

# ONENEXT INFLUENCE 2025

L'ACPM publie pour la **sixième année consécutive** l'étude **OneNext Influence**.

Cette étude unique donne accès aux résultats d'audience Print et Digitale des marques de Presse sur des cibles stratégiques : les cadres dirigeants et foyers à hauts revenus.

Afin de garantir une plus grande robustesse des données, l'étude OneNext Influence se base sur un cumul des données **de 2 ans avec 17 000 interviews**.

L'étude OneNext Influence 2025, pour les données Print de OneNext, a été réalisée à partir du terrain de janvier 2023 à décembre 2024. Les données digitales correspondent, elles, aux résultats Internet Global de Médiamétrie des mois de : mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2023 & mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2024.

## ONENEXT INFLUENCE : UNE ENQUÊTE UNIQUE

► **+17 000**

personnes interviewées sur 2 ans

► **+200**

marques étudiées  
sur **10 secteurs de consommation**



**100**

enquêteurs formés  
spécifiquement



**+80**

appels pour obtenir un  
rendez-vous



Environ

**16**

minutes d'entretien  
pour convaincre



En moyenne

**28**

minutes de  
questionnaire par  
répondant

## UNE POPULATION TOTALE DE 10,1 MILLIONS D'INDIVIDUS (18 ANS ET +)

La cible est composée de **6,9 millions de Top Revenus** (foyers dont les revenus annuels sont de 70K€ nets après impôts et +) et de **5,7 millions de Top Cadres**, qui exercent leur activité professionnelle dans tous les secteurs de la société (secteur public, indépendants, dirigeants et cadres d'entreprise). **2,5 millions sont à la fois Top Cadres et Top Revenus.**

La population OneNext Influence a augmenté de plus de **269 000 personnes** par rapport à l'étude précédente en 2024, pour la plupart des Top Cadres.



**Top Revenus**  
6,9 millions

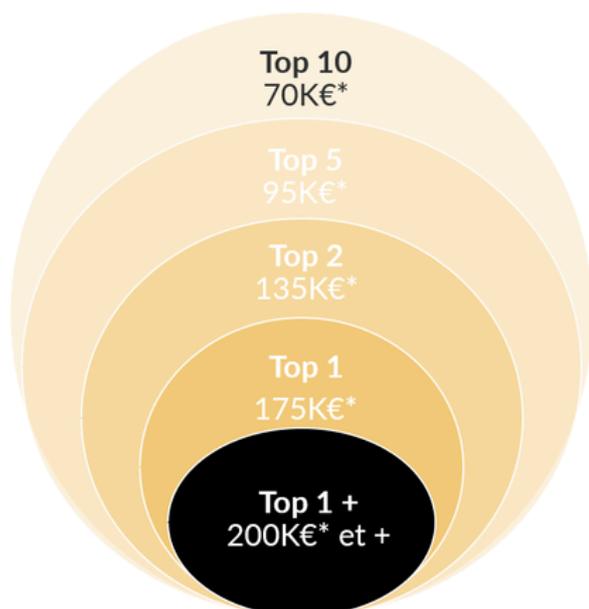


**Top Cadres**  
5,7 millions



**Top Cadres et Top Revenus**  
2,5 millions

### NOUVEAUTÉ 2025



Suite à l'évolution des revenus en France, les tranches pour les Tops revenus évoluent également à partir de la publication OneNext Influence 2025.

Une nouvelle tranche a aussi été ajoutée : les TOP 1+ : 200 K€ et plus\*

## LEUR CONSOMMATION MÉDIA

Base : 10,1 millions d'individus, en lecture par mois

- 95,6%** sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse**  
(9 686 000 individus)
- 89,6%** sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Digitale**  
(sites et applications)  
(9 084 000 individus)
- 78,6%** sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse en version Papier**  
(7 969 000 individus)
- 83,7%** sont lecteurs d'au moins une **marque de Presse sur mobile**  
(8 483 000 individus)

### TOP 20 DES MARQUES DE PRESSE LUES CHAQUE MOIS

| RANG | MARQUES                           | Brand 30J<br>2025 |
|------|-----------------------------------|-------------------|
| 1    | PQR 66                            | 8 179             |
| 2    | Le Figaro                         | 5 817             |
| 3    | Le Monde                          | 5 268             |
| 4    | PHR                               | 5 081             |
| 5    | Le Parisien Aujourd'hui en France | 4 853             |
| 6    | Ouest-France                      | 4 648             |
| 7    | L'Equipe                          | 3 596             |
| 8    | Femme Actuelle                    | 3 507             |
| 9    | Le Journal des Femmes             | 3 122             |
| 10   | Linternaute.com                   | 3 009             |
| 11   | Libération                        | 2 831             |
| 12   | La Dépêche du Midi                | 2 821             |
| 13   | Les Echos                         | 2 718             |
| 14   | Le Point                          | 2 605             |
| 15   | Gala                              | 2 549             |
| 16   | Capital                           | 2 489             |
| 17   | Elle                              | 2 454             |
| 18   | Sud Ouest                         | 2 448             |
| 19   | Midi Libre                        | 2 298             |
| 20   | Paris Match                       | 2 115             |



## + de 22 titres

différents lus chaque année pour les grands lecteurs.

