

*Cumul de juillet 2007 à juin 2008*

**Données générales**  
**sur l'audience de la Presse Quotidienne**

## Avertissement méthodologique

Les éditeurs de presse quotidienne réunis au sein d'AudiPresse ont pour volonté l'amélioration permanente de la représentativité de leur échantillon. Pour une étude réalisée par téléphone, cette volonté passe par l'optimisation de la représentativité de la relation des français au téléphone: liste rouge, dégroupage total, "mobile only"...

AudiPresse et son opérateur TNS ont ainsi décidé de générer automatiquement les numéros de téléphone composés pour réaliser les interviews EPIQ. Cette modification permet d'intégrer dans l'échantillon interrogé d'une part des individus vivant dans un foyer en liste rouge, d'autre part des individus vivant dans des foyers en dégroupage total, c'est-à-dire des foyers qui ne passent plus du tout par France Telecom pour leur abonnement de ligne fixe et ne paient plus de facture à l'opérateur historique pour le fixe.

Alors que dans les vagues précédentes, la proportion de liste rouge dans l'échantillon global était de 6%. Depuis le 1er janvier 08, il est de 13% soit un taux comparable à aux enquêtes de référence.

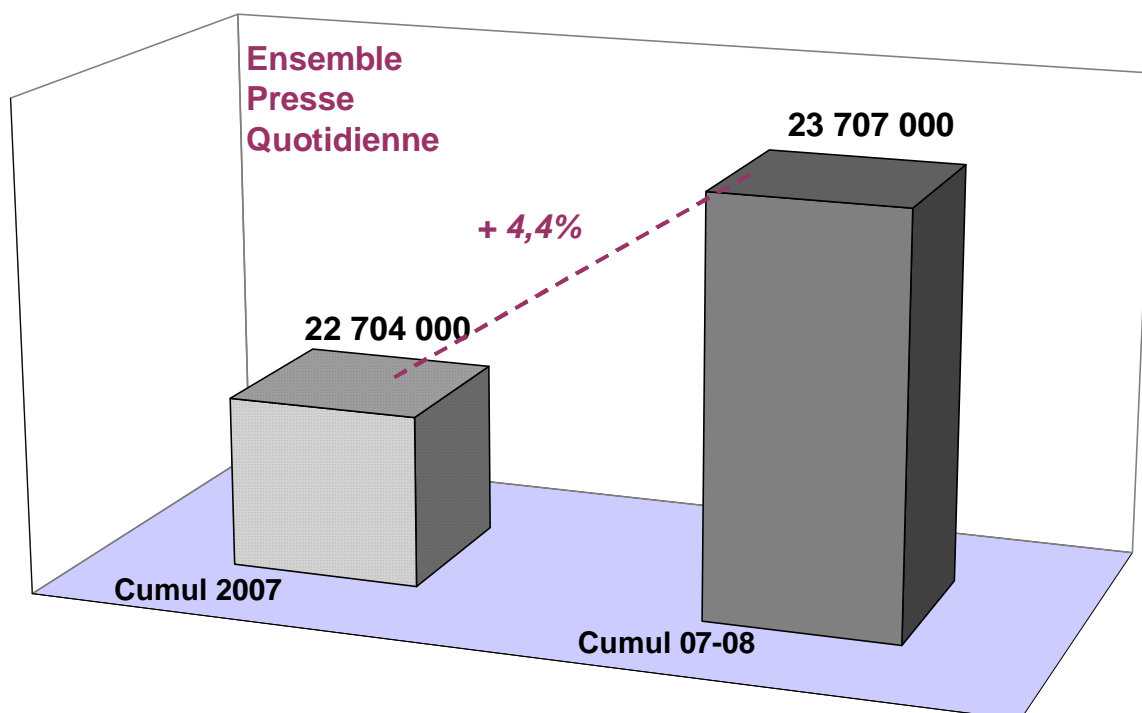
L'incidence structurelle de cette modification contribue pour moins de 1 point à la hausse globale observée de la lecture de la presse quotidienne depuis l'année 2007

Dans le droit fil de cette amélioration, AudiPresse étudie actuellement l'introduction de la population des "mobile only" dans l'échantillon.



