BAROMÈTRE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Douzième édition – 1er trimestre 2015

Les internautes accros de l'info adoptent le numérique

Chaire Économie numérique de Paris-Dauphine

Réalisé par Médiamétrie et One-Audipresse

DAUPHINE UNIVERSITÉ PARIS

CHAIRE ECONOMIE NUMÉRIQUE Fondation Paris-Dauphine

Un outil :

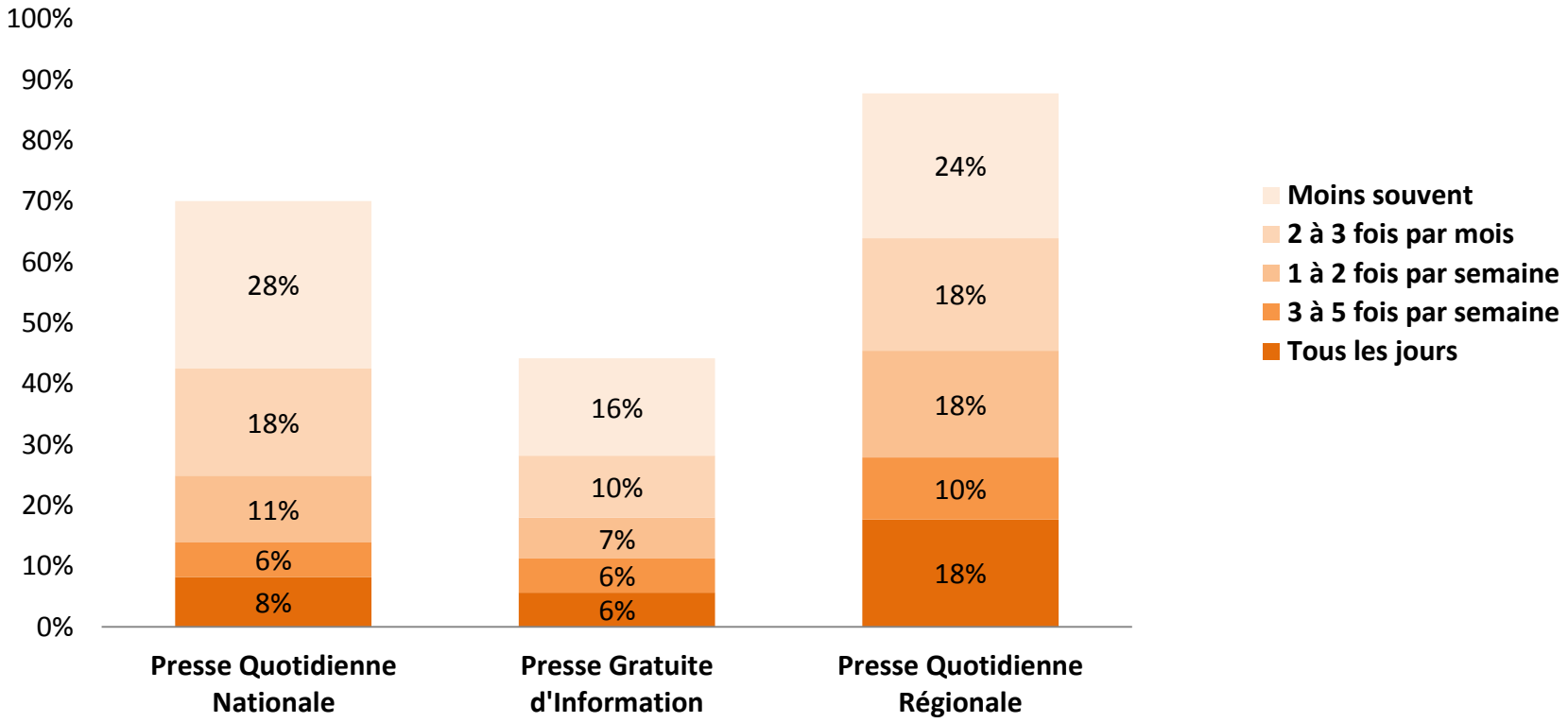
- **Initié par la chaire Économie numérique** de l'Université Paris-Dauphine, sous la direction scientifique du Professeur Dominique Roux
- **Réalisé avec Médiamétrie et One-Audipresse**
- **Chaque trimestre** depuis le quatrième trimestre 2011
- Consacré à **l'économie numérique sous toutes ses formes** : Internet, télécommunications, information et médias, contenus et services numériques, e-commerce, m-commerce…
- Permettant de **suivre l'évolution** des **équipements**, des **consommations** et des **usages numériques** des Français

Les internautes accros de l’info adoptent le numérique

1. Les habitudes de lecture

1.1 Les habitudes de lecture de la presse papier (% pénétration).

Source: ONE 2013/2014 – Base internautes 15+

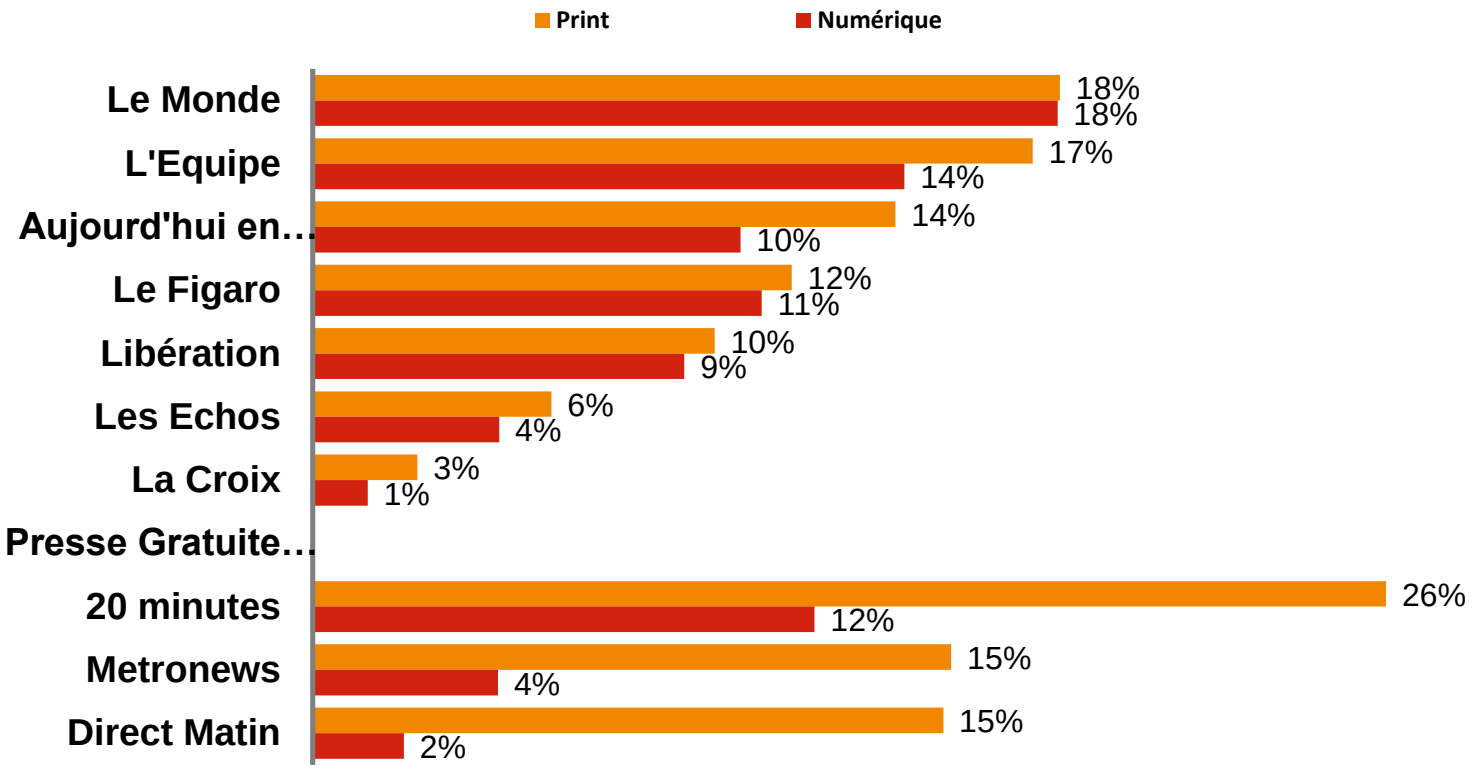


Au moins un titre (% Pénétration)	Presse Quotidienne Nationale	Presse Gratuite d'Information	Presse Quotidienne Régionale
Tous les jours	8%	6%	18%
3 à 5 fois par semaine	6%	6%	10%
1 à 2 fois par semaine	11%	7%	18%
2 à 3 fois par mois	18%	10%	18%
Moins souvent	28%	16%	24%
Sous-total lecteurs de la presse	70%	44%	88%

La presse quotidienne régionale est la plus lue au global : 88% des internautes sont lecteurs de quotidiens régionaux en papier. C'est aussi la presse qui est lue le plus fréquemment puisque 18% des internautes lisent la presse Quotidienne Régionale tous les jours.
Suivent la Presse Quotidienne Nationale et la Presse Gratuite d'information, qui comptent respectivement parmi leurs lecteurs 70% et 44% des internautes.

