

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 12 juillet 2016

ACPM ONE GLOBAL V2 2016



ONE GLOBAL V2 2016, l'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2015 // MNR - Médiamétrie - Données mars 2016

L'ACPM publie la deuxième vague 2016 des résultats d'audiences ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse.

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

Les résultats print proviennent de l'étude ONE 2015 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-Panel Internet Mobile-Panel Tablette Médiamétrie de mars 2016.

L'ACPM attire l'attention des utilisateurs sur les différences méthodologiques de la mesure Internet Mobile dans cette vague. Comme pour toute évolution méthodologique, les nouveaux résultats publiés ne peuvent pas être comparés aux précédents. (*)



AUDIENCE GLOBALE des marques de presse



de la population française déclarent lire la presse chaque mois, quels que soient les supports de lecture, soit 50,5 millions de lecteurs.

En V2 2016 :

Pour 100 lecteurs print, le mobile apporte en moyenne 14 lecteurs supplémentaires, la tablette apporte en moyenne 9 lecteurs supplémentaires.

Apport exclusif moyen des
mobiles aux Brands



Apport exclusif moyen des
tablettes aux Brands



Source : ACPM ONE GLOBAL - produit par Médiamétrie, basé sur les données ACPM ONE 2015 – MEDIAMETRIE//NETRATINGS - MEDIAMETRIE – Données mars 2016, Copyright ACPM

(*) ONE Global V2 2016 utilise les données Internet de Médiamétrie de mars 2016 au lieu de celles d'avril pour les années précédentes. Médiamétrie souligne par ailleurs que la nouvelle mesure d'Audience Internet Mobile prend en compte tous les OS, tous les opérateurs, tous les modes de connexion (3G/4G/Wifi) et tous les types de protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications du marché. Le CESP recommande enfin de la prudence, en particulier sur cette vague, dans l'utilisation de cibles trop fines.

ÉVOLUTION D'AUDIENCE PAR FAMILLE

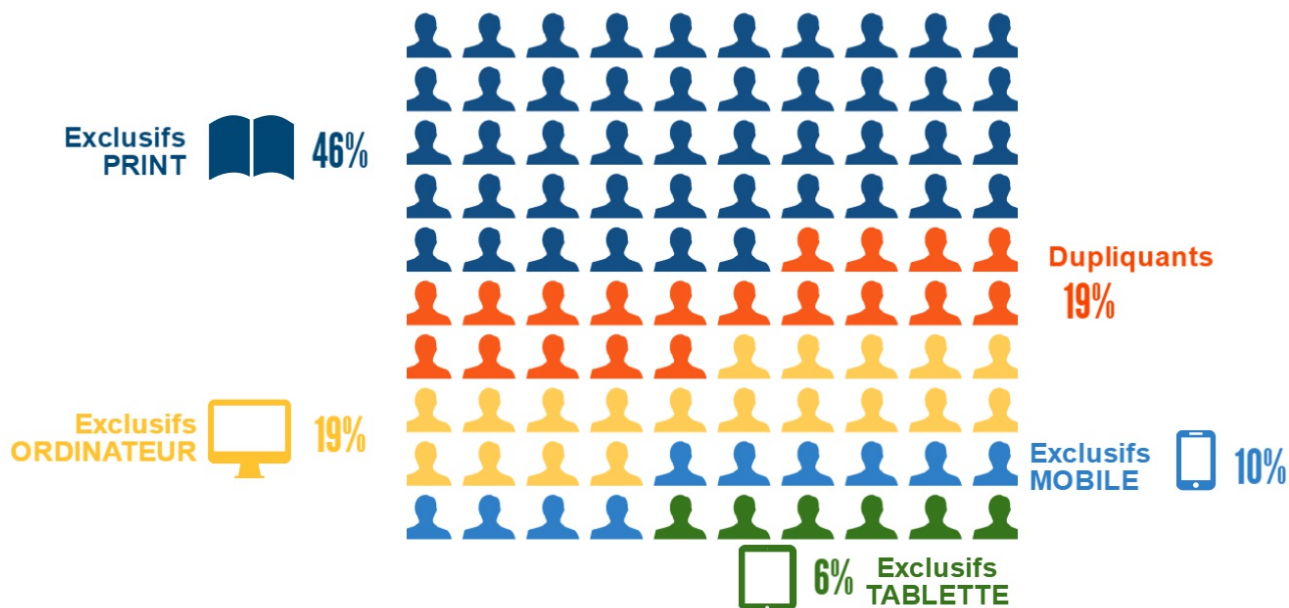


Sur un an
(vs. 2015 V2)