## La Presse Quotidienne gagne un million de lecteurs par jour

Chaque jour **23,7 millions de Français** (47,5% de la population âgée de 15 ans et plus) lisent un quotidien, contre 22,7 millions lors du cumul de janvier à décembre 2007. Globalement **la Presse Quotidienne a gagné un million de lecteurs** par rapport au cumul de janvier à décembre 2007 et son audience a progressé de +4,4%.



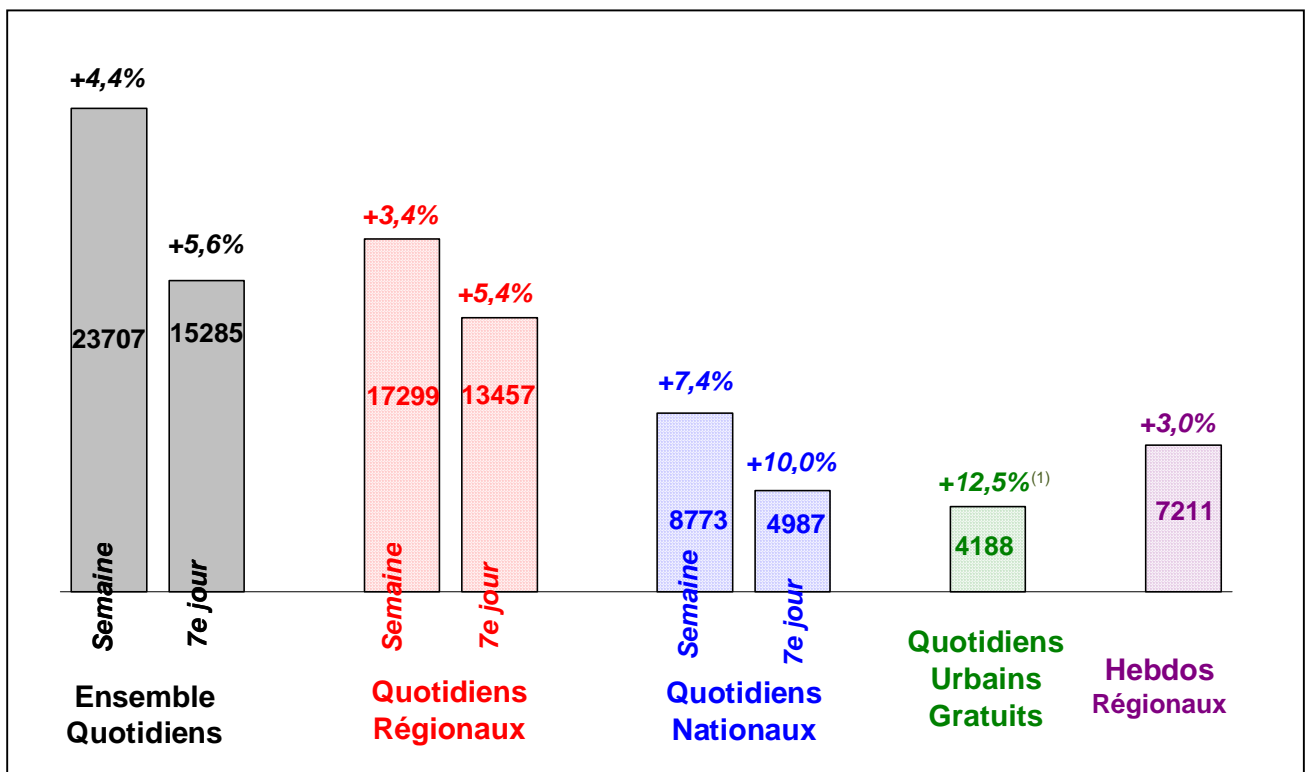
Source : EPIQ  
Lecteurs LNM d'au moins 1 quotidien

La pénétration de la Presse Quotidienne est un peu plus forte en Ile-de-France où, chaque jour, un Francilien sur deux lit un quotidien.



## Toutes les familles de la Presse Quotidienne sont en progression

Toutes les familles de la Presse Quotidienne ont bénéficié de la hausse des audiences. La Presse Quotidienne Régionale voit son audience augmenter de +3,4% et ses éditions du 7<sup>ème</sup> jour de +5,4%.



