

COMMUNIQUE DE PRESSE

ONE 2016 // ONE GLOBAL 2017 V1



- ◆ L'audience globale des marques de presse continue à progresser.
- ◆ L'audience print des titres de presse tend à se stabiliser.

ONE GLOBAL 2017 V1, l'audience globale 4 supports des marques de presse ONE 2016 // MNR - Médiamétrie - Données janvier 2017

L'ACPM publie la 1ère vague 2017 des résultats d'audience ONE GLOBAL sur les lectures print et numériques des marques de presse.

Ces résultats ont été obtenus par une procédure de fusion réalisée à partir de quatre études de référence avec ONE pour le print, le panel Internet ordinateur Médiamétrie//NetRatings, le Panel Internet Mobile et le Panel Tablette de Médiamétrie. Les résultats print proviennent de l'étude ONE 2016 et les données numériques correspondent aux résultats MNR-Panel Internet Mobile-Panel Tablette Médiamétrie de janvier 2017.



TOTAL Marque
de Presse*
+ 5,6%



A univers de marques
constant

vs. 2016 V4

* Indicateur Brand 30 jours

ONE 2016, l'audience de la Presse en France de janvier à décembre 2016

L'ACPM publie les résultats d'audience de la Presse en France métropolitaine sur la période du 1er janvier au 31 décembre 2016. Ces résultats ont été obtenus par sondage auprès d'un échantillon de 35.285 individus représentatifs de la population française de 15 ans ou plus. Le CESP attire l'attention sur le changement de méthodologie intervenu en juillet 2016 et sur la prudence qu'il impose dans la communication sur les évolutions d'audience.



TOTAL Presse*
-1,4 %



A univers de titres
constant

vs. ONE 2015

+0.1%



A univers de titres
constant

vs. ONE 2015-2016

* Indicateur LDP/LNM

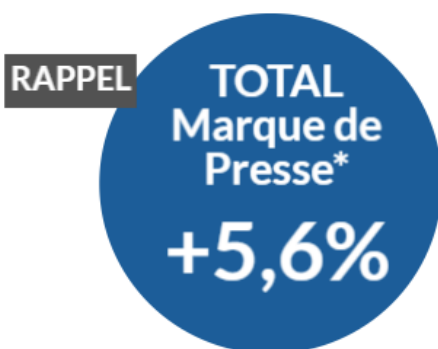
1. -AUDIENCE MARQUES DE PRESSE

(Print + Numérique)



de la population française déclare lire la presse chaque mois, quels que soient les supports de lecture, soit **50,6** millions de lecteurs.

L'audience moyenne des marques de Presse est en hausse de **5,6%** par rapport à la vague 2016 V4.

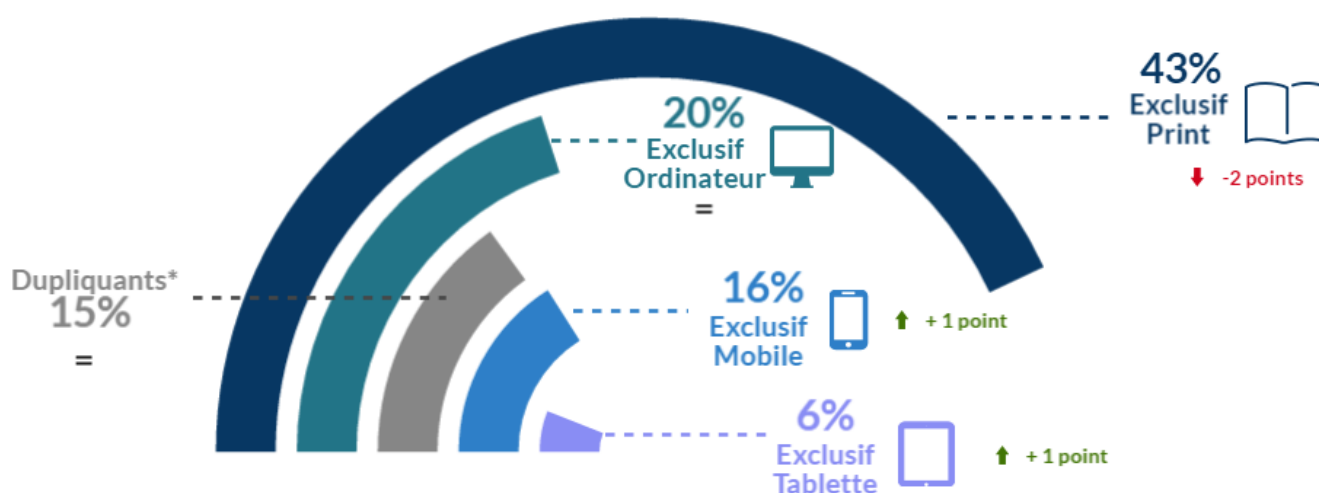


A univers de marques constant
vs ONE Global
2016 V4

* Indicateur Brand 30 jours

▼ RÉPARTITION DES LECTEURS

d'une marque de presse moyenne (comparaison One Global 2017V1 vs. 2016V4)



(*)Dupliquants: les lecteurs utilisant au moins 2 supports

▼ L'AUDIENCE NUMERIQUE

Chaque mois



77 %

↑ + 3 points
vs. One Global
2016 V4

des Français, lisent au moins une marque de presse en version numérique (ordinateur, mobile ou tablette), soit 40,3 millions d'individus.

Focus mobilité



58 %

des Français lecteurs de Presse sur mobile ou tablette.

