

The background is a top-down view of a wooden desk. On the desk, there is a silver laptop with a black keyboard, a silver and black vintage camera, a spiral-bound notebook, and a pair of brown leather shoes. A person's hands are visible, holding a white tablet with a dark screen. The overall scene is a workspace or creative studio.

Le Parisien

RÉSULTATS ONE GLOBAL 2017 T2

**TEAM
MED/A**

TEAM MEDIA RASSEMBLE PLUS D'1 FRANÇAIS SUR 4

Les Echos Le Parisien

/ 23,2 Millions
DE LECTEURS, INTERNAUTES, MOBINAUTES ET TABLONAUTES

44% DES INDIVIDUS DE 15 ANS ET +

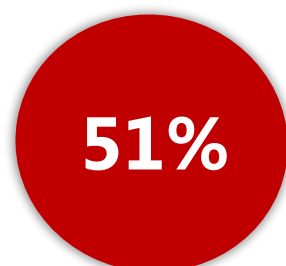
AVEC TEAM MEDIA, VOUS TOUCHEZ LES CIBLES QUI COMPTENT

% couverture sur cible

/ ACTIFS



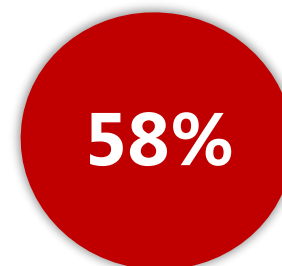
/ 25-49 ANS



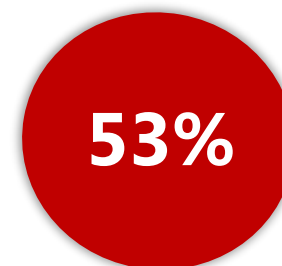
/ CSP+



**/ FOYERS ACTIFS+
AVEC ENF. -15 ANS**



/ URBAINS



Source : ACPM ONE GLOBAL T2 2017 – Actifs+ = CSPI+B – Urbains = agglo +100 000 + Paris RP / Team Media = dédup Brands 30J, Les Echos, Le Parisien / Aujourd'hui en France

Le Parisien

LA 4^{ÈME} MARQUE DE PRESSE



20 MILLIONS
DE LECTEURS CHAQUE MOIS



38% DES 15+
TOUCHÉS CHAQUE MOIS

Source : ACPM ONE GLOBAL T2 2017 / Brand Le Parisien 30 J / 20 010 000 individus

LA DIGITALISATION N'EST PLUS LA QUESTION ! PLACE À LA MOBILITÉ



DIGITAL

78% des lecteurs consomment
la marque Le Parisien
aussi sur le digital



59% d'exclusifs digitaux



MOBILE FIRST

**Le mobile est
le 1er device
de la marque**



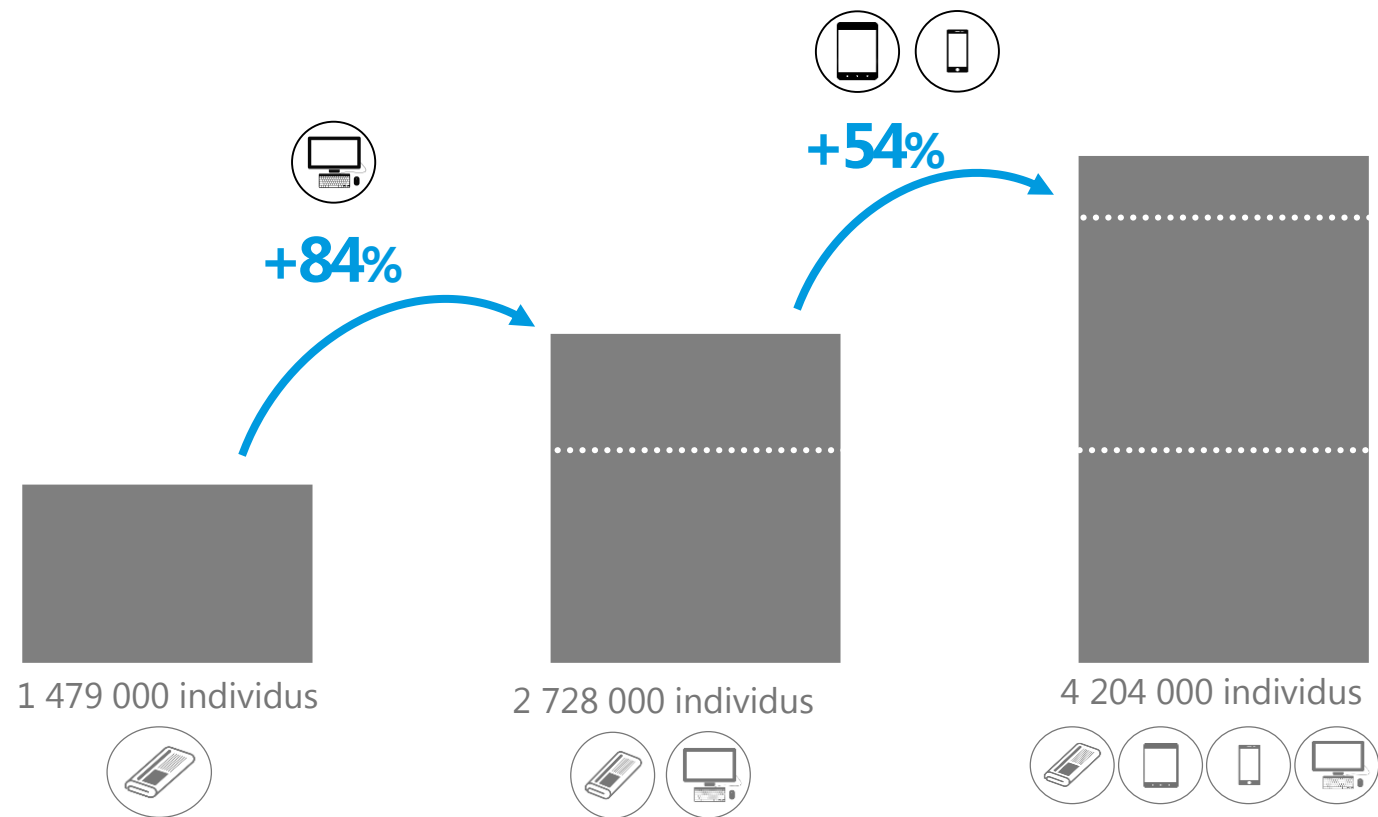
**42% des lecteurs consomment
la marque sur le mobile**

