

# COMMUNIQUE DE PRESSE

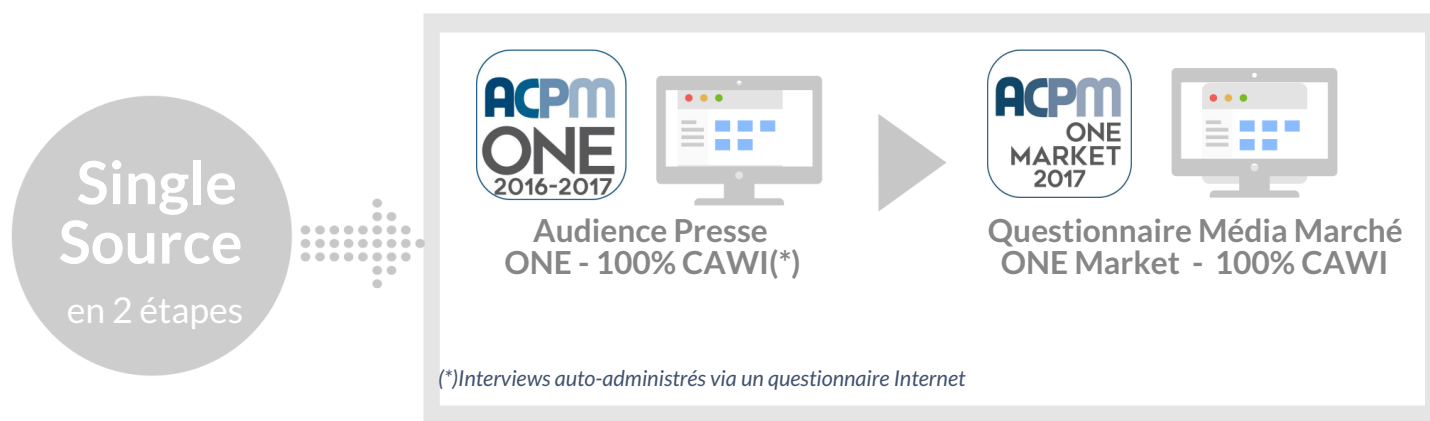
## ONE Market 2017



L'ACPM publie pour la 4ème année consécutive les résultats de l'étude ONE Market, étude de qualification Média Marché administrée à la suite de ONE, qui analyse en profondeur les comportements de consommation des Français et leur fréquentation médias sur la période du 1er juillet 2016 au 30 juin 2017.

## ONE Market en 2 points

ONE Market est une étude single source qui met en relation les lectures de marques de Presse et la consommation des Français. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 20 567 individus représentatifs de la population française de 15 ans ou plus.



Dans l'étude ONE Market, les résultats d'audiences sont recalés sur les sources de référence publiées par l'ACPM:

- Les audiences Print des titres de Presse sont calées sur l'étude ONE 2016-2017
- Les audiences Brand des marques de Presse sont calées sur l'étude ONE Global 2017v3

## ONE Market, des Data insights

L'étude ONE Market aborde une grande variété de secteurs et permet ainsi d'avoir une version globale et approfondie des habitudes de consommation des Français.



# ONE Market, une approche qualitative

L'étude ONE MARKET, c'est aussi la création de cibles et d'agrégats spécifiques, pour aller au-delà des critères socio-démographiques.