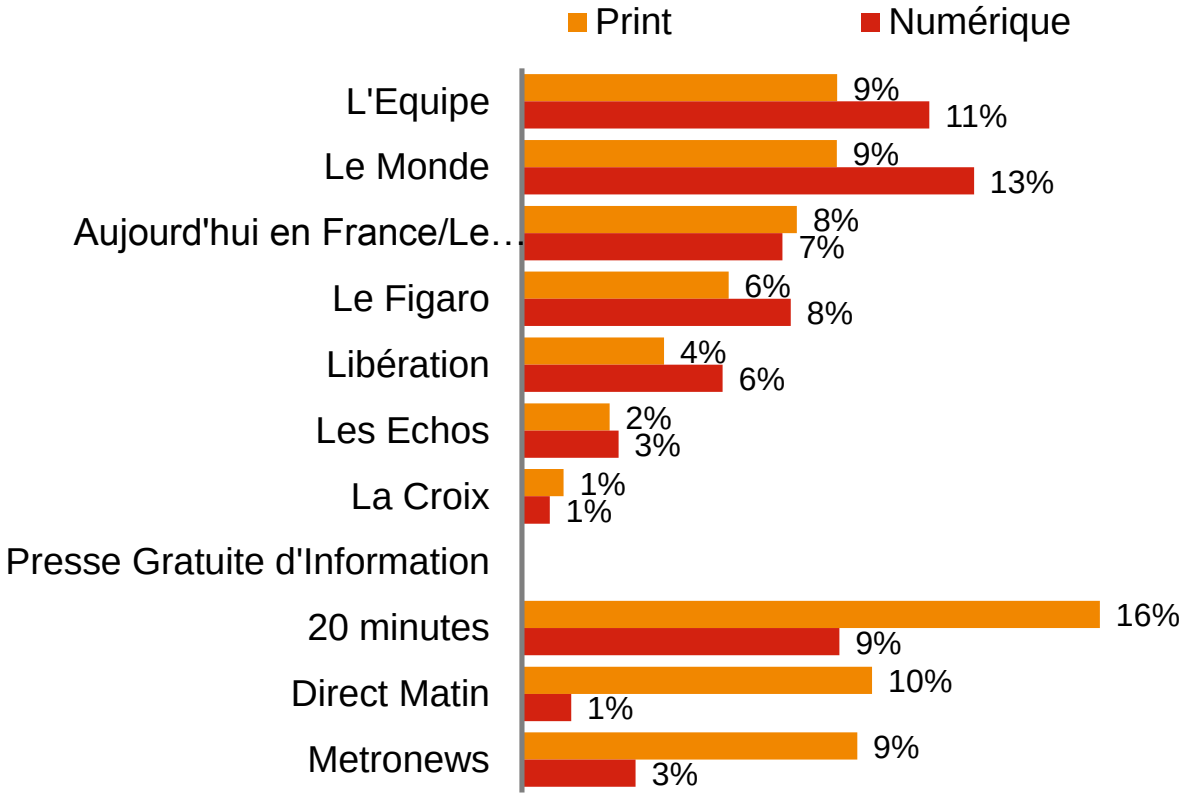
1-2. Les habitudes de lecture de la presse papier versus la presse numérique (Au moins 2 à 3 fois par mois - En pénétration cumulée)

Source: ONE 2013/2014 – Base internautes 15+



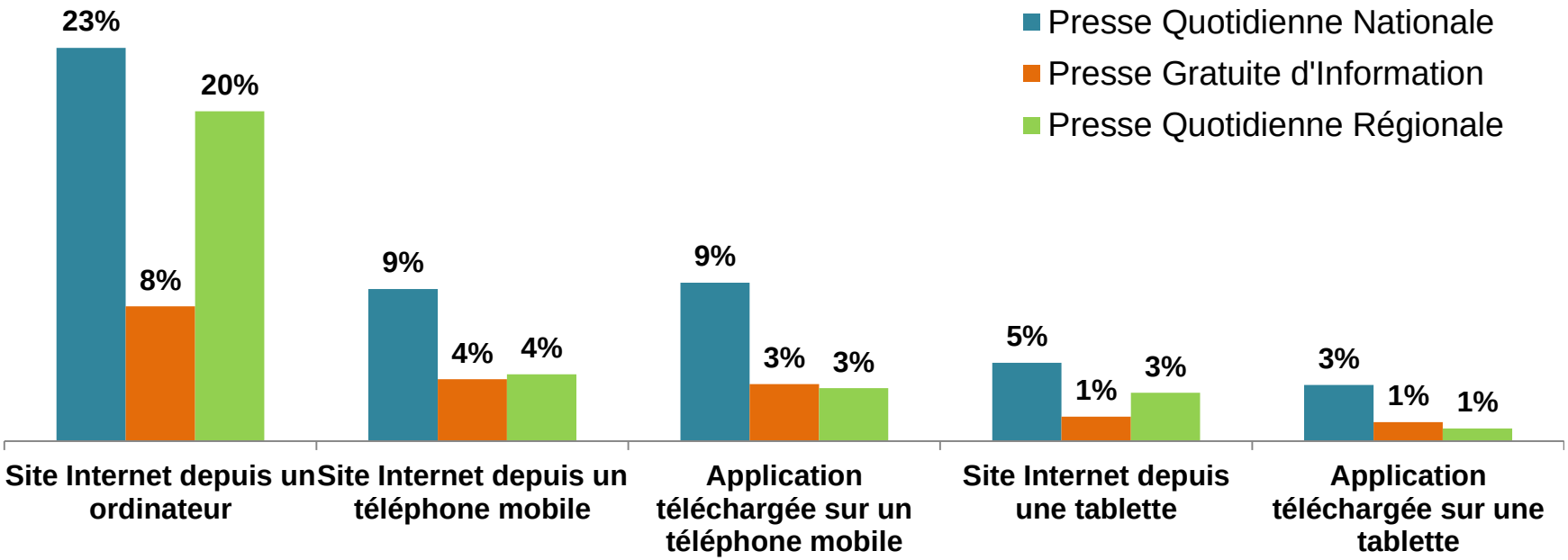
1-3. Les habitudes de lecture de la presse papier versus la presse numérique (Au moins une fois par semaine - En pénétration cumulée)

Source: ONE 2013/2014 – Base internautes 15+



1-4. Les habitudes de lecture de la presse numérique par écran et par mode d'accès (Au moins 2 à 3 fois par mois - En pénétration cumulée)

Source: ONE 2013/2014 – Base internautes 15+



(Au moins 2 à 3 fois par mois - En pénétration cumulée)	Presse Quotidienne Nationale	Presse Gratuite d'Information	Presse Quotidienne Régionale
Site Internet depuis un ordinateur	23%	8%	20%
Site Internet depuis un téléphone mobile	9%	4%	4%
Application téléchargée sur un téléphone mobile	9%	3%	3%
Site Internet depuis une tablette	5%	1%	3%
Application téléchargée sur une tablette	3%	1%	1%

