

COMMUNIQUE DE PRESSE

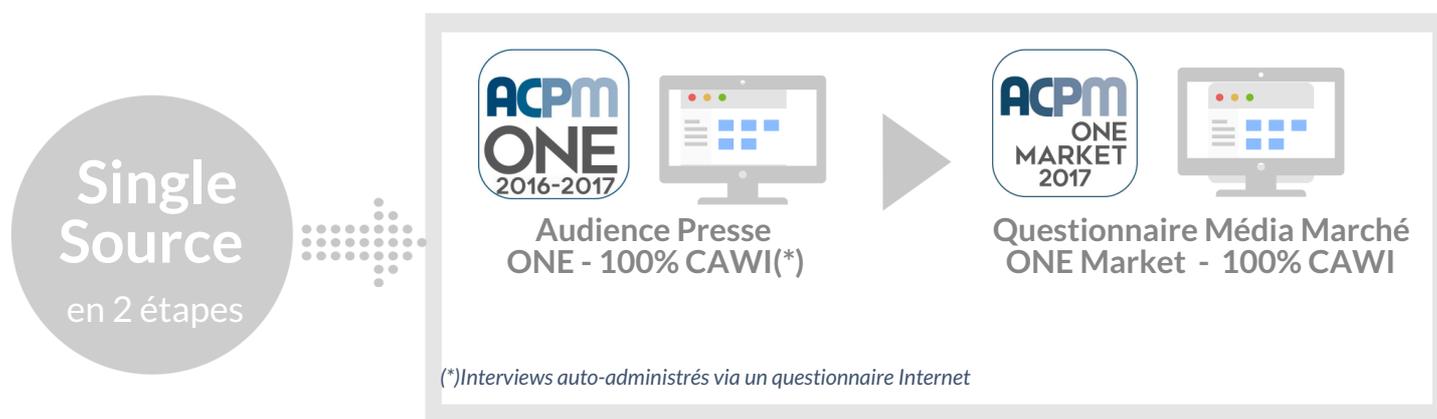
ONE Market 2017



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.

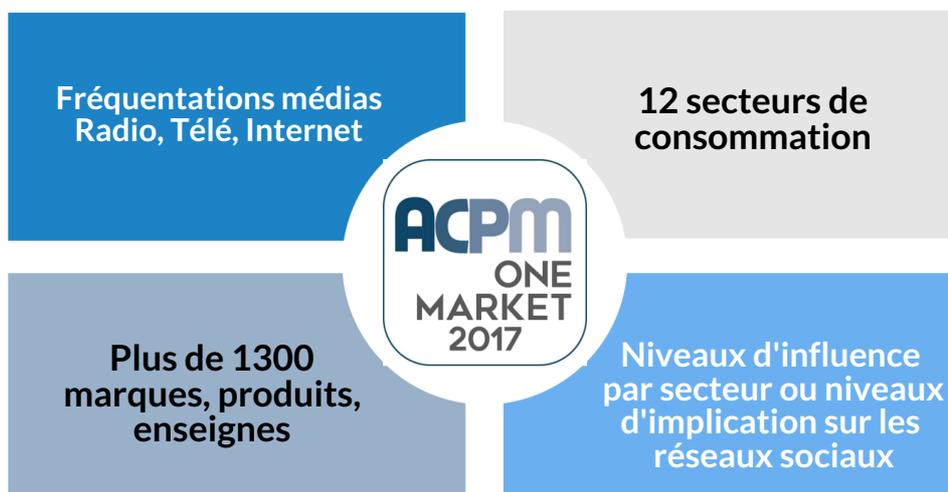


Dans l'étude ONE Market, les résultats d'audiences sont recalés sur les sources de référence publiées par l'ACPM:

- 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.



12
cibles comportementales



Plus de **200** items :
attitudes, opinions, valeurs



10
étapes de la vie

Evolutions / Tendances

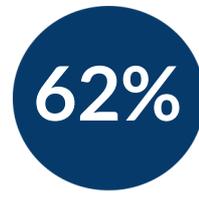
ONE Market permet de suivre les évolutions des nouveaux modes de consommation et des nouvelles tendances, met en évidence les nouveaux modes de vie des Français, par le lien avec sa consommation média en général et les lectures de marques de Presse en particulier. Elle offre au marché publicitaire une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



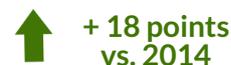
des Français possèdent au moins un smartphone