↑ + 4 points
vs. One Global
2016 V4



50 %

↑ + 3 points
vs. One Global
2016 V4

lisent au moins une marque de presse sur mobile



25 %

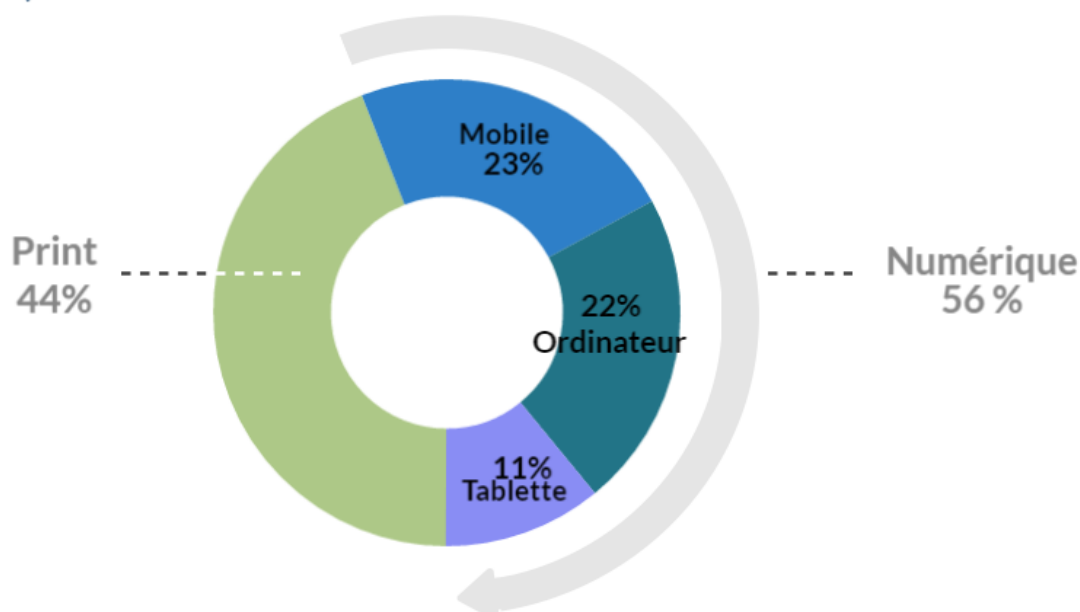
↑ + 1 point
vs. One Global
2016 V4

lisent au moins une marque de Presse sur tablette

▼ RÉPARTITION DES LECTURES

par mode de consultation

- Les lectures de la presse en numérique atteignent 56% vs. 44% sur le papier.
- Après la version papier (44%), le mobile est le device le plus utilisé (23%) devant l'ordinateur (22%) et la tablette (11%)



Marques de presse*



* Indicateur Brand 30J

TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR 66	41 445
2	Le Figaro	24 188
3	Le Monde	23 291
4	20 Minutes	22 480
5	Télé Loisirs	20 930
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	20 814
7	Femme Actuelle	19 199
8	L'Equipe	18 032
9	Marmiton	17 290
10	L'Express	15 678
11	L'Obs	15 248
12	Ouest-France	15 245
13	Paris Match	15 096
14	PHR	14 700
15	Télé 7 Jours	12 991
16	Voici	12 849
17	Le Point	11 834
18	Gala	11 460
19	Elle	11 246
20	Closer	10 497

TOP 10 des marques de presse sur les devices numériques

Les 10 premières marques de presse sont toutes au-dessus des 5 millions de lecteurs sur ordinateur et sur mobile. Quant à la tablette, les 10 premières marques de presse sont consultées par au moins 2,7 millions de lecteurs.

TOP 10 ordinateur



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	14 494
2	Le Figaro	10 509
3	Le Monde	8 708
4	Le Parisien Aujourd'hui en France	7 277
5	Télé Loisirs	7 010
6	Marmiton	6 767
7	20 Minutes	6 446
8	L'Express	5 876
9	L'Obs	5 771
10	Ouest-France	5 288

TOP 10 mobile



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	13 901
2	Le Figaro	10 471
3	Le Monde	10 418
4	20 Minutes	9 382
5	Télé Loisirs	9 330
6	Le Parisien Aujourd'hui en France	8 464
7	Marmiton	6 714
8	L'Equipe	6 654
9	L'Obs	5 708
10	L'Express	5 137

TOP 10 tablette



Lecteurs en milliers

1	PQR 66	6 532
2	Marmiton	4 408
3	20 Minutes	4 188
4	Le Figaro	3 998
5	Le Parisien Aujourd'hui en France	3 900
6	Le Monde	3 791
7	Télé Loisirs	3 696
8	L'Equipe	3 358
9	L'Express	3 157
10	Ouest-France	2 699



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)

Brand One Global ¹ ONE 2016//MNR janvier 2017//Panel Internet Mobile janvier 2017//Panel Tablette janvier 2017	ONE Global 2017 V1					ONE Global 2016 V4
	Brand ² 30 jours	dont Print ³ 30 jours	dont Ordinateur ⁴ 30 jours	dont Mobile ⁵ 30 jours	dont Tablette ⁶ 30 jours	Brand ² 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR 66*	41 445	34 163	14 494	13 901	6 532	41501
Le Figaro	24 188	8 862	10 509	10 471	3 998	21194
Le Monde	23 291	10 163	8 708	10 418	3 791	20185
20 Minutes	22 480	10 445	6 446	9 382	4 188	20850
Télé Loisirs	20 930	6 741	7 010	9 330	3 696	19670
Le Parisien Aujourd'hui en France	20 814	8 204	7 277	8 464	3 900	18644
Femme Actuelle	19 199	12 837	4 767	3 189	2 275	18111
L'Equipe	18 032	9 839	4 927	6 654	3 358	17717
Marmiton	17 290	3 691	6 767	6 714	4 408	15610
L'Express	15 678	5 435	5 876	5 137	3 157	15186
L'Obs	15 248	4 859	5 771	5 708	2 450	14110
Ouest-France	15 245	5 778	5 288	4 683	2 699	13005
Paris Match	15 096	11 242	1 739	2 722	1 365	13979
PHR	14 700	13 072	2 349	-	-	14411
Télé 7 Jours	12 991	9 347	1 862	2 177	1 377	12841
Voici	12 849	8 581	2 522	2 280	1 278	12370
Le Point	11 834	5 516	3 190	3 820	1 920	11316
Gala	11 460	6 414	2 986	2 487	1 411	9621
Elle	11 246	7 054	2 685	2 065	1 302	11288
Closer	10 497	6 859	2 397	1 782	869	10667
Version Femina	10 258	9 815	226	-	-	10660
Les Echos	9 794	3 068	3 497	3 630	1 560	8834
Libération	9 739	4 897	2 343	3 099	1 372	8884
Direct Matin	8 059	6 436	1 218	621	533	7849
Public	7 709	4 639	1 351	2 319	661	8280
Auto Plus	7 523	5 762	1 419	346	679	7684
Télé Star	7 460	4 802	1 316	1 229	826	8694
Télérama	7 317	4 008	1 823	1 640	1 022	6755
Marianne	6 894	3 196	1 068	2 623	901	4731
Sud Ouest	6 698	2 844	1 727	1 886	1 393	6307
Top Santé	6 610	2 867	1 438	1 952	946	5815
La Dépêche du Midi	6 302	2 071	2 428	1 646	976	6544
Marie Claire	6 120	2 916	1 493	1 512	987	5834
Le Dauphiné	6 009	2 653	1 320	1 819	997	5699
Télé 2 Semaines	5 793	3 934	966	630	589	5467
Maxi	5 553	5 099	359	-	-	5629
Notre Temps	5 052	3 186	1 321	418	571	4758
Courrier International	4 936	2 933	592	1 318	814	4454
Challenges	4 787	1 665	1 693	1 249	721	4368
Sciences et Avenir	4 752	2 965	671	1 088	615	4994
Psychologies Magazine	4 658	2 323	969	1 266	527	4119
La Voix du Nord	4 616	2 656	1 348	970	486	5639
Le Progrès	4 504	2 202	1 019	1 225	614	4220

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2017

3 Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

4 Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR janvier 2017)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie janvier 2017)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie janvier 2017)

7 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2017

(*) La PQR66 est désormais publiée sur son nouveau périmètre qui ne comprend plus Le Parisien Aujourd'hui en France



