



NOTE METHODOLOGIQUE 2015

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 2015	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 ^{ème} jour	18
• Presse Quotidienne Nationale - Presse Hippique	18
• Presse Quotidienne Nationale du 7 ^{ème} 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 ACPM - 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 l'ACPM à la demande de toutes les familles de Presse Grand Public (Presse Quotidienne Régionale, Presse Quotidienne Nationale, Presse Gratuite d'Information, 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 ans¹ et plus. L'estimation de cette population est calculée à partir des données de l'INSEE les plus récentes :

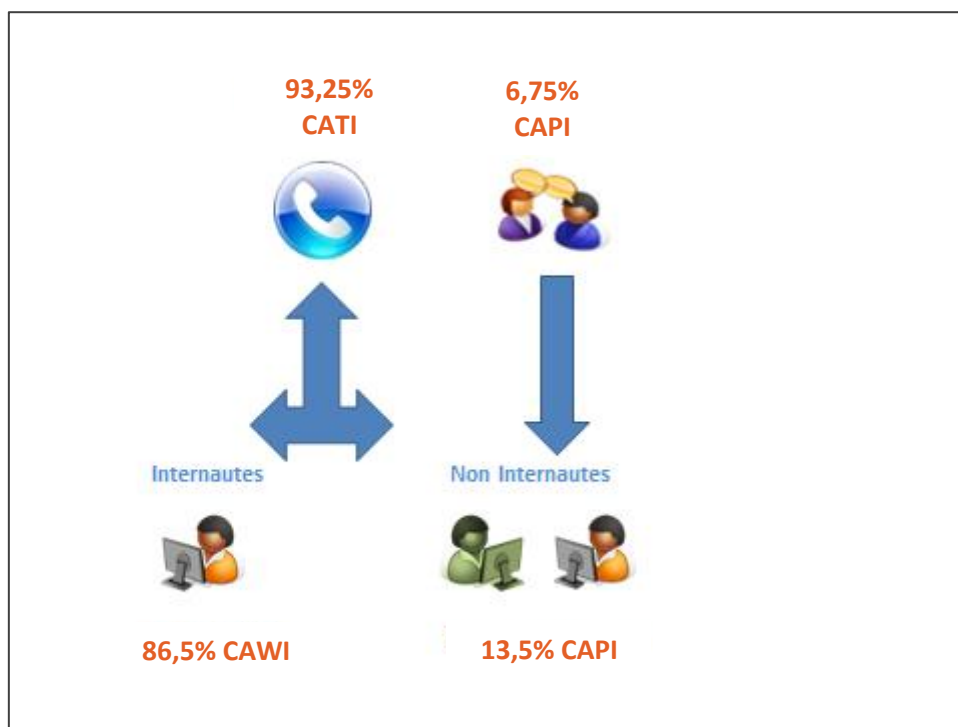
- Le Bilan Démographique au 1^{er} janvier 2015 pour la réactualisation des effectifs par sexe et par âge
- L'Enquête Emploi 2012 pour la structure par PCS, l'effectif du foyer et la proportion de ménagères
- Le Recensement de 2011 pour le taux d'appartenance à un ménage ordinaire par année de naissance et la structure par catégorie d'habitat
- Les estimations INSEE au 1^{er} janvier 2014 pour la répartition par région INSEE

Elle est estimée à 51 742 000 individus au 1^{er} janvier 2015

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 - 86% des interviewés du 1^{er} janvier au 30 juin 2015 ; 87% du 1^{er} juillet au 31 décembre 2015)
- Les personnes interviewées en face à face (DOUBLE CAPI- 14% des interviewés du 1^{er} janvier au 30 juin 2015 ; 13% du 1^{er} juillet au 31 décembre 2015)



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)

¹ Nés en 2001 et avant

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

- Par téléphone (93.25%), 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 (6.75%) 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 2001 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 2001 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** (30 275 auprès d'internautes et de 4 725 auprès de non Internautees) en respectant les quotas suivants :

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

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

- Pour l'échantillon recruté par téléphone (Internautes ou Non internautes) :

- 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 ACPM ONE

Recrutement téléphonique

La filière de recrutement téléphonique représente 93.25% 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. 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)

Recrutement direct en face à face

Parallèlement, les 6.75% 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 ACPM 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). 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)

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 identique² dans les 2 filières (CAWI et CAPI).