Source EPIQ

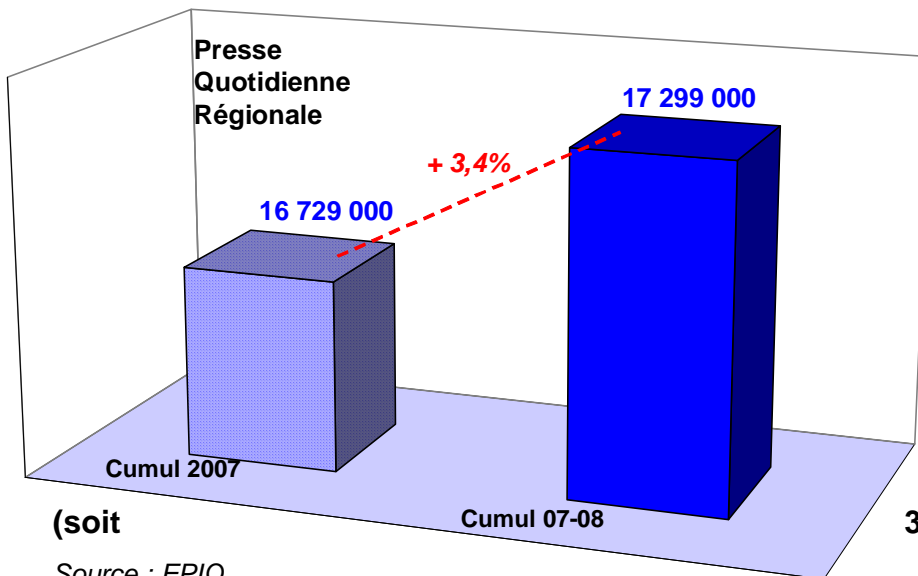
Audiences LNM (quotidiens ou LDP (hebdomadaires) 07/08 et évolutions par rapport à 2007

Les Quotidiens nationaux sont en hausse de +7,4% et les trois quotidiens nationaux du 7<sup>ème</sup> jour de +10,0%.

La Presse Urbaine Gratuite voit son audience augmenter de +12,5%<sup>1</sup> et la Presse Hebdomadaire Régionale de +3,0%

<sup>1</sup> Direct Soir et Direct Matin (ex Matin Plus) sont étudiés depuis juillet 2007. Si l'on a calculé l'évolution de l'audience des Quotidiens Urbaine Gratuite à périmètre de titres constants, la progression s'établit à +4,2%

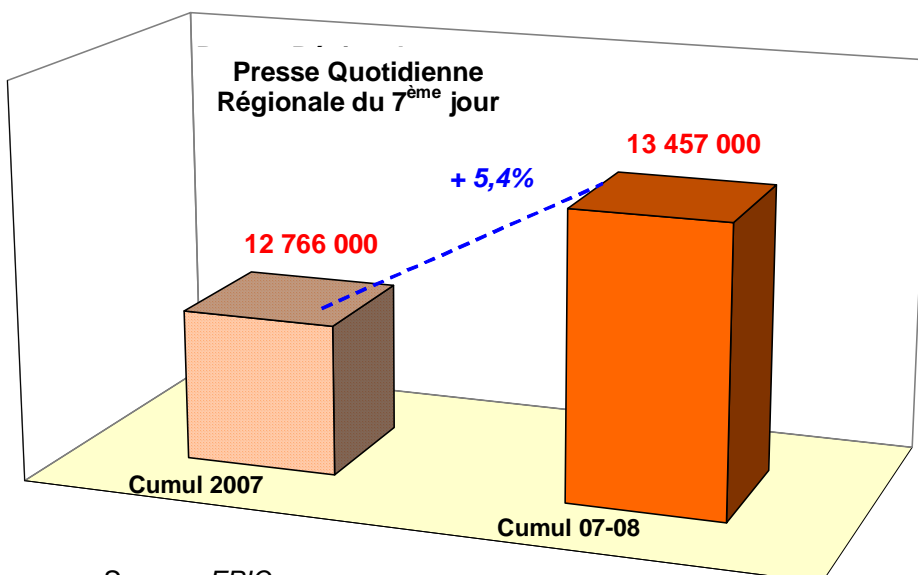
## La Presse Quotidienne Régionale progresse tous les jours, même le dimanche



