



Les points clés de OneNext

Après des tests approfondis réalisés avec l'accompagnement du CESP durant l'année 2018, le Conseil d'Administration de l'ACPM a validé, le 15 novembre 2018, le lancement de la nouvelle étude OneNext.

OneNext présente plusieurs innovations importantes pour la mesure de l'audience globale des marques de presse.

OneNext - une étude plus digitalisée

Dans OneNext, le calcul des audiences globales des marques de presse sera toujours réalisé par la fusion statistique entre les audiences presse de OneNext et les audiences numériques mesurées par Médiamétrie. Cependant, le lien entre les deux études sera plus robuste qu'auparavant. Il sera constitué, du côté de l'étude OneNext d'une mesure passive des fréquentations des sites de presse par les répondants à l'étude d'audience. C'est la raison pour laquelle nous avons, depuis quelques mois, sollicité les éditeurs de presse pour installer, sur les sites des marques de presse, un TAG qui rendra possible cette mesure passive. OneNext Global est un module optionnel complémentaire à OneNext.

OneNext - une étude plus sensible aux modes de lectures « linéaires » (même contenu que le print sur le numérique)

OneNext identifie plus clairement les lectures réalisées sur des versions pdf, dont on connaît la croissance importante à l'heure actuelle. Par ailleurs la nouvelle étude mesure – sous forme de tests dans un premier temps – les lectures au travers des principaux réseaux sociaux.



OneNext - une étude plus temporelle

OneNext met en œuvre une méthodologie innovante qui permet de calculer la vitesse de montée en puissance de l'audience des titres de presse afin de produire, en complément du nombre de lecteurs d'un titre (notion de couverture), la vitesse d'accumulation de cette audience dans le temps (notion de temporalité). La nouvelle méthode offre ainsi la possibilité de répartir ces lecteurs dans le temps et de cette façon de réaliser un médiaplanning temporalisé comme le font les autres grands médias.

La temporalisation de l'étude est permise par la mise en place d'un panel de lecteurs qui rendent compte de l'ensemble de leurs lectures de presse en continu sur une période prédéterminée notamment à l'aide d'une application pour téléphone mobile autorisant le scan des codes-barres présents sur les titres. C'est le panel « Tempo »

OneNext - une étude plus intégrée

Le terrain principal de OneNext sert à recruter, en complément des répondants à l'étude principale grand public, une partie de l'échantillon de l'étude Premium (étude destinée aux publics d'influenceurs que sont les cadres et les hauts revenus). Le complément de l'échantillon Premium sera recruté spécifiquement, sous la forme d'un sur-échantillon offrant la même granularité que l'étude Premium antérieure.

De plus, l'étude One Market est remplacée par un module réalisé par fusion entre les lecteurs de presse de OneNext et les répondants à une partie de l'étude TGI. L'étude TGI est la mesure de référence en termes d'attitudes, de comportements et de consommation. Ce module se nomme OneNext Insight. *OneNext Premium et OneNext Insight constituent des modules optionnels complémentaires à OneNext.*

OneNext - une étude plus accessible

OneNext profite d'une hybridation (basée en particulier sur les diffusions des titres) qui autorise la publication d'audiences sur des titres à moindre diffusion. Cette hybridation permet aussi une publication plus fréquente des résultats d'audience.



Dans ce cadre, OneNext propose, en complément de son socle de base, une mesure plus simple et plus économique, basée sur le lectorat 12 dernier mois. Ce module, nommé ONE Access, offre ainsi un profil de lectorat (12 derniers mois) certifié par l'ACPM et constitue un moyen, accessible à tous les titres, d'être référencés auprès du marché publicitaire. OneNext Access ne permet toutefois pas d'accéder aux fonctions médiaplanning des logiciels médias.

Les possibilités de souscriptions à OneNext et à ses modules sont les suivantes

- **OneNext** : étude principale des audiences des titres de presse (socle de base)
- **OneNext Global** : module mesurant l'audience print + digital des marques de presse (*nécessite la souscription à OneNext*)
- **OneNext Influence** : étude des audiences des marques de presse sur les publics cadres et hauts revenus (*peut être souscrit avec ou sans souscription à OneNext*)
- **OneNext Insight** : module mesurant les attitudes, comportements et consommations des lecteurs de presse (*nécessite la souscription à OneNext*)
- **OneNext Access** : certification des profils de lectorat des titres de presse (*mesure indépendante de OneNext*)

Contacts et renseignements pratiques :

*Amélie BENISTY, Directrice de l'Audience
Gilbert SAINT JOANIS, Directeur ACPM/ Expert
Solenne ZLATANOVIC, Chargée d'Etudes
Isabelle JACQUART, Chargée d'Etudes*

*ACPM – 44 rue Cambronne, 75015 Paris
T : 01 43 12 85 30
E : Equipe-one@acpm.fr*