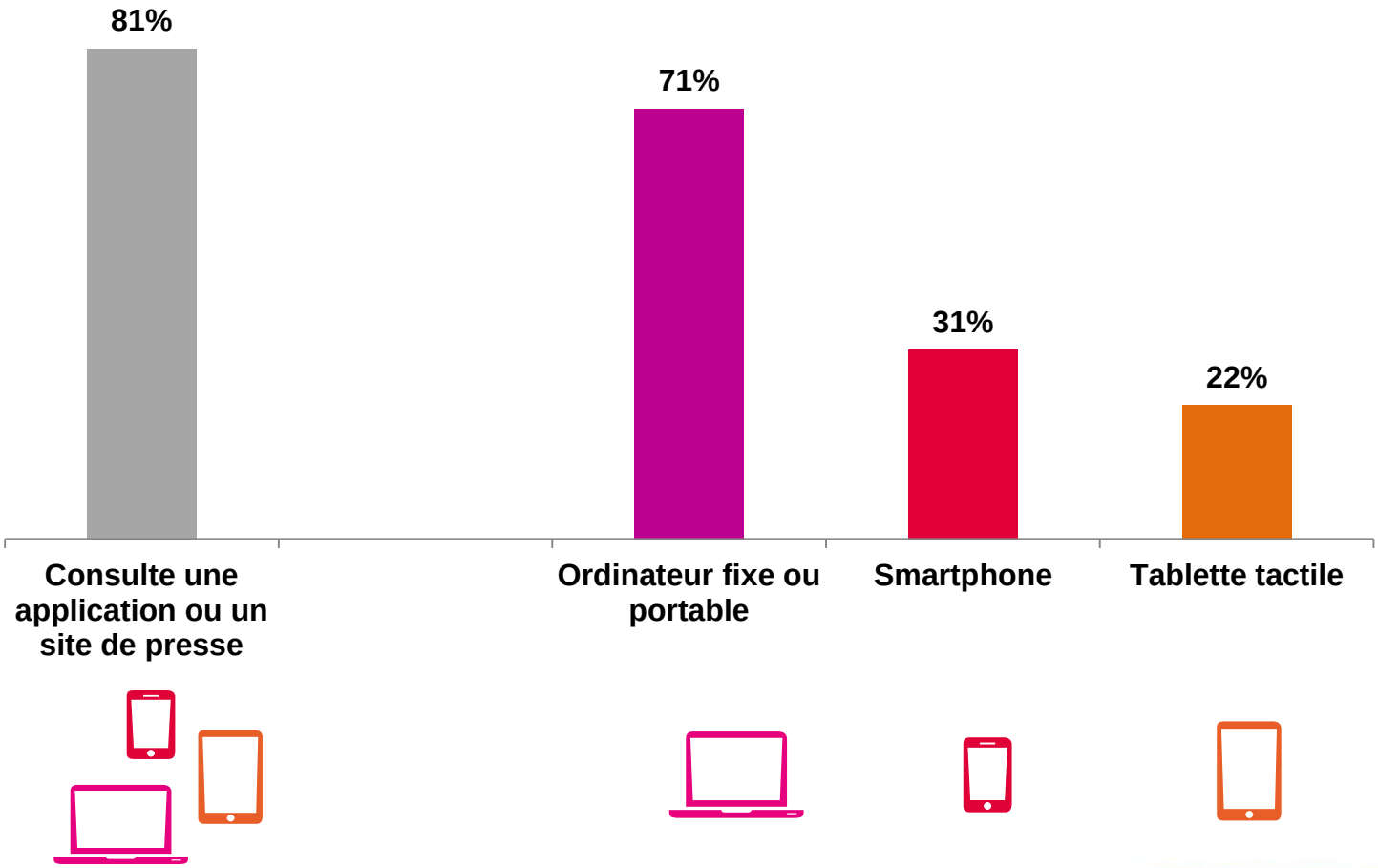
Quel que soit le type de presse, elle est majoritairement consommée sur ordinateur.

Sur les devices mobiles, les proportions entre applications et sites internet sont assez similaires : si le mobile est plus utilisé que la tablette, sites et applications sont autant utilisés.

2. Focus presse en ligne

2-1. Au cours des 30 derniers jours, avez-vous consulté des applications ou des sites de presse sur les écrans suivants ?

Source: MédiaFit 0515 - Base internautes 15 +

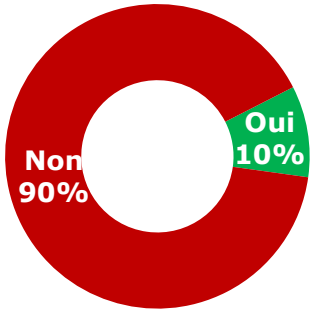


	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Consulte une application ou un site de presse	81%	87%	76%	81%	85%	79%	84%	81%	86%	78%	80%
Ordinateur fixe ou portable	71%	76%	67%	66%	74%	74%	72%	71%	75%	67%	73%
Smartphone	31%	36%	27%	46%	38%	15%	39%	30%	44%	30%	22%
Tablette tactile	22%	25%	20%	21%	26%	21%	30%	20%	31%	17%	19%

81% des internautes ont consulté au cours des 30 derniers jours des applications ou des sites de presse.
Parmi ces lecteurs de presse numérique, les hommes, les 35-49 ans, les franciliens et les CSP + sont sureprésentés.
Dans la majeure partie des cas, les internautes, quel que soit leur profil utilisent l'ordinateur. Les 15-34 ans, les CSP+ et les individus habitant en région parisienne ont davantage recours au smartpone que les autres.
Les utilisateurs de tablette sont eux aussi davantage franciliens et CSP +, mais sont plus âgés.

2-2 . Êtes-vous abonné à un titre de presse en ligne payant ?

Source: MédiaFit 0515 - Base internautes 15 +



	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui	10%	12%	7%	12%	10%	8%	14%	9%	15%	6%	8%
Non	90%	88%	93%	88%	91%	92%	86%	91%	85%	94%	92%

Seul un lecteur de presse en ligne sur 10 est abonné à un titre de presse en ligne payant.

On trouve parmi les abonnés davantage de CSP+, d'individus habitant en région parisienne, d'hommes et de moins de 35 ans.

2-3 *Avez-vous programmé des notifications « push » pour vous tenir informé des dernières actualités ?*

Source: MédiaFit 0515 - Lecteurs de presse en ligne sur smartphone/tablette

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Notifications Tablette ou Smartphone	20%	25%	14%	27%	24%	11%	28%	18%	27%	17%	15%

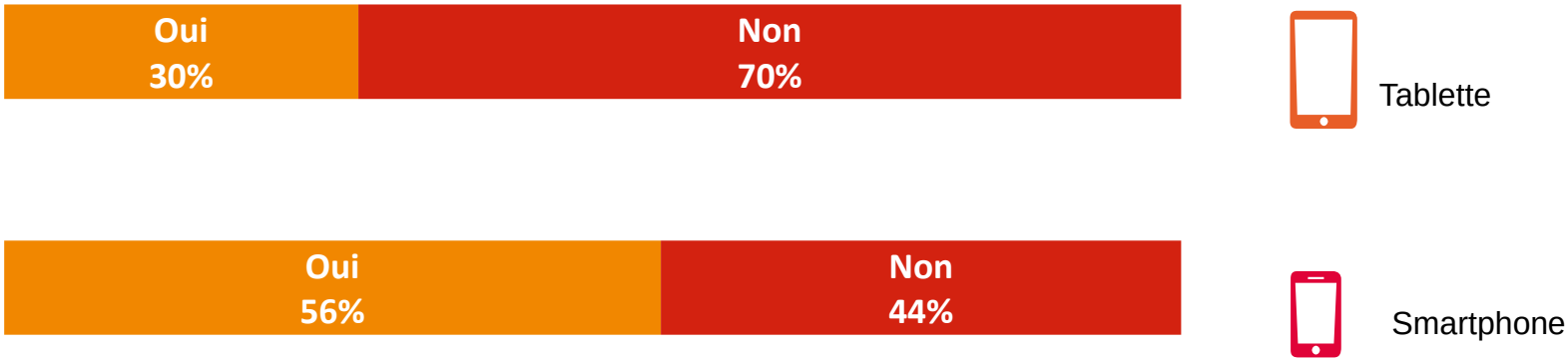
1 internaute sur 5 a programmé des notifications "push" pour se tenir informé des dernières actualités. Les moins de 35 ans, les CSP+ et les habitants de la région parisienne sont les plus concernés par cette pratique.

