

# La mesure d'audience du media Presse



## L'audience, c'est quoi ?

L'audience est constituée de l'ensemble des personnes touchées par un media 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 ou une marque de Presse au cours de sa dernière période de parution.

## Comment mesurer l'audience ?

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.



## 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 ou d'une marque de Presse**



**Valoriser le support Presse auprès des agences**



**Monétiser les espaces publicitaires de la Presse**

## Quelle relation avec la diffusion?

### Audience

L'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.

&

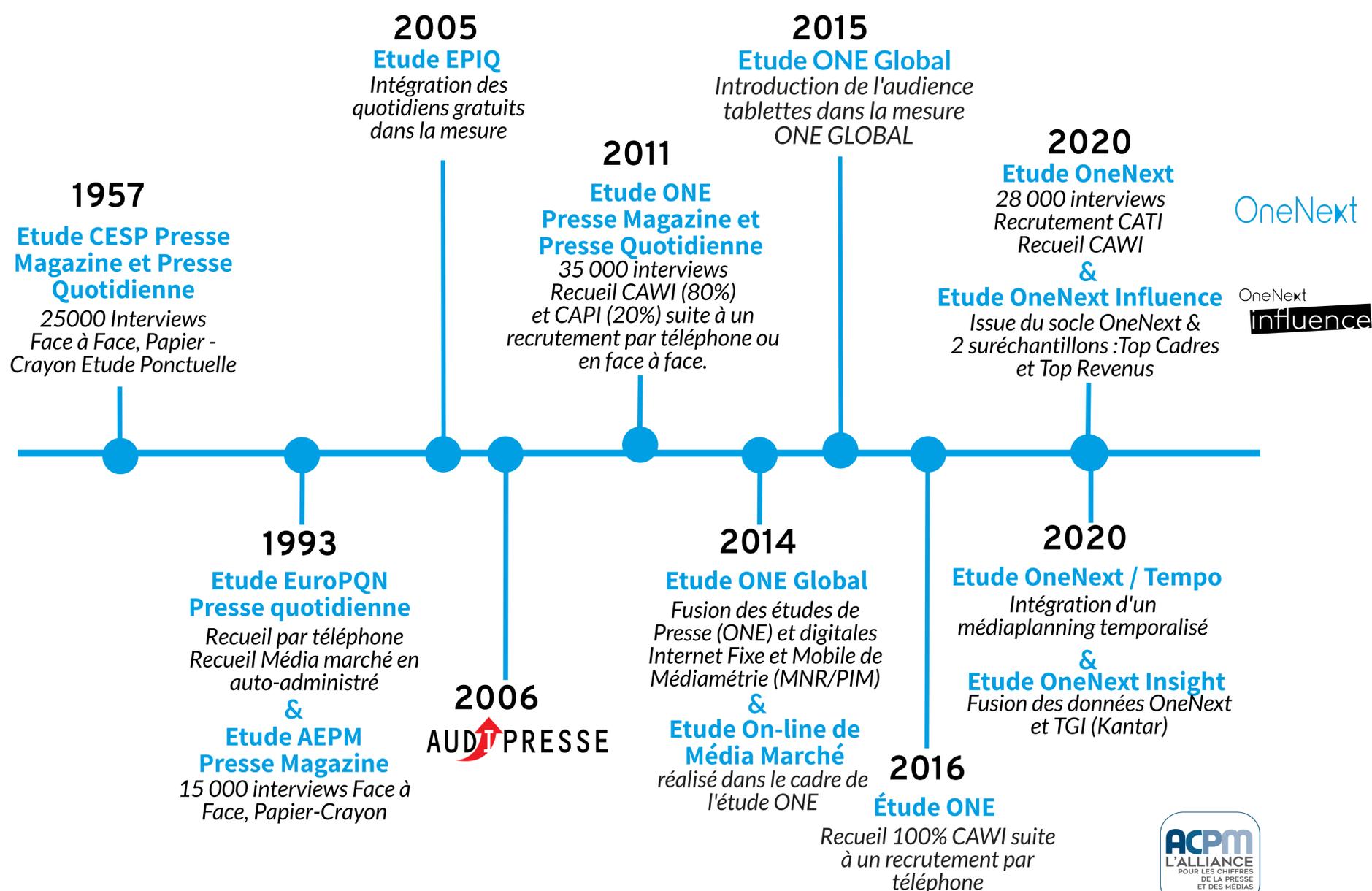
### Diffusion

La 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

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.

## Histoire de la mesure d'audience





## A propos de l'ACPM

L'ACPM, l'Alliance pour les chiffres de la Presse et des Media est l'organisation interprofessionnelle, qui contrôle et certifie la diffusion de la Presse, la fréquentation des sites internet, des applications, des web radios, des podcasts et de l'affichage digital.

L'ACPM est responsable de la communication institutionnelle, d'information et de formation sur le media Presse à destination de tout l'écosystème publicitaire. Le Conseil d'Administration, l'organe de direction de l'ACPM, est composé des représentants de toutes les familles de Presse à travers leurs syndicats professionnels : le SEPM pour la Presse Magazine, l'Alliance de la Presse d'Information pour la Presse Quotidienne, Nationale, Régionale, Départementale, l'APGI pour la Presse Gratuite d'Information, la FNPS pour la Presse d'Information Spécialisée, le CRTM qui représente les annonceurs à travers l'Union des Marques, les agences media avec l'Udecam ainsi que des représentants des media hors Presse.

Amélie Benisty, Directrice de l'Audience  
Gilbert Saint Joanis, Directeur ACPM/Expert  
Solenne Zlatanovic, Chargée d'études  
Isabelle Jacquart, Chargée d'études

E: [equipe-one@acpm.fr](mailto:equipe-one@acpm.fr) - T: 01 43 12 85 30