



NOTRE TEMPS

C'est bon d'être libre

DIGITAL

NOTRE TEMPS, média emblématique des 50+ se réinvente avec sa nouvelle formule lancée depuis le 2 octobre. Au programme : une nouvelle identité visuelle épurée et joyeuse, de nouveaux chroniqueurs de renom, avec l'arrivée de Riad Sattouf, grand nom de la BD et d'Alain Baraton, célèbre jardinier, de nouvelles rubriques et une nouvelle signature : « NOTRE TEMPS. C'est bon d'être libre. »

2,9 M
D'INTERNAUTES
CHAQUE MOIS ⁽¹⁾



Mobile ⁽²⁾
VU : 2,3M
Pages vues : 7,1M

Desktop ⁽²⁾
VU : 556K
Pages vues : 6,5M

Tablette ⁽²⁾
VU : 251K
Pages vues : 3,9M

Exclu Digital 48% ⁽¹⁾

Presse & Digital 8% ⁽¹⁾

PROFIL LECTEURS ⁽¹⁾

62% de femmes
Indice : 120

75% de 50+
Indice : 150

Âge moyen :
58,1 ans

88% sont responsables des achats
Indice : 112

46% sont actifs

ENGAGÉS ⁽³⁾

71% consomment des produits locaux afin de soutenir les producteurs français
Indice 112

52% préfèrent acheter des marques qui s'engagent au niveau social et environnemental - Indice 119

GÉNÉREUX ⁽³⁾

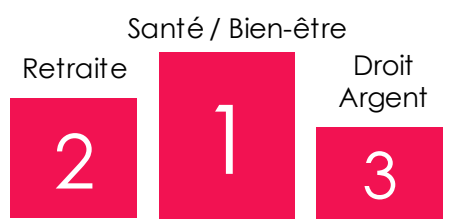
53% de donateurs
ind. 135

M sont grands-parents
45% de l'audience – Indice 162

NEWSLETTERS ⁽⁴⁾

Générique : **630 000** abonnés
Best of : **640 000** abonnés
Jeux : **540 000** abonnés
Santé : **420 000** abonnés
Grands-Parents : **550 000** abonnés
Thématique : en fonction du ciblage

TOP RUBRIQUES - V U Hors rubrique jeux



(1) ACPM One Next 2024
(2) Médiamétrie Audience Internet
(3) Kantar TGI 2024 R1
(4) Source éditeur 2024