Programmation de notification push – sur Smartphone

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui	56%	62%	48%	53%	58%	59%	61%	54%	55%	54%	59%
Non	44%	38%	52%	47%	42%	41%	39%	46%	45%	46%	41%
Base répondant	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Programmation de notification push – sur Tablette tactile

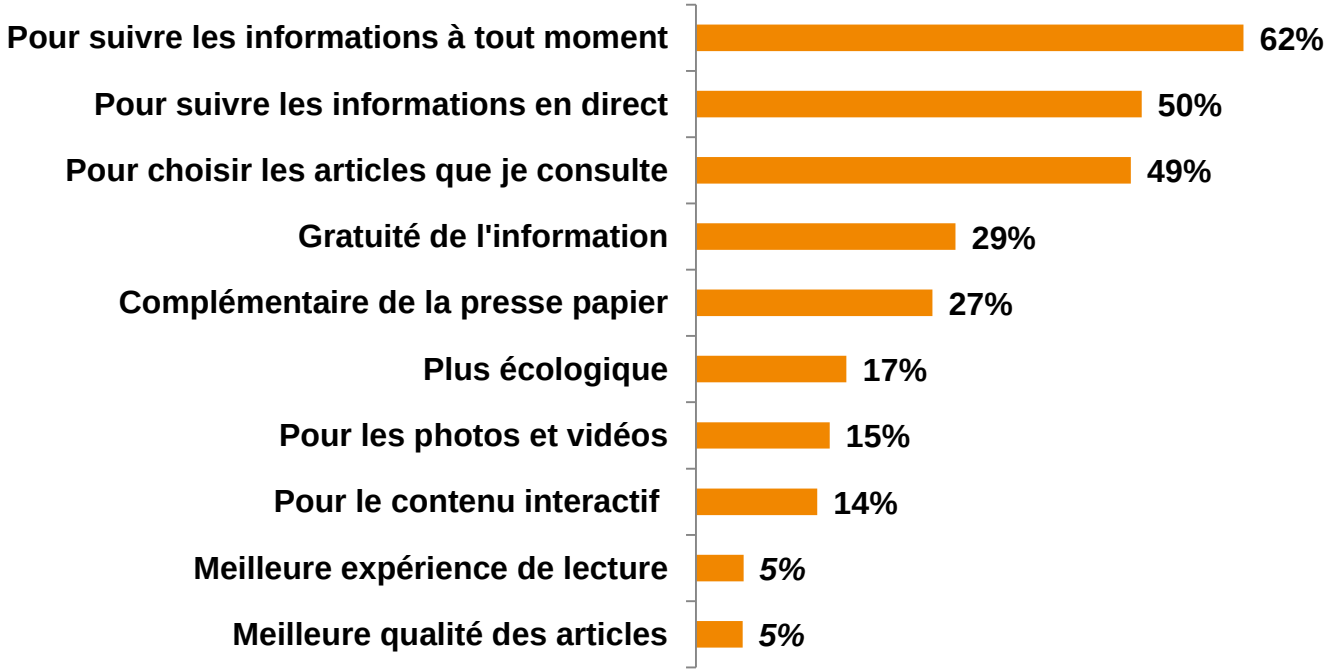
	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui	30%	30%	31%	42%	26%	24%	42%	26%	30%	32%	29%
Non	70%	70%	69%	58%	75%	76%	58%	74%	70%	68%	71%
Base répondant	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%



Ces notifications sont davantage programmées sur smartphone : 56% des utilisateurs des smartphones, contre 30% des tablonautes.

2-4 . Pour quelle(s) raisons lisez-vous la presse en ligne ?

Source: MédiaFit 0515- Base : lecteurs de presse en ligne

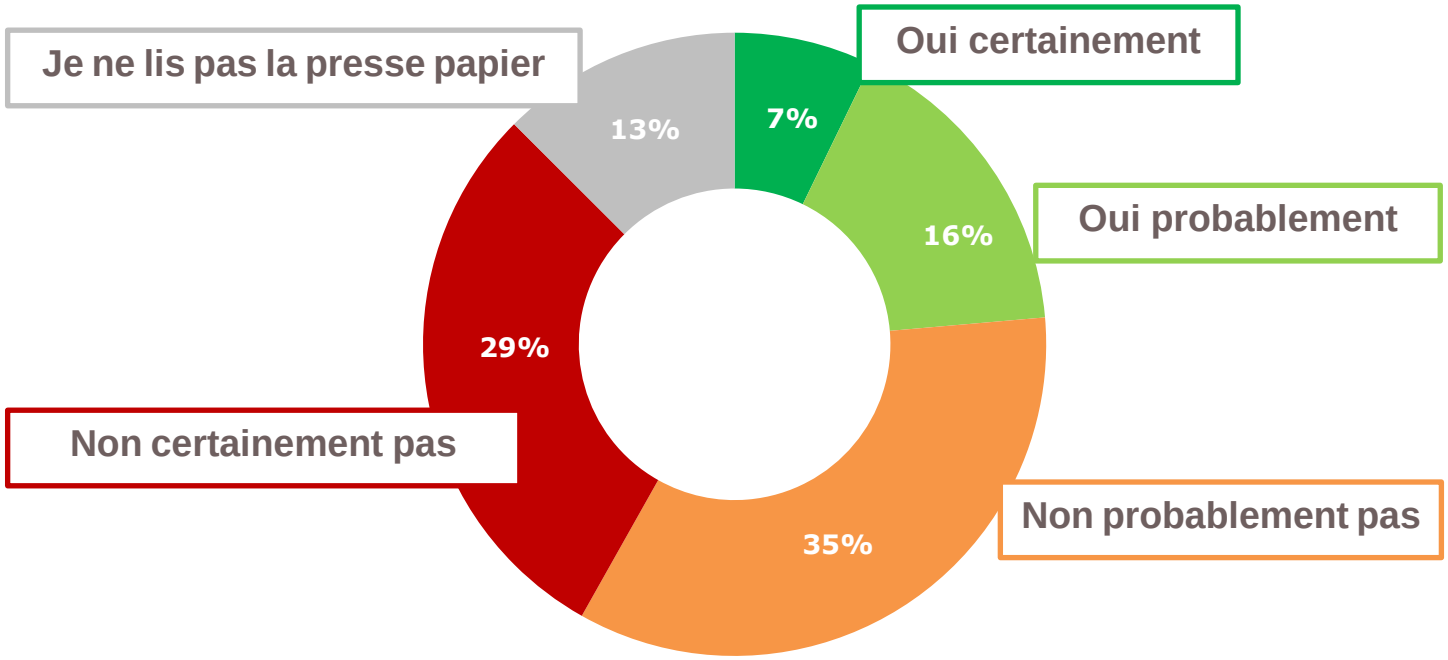


La presse en ligne est appréciée pour son accessibilité et sa flexibilité : elle permet de suivre les informations à tout moment (pour 62% des lecteurs), en direct (50%) et de choisir les articles (49%).
Viennent ensuite des motivations par rapport à la presse papier : la gratuité pour 29% et la complémentarité de l'information pour 27%. Les contenus visuels (photo et vidéo) et interactifs sont cités par moins d'un lecteur sur 5; l'ergonomie et la meilleure qualité des articles par seulement 5% des lecteurs.
Si ces motivations sont partagées par l'ensemble des cibles, les seniors sont plus motivés que les autres par la complémentarité avec la presse papier et l'argument écologique.

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Cela me permet de suivre les informations à tout moment	62%	60%	64%	63%	60%	62%	62%	62%	59%	63%	63%
Cela me permet de suivre les informations en direct	50%	52%	48%	49%	49%	52%	54%	49%	52%	48%	51%
Cela me permet de choisir les articles que je consulte	49%	48%	51%	46%	51%	50%	47%	50%	46%	48%	54%
Je ne veux pas payer pour consulter de l'information	29%	31%	28%	32%	30%	27%	27%	30%	26%	28%	33%
Elle est complémentaire de la presse papier	27%	25%	28%	20%	25%	33%	28%	26%	27%	25%	28%
Je trouve cela plus écologique	17%	17%	18%	14%	16%	20%	16%	17%	16%	18%	17%
J'apprécie les photos et vidéos	15%	17%	13%	14%	14%	17%	17%	15%	15%	14%	16%
Il y a plus de contenus interactifs (commentaires, questions-réponses, débat)	14%	14%	13%	15%	11%	15%	15%	13%	13%	12%	15%
L'expérience de lecture est meilleure que sur le papier (image, ergonomie,)	5%	6%	5%	6%	7%	4%	6%	5%	6%	5%	4%
La qualité des articles y est meilleure	5%	5%	5%	6%	6%	4%	8%	5%	7%	4%	5%

2-5 . D'ici 3 ans, pensez-vous abandonner la presse papier pour ne lire que la presse numérique ?

