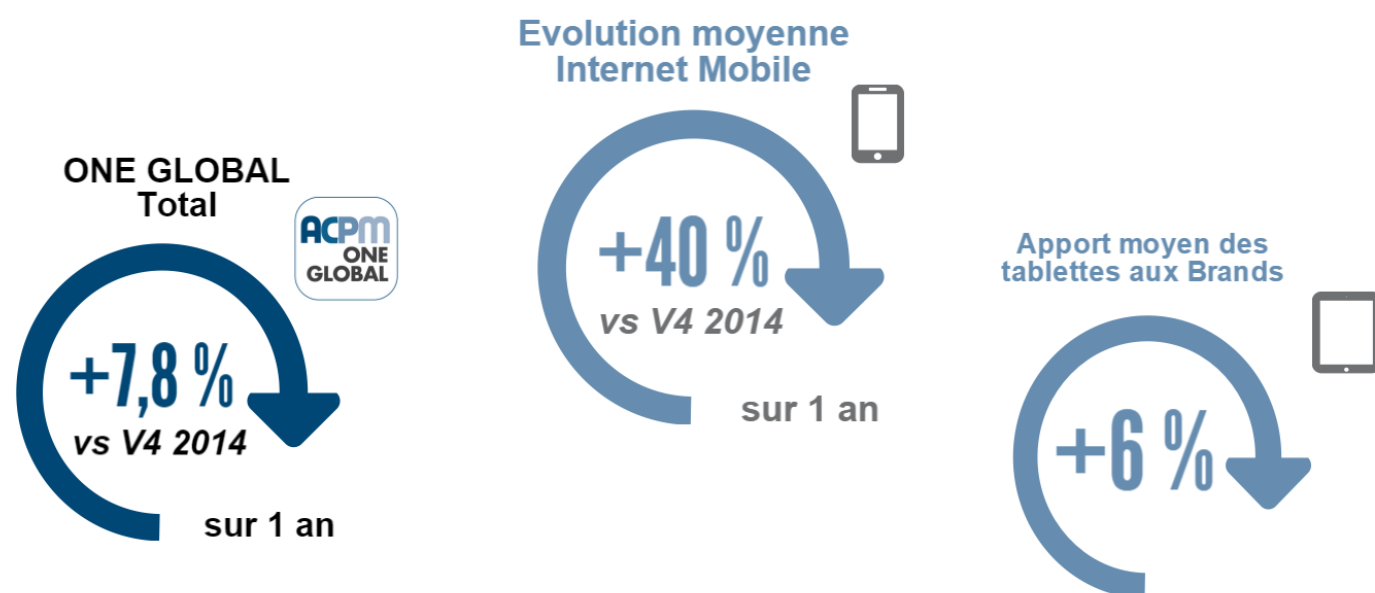


AUDIENCE GLOBALE  
des marques de presseL'audience moyenne des marques de presse  
en hausse de 7,8% sur un an

