

$$p : \text{pénétration moyenne où } p = \frac{p_{13/14} \times n_{13/14} + p_{14} \times n_{14}}{n_{13/14} + n_{14}}$$

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

$$p_{13/14} \neq p_{14} \text{ si } |p_{13/14} - p_{14}| \geq \frac{1,96}{\sqrt{2}} \sqrt{\frac{1}{n_{13/14}} + \frac{1}{n_{14}}} \sqrt{p(1-p)}$$

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

$$p_{13/14} \neq p_{14} \text{ si } |p_{13/14} - p_{14}| \geq 0,0104 \sqrt{p(1-p)}$$

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

$$p_{13/14} \neq p_{14} \text{ si } |p_{13/14} - p_{14}| \geq 1,386 \sqrt{\frac{1}{n_{13/14}} + \frac{1}{n_{14}}} \sqrt{p(1-p)}$$

où  $n_{13/14}$  et  $n_{14}$  représentent les tailles des échantillons réalisés sur les deux périodes pour le segment considéré.



## Liste des titres dans l'étude AudiPresse ONE 2014

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

<sup>12</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Régionale - 7 <sup>ème</sup> jour			
Titre	Zone d'étude <sup>13</sup>	Titre	Zone d'étude
L'Alsace Lundi	67-68	Midi Libre Dimanche	07-11-12-30-34-48-66
L'Ardennais Dimanche	8	Monaco Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée à Monaco	6
Le Berry Républicain Dimanche	18	La Montagne Dimanche	03-15-19-23-43-63-87
Le Bien Public Dimanche	21	Nice Matin Dimanche	04-06-83
Centre Presse Aveyron Dimanche	12	Nord Eclair Lundi	59-62
Corse Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée en Corse	20	Nord Littoral Lundi	59-62
Le Courrier de l'Ouest Dimanche	44-49-53-72-79-85	Normandie Dimanche	27-76
Le Courrier Picard Dimanche	02-60-62-76-80	La Nouvelle République du Dimanche	16-18-36-37-41-45-49-79-85-86
Le Dauphiné Libéré Dimanche	01-04-05-07-26-38-73-74-84	Le Parisien Dimanche	02-27-28-45-60-75-77-78-80- 89-91-92-93-94-95
La Dépêche du Dimanche	09-11-12-31-32-46-47-65-81-82	Le Petit Bleu Dimanche	47
Dimanche Ouest France	14-17-22-27-28-29-35-44-49- 50-53-56-61-72-76-79-85	Le Populaire du Centre Dimanche	19-23-87
Dimanche/La Tribune/Le Progrès	42-43	La Presse de la Manche Dimanche	50
Les DNA du Lundi / Les Dernières Nouvelles du Lundi	57-67-68	Presse Océan Dimanche	44-49-56-85
L'Echo Républicain Dimanche	28-78-91	Le Progrès, édition du dimanche	01-38-39-69
L'Est Eclair Dimanche	10	La Provence Dimanche	04-13-30-83-84
L'Est Républicain Lundi	25-39-54-55-70-90	Le Républicain Lorrain Lundi Matin	54-55-57-67
L'Est Républicain / Le Pays Lundi anciennement appelé le Pays Lundi	25-70-90	La République du Centre Dimanche	28-41-45
La Haute Marne Dimanche	52	Sud Ouest Dimanche	16-17-24-32-33-40-47-64-65
Havre Dimanche	76	Le Télégramme du Dimanche	22-29-35-56
L'Hérault du Jour Dimanche	34	L'Union Dimanche	02-08-51
L'indépendant Dimanche	11-34-66	Var Matin Dimanche, l'édition de Nice Matin Dimanche diffusée dans le Var	83
Le Journal de Saône et Loire Dimanche	71	Vaucluse Matin Dimanche, l'édition du Dauphiné Libéré Dimanche diffusée dans le Vaucluse	84
Le Journal du Centre Dimanche	03-18-58	Vosges Matin lundi	88
Libération Champagne Dimanche	10	La Voix du Nord, édition du lundi	02-59-62-80
Le Maine Libre Dimanche	61-72		
Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Nationale - Presse Hippique			
Aujourd'hui en France		Le Monde	
La Croix			
Les Echos, le quotidien de l'économie		Bilto	
L'Equipe		Paris Courses	
Le Figaro		Paris-Turf	
L'Humanité		Tierce Magazine	
Libération		WeekEnd	