(soit

Source : EPIQ  
Lecteurs LNM d'au moins 1 quotidien régional

La Presse Quotidienne Régionale est en hausse de +3,4% (+570.000 lecteurs) **17,3 millions de Français lisent un quotidien régional 34,6% des Français).**



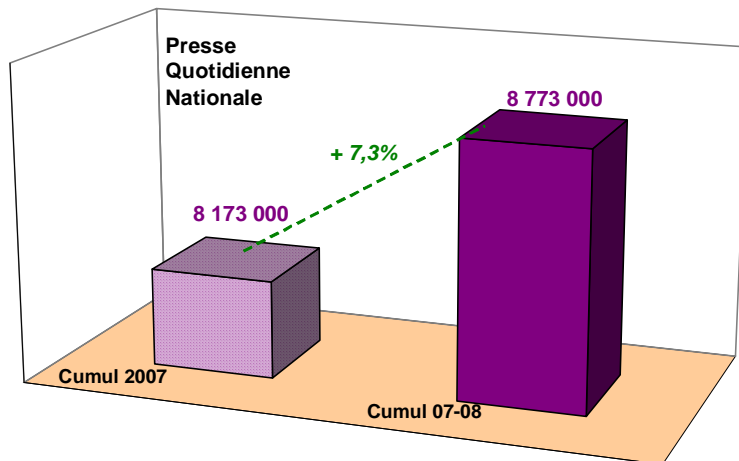
Source : EPIQ  
Lecteurs LDP d'au moins 1 quotidien régional du 7<sup>ème</sup> jour

Ses éditions du 7<sup>ème</sup> jour sont lues chaque semaine par 13,5 millions de personnes soit 26,9% de la population. Cette audience est elle-même **en hausse de +5,4%.**



## La Presse Quotidienne Nationale en forte hausse

Globalement, l'audience de la presse quotidienne nationale est en hausse. Elle gagne **60000** lecteurs, soit une progression de **+7,3%**. Au total elle est lue par **8,8 millions de personnes**, soit **17,6%** des Français



Ce cumul intègre l'audience des cinq quotidiens hippiques étudiés depuis janvier 2007, Ceux-ci représentent une audience globale quotidienne de 607000 lecteurs, (contre 600000 de janvier à décembre 2007). Sans la presse hippique, la Presse Quotidienne Nationale totalise 8,4 millions de lecteurs (16,9% des Français) dont 3,3 millions en Ile-de-France (35,6% des Franciliens).

Source : EPIQ  
Lecteurs LNM d'au moins 1 quotidien national

Voici les audiences et les évolutions titre par titre :

LNM (Lecteurs au Numéro Moyen)	France entière				Ile-de-France	
	Cumul 07-08		Cumul 2007		Cumul 07-08	
	Milliers	Pén % <sup>*</sup>	Milliers	Evol. %	Milliers	Pén % <sup>*</sup>
<b>Ensemble PQN (presse hippique comprise)</b>	<b>8773</b>	<b>176</b>	<b>8173</b>	<b>+7,4%</b>	<b>3310</b>	<b>359</b>
<b>Ensemble PQN (hors presse hippique)</b>	<b>8419</b>	<b>169</b>	<b>7780</b>	<b>+8,2%</b>	<b>3279</b>	<b>356</b>
La Croix	404	8	302	+33,8%	126	14
Les Echos	700	14	632	+10,8%	314	34
L'Equipe	2546	51	2302	+10,6%	538	58
Le Figaro	1285	26	1196	+7,4%	526	57
France Soir	232	5	158	+46,8%	106	11
L'Humanité	425	9	337	+26,1%	129	14
Libération	906	18	890	+1,8%	403	44
Le Monde	2066	41	2030	+1,8%	816	89
Le Parisien – Aujourd'hui	2269	45	2004	+13,2%	1667	181
La Tribune	451	9	400	+12,8%	201	22
Paris Turf	274	5	265	+3,4%		
Bilto/Paris Courses/Week-end/Tiercé Magazine	423	8	429	-1,4%		

