

ETUDE AEPM
Cumul de Juillet 2004 à Juin 2005
L'audience de la Presse Magazine
titre par titre

LDP des bihebdomadaires

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
France Football ¹	1569	32	1356	213	356	1654	-5,2%

LDP des hebdomadaires

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble	Ensemble
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
Auto Hebdo	473	10	377	95	139	503	-6,0%
Auto Plus	2568	53	2003	565	872	2568	0,0%
Courrier International	1269	26	658	611	698	1226	+3,5%
Elle	2190	45	550	1640	881	2183	+0,3%
L'Equipe Magazine	3351	69	2716	635	1177	3695	-9,3%*
L'Express	2104	43	1132	972	921	2142	-1,8%
Femme Actuelle	7319	150	2044	5276	1683	7138	+2,5%
Le Figaro Magazine	2050	42	978	1072	687	1975	+3,8%
France Dimanche	2272	46	778	1494	282	2283	-0,5%
Gala	2348	48	655	1693	656	2307	+1,8%
Ici Paris	2187	45	692	1494	271	2057	+6,3%
Madame Figaro	1514	31	505	1009	514	1603	-5,6%
Marianne	1147	23	699	449	503	1054	+8,9%*
Maxi	2810	57	686	2123	381	2836	-0,9%
Micro Hebdo	835	17	595	241	326	802	+4,2%
Le Monde 2	1101	23	607	495	566	1110	-0,8%
Moto Journal	762	16	620	142	251	877	-13,1%*
Nous Deux	1824	37	438	1385	170	1688	+8,0%
Le Nouvel Observateur	2613	53	1377	1237	1233	2641	-1,0%
L'Officiel des Spectacles	1136	23	510	626	590	1240	-8,4%*
Paris Match	4199	86	1773	2427	1142	4206	-0,1%
Pariscopes	605	12	286	319	341	643	-5,9%
Pèlerin	1109	23	402	706	152	1117	-0,7%
Le Point	1627	33	939	688	669	1475	+10,3%*
Point de Vue	816	17	221	595	155	920	-11,3%*
Public	1431	29	389	1042	351	-	-
Rustica	1277	26	497	780	237	1343	-4,9%

¹ L'audience de ce titre correspond à la périodicité bihebdomadaire (personnes ayant déclaré l'avoir lu depuis "3 ou 4 jours").

* Evolution significative par rapport au cumul 2004. Un écart est réputé "statistiquement" significatif lorsqu'il a au moins 95 chances sur 100 de traduire une évolution réelle de l'audience. La marge d'incertitude sur cette évolution dépend de la pénétration du magazine et de la taille des échantillons.

LDP des hebdomadaires (fin)

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble Milliers	Ensemble %
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
Télé Loisirs	6173	126	2852	3322	1519	6841	-9,8%*
Télé Magazine	1326	27	571	755	288	1488	-10,9%*
Télé Poche	4117	84	1963	2153	755	4139	-0,5%
Télé 7 Jours	7113	145	3207	3906	1611	7330	-3,0%*
Télé Star	5815	119	2516	3299	1317	5911	-1,6%
Télé Z	6868	140	3238	3630	1249	7340	-6,4%*
Télécâble Satellite Hebdo	2777	57	1490	1287	747	2830	-1,9%
Télérama	2611	53	1116	1495	1466	2664	-2,0%
TV Hebdo	5661	116	2748	2913	1229	5696	-0,6%
TV Magazine	14184	290	6925	7259	3015	14123	+0,4%
Version Femina	10144	207	3917	6227	2261	9857	+2,9%
La Vie	775	16	318	457	224	803	-3,4%
Voici	3981	81	1336	2645	930	3888	+2,4%
VSD	1219	25	684	536	381	1356	-10,1%*

LDP des bimensuels

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble Milliers	Ensemble %
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
L'Auto Journal	1744	36	1460	284	657	2099	-16,9%*
Challenges	627	13	398	229	339	696	-9,9%
Télé 2 Semaines	6594	135	2919	3675	1464	-	-
Vocable	551	11	222	329	312	-	-

* Evolution significative par rapport au cumul 2004. Un écart est réputé "statistiquement" significatif lorsqu'il a au moins 95 chances sur 100 de traduire une évolution réelle de l'audience. La marge d'incertitude sur cette évolution dépend de la pénétration du magazine et de la taille des échantillons