<sup>13</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

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

Liste des titrés étudiés - Presse Gratuite d'Information			
Titre	Zone d'étude <sup>14</sup>	Titre	Zone d'étude
20 Minutes	01-06-13-31-33-34-35-38-44-59-67-69-75-77-78-91-92-93-94-95-14-21-37-41-42-45-47-49-51-54-57-60-62-63-64-68-72-76-80-84-83-30-71-73-74-82	Direct Matin - Lille Plus	59
Direct Matin	75-77-78-91-92-93-94-95	Direct Matin - Lyon Plus	69
Direct Matin - Bordeaux 7	33	Direct Matin - Montpellier Plus	34
Direct Matin- édition Côte d'Azur	6	Direct Matin- édition Strasbourg	67
Direct Matin – édition Grand Ouest	35-44	Direct Matin- édition Toulouse	31
Direct Matin - Edition Provence anciennement appelé Direct Matin Marseille ou Direct Matin Aix en Provence	13	Metronews	06-13-26-28-30-31-33-34-35-37-38-42-44-45-51-54-57-59-60- 62 - 67-69-73-74-75-76-77-78-80-82-83-84-91-92-93-94-95

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale			
Titre	Zone d'étude	Titre	Zone d'étude
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
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	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
Tribune-Bulletin Côte d'Azur	6	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
Le Confolentais	16		

<sup>14</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite)			
Titre	Zone d'étude <sup>15</sup>	Titre	Zone d'étude
Le Courrier Economie	01	Les Nouvelles - L'Echo Fléchois	53-72
L'Hebdo du Finistère	29	Le Phare de Ré	17
Le Courrier Liberté	38	Le Ploërmelais	56
Le Courrier - La Gazette (ou Le Courrier d'Hirson)	02-08	Le Poher	22-29
Le Courrier Cauchois	76	Pontivy-Journal	56
Le Courrier de Fourmies	59	La Presse d'Armor	22
Le Courrier de la Mayenne	53	La Presse de Gray	70
Le Courrier de l'Eure	27	La Presse de Vesoul	70
Le Courrier de Mantes	78	Le Progrès Saint Affricain	12
Le Courrier des Yvelines	78	Le Publicateur Libre	53-61
Le Courrier du Loiret	45	Le Régional de Cosne	18-45-58-89
Le Courrier du Pays de Retz	44	La Renaissance	71
Courrier Français	16-17-23-24-33-37-40-47-82-85-86-87	La Renaissance Lochoise	37
Le Courrier Indépendant	22-56	Renouveau	43
Le Courrier Vendéen	85	Le Républicain de l'Essonne	91
Le Crestois - Journal de la Vallée	26	Le Républicain Lot et Garonne	47
Voix de la Haute Marne	52	Le Républicain Sud Gironde	33
Croix du Nord	59-62	Le Républicain d'Uzès et du Gard	30
Le Démocrate Indépendant	24	La République de Seine et Marne	45-89-77-91
Le Démocrate Vernonnais	27	Le Résistant	33
La Dépêche	27	Le Réveil de Berck	62
La Dépêche du Bassin	33	Le Réveil du Midi	30
La Dépêche du Pays de Bray	76	Le Réveil	60-76-80
Drôme Hebdo	26	Le Réveil Républicain	72
L'Echo d'Ancenis et du Vignoble	44-49	Le Réveil Vivarais	07-42
L'Echo Charitois	58	Le Réveil Normand	27-61
L'Echo - Le Régional	95	La Ruche	43-63
L'Echo - Le Valentinois	07-26	Les Sables / Vendée Journal	85
L'Echo de Brou	28	La Sambre - la Frontière	59
L'Echo de la Lys	62	La Savoie	73
L'Echo de la Presqu'île	44-56	La Semaine dans le Boulonnais	62
L'Echo de l'Armor et de l'Argoat	22	La Semaine des Pyrénées	65-32
L'Echo de l'Ouest	44-85	La Semaine du Minervois	11-34
L'Echo du Berry	18-36	La Semaine du Pays Basque	64
Echo du Thelle	60	La Semaine du Roussillon	66
L'Echo de Vibraye	41-72	Le Semeur Hebdo	63
L'Echo du Tarn	81	7 jours / Les Petites Affiches de Bretagne	35
Les Echos du Touquet	62	Le Tarn Libre	81
L'Eclaireur Vimeu	80	Le Courrier de Gironde	33
L'Eclaireur (Chateaubriand)	35-44	L'Affranchi	52