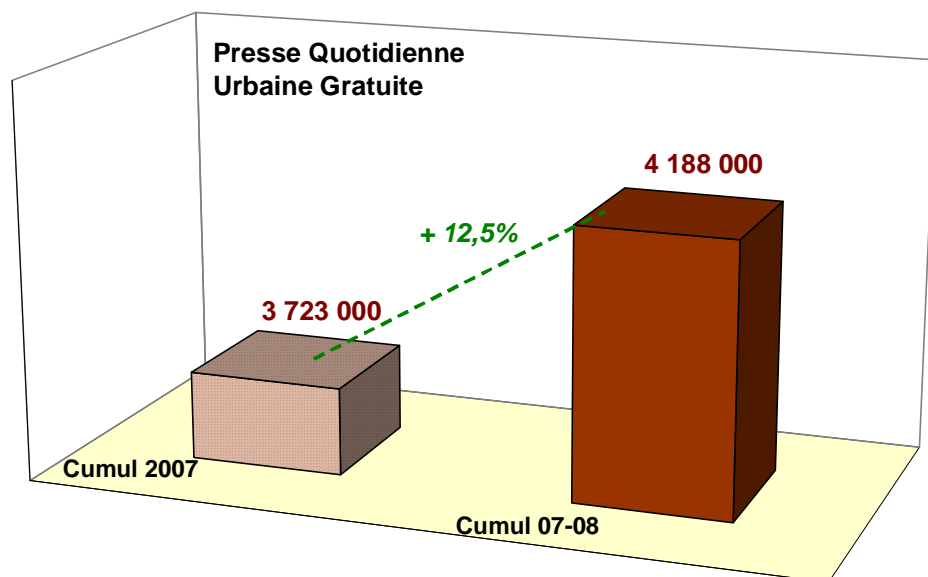
Les éditions nationales du 7<sup>ème</sup> jour enregistrent également une augmentation de leur audience

LDP (Lecteurs Dernière Période)	France entière				Ile-de-France	
	Cumul 07-08		Cumul 2007		Cumul 07-08	
	Milliers	Pén % <sup>*</sup>	Milliers	Evol. %	Milliers	Pén % <sup>*</sup>
L'Equipe Dimanche	2835	57	2516	+12,7%	476	52
Le Journal du Dimanche	1436	29	1358	+5,7%	470	51
Le Parisien Dimanche / Aujourd'hui Dimanche	1593	32	1435	+11,0%	1032	112

\* Le chiffre de la pénétration est exprimé pour 1000 individus



## La Presse Quotidienne Urbaine Gratuite poursuit sa progression



La Presse Quotidienne Urbaine Gratuite a gagné plus de 450 000 lecteurs (soit une hausse de +12,5%). Elle est lue désormais par 4,2 millions de Français.

En Ile-de-France, elle est lue par plus d'un Francilien sur quatre (2,4 millions de lecteurs).

Source : EPIQ  
Lecteurs LNM d'au moins 1 quotidien urbain gratuit

La périmètre de la PQUG s'est enrichi de trois titres : Direct Matin en Ile-de-France Direct Bretagne et Direct Soir, étudiés depuis juillet 2007. Les autres titres du réseau Ville Plus (Bordeaux7, Lille Plus, Lyon Plus, Marseille Plus et Montpellier Plus) étaient déjà étudiés lors des précédents cumuls. **Si l'on compare l'audience de la Presse Urbaine Gratuite à périmètre de titres identiques, l'augmentation du nombre de lecteurs du media est de 4,2%**

Voici les audiences et les évolutions titre par titre :