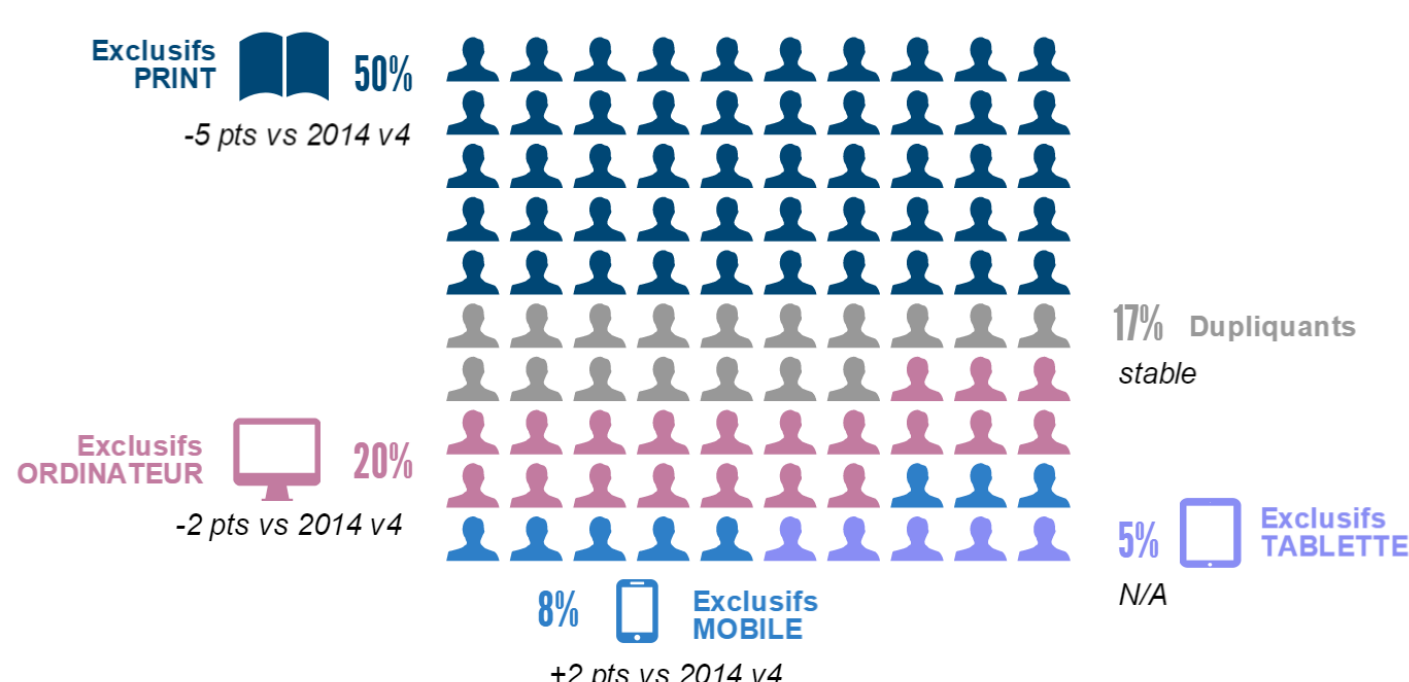
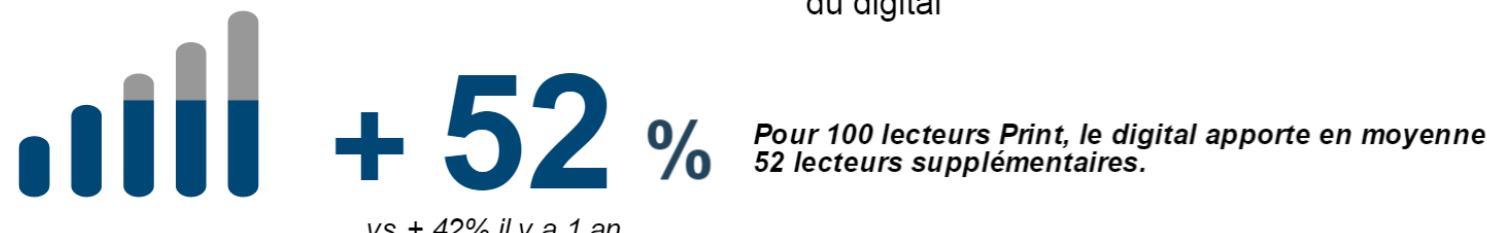
L'audience globale des marques de presse Print + Numérique progresse de +7,8% par rapport à la même période il y a 1 an (ONE Global V4 2014). Cette progression est principalement portée par les supports de mobilité, la tablette et le mobile. A univers de marques constant, le mobile affiche une forte évolution de +40% en 1 an.

A périmètre équivalent (sans le Panel Tablette), l'audience moyenne des marques de presse est également en hausse sur 1 an (+2,8%).

EVOLUTION D'AUDIENCE PAR FAMILLE  
sur un an (2015 V4 vs 2014 V4)

	Avec Tablette	Sans Tablette
Quotidiens Régionaux (PQR66)	+ 3,5%	+ 2,4%
Quotidiens Nationaux	+ 11,5%	+ 6,2%
Hebdomadaires Régionaux (Total PHR)		+ 1,9%
Total Magazines	+ 6,0%	+ 0,1%
Magazines News	+ 6,4%	+ 0,2%
Magazines Actualité / Economie	+ 9,3%	+ 4,5%
Magazines Féminins	+ 5,9%	+ 0,9%
Magazines People	+ 0,2%	- 2,8%
Magazines Santé / Famille	+ 4,4%	- 1,3%
Magazines Loisirs / Centres d'intérêts	+ 6,8%	- 1,9%
Magazines Télévision	+ 7,4%	+ 0,2%

A univers de marques constant

RÉPARTITION MOYENNE DES LECTEURS  
d'une marque de presseAPPORT EXCLUSIF MOYEN D'AUDIENCE  
du digitalLA LECTURE DIGITALE  
selon les profils

des Français, soit 35,1 millions d'individus, lisent au moins une marque de presse en version digitale (ordinateur, mobile ou tablette)

## FOCUS MOBILITÉ

52% des Français lecteurs de presse sur mobile ou tablette



Exclusifs smartphone

23% des femmes de 15-24 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile.