<sup>15</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite)			
Titre	Zone d'étude <sup>16</sup>	Titre	Zone d'étude
L'Eclaireur Brayon	60-76	La Thiérache	02-08
L'Eclaireur du Gatinais	45-77	Tout Lyon Affiches	69
L'Essor de la Loire - L'Essor du Rhône	38-42-69	Toutes les Nouvelles (l'hebdomadaire ...)	78
L'Essor Bigourdan	65	Le Trégor	22
L'Essor Sarladais	24	La Tribune (l'hebdomadaire régional ...)	07-26-84
L'Essor Savoyard	74-73	La Tribune de Vienne et de l'Isère	38
Eure Infos	27	La Tribune Républicaine	01
L'Eveil de Lisieux-Côte	14	Val de Marne Infos	94
L'Eveil de Pont Audemer	27	La Vie Corrézienne	19
L'Eveil Normand	27	La Vie Nouvelle	73
Le Faucigny	74	La Vie Quercynoise	46
La Gazette (de Thiers)	63	Le Villefranchois	12
La Gazette Ariégeoise	9	La Voix - Le Bocage	14
La Gazette de la Loire	42-43	Voix de l'Ain	01
La Gazette de la Manche d'Ille-et-Vilaine et Mayenne	35-50	La Voix du Cantal	15
La Gazette de Montpellier	34	Voix du Gers	32
La Gazette de Nîmes	30	Voix du Jura	39
La Gazette du Centre Morbihan	56	Voix du Midi	31
La Gazette du Val d'Oise	95	La Voix du Sancerrois	18-58
Haut Anjou	49-53	l'Hebdo - Le Comtadin	84
Haute Gironde	33	La Renaissance du Loir et Cher	41
Haute Saintonge	17	L'Eveil Hebdo	43-48
Hebdo de Charente Maritime	17	Echo d'Ille-de-France	92-93-94
L'Hebdo de l'Ardèche	07	La Croix du Midi	11-30-34-66
L'Hebdo de Sèvre et Maine	44-49-85	Le Journal du Bugey	01
Hebdo des Savoie	73-74	La Concorde	79
L'Hebdomadaire d'Armor	22-35	La Semaine de l'Allier	03
L'Impartial (Les Andelys)	27	La Semaine de Metz - Thionville - Moselle	54-57
L'Impartial de la Drôme (Romans)	26	Les Potins d'Angèle	69
L'Indépendant du Pas de Calais	62	Haute Provence Info	04
L'Indicateur des Flandres	59	L'Observateur de l'Avesnois	59
L'Informateur	76-80	L'Observateur de l'Arrageois	62
Les Infos Pays de Ploërmel	35-56	Le Petit Courrier - L'Echo de la Vallée du Loir	72
Les Infos Pays de Redon	35-44-56	La Gazette du Comminges	31
Le Journal de Vitry	35	La Voix des Sports	02-59-62-80
Le Journal d'Abbeville	80	Le Régional	13
Le Journal de Civray	86	La Semaine de Nancy	54
Le Journal de la Corse	20	La Maurienne Républicaine	73
Journal de la Cotière	01	Le Travailleur Catalan	66

<sup>16</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite & fin)			
Titre	Zone d'étude <sup>17</sup>	Titre	Zone d'étude
Le Journal Tournon-Tain	07	L'Indépendant de l'Yonne	89
Le Journal du Diois et de la Drôme	26	Les Informations Dieppoises	76
Le Journal de Gien	18-45	Le Journal d'Elbeuf	76
Le Journal de Ham	80	Les Nouvelles de Falaise	14
Le Journal de l'Orne	61	Le Pays Briard	77
Journal de Millau	12	Le Pays d'Auge	14-27-61
Journal de Montreuil	62	La Renaissance - Le Bessin	14
Le Journal des Flandres	59	La Semaine des Ardennes	08
Le Journal d'Ici	81	La Tarentaise hebdo	73
Le Journal du Médoc	33	Le Petit Bastiais	20
Le Journal du Pays Yonnais	85	Le Réveil de Mauriac	15
La Libération du Comminges	31	Le Phare Dunkerquois	59
Le Journal Toulousain	31-82	L'Echo Béarnais	64
Liberté - Le Bonhomme Libre	14	L'Echo des Vosges	88
La Liberté - L'Homme de Bronze - Le Commercial Provence	13-30-84	L'Echo Sarthois	72
Liberté Dimanche	27-76	Les Affiches de la Haute Saône	70
Liberté Hebdo	59-62	Tribune de Lyon	69
La Liberté de l'Yonne	89	L'Aisne Nouvelle	02
Le Littoral de la Charente Maritime	17	L'Indépendant du Louhannais et du Jura	39-71
La Lozère Nouvelle	48	L'echo du mardi - Les Petites affiches de Vaucluse	84
La Manche Libre	14-50	L'Informateur Corse Nouvelle	20
La Marne	77	La Terre de chez nous	25
Marseille L'Hebdo	13	La Montagne des Hautes- Pyrénées	65
La Maurienne	73	Eco des Pays de Savoie	73-74
Le Mémorial de l'Isère	38	Le Petit Niçois	06
Le Messenger	74	Le Cannois	06
L'Action Républicaine	28-61		