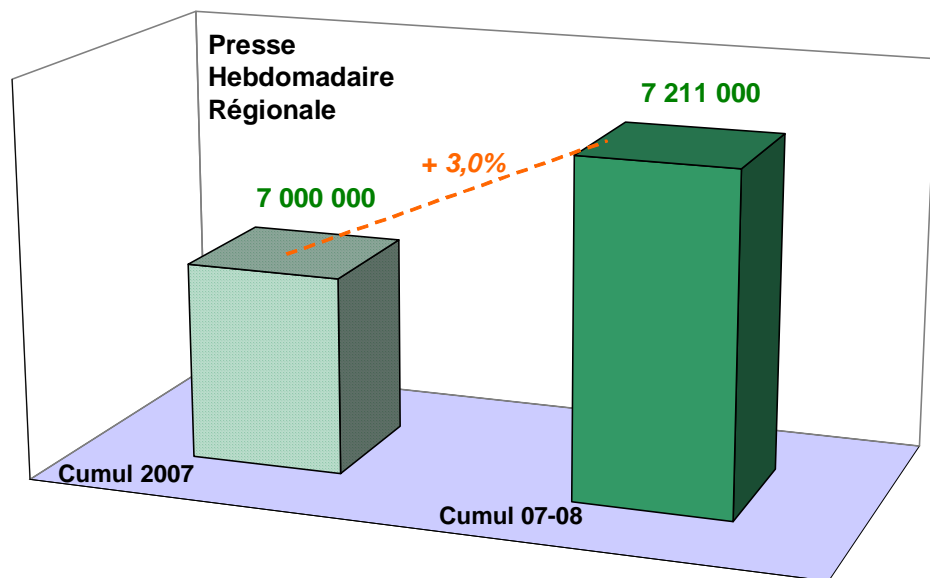
LNM (Lecteurs au Numéro Moyen)	France entière				Ile-de-France	
	Cumul 07-08		Cumul 2007		Cumul 07-08	
	Milliers	Pén %*	Milliers	Evol. %	Milliers	Pén %
<b>Presse Quotidienne Urbaine Gratuite</b>	<b>4188</b>	<b>84</b>	<b>3722</b>	<b>+12,5%</b>	<b>2385</b>	<b>259</b>
Direct Soir	846	17	-	-	477	52
Metro	2419	48	2323	+4,1%	1368	148
Réseau Villes Plus	1330	27	-	-	697	76
20 Minutes	2617	52	2526	+3,6%	1573	171

\* Le chiffre de la pénétration est exprimé pour 1000 individus



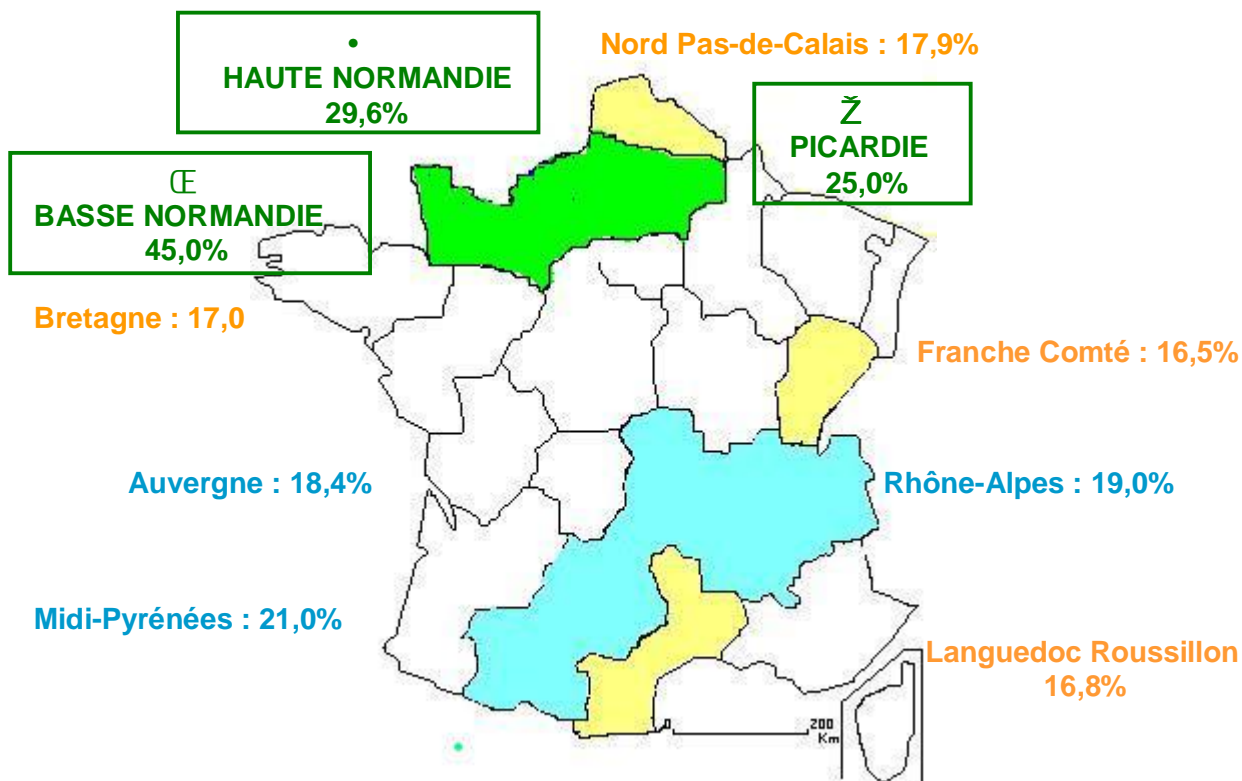
## La Presse Hebdomadaire Régionale franchit le cap des 7 millions de lecteurs

