



# 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 <sup>(1)</sup>



**Mobile** <sup>(2)</sup>  
VU : 2,3M  
Pages vues : 7,1M

**Desktop** <sup>(2)</sup>  
VU : 556K  
Pages vues : 6,5M

**Tablette** <sup>(2)</sup>  
VU : 251K  
Pages vues : 3,9M

**Exclu Digital 48%** <sup>(1)</sup>

**Presse & Digital 8%** <sup>(1)</sup>

## PROFIL LECTEURS <sup>(1)</sup>

**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 <sup>(3)</sup>

**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 <sup>(3)</sup>

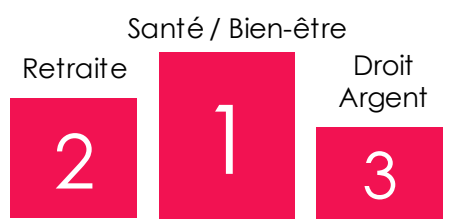
**53% de donateurs**  
ind. 135

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

## NEWSLETTERS <sup>(4)</sup>

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