Cible Ensemble 15 ans et +

Attention : cible différente de celles de Médiamétrie (MNR, 2 ans et + ; Internet Mobile, 11 ans et + ; Panel Tablette, 15 ans et +)

Brand One Global ¹ ONE 2016//MNR janvier 2017//Panel Internet Mobile janvier 2017//Panel Tablette janvier 2017	ONE Global 2017 V1					ONE Global 2016 V4
	Brand ² 30 jours	dont Print ² 30 jours	dont Ordinateur ³ 30 jours	dont Mobile ⁴ 30 jours	dont Tablette ⁵ 30 jours	Brand ² 30 jours
	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
GEO	4 449	3 857	321	-	-	4097
Famili Magic Maman	4 224	417	1 125	2 207	850	3953
Capital	4 216	1 591	1 407	971	629	3267
Santé Magazine	4 207	3 193	439	506	263	3682
Parents	4 159	1 069	1 218	1 517	834	3465
Grazia	4 098	1 905	1 072	834	755	3725
Auto-Moto	3 821	2 269	955	411	305	3187
Les Inrockuptibles	3 791	1 615	818	1 253	622	3968
Rustica	3 740	2 864	710	272	185	4276
Le Télégramme	3 626	1 388	978	1 025	715	3387
La Croix	3 546	1 562	934	923	449	2960
Midi Libre	3 507	1 847	804	872	511	3745
Le Particulier	3 494	1 681	1 146	603	350	3203
Cosmopolitan	3 447	1 529	732	1 111	507	3764
La Provence	3 359	1 818	471	1 180	395	2746
La Nouvelle République	3 322	1 414	981	869	592	3167
L'Est Républicain	3 210	1 307	902	1 070	443	3602
France Football	3 034	2 608	270	311	119	3189
Nice Matin	2 719	1 032	612	1 005	473	2429
La Montagne	2 546	1 324	560	838	296	2398
Côté Maison	2 519	862	963	463	345	2480
Première	2 330	589	723	771	385	1752
Prima	2 209	1 591	495	-	-	1971
Système D	2 079	1 186	687	-	-	1759
Le Républicain Lorrain	1 976	1 009	375	574	392	2057
Paris Normandie	1 952	864	416	600	252	1970
L'Indépendant	1 951	1 205	400	326	237	2038
Le Courrier Picard	1 879	958	337	609	220	1745
Les Dernières Nouvelles d'Alsace	1 804	1 148	367	370	222	1746
Glamour	1 797	1 008	212	593	201	1766
Biba	1 673	858	314	316	248	1572
Var Matin	1 609	740	227	573	249	2044
Le Bien Public	1 509	409	405	723	169	1610
Le Courrier de l'Ouest	1 481	863	335	250	-	1519
GQ	1 425	568	435	464	-	1444
So Foot	1 408	696	178	503	133	-
L'Union / l'Ardennais	1 375	861	399	-	-	1669
Marie-France	1 346	914	131	-	-	1753
L'Alsace	1 295	716	343	232	231	1378
Charente Libre	1 115	398	354	380	-	1118
Le Journal de Saône et Loire	1 048	511	439	-	-	1264
Vosges Matin	777	308	264	-	-	1118
Le Maine Libre	731	405	-	228	-	-

1 Voir composition des marques de presse ci-après

2 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2017

3 Indicateur Print 30 jours : Lecteurs 30 derniers jours Papier ou PDF.

4 Indicateur Ordinateur 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (MNR janvier 2017)

5 Indicateur Mobile 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (PIM Médiamétrie janvier 2017)

6 Indicateur Tablette 30 jours : nombre de visiteurs uniques total du mois (Panel Tablette Médiamétrie janvier 2017)

7 Indicateur Brand 30 jours : audience dédoublée ONE 2016 lecteurs 30 derniers jours / Visiteurs Uniques MNR - Médiamétrie - données janvier 2017



Liste des marques de Presse							
Libellé Marque	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
20 Minutes	20 Minutes					Brand 20 Minutes	
L'Alsace	L'Alsace	L'Alsace Lundi	TV Magazine L'Alsace			Brand L'Alsace	
Auto-Moto	Auto-Moto					Brand Auto-Moto	
Auto Plus	Auto Plus					Brand Auto Plus	
Le Bien Public	Le Bien Public	Le Bien Public Dimanche	TV Magazine Le Bien Public			Brand Le Bien Public	
Biba	Biba					Brand Biba	
Capital	Capital					Brand Capital	
Challenges	Challenges					Brand Challenges	
Charente Libre	Charente Libre	TV Magazine Charente Libre				Brand Charente Libre	
Closer	Closer					Brand Closer	
Cosmopolitan	Cosmopolitan					Brand Cosmopolitan	
Côté Maison	Maisons Côté Ouest	Maisons Côté Sud	Vivre Côté Paris			Brand Côté Maison	
Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest	Le Courrier de l'Ouest Dimanche	TV Magazine Ouest			Brand Le Courrier de l'Ouest	
Courrier International	Courrier International					Brand Courrier International	
Le Courrier Picard	Le Courrier Picard	Le Courrier Picard Dimanche	TV Magazine Courrier Picard			Brand Le Courrier Picard	
La Croix	La Croix					Brand La Croix	
Le Dauphiné	Le Dauphiné Libéré	Le Dauphiné Libéré Dimanche	TV Magazine Le Dauphiné Libéré Dimanche			Brand Le Dauphiné	
	Vaucluse Matin	Vaucluse Matin Dimanche	TV Magazine Vaucluse Matin - Le Dauphiné Libéré				
La Dépêche du Midi	La Dépêche du Midi	La Dépêche du Dimanche	TV Magazine La Dépêche du Dimanche			Brand La Dépêche du Midi	
Direct Matin	Direct Matin National					Brand Direct Matin	
Les Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace	Dernières Nouvelles d'Alsace du lundi	TV Magazine DNA - Dernières Nouvelles d'Alsace			Brand Dernières Nouvelles	
Les Echos	Les Echos, le quotidien de l'économie	Les Echos Week-End				Brand Les Echos	
Elle	Elle	Elle Décoration	Elle à Table			Brand Elle	
L'Equipe	L'Equipe	L'Equipe Dimanche	L'Equipe Magazine			Brand L'Equipe	
L'Est Républicain	L'Est Républicain	L'Est Républicain Lundi	TV Magazine L'Est Républicain			Brand L'Est Républicain	
	L'Est Républicain / Le Pays	L'Est Républicain / Le Pays Lundi					
L'Express	L'Express					Brand L'Express	
Famili Magic Maman	Famili Magic Maman					Brand Magic Maman	
Femme Actuelle	Femme Actuelle	Femme Actuelle Jeux	Cuisine Actuelle			Brand Femme Actuelle	
Le Figaro	Le Figaro	Le Figaro Magazine	Madame Figaro	TV Magazine Le Figaro		Brand Le Figaro	
France Football	France Football					Brand France Football	
Gala	Gala					Brand Gala	