Depuis le 1^{er} janvier 2015, les enquêteurs face à face (CAPI et CAPI Rendez-vous) disposent d'une tablette tactile leur permettant d'administrer l'interview et d'enregistrer les réponses. L'interviewé dispose lui d'un écran diffusant le contenu du questionnaire. Ce nouveau matériel permet une programmation unique CAWI/CAPI du questionnaire d'audience et du questionnaire pluri media.

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 Régionaux du 7^{ème} jour sur leurs zones de diffusion (département de résidence, département de travail et lieux de vie),
- Quotidiens Nationaux du 7^{ème} 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)

² 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	Maison / Jardin / Décoration	Information	Economie / Patrimoine	Parentaux	Automobile
Avantages	Rustica	Courrier International	Challenges	Parents	Auto Plus
Biba	L'Ami des Jardins et de la Maison	L'Express	Alternatives Economiques	Famili	L'Argus
Cosmopolitan	Mon Jardin et Ma Maison	La Vie	Capital	Famille et Education	L'Auto-Journal
Elle	Système D	Le Figaro Magazine	Enjeux les Echos	Vies de Famille, le magazine des caisses d'allocation	Auto Moto
Femme Actuelle	AD Architectural Digest	M, le magazine du Monde	L'Expansion	Savoirs	L'Automobile Magazine
Femme Actuelle Jeux	Art et Décoration	Le Nouvel Observateur	Le Particulier	Ca M'intéresse	Sport Auto
Gala	Campagne Décoration	Le Point	Le Revenu Placements	Dossier Familial	Cinéma / Photo / Musique
Glamour	Détente Jardin	Marianne	Management	Réponse à Tout	A Nous Paris, Lyon, ...
Grazia	Du Côté de Chez Vous, le magazine des magasins Leroy Merlin	Paris Match	Mieux Vivre Votre Argent	Science et Vie	L'Officiel des Spectacles
Madame Figaro	Elle Décoration	Pèlerin	Télévision	Sciences et Avenir	Première
Marie Claire	Le Journal de la Maison	VSD	Télé 7 Jours	Jeux Vidéo Magazine	Rock and Folk
Marie France	Maison Créative	Les Inroductibles	Télé Loisirs	01net	Studio Magazine - Ciné Live
Maxi	Maison et Travaux	Aujourd'hui en France Magazine	Télé Magazine	Loisirs Seniors	
Modes et Travaux	Maison Française Magazine	Le Parisien Magazine	Télé Poche	Le Chasseur Français	Masculins / Sport
Nous Deux	Maisons Côté Ouest	Cuisine	Télé Star	Notre Temps	France Football
Prima	Maisons Côté Sud	Gourmand	Télé Z	Pleine Vie	L'Equipe Magazine
Questions de Femmes	Marie Claire Idées	Cuisine Actuelle	Télécablé Sat Hebdo	Voyages	go
Version Femina	Marie Claire Maison	Cuisine et Vins de France	Télérama	Géo	People
Vogue	Prima Maison	Elle à Table	TV Magazine Le Figaro, le supplément TV du	National Geographic	Closer
Votre Beauté	Maisons Côté Est	Maxi Cuisine	Télé 2 Semaines	Détours en France	France Dimanche
Stylist	Vivre Côté Paris	Régal	TV Grandes Chaines	Santé	Ici Paris
Psychologies Magazine		Marmilton	Télé 7 Jeux	Bien-Être et Santé	Public
Vanity Fair				Santé Magazine	Voici
				Top Santé	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 lecture³
- ② Date de dernière lecture (DDL⁴) + complément de DDL pour les quotidiens
- ③ Le nombre de numéros lus au cours des 7 derniers jours (LNM⁵ – 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)

³ 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^{er} titre passant le Filtre fixe l'ordre des périodicités.