<sup>17</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des titres publiés - Presse Magazine	
O1Net	France Football
Aujourd'hui en France Magazine / Le Parisien Magazine	Gala
AD Architectural Digest	GEO
A Nous Réseau (couplage)	Glamour
Alternatives Economiques	Gourmand
L'Ami des Jardins et de la Maison	GQ
L'Argus	Grazia
Art & Décoration	Ici Paris
L'Auto-Journal	Infobébés
Auto Moto	Infocrèche
Auto Plus	Infobébés / Infocrèche
L'Automobile Magazine	Les Inrockuptibles
Avantages	Intérêts Privés
Be	Jeux Vidéo Magazine
Biba	Le Journal de la Maison
Bien-Être & Santé	M, le Magazine du Monde
Ça M'Intéresse	Madame Figaro
Campagne Décoration	Maison Créative
Capital	Maison Française Magazine
Challenges	Maison et Travaux
Le Chasseur Français	Maisons Côté Est
Closer	Maisons Côté Ouest
Cosmopolitan	Maisons Côté Sud
Courrier International	Management
Cuisine Actuelle	Marianne
Cuisine et Vins de France	Marie Claire
Détente Jardin	Marie Claire Idées
Détours en France	Marie Claire Maison
Dossier Familial	Marie France
Du Côté de Chez Vous	Marmiton
Elle	Maxi
Elle Décoration	Maxi Cuisine
Elle à Table	Mieux Vivre Votre Argent
Enjeux les Echos	Modes & Travaux
L'Equipe Magazine	Mon Jardin & ma Maison
L'Expansion	National Geographic
L'Express	Notre Temps
Famili	Nous Deux
Famille et Education	Le Nouvel Observateur
Femme Actuelle	Oops !
Femme Actuelle Jeux	Parents
Le Figaro Magazine	Paris Match
France Dimanche	Le Particulier

Liste des titres publiés - Presse Magazine (suite)	
Pèlerin	Système D
Pleine Vie	Télé 2 Semaines
Le Point	Télé 7 Jours
Point de Vue	Télé 7 Jeux
Première	Télé Loisirs
Prima	Télé Magazine
Prima Maison	Télé Poche
Psychologies Magazine	Télé Star
Public	Télé Z
Questions de Femmes	Télé câble Sat Hebdo
Régal	Télérama
Réponse à Tout !	TGV Magazine
Le Revenu Placements	Top Santé
La Revue Nationale de la Chasse	TV Grandes Chaînes
Rock and Folk	La Vie
Rustica	Vies de Famille
Santé Magazine	Viva Déco
Science & Vie	Vogue
Sciences et Avenir	Voici
Sélection Reader's Digest	Votre Beauté
Sport Auto	VSD
Studio Magazine - Ciné Live	