Cette forte propension à la lecture se retrouve aussi dans la part de Grands Lecteurs, nettement plus forte que dans le reste de la population. Pour ces cibles cadres et hauts revenus, la Presse reste le média privilégié.

**38%**  
sont de grands  
consommateurs  
de Presse

(vs 29% sur OneNext)

**30%**  
sont de grands  
consommateurs  
de Radio

(vs 30% sur OneNext)

**21%**  
sont de grands  
consommateurs  
de TV

(vs 34% sur OneNext)

## FOCUS SUR LES GRANDS PATRONS ET TOP1+



**DIRIGEANTS  
D'ENTREPRISES DE  
+500 SALARIES**



**TOP1+\*  
(+200 000€/an)**

**76%**



Agglomérations  
+100 000 hab.  
**64%**



Région Parisienne  
**36%**



**48%**

pratiquent le mentoring

**66%**



Agglomérations  
+100 000 hab.  
**77%**



Région Parisienne  
**57%**



**65%**

aiment convaincre les gens qui les entourent et les rallier à leurs idées

**47%**

**sont de Grands  
Lecteurs de Presse**

+ de 22 titres de Presse

**46%**



**24%**

avoir un complément de  
revenus (à ma retraite, à  
mon salaire...)

INDICE 123

**Le premier objectif  
de la constitution d'un  
capital**

**29%**



la transmission d'un capital  
à leurs proches

INDICE 116

**18%**

**attachent une grande importance au  
designer/créateur en ameublement  
et décoration**



**21%**

**15%**

**sont prêts à dépenser une  
somme importante pour  
acquérir une oeuvre d'art**



**22%**



**49%**

achètent régulièrement du vin  
pour renouveler leur cave

**59%**



sont prêts à payer plus cher  
pour gagner du temps



**45%**

Chiner/Faire les antiquaires

**32%**



recherchent un savoir-faire  
d'experts à travers le luxe

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

## Cible OneNext Influence 18 ans et +

| RANG | MARQUES                           | Brand 30J<br>Milliers | Print 30J<br>Milliers | Digital 30J<br>Milliers |
|------|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| 1    | PQR 66                            | 8 179                 | 4 931                 | 7 182                   |
| 2    | Le Figaro                         | 5 817                 | 2 321                 | 5 077                   |
| 3    | Le Monde                          | 5 268                 | 2 969                 | 4 045                   |
| 4    | PHR                               | 5 081                 | 2 022                 | 4 198                   |
| 5    | Le Parisien Aujourd'hui en France | 4 853                 | 2 335                 | 3 739                   |
| 6    | Ouest-France                      | 4 648                 | 1 242                 | 4 193                   |
| 7    | L'Equipe                          | 3 596                 | 2 137                 | 2 516                   |
| 8    | Femme Actuelle                    | 3 507                 | 1 044                 | 2 950                   |
| 9    | Le Journal des Femmes             | 3 122                 | -                     | 3 122                   |
| 10   | L'Internaute.com                  | 3 009                 | -                     | 3 009                   |
| 11   | Libération                        | 2 831                 | 1 430                 | 1 985                   |
| 12   | La Dépêche du Midi                | 2 821                 | 406                   | 2 639                   |
| 13   | Les Echos                         | 2 718                 | 1 432                 | 1 848                   |
| 14   | Le Point                          | 2 605                 | 1 206                 | 1 832                   |
| 15   | Gala                              | 2 549                 | 679                   | 2 134                   |
| 16   | Capital                           | 2 489                 | 399                   | 2 261                   |
| 17   | Elle                              | 2 454                 | 1 028                 | 1 803                   |
| 18   | Sud Ouest                         | 2 448                 | 543                   | 2 180                   |
| 19   | Midi Libre                        | 2 298                 | 338                   | 2 130                   |
| 20   | Paris Match                       | 2 115                 | 1 283                 | 1 078                   |
| 21   | L'Indépendant                     | 1 914                 | 98                    | 1 866                   |
| 22   | L'Obs                             | 1 809                 | 917                   | 1 121                   |
| 23   | La Voix du Nord                   | 1 799                 | 493                   | 1 542                   |
| 24   | L'Express                         | 1 747                 | 968                   | 993                     |
| 25   | Geo                               | 1 636                 | 661                   | 1 130                   |
| 26   | Marie Claire                      | 1 631                 | 510                   | 1 255                   |
| 27   | Courier International             | 1 597                 | 1 067                 | 747                     |
| 28   | Madame Figaro                     | 1 586                 | 503                   | 1 209                   |
| 29   | Le Dauphiné                       | 1 524                 | 492                   | 1 226                   |
| 30   | Auto Plus                         | 1 508                 | 941                   | 750                     |
| 31   | La Chaîne Météo                   | 1 468                 | -                     | 1 468                   |
| 32   | TV Magazine - New                 | 1 390                 | 501                   | 986                     |

## AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE

## Cible OneNext Influence 18 ans et +

| RANG MARQUES |  | Brand 30J | Print 30J | Digital 30J |
|--------------|--|-----------|-----------|-------------|
|              |  | Milliers  | Milliers  | Milliers    |
| 33           | Marianne                                   | 1 344     | 704       | 808         |
| 34           | Le Progrès                                 | 1 343     | 420       | 1 065       |
| 35           | Ça m'intéresse                             | 1 248     | 482       | 863         |
| 36           | Le Télégramme                              | 1 212     | 269       | 1 047       |
| 37           | Le Journal du Dimanche                     | 1 206     | 672       | 649         |
| 38           | Science & Vie                              | 1 136     | 756       | 479         |
| 39           | La Provence                                | 1 077     | 396       | 796         |
| 40           | Challenges                                 | 1 002     | 554       | 558         |
| 41           | Le Journal du Net                          | 994       | -         | 994         |
| 42           | La Croix                                   | 984       | 588       | 533         |
| 43           | National Geographic                        | 970       | 569       | 467         |
| 44           | La Montagne                                | 962       | 209       | 828         |
| 45           | Diverto                                    | 912       | 705       | 238         |
| 46           | Nice Matin                                 | 887       | 234       | 718         |
| 47           | Comment Ça Marche                          | 810       | -         | 810         |
| 48           | L'Est Républicain                          | 769       | 233       | 606         |
| 49           | La Nouvelle République                     | 769       | 241       | 605         |
| 50           | Sciences et Avenir                         | 760       | 437       | 384         |
| 51           | Vogue                                      | 759       | 287       | 514         |
| 52           | Valeurs Actuelles                          | 715       | 435       | 366         |
| 53           | La tribune Dimanche                        | 700       | 176       | 545         |
| 54           | L'Auto-Journal                             | 671       | 415       | 297         |
| 55           | Var Matin                                  | 622       | 206       | 474         |
| 56           | Le Particulier                             | 618       | 341       | 334         |
| 57           | Grazia.fr                                  | 618       | -         | 618         |
| 58           | L'Union / l'Ardennais                      | 616       | 132       | 532         |
| 59           | Psychologies                               | 554       | 350       | 242         |
| 60           | Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace | 526       | 216       | 390         |
| 61           | Paris Normandie                            | 471       | 137       | 367         |
| 62           | Le Courrier Picard                         | 426       | 148       | 317         |
| 63           | Le Républicain Lorrain                     | 426       | 136       | 329         |
| 64           | Charente Libre                             | 400       | 60        | 357         |