⁴ 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.

⁵ **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, MNR⁶ et PIM⁷ et Panel Tablette [depuis 2015].

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 (500 000 Visiteurs Uniques ou plus source MNR ou PIM)
- Quotidiens nationaux,
- 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.

⁶ Mediametrie Net Ratings

⁷ Panel Internet Mobile

Après le Filtre on identifie la (les) version(s) numérique(s) consultée(s).
Celles-ci sont au nombre de six⁸:

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

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

On questionne aussi sur la lecture des éditions téléchargeables en PDF.

Enfin, l'interviewé répond à un questionnaire pluri media 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.

Le questionnaire media marché

A la fin du questionnaire d'audience CAWI (Internauts), on propose à l'interviewé de compléter 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 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

⁸ 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

Le terrain de l'étude ACPM ONE 2015

L'échantillon réalisé

Le terrain de l'enquête s'est déroulé du 1^{er} janvier AU 31 décembre 2015.

L'échantillon total réalisé pour le cumul 2015 est de 35 193 interviews réparties en :

- 30 492 individus interrogés via un lien Internet CAWI (Internaute⁹)
- 4 701 individus interrogés directement en face à face CAPI (non Internaute)

	Echantillon brut		Population extrapolée	
	individus	%	(000)	%
Ensemble	35 193	100,0	51 742	100,0
Sexe (Q/R)				
Homme	17 071	48,5	24 799	47,9
Femme	18 122	51,5	26 943	52,1
Age (Q/R)				
15 à 24 ans	5 144	14,6	7 272	14,1
25 à 34 ans	4 770	13,6	7 631	14,7
35 à 49 ans	8 377	23,8	12 488	24,1
50 à 64 ans	9339	26,5	12326	23,8
65 ans et plus	7563	21,5	12025	23,2
Individu				
Ménagère	15 396	43,7	23 235	44,9
Personne de Référence	19 101	54,3	28 029	54,2
Responsable des achats	23 810	67,7	35 743	69,1
PCS Individu (Q/R)				
Agriculteurs	318	0,9	524	1,0
Petits patrons	885	2,5	1 631	3,2
Affaires et Cadres	5 182	14,7	5 106	9,9
Professions intermédiaires	5 529	15,7	6 893	13,3
Employés	4 810	13,7	8 291	16,0
Ouvriers	3 036	8,6	6 423	12,4
Retraités	9 300	26,4	12 577	24,3
Autres inactifs	6 133	17,4	10 297	19,9
PCS Personne de Référence (R)				
Agriculteurs	601	1,7	816	1,6
Petits patrons	1 426	4,1	2 635	5,1
Affaires et Cadres	6 921	19,7	7 244	14,0
Professions intermédiaires	5 351	15,2	7 564	14,6
Employés	3 392	9,6	5 412	10,5
Ouvriers	5 357	15,2	9 534	18,4
Retraités	10 723	30,5	14 431	27,9
Autres inactifs	1 422	4,0	4 105	7,9
Taille du Foyer (Q/R)				
1 personne	7 140	20,3	10 000	19,3
2 personnes	12 562	35,7	17 936	34,7
3 personnes	5 800	16,5	9 114	17,6
4 personnes	6 583	18,7	9 325	18,0
5 personnes et +	3 108	8,8	5 367	10,4
Présence d'enfants de moins de 15 ans				
Oui	10 045	28,5	15 441	29,8
Non	25 148	71,5	36 301	70,2