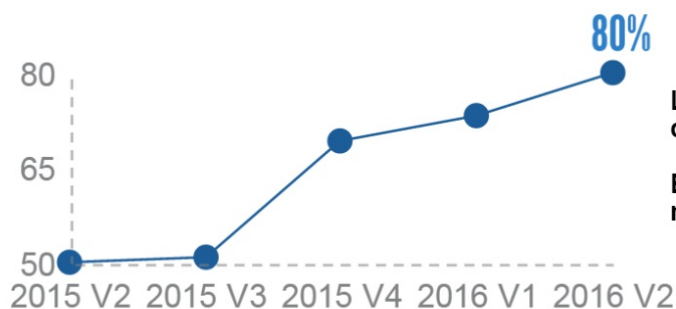
Quotidiens Nationaux	+ 12%
Total Magazines	+ 9%
Magazines Santé / Famille	+ 16%
Magazines Télévision	+ 14%
Magazines Loisirs / Centres d'intérêts	+ 10%
Magazines Actualité / Economie	+ 9%
Magazines Féminins	+ 8%
Magazines People	+ 5%
Magazines News	+ 5%
Hebdomadaires Régionaux	+ 6%
Quotidiens Régionaux (PQR 66)	+ 2%

A univers de
marques constant

RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS d'une marque de presse



APPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE du digital



L'apport exclusif du digital est en progression constante depuis V2 2015.

En V2 2016, pour 100 lecteurs print, le digital apporte en moyenne 80 lecteurs supplémentaires.



LA LECTURE DIGITALE

selon les profils



des Français, soit 36,5 millions d'individus, lisent au moins une marque de presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette)

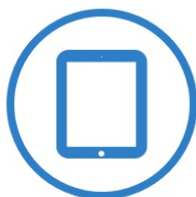
Focus mobilité

55% des Français lecteurs de presse sur mobile ou tablette



46%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur mobile, soit 23,6 millions d'individus.



27%

des Français de 15 ans et + lisent au moins une marque de presse sur tablette, soit 13,7 millions d'individus.

Exclusifs smartphone

23%



des femmes de 15-24 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile.

Ultra-mobilité

27%



des CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur mobile ET sur tablette.



36%



des hommes CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur tablette.

33%



des 25-34 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile OU sur tablette