**AUDIENCES DES MARQUES DE PRESSE**
**Cible OneNext Influence 18 ans et +**

| <b>RANG MARQUES</b> |                                   | <b>Brand 30J</b> | <b>Print 30J</b> | <b>Digital 30J</b> |
|---------------------|-----------------------------------|------------------|------------------|--------------------|
|                     |                                   | Milliers         | Milliers         | Milliers           |
| 65                  | Le Bien Public                    | 392              | 77               | 344                |
| 66                  | Vanity Fair                       | 391              | 113              | 292                |
| 67                  | AD , Architectural Digest         | 390              | 141              | 267                |
| 68                  | Le Revenu                         | 385              | 280              | 116                |
| 69                  | L'Alsace                          | 365              | 119              | 274                |
| 70                  | La République du Centre           | 361              | 84               | 299                |
| 71                  | Investir, Le journal des finances | 341              | 341              | -                  |
| 72                  | Beaux Arts Magazine               | 329              | 236              | 99                 |
| 73                  | Côté Maison                       | 321              | 178              | 151                |
| 74                  | Le Journal de Saône et Loire      | 313              | 77               | 252                |
| 75                  | Vosges Matin                      | 243              | 41               | 215                |
| 76                  | La république des pyrénées        | 241              | 50               | 206                |
| 77                  | Corse Matin                       | 213              | 80               | 149                |
| 78                  | Mieux Vivre Votre Argent          | 190              | 190              | -                  |
| 79                  | Le Journal du Centre              | 187              | 42               | 151                |
| 80                  | Le Populaire du Centre            | 187              | 34               | 164                |
| 81                  | Philosophie Magazine              | 173              | 173              | -                  |
| 82                  | L'Yonne Républicaine              | 171              | 47               | 128                |
| 83                  | L'Est Eclair                      | 169              | 48               | 127                |
| 84                  | Art & Décoration                  | 157              | 157              | -                  |
| 85                  | Le Berry Républicain              | 156              | 23               | 139                |
| 86                  | Le Courrier de l'Ouest            | 126              | 123              | -                  |
| 87                  | Sport Auto                        | 123              | 123              | -                  |
| 88                  | Envols                            | 117              | 117              | -                  |
| 89                  | Golf Magazine                     | 107              | 107              | -                  |
| 90                  | Le Journal de la Haute-Marne      | 93               | 30               | -                  |
| 91                  | Harvard Business Review           | 85               | 85               | -                  |
| 92                  | Ideat                             | 51               | 51               | -                  |
| 93                  | Courier Cadres                    | 50               | 50               | -                  |
| 94                  | Le Maine Libre                    | 47               | 42               | -                  |

## DÉFINITIONS & MÉTHODOLOGIES

- **Indicateur Brand 30 jours** : Nombre de lecteurs ayant lu au moins un support de la marque (Print 30J ou Digital 30J) au cours des 30 derniers jours. Les audiences Brand sont composées des audiences Print OneNext Influence 2025 (terrain janvier 2023 à décembre 2024) et des audiences digitales de Internet Global – Médiamétrie (données mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2023 & mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2024).
- **Indicateur Print 30 jours** : Lecteurs 30 derniers jours Papier et/ou Versions Numériques - terrain janvier 2023 à décembre 2024.
- **Indicateur Digital 30 jours** : Nombre de visiteurs sur les sites et applications de la marque via un support digital (ordinateur, mobile et tablette) au cours des 30 derniers jours - Internet Global – Médiamétrie (données mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2023 et mars, avril, mai, septembre, octobre et novembre 2024).



**KANTAR**

**M**ediametrie  
High trust data

**OneNext Influence 2025 est une étude :**

- Robuste, grâce au cumul de deux ans de terrain (2023 & 2024)
- Personnalisée, grâce aux cibles comportementales (Acheteurs sur internet, Typologie RSE...)
- Complète, grâce à la présence de près d'une centaine de marques médias et de plus de 200 marques de consommation

*Un outil puissant au service des :*

- Annonceurs afin de mieux connaître leurs clients et prospects
- Agences afin de réaliser leurs plans médias de manière plus fine et efficace
- Régies afin de commercialiser leurs espaces de façon plus précise et argumentée

L'étude OneNext Influence est réalisée avec nos partenaires Kantar et Médiamétrie. Sa méthodologie, sa réalisation et ses résultats d'audience sont audités par le CESP.

# ACPM

LE TIERS DE CONFIANCE  
LA VALEUR DES MÉDIAS

La mission de l'ACPM, l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, est d'être le tiers certificateur des médias. L'ACPM est née en décembre 2015 de la fusion entre l'OJD (ABC français, fondateur de l'IFABC) et la SAS AudiPresse (mesure d'audience de la presse).

Depuis les années 2000, l'ACPM a élargi sa mission et contrôle désormais un univers médiatique plus large : les certifications et labels, la diffusion de la presse écrite, l'enquête sur le lectorat de la presse écrite, les statistiques des sites web et des applications, le streaming de la radio numérique, la certification de l'exposition DOOH, la certification de la mesure des Podcasts.

Les données de l'ACPM jouent un rôle majeur dans le secteur très concurrentiel des médias. La certification de la diffusion d'un titre ou de l'utilisation d'un site est un gage de fiabilité. La mesure d'audience est une référence sur le marché des médias.

Adhérer à l'ACPM montre la volonté de transparence des éditeurs, leur intérêt à se comparer aux autres.

#### **CONTACT ACPM AUDIENCE :**

Amélie Benisty - Directrice ACPM Audience & Relation Adhérents

Sylvie Neveu - Responsable Etudes Audience

acpm.fr | 01.43.12.85.30 | audience@acpm.fr

89 rue de Monceau 75008 Paris