⁹ Voir définition page 5 du présent document

	Echantillon brut		Population extrapolée	
	individus	%	(000)	%
Ensemble	35 193	100,0	51 742	100,0
Habitat (Q/R)				
Communes rurales	10 237	29,1	11 833	22,9
Agglo. - 20 000 hab	6 901	19,6	9 002	17,4
Agglo. 20 000 à 100 000 hab	5 398	15,3	6 952	13,4
Agglo. + 100 000 hab	8 159	23,2	15 416	29,8
Agglo. Paris	4 498	12,8	8 540	16,5
UDA9				
IDF	5 071	14,4	9 545	18,4
Bassin parisien Ouest	3 494	9,9	4 787	9,3
Bassin parisien Est	3 465	9,8	3 975	7,7
Nord	1 625	4,6	3 214	6,2
Ouest	4 244	12,1	7 094	13,7
Est	3 343	9,5	4 400	8,5
Sud Ouest	5 233	14,9	5 813	11,2
Sud Est	4 157	11,8	6 304	12,2
Méditerranée	4 561	13,0	6 609	12,8
Revenus du Foyer				
Moins de 9 000 euros par an	1 008	2,9	1 902	3,7
De 9 000 à moins de 12 000 euros par an	1 543	4,4	2 956	5,7
De 12 000 à moins de 18 000 euros par an	3 309	9,4	5 885	11,4
De 18 000 à moins de 24 000 euros par an	4 326	12,3	6 583	12,7
De 24 000 à moins de 36 000 euros par an	7 744	22,0	10 965	21,2
De 36 000 à moins de 45 000 euros par an	5 132	14,6	7 027	13,6
De 45 000 à moins de 65 000 euros par an	5 575	15,8	7 199	13,9
De 65 000 à moins de 80 000 euros par an	1 550	4,4	1 959	3,8
De 80 000 à moins de 115 000 euros par an	952	2,7	1 237	2,4
115 000 euros et plus par an	397	1,1	590	1,1
Refus	2 091	5,9	3 094	6,0
Ne sait pas	1 566	4,4	2 344	4,5
Jour d'interview (Q/R)				
Lundi	4 969	14,1	7 387	14,3
Mardi	5 294	15,0	7 397	14,3
Mercredi	5 419	15,4	7 394	14,3
Jeudi	5 140	14,6	7 395	14,3
Vendredi	4 882	13,9	7 394	14,3
Samedi	4 973	14,1	7 389	14,3
Dimanche	4 516	12,8	7 385	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 (ACPM, 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 2015, 12 briefings face à face (6 pour IPSOS et 6 pour TNS Sofres) ont réuni 105 enquêteurs (53 pour IPSOS et 52 pour TNS Sofres). Au total, 5 enquêteurs ont été accompagnés (4,8% des enquêteurs briefés) et 18 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 2015, 8 briefings pour le recrutement téléphonique (3 pour IPSOS, 5 pour TNS Sofres) ont réuni 174 enquêteurs (84 pour IPSOS et 90 pour TNS Sofres). Au total, 146 enquêteurs ont été écoutés au moins une fois (84% des enquêteurs briefés). Ces écoutes ont donné lieu à 233 recrutements (211 recrutements CAWI et 22 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 2015, le CESP a contrôlé 2 périodes de terrain de l'étude ONE (du 20 au 30 avril 2015 et du 19 au 31 octobre 2015).

Les instituts ont livré 2 431 questionnaires et le CESP a tiré aléatoirement 443 questionnaires soit 18% de l'échantillon livré.

Au total, 383 questionnaires ont été contrôlés (86% de l'échantillon tiré aléatoirement) et 4 questionnaires ont été annulés.

La significativité des résultats de l'étude ACPM 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 = 51 742 000

m = 35 193

$e_{\text{Exemple}} = 1 500 000$

p = 2,9%

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

$$1500000 - 1,96 \times 51742000 \times \sqrt{\frac{0,029 \times 0,971}{35193}}$$

et

$$1500000 + 1,96 \times 51742000 \times \sqrt{\frac{0,029 \times 0,971}{35193}}$$