LDP des mensuels

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble Milliers	Ensemble %
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
Alternatives Economiques	926	19	494	432	486	930	-0,4%
L'Ami des Jardins et de la Maison	976	20	366	610	280	947	+3,1%
Auto Moto	3062	63	2376	686	822	2926	+4,6%
L'Automobile Magazine	2834	58	2264	569	954	2791	+1,5%
Avantages	2157	44	298	1859	782	2064	+4,5%
Biba	800	16	144	656	305	848	-5,7%
Bien dans ma Vie	774	16	90	684	268	749	+3,3%
Ca M'intéresse	2802	57	1292	1510	1043	2692	+4,1%
Canal Satellite Magazine	7789	159	4355	3434	2412	7978	-2,4%*
Capital	2439	50	1427	1012	1220	2458	-0,8%
Le Chasseur Français	2563	52	1619	945	390	2587	-0,9%
Ciné Live	1088	22	697	391	430	1163	-6,4%
Cosmopolitan	1314	27	286	1028	575	1234	+6,5%
L'Echo des Savanes	1276	26	919	357	420	1287	-0,8%
Enfant Magazine	1714	35	291	1423	512	1575	+8,8%
Enjeux-Les Echos	711	15	426	285	462	665	+6,9%
L'Entreprise	943	19	621	321	456	967	-2,5%
Entrevue	5026	103	3041	1985	1323	4383	+14,7%*
L'Expansion	886	18	548	338	465	939	-5,6%
Famili	1585	32	221	1364	511	1555	+1,9%
FHM	1420	29	1089	331	421	1380	+2,9%
Géo	4725	97	2199	2526	1974	4844	-2,5%
Girls !	917	19	97	820	224	983	-6,6%
Grands Reportages	766	16	387	379	301	867	-11,7%*
Historia	1306	27	730	576	502	1334	-2,1%
Isa	636	13	72	564	206	766	-16,9%*
Jeune et Jolie	959	20	128	831	278	1013	-5,3%
Jeux Vidéo Magazine	1025	21	825	200	237	1024	+0,1%
Joystick	894	18	779	115	274	921	-2,9%
Lire	572	12	185	387	259	680	-15,8%*
Management	658	13	417	242	427	736	-10,5%*
Marie Claire	3340	68	779	2561	1216	3335	+0,2%
Marie France	1822	37	364	1458	569	1822	0,0%
Max	809	17	526	284	228	818	-1,1%
Maximal	972	20	765	207	250	944	+2,9%
Media Cuisine ²	3808	78	997	2812	1184	3824	-0,4%
Cuisine Actuelle	3496	71	887	2609	1109	3504	-0,2%
Guide Cuisine	1205	25	311	894	306	1177	+2,4%
Midi Olympique Magazine	775	16	660	115	243	764	+1,5%
Mieux Vivre Votre Argent	912	19	585	327	407	940	-3,0%
Modes et Travaux	3367	69	760	2607	944	3363	+0,1%
Mon Jardin et ma Maison	1491	30	472	1019	546	1397	+6,7%

² Couplage de "Cuisine Actuelle" et de "Guide Cuisine" (lecteurs d'au moins un des deux titres).

* Evolution significative par rapport au cumul 2004. Un écart est réputé "statistiquement" significatif lorsqu'il a au moins 95 chances sur 100 de traduire une évolution réelle de l'audience. La marge d'incertitude sur cette évolution dépend de la pénétration du magazine et de la taille des échantillons.

LDP des mensuels (fin)

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble Milliers	Ensemble %
	Milliers	Pén %	Milliers	Milliers	Milliers		
Le Monde Diplomatique	1676	34	963	714	998	1638	+2,4%
National Geographic	1915	39	1028	888	863	1913	+0,1%
Newlook	697	14	549	148	138	690	+1,0%
Notre Temps	4000	82	1213	2787	568	4127	-3,1%
Onze-Mondial	1884	39	1566	318	432	1792	+5,1%
L'Ordinateur Individuel-Info PC	1280	26	1072	208	602	1177	+8,7%
Parents	3360	69	863	2497	1002	3445	-2,5%
Le Particulier	1723	35	927	796	633	1612	+6,9%
PC Jeux	1163	24	948	214	328	1179	-1,4%
La Pêche et les Poissons	1303	27	985	317	191	1296	+0,5%
Phosphore	932	19	353	579	515	997	-6,5%
Photo	882	18	545	338	350	924	-4,5%
Pleine Vie	3448	70	943	2505	456	3344	+3,1%
Plus, le Magazine de Canal+	10274	210	5642	4632	3246	10099	+1,7%
Pour nos Jardins	756	15	357	399	129	727	+4,0%
Première	1533	31	825	708	710	1531	+0,1%
Prima	2676	55	382	2294	750	2640	+1,3%
Psychologies Magazine	2228	46	625	1603	1092	2023	+10,1%*
Réponse à Tout	1363	28	618	744	354	-	-
Le Revenu Placements	515	11	338	177	213	502	+2,5%
La Revue Nationale de la Chasse	1066	22	753	313	167	1145	-6,8%
Salut	878	18	163	715	128	886	-0,9%
Santé Magazine	4903	100	1451	3452	1264	4637	+5,7%*
Science et Vie	3531	72	1935	1596	1561	3495	+1,0%
Science et Vie Junior	1612	33	714	898	891	1764	-8,6%*
Sciences et Avenir	2520	52	1426	1094	1111	2364	+6,6%
Sélection du Reader's Digest	2256	46	951	1305	460	2288	-1,4%
Sport-Auto	1112	23	945	167	271	1003	+10,9%
Star Club	940	19	209	731	170	974	-3,6%
Studio ³	995	20	530	464	442	1015	-2,0%
SVM	701	14	615	86	408	632	+11,1%
Système D	1432	29	862	570	472	1384	+3,4%
Télé 7 Jeux	4116	84	1668	2448	891	3963	+3,9%
Tennis Magazine	501	10	344	157	218	484	+3,5%
Terre Sauvage	1187	24	530	657	423	1235	-3,9%
Top Famille	1439	29	304	1135	512	1470	-2,1%
Top Santé	4504	92	1215	3290	1152	4342	+3,7%
Vingt Ans	744	15	109	635	206	781	-4,8%
Vivre au Féminin	491	10	43	449	136	511	-3,8%
Vogue	1266	26	385	881	449	1227	+3,1%
Voiles et Voiliers	609	12	414	194	310	586	+3,9%