Source: MédiaFit 0515- Base : lecteurs de presse en ligne



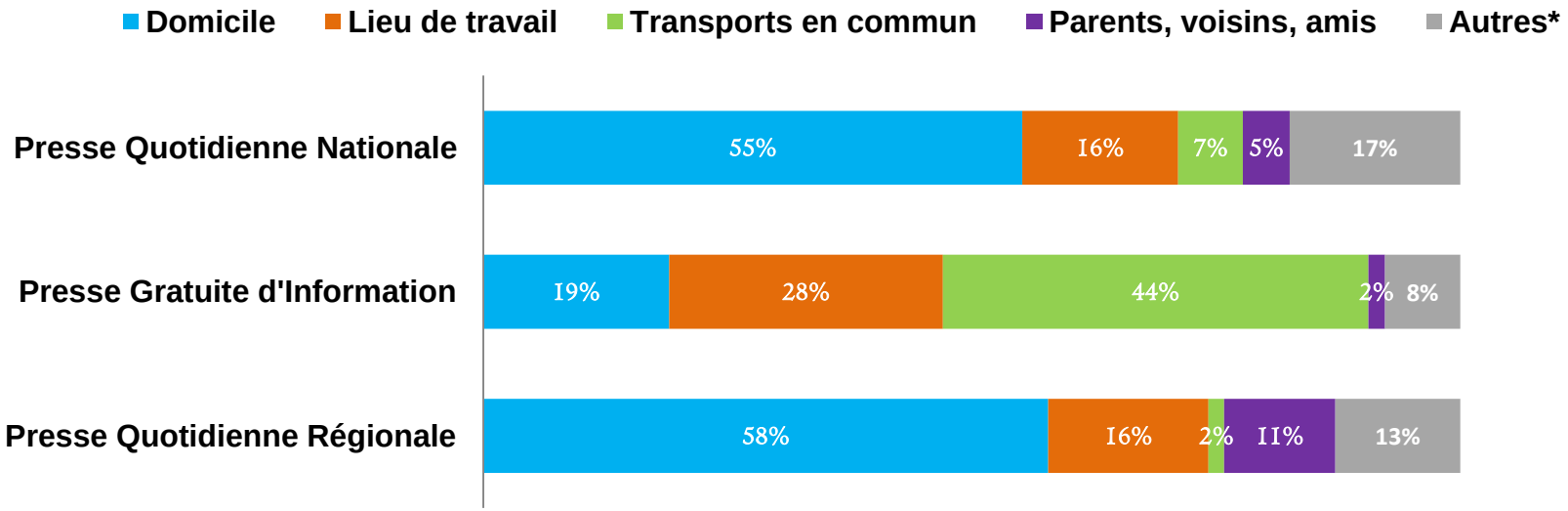
	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Oui, certainement	7%	7%	7%	10%	7%	6%	6%	8%	8%	8%	6%
Oui, probablement	16%	21%	12%	18%	20%	12%	19%	16%	20%	16%	13%
Non, probablement pas	35%	34%	35%	29%	32%	41%	38%	34%	35%	32%	37%
Non, certainement pas	29%	27%	33%	27%	32%	30%	24%	31%	26%	33%	30%
Ne lit pas la presse papier	13%	11%	14%	16%	10%	11%	12%	13%	11%	11%	15%

64% des lecteurs de presse en ligne n'envisagent pas d'abandonner la presse papier.
Les moins de 35 ans sont les plus nombreux à lire exclusivement la presse numérique aujourd'hui et à envisager de ne plus lire la presse papier d'ici 3 ans. A l'inverse, les 50+ sont plus attachés à la presse papier.

3. Lieux de lecture

3-1. Lieux de lecture de la presse papier.

Source : ONE 2013/2014 - Base internautes 15 +

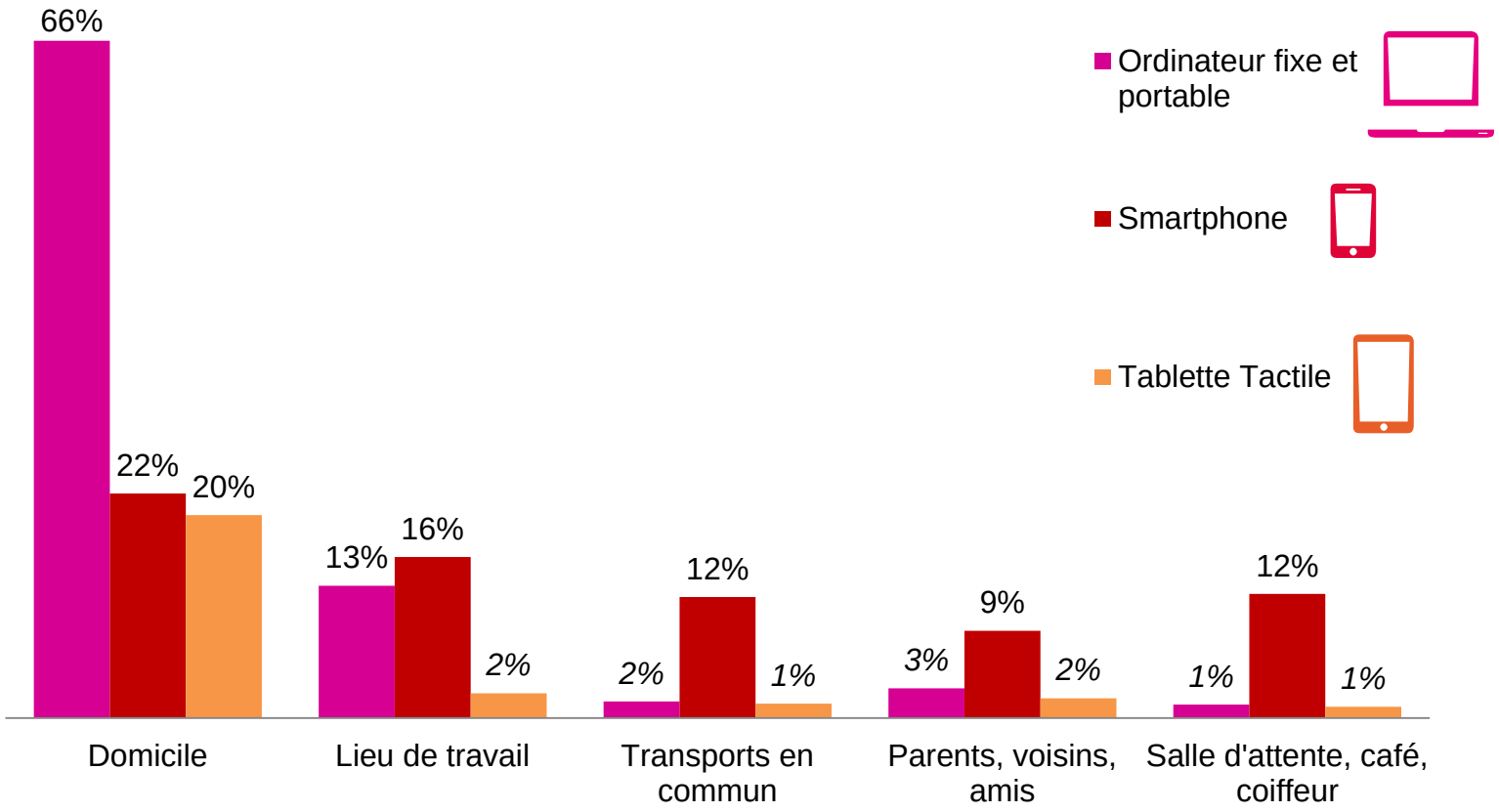


Les lieux de consommation de la presse quotidienne régionale et de la presse quotidienne nationale sont sensiblement similaires : dans plus de la moitié des cas, la lecture se fait au domicile. Vient ensuite le lieu de travail.
La presse gratuite d'information, en revanche, est la plupart du temps consommée dans les transports (44%), devant le lieu de travail (28%) et enfin le domicile.