Liste des marques de Presse							
Libellé Marque	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
GEO	GEO				Brand GEO		
Glamour	Glamour				Brand Glamour		
GQ	GQ				Brand GQ		
Grazia	Grazia				Brand Grazia		
Les Inrockuptibles	Les Inrockuptibles				Brand Les Inrockuptibles		
L'Indépendant	L'Indépendant	L'Indépendant Dimanche	TV Magazine L'Indépendant		Brand L'Indépendant		
Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire	Le Journal de Saône et Loire Dimanche	TV Magazine Saône et Loire Dimanche		Brand Le Journal de Saône et Loire		
Libération	Libération				Brand Libération		
Marianne	Marianne				Brand Marianne		
Marie Claire	Marie Claire	Marie Claire Idées	Marie Claire Maison		Brand Marie Claire		
Marie-France	Marie-France				Brand Marie-France		
Marmiton	Marmiton				Brand Marmiton		
Maxi	Maxi	Maxi Cuisine			Brand Maxi		
Le Maine Libre	Le Maine Libre	Le Maine Libre Dimanche	TV Magazine Ouest		Brand le Maine Libre		
Midi Libre	Midi Libre	Midi Libre Dimanche	TV Magazine, Midi Libre Dimanche		Brand Midi Libre		
Le Monde	Le Monde	M, le Magazine du Monde			Brand Le Monde		
La Montagne	La Montagne	La Montagne Dimanche	TV Magazine Centre France		Brand La Montagne		
Nice Matin	Nice Matin	Nice Matin Dimanche	TV Magazine Nice Matin		Brand Nice Matin		
	Monaco Matin	Monaco Matin Dimanche					
Notre Temps	Notre Temps				Brand Notre Temps		
L'Obs	L'Obs				BrandL'Obs		
La Nouvelle République	La Nouvelle République	La Nouvelle République du Dimanche	TV Magazine la Nouvelle République - Centre Presse	TV Magazine La Nouvelle République	Brand La Nouvelle République		
Ouest-France	Ouest France	Dimanche Ouest France	TV Magazine Ouest		Brand Ouest France		
Parents	Parents				Brand Parents		
Paris Match	Paris Match				Brand Match		
Paris Normandie	Paris Normandie	Normandie Dimanche	TV Magazine Paris Normandie	TV Magazine, Paris Normandie	Brand Paris Normandie		
Le Parisien Aujourd'hui en France	Le Parisien Aujourd'hui en France	Le Parisien Dimanche Aujourd'hui en France Dimanche	TV Magazine le Parisien	Le Parisien Magazine Aujourd'hui en France Magazine	Brand Le Parisien		
Le Particulier	Le Particulier				Brand Le Particulier		



Liste des marques de Presse							
Libellé Marque	Titre(s)				Internet		
					Ordinateur	Mobile	Tablette
PHR	PHR					Pack PHR	
Le Point	Le Point					Brand Le Point	
PQR 66	PQR 66	7ème jour PQR 66	TV Magazine sauf le figaro			Pack PQR 66	
Première	Première					Brand Première	
Prima	Prima					Brand Prima	
Le Progrès	Le Progrès	Le Progrès Dimanche	TV Magazine Le Progrès			Brand Le Progrès	
	La Tribune-Le Progrès	Dimanche La Tribune/Le Progrès	TV Magazine Dimanche La Tribune - Le Progrès				
	Le Progrès-Les Dépêches	Le Progrès-Les Dépêches Dimanche	TV Magazine Le Progrès - Les Dépêches				
La Provence	La Provence	La Provence Dimanche	TV Magazine La Provence			Brand La Provence	
Psychologies Magazine	Psychologies Magazine					Brand Psychologies	
Public	Public					Brand Public	
Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain	Le Républicain Lorrain Lundi	TV Magazine Le Républicain Lorrain			Brand Le Républicain Lorrain	
Rustica	Rustica					Brand Rustica	
Santé Magazine	Santé Magazine					Brand Santé Magazine	
Sciences et Avenir	Sciences et Avenir					Brand Sciences et Avenir	
So Foot	So Foot					Brand So Foot	
Sud Ouest	Sud Ouest	Sud Ouest Dimanche	TV Magazine Sud Ouest Dimanche			Brand Sud Ouest	
Système D	Système D					Brand Système D	
Télé 2 Semaines	Télé 2 Semaines					Brand Télé 2 semaines	
Télé 7 Jours	Télé 7 Jours	Télé 7 Jeux				Brand Télé 7 Jours	
Télé Loisirs	Télé Loisirs					Brand Télé Loisirs	
Télé Star	Télé Star					Brand Télé Star	
Le Télégramme	Le Télégramme	Le Télégramme Dimanche	TV Magazine Le Télégramme			Brand Le Télégramme	
Télérama	Télérama					Brand Télérama	
Top Santé	Top Santé					Brand Top Santé	
L'Union / L'Ardennais	L'Union	L'Union Dimanche	TV Magazine-Ardenne			Brand L'Union	
	L'Ardennais	L'Ardennais Dimanche	TV Magazine L'Union				
Var Matin	Var Matin	Var Matin Dimanche	TV Magazine Var Matin			Brand Var Matin	
Version Femina	Version Femina					Brand Version Femina	
Voici	Voici					Brand Voici	
La Voix du Nord	La Voix du Nord	La Voix du Nord Samedi	TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair du vendredi	TV Magazine Nord - Pas de Calais, le supplément TV de la Voix du Nord, Nord Eclair et Nord Littoral du vendredi		Brand La Voix du Nord	
Vosges Matin	Vosges Matin	Vosges Matin lundi	TV Magazine Vosges Matin			Brand Vosges Matin	

2. - AUDIENCE PRINT

Couverture mensuelle du media Presse (papier ou PDF)