CHAQUE DEVICE COMPTE

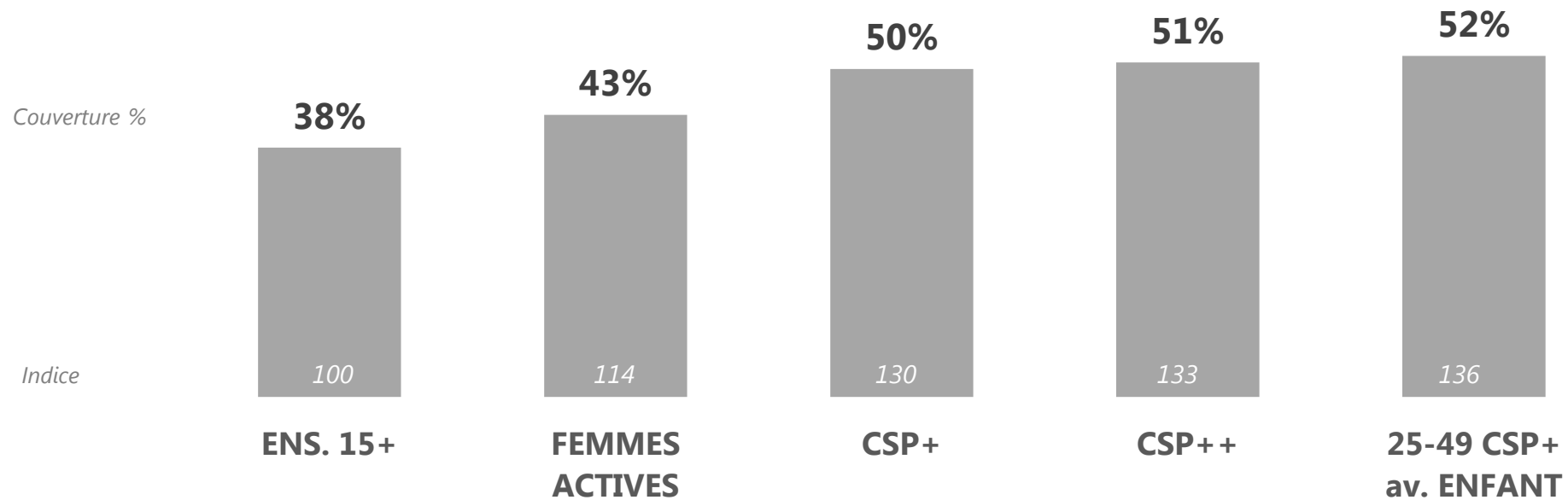
Cible 25-49ANS CSP+



Apport en couverture des différents écrans



PUISSANT, ET SUR TOUTES VOS CIBLES



Source : ACPM ONE GLOBAL T2 2017 / Brand Le Parisien 30 J – Indice base 100 = cible ensemble 15+