	Presse Quotidienne Nationale	Presse Gratuite d'Information	Presse Quotidienne Régionale
Domicile	55%	19%	58%
Lieu de travail	16%	28%	16%
Transports en commun	7%	44%	2%
Parents, voisins, amis	5%	2%	11%
Marchand de journaux	5%	0%	3%
Salle d'attente, café, coiffeur	6%	2%	6%
Ailleurs	6%	5%	4%
Ne sait pas	1%	0%	0%

3-2. Dans quel(s) lieu(x) consultez-vous habituellement des applications ou sites de presse sur les écrans suivants?

Source: MédiaFit 0515 - Base internautes 15 +



	Ordinateur fixe et portable	Smartphone	Tablette Tactile
Domicile	66%	22%	20%
Lieu de travail	13%	16%	2%
Transports en commun	2%	12%	1%
Parents, voisins, amis	3%	9%	2%
Salle d'attente, café, coiffeur	1%	12%	1%
A l'étranger	2%	3%	2%
Ailleurs	1%	5%	1%
Ne sait pas	NS	NS	NS
Base répondant	71%	31%	22%

La presse numérique est essentiellement lue à domicile et sur ordinateur : 66% des internautes lisent la presse sur de cette façon, contre 22% sur smartphone et 20% sur tablette.

3-2-a. Lieux de consultation des applications ou site de presse – **Sur Ordinateur fixe ou portable**

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Domicile	66%	70%	62%	58%	68%	72%	63%	67%	65%	60%	71%
Lieu de travail	13%	16%	10%	20%	18%	4%	23%	11%	26%	11%	NS
Transports en commun	2%	3%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	3%	NS	NS
Parents, voisins, amis	3%	4%	2%	NS	NS	NS	NS	3%	4%	NS	NS
Salle d'attente, café, coiffeur	1%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
A l'étranger	2%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ailleurs	1%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ne sait pas	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Base répondant	**71%**	**76%**	**67%**	**66%**	**74%**	**74%**	**72%**	**71%**	**75%**	**67%**	**73%**

3-2-b. Lieux de consultation des applications ou site de presse – **Sur Smartphone**

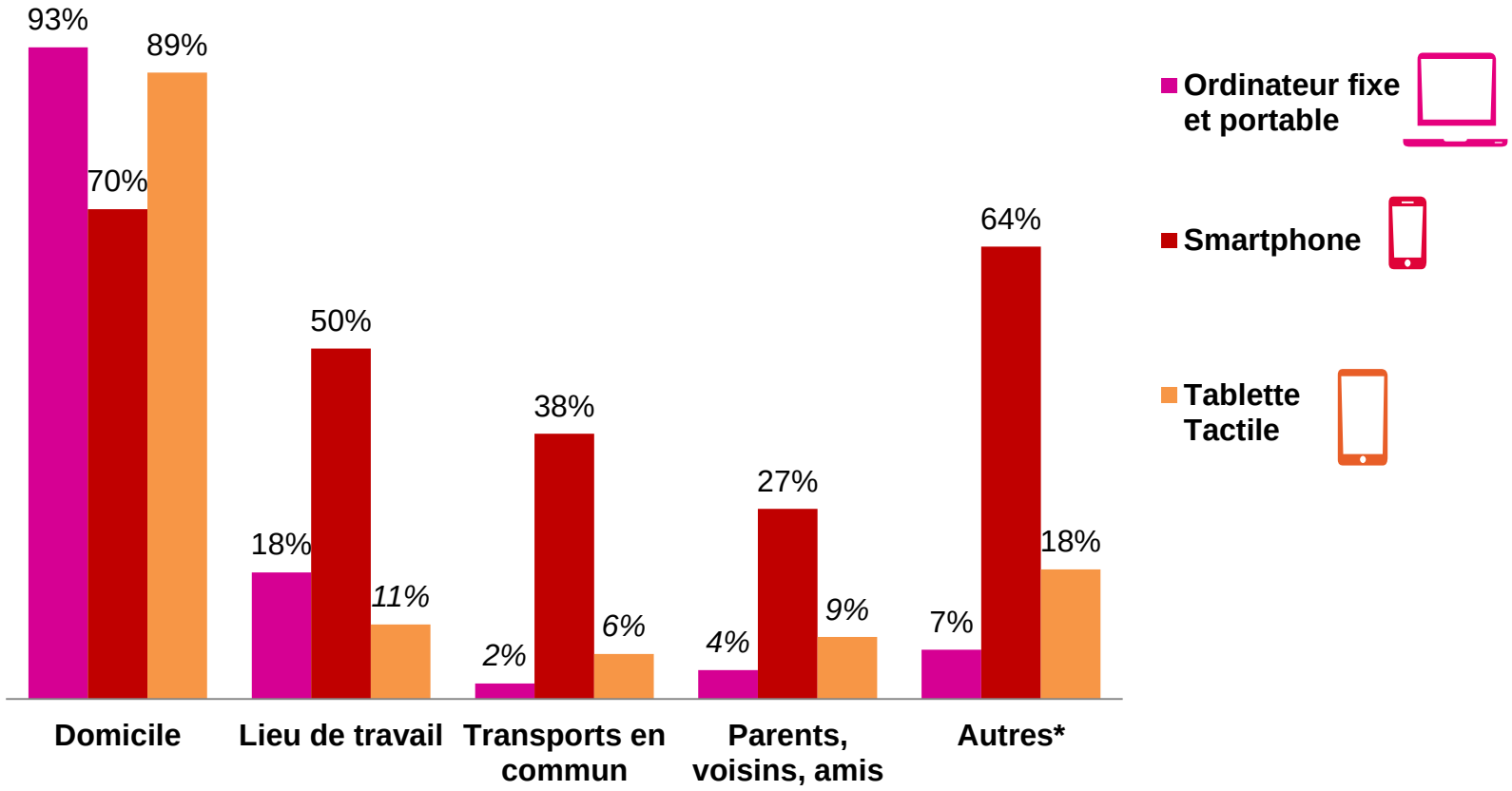
	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Domicile	22%	24%	20%	32%	25%	11%	27%	21%	27%	22%	18%
Lieu de travail	16%	19%	12%	24%	22%	4%	21%	15%	26%	17%	7%
Transports en commun	12%	13%	10%	18%	13%	6%	23%	9%	20%	8%	8%
Parents, voisins, amis	9%	9%	8%	14%	10%	3%	13%	8%	11%	10%	6%
Salle d'attente, café, coiffeur	12%	13%	11%	19%	12%	6%	17%	11%	16%	11%	10%
A l'étranger	3%	4%	3%	5%	NS	NS	8%	2%	5%	NS	NS
Ailleurs	5%	7%	3%	7%	4%	3%	NS	5%	6%	4%	4%
Ne sait pas	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Base répondant	**31%**	**36%**	**27%**	**46%**	**38%**	**15%**	**39%**	**30%**	**44%**	**30%**	**22%**

3-2-c. Lieux de consultation des applications ou site de presse – **Sur Tablette Tactile**

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Domicile	20%	23%	17%	18%	23%	19%	27%	18%	26%	15%	18%
Lieu de travail	2%	3%	2%	3%	4%	NS	5%	2%	5%	NS	NS
Transports en commun	1%	2%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	3%	NS	NS
Parents, voisins, amis	2%	2%	NS	NS	NS	NS	NS	2%	4%	NS	NS
Salle d'attente, café, coiffeur	1%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
A l'étranger	2%	NS	2%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ailleurs	1%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ne sait pas	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Base répondant	**22%**	**25%**	**20%**	**21%**	**26%**	**21%**	**30%**	**20%**	**31%**	**17%**	**19%**

3-3. Dans quel(s) lieu(x) consultez-vous habituellement des applications ou sites de presse sur les écrans suivants?