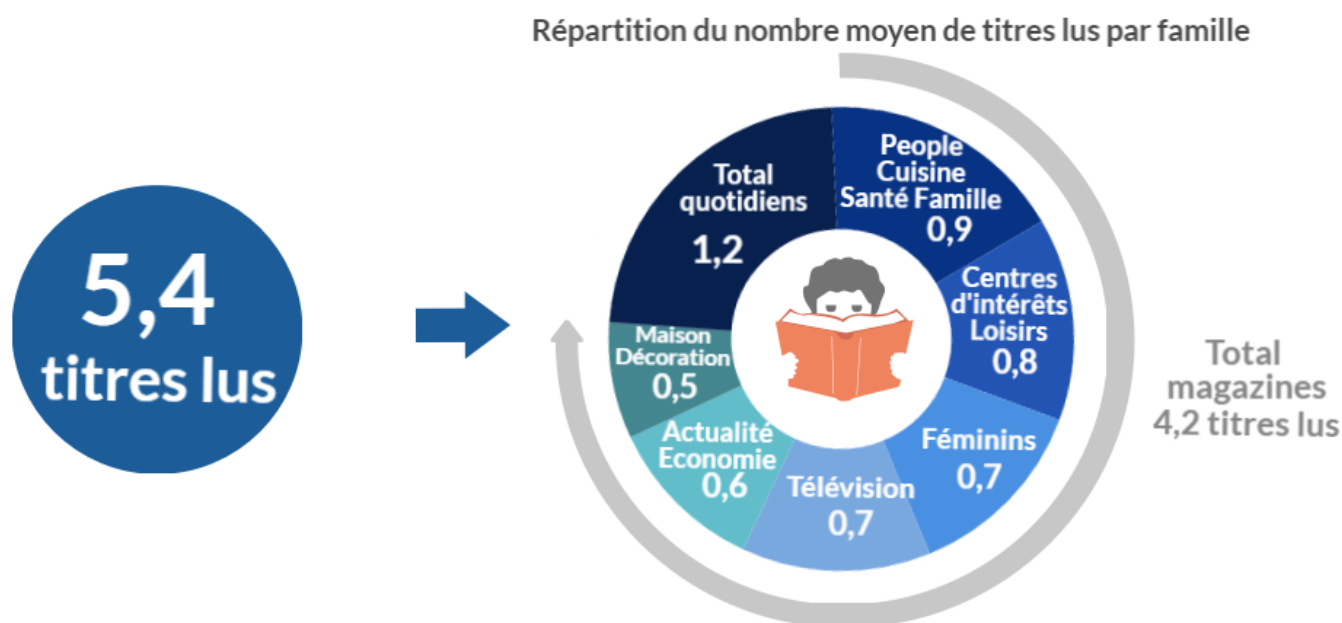


de la population française déclare lire la presse papier chaque mois, soit 49,4 millions de lecteurs.

Avec **95%** des Français qui lisent **chaque mois** au moins un quotidien ou un magazine, la presse française est un **média puissant**.

▼ PANIER DE LECTURE TYPE DES FRANÇAIS

Les Français lisent en moyenne 5,4 titres différents. Leur panier de lecture est constitué de 77% de titres magazines et de 23% de titres quotidiens.



Quelques cibles plus lectrices que la moyenne (5,4 titres lus)

Les femmes, avec 6 titres papier lus en moyenne, se démarquent de l'ensemble. Les urbains avec 5,6 titres et les possesseurs de smartphones lisent plus de titres que la moyenne (5,5 titres).



Femmes
6
titres



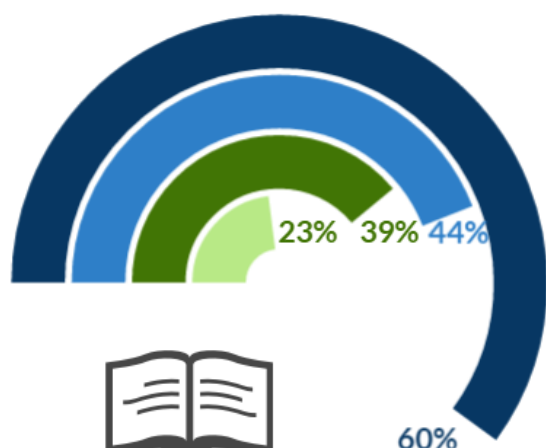
Urbains
5,6
titres



Possesseurs de
Smartphone
5,5
titres

COUVERTURE QUOTIDIENNE

du media Presse (papier ou PDF)



Chaque jour, 60% de la population âgée de 15 ans et plus lit au moins un titre de presse, soit **31,4** millions d'individus.

Ils sont ainsi **44%** à lire au moins un magazine (23 millions),

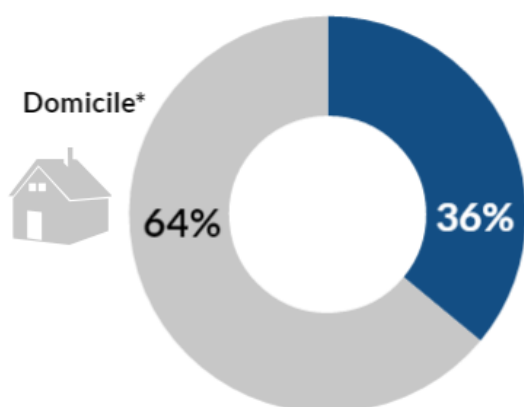
39% à lire au moins un quotidien (20,2 millions).

Ils sont **23%** à lire chaque jour à la fois au moins un quotidien et un magazine, soit près d'un Français sur 4 (11,8 millions).

LIEUX DE LECTURE

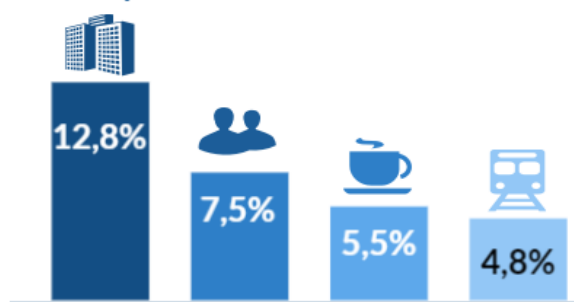
du media Presse (papier ou PDF)

Hormis la presse TV, majoritairement consultée au domicile (94%), plus du tiers des lectures (36%) se font hors du domicile.



* Hors Presse Télévision

Principaux lieux de lecture hors domicile



■ Lieu de travail ■ Parents ou amis ■ Café, hôtel, restaurant ■ Transports

TEMPS QUOTIDIEN MOYEN DE LECTURE



24
Minutes



C'est le temps passé en moyenne chaque jour par les Français à lire des titres de presse au format papier ou PDF.