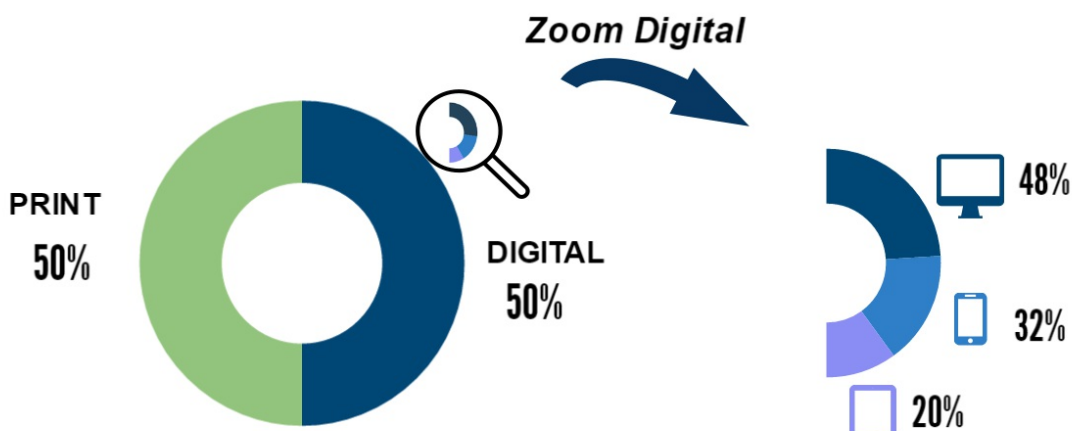
Tablonautes

Exclusifs mobilité

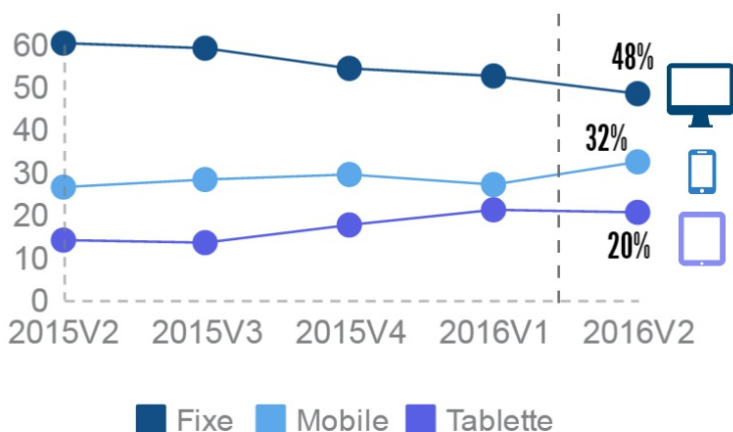
RÉPARTITION DES LECTURES

par mode de consultation

Les lectures digitales (ordinateur, mobile ou tablette) représentent désormais la moitié des lectures des marques de presse



Evolution de répartition des lectures digitales



La mobilité en croissance:

- Les lectures en mobilité pèsent maintenant plus de la moitié des lectures digitales des marques de presse.
- La progression régulière des lectures se confirme sur devices mobiles au sein des lectures digitales dans cette vague d'enquête ONE Global 2016v2.

PRÉSENTATION DE L'ETUDE ACPM ONE GLOBAL

ONE Global est le résultat d'une fusion des données d'audience Print de ONE avec les données Médiamétrie//NetRatings de l'Internet Fixe, du panel Internet Mobile et du panel Tablette de Médiamétrie.

La méthode de fusion a été établie et validée par l'ACPM et Médiamétrie avec le soutien méthodologique du CESP. La production de cette fusion est réalisée par Médiamétrie.

Cette approche constitue une base de données unique pour mesurer l'audience globale sur cibles et planifier des dispositifs sur les différentes plateformes print et numériques des marques de presse étudiées dans ONE.

L'étude ONE reste l'étude de référence de la presse.

Les résultats ONE Global sont publiés 4 fois par an avec une mise à jour des données ONE Print 2 fois par an et une mise à jour des données numériques MNR-Médiamétrie à chaque publication.

PROCHAINE PUBLICATION

ONE GLOBAL V3 2016

(ONE 2015-2016/MNR-Médiamétrie - données juin 2016) : 22 septembre 2016

TOPS AUDIENCES MENSUELLES ACPM ONE GLOBAL -----

TOP 20 BRAND 30 Jours

Brand
ONE Global
2016V2
(en millier)



PQR 66	42 954
Le Monde	19 465
Le Figaro	19 429
Télé Loisirs	19 342
20 Minutes	19 071
Femme Actuelle	18 157
AeF	17 167
L'Equipe	16 671
L'Express	15 029
Marmiton	14 868
PHR	13 843
L'Obs	13 358
Paris Match	12 796
Télé 7 Jours	12 570
Voici	11 596
Ouest-France	11 400
Closer	11 203
Elle	11 003
Version Femina	10 924
Le Point	10 141

TOP 10 des marques de presse sur les devices de mobilité

Les 10 premières marques de presse sont toutes au-dessus des 5,5 millions de lecteurs sur fixe, 3,5 millions de lecteurs sur mobile. Quant à la tablette, les 10 premières marques de presse sont consultées par au moins 2 millions de lecteurs.