Liste des suppléments étudiés - TV Magazine			
Titre	Zone d'étude <sup>18</sup>	Titre	Zone d'étude
TV Magazine L'Aisne Nouvelle, le <b>supplément TV</b> de L'Aisne Nouvelle du jeudi	2	TV Magazine La Dépêche du Dimanche, le <b>supplément TV</b> de La Dépêche du Dimanche	9-11-12-31-32-46-47-65-81-82
TV Magazine L'Alsace - Le Pays, le <b>supplément TV</b> de L'Alsace du samedi	67-68	TV Magazine Centre France le <b>supplément TV</b> de L'Echo Républicain du samedi	28
TV Magazine L'Alsace, le <b>supplément TV</b> l'Alsace du samedi	25-70-90	TV Magazine L'Est Eclair - Libération Champagne, le <b>supplément TV</b> de L'Est Eclair et de Libération Champagne du samedi	10
TV Magazine-Ardenne, le <b>supplément TV</b> de L'Union et de L'Ardennais du samedi	8	TV Magazine L'Est Républicain, le <b>supplément TV</b> de L'Est Républicain du dimanche	25-54-55-70-90
TV Magazine Le Bien Public le <b>supplément TV</b> du Bien Public Dimanche	21	TV Magazine L'Eveil de La Haute-Loire, le <b>supplément TV</b> de L'Eveil de La Haute-Loire du vendredi	43
TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> de La Montagne Dimanche	3-15-19-23-43-63	TV Magazine Le Figaro, le <b>supplément TV</b> du Figaro du vendredi et du samedi	France Entière
TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> du Berry Républicain Dimanche	18	TV Magazine Le Journal de la Haute-Marne Dimanche, le <b>supplément TV</b> du Journal de la Haute-Marne Dimanche	52
TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> du Journal du Centre Dimanche	58	TV Magazine La Manche Libre, le <b>supplément TV</b> de La Manche Libre du samedi	50
TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> du Populaire du Centre Dimanche	87	TV Magazine La Marseillaise, le <b>supplément TV</b> de La Marseillaise du samedi	4-13-30-83-84
TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> de La République du Centre du samedi	28-45	TV Magazine La Marseillaise, le <b>supplément TV</b> de L'Hérault du Jour - La Marseillaise du samedi	34
TV Magazine Charente Libre, le <b>supplément TV</b> de Charente Libre du samedi	16	TV Magazine, le <b>supplément TV</b> 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 Corse Matin, le <b>supplément TV</b> de Corse Matin - Nice Matin du samedi	20	TV Magazine Nice Matin, le <b>supplément TV</b> de Nice Matin du samedi	6
TV Magazine Courrier Picard, le <b>supplément TV</b> du Courrier Picard du samedi	02-60-80	TV Magazine Nord - Pas de Calais, le <b>supplément TV</b> de la Voix du Nord, Nord Eclair du vendredi	62
TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche, le <b>supplément TV</b> du Dauphiné Libéré Dimanche	1-5-7-26-38-73-74-84	TV Magazine Nord - Pas de Calais, le <b>supplément TV</b> de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi	59
TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès, le <b>supplément TV</b> de Dimanche La Tribune - Le Progrès	42-43	TV Magazine la Nouvelle République, le <b>supplément TV</b> de la Nouvelle République et de Centre Presse le Quotidien de la Vienne du samedi	86
TV Magazine Dimanche Saône et Loire, le <b>supplément TV</b> du Journal de Saône et Loire Dimanche	71	TV Magazine La Nouvelle République des Pyrénées, le <b>supplément TV</b> de La Nouvelle République des Pyrénées du jeudi	65
TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace, le <b>supplément TV</b> de DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi	67-68	TV Magazine La Nouvelle République, le <b>supplément TV</b> de La Nouvelle République du samedi	18-36-37-41-79

<sup>18</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des suppléments étudiés - TV Magazine (suite et fin)			
Titre	Zone d'étude <sup>19</sup>	Titre	Zone d'étude
TV Magazine Ouest, le <b>supplément TV</b> de Ouest France du vendredi	14-22-29-35-44-49-50-53-56-61-72-85	TV Magazine Le Progrès, le <b>supplément TV</b> du Progrès du dimanche	1-69
TV Magazine Ouest, le <b>supplément TV</b> de Presse Océan du samedi	44	TV Magazine Le Républicain Lorrain, le <b>supplément TV</b> du Républicain Lorrain du mercredi	54-57
TV Magazine Ouest, le <b>supplément TV</b> du Courrier de L'Ouest du samedi	49-79	TV Magazine Le Républicain, le <b>supplément TV</b> du Républicain du jeudi	91
TV Magazine Ouest, le <b>supplément TV</b> du Maine Libre du samedi	72	TV Magazine, le <b>supplément TV</b> de La République des Pyrénées et L'Eclair des Pyrénées du Jeudi	32-40-64-65
TV Magazine Paris Normandie, le <b>supplément TV</b> de Paris Normandie du samedi	27	TV Magazine Sud Ouest Dimanche, le <b>supplément TV</b> de Sud Ouest Dimanche	16-17-24-32-33-40-47-64
TV Magazine, le <b>supplément TV</b> de Paris Normandie, du Havre Libre, du Havre Presse et du Progrès de Fécamp du samedi	76	TV Magazine Le Télégramme, le <b>supplément TV</b> du Télégramme du samedi	22-29-56
TV Magazine le Parisien, le <b>supplément TV</b> du Parisien du vendredi	60-75-77-78-91-92-93-94-95	TV Magazine L'Union, le <b>supplément TV</b> de L'Union du samedi	02-51
TV Magazine Le Petit Bleu Dimanche, le <b>supplément TV</b> du Petit Bleu Dimanche	47	TV Magazine Centre France, le <b>supplément TV</b> de L'Yonne Républicaine du samedi	89
TV Magazine La Presse de la Manche, le <b>supplément TV</b> de la Presse de la Manche du samedi	50	TV Magazine Var Matin, le <b>supplément TV</b> de Var Matin - Nice Matin du samedi	83
TV Magazine La Provence, le <b>supplément TV</b> de La Provence du samedi	4-13-84	TV Magazine Vaucluse Matin - le Dauphiné Libéré, le <b>supplément TV</b> de Vaucluse Matin Dimanche	84
TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches, le <b>supplément TV</b> du Progrès - Les Dépêches du dimanche	39	TV Magazine Vosges Matin, le <b>supplément TV</b> de Vosges Matin du dimanche	88