ONLY

Ultra-connectés

26% des CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur mobile ET sur tablette.

34% des hommes CSP+ consultent les versions numériques des marques de presse sur tablette.

28% des 25-34 ans consultent les versions numériques des marques de presse uniquement sur mobile OU sur tablette.

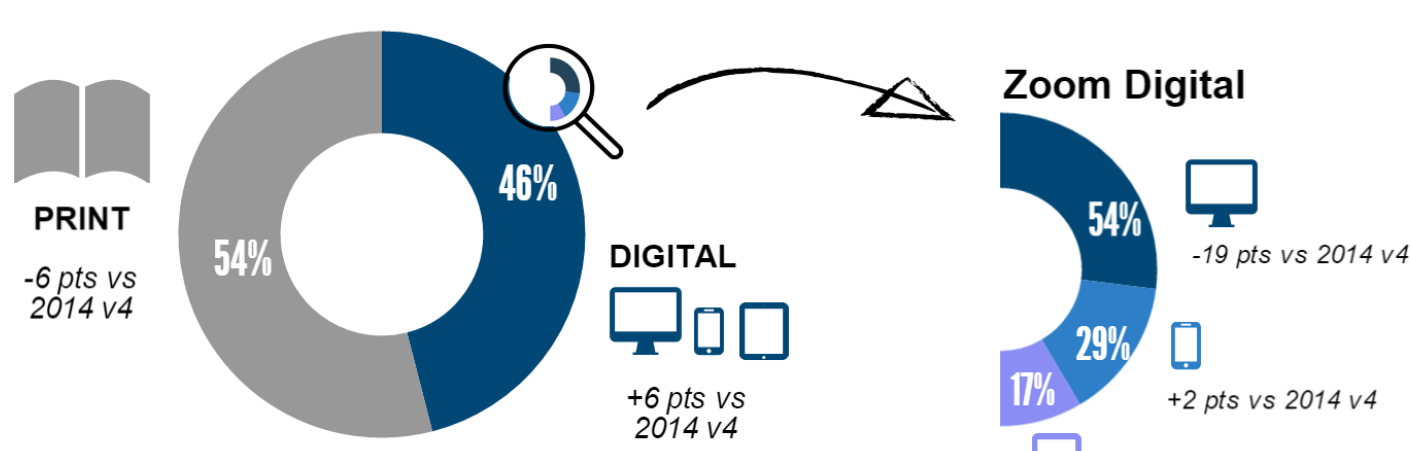
ONLY

Tablonautes

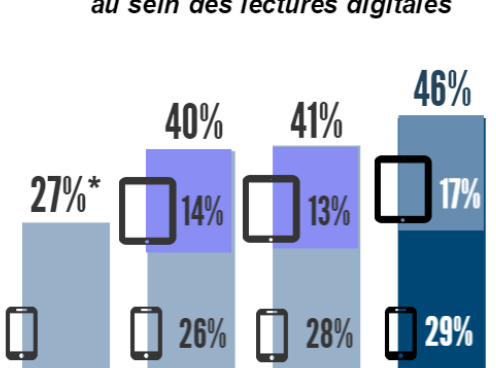
Exclusifs mobilité

RÉPARTITION DES LECTURES  
par mode de consultation

Les lectures presse sur papier représentent 54% des lectures, contre 46% pour les lectures digitales (ordinateur, mobile ou tablette).



Part de l'Internet mobile / tablette au sein des lectures digitales



Parmi les modes d'accès digitaux à la presse, l'ordinateur reste le support privilégié : 54% des lectures numériques sont réalisées sur ce device. Ce mode de lecture tend toutefois à diminuer au profit du mobile (29% des lectures digitales) et de la tablette (17% des lectures digitales).

Les lectures sur les supports de mobilité (mobile ou tablette) représentent ainsi 46% des lectures numériques, un chiffre en constante progression.

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