Une progression sur la connexion d'Internet via un téléphone mobile / smartphone



des Français disposent d'une connexion à l'Internet mobile illimité 4G



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



des Français fréquentent les sites internet de conseils / d'avis (ex: TripAdvisor)



des Français fréquentent les réseaux sociaux et se connectent tous les jours

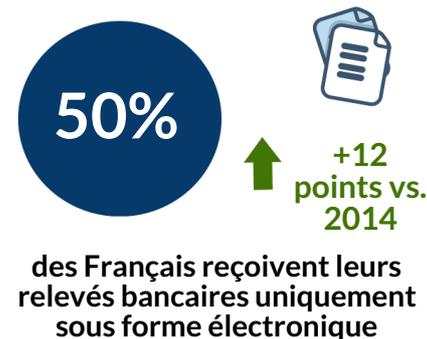
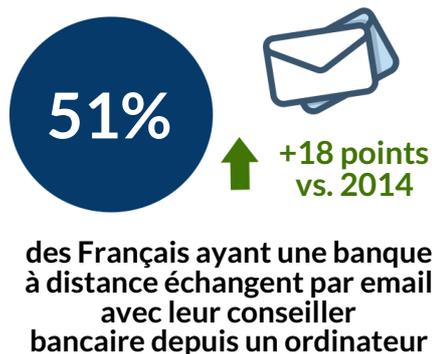
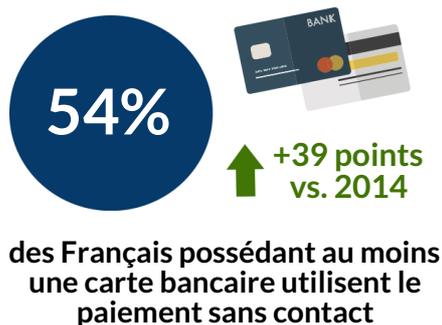


des Français donnent leurs avis, des conseils sur une marque, un produit ou un service

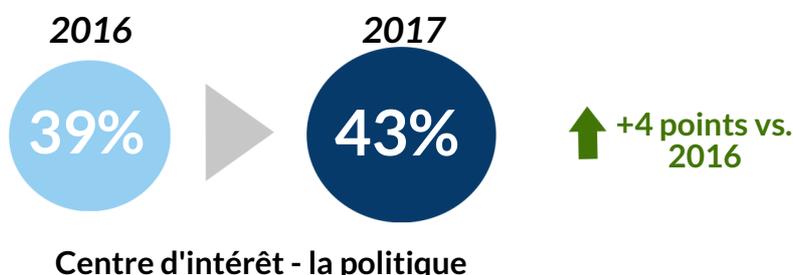
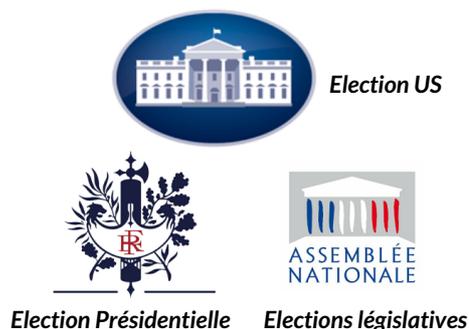
(*) Les activités sont celles qui ont eu lieu au cours du dernier mois - tous supports confondus (ordinateur, mobile, tablette)

Evolutions / Tendances

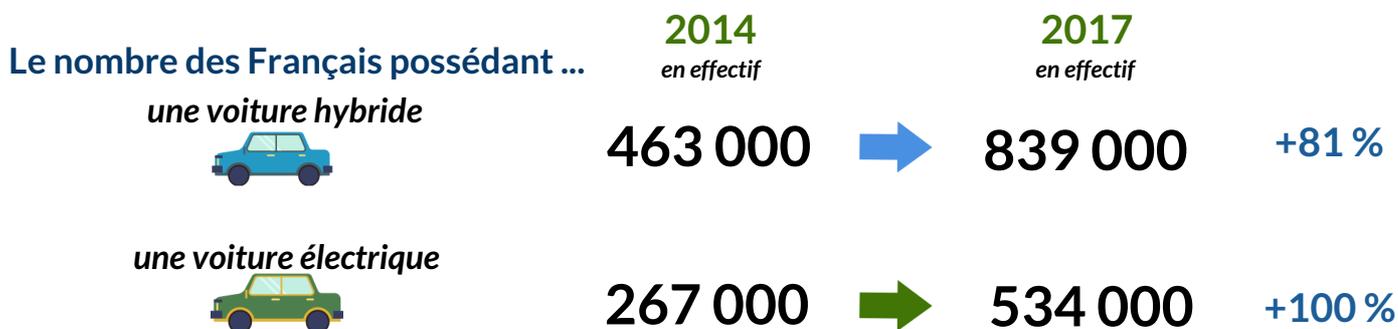
Le numérique bouleverse les modes de fonctionnement dans le système bancaire