C'est-à-dire entre : 1 409 000 et 1 591 000 lecteurs

Significativité des résultats de l'étude ACPM 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 $p_{14/15}$: pénétration de juillet 2014 à juin 2015 n_{14} : 35 149
 P_{15} : pénétration de janvier à décembre 2015 $n_{14/15}$: 35 193

$$p : \text{pénétration moyenne où } p = \frac{p_{15} \times n_{15} + p_{14/15} \times n_{14/15}}{n_{15} + n_{14/15}}$$

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

$$p_{15} \neq p_{14/15} \text{ si } |p_{15} - p_{14/15}| \geq \frac{1,96}{\sqrt{2}} \sqrt{\frac{1}{n_{15}} + \frac{1}{n_{14/15}}} \sqrt{p(1-p)}$$

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

$$p_{15} \neq p_{14/15} \text{ si } |p_{15} - p_{14/15}| \geq 0,0104 \sqrt{p(1-p)}$$

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

$$p_{15} \neq p_{14/15} \text{ si } |p_{15} - p_{14/15}| \geq 1,386 \sqrt{\frac{1}{n_{15}} + \frac{1}{n_{14/15}}} \sqrt{p(1-p)}$$

où n_{15} et $n_{14/15}$ représentent les tailles des échantillons réalisés sur les deux périodes pour le segment considéré.

Liste des titres dans l'étude ACPM ONE 2015

Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Régionale - Semaine			
Titre	Zone d'étude ¹⁰	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

¹⁰ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Régionale - 7 ^{ème} jour			
Titre	Zone d'étude ¹¹	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			
Aujourd'hui en France		Le Monde	
La Croix		Libération	
Les Echos, le quotidien de l'économie		Le Figaro	
L'Equipe		L'Humanité	

¹¹ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des titres étudiés - Presse Quotidienne Nationale du 7^{ème} 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 ¹²	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		

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		

¹² Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite)

Titre	Zone d'étude ¹³	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'Anchenis 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

¹³ Départements étudiés au 1^{er} juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite)

Titre	Zone d'étude¹⁴	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

¹⁴ Départements étudiés au 1^{er} juillet 2014

Liste des titres étudiés - Presse Hebdomadaire Régionale (suite & fin)

Titre	Zone d'étude¹⁵	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	L'Axonais	03

¹⁵ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des titres publiés - Presse Magazine	
01Net	Le Figaro Magazine
Aujourd'hui en France Magazine / Le Parisien Magazine	France Dimanche
AD Architectural Digest	France Football
A Nous Réseau (couplage)	Gala
Alternatives Economiques	GEO
L'Ami des Jardins et de la Maison	Glamour
L'Argus	Gourmand
Art & Décoration	GQ
L'Auto-Journal	Grazia
Auto Moto	Ici Paris
Auto Plus	Les Inrockuptibles
L'Automobile Magazine	Jeux Vidéo Magazine
Avantages	Le Journal de la Maison
Biba	M, le Magazine du Monde
Bien-Être & Santé	Madame Figaro
Ça M'Intéresse	Maison Créative
Campagne Décoration	Maison Française Magazine
Capital	Maison et Travaux
Challenges	Maisons Côté Est
Le Chasseur Français	Maisons Côté Ouest
Closer	Maisons Côté Sud
Cosmopolitan	Management
Courrier International	Marianne
Cuisine Actuelle	Marie Claire
Cuisine et Vins de France	Marie Claire Idées
Détente Jardin	Marie Claire Maison
Détours en France	Marie France
Dossier Familial	Marmiton
Du Côté de Chez Vous	Maxi
Elle	Maxi Cuisine
Elle Décoration	Mieux Vivre Votre Argent
Elle à Table	Modes & Travaux
Enjeux les Echos	Mon Jardin & ma Maison
L'Equipe Magazine	National Geographic
L'Expansion	Notre Temps
L'Express	Nous Deux
Famili	L'Obs
Famille et Education	Parents
Femme Actuelle	Paris Match
Femme Actuelle Jeux	Le Particulier

