



## Commerce : Les Français lisent toujours beaucoup de courriers publicitaires

publié le 25/04/2015 - mis à jour le 30/04/2015

*Descriptif :*

Article du magazine LSA

« A l'heure du digital, de la diffusion des contenus destinés aux smartphones et des publicités sur les réseaux sociaux, où en est le bon vieux prospectus ? Il se porte bien, merci pour lui », écrit le magazine LSA. Il en veut pour preuve les chiffres publiés par le groupement d'intérêt économique BALmétrie qui mesure l'audience du courrier publicitaire : **l'an dernier, 93,9 % des Français ont lu au moins un courrier publicitaire au cours d'une semaine moyenne**. Dans le détail, 69,2 % des Français ont lu au moins un imprimé publicitaire par semaine, et 61,2 % un courrier publicitaire adressé.

**Les grandes surfaces alimentaires demeurent le principal utilisateur de l'imprimé publicitaire**, puisque 57 % des Français lisent au moins un document de ces enseignes sur une semaine moyenne. Les plus grands annonceurs sont dans l'ordre Leclerc, Carrefour, Intermarché, Lidl et Auchan. Viennent ensuite les secteurs de l'ameublement-décoration et du bricolage-jardinage.

Au moment où BALmétrie publiait ses résultats, Audipresse diffusait une étude analysant les audiences de la presse en France, toujours sur l'année 2014. Il en ressort que **64 % des Français continuent de lire la presse chaque jour**, qu'il s'agisse d'un quotidien et/ou d'un magazine. Sur un mois, 96 % de la population lit la presse, avec un panier varié : les Français lisent en moyenne 5,9 titres (1,3 quotidien et 4,6 magazines). « Le support papier reste référent », commente le magazine e-marketing.fr.

La suite sur [LSA](#)



Les prospectus restent beaucoup regardé, plus de 90 % des Français en lisent un chaque semaine en moyenne.



Académie  
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.