TOP 10
Lecteurs sur fixe

Fixe
ONE Global
2016V2
(en millier)

PQR 66	16 993
Le Figaro	9 427
Le Monde	8 245
Télé Loisirs	7 124
Marmiton	7 035
AeF	6 685
20 Minutes	6 560
L'Express	6 384
L'Obs	5 985
L'Equipe	5 606



TOP 10
Lecteurs sur mobile

Mobile
ONE Global
2016V2
(en millier)

PQR 66	11 685
Télé Loisirs	7 252
Le Monde	7 061
L'Equipe	5 962
20 Minutes	5 831
Le Figaro	5 776
AeF	5 059
Marmiton	4 493
L'Express	4 068
L'Obs	3 910



TOP 10
Lecteurs sur tablette

Tablette
ONE Global
2016V2
(en millier)

PQR 66	6 971
Marmiton	4 378
Télé Loisirs	3 746
Le Monde	3 632
Le Figaro	3 377
L'Equipe	2 861
20 Minutes	2 773
L'Express	2 637
AeF	2 551
Femme Actuelle	2 401

AUDIENCES MENSUELLES ACPM ONE GLOBAL

Cible Ensemble 15 ans et +

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



Brand One Global ¹ ONE 2015//MNR mars 2016// Panel Internet Mobile mars 2016// Panel Tablette mars 2016	ONE Global V2 2016				
	Brand ONE Global ² 30 jours	Dont Print ³ 30 jours	Dont Ordinateur ⁴ 30 jours	Dont Mobile ⁵ 30 jours	Dont Tablette ⁶ 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66	42 954	37 502	16 993	11 685	6 971
Le Monde	19 465	9 854	8 245	7 061	3 632
Le Figaro	19 429	8 577	9 427	5 776	3 377
Télé Loisirs	19 342	7 037	7 124	7 252	3 746
20 Minutes	19 071	10 383	6 560	5 831	2 773
Femme Actuelle	18 157	13 244	3 933	2 018	2 401
Le Parisien Aujourd'hui en France	17 167	8 200	6 685	5 059	2 551
L'Equipe	16 671	9 783	5 606	5 962	2 861
L'Express	15 029	6 267	6 384	4 068	2 637
Marmiton	14 868	2 963	7 035	4 493	4 378
PHR	13 843	12 754	2 143	-	-
L'Obs	13 358	5 323	5 985	3 910	1 813
Paris Match	12 796	11 040	1 500	973	544
Télé 7 Jours	12 570	9 609	1 949	1 739	1 137
Voici	11 596	8 999	2 364	560	1 050
Ouest-France	11 400	5 692	4 647	2 337	1 811
Closer	11 203	7 700	2 741	1 668	1 070
Elle	11 003	7 042	3 091	1 491	1 267
Version Femina	10 924	10 719	181	-	131
Le Point	10 141	5 377	3 385	2 872	1 184
Télé Star	8 782	5 122	2 015	1 610	1 053
Gala	8 378	6 869	1 564	187	468
Les Echos	7 991	2 924	3 682	2 244	1 062
Libération	7 965	5 145	2 543	1 387	987
Public	7 474	5 080	1 806	1 472	582
Direct Matin	7 140	6 588	605	350	200
Auto Plus	7 111	5 827	1 562	503	407
Télérama	6 273	3 970	1 969	1 045	716
Marie Claire	5 758	3 240	1 596	896	790
Maxi	5 627	5 484	159	-	-
Sud Ouest	5 520	2 914	2 093	1 324	688
Télé 2 Semaines	5 510	4 133	908	445	382
La Dépêche du Midi	5 248	2 017	2 654	1 185	681
Top Santé	5 163	2 659	1 333	1 127	504
La Voix du Nord	5 034	2 605	1 829	1 279	775
Notre Temps	4 538	3 151	1 148	268	361
Le Dauphiné	4 126	2 641	1 269	717	535
Challenges	4 097	1 640	1 372	1 143	526
Geo	4 027	3 673	423	-	-
Famili Magic Maman	4 010	585	1 429	1 546	958
Rustica	3 940	2 780	1 069	291	282

¹ Voir composition des marques de presse ci-après

² Indicateur Brand One Global : audience dédoublée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR – Médiamétrie - données mars 2016

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

⁴ Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR mars 2016)

⁵ Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie mars 2016)

⁶ Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie mars 2016)