LES REPRISES EN MAIN MULTIPLIENT LES CONTACTS

Presse quotidienne



Quotidiens
Régionaux

1,8
fois

Quotidiens
Nationaux

2
fois

Hebdomadaires
Régionaux

3
fois

Presse magazine



Magazines
hebdomadaires

3,1
fois

Magazines
bimestriels

6
fois

Magazines
mensuels

5,9
fois

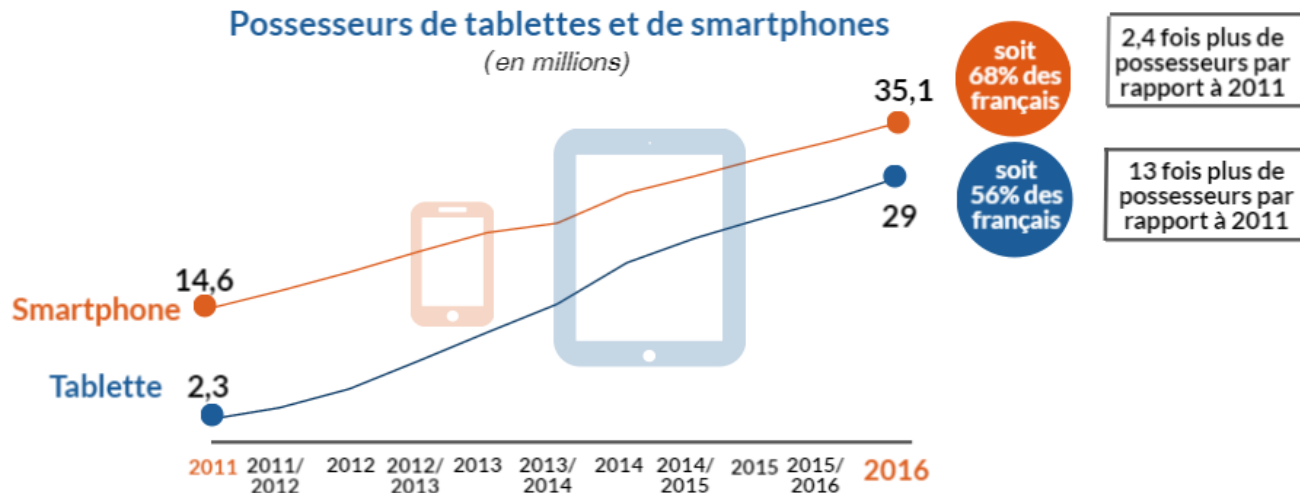
Magazines
bimestriels

6
fois

*Hors Presse Télévision (8,5 fois pour les hebdomadaires TV)

EVOLUTION DES USAGES NUMERIQUES des lecteurs de presse (papier ou PDF)

Possesseurs de tablettes et de smartphones (en millions)





TOP 20

Lecteurs en milliers

1	PQR66	15 337
2	TV Magazine	12 597
3	PHR	7 359
4	Version Femina	6 693
5	Marmiton	5 113
6	Télé 7 Jours	5 096
7	Vies de Famille	4 584
8	Science et Vie	4 202
9	Télé Z	3 997
10	Cuisine Actuelle	3 944
11	20 Minutes	3 901
12	Télé Loisirs	3 894
13	Géo	3 857
14	Paris Match	3 510
15	Femme Actuelle	3 505
16	Santé Magazine	3 193
17	Notre Temps	3 186
18	Télé 2 Semaines	3 072
19	Ca M'Intéresse	3 035
20	Sciences et Avenir	2 965

TOP 10 des AUDIENCES DE PRESSE PAR CIBLE

TOP 10 Hommes



Lecteurs en milliers

1	PQR66	7 647
2	TV Magazine	5 854
3	PHR	3 547
4	Science et Vie	2 491
5	L'Equipe Dimanche	2 434
6	Télé 7 Jours	2 296
7	Version Femina	2 212
8	20 Minutes	2 019
9	L'Equipe Magazine	2 001
10	L'Equipe	1 986

TOP 10 Femmes



Lectrices en milliers

1	PQR66	7 690
2	TV Magazine	6 743
3	Version Femina	4 481
4	PHR	3 812
5	Marmiton	3 497
6	Vies de Famille	3 455
7	Cuisine Actuelle	3 117
8	Télé 7 Jours	2 800
9	Femme Actuelle	2 780
10	Santé Magazine	2 355

TOP 10 CSP+



Lecteurs en milliers

1	PQR66	3 146
2	TV Magazine	2 234
3	PHR	1 573
4	Science et Vie	1 381
5	20 Minutes	1 309
6	GEO	1 284
7	Marmiton	1 259
8	Version Femina	1 156
9	Vies de Famille	1 146
10	Sciences et Avenir	1 038



	2016					2015-2016
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Agrégats de Presse Quotidienne (LNM /LDP)						
PQR 66 ¹ (LNM) ⚠	15 337	29,5	7 647	7 690	3 146	15 624
PQR du 7ème jour ² (LDP) ⚠	13 924	26,7	6 998	6 926	2 799	14 341
PQN ³ /PGI ⁴ (LNM)	13 394	25,7	7 611	5 784	4 335	13 192
dont : PQN (LNM)	8 033	15,4	4 873	3 160	2 585	7 894
dont : PGI (LNM) ⁴	4 772	9,2	2 448	2 324	1 622	4 702
PQN du 7ème jour ⁵ (LDP)	4 776	9,2	3 267	1 509	1 280	4 721
PHR (LDP) ⁶	7 359	14,1	3 547	3 812	1 573	7 275
PQR⁷ (LNM)						
Ouest France	2387	4,6	1183	1204	547	2 417
La Voix du Nord	1032	2,0	543	488	209	1 040
Sud Ouest	979	1,9	498	481	214	1 114
Le Dauphiné*	912	1,8	465	448	208	964
Le Progrès*	797	1,5	438	359	171	761
La Dépêche du Midi	742	1,4	387	355	177	715
La Provence	608	1,2	329	279	120	600
La Montagne	599	1,1	289	310	123	607
Midi Libre	586	1,1	287	299	122	618
Le Télégramme	579	1,1	287	292	132	608
La Nouvelle République	568	1,1	257	311	120	608
L'Est Républicain*	554	1,1	272	282	108	540
Les DNA / Les Dernières Nouvelles d'Alsace	552	1,1	269	283	111	545
Le Républicain Lorrain	460	0,9	231	229	87	480
Nice Matin*	399	0,8	188	211	94	353
L'Union / L'Ardennais*	366	0,7	188	178	66	376
Le Courrier de l'Ouest	335	0,6	162	173	45	339
Le Courrier Picard	310	0,6	160	149	64	321
Var Matin	242	0,5	107	135	61	248
Le Journal de Saône-et-Loire	222	0,4	95	127	42	230
L'Indépendant	219	0,4	107	112	44	223
L'Alsace	210	0,4	129	81	53	237
La République du Centre	175	0,3	82	93	40	-
Charente Libre	171	0,3	77	94	33	160
Le Bien Public	168	0,3	78	90	37	172
Corse Matin	155	0,3	77	78	34	162
Vosges Matin	145	0,3	78	66	29	140
Le Populaire du Centre	134	0,3	63	71	29	143
Le Berry Républicain	119	0,2	55	64	17	120
L'Yonne Républicaine	106	0,2	50	56	23	119
Le Journal du Centre	101	0,2	42	59	12	100
L'Est Eclair	91	0,2	48	43	17	93
Le Journal de la Haute-Marne	84	0,2	44	40	15	89

¹ PQR66: couplage de l'ensemble des titres de Presse Quotidienne Régionale (les titres de la Presse Régionale sont mesurés sur leurs zones de diffusion)

² PQR du 7ème jour : Presse Quotidienne Régionale du 7ème jour

³ PQN: Presse Quotidienne Nationale

⁴ PGI: Presse Gratuite d'Information (les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion)

⁵ PQN du 7ème jour : Presse Quotidienne Nationale du 7ème jour

⁶ PHR: Presse Hebdomadaire Régionale

⁷ PQR: Presse Quotidienne Régionale

* Couplage

⚠ PQR 66 et PQR du 7ème jour sont désormais publiés sur leur nouveau périmètre qui ne comprend plus Le Parisien Aujourd'hui en France, l'ACPM recommande donc de ne pas comparer les vagues 2015/2016 et 2016 avec les vagues précédentes.