Liste des titres publiés - Presse Magazine (suite)	
Pèlerin	Télé 2 Semaines
Pleine Vie	Télé 7 Jours
Le Point	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 !	Top Santé
Le Revenu Placements	TV Grandes Chaînes
Rock and Folk	Vanity Fair
Rustica	La Vie
Santé Magazine	Vies de Famille
Science & Vie	Vivre Coté Paris
Sciences et Avenir	Vogue
Sport Auto	Voici
Studio Magazine - Ciné Live	Votre Beauté
Stylist	VSD
Système D	

Liste des suppléments étudiés - TV Magazine

Titre	Zone d'étude¹⁶	Titre	Zone d'étude
TV Magazine L'Aisne Nouvelle, le supplément TV de L'Aisne Nouvelle du jeudi	2	TV Magazine La Dépêche du Dimanche, le supplément TV de La Dépêche du Dimanche	9-11-12-31-32-46-47-65-81-82
TV Magazine L'Alsace - Le Pays, le supplément TV de L'Alsace du samedi	67-68	TV Magazine Centre France le supplément TV de L'Echo Républicain du samedi	28
TV Magazine L'Alsace, le supplément TV l'Alsace du samedi	25-70-90	TV Magazine L'Est Eclair - Libération Champagne, le supplément TV de L'Est Eclair et de Libération Champagne du samedi	10
TV Magazine-Ardenne, le supplément TV de L'Union et de L'Ardennais du samedi	8	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	4-13-30-83-84
TV Magazine Centre France, le supplément TV de La République du Centre du samedi	28-45	TV Magazine La Marseillaise, le supplément TV de L'Hérault du Jour - La Marseillaise du samedi	34
TV Magazine Charente Libre, le supplément TV de Charente Libre du samedi	16	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 Corse Matin, le supplément TV de Corse Matin - Nice Matin du samedi	20	TV Magazine Nice Matin, le supplément TV de Nice Matin du samedi	6
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 du vendredi	62
TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche, le supplément TV du Dauphiné Libéré Dimanche	1-5-7-26-38-73-74-84	TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi	59
TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès, le supplément TV de Dimanche La Tribune - Le Progrès	42-43	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 Saône et Loire, le supplément TV du Journal de Saône et Loire Dimanche	71	TV Magazine La Nouvelle République des Pyrénées, le supplément TV de La Nouvelle République des Pyrénées du jeudi	65
TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace, le supplément TV de DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace du vendredi	67-68	TV Magazine La Nouvelle République, le supplément TV de La Nouvelle République du samedi	18-36-37-41-79

¹⁶ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des suppléments étudiés - TV Magazine (suite et fin)			
Titre	Zone d'étude ¹⁷	Titre	Zone d'étude
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 Le Progrès, le supplément TV du Progrès du dimanche	1-69
TV Magazine Ouest, le supplément TV de Presse Océan du samedi	44	TV Magazine Le Républicain Lorrain, le supplément TV du Républicain Lorrain du mercredi	54-57
TV Magazine Ouest, le supplément TV du Courrier de L'Ouest du samedi	49-79	TV Magazine Le Républicain, le supplément TV du Républicain du jeudi	91
TV Magazine Ouest, le supplément TV du Maine Libre du samedi	72	TV Magazine, le supplément TV de La République des Pyrénées et L'Eclair des Pyrénées du Jeudi	32-40-64-65
TV Magazine Paris Normandie, le supplément TV de Paris Normandie du samedi	27	TV Magazine Sud Ouest Dimanche, le supplément TV de Sud Ouest Dimanche	16-17-24-32-33-40-47-64
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	4-13-84	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

¹⁷ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

Liste des suppléments étudiés - Version Femina			
Titre	Zone d'étude ¹⁸	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		

¹⁸ Départements étudiés au 1^{er} janvier 2015

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 su Petit Bleu	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 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
Presse Mag	Les versions numériques de l'Auto Journal	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 Auto Plus	x	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 Magic Maman	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 GQ	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 Maxi	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

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 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
Presse Mag	Les versions numériques du Particulier	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
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 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 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			
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