AUDIENCES MENSUELLES ACPM ONE GLOBAL

Cible Ensemble 15 ans et +

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



Brand One Global ¹ ONE 2015//MNR mars 2016// Panel Internet Mobile mars 2016// Panel Tablette mars 2016	ONE Global V2 2016				
	Brand ONE Global ² 30 jours	Dont Print ³ 30 jours	Dont Ordinateur ⁴ 30 jours	Dont Mobile ⁵ 30 jours	Dont Tablette ⁶ 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Sciences et Avenir	3 872	2 718	728	591	394
Marianne	3 759	3 294	521	275	133
Psychologies Magazine	3 671	2 242	1 023	627	392
Santé Magazine	3 621	2 954	299	305	222
Courrier International	3 568	2 874	695	458	333
Cosmopolitan	3 542	1 462	1 195	926	556
Grazia	3 514	2 060	1 145	497	329
Le Progrès	3 296	2 190	1 137	539	249
France Football	3 183	2 839	250	197	-
Parents	3 093	1 209	988	857	636
Midi Libre	3 071	1 880	1 072	629	426
Le Particulier	2 824	1 689	982	242	201
Les Inrockuptibles	2 824	1 553	1 087	620	298
Le Journal du Dimanche	2 809	2 149	624	-	164
Capital	2 732	1 578	929	291	303
Côté Maison	2 543	899	1 064	173	513
La Nouvelle République	2 507	1 536	989	778	235
Le Télégramme	2 410	1 473	913	402	290
L'Est Républicain	2 337	1 264	911	483	370
Prima	2 293	1 911	357	-	-
La Provence	2 269	1 823	496	370	207
La Montagne	2 198	1 319	815	234	265
La Croix	2 040	1 490	672	-	185
L'Indépendant	1 860	1 245	380	366	-
Système D	1 843	1 121	564	-	259
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 804	1 165	548	314	-
Glamour	1 619	1 038	451	219	108
Le Républicain Lorrain	1 609	1 035	495	216	300
Première	1 465	838	530	222	147
L'Union / l'Ardennais	1 418	844	479	163	166
Paris Normandie	1 391	812	567	214	-
Le Courrier Picard	1 389	923	368	256	-
L'Alsace	1 312	833	435	175	-
GQ	1 310	491	577	351	-
Nice Matin	1 303	975	325	169	-
Le Courrier de l'Ouest	1 160	867	262	156	-
Var Matin	1 085	734	266	-	-
Le Bien Public	1 051	429	417	281	-
La Charente Libre	858	321	414	206	-
La République du Centre	827	494	305	-	-
Le Journal de Saône et Loire	779	491	345	-	-

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand One Global : audience dédupliée ONE 2015 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données mars 2016

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

4 Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR mars 2016)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie mars 2016)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie mars 2016)

Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
20 Minutes	20 Minutes					Brand 20 Minutes	
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace			Brand L'Alsace	
Auto Plus	Auto Plus					Brand Auto Plus	
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public			Brand Le Bien Public	
Capital	Capital					Brand Capital	
Challenges	Challenges					Brand Challenges	
La Charente Libre	La Charente Libre	TV Magazine Charente Libre				Brand La Charente Libre	
Closer	Closer					Brand Closer	
Cosmopolitan	Cosmopolitan					Brand Cosmopolitan	
Côté Maison	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Maisons Côté Est			Brand Côté Maison	
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Dimanche	TV Magazine Ouest			Brand Le Courrier de l'Ouest	
Courrier International	Courrier International					Brand Courrier International	
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Dimanche	TV Magazine Courrier Picard			Brand Le Courrier Picard	
La Croix	La Croix					Brand La Croix	
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré	Le Dauphiné Libéré Dimanche	TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche			Brand Le Dauphiné	
	Vaucluse Matin	Vaucluse Matin Dimanche	TV Magazine Vaucluse Matin - Le Dauphiné Libéré				
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi	La Dépêche du Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Dimanche			Brand La Dépêche du Midi	
Direct Matin	Direct Matin National					Brand Direct Matin	
Les DNA / Les Dernières Nouvelles	Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace du lundi	TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace			Brand Dernières Nouvelles	
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Enjeux les Echos				Brand Les Echos	
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table			Brand Elle	
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine			Brand L'Equipe	
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain	TV Magazine L'Est Républicain			Brand L'Est Républicain	
	Le Pays	Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express					Brand L'Express	
Famili Magic Maman	Famili Magic Maman					Brand Magic Maman	
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle			Brand Femme Actuelle	
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro		Brand Le Figaro	
France Football	France Football					Brand France Football	
Gala	Gala					Brand Gala	



