

# La mesure d'audience du média Presse

## 01 L'audience, c'est quoi?



L'audience est constituée de l'ensemble des personnes touchées par un média ou support de communication.

Pour la presse écrite, nous parlons de "lectorat", cela correspond au nombre de personnes ayant lu, parcouru ou consulté un titre de presse au cours de sa dernière période de parution.

## 02 Comment mesurer ?

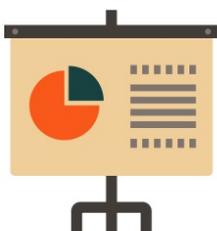
L'audience de la presse est mesurée par sondage : une enquête est administrée à un échantillon d'individus de la population étudiée.

Les indicateurs Lecture Dernière Période (LDP) et Lecture au Numéro Moyen (LNM) sont les indicateurs de référence pour exprimer l'audience d'un titre de presse.



## 03 Quels sont les principaux enjeux ?

L'audience est une convention entre tous les acteurs du marché publicitaire.



Quantifier et  
qualifier le lectorat  
d'un titre de presse



Valoriser le support  
presse auprès des  
agences



Monétiser les  
espaces publicitaires  
de la presse

## 04 Quelle relation avec la diffusion?

### Audience

donne une estimation du nombre de lecteurs et qualifie le lectorat par un système de sondage auprès d'un échantillon de la population étudiée.

VS

### Diffusion

correspond au comptage par un audit comptable du nombre d'exemplaires distribués pour un titre de presse, que ce soit de manière payante ou gratuite.

### LE TAUX DE CIRCULATION

correspond au ratio entre l'audience (LDP) et la diffusion (DFP): cela traduit le nombre moyen de lecteurs d'un magazine ou d'un quotidien par exemplaire diffusé. Il est la conséquence de la circulation physique de l'exemplaire d'un lecteur à un autre.

## 05 Histoire de la mesure d'audience ...



### Etude CESP Presse Magazine et Presse Quotidienne

25000 Interviews Face à Face, Papier - Crayon  
Etude Ponctuelle

1957

### Etude EPIQ

Intégration des quotidiens gratuits dans la mesure

2005

AUDIPRESSE

2006

Introduction de l'audience tablettes dans la mesure ONE GLOBAL

2015

1993

### Etude EuroPQN Presse quotidienne

Recueil par téléphone  
Recueil Média marché en auto-administré

### Etude AEPM Presse Magazine

15 000 interviews Face à Face, Papier-Crayon

ONE  
AUDIPRESSE

2011

### Etude ONE Presse Magazine et Presse Quotidienne

35 000 interviews  
Recueil CAWI (80%) et CAPI (20%) suite à un recrutement par téléphone ou en face à face.

2014

AUDIPRESSE  
ONE  
Global

Fusion des études de Presse (ONE) et digitales Internet Fixe et Mobile de Médiamétrie (MNR/PIM)

AUDIPRESSE  
ONE  
Market

Etude On-line de Média Marché réalisé dans le cadre de l'étude ONE

2016...

ACPM  
OJD

Étude ONE  
Recueil 100% CAWI suite à un recrutement par téléphone

A propos de l'ACPM :

L'ACPM, l'alliance pour les chiffres de la Presse et des Médias, a été créée en décembre 2015 suite à la fusion d'Audipresse et l'OJD.

Contact :

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

[www.acpm.fr](http://www.acpm.fr)