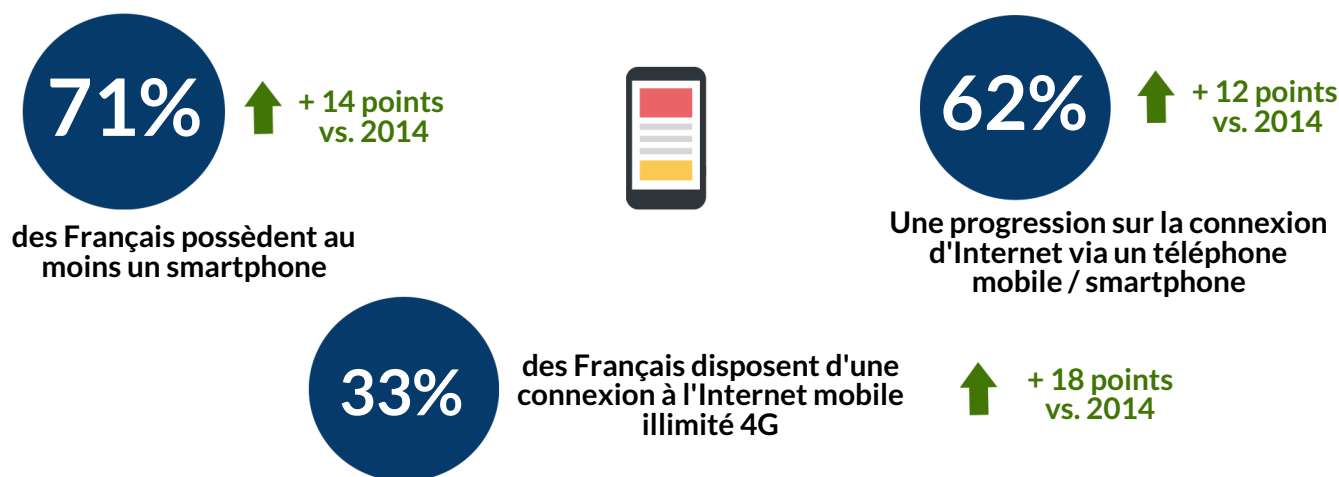


## Evolutions / Tendances

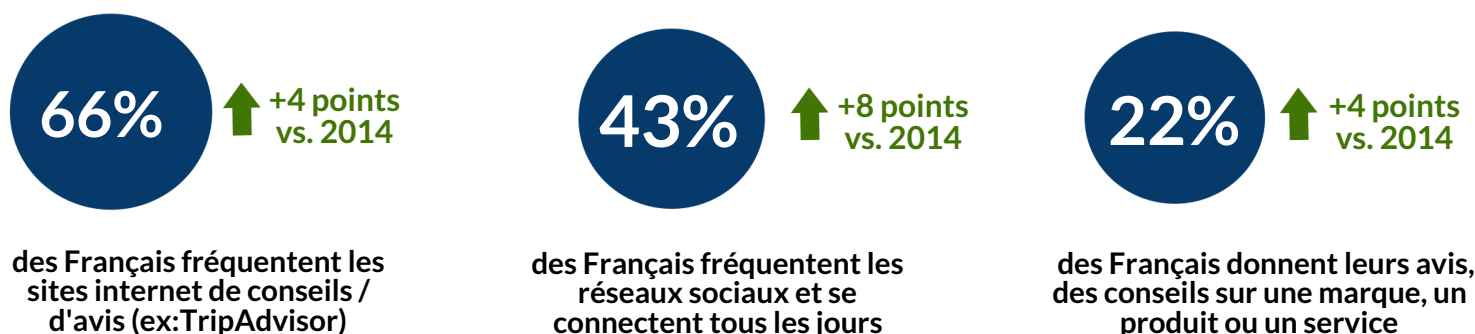
ONE Market permet de suivre les évolutions des nouveaux modes de consommation et des nouvelles tendances, met en évidence les nouveaux modes de vie des Français, par le lien avec sa consommation média en général et les lectures de marques de Presse en particulier. Elle offre au marché publicitaire une source de qualification et de valorisation.

Voici quelques évolutions les plus marquantes sur les 4 dernières années de publication de ONE Market.