Source: MédiaFit 0515 - Base : lit la presse sur ordinateur / lit la presse sur smartphone / lit la presse sur tablette



	Ordinateur fixe et portable	Smartphone	Tablette Tactile
Domicile	93%	70%	89%
Lieu de travail	18%	50%	11%
Transports en commun	2%	38%	6%
Parents, voisins, amis	4%	27%	9%
Autres*	7%	64%	18%

* cf détails ci-dessous

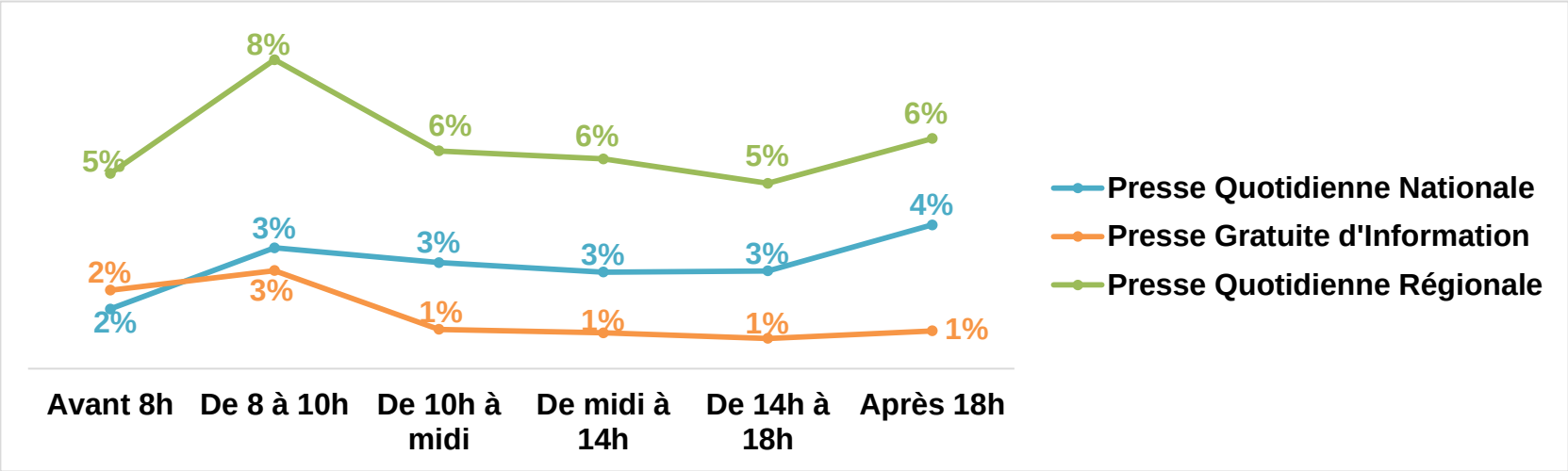
	Ordinateur fixe et portable	Smartphone	Tablette Tactile
A l'étranger	2%	10%	7%
Salle d'attente, café, coiffeur	2%	38%	5%
Ailleurs	2%	15%	5%
Ne sait pas	NS	NS	NS

Lorsque l'on zoome sur les lecteurs de presse sur chaque écran, le constat est identique : quel que soit l'écran utilisé, la presse numérique est principalement consommée à domicile.
Cependant, sur smartphone, écran de la mobilité, les lieux de consommation sont plus variés.

4. Moments de lecture

4-1. A quel(s) moment(s) consultez-vous la presse papier ? (en % pénétration)

Source : ONE 2013/2014 - Base internautes 15 +

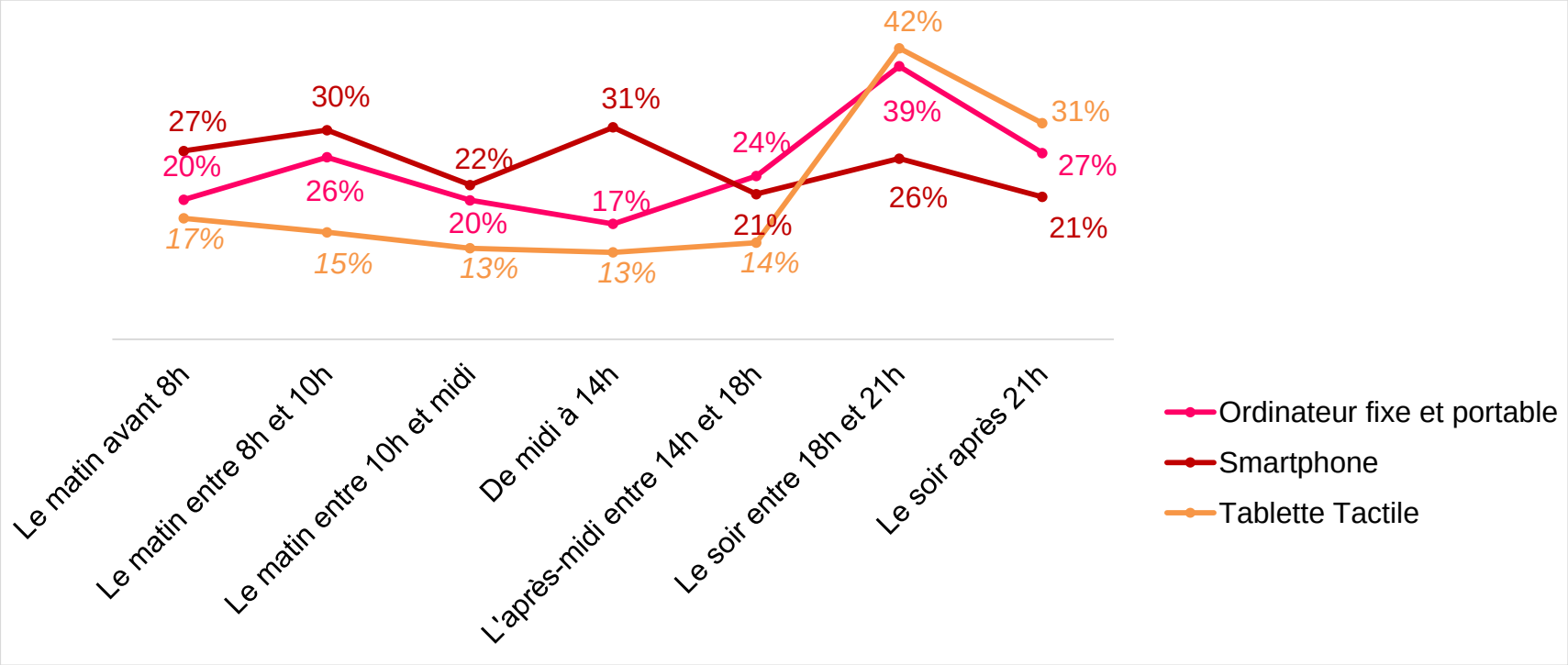


	Presse Quotidienne Nationale	Presse Gratuite d'Information	Presse Quotidienne Régionale
Avant 8h	2%	2%	5%
De 8 à 10h	3%	3%	8%
De 10h à midi	3%	1%	6%
De midi à 14h	3%	1%	6%
De 14h à 18h	3%	1%	5%
Après 18h	4%	1%	6%
NSP	1%	0%	1%

4-2. A quel(s) moment(s) consultez-vous des applications ou sites de presse sur les écrans suivants (en % pénétration)