	2016					2015-2016
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
PQR du 7ème jour (LDP)						
Dimanche Ouest France	1 657	3,2	833	825	364	1 710
La Voix du Nord, édition du lundi	1 211	2,3	639	572	247	1 177
Le Dauphiné Dimanche*	1 127	2,2	505	621	235	1 183
Sud Ouest Dimanche	996	1,9	493	503	203	1 133
Le Progrès Dimanche*	988	1,9	526	463	222	1 037
La Dépêche du Dimanche	758	1,5	386	373	148	796
Midi Libre Dimanche	746	1,4	356	390	144	774
La Provence Dimanche	616	1,2	313	303	99	623
La Montagne Dimanche	596	1,1	300	296	111	585
Le Républicain Lorrain Lundi Matin	564	1,1	293	271	104	546
Les Dernières Nouvelles du Lundi	483	0,9	251	232	119	497
Le Télégramme du Dimanche	479	0,9	241	238	92	509
Nice Matin Dimanche*	446	0,9	203	243	111	375
Le Courrier Picard Dimanche	360	0,7	193	167	71	371
L'Union / l'Ardennais Dimanche	333	0,6	181	152	60	331
La Nouvelle République du Dimanche	350	0,7	179	171	70	373
L'indépendant Dimanche	255	0,5	135	120	56	247
Corse Matin Dimanche	182	0,4	91	92	34	183
PQN / PGI (LNM)						
20 Minutes ¹	3901	7,5	2019	1881	1309	3 765
Le Monde	2416	4,6	1319	1097	928	2 313
L'Equipe	2375	4,6	1986	389	819	2 344
Direct Matin National 1 / 2	2335	4,5	1193	1142	804	2 385
Le Parisien / Aujourd'hui en France*	2247	4,3	1272	975	650	2 222
Le Figaro	1663	3,2	958	706	536	1 591
Direct Matin Ile de France ¹	1346	2,6	694	653	511	1 388
Libération	961	1,8	586	376	408	923
Les Echos	633	1,2	422	211	319	566
La Croix	480	0,9	216	264	94	474
L'Humanité	372	0,7	232	140	108	363
PQN du 7ème jour (LDP)						
L'Equipe du Dimanche	2952	5,7	2434	518	884	2 948
Le Parisien Dimanche/Aujourd'hui en France Dimanche*	1585	3,0	945	640	393	1 627
Le Journal du Dimanche	1077	2,1	527	549	257	1 033
PHR (LDP)						
PHR National*	6584	12,6	3094	3489	1376	6 469

¹ PGI: Presse Gratuite d'Information (les titres de la PGI sont mesurés sur leurs zones de diffusion)

² L'audience de cet agrégat correspond à l'audience dédoublée des différentes éditions de Direct Matin, y compris de Direct Matin Ile de France.

* Couplage



	2016					2015-2016
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Hebdomadaires (LDP)						
TV Magazine*	12597	24,2	5854	6743	2234	13 156
Version Femina*	6693	12,9	2212	4481	1156	7 018
Télé 7 Jours	5096	9,8	2296	2800	928	5 263
Télé Z	3997	7,7	1698	2299	632	4 361
Télé Loisirs	3894	7,5	1832	2062	809	4 025
Paris Match	3510	6,7	1381	2129	781	3 462
Femme Actuelle	3505	6,7	725	2780	684	3 695
Télé Star	2940	5,6	1178	1762	566	3 051
Télérama	2506	4,8	1180	1326	906	2 434
L'Equipe Magazine	2430	4,7	2001	429	715	2 282
Voici	2388	4,6	677	1712	594	2 572
Closer	2207	4,2	544	1662	490	2 412
L'Obs	2136	4,1	1074	1062	657	2 041
Le Point	2053	3,9	1090	963	610	1 926
Auto Plus	1952	3,7	1571	381	568	1 965
Elle	1931	3,7	345	1587	536	1 897
M, le Magazine du Monde	1890	3,6	972	918	609	1 918
L'Express	1740	3,3	986	754	555	1 953
Gala	1740	3,3	383	1357	425	1 812
Le Figaro Magazine	1722	3,3	761	961	375	1 642
Télé Poche	1720	3,3	756	964	274	1 758
Public	1693	3,3	429	1265	410	1 806
Télécâble Sat Hebdo	1651	3,2	864	788	261	1 615
Maxi	1594	3,1	266	1328	246	1 756
Madame Figaro	1250	2,4	376	874	258	1 226
France Football	1234	2,4	1056	178	297	1 263
Le Parisien Magazine/Aujourd'hui en France Magazine*	1198	2,3	679	519	298	1 302
Ici Paris	1161	2,2	393	769	168	1 151
Marianne	1130	2,2	695	435	352	1 077
Courrier International	1115	2,1	604	511	499	1 063
Rustica	1047	2,0	423	624	212	1 106
France Dimanche	955	1,8	310	644	123	990
Nous Deux	942	1,8	199	744	86	989
Télé Magazine	866	1,7	407	459	143	718
VSD	710	1,4	372	339	170	711
Challenges	679	1,3	436	243	235	632
Grazia	576	1,1	80	496	162	558
Les Inrockuptibles	567	1,1	330	237	269	550
La Vie	553	1,1	198	354	78	499
Pèlerin	552	1,1	213	339	44	648
Stylist ¹	487	0,9	87	399	153	488
A Nous Paris	290	0,6	105	185	126	-

¹ Le titre Stylist est distribué dans 10 villes et est mesuré sur ses zones de diffusion

* Couplage



	2016					2015-2016
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Bimensuels (LDP)						
Télé 2 Semaines	3072	5,9	1237	1835	624	3 205
TV Grandes Chaînes	1909	3,7	787	1122	359	2 088
01net	1597	3,1	1247	350	526	1 617
L'Argus	1161	2,2	932	229	366	1 230
L'Auto-Journal	1092	2,1	906	186	389	1 124
Gourmand	925	1,8	264	661	212	664
Magazines Mensuels (LDP)						
Science & Vie	4202	8,1	2491	1711	1381	4 084
Cuisine Actuelle	3944	7,6	827	3117	885	4 006
GEO	3857	7,4	1845	2012	1284	3 681
Santé Magazine	3193	6,1	838	2355	704	2 989
Notre Temps	3186	6,1	878	2308	290	3 145
Ça M'Intéresse	3035	5,8	1423	1612	1017	2 920
Sciences et Avenir	2965	5,7	1782	1183	1038	2 769
Top Santé	2867	5,5	705	2162	635	2 710
Modes & Travaux	2459	4,7	420	2038	547	2 421
National Geographic	2340	4,5	1333	1007	737	2 136
Pleine Vie	2337	4,5	490	1847	209	2 323
Psychologies Magazine	2323	4,5	626	1697	858	2 178
Télé 7 Jeux	2289	4,4	881	1408	411	2 234
Auto Moto	2269	4,4	1888	381	624	2 331
Marie Claire	2050	3,9	301	1748	589	2 157
Femme Actuelle Jeux	1881	3,6	463	1418	276	1 840
Pomme D'Api	1796	3,4	484	1312	651	1 848
Popi	1709	3,3	457	1252	578	1 769
Avantages	1700	3,3	195	1505	472	1 597
L'Automobile Magazine	1694	3,3	1404	290	564	1 822
Le Particulier	1681	3,2	877	804	390	1 734
Dossier Familial	1624	3,1	600	1024	331	1 527
Capital	1591	3,1	967	625	613	1 516
Prima	1591	3,1	181	1411	333	1 652
Mon Jardin & ma Maison	1550	3,0	485	1064	372	1 435
Cosmopolitan	1529	2,9	208	1320	494	1 398
Le Chasseur Français	1417	2,7	869	548	260	1 431
L'Ami des Jardins & de la Maison	1341	2,6	441	900	244	1 203
Vogue	1311	2,5	264	1047	287	1 346
Jeux Vidéo Magazine	1255	2,4	1059	196	267	1 332
Bien-Être & Santé	1192	2,3	285	907	213	1 187
Système D	1186	2,3	727	459	403	1 155
Glamour	1008	1,9	124	885	269	1 041
Marie France	914	1,8	156	758	217	941
Biba	858	1,6	119	738	328	790
Mieux Vivre Votre Argent	841	1,6	551	290	298	791
Alternatives Economiques	793	1,5	484	309	323	831