### Forte croissance des connections Internet via les smartphones



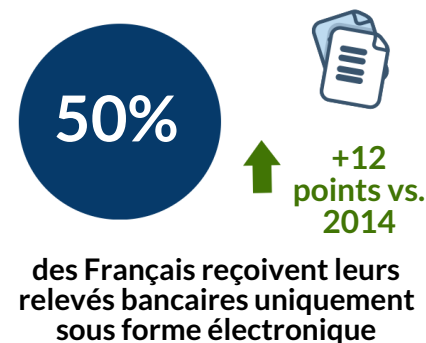
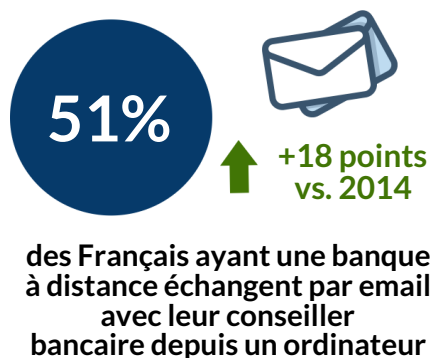
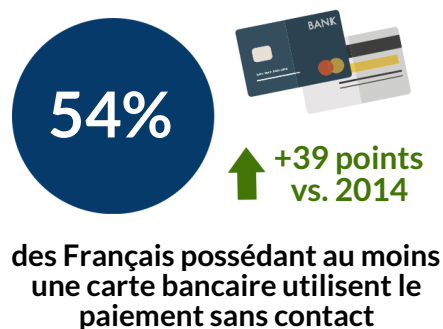
### Les activités sur Internet (\*) qui ont connu les plus fortes progressions ...



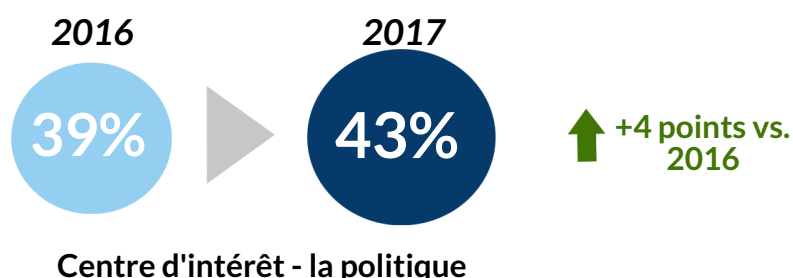
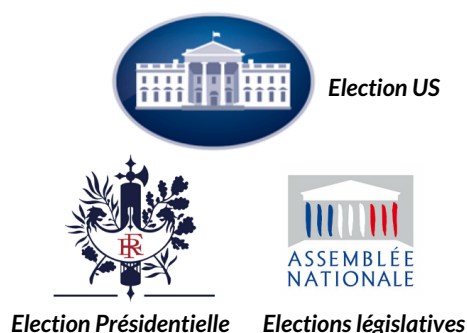
(\*) Les activités sont celles qui ont eu lieu au cours du dernier mois - tous supports confondus (ordinateur, mobile, tablette)

# Evolutions / Tendances

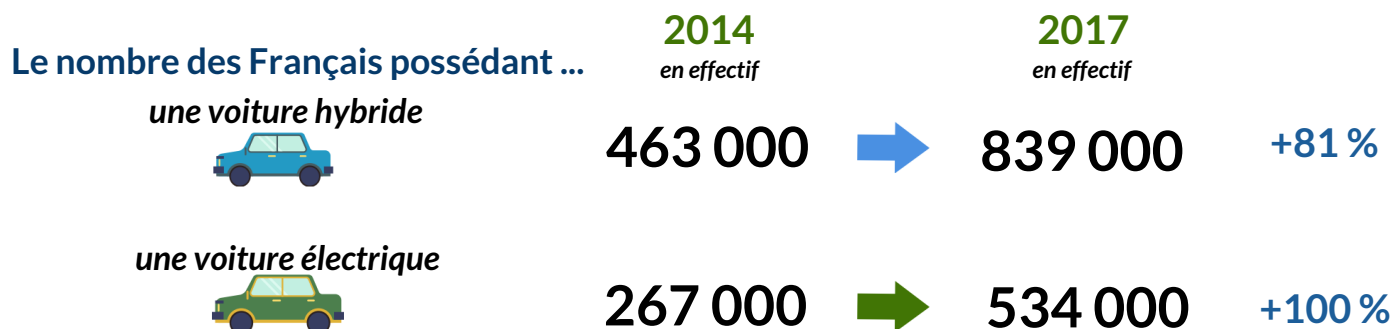
## Le numérique bouleverse les modes de fonctionnement dans le système bancaire