<sup>19</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Liste des suppléments étudiés - Version Femina			
Titre	Zone d'étude <sup>20</sup>	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	44-85
Version Femina, le supplément magazine de DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi	67-68	Version Femina, le supplément du Républicain Lorrain du Lundi	54, 57
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	06-83
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		

<sup>20</sup> Départements étudiés au 1<sup>er</sup> juillet 2014

Versions numériques des titres de Presse							
Famille	Support	Sites Internet PC	Sites Internet Tél mobile	Sites Internet Tablette	Application Tél mobile	Application Tablette	Edition téléchargeable (PDF)
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 des Dernières Nouvelles d'Alsace	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de l'Alsace	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de l'Echo Républicain	x		x		x	x
PQR	Les versions numériques de l'Est Eclair	x		x	x		x
PQR	Les versions numériques de l'Est Republicain	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de l'Eveil de la Haute Loire	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
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
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 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 République des Pyrénées	x		x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de la République du Centre	x	x	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
PQR	Les versions numériques du Journal du Centre	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques du Maine Libre	x	x	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 Internet Tél mobile	Sites Internet Tablette	Application Tél mobile	Application Tablette	Edition téléchargeable (PDF)
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 du Républicain Lorrain	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 de Nice Matin	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de Nord Eclair	x		x	x		x
PQR	Les versions numériques de Nord Littoral	x		x	x		x
PQR	Les versions numériques de la 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 de Paris Normandie	x		x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de Presse Océan	x		x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de Sud Ouest	x	x	x	x	x	x
PQR	Les versions numériques de la 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 du Figaro	x	x	x	x	x	x
PQN	Les versions numériques de Libération	x	x	x	x	x	x
PQN	Les versions numériques du Monde	x	x	x	x	x	x
PQN7	Les versions numériques de Midi Olympique	x	x	x	x		x
PQN7	Les versions numériques du Journal du Dimanche	x	x	x		x	x
PQHi	Les versions numériques de Paris Turf	x	x	x			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
PGI	Les versions numériques de Metronews	x	x	x	x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de l'Auto Journal	x	x	x	x		
Presse Mag	Les versions numériques de Auto Plus	x	x	x	x	x	x

Versions numériques des titres de Presse							
Famille	Support	Sites Internet PC	Sites Internet Tél mobile	Sites Internet Tablette	Application Tél mobile	Application Tablette	Edition téléchargeable (PDF)
Presse Mag	Les versions numériques de Be	x	x	x	x		x
Presse Mag	Les versions numériques de Capital	x	x	x	x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Challenges	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 à Table	x	x	x	x		x
Presse Mag	Les versions numériques de l'Expansion	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	x	x	x	x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Femme actuelle	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
Presse Mag	Les versions numériques de Grazia	x	x	x	x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Infobébés	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
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 Claire Maison	x	x	x	x	x	x
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 Mieux Vivre Votre Argent	x	x	x		x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Notre Temps	x	x	x		x	x
Presse Mag	Les versions numériques du Nouvel Observateur	x	x	x	x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Parents	x	x	x	x		x

Versions numériques des titres de Presse							
Famille	Support	Sites Internet PC	Sites Internet Tél mobile	Sites Internet Tablette	Application Tél mobile	Application Tablette	Edition téléchargeable (PDF)
Presse Mag	Les versions numériques de Paris Match	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 Psychologies	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 version numériques de Système D	x	x	x			x
Presse Mag	Les versions numériques de Télé 2 semaines	x	x	x			
Presse Mag	Les versions numériques de Télé 7 Jours				x	x	x
Presse Mag	Les versions numériques de Télé Loisirs	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			
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