	2016					2015-2016
	Ensemble		dont Hommes	dont Femmes	dont CSP+	Ensemble
	Milliers	Pén.(%)	Milliers	Milliers	Milliers	Milliers
Magazines Mensuels (LDP)						
Réponse à Tout !	765	1,5	361	404	207	784
So Foot	696	1,3	566	130	276	629
Sport Auto	670	1,3	595	75	156	712
Studio Magazine - Ciné Live	571	1,1	300	271	175	602
GQ	568	1,1	427	141	231	525
Management	504	1,0	280	224	271	514
Vanity Fair	502	1,0	155	347	192	520
Rock and Folk	500	1,0	339	162	196	525
Le Revenu Placements	456	0,9	312	145	153	416
L'Expansion	368	0,7	248	120	143	385
Magazines Bimestriels (LDP)						
Marmiton	5113	9,8	1616	3497	1259	4 564
Maison et Travaux	2950	5,7	1056	1893	947	2 740
Art & Décoration	2884	5,5	896	1988	902	2 759
Elle Décoration	2168	4,2	388	1780	722	2 056
Maxi Cuisine	1837	3,5	293	1544	383	1 717
Marie Claire Maison	1753	3,4	270	1483	594	1 787
Parents	1731	3,3	352	1379	546	1 785
Détente Jardin	1636	3,1	594	1042	360	1 461
Marie Claire Idées	1477	2,8	166	1311	484	1 493
Maison Créative	1267	2,4	262	1005	367	1 132
Le Journal de la Maison	1256	2,4	268	988	404	1 177
Cuisine et Vins de France	1199	2,3	491	708	367	1 240
Elle à Table	1153	2,2	186	967	359	1 159
Maisons Côté Sud	1113	2,1	306	807	447	936
Famille et Education	1098	2,1	293	806	409	1 123
Première	1052	2,0	540	512	408	783
Maisons Côté Ouest	832	1,6	247	586	350	775
Détours en France	797	1,5	320	477	199	710
Régal	793	1,5	199	594	196	742
Campagne Décoration	775	1,5	167	608	233	699
Famili Magicmaman	615	1,2	68	546	174	717
AD Architectural Digest	531	1,0	251	280	274	540
Magazines Trimestriels (LDP)						
Vies de Famille	4584	8,8	1128	3455	1146	4 925

PRÉSENTATION DE L'ETUDE ONE

L'étude ONE est l'étude d'audience de référence de la Presse en France. Elle est réalisée par l'ACPM à la demande de toutes les familles de Presse, des annonceurs et des agences média. Elle étudie plus de 200 titres de presse et agrégats (regroupements de titres).

Les deux instituts partenaires de l'ACPM, IPSOS Connect et KANTAR TNS ont réalisé 35.285 interviews du 1er janvier au 31 décembre 2016 auprès d'une population de 15 ans ou plus résidant en France, soit près de 100 interviews par jour ou près de 3.000 interviews par mois en moyenne.

L'étude ONE c'est aussi une méthodologie innovante qui combine le recrutement et la qualification par téléphone et l'interrogation via un lien Internet ou en face à face.

La note méthodologique ainsi que la description détaillée de la population de référence sont disponibles en téléchargement sur le site www.acpm.fr.

L'étude ONE, en tant qu'étude d'audience de référence, est contrôlée et auditée par le CESP.



KANTAR TNS



DEFINITION DES INDICATEURS

Lecture Dernière Période (LDP) : Nombre de lecteurs d'au moins un numéro d'un titre de presse en papier ou en pdf pendant une période de temps correspondant à sa périodicité (un jour pour les quotidiens, une semaine pour les hebdomadaires, 15 jours pour les bimensuels, 30 jours pour les mensuels, etc.). La LDP se calcule à partir de la Date de Dernière Lecture.

Lecture au Numéro Moyen (LNM) : Nombre moyen de lecteurs par numéro au cours des 7 derniers jours. Cet indicateur se calcule à partir des réponses aux questions sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les N derniers numéros parus en version papier et sur le nombre de numéros différents du titre, lus sur les N derniers numéros parus en version pdf. Cet indicateur est utilisé par la Presse Quotidienne.

Couverture Mensuelle : Nombre d'individus (exprimé en milliers ou en pourcentage de la population étudiée) ayant déclaré avoir lu un titre de presse au moins une fois au cours du dernier mois écoulé.

PRÉSENTATION DE L'ETUDE ONE GLOBAL

ONE Global est le résultat d'une fusion des données d'audience Print de ONE avec les données Médiamétrie//NetRatings de l'Internet Fixe, du panel Internet Mobile et du panel Tablette de Médiamétrie.

La méthode de fusion a été établie et validée par l'ACPM et Médiamétrie avec le soutien méthodologique du CESP. La production de cette fusion est réalisée par Médiamétrie.

Cette approche constitue une base de données unique pour mesurer l'audience globale sur cibles et planifier des dispositifs sur les différentes plateformes print et numériques des marques de presse étudiées dans ONE.

L'étude ONE reste l'étude de référence de la presse.

Les résultats ONE Global sont publiés 4 fois par an avec une mise à jour des données ONE Print 2 fois par an et une mise à jour des données numériques MNR-Médiamétrie à chaque publication.

PROCHAINE PUBLICATION

ONE GLOBAL2017 V2 (ONE 2016/MNR-Médiamétrie - données avril 2017) : 4 juillet 2017

Source Etude ONE : ACPM, Etude ONE 2016, Copyright ACPM

Source Etude ONE GLOBAL : ACPM ONE GLOBAL - produit par Médiamétrie, basé sur les données ACPM ONE 2016
MEDIAMETRIE//NETRATINGS - MEDIAMETRIE - Données janvier 2017, Copyright ACPM



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