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
GEO	GEO					Brand GEO	
Glamour	Glamour					Brand Glamour	
GQ	GQ					Brand GQ	
Grazia	Grazia					Brand Grazia	
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles					Brand Les Inrockuptibles	
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine L'Indépendant			Brand L'Indépendant	
Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire Dimanche	TV Magazine Saône et Loire Dimanche			Brand Le Journal de Saône et Loire	
Le Journal du Dimanche	Le Journal du Dimanche					Brand Le Journal du Dimanche	
Libération	Libération					Brand Libération	
Marianne	Marianne					Brand Marianne	
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison			Brand Marie Claire	
Marmiton	Marmiton					Brand Marmiton	
Maxi	Maxi	Maxi Cuisine				Brand Maxi	
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche			Brand Midi Libre	
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde				Brand Le Monde	
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France			Brand La Montagne	
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin			Brand Nice Matin	
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps					Brand Notre Temps	
L'Obs	L'Obs					Brand L'Obs	
La Nouvelle République	La Nouvelle République	La Nouvelle République du Dimanche	TV Magazine la Nouvelle République - Centre Presse	TV Magazine La Nouvelle République		Brand La Nouvelle République	
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest			Brand Ouest France	
Parents	Parents					Brand Parents	
Paris Match	Paris Match					Brand Match	
Paris Normandie	Paris Normandie	Normandie Dimanche	TV Magazine Paris Normandie	TV Magazine, Paris Normandie		Brand Paris Normandie	
Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien / Aujourd'hui en France	Le Parisien Dimanche / Aujourd'hui en France	TV Magazine le Parisien	Le Parisien Magazine / Aujourd'hui en France		Brand Le Parisien	
Le Particulier	Le Particulier					Brand Le Particulier	



Liste des Brands							
Libellé Brand	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
PHR	PHR					Pack PHR	
Le Point	Le Point					Brand Le Point	
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine sauf le figaro			Pack PQR 66	
Première	Première					Brand Première	
Prima	Prima					Brand Prima	
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès			Brand Le Progrès	
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune				
	Le Progrès-Les Dépêches		TV Magazine Le Progrès - Les				
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence			Brand La Provence	
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine					Brand Psychologies	
Public	Public					Brand Public	
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain			Brand Le Républicain Lorrain	
La République du Centre	La République du Centre	La République du Centre Dimanche	TV Magazine La République du Centre			Brand La République du Centre	
Rustica	Rustica					Brand Rustica	
Santé Magazine	Santé Magazine					Brand Santé Magazine	
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir					Brand Sciences et Avenir	
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche			Brand Sud Ouest	
Système D	Système D					Brand Système D	
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines					Brand Télé 2 semaines	
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux				Brand Télé 7 Jours	
Télé Loisirs	Télé Loisirs					Brand Télé Loisirs	
Télé Star	Télé Star					Brand Télé Star	
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme			Brand Le Télégramme	
Télérama	Télérama					Brand Télérama	
Top Santé	Top Santé					Brand Top Santé	
L'Union / L'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine Ardennes			Brand L'Union	
	L'Ardennais	L'Ardennais Dimanche	TV Magazine L'Union				
Var Matin	Var Matin	Var Matin Dimanche	TV Magazine Var Matin			Brand Var Matin	
Version Femina	Version Femina					Brand Version Femina	
Voici	Voici					Brand Voici	
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord Samedi	TV Magazine Nord - Pas de Calais			Brand La Voix du Nord	



A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a été créée en décembre 2015 suite à la fusion d'AudiPresse et de l'OJD.

Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composée des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne nationale pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour l'UPREG, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, de la presse d'information spécialisée pour le FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier.

La vocation de la direction Audience de l'ACPM est la réalisation d'études d'audience des marques de presse à destination de ses membres, des agences et des annonceurs. Les deux principales études publiées par l'ACPM sont ONE, qui mesure l'audience nationale de toute la presse sur la cible ensemble (15 ans et plus), et PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et les foyers à hauts revenus.

Contacts

Nicolas Cour, Directeur Général Audience, Nicolas.Cour@acpm.fr
Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes, Gilbert.SaintJoanis@acpm.fr
Téléphone: 01 43 12 85 30