La Presse Hebdomadaire régionale est lue chaque semaine par 7,2 millions de lecteurs LDP, soit 14,4% de la population. Depuis le dernier cumul, elle a gagné plus de 200000 lecteurs, soit une hausse de 3,0%.



EPIQ  
Au moins 1 lecteur LDP (Lecteurs Dernière Période)

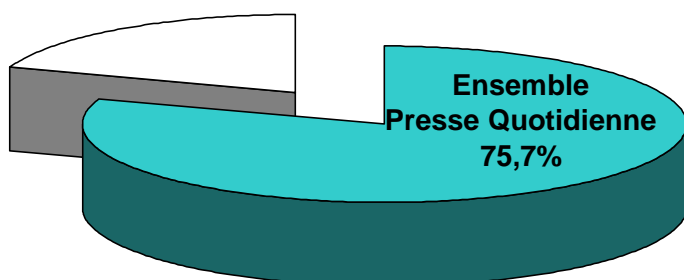
Voici la carte des régions où sa pénétration est la plus forte :





## Les chiffres d'audience des marques de presse

L'étude EPIQ permet de mesurer la puissance des marques de presse quotidienne. L'indicateur "Brand" recense tous les individus ayant eu, au cours de la semaine, **au moins un contact avec la marque**, que ce soit par la lecture du quotidien, de son édition du 7<sup>ème</sup> jour, de ses suppléments magazines hebdomadaires ou de la consultation de son site Internet éditorial (à l'exclusion des autres sites).



**Chaque semaine, plus de trois Français sur quatre (75,7% soit 37,8 millions) ont un contact avec une marque de presse quotidienne**, que ce soit par la lecture d'un journal, d'un de ses suppléments ou la consultation de son site

Internet. L'audience des marques progresse à peu près dans les mêmes proportions que celle des quotidiens. Sur le dernier cumul, elle a augmenté de +3,8%.

Les marques de la Presse Quotidienne Régionale attirent 30,8 millions de Français par semaine (61,7%). Celles de la Presse Quotidienne Nationale 19,5 millions (39,1%) et celles de la Presse Quotidienne Urbaine Gratuite 6,9 millions (13,8%).

En Ile-de-France, les marques de la Presse Quotidienne Nationale touchent 64,6% des Franciliens et celles de la Presse Quotidienne Urbaine Gratuite 40,4%

L'indicateur "Brand" permet d'évaluer l'audience supplémentaire qu'apportent au quotidien tous les supports écrits et électroniques qui se déclinent sous sa marque. Globalement cette apport est de 9,0% pour l'ensemble de la presse quotidienne. Il est de près de 20% pour la Presse Quotidienne Nationale. **Pour de nombreux quotidiens nationaux, la contribution à l'audience de la marque des supports autres que le quotidien est importante.**