Source: MédiaFit 0515 - Base internautes 15 + / Base lecteurs de presse en ligne

Base: Lecteurs de presse numériques par écran



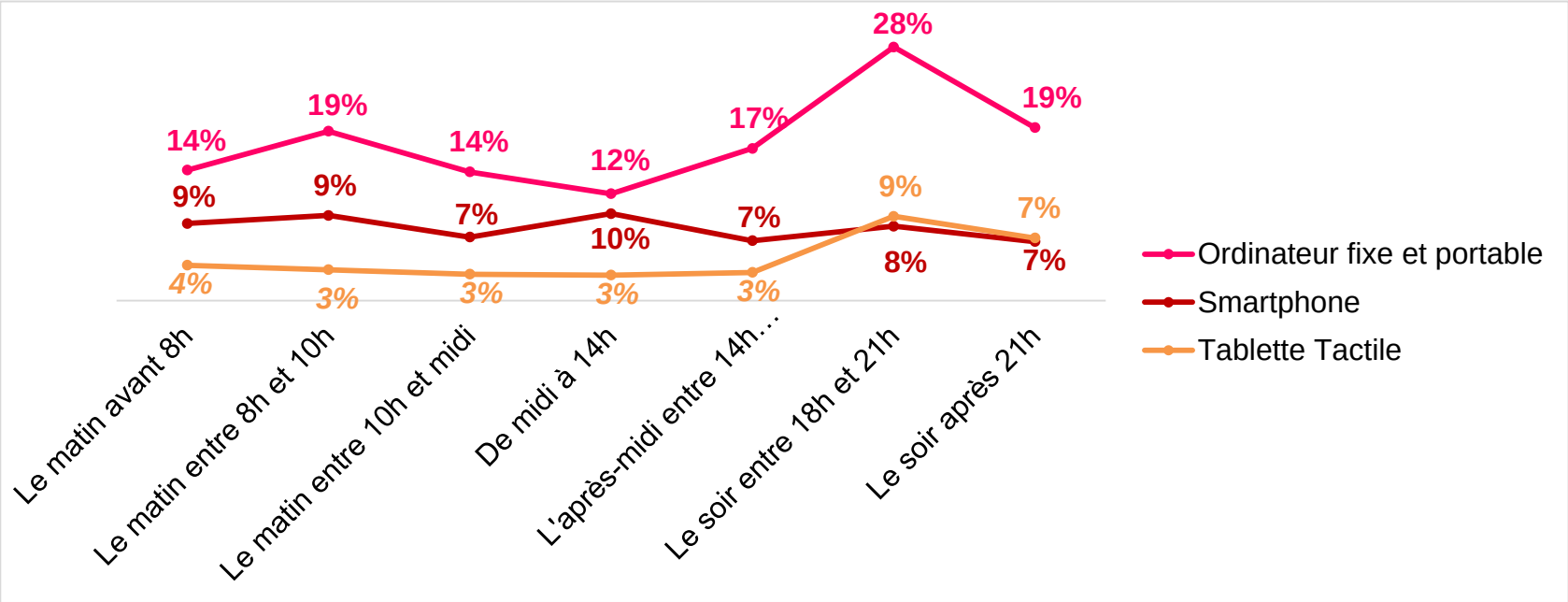
Qu'en est-il en zoomant sur les lecteurs par écran ?
Tout au long de la journée, c'est le smartphone qui est le plus utilisé, jusqu'au point de rupture à 18h : la lecture de presse en ligne décolle sur ordinateur et sur tablette.
42% des tablonautes lecteurs de presse consultent la presse entre 18h et 21h.

	Ordinateur fixe et portable	Smartphone	Tablette Tactile
Le matin avant 8h	20%	27%	17%
Le matin entre 8h et 10h	26%	30%	15%
Le matin entre 10h et midi	20%	22%	13%
De midi à 14h	17%	31%	13%
L'après-midi entre 14h et 18h	24%	21%	14%
Le soir entre 18h et 21h	39%	26%	42%
Le soir après 21h	27%	21%	31%
Dès que je reçois une notification push	3%	22%	9%
Ne sait pas	6%	7%	9%
Base répondant	100%	100%	100%

4-3. A quel(s) moment(s) consultez-vous des applications ou sites de presse sur les écrans suivants (en % pénétration)

Source: MédiaFit 0515 - Base internautes 15 + / Base lecteurs de presse en ligne

Base: ensemble des internautes



Pour la presse numérique, comme pour la presse papier, les deux moments forts sont le matin, entre 8h et 10h, et le soir, après 18h.
L'ordinateur est l'écran le plus utilisé tout au long de la journée.
Le smartphone est utilisé de façon plus homogène tout au long de la journée. A partir de 18h, il est devancé par la tablette.

	Ordinateur fixe et portable	Smartphone	Tablette Tactile
Le matin avant 8h	14%	9%	4%
Le matin entre 8h et 10h	19%	9%	3%
Le matin entre 10h et midi	14%	7%	3%
De midi à 14h	12%	10%	3%
L'après-midi entre 14h et 18h	17%	7%	3%
Le soir entre 18h et 21h	28%	8%	9%
Le soir après 21h	19%	7%	7%
Dès que je reçois une notification push	2%	7%	2%
Ne sait pas	4%	2%	2%
Base répondant	71%	31%	22%

4-3-a. Moments de consultation des applications ou site de presse – Sur Ordinateur fixe ou portable

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Le matin avant 8h	14%	19%	10%	12%	15%	16%	14%	14%	16%	13%	14%
Le matin entre 8h et 10h	19%	20%	17%	13%	19%	24%	17%	19%	18%	12%	25%
Le matin entre 10h et midi	14%	15%	13%	11%	11%	19%	17%	14%	14%	7%	20%
De midi à 14h	12%	13%	11%	13%	16%	9%	16%	11%	17%	11%	8%
L'après-midi entre 14h et 18h	17%	16%	17%	13%	13%	22%	20%	16%	14%	13%	22%
Le soir entre 18h et 21h	28%	31%	26%	31%	32%	23%	29%	28%	33%	29%	23%
Le soir après 21h	19%	22%	16%	20%	22%	16%	22%	18%	23%	18%	17%
Dès que je reçois une notification push	2%	2%	NS	NS	NS	NS	NS	2%	NS	NS	NS
Ne sait pas	4%	4%	5%	5%	5%	4%	8%	4%	5%	5%	4%
Base répondant	71%	76%	67%	66%	74%	74%	72%	71%	75%	67%	73%

4-3-b. Moments de consultation des applications ou site de presse – Sur Smartphone

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Le matin avant 8h	9%	11%	7%	13%	11%	3%	11%	8%	12%	10%	5%
Le matin entre 8h et 10h	9%	11%	8%	14%	12%	4%	14%	8%	14%	10%	6%
Le matin entre 10h et midi	7%	9%	5%	11%	6%	4%	11%	6%	10%	6%	6%
De midi à 14h	10%	12%	8%	16%	10%	4%	12%	9%	14%	9%	6%
L'après-midi entre 14h et 18h	7%	8%	5%	10%	7%	4%	11%	6%	9%	6%	5%
Le soir entre 18h et 21h	8%	10%	6%	12%	10%	4%	12%	7%	12%	8%	5%
Le soir après 21h	7%	8%	5%	11%	8%	NS	12%	5%	8%	7%	5%
Dès que je reçois une notification push	7%	8%	6%	10%	6%	5%	13%	6%	8%	6%	7%
Ne sait pas	2%	NS	2%	4%	NS	NS	NS	2%	NS	NS	NS
Base répondant	31%	36%	27%	46%	38%	15%	39%	30%	44%	30%	22%

4-3-c. Moments de consultation des applications ou site de presse – Sur Tablette tactile

	Total	Homme	Femme	15-34 ans	35-49 ans	50 ans et +	Région Parisienne	Province	CSP+	CSP-	Inactifs
Le matin avant 8h	4%	4%	4%	5%	4%	3%	5%	4%	5%	NS	4%
Le matin entre 8h et 10h	3%	4%	3%	NS	NS	5%	5%	3%	3%	NS	5%
Le matin entre 10h et midi	3%	4%	2%	NS	NS	3%	NS	3%	4%	NS	4%
De midi à 14h	3%	3%	3%	NS	5%	NS	NS	3%	5%	NS	NS
L'après-midi entre 14h et 18h	3%	3%	4%	NS	NS	3%	NS	3%	4%	NS	4%
Le soir entre 18h et 21h	9%	11%	8%	8%	14%	7%	13%	8%	14%	8%	6%
Le soir après 21h	7%	8%	6%	7%	9%	6%	10%	6%	12%	6%	4%
Dès que je reçois une notification push	2%	NS	2%	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
Ne sait pas	2%	NS	2%	NS	NS	NS	NS	2%	NS	NS	NS
Base répondant	22%	25%	20%	21%	26%	21%	30%	20%	31%	17%	19%

MÉTHODOLOGIE

Méthodologie

Les résultats des **Questions d'actualité** sont issus de deux études:

MédiaFit, l'enquête Omnibus exclusive Médiamétrie :

- Enquête réalisée par Internet
- Auprès de **1000 internautes** âgés de 15 ans et +
- Entre le 30 janvier et le 02 février 2015

One Audipresse
Réalisé par sondage auprès d'un échantillon de 35 000 personnes

Chaire Économie Numérique

Fondation Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75775 PARIS Cedex 16
http://www.fondation.dauphine.fr/recherche/chaire-economie-numerique/chaire/9/

Responsable scientifique

Professeur Dominique Roux, Professeur émérite à l'Université Paris-Dauphine.

Coordinatrice administrative

Delphine Lebrun - 01 44 05 42 65 – delphine.lebrun@dauphine.fr