³ Ce magazine a été étudié sous le titre "Studio Magazine" jusqu'en décembre 2004.

* Evolution significative par rapport au cumul 2004. Un écart est réputé "statistiquement" significatif lorsqu'il a au moins 95 chances sur 100 de traduire une évolution réelle de l'audience. La marge d'incertitude sur cette évolution dépend de la pénétration du magazine et de la taille des échantillons.

LDP des bimestriels ⁴

	RÉSULTATS 2004-2005					Rappel 2004	Evolution
	ENSEMBLE		HOMME	FEMME	FOYER AB+	Ensemble Milliers	Ensemble %
	Milliers	Pén ‰	Milliers	Milliers	Milliers		
Art et Décoration	5328	109	1930	3398	2015	5184	+2,8%
Bébé Puissance Deux ⁵	1549	32	307	1242	533	1426	+8,6%
Infobébés	1285	26	228	1057	402	1133	+13,4%*
Infocrèche	784	16	144	640	308	755	+3,8%
Campagne Décoration	560	11	135	425	250	-	-
Cuisine et Vins de France	1806	37	774	1032	732	1791	+0,8%
Cuisine Gourmande	1530	31	472	1058	411	1536	-0,4%
Détente Jardins	725	15	295	430	161	710	+2,0%
Détours en France	674	14	252	423	262	670	+0,7%
Elle à Table	1055	22	233	822	504	1147	-8,1%*
Elle Décoration	3115	64	781	2333	1369	3075	+1,3%
Famille et Education	1688	35	531	1157	801	1664	+1,4%
Fan 2	1721	35	456	1265	286	1630	+5,6%
Investir Magazine	614	13	373	242	267	710	-13,5%*
Le Journal de la Maison	1077	22	261	815	516	1058	+1,8%
Maison Bricolage	1833	37	1025	807	495	1917	-4,4%
Maison Créative	1111	23	285	825	447	980	+13,3%*
Maison et Travaux	3930	80	1633	2297	1496	3846	+2,2%
Maison Française Maison Madame Figaro ⁶	1811	37	533	1278	772	-	-
Maison Magazine	1322	27	474	848	563	1301	+1,6%
Maisons Côté Ouest	1402	29	461	941	758	1307	+7,3%
Maisons Côté Sud	1770	36	593	1178	923	1682	+5,2%
Marie Claire Maison	2966	61	642	2324	1247	3014	-1,6%
Maxi Cuisine	1834	37	366	1468	447	1942	-5,5%*
One	826	17	256	569	282	849	-2,8%
Pyrénées Magazine	895	18	465	430	386	992	-9,8%*
Séries Mag.	803	16	244	560	231	770	+4,3%
Super GTI Mag ⁷	1961	40	1539	422	360	2046	-4,2%
Votre Maison-Votre Jardin	1195	24	406	788	363	1098	+8,8%

⁴ Les chiffres cités correspondent à une dernière période de deux mois. Les rapports écrits publient également la lecture dernière période d'un mois.

⁵ Couplage de "Infobébés et de "Infocrèche" (lecteurs d'au moins un des deux titres).

⁶ Les deux titres "Maison Française" et "Maison Madame Figaro" ont été étudiés séparément jusqu'en juin 2005. L'audience du cumul 2004-2005 est celle dédoublée des deux magazines.

⁷ Ce magazine a été étudié sous le titre "GTI Mag" jusqu'en juin 2005.

* Evolution significative par rapport au cumul 2004. Un écart est réputé "statistiquement" significatif lorsqu'il a au moins 95 chances sur 100 de traduire une évolution réelle de l'audience. La marge d'incertitude sur cette évolution dépend de la pénétration du magazine et de la taille des échantillons