Cumul EPIQ de juillet 2007 à juin 2008

	Audience marque moins de 8 jours		Audience quotidien moins de 8 j.	Apport d'audience
	Milliers	Pén ‰		
<b>Ensemble Presse Quotidienne</b>	<b>37802</b>	<b>757</b>	<b>34672</b>	<b>+9,0%</b>
Presse Quotidienne Régionale	30817	617	27804	+10,8%
Presse Quotidienne Nationale	19532	391	16347	+19,5%
La Croix	862	17	771	+11,8%
Les Echos	2100	42	1649	+27,4%
L'Equipe	8232	165	6301	+30,7%
Le Figaro	5061	101	3398	+48,9%
France Soir	882	18	713	+23,7%
L'Humanité	1193	24	888	+34,5%
Libération	3245	65	2482	+30,7%
Le Monde	6854	137	5275	+29,9%
Le Parisien Aujourd'hui	4788	96	4194	+14,2%
La Tribune	1431	29	1108	+29,2%
Paris Turf	771	15	664	+16,1%
Bilto/Paris Courses/ Week-end/Tiercé Magazine	1115	22	1010	+10,4%
Le Journal du Dimanche	1678	34	1436	+16,9%
<b>Presse Quotidienne Urbaine Gratuite</b>	<b>6880</b>	<b>138</b>	<b>6476</b>	<b>+6,2%</b>
Direct Soir	1809	36	1785	+1,3%
Metro	4756	95	4651	+2,3%
Réseau Villes Plus	2503	50	2470	+1,3%
20 Minutes	4965	99	4613	+7,6%

\* Le chiffre de la pénétration est exprimé pour 1000 individus



## Les comportements de lecture

### Lieux de lecture

La presse quotidienne et la presse hebdomadaires régionales sont lues essentiellement au domicile, mais également sur le lieu de travail. La presse urbaine gratuite est lue dans un cas sur deux dans les transports, mais également au domicile ou sur le lieu de travail.

Sur 100 lecteurs veille pour les quotidiens et sur 100 lecteurs moins de 8 jours pour la PHR

	<b>PQR 66</b> <i>Presse quot Régionale</i>	<b>PQN</b> <i>Presse quot Nationale</i>	<b>PQUG</b> <i>Presse Quot Urbaine gratuite</i>	<b>PHR</b> <i>Presse hebdo Régionale</i>
Domicile	<b>71%</b>	<b>65%</b>	24%	<b>74%</b>
Transports	1%	5%	<b>50%</b>	1%
Lieu de travail	13%	19%	32%	8%
Parents, amis	8%	4%	1%	10%

### Heures de lecture

La presse quotidienne se lit tout au long de la journée. La lecture se poursuit jusque dans la soirée. La presse hebdomadaire régionale se lit plutôt l'après-midi et le soir

Sur 100 lecteurs veille pour les quotidiens et sur 100 lecteurs moins de 8 jours pour la PHR

	<b>PQR 66</b> <i>Presse quot Régionale</i>	<b>PQN</b> <i>Presse quot Nationale</i>	<b>PQUG</b> <i>Presse Quot Urbaine gratuite</i>	<b>PHR</b> <i>Presse hebdo Régionale</i>
Le matin avant 8 heures	18%	11%	23%	4%
Le matin entre 8h et 10h	27%	25%	37%	13%
Le matin entre 10h et midi	23%	25%	15%	20%
De midi à 14 heures	24%	25%	22%	20%
L'après-midi entre 14h et 18h	25%	29%	22%	30%
Le soir après 18h	32%	40%	29%	34%

### Durée de lecture et prises en main

Les lecteurs consacrent à leur quotidien environ ½ heure par jour en moyenne. Ils ne le lisent pas d'une traite et le reprennent en main deux fois en moyenne, et presque trois fois dans le cas de la PQN.

	<b>PQR 66</b> <i>Presse quot Régionale</i>	<b>PQN</b> <i>Presse quot Nationale</i>	<b>PQUG</b> <i>Presse Quot Urbaine gratuite</i>	<b>PHR</b> <i>Presse hebdo Régionale</i>
Temps moyen de lecture la veille	25 min	33 min	28 min	23 min
Nombre moyen de prises en main la veille	1,9	2,7	2,5	1,8