

499 000 lecteurs chaque semaine
90 034 exemplaires diffusés.

LE PLUS JEUNE DES NEWS SENIORS

âge moyen **62 ans**
 vs 66 ans pour les titres de l'UC

UN LECTORAT FÉMININ

6 lecteurs sur 10
 sont des femmes,
 soit **296 000** lectrices.



LE + « QUALITY » DES « NEWS SENIORS »

avec

48% de CSP+ et ex CSP+, vs 33% pour la moyenne de l'UC

45% d'urbains, vs 38% pour la moyenne de l'UC.

30% d'actifs, vs 25% pour la moyenne de l'UC.

26% de foyers aisés, vs 16% pour la moyenne de l'UC.

UN LECTORAT DIPLÔMÉ

51% ont fait des études supérieures
 vs 25% pour la moyenne de l'UC



25% ont un Bac+4 ou plus
 vs 10% pour la moyenne de l'UC

UNE AUDIENCE EXCLUSIVE

85% ne lisent pas Pèlerin

84% ne lisent pas Pleine Vie

79% ne lisent pas Notre Temps

66% ne lisent aucun des 3 titres



UNE FORTE FIDELITE

8,1/10 : la note de cœur de La Vie, soit **76%** des lecteurs entre 8 et 10

5,6 reprises en main en moyenne, et **1h23** de temps de lecture

94% des lecteurs pensent que La Vie leur apporte un regard différent sur l'actualité

90% estiment que la lecture de La Vie leur permet de mieux forger leur opinion sur l'actualité

■ SOURCES

ACPM ONE 2015-2016 - LDP, hors cumul PQR 66
 Foyers aisés : revenu net du foyer ≥ 45K€/an
 UC : audience LDP dédoublée Pèlerin, Notre Temps, Pleine Vie.
 Étude réalisée entre le 31 mai et le 3 juin 2013 sur une base de 1367 abonnés au magazine La Vie
 ACPM DSH 2015-2016, DFP

■ CONTACTS

Line Gasparini
 Directrice commerciale
 line.gasparini@mpublicite.fr – 01 57 28 30 21

Karine Mazeaud
 Directrice de la Publicité
 karine.mazeaud@mpublicite.fr – 01 57 28 38 06