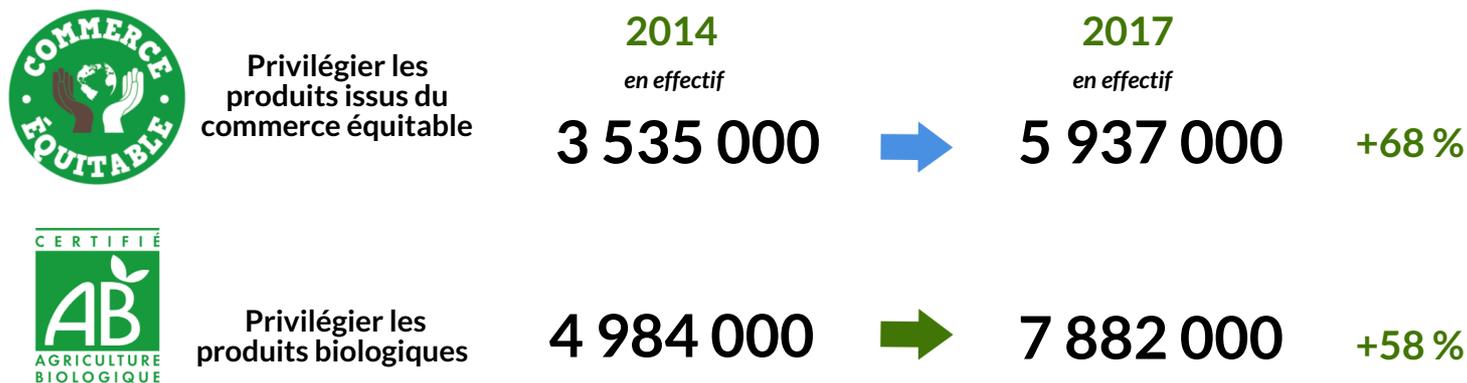
Les événements politiques de cette année ont influencé les centres d'intérêt des Français



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

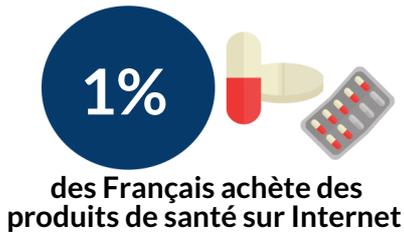


Les Français se soucient de plus en plus de l'origine de leurs produits alimentaires



Evolutions / Tendances

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



2014
en effectif

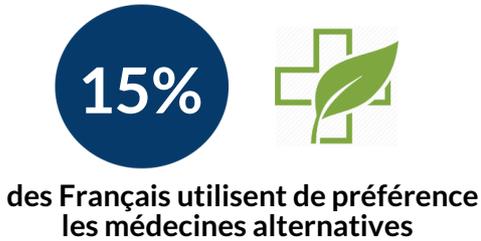
425 000



2017
en effectif

755 000

+78%



6 009 000



7 940 000

+32%

Les aspirations principales dans la vie des Français ...

49% ↑ +6 points vs. 2014

des Français sont tout à fait d'accord pour dire que les moments les plus importants sont ceux passés en famille



40% ↑ +6 points vs. 2014

des Français sont tout à fait d'accord pour dire que leur vie personnelle est plus importante que leur vie professionnelle

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

Cible Brand addict(*)



53%

des Brand Addict trouvent des idées de voyages dans la Presse (vs. 49% sur l'ensemble de la population)



53%

des Brand Addict s'intéressent aux articles concernant la santé dans la Presse (vs. 49% l'ensemble de la population)



45%

des Brand Addict s'intéressent aux articles sur les produits alimentaires qu'ils lisent dans la Presse (vs. 38% l'ensemble de la population)



46%

des Brand Addict s'intéressent aux articles sur les nouvelles technologies dans la Presse (vs. 37% l'ensemble de la population)



28%

des Brand Addict déclarent que lire la Presse leur donne envie de faire du shopping (vs. 21% l'ensemble de la population)



37%

des Brand Addict s'informent des nouveautés et des tendances dans le domaine des produits de beauté/ de soin dans la Presse (vs. 23% l'ensemble de la population)

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.

Contacts

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