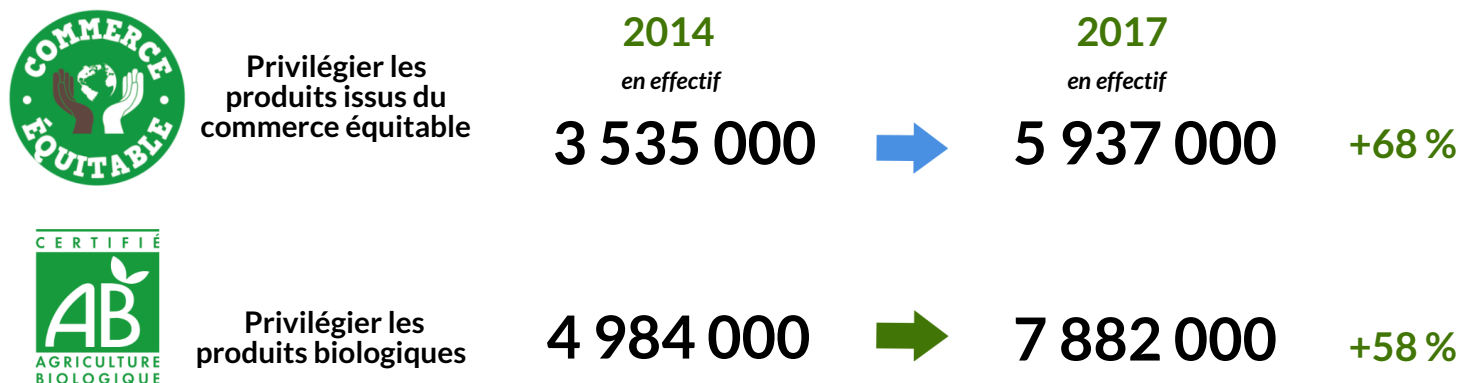
## Les événements politiques de cette année ont influencé les centres d'intérêt des Français



## De plus en plus de voitures peu polluantes et respectant l'environnement

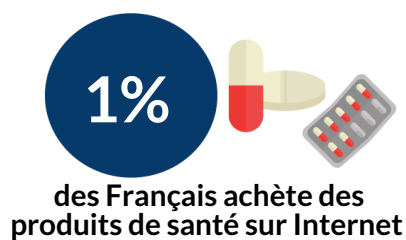


## Les Français se soucient de plus en plus de l'origine de leurs produits alimentaires



# Evolution / Tendances

## Emergence de nouveaux comportements vis-à-vis de la santé



2014  
en effectif

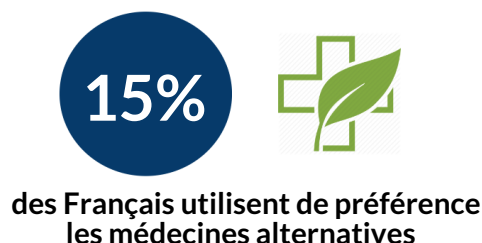
425 000



2017  
en effectif

755 000

+78 %



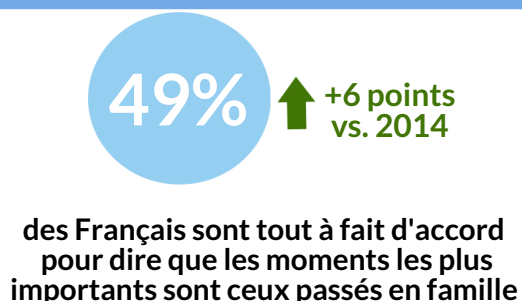
6 009 000



7 940 000

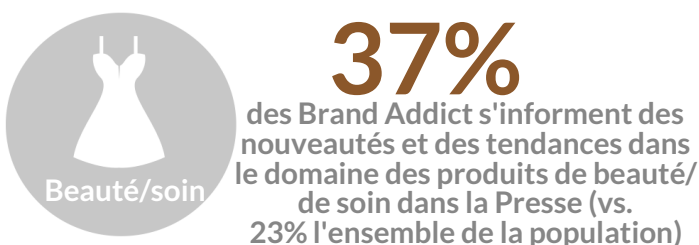
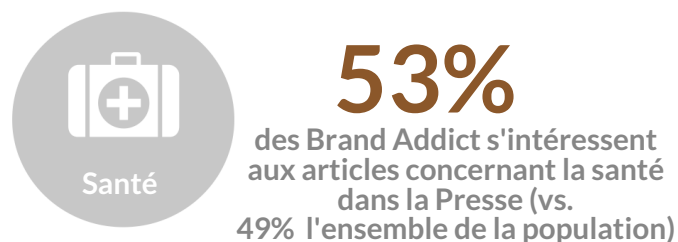
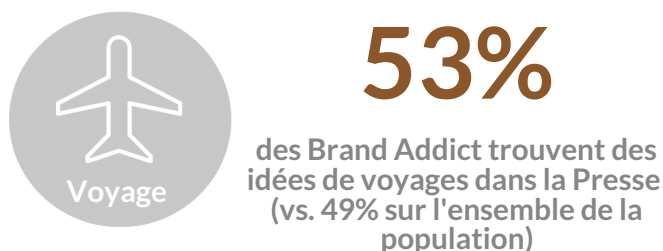
+32 %

## Les aspirations principales dans la vie des Français ...



## La Presse est reconnue pour sa fonction de découverte, pour son rôle de défricheur de nouveauté

Cible Brand addict(\*)



# A propos de ONE Market ...

## 12 secteurs de consommation



Déplacements / Vacances



Automobile / 2 roues



Achats / Distribution



Equipements / Nouvelles Technologies



Logement / Patrimoine



Loisirs / Centres d'intérêts



Hygiène et Beauté – Femme / Homme



Vêtements et Accessoires – Femme / Homme



Alimentation



Boissons alcoolisées / non-alcoolisées



Santé



Styles de vie

## 10 étapes de vie

Les jeunes à la maison

Les jeunes émancipés

Les célibataires

2 jeunes sans enfant

Les nouveaux parents

Les parents confirmés

La maturité sans enfant

Les seniors actifs

Les retraités

Les anciens

## 12 cibles comportementales

Luxe

Opportunistes

Novateurs

Hyper consommateurs

Consomm'acteurs

E-shopper

Epicuriens

Curieux

Fidèles

Selfies

Presse

Brand Addict

Vous retrouverez les détails du contenu du questionnaire secteur par secteur, la définition des étapes de vie, les cibles comportementales dans la note méthodologie de ONE Market 2017



## A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, a pour mission la mesure de l'audience de la presse et la certification du dénombrement des médias.

La vocation de la direction Audience de l'ACPM est la réalisation d'études d'audience des marques de presse à destination de ses membres, des agences et des annonceurs. Les deux principales études publiées par l'ACPM sont ONE, qui mesure l'audience nationale de toute la presse sur la cible ensemble (15 ans et plus), et ONE PREMIUM consacrée aux cibles de décideurs et aux foyers à hauts revenus.

Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de la presse magazine pour le SEPM, de la presse quotidienne nationale pour le SPQN, de la presse quotidienne régionale pour l'UPREG, de la presse gratuite d'information pour l'APGI, de la presse d'information spécialisée pour la FNPS, de la presse hebdomadaire régionale pour l'AEPHR, des utilisateurs agences média et annonceurs pour le CRTM et des publishers hors presse papier.

Toutes les données produites par l'ACPM sont accessibles sur son site [www.acpm.fr](http://www.acpm.fr).

## Contacts

Nicolas Cour, Directeur Général Audience, [nicolas.cour@acpm.fr](mailto:nicolas.cour@acpm.fr)  
Gilbert Saint Joanis, Directeur des Etudes, [gilbert.saintjoanis@acpm.fr](mailto:gilbert.saintjoanis@acpm.fr